

A GIVE program népszerűsítése érdekében világ körüli tájékoztató útra indult és minden kínálgató publikációs lehetőséget kihasznál a program szervezője. 1993 júniusában a bécsi Műszaki Egyetemen tartottak konferenciát Építészeti, várostervezési, telekommunikáció címmel, 1994-ben és 1996-ban Global Village kiállítás nyílik. Egy nemzetközi hálózati konferenciával készülnek a TeleEco-közösségek modelljének bemutatására, amely modell kutató laboratóriumként és dokumentációs központként fog működni.

(Kovács Katalin)

## VEZETÉS, IRÁNYÍTÁS

### Általános kérdések

Lásd 318, 374

### Munka- és rendszerszervezés, értékelés

#### 93/374

KEISER, Barbie E.: Quality management for libraries: a North American perspective = Aslib Inf. 21.vol. 1993. 6.no. 252-255.p. Bibliogr.

#### Jó minőségre törekvés a könyvtárakban; az észak-amerikai gyakorlat

*Igénykutatás -könyvtári szolgáltatásokra; Munkaszervezés; Olvasószolgálat; Vezetés*

A Malcolm Baldrige National Quality Award (amerikai cégeknek minőségi munkájukért kitűzött díj) tíz értékelési kritériuma közül az első a vásárlók igényeinek való megfelelés. Ez a

könyvtárakra vonatkoztatva azt jelenti, hogy minden termék, szolgáltatás és tevékenység feleljen meg a használó igényeinek, kívánságainak és véleményének. Ehhez a könyvtári munkafolyamatokat át kell szervezni a használót folyamatosan szem előtt tartva, az outputból kiindulva. Például meg kell vizsgálni, hogy a nyitva tartási idő igazodik-e a valódi igényekhez; lehetséges-e elektronikus hozzáférés a zárva tartás alatt; házhoz viszi-e a könyvtár a szolgáltatásokat, mit lehetne tenni a kényelmesebb és könnyebb üzletmenet érdekében stb. (Elég például csak néhány formázott floppyt a CD-ROM lejátszó mellé helyezni a letöltéshez.)

Ahhoz, hogy az igényeknek megfelelő információt szolgáltatssa a könyvtár, tudnia kell, kik a használói, mivel foglalkoznak és azt milyen színvonalon teszik. Egy jól hasznosítható információs termék kifejlesztéséhez a használói inputra már a tervezés-fejlesztés időszakában szükség van. Olyan termékeket és szolgáltatásokat célszerű létrehozni, amelyek több használói csoport érdeklődésére számot tarthatnak, majd e „generikus” termékeket vagy szolgáltatásokat a konkrét igényekhez igazítani.

A versenytársak tevékenységét nem érdemes „másolni”. Célszerűbb formális követő mechanizmust létrehozni, amellyel a potenciális versenytársak már megjelenésük előtt kiszűrhetők. Hatékony módszer partneri viszony létesítése a versenytársakkal.

Az igények időben változnak. A rugalmasság és a termékek folyamatos hozzáigazítása a használók igényeihez megnöveli a használók bizalmát. A régi használók megtartása a legjobb reklám, fontosabb új használók megnyerésénél. Termékeként és gyakoriság szerint érdemes nyilvántartani, hogy a törzshasználók mióta tartanak ki.

A panaszok kezelése jól mutatja, hogy a használót mennyire tartják becsben. Ha valaki panaszt tesz, még lát esélyt arra, hogy az adott könyvtár mellett kitartson. Az egyes panaszokkal kapcsolatban érdemes dokumentálni a könyvtár döntését: mi fog változni, mi marad a régi és miért. Újszerű megoldás a panaszok (itt már inkább javaslatok!) és az intézkedések publikálása a könyvtár híradójában. A javaslattevők akár jutalmazhatók is, például egy ingyenes kereséssel.

A minőségbiztosítás a vezetésben azt is jelenti, hogy a munkatársak személyes igényeit (például az őket motiváló tényezőket) ismerik és

kielégítik. Hamar elérhető, és a személyzet, a használók és a vezetés számára egyaránt könnyen áttekinthető célokat érdemes kitűzni. A jutalom segítse a további munkát (pl. gépek vásárlása, képzés). Módot kell adni arra, hogy a személyzet tagjai is elismerhessék egymás munkáját. Elengedhetetlen a munkaköri leírás és teljesítményértékelés.

Napjaink információs szakembere számos intézménynek és személynek tartozik felelősséggel tevékenységének minőségéért, ezek az alábbiak: saját intézménye, a használók, beosztottai, munkatársai, az információipar egyéb szereplői.

