

Sabina Cisek

Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa

Uniwersytet Jagielloński

Artykuł opublikowany jako:

Arcisz, Sabina (1996). Informacja biznesowa i jej użytkownicy w bibliotekach publicznych na Zachodzie. *Biuletyn Informacyjno-Instrukcyjny WBP w Krakowie* nr 1 (185), s. 17-26.

INFORMACJA BIZNESOWA I JEJ UŻYTKOWNICY W BIBLIOTEKACH PUBLICZNYCH NA ZACHODZIE

Biblioteki publiczne w rozwiniętych krajach Zachodu od kilkudziesięciu już lat świadczą dla swych czytelników wszechstronne usługi w zakresie informacji gospodarczej. W Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej pierwszy oddział informacji biznesowej powstał w roku 1904 w bibliotece publicznej w Newark, New Jersey¹. W Polsce jest to idea nowa, aczkolwiek posiadająca już swych zwolenników. Rosnące zainteresowanie tego typu działalnością biblioteczną w naszym kraju znalazło swój wyraz w wypowiedziach specjalistów na kilku konferencjach², wprowadzeniu kursu *Business Information* do programu kształcenia przyszłych bibliotekarzy i pracowników informacji (w Uniwersytecie Jagiellońskim) oraz otwarciu oddziału informacji biznesowej w Książnicy Pomorskiej w Szczecinie. Tym niemniej doświadczenia nasze w tej dziedzinie nadal nie są zbyt wielkie, warto więc skorzystać z dorobku i wiedzy bibliotekarzy zachodnich. Celem tego artykułu jest opis działalności bibliotek publicznych w zakresie informacji gospodarczej w krajach wysoko rozwiniętych a także przedstawienie wyników wybranych badań bibliotekoznawczych jej dotyczących. Został przygotowany w oparciu o anglojęzyczną literaturę przedmiotu, rozmowy ze specjalistami z USA i Wielkiej Brytanii oraz obserwacje poczynione przez autorkę w trakcie wizyt i pracy w kilku oddziałach *business information* w obu tych krajach. Rzeczą bibliotekarzy praktyków będzie rozstrzygnąć na ile i w jaki sposób owe osiągnięcia zachodnie dadzą się zastosować w warunkach polskich.

Na początek należy jednak rozważyć dwa zagadnienia. Pierwsze z nich ma charakter terminologiczny, drugie - związane jest z pytaniem **czy w ogóle jest rzeczą polskich bibliotek publicznych świadczenie usług w dziedzinie informacji gospodarczej.**

Problemy o charakterze terminologicznym i/lub definicyjnym wiążą się z nie do końca ustalonym polskim słownictwem w interesującym nas tutaj zakresie (przynajmniej jeżeli chodzi o piśmiennictwo z dziedziny bibliotekoznawstwa i informacji naukowej - dlatego w niektórych wypadkach podawane są

¹Business and the public library. Steps in succesful cooperation, Ed. by Marian C. Manley, New York 1940, s. 9.

²Były to m.in.: Informacja biznesowa w bibliotece, Szczecin, 19-21 października 1994 r.; III Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Jastrzębie-Zdrój, 29 V - 2 VI 1995; Udział Bibliotek Naukowych w Transformacji Ustrojowej Gospodarki Polskiej, Kraków, 11 - 13 IX 1995.

odpowiedniki w języku angielskim) oraz z wyjaśnieniem co to jest informacja biznesowa (*business information*). Wydaje się, iż nie ma przyjętej przez wszystkich jednoznacznej definicji tego terminu. Niektórzy - stosując kryterium przedmiotowe - odnoszą go do wiadomości o szeroko pojmowanej **treści** gospodarczej, inni uważają - posługując się kryterium celu - że dotyczy on informacji **dla** biznesu³. To drugie rozumienie wynika z obserwacji, iż największym i być może najważniejszym konsumentem informacji biznesowej jest firma, przedsiębiorstwo nakierowane na zysk. Często określa się *business information* jako **wszelkie** wiadomości o **dowolnej** treści pochodzące "**z zewnątrz**" przedsiębiorstwa, które służą realizacji podstawowego celu firmy, tj. osiągnięciu zysku⁴. Gdy mowa o działalności informacyjnej bibliotek publicznych należy, jak sądzę, uwzględnić obydwie z wymienionych znaczeń terminu *business information*. Dlatego w tym artykule używa się zamiennie określeń "informacja gospodarcza" i "informacja biznesowa".

Argumenty za prowadzeniem przez polskie biblioteki publiczne działalności w zakresie *business information* są co najmniej dwa. Po pierwsze - wraz z wprowadzeniem nowego ustroju gospodarczego poszerzyła się znacznie grupa osób zainteresowanych informacją biznesową. Można nawet zaryzykować twierdzenie, iż potrzeby w tej dziedzinie (uświadomione lub nie) posiada każdy obywatel (np. informacja o podatkach, o papierach wartościowych, o prawach konsumenta itp.), natomiast nie każdy ma dostęp do istniejących obecnie placówek informacji gospodarczej, np. bibliotek akademii ekonomicznych, szkół biznesu czy izb gospodarczych, które z reguły znajdują się w dużych ośrodkach miejskich. Jeżeli tak jest, to zadaniem sieci bibliotek publicznych, obejmującej swym zasięgiem nie tylko wielkie miasta ale również małe miejscowości, staje się podjęcie działań mających na celu zaspokojenie tych potrzeb informacyjnych. Po drugie - jak powszechnie wiadomo, kondycja finansowa bibliotek publicznych w Polsce nie jest najlepsza. W sytuacji, gdy z reguły skąpe fundusze należy rozdzielić pomiędzy różne instytucje, takie jak służba zdrowia, szkoły, ośrodki pomocy społecznej itp. biblioteki publiczne często odsuwane są na koniec owej listy. Rodzi się podejrzenie, iż dzieje się tak po części dlatego, że polska biblioteka publiczna - kojarzona głównie z literaturą piękną, postrzegana jest jako swego rodzaju instytucja luksusowa, na którą nie stać wielu gmin. Gdyby jednak stała się ona miejscem uzyskania praktycznie użytecznych (np. dla prowadzenia efektywnej działalności gospodarczej) informacji jej potoczny obraz byłby zapewne inny, ranga w danej społeczności - wyższa - a co za tym idzie - prawdopodobnie znalazłyby się odpowiednie środki finansowe na jej funkcjonowanie. Jeżeli dzięki zdobytej w bibliotece informacji można uzyskać większe dochody, uniknąć wymiernych strat, sprawnie założyć firmę, skutecznie zareklamować wadliwy produkt itp., to jest ona w danej społeczności (w tym - przez przedstawicieli lokalnego biznesu) percypowana jako placówka ważna a nawet wręcz niezbędna. Otwiera się tutaj również możliwość współpracy z firmami prywatnymi i państwowymi, co może zaowocować częściowym przynajmniej sponsorowaniem działalności bibliotecznej.

Oczywistym zadaniem oddziałów informacji biznesowej w bibliotekach publicznych jest zaspokojenie potrzeb użytkowników przez zgromadzenie adekwatnych pod względem treści, formy i sposobów udostępniania

³S. Arcisz, Potrzeby informacyjne w gospodarce rynkowej, Referat wygłoszony na III Krajowym Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Jastrzębie-Zdrój, 29 V - 2 VI 1995.

⁴D.Kaye, Information and business: an introduction, London 1991, s. 1-7.

źródeł informacji oraz przygotowanie odpowiednich, zgodnych z oczekiwaniami usług informacyjnych. Aby móc temu zadaniu podołać konieczna jest znajomość potrzeb i zachowań użytkowników. Ta część zgromadzonej na ten temat w krajach Zachodu wiedzy, która ze względu na swój stopień ogólności przekracza prawdopodobnie lokalne uwarunkowania, może być przydatna również bibliotekarzom polskim.

W wyniku badań przeprowadzonych w wybranych bibliotekach publicznych w Wielkiej Brytanii⁵ podzielono użytkowników informacji gospodarczej na dwie szerokie kategorie. Do pierwszej z nich zostali zaliczeni ludzie poszukujący informacji w związku z wykonywaną pracą, do drugiej - ci, którym informacja była potrzebna do osiągnięcia osobistych, prywatnych celów. Warto dodać, iż zbliżoną charakterystykę grup i potrzeb użytkowników informacji biznesowej podają również autorzy amerykańscy⁶.

Do pierwszej kategorii użytkowników informacji gospodarczej można zaliczyć:

- przedstawiciele firm komercyjnych
- przedstawiciele instytucji niekomercyjnych, organizacji społecznych, stowarzyszeń etc.
- naukowców i studentów nauk ekonomicznych
- pracowników administracji państwowej, polityków i dziennikarzy
- osoby pragnące założyć nowe firmy.

Jak już wspomniano, firmy komercyjne uważane są za podstawowego odbiorcę *business information*, dlatego warto dokładniej przyjrzeć się ich potrzebom informacyjnym. Dotyczą one:

- informacji o firmach, instytucjach, organizacjach itp. (*company/industry information, information about companies*); poszukiwane są wiadomości tak podstawowe, jak adresy, wielkości zatrudnienia, nazwiska członków zarządów, profil gospodarczy i tak kompleksowe, jak porównanie wyników finansowych przedsiębiorstw danej branży;
- informacji o rynkach (*market information*); chodzi tutaj o dane na temat ewentualnych zmian na rynku zarówno krajowym jak i zagranicznym, polityki reklamowej i marketingowej konkurentów, już istniejących i planowanych produktów, potencjalnych klientów (z uwzględnieniem trendów demograficznych i społecznych), możliwości rozwoju itp.;
- informacji finansowej (*financial information*), tj. o pieniądzu i papierach wartościowych (akcje, obligacje, waluty, giełdy etc.);
- informacji o produktach i usługach (*product and service information*); taka informacja służy m.in. ochronie własnych patentów, wzorów użytkowych, znaków towarowych, śledzeniu nowych rozwiązań technicznych, wreszcie - wyborowi najodpowiedniejszego pod względem cech, ceny czy dostawcy produktu, który firma ma zamiar nabyć;

⁵N. Roberts, D. Clarke, D. Craghill and D. White, Uses and users of public sector business libraries: a study based on Birmingham, Manchester and Nottingham libraries, *Journal of Librarianship* 1987, vol. 19 (4), s. 221-243.

⁶M. Ojala, Public library business collections and new reference technologies, *Special Libraries* 1983, vol. 74 (2), s.138-149.

-informacji ogólnej (*general information, background information*), tj. wiadomości na temat regulacji prawnych dotyczących gospodarki, mogących mieć skutki ekonomiczne zmian politycznych, wojen, poziomu inflacji, dochodu narodowego, wzrostu gospodarczego, systemu podatkowego itp.

Przedstawiciele firm poszukują informacji zarówno w postaci tradycyjnej (tj. na papierze) jak i elektronicznej (w tym online).

Duże przedsiębiorstwa z reguły posiadają własne ośrodki *business information*, małe i średnie firmy korzystają głównie z usług odpowiednich oddziałów bibliotek publicznych (posiadających często wydzieloną kolekcję dla *small business*), rzadziej - z usług bibliotek naukowych.

Druga - z wymienionych - szeroka kategoria użytkowników informacji gospodarczej obejmuje:

- poszukujących pracy (tj. zarówno bezrobotnych jak i tych, którzy chcą pracę zmienić)
- potencjalnych i aktualnych inwestorów (pragnących ulokować swoje oszczędności w akcjach, obligacjach, funduszach powierniczych)
- konsumentów chcących dokonać zakupu związanego z poważnym wydatkiem (nieruchomości, samochody itp.) lub bronić swych praw
- podatników poszukujących informacji podatkowej
- innych (np. poszukujących informacji adresowej, pasjonatów zagadnień gospodarczych, hobbystów).

Poszukujący pracy są zainteresowani wiadomościami na temat: ofert zatrudnienia, statusu prawnego, kondycji finansowej czy warunków pracy w poszczególnych firmach, działalności związków zawodowych i organizacji profesjonalnych oraz sposobów przynoszącego efekty zaprezentowania się potencjalnemu pracodawcy (chodzi tutaj o poradnictwo związane z pisaniem podań, curriculum vitae, właściwym zachowaniem się w czasie rozmowy kwalifikacyjnej).

Potencjalni inwestorzy korzystają ze źródeł informacji o firmach oraz informacji finansowej. Interesuje ich kondycja firm, perspektywy rozwoju, wiadomości z giełd papierów wartościowych i towarowych itp.

Z kolei potrzeby w zakresie informacji konsumenckiej (tj. o dostępnych produktach i usługach, cenach, serwisach gwarancyjnych i pogwarancyjnych, rzetelności producentów i dostawców, szkodliwości towarów dla środowiska itd.) w ostatnich latach wzrastają w związku ze wzrostem "świadomości konsumenckiej" i różnymi społecznymi działaniami na rzecz praw konsumenta.

Podatnicy poszukują przede wszystkim wiadomości o charakterze doradczym m.in. na temat wypełniania formularzy podatkowych oraz sposobów uzyskiwania ulg podatkowych.

Miejszem zaspokojenia opisanych potrzeb informacyjnych związanych z prywatnymi celami użytkowników informacji jest prawie wyłącznie lokalna biblioteka publiczna a dokładniej - jej oddział *business information*.

Zbiory i funkcjonowanie typowego oddziału informacji biznesowej zostaną przedstawione na przykładzie Oddziału Informacji Biznesowej Biblioteki Publicznej Buffalo i Hrabstwa Erie w USA (*The Business Information Department, The Buffalo and Erie County Public Library*), którego działalność autorka miała okazję poznać osobiście w roku 1993.

Placówka ta zorganizowana jest na zasadzie wolnego dostępu do półek oraz stacji komputerowych (co zresztą jest standardem w bibliotekarstwie amerykańskim) i połączona z czytelnią. Materiały udostępniane

podzielone są na dwie grupy. Pierwszą z nich stanowią wydawnictwa informacyjne, z których korzysta się na miejscu, drugą - podstawowe podręczniki, monografie i poradniki (dotyczące np. zasad zakładania firmy, podstaw księgowości, sposobów prowadzenia negocjacji, organizacji budżetu domowego itp.) - wypożyczane czytelnikom do domu. Polityka gromadzenia zbiorów oddziału⁷ nakierowana jest na źródła dotyczące m.in.: bankowości, handlu krajowego i zagranicznego, inwestowania, księgowości, małych i średnich firm, marketingu, reklamy i sprzedaży, organizacji i zarządzania, nieruchomości, polityki ekonomicznej i społecznej, pieniądza i instrumentów finansowych, podatków, różnych działów gospodarki (np. przemysł samochodowy, chemiczny, rolnictwo itd.), produktów i usług, rynku pracy i związków zawodowych, statystyki (światowej, krajowej, lokalnej), teorii i historii ekonomii, transportu, ubezpieczeń, zasad organizacji biura. W zbiorach wydzielone zostały dla wygody użytkowników kolekcje przedmiotowe i formalne, takie jak: *Small Business* (małe i średnie firmy), *Export/Import*, źródła statystyczne, informatory teled adresowe. Dodatkowo przygotowano dwa stoły z miejscami do pracy dla czytelników - jeden z wyłożonymi bibliografiami zawartości czasopism (*Index Table*), drugi - z materiałami dotyczącymi inwestowania (*Investment Table*). W oddziale znajduje się również zbiór dokumentów urzędowych i innych (raporty, sprawozdania, ulotki, oferty itp.) dotyczących możliwości i struktury zatrudnienia oraz problemów związanych z poszukiwaniem pracy. Najczęściej wykorzystywane przez użytkowników źródła umieszczono na biurku bibliotekarza udzielającego informacji. W skład kolekcji wchodzi również podstawowe czasopisma o problematyce gospodarczej, zbiór wycinków z prasy na temat lokalnego biznesu a także zestaw rocznych sprawozdań firm, których akcje są publicznie dostępne. Co więcej, w efekcie współpracy biblioteki z lokalnym urzędem podatkowym w oddziale znajdują się wszelkie formularze zeznań podatkowych do zabrania przez czytelników. Elektroniczne źródła informacji - bazy danych na CD-ROM umieszczone są w sześciu stacjach roboczych. Wyniki wyszukiwań użytkownicy mogą sobie wydrukować na papierze lub skopiować na własną dyskietkę. Każde stanowisko komputerowe zaopatrzone jest w ulotki omawiające zawartość danej bazy, sposób jej obsługi oraz drukowania rezultatów poszukiwań. Bazy danych zawierają informację faktograficzną o firmach amerykańskich i światowych (m.in. *American Business Disc*, *Compact Disclosure Canada*, *Compact Disclosure/Worldscope Global*), o handlu międzynarodowym (*National Trade Data Bank*), statystyczną (np. *Census of Manufacturers*, *Census of Retail Trade*) oraz bibliograficzną i dokumentacyjną (np. *General Periodical Index*, *Wilson Business Abstracts*). Dodatkowo czytelnicy mogą korzystać odpłatnie z ponad 400 baz danych online serwisów DIALOG i DOW JONES (w tym wypadku wyszukuje bibliotekarz). W oddziale znajduje się też opracowywana na miejscu - z punktu widzenia potrzeb użytkowników informacji gospodarczej - bibliografia zawartości ważniejszych lokalnych czasopism. Jest ona dostępna w postaci drukowanej i elektronicznej.

Komputerowe źródła informacji cieszą się dużym zainteresowaniem czytelników ponieważ łatwiej w nich wyszukiwać oraz ze względu na to, iż ich zawartość - w przeciwieństwie do źródeł drukowanych - może być praktycznie na bieżąco uaktualniana. Specyfiką potrzeb informacyjnych w zakresie *business information* jest wzmożone zapotrzebowanie na informację aktualną, w tym - dostarczaną w czasie rzeczywistym (*real-time*), tj.

⁷Collection development statement, Buffalo and Erie County Public Library, Business Information Department, Buffalo 1993, /mat. pow./.

równocześnie z jej powstawaniem. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest szybkie "starzenie się" informacji gospodarczej. Nie oznacza to jednak, iż informacja retrospektywna i materiały drukowane nie znajdują swych odbiorców.

Na pytania użytkowników związane zarówno ze źródłami informacji jak i obsługą sprzętu technicznego odpowiada dyżurny bibliotekarz, którego biurko umieszczone jest w widocznym i łatwo dostępnym miejscu. Charakterystyczna dla pracy oddziału informacji gospodarczej jest bardzo duża liczba kwerend telefonicznych, dotyczących z reguły informacji faktograficznej (np. adres firmy, nazwisko sprzedawcy, telefon instytucji, cena produktu, liczba zatrudnionych w jakimś przedsiębiorstwie itp.). W *Business Information Department* w Buffalo co najmniej jeden z bibliotekarzy zajmował się wyłącznie odpowiadaniem na pytania telefoniczne, tamtejsi bibliotekarzy podkreślali też ważność i konieczność świadczenia tego rodzaju usług. Ilość kwerend pisemnych była minimalna. Pracownicy oddziału kładą nacisk na stworzenie wrażenia profesjonalizmu, nie tylko, co oczywiste, poprzez znajomość źródeł informacji ale również poprzez odpowiedni ubiór i zachowanie wobec czytelników. Cechująca bibliotekarzy amerykańskich świadomość, iż nasz zawód ma charakter usługowy wobec ludzi przejawia się w dążeniu, by każdy użytkownik wyszedł z biblioteki zadowolony. Efektem takiej postawy jest wprowadzenie różnorodnych udogodnień dla czytelników. Należą do nich m.in.: wspomniana już możliwość drukowania lub kopiowania rezultatów poszukiwań w bazach danych, ogólnie dostępna kserokopiarka oraz liczne, bardzo pomocne ulotki. Ulotki te, przygotowane niewielkim kosztem, tj. opracowane za pomocą prostego edytora tekstów i powielone, zawierają nie tylko wskazówki ułatwiające poruszanie się po bibliotece i korzystanie z jej zbiorów (plany pomieszczeń, opis kolekcji i usług bibliotecznych, prezentacja źródeł elektronicznych itp.) ale również krótkie bibliografie selektywne na szczególnie interesujące użytkowników tematy (np. planowanie spotkań i konferencji w biznesie, przygotowywanie pism i kontraktów, opracowywanie planów marketingu i sprzedaży, zarządzanie osobistymi finansami) oraz materiały zawierające porady, przydatne adresy, wzory dokumentów - przeznaczone głównie dla ludzi prowadzących małe firmy. Warto dodać, iż już przy wejściu do gmachu biblioteki znajdują się strzałki kierujące do oddziału informacji gospodarczej. Jest to prosty ale skuteczny sposób zachęcenia potencjalnych użytkowników (którzy bardzo często nie są stałymi czytelnikami biblioteki) do korzystania z usług omawianej placówki.

Oddział Informacji Biznesowej współpracuje z korzyścią dla siebie z przedstawicielami lokalnego biznesu oraz odpowiednimi agendami rządowymi. Bibliotekarze promują swoje zbiory i usługi poprzez wystąpienia na zebraniach stowarzyszeń i instytucji przemysłowych i handlowych, rozsyłanie do firm informacji i zaproszeń do korzystania ze zgromadzonej kolekcji a także - organizowanie w pomieszczeniach biblioteki szkoleń, kursów czy spotkań ze znanymi osobistościami świata gospodarczego.

Business Information Department w bibliotece publicznej w Buffalo jest placówką dużą, zatrudniającą dziesięciu bibliotekarzy i posiadającą odpowiednie fundusze na swą wszechstronną działalność. Trzeba jednak pamiętać, iż nawet bardzo małe amerykańskie biblioteki publiczne, których nie stać na prowadzenie odrębnego oddziału informacji biznesowej, mają przynajmniej "kącik" informacji gospodarczej z podstawowymi, najbardziej poszukiwanymi materiałami.

Oddziały informacji biznesowej w bibliotekach publicznych na Zachodzie cieszą się nieustannym i niesłabnącym zainteresowaniem użytkowników. W *Buffalo and Erie County Public Library* twierdzono nawet, iż

liczba odwiedzających Oddział Informacji Biznesowej przewyższa liczbę wszystkich pozostałych czytelników biblioteki! Być może zatem i dla bibliotekarstwa polskiego otwierają się tu nowe, interesujące obszary do zagospodarowania.