

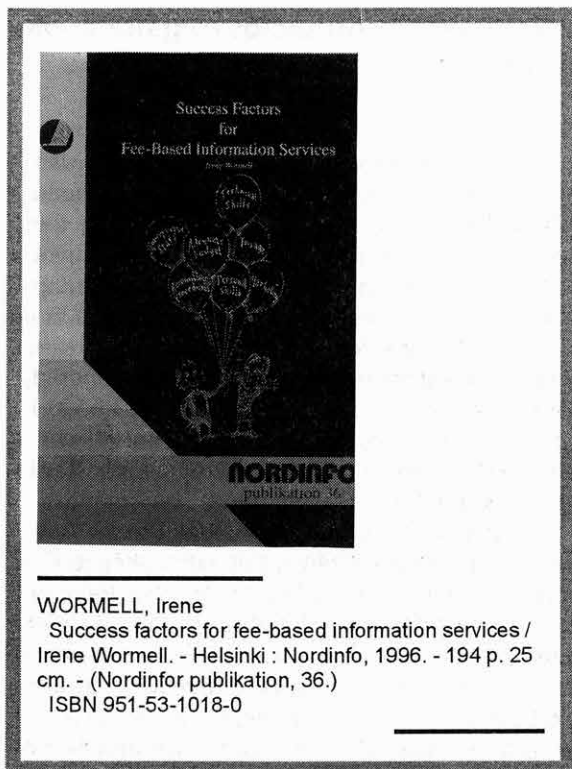
## A térítéses információszolgáltatások sikertényezői

A térítéses információszolgáltatás vizsgálatával foglalkozó kutatást *Irene Wormell* indította, melybe 1993-tól a British Library Research and Development Department (BLRDD) két munkatársa, később pedig egy svéd kolléga is bekapcsolódott. A vizsgálatok előrehaladtával a BLRDD a kutatási költségek felét is átvállalta. A kiadvány három munkacsoport közös kutatásának eredményeit tartalmazza. A „hármasság”, a földrajzi, regionális megosztottság végigvonul az elemzésen, szembesítve a brit adatokat a skandináv, illetve az európai adatokkal.

A szerző, a magyar származású *Irene Wormell*, a Kopenhágai Királyi Könyvtárosképző Főiskola speciális információs rendszerek tervezésére és kivitelezésére létrehozott tanszékének vezetője, aki 1992-től egyben a FID/ET (vagyis a Nemzetközi Dokumentációs Szövetség Oktatási/képzési) bizottságának vezetője, a *Libri c.*, nemzetközi, könyvtár- és információtudományi folyóirat szerkesztője és több, egyéb szakmai orgánumban szerkesztőbizottságán is tagja.

A kutatómunka az 1990-es évek elején indult, fő célja az európai „piacon” működő térítéses szolgáltatások területén szerzett gyakorlat, tapasztalatok, technikák, stratégiák feltérképezése és számbavétele volt, hiszen az információs piacon bekövetkezett változások sokkja komolyan megrázta a szakmát, ezért minden, a túlélést segítő tapasztalat megosztása életmentő lehet. A világgazdaságban bekövetkezett változások és a pénzügyi megszorítások eredményeképpen az információs szolgáltatások terén is előtérbe kerültek a gazdaságossági kérdések, és kialakulóban van az információpiacon, ahol szigorú versenyfeltételek között kell helyt állnunk, mert jól megnézik a használók, hogy „értéket” kapnak-e pénzükért. Ezen változások következményeképpen tájékoztatási intézményeinkben is előtérbe került a belső hatékonyságot megcélzó gazdálkodási szemlélet, megjelent a „belső használó”, és kialakulóban van egy, „belső” térítési, elszámolási rendszer.

Az elemzésnek az a felismerés áll a háttérben, hogy az információs társadalom hajnalán riadtan kell konstatálnunk: nem vagyunk elég gyors-



sak új feladataink megfogalmazásában és vállalásában.

Ma már az „információt” egyes elméletek a lehetséges negyedik erőforrásként tartják számon a munka, a tőke és a nyersanyagok mellett (Best, 1996). Ez a felismerés erőteljesen fogalmazódik meg a használók és a szolgáltatók oldaláról. Itt az ideje feladatainkat újragondolni, céljainkat pontosan megfogalmazni és használható stratégiát választani. Ehhez az újragondoláshoz nyújt jó segédeszközt ez a kötet.

A kutatás másik fontos hozama annak tudatosítása, hogy mi, hivatásos információkezelők, új módszerek kialakítására kell hogy törekedjünk, annak érdekében, hogy jobb minőségű szolgáltatásainkkal felvegyük a versenyt az információs piacon. Nem könnyen feltérképezhető azonban ez a piac, ahol gazdaságosan és hatékonyan kellene tudnunk „kereskedni”. Nem elég, hogy jó és színvonalas szolgáltatásokat kínálunk, azoknak rentábilisnak és a használói igényeknek megfelelőeknek kell lenniük. Különösen fontossá válik ez akkor, ha a szolgáltatásainkért térítést kérünk.

Így olyan értéknövelő tényezőkre kell a továbbiakban nagy súlyt fektetnünk, mint például a személyzet képzettsége és szakértelme, szolgáltatósainak gyorsasága, minősége, információs termékeink minősége stb. Ebben a versenyhelyzetben jól felépített stratégiával, hatékony módszerekkel kell kereskednünk az információval, amely – számos jellemzője mellett a legfontosabbat kiemelve – „nem tapintható”, értéke és ára nehezen becsülhető, ezen kívül „gyorsan romló” termék is egyúttal, s amelynek piaci értéke függ a fizetőképes használó megelégedettségétől.

Fontos az is, hogy kellő szakismeret birtokában, megfelelő önbizalommal dolgozzunk, hiszen a könyvtáraknak az információközvetítésben jól kamatoztatható, évszázados tapasztalataik vannak.

## A kutatás háttere, módszertana és az alkalmazott elemzési technikák

A Dániában, Nagy-Britanniában és Svédországban tevékenykedő kutatók 1993-ban kérdőívet dolgoztak ki, amelyet a szükséges adatok megszerzése érdekében interjúkkal is kiegészítettek.

A kérdőívet térítéses szolgáltatásokat kínáló cégeknek küldték ki, amelyeknek adatait az alábbi forrásokból gyűjtötték ki: EIRENE membership directory; Who's who in the information world; Directory of information brokers and consultants. Az így nyert listát a kutatócsoport tagjai kiegészítették személyes ismeretségi körük és tapasztalataik alapján.

Azokat az információs szolgáltatókat választották ki, akik független információs vállalkozók (brókerek) (ebből élnek), továbbá önállóan dolgozó könyvtárosok, konzultánsok, információs szakértők; egy-egy intézmény által létrehozott információs szolgáltatók (pl. a non-profit szektorhoz tartozó közszolgálati egységek); és azok, a privát szférához tartozó intézmények, amelyek az információs iparral kapcsolatban állnak, pl. kiadók, szerkesztőségek, marketing egységek stb.

A 98 szétküldött kérdőív nem tekinthető reprezentatív mintának, mégis sok hasznos adatot és tapasztalatot nyertek a vizsgálatok során. 53



kérdőívet kaptak vissza, és bár az adatokból nem rajzolódott ki markánsan különbözőségek sem földrajzi, sem pedig a menedzselési stílust illetően, akadtak figyelemre méltó megfigyelések, szép számmal. Már az a felismerés is elgondolkasztó, hogy nem rajzolódott ki tisztán azon sikertényezők profílja, amelyek biztosan minősítenének egy szolgáltatást az információkereskedelemben. Persze, számos kulcskérdés azért jól tetten érhető és megfogalmazható, mint például a személyzet hozzáértése, a jó pénzügyi menedzsment fontossága, ügyes marketing politika stb., de ezekből nem állt össze egy általánosan használható definíció.

A kutatás első fázisát, a kérdőívre kapott válaszok elemzését a sikertényezőkről 1994-ben már közreadták (NORDINFO – BLRDD). 1995-ben a szerző kezdeményezésére és javaslatára tovább folytatódott a kutatómunka, aminek célja immár egy tankönyv/munkafüzet kiadása lett. A jelentés anyaga új hivatkozásokkal, az ellenőrző kérdések listáival, esettanulmányokkal és gyakorlati példákkal bővült ki a „hivatásos” információszakember-képzés segítése érdekében. Ily módon a kötet tankönyvként is ajánlható a könyvtárosképző intézményeink, továbbá más képzőintézmények és magánszemélyek számára is, akik tájékozódni szeretnének a témáról. A kiadvány fő célja támogatni és bátorítani a jelen és jövő szakembereit, hogy hatékonyan tudjanak közreműködni az információs gazdaságba való átmenet megteremtésében. Ennek érdekében a szerző a világos, jól követhető fogalmazásra törekszik, s szívesen él példákkal, ugyancsak a közérthetőség érdekében.

A „siker” minden esetben azt illusztrálja, hogy a szervezet teljesíteni tudta előre megfogalmazott céljait. Ennek kritériumai persze nagyon változók, nyilván mások a sikeres működést meghatározó tényezők egy nyilvános, mint egy magánszektorban dolgozó információs szolgáltató cégben. Az előbbi esetében olyan szempontok lehetnek számottevők, mint pl. a fenntartó szervezet vagy intézmény tekintélyének vagy imázsának emelése, az előállítási költségek fedezése stb., míg a magán cég sikerét elsősorban a profiton keresztül méri, esetleg a bevételek 10%-os emelésével, vagy azzal, hogy képes-e megkeresni a fenntartási költségeket stb.

## A szolgáltatás kialakításának menete

Az első lépés legyen vállalkozásunk jellemzőinek feltérképezése és a használói szokások megismerése. A kutatási adatok szerint Angliában elsősorban a nagy vállalatok igényelnek információs brókeri szolgáltatásokat (46%), míg a kontinensen a kis- és középvállalkozások igényei vannak túlsúlyban.

A brókerek két csoportja körvonalazható:

- ♦ független (önálló) információs brókerek,
- ♦ térítéses szolgáltatást adó nagyobb információs intézmények és szervezetek, amelyek egyes intézmények, vállalatok fenntartásában vagy azok részeként működnek.

E szakemberek megnevezésére 11-féle szellemes megnevezéssel is szolgál a szerző, közöttük olyanokkal, mint pl. információs konzultáns, infomediary – információközvetítő, vagy „infoközvetítő”, vagy cybrarian, a kibernetikus és a könyvtáros kifejezések kereszteződéséből.

A térítéses információs szolgáltatások különböznek abban is, hogy ebből a tevékenységből tartják-e fenn magukat – ez jellemzi a magánszektor –, avagy nyilvános szolgáltatásként a „közérdeket” szolgálják-e. Információs szakemberként elsősorban azt kell biztosítanunk közintézményeinkben, hogy minden állampolgár hozzájuthasson a számára fontos információhoz, a számára megfelelő formában és akkor, amikor szüksége van rá. A térítéses szolgáltatások egyik kulcskérdése az, hogy mi tekinthető alapszolgáltatásnak, illetve speciális igényeket kielégítő szolgáltatásnak, amelyért térítést lehet kérni.

Ha tisztázzuk az elvi kérdéseket, következhet a célok meghatározása és küldetési nyilatkozatba foglalása, ami minden további tervezés és ellenőrzés feltétele. Ezután azon tényezők következetes számbavétele következik, amelyek térítéses szolgáltatásunk értékeléséhez adnak információkat.

Közismert angol terminológiával, SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) elemzésnek nevezzük ezt a technikát, amely alkalmas pl. az információs szolgáltatás értékeinek és gyengeségeinek együttes ábrázolására, jó kiindulópontot adva jövőbeli terveinkhez.



A gyenge és erős pontok a sikert veszélyeztető tényezőkként vagy kínálózó lehetőségként jöhetnek szóba.

A szerző azzal segíti az oktatási/tanulási folyamatot, hogy a témakör végén ajánlásokat fogalmaz meg, a fenti célok jobb megértését segítve. Hangsúlyozza a logikus, jól megszerkesztett interjúkészítés elsajátításának fontosságát, ami a siker egyik fontos tényezője lehet, hiszen csak akkor tudunk eleget tenni a felhasználó igényeinek, ha pontosan tisztában vagyunk azzal, hogy mit vár tőlünk.

Négy nagyobb kérdéskörbe csoportosítja az interjúkészítési és az adatelemzési technikát: cél; előkészítés; végrehajtás; elemzés.

A stratégiai gondolkodás és tervezés a küldetési nyilatkozatban megfogalmazott elvekre épül. Olyan kérdéseket teszünk fel, mint „mi a szerepünk”, „mivel foglalkozunk”, „mi iránt vagyunk elkötelezettek”, „merre tartunk” stb. A tervezés során két metszetben kell gondolkoznunk: egyfelől, mit akarunk csinálni, másfelől, hogyan akarjuk megvalósítani.

Öt, jól felépített gyakorlat segít alkalmazni a témát:

- ♦ Hogyan készítsünk operációs tervet?
- ♦ A térítés formáira vonatkozó taktikai tervek kidolgozása.
- ♦ Tervező csoport alakítása.
- ♦ Hogyan növelhető szolgáltatásunk értéke?
- ♦ Útmutató a szervezeti célok és stratégiák kijelöléséhez.

Ezt a fejezetet is – az előzőekhez hasonlóan – az ellenőrző kérdések és a szempontrendszer összefoglalása zárja.

---

## **Pénzügyi, gazdasági feltételek**

---

A szolgáltatások létesítésével, működtetésével és a várható nyereséggel kapcsolatosan felmerülő pénzügyi, gazdasági feltételekkel külön fejezet foglalkozik. Ezt az teszi indokolttá, hogy általános a bizonytalanság az információiparban, mivel ez a terület még nagyon új ahhoz, hogy a szükséges mutatók kialakulhattak volna. Érzékelhető viszont hozzájárulása a nemzeti össztermékhez.

Információs szolgáltatásunk esetében az első tétel: a létesítésekkel kapcsolatos tényezők egésze: a számítógépi háttér biztosításától a kiszolgáló berendezések (fax, másolók), CD-meghajtók installálásának, fejlesztésének, karbantartásának költségei. Ezekhez olyan kiadásokat kell még kalkulálnunk, mint a szolgáltatások marketingje, a használat költségei (telefon, fax, speciális vonalak bérlésének stb. költségei, papír, iroda stb.).

A kalkuláció főbb területei összefoglalóan:

- a működtetési és fenntartási költségek,
- a személyzettel kapcsolatos kiadások,
- dologi kiadások stb.

A működtetési költségekre épül a szolgáltatásainkért kérhető térítés kalkulálása. A fejezetet útmutató zárja, ahol példákkal segítik a kalkulációk elvégzését.

Az elektronikus információs szolgáltatás, illetve az információs brókeri tevékenység jellegéből adódóan külön fejezetet kap.

Az alkalmazott módszerek, eszközök és gyakorlati tapasztalatok megértését példákra épülő útmutató szolgálja. Tetszett, hogy az emberi erőforrásokkal való gazdálkodásnak külön figyelmet szentel a szerző, még az ellenőrző kérdések listáján is!

A marketing-politikát a potenciális és a már meglévő használók oldaláról építi fel, árnyaltan elemelve a használó bizalma elnyerésének minden fázisát, a személyes odafigyelés fontosságától kezdve a telefonbeszélgetések stílusáig bezáróan.

Különösen fontos, érdemi részének tartom a könyvnek a jogi és etikai problémákat felvető fejezetét, amelyet szintén útmutató egészít ki, ami a kérdések jogi stb. kezelésének alapkérdéseit veszi sorra. Mivel a könyv oktatási segédletként is használható, értékét nagyban növeli ez a kitérés.

Összefoglaló esettanulmány zárja a tanulmányt, amely a Danfoss A/S információs szolgáltatónál bevezetett térítéses szolgáltatásról készült. A függelékben szerződésmintákat, küldetésnyilatkozatok kivonatait és marketing eszközökről készült példákat találhatunk, amelyeket a hazai használók haszonnal forgathatnak.

Bobok Beáta