(Hegyközi Ilona)

---

## Pénzügyi és gazdasági kérdések

---

93/375

WINKWORTH, Ian: Turnover is vanity: how to raise cash in libraries = Libr.Assoc.Rec. 95.vol. 1993. 5.no. 290-291.p.

### Hogyan növelhető a könyvtár bevétele?

*Felsőoktatási könyvtár; Költségelemzés; Térítésszolgáltatás*

A könyvtárak tipikusan nem bevételszerzésre jöttek létre, hanem a közösség számára való szolgáltatásként, amelyet az állam az adókból támogat. Néhány szolgáltatásért a könyvtárak közvetlenül térítést kérnek vagy másfajta bevételből finanszírozzák azt. Tipikus esetben adókból származik a gazdálkodási keret legalább 90%-a.

Még egy tipikus felsőoktatási könyvtár bevételeinek is csak igen kis része származik a külső kliensektől (a cikk példájában ez 11%). Tevékenységének döntő részét ingyenes szolgáltatások képezik az elsődleges használók számára.

A vegyes gazdálkodási környezetben, amelyben a legtöbb könyvtár működik, a „fizető” használó a könyvtári erőforrásokat a szándékoltnál jóval inkább igénybe veheti. Mégis gyakori feltételezés, hogy a térítéses szolgáltatás profitja támogatja az ingyenes szolgáltatásokat.

A könyvtár kiadásai többféle kategóriába sorolhatók. A közvetlen költségek (a személyzet fizetése) mellett vannak rezsiköltségek (a vezető fizetése, világítás stb.) és tőkebefektetés (épület, állományfeltárás) is. Felmerülnek ún. alkalmi költségek is, mint például a vezetés ideje, amelyet a térítéses szolgáltatások létrehozására és ellenőrzésére fordítanak (a fő tevékenység helyett). Ha minden szolgáltatás térítéses lenne, és mindegyik csak a közvetlen költségeket fedezné, a könyvtári szolgáltatás egésze nem is lenne működőképes.

A szolgáltatások térítési szintjének meghatározására jó példa a másolás. A legtöbb könyvtár a kért térítést a közvetlen költségek, esetleg az adminisztratív rezsiköltségek figyelembevételével határozza meg. A tőkebefektetés költségeit figyelmen kívül hagyják. Vannak olyan térítéses könyvtári szolgáltatások, amelyek a tőkebefektetést és az új vállalkozásba befektetendő profitot is figyelembe veszik. Hosszú távon ez a valódi kereskedelmi, bevételekre törekvő vállalkozás célja.

Mivel a térítéses szolgáltatások részesedése egyre inkább meghaladja a 10-15-20%-ot, komolyan felmerül, hogy vajon teljességgel az adókból kell-e fedezni a rezsiköltségeket és a tőkebefektetést. Ha ez a cél, a szolgáltatások korlátozása lehet a következmény: az adófizetők rejtett módon anyagilag támogatják a térítést fizetőket.

A felsőoktatási könyvtárakban felmerülő költségek kb. egyharmada a közvetlen szolgáltatásokkal kapcsolatos. Ahhoz, hogy egy szolgáltatás valóban önfenntartó legyen, a térítésnek kb. a közvetlen költségek négyszeresének kell lennie. Ilyen árak mellett viszont határozottan beszűkül a piac.

A könyvtár a bevételre törekvés szempontjából erősségeket és gyengeségeket (ezekből több van) egyaránt mutat. Az egyetemi könyvtárak példájánál maradva, erősség például a nagy meglévő tőke, a személyzet ismeretei, szolgáltatási szemlélet, kapcsolatok az egyetemi oktatókkal stb.; gyengeség pedig, hogy az elsődleges feladat az egyetem tevékenységének támogatása, a személyzet és az épület már így is túlterhelt, az ingyenes közkönyvtári szolgáltatások versenyhelyzetet teremtenek stb.

A könyvtárosoknak nem kell feltétlenül üzleti készségekkel rendelkezniük ahhoz, hogy intézményük fennmaradjon az egyre inkább kommercializálódó világban. Rendkívül fontos vi-

szont, hogy megértsék és megfogalmazzák a bevételszerzés célját és feltételeit, üzleti tervet készítsenek és annak teljesülését kísérik figyelemmel.

(Hegyközi Ilona)

### 93/376

IIVONEN, Mirja – SAVOLAINEN, Reije: Time to pay? The practices and challenges of charging for database searches in Finland = Online CD-ROM Rev. 17.vol. 1993. 3.no. 149-155.p. Bibliogr.

### Az adatbázis-keresés díjszabási politikája Finnországban

*CD-ROM; Online információkeresés; Térítéses szolgáltatás*

A cikk áttekinti az adatbázisokban való keresés díjszabási politikájának és gyakorlatának kérdését és problémáit Finnországban. 24 tapasztalt keresővel 1991 tavaszán készült egy interjúorozat: egyharmaduk közművelődési, egyharmaduk felsőoktatási, egyharmaduk társadalomtudományi szakkönyvtárban vagy információs intézményben dolgozott, minden interjúalany más intézményben. Mindegyik könyvtári szektor más gyakorlatot folytat a térítések terén. Jelenleg a közművelődési könyvtárakban az adatbázisokban való keresés ingyenes. A felsőoktatási könyvtárakban a díjszabás politikája és gyakorlata könyvtáranként jelentős mértékben eltér. A szakkönyvtárakban és tájékoztatási intézményeknél az adatbázisokban főként az intézmény munkatársai számára végeznek keresést, a külsők számára a használat korlátozva van. A díjszabással kapcsolatos problémák a fentiek szerint eltérőek. A közművelődési könyvtárakban az ingyenesség a keresési igények felhalmozódását okozza és kielégítésükhöz nem állnak rendelkezésre elegendő források. A felsőoktatási könyvtárakban a legtöbb probléma a díjszabás sokféleségéből és bizonytalanságából adódik. A szakkönyvtárakban és tájékoztatási intézményekben nem ilyen problematikus a helyzet. A díjszabási politika és gyakorlat és az abból adódó problémák tehát intézményenként eltérőek, s ugyanez a helyzet azokkal a kihívásokkal, amelyekkel a könyvtáraknak szembe kell nézniük az

adatbázisokban végzett keresésekért felszámított térítés ügyében.

(Autoref.)

*Lásd még 322, 331*

---

### Személyzet

---

### 93/377

SIMON, Hans-Reiner: Computerberufe und Informationsberufe. Versuch eines Statusberichtes durch Beobachtung des Stellenmarktes = ABI-Tech. 13.vol. 1993. 2.no. 121-124.p.

Res. angol nyelven.

### Számítógépes és információs szakemberek. Helyzetkép az állás piac alapján

*Dokumentáló -felsőfokú; Munkabér, alkalmazás; Munkakör*

A számítógépeket az ipari társadalom szinte minden területén alkalmazzák. A számítógépes munkaköröket Dostal mag- (fejlesztő, informatikus), határterületi (alkalmazói) és vegyes kategóriába sorolta. A tájékoztató szakemberek, akik szakmai információkereséssel foglalkoznak, adatbázisokat és más információforrásokat kezelnek, a vegyes kategóriába kerültek. A határterületi és vegyes szakmai csoport összehasonlítása, ismereteik és képzettségük átfedő területeinek meghatározása igen nehezen lehetséges; továbbá ritkán fordul elő mobilitás a két csoport között.

(Autoref. alapján)

*Lásd még 377, 388*

---

### Módszertani irányítás

---

### 93/378

MICHNAL, Władysław: Czy my instruktorzy będziemy potrzebni? = Bibliotekarz. 1993. 4.no. 9-11.p.

## Ránk, vajdasági módszertanosokra, szükség lesz-e még?

*Megyei könyvtár; Módszertani munka*

A lengyel vajdasági könyvtárak instruktoraik körében nagy a bizonytalanság. Sokan úgy vélik, hogy az új körülmények közepette munkájukra nem lesz szükség. Meg lehet őket nyugtatni: minden bizonnyal lesz, bár meg kell újulniuk, alkalmazkodniuk kell az új körülményekhez.

Az egyik terület, ahol érvényesülhetnek, a marketing módszerek elterjesztése a járási és a helyi könyvtárakban. A környezet tüzetes ismerete ui. nem egyszer előfeltétele a fenntartó dotálási hajlandóságának. A marketing tanácsadás ezen felül vonatkozhat nyelvtanfolyamok szervezésére, helyismereti kiállítások rendezésére, videotékák létesítésére, az író- és irodalompropaganda korszerű módszereire, a könyvtári állományok újrahasonosítására, gépesítésre–automatizálásra, stb.

A public relations területe is új feladatokat kínál az instruktorok számára. Így: a különféle könyvtárak pozitív „image”-ének kialakításában, a fenntartók és más helyi szervezetek informáltságának biztosításában, statisztikai elemző módszerek elsajátításában, fenntartói döntéselőkészítésben lehet hasznos az instruktorok segítsége.

Végül a könyvtári munka technológiai és tartalmi korszerűsítésében nyerhetnek hasznos elfoglaltságot az instruktorok. Ennek kereteit a különféle képzési és továbbképzési vállalkozások adják meg.

A fenti tevékenységek azonban csak akkor indulhatnak virágzásnak, ha az instruktorok, sokkal jobban, mint eddig, szigorúan az éppen megsegíteni akart könyvtár körülményeiből indulnak ki, s mindvégig hozzájuk igazodnak.

(Futala Tibor)

---

## Marketing, közönségkapcsolatok

---

**93/379**

KLINDER, Sabine: Corporate Identity – Ein Konzept für Öffentliche Bibliotheken? = Bibliothek. 17.vol. 1993. 1.no. 38-55.p. Bibliogr.

Res. angol és francia nyelven.

## Az „intézményi azonosság” érvényesülése a közművelődési könyvtárakban

*Közművelődési könyvtár; Marketing*

Egyre több közművelődési könyvtár kezdi alkalmazni a vezetési technikákat. Ennek során a (non-profit) marketing bevált az igények felmérésében és a használók kiszolgálásában. A közművelődési könyvtáraknak, hasonlóan az üzleti vállalkozásokhoz egyre inkább a „piachoz” kell igazodniuk. Néhány éve az ipar egyre inkább használja az „intézményi azonosság” (Corporate Identity) módszerét. Úgy tűnik, hogy az egységes identitás belülről kezdeményezett létrehozása (a személyzet, a termékek, a szolgáltatások és az intézmény megjelenése területén), és annak külső hatása (a használókra, a közvéleményre, a környezetre és a versenytársakra) hozzájárul a jó munkakörülményekhez, a jobb imázshoz és a hatékonyság növekedéséhez. A legújabb szakirodalom alapján a cikk tárgyalja a CI történetét és különböző vetületeit, megmagyarázza a CI-konceptió megvalósításának fázisait, és alkalmazását a közművelődési könyvtárakban.

(Autoref.)

**93/380**

JASTREBOVA, Jelena: Bibliomarket in Russland = Bibliotheksdienst. 27.vol. 1993. 6.no. 899-902.p.

## A Bibliomarket vállalkozásról

*Marketing; Szakértő*

Az új gazdasági körülmények között az orosz közművelődési és tudományos könyvtárak – az első sokk után – megpróbálják törvényes helyüket megtalálni a társadalomban, és tevékenységük megszervezéséhez a marketing-stratégiát is egyre inkább igénybe veszik.

A „marketing-dzsungelben” a helyes út megtalálásához segít a „Bibliomarket” Tudományos Innovációs Központ. Ez az orosz viszonylatban szokatlan cég 1992 elején alakult Moszkvában.

Munkáját az önfinanszírozás, a piac igényeihez való igazodás, mobilitás, gyorsaság, a konkurrencia és a partnerek kínálatának figyelemmel kísérése jellemzi.

A Bibliomarket munkatársai jólképzett, energikus, fiatal szakemberek, többségükben nők. Fő törekvésük, hogy elősegítsék a munka minőségének javítását a könyvtárakban annak érdekében, hogy azok nagyobb veszteségek nélkül tudjanak áttérni a piacgazdaságra.

Az elkövetkezendő időkre a Bibliomarket komplex cselekvési stratégiát és taktikát dolgozott ki. 1993-ra a következő aktuális és különösen fontos feladatokat tűzték ki:

1. Marketing-oktatás és a könyvtári gazdálkodás jogi kérdéseivel kapcsolatos speciális szemináriumok szervezése (melynek témái pl. az adófizetés, a járulékos könyvtári, bibliográfiai és információs szolgáltatások kalkulációja) Moszkvában és kívánság esetén Oroszország és a FÁK más városaiban.

2. Könyvek, segédkönyvek, monográfiák és gyűjteményes kötetek kiadása a marketingről, a személyzeti vezetés modern módszereiről a könyvtárakban, a konfliktusok feloldásának módjairól, a könyvtárak arculatának kialakításáról, a könyvtári propaganda eszközeiről stb.

3. A piacgazdaság körülményei között folyó könyvtári munka pozitív tapasztalatainak gyűjtése és kiértékelése.

4. A piackutatás módszertanának kidolgozása és terjesztése, a könyvtári munka hatékonyságának meghatározása és a produktív és improduktív szféra marketing-koncepciