

azonnal kiadja a nyomtató azt az előjegyzési lapot, amivel kiértékelik az érdekelteket olvasót.

A könyvek visszaadása még ünnepnap és éjjel is lehetséges, csak a könyvet be kell tenni a könyvtár falán elhelyezett speciális gépbe, amely automatikusan regisztrálja a visszavételt.

A tankönyvek esetében különösen fontos volt annak a megoldása, hogy a hallgató bármely kiadás bármely példányát kéri, a leghamarább visszaérkezett kötetet jegyezzék elő a számára.

A késedelmes kölcsönzők felszólítását hetenként egyszer végzik, a tankönyvgyűjtemény esetében ez heti 200 felszólítást jelent. A számítógép által kinyomtatott felszólítás mellé az 1., 2. és 3. felszólítás különböző színű kísérőlevelét mellékelik.

A felszólításra visszaérkezett könyv visszavételekor a képernyőn megjelenik a napok száma, ami eltelt az 1. felszólítás óta, s ennek alapján kell a késedelmi díjat megfizetni.

A vonalkódok beolvasása a kölcsönzőjegyre azt eredményezi, hogy a képernyőn megjeleníthető az illető olvasónál lévő minden könyv, amit kikölcsönzött, hosszabbított, előjegyzett vagy felszólításra vissza kellene kapnia. Minden könyvnél azonnal leolvasható a lejárat idő. Kívánságra az egészet azonnal ki is nyomtatja a számítógép.

A tapasztalatok szerint ez a kölcsönzési és előjegyzési módszer takarékoskodik eredményez: segítségével csökkenteni lehet a beszerzendő tankönyvek példányszámát.

Jelenleg még majdnem 10 schillingbe kerül egy-egy kötet kölcsönzése, de ha az egész állományt online kölcsönzik, akkor ez 1–2 schillingre fog csökkenni.

Meg kell jegyezni, hogy az online kölcsönzésre való áttérés sok munkával jár, s csak a könyvtár dolgozóinak összefogásával és meghosszabbított műszakokkal volt megvalósítható.

A rendszer előnye, ha már az egész állományt így fogják kölcsönözni, hogy a kikölcsönzött műveket a raktárosok már eleve nem keresik majd a raktárban, és ezzel rengeteg utat takarítanak meg. A használati statisztika jobb eligazítást fog nyújtani a beszerzéshez.

A rendszer teljes kiépítése után megtörténhet a tapasztalatok átadása más könyvtárak részére, amelyek szintén áttérhetnek a rendszerre.

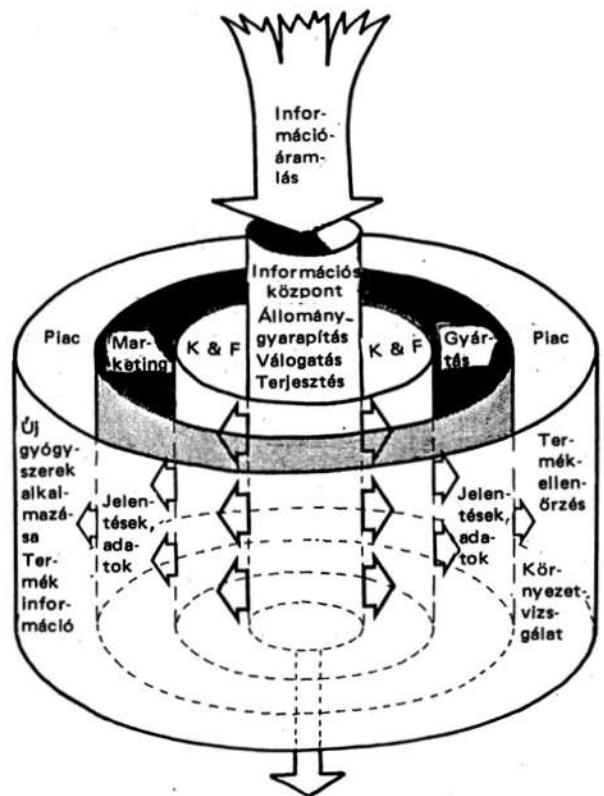
*/KROLLER, F.: Erfahrungen mit dem Online-Ausleihsystem der Universitätsbibliothek Graz. = Mitteilungen der Vereinigung Österreichischer Bibliothekare, 34. köt. 1. sz. 1981. p. 19–29./*

(Lécesné Mesterházi-Nagy Márta)



## Az Astra gyógyszeripari vállalat információs központjának tapasztalatai online szolgáltatásokról

Az Astrának (Södertälje, Svédország), mint minden intenzív kutatással foglalkozó vállalatnak igen nagy szüksége van folyamatos információellátásra és információs központra. A vállalaton belül az információ útját az 1. ábra szemlélteti. Az információk először az információs központba kerülnek, ahol szakemberek kritikai elemzése és dokumentációs munkája eredményeként (2. ábra) új formában érkeznek a kutató és fejlesztő részlegekhez. A kutatások szülnék új alkalmazásokat, termékinformációkat stb. a gyártás, illetve a piac számára.



1. ábra Információáramlás kutatással foglalkozó vállalatban

Az Astra információs központja 1972-ben a MEDLINE-nal kezdte meg online szolgáltatások felhasználását, és ma már – elsősorban a SCANNET (Scandinavian Network) révén – az európai csomóponttal rendelkező összes szolgáltató vállalat (ESA, Lockheed, SDC) szolgáltatásait igénybe veszi. A hálózathoz való kapcsolódás kb. 100 adatbázis több mint 20 millió tételéhez való hozzáférést tesz lehetővé, a vállalat azonban csak húsz

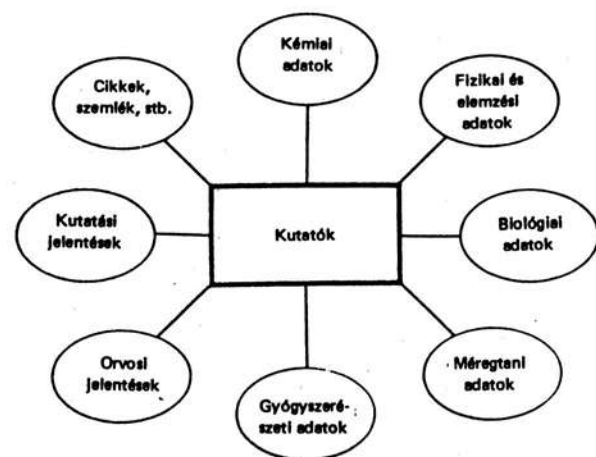
adatbázist használ rendszeresen. Az adatbázisok relatív használati gyakorisága:

MEDLINE	65%
CAC	15%
BIOSIS	5%
Scisearch	3%
Management	2%
Egyéb	10%

Nem várható el, hogy ilyen nagyszámú adatbázisban a profilszerkesztők hatékonyan tudjanak keresni, még egy kiváló szakember is csak kb. 10 adatbázisban tud eligazodni. Ezért a megfelelő adatbázis kiválasztásának megkönnyítésére a főbb szakterületek és adatbázisok feltüntetésével segédtáblázatot készítettünk (1. táblázat).

A profilszerkesztők a kéréseket telefonon, írásban vagy szóban kapják. A gyakorlat bebizonyította, hogy a leghatékonyabb profil személyes beszélgetés nyomán szerkeszthető, mert így a kéréssel kapcsolatos problémák könnyen tisztázhatók. A beszélgetésre fordított átlagos idő (kb. 40 perc) többszörösen megtérül, hiszen a pontosabb profil következtében csökken a keresés időtartama. A profilszerkesztő minden keresés után egy visszacsatolási célt szolgáló statisztikai űrlapot tölt ki, ahol feltünteti a kérdést, a profilt és az eredményként kapott tételek számát. A keresési időt és a költségeket a 2. táblázat foglalja össze.

Amíg a keresési költségek könnyen kiszámíthatók, addig sokkal nehezebb – néha lehetetlen – a kapott információ értékét megbecsülni. Az információs központ azonban a felhasználók közreműködésével készített egy kimutatást, mely különféle témák esetén a felhasznált szolgáltatások feltüntetésével kimutatja a nyereséget (3. táblázat).



2. ábra A kutatók által előállított információs termékek

Egy keresés átlag 20 bibliográfiai tételt eredményez, melyből átlag 5 esetben kéri az eredeti anyag másolatát. A központ az eredeti dokumentumokra vonatkozó kérések 99%-át tudja teljesíteni: 40%-ot a vállalat saját könyvtárából egy napon belül, további 40%-ot országos könyvtárközi kölcsönzés útján 7–10 napon belül, a fennmaradó 19%-ot a BLLD-től szerzi meg 10 napon belül.

Az információs központ a vállalat tevékenységéhez szükséges szakterületeket (kémia, orvosi biológia, biológia, gyógyszerészet) képviselő szakembereket alkalmaz, akiket szükség esetén átírnyít egyes felhasználói csoportokhoz. E szakembereket tanfolyamokon, szemináriumokon képzik tovább, melyeket gyakran maguk az online szolgáltató vállalatok szerveznek.

Az Astra házon belül is szervez oktatást: 1977-ben minden szakember a szokásos kéthavonként rendezett továbbképzési összejöveteleken kívül átlag nyolc nap oktatásban részesült.

Az Astra információs központja a szolgáltatásokat évente felülvizsgálja és költségvetését ennek megfelelően módosítja. A felhasználók tájékoztatása érdekében az információs központ állandóan reklámozza szolgáltatásait: hírt ad az új adatbázisokról, berendezésekről, éves jelentéseket ad ki, találkozót, felhasználói tanfolyamokat szervez. Az online oktatási tanfolyamok célja nem az, hogy a felhasználó egyedül végezhesse a keresést, hanem, hogy megismertesse az online rendszerek lehetőségeit.

Az online szolgáltatások a kutató és fejlesztő részleg számára rendkívül hasznosak, különösen, amikor gyors válaszokra van szükség. Nem véletlen, hogy az online keresések száma a világon exponenciálisan növekszik: 1965-ben az USA-ban csak ezer keresést regisztráltak, de 1970-ben már tizezret, 1975-ben pedig egymilliót. S. Wolpert szerint 1985-re évi 20 millió keresés várható.

Az online szolgáltatásokat optimálisan a közepes nagyságú vállalatok (1000-nél több alkalmazott) tudják kihasználni; a kisebb vállalatok általában nem rendelkeznek elegendő kapacitással, a nagyon nagy vállalatok pedig gyakran saját dokumentumbázisra épülő referáló szolgáltatásokat szerveznek, ami csökkenti a külső online szolgáltatások szükségességét.

1. táblázat

## Főbb témakörök az adatbázisokban

	Gazdaság, üzlet, számvitel	Marketing (piaci stratégia elméletben és gyakorlatban)	Piackutatás: versenytársak, árak, termékek	Statisztika	Prognózis	Közigazgatás; törvények és rendeletek	Számítástechnika	Kutatás és fejlesztés, műszaki fejlesztés	Gyógyszeripar	Társadalomtudományok: szociológia, oktatás stb.	Pszichológia	Multidiszciplináris témakör	Informatika
Accountants Index	X <sup>o</sup>				•		•						
ASI (American Statistics Index)				X <sup>o</sup>									
CIN (Chemical Industry Notes)			X					•					
Compendex							X						
EIS-plants (Economic Information Service Plants)			X <sup>o</sup>										
EMA/CMA (Equipment Market Abstracts/Chemical Market Abstracts)			X				X	•					
Federal Index						X							
Inform (Abstracted Business Information)	X	X											•
INSPEC (International Information for the Physics and Engineering Communities)							X						•
Management	X	X											
NTIS (National Technical Information Service)								X				X	
PAIS (Public Affairs Information Service)	X					X				X			
PNI (Pharmaceutical New Index)									X				
Psychological Abstracts										•	X		
Predicasts international statistics				X	X								
Predicasts international statistics				X <sup>o</sup>	X <sup>o</sup>								
Social Scisearch										X	•	•	
SSIE (Smithsonian Science Information Exchange)								X				X	

• Az adatbázist gyártó vállalat vagy az ASIS (American Society for Information Science) szerint

o Kizárólag vagy főleg amerikai anyag

## Átlagos keresési költségek (változó költségek)

## 1. Adatbázisok költségei és postaköltségek

Adatbázis	Szolgáltató vállalat	Csomópont	20 perces használat költsége
MEDLINE	MIC	Stockholm	18\$
CAC	ESA	Stockholm	22\$
Social Scisearch	Lockheed		
BIOSIS	SDC	Amszterdam	40-50\$

## 2. Teljes költség

Előkészítés	Keresés	Kiegészítő munkálatok
- Kérdéselemzés		- Nyilvántartás
- Keresési stratégia kidolgozása		- Statisztika
- Tárgyszavak kiválasztása		- Kérdőív kitöltése stb.
- Adatbázis kiválasztása		
40 perc	+ 20 perc	+ 20 perc = 80 perc
20\$	+ 10\$ 18-50\$	+ 10\$ = 58-90\$

## Néhány példa nyereséges információszolgáltatásra

## 3. táblázat

Tevékenység	Téma	Információforrás	Évi nyereség USA dollárban	A nyereség jellege
Pénzügy	Vámköltségek	Vámrendelkezések	25 000	Vámköltség-megtakarítás
Személyzet	Vállalati étkezde üzemeltetési költségei	Szelektív információterjesztés, szakfolyóiratok	60 000	Hatékonyabb irányítás következtében alacsonyabb költségek
Kutatás és fejlesztés	Laboratóriumi vizsgálati módszerek	TOXLINE-keresés	4 000	Képzett szakemberek időráfordításának csökkentése
	Szerves savszármazékok szintézise	CAC-keresés	5 000	A szintézis idejének csökkentése, jobb minőségű termék és nagyobb kihozatal
	Más szintézisek	Kémiai szerkezetek házi katalógusa (több mint 32 ezer vegyület)	2 000	Időmegtakarítás a vállalatban alkalmazott módszerekre való utalással
Gyártás	Új termék kifejlesztése	MEDLARS-profil	(100 000)	Lábtályog orális kezelésére alkalmas új gyógyszer
	Új módszer tablettabevonat készítésére (ACCELA-COTA)	Szelektív információterjesztés, szakfolyóiratok	50 000	Anyag- és időmegtakarítás jobb és egységesebb minőség útján. A helyszükséglet csökkentése
Marketing	Új tablettagyártó gépek	Financial Times	25 000	Termelésnövekedés, kevesebb selejt
	Adatok amerikai vállalatokról	Belső adatbázis	2 000	Időmegtakarítás az irányítás számára
	Versenyképes marketing	Szelektív információterjesztés, online keresések	(200 000)	Az eladás kedvező irányú változása

/LJUNGBERG, S.: Management and economics of an on-line service within and R & D department = Tidskrift för Dokumentation, 34. köt. 2. sz. 1978. p. 23-29./

(Novák István)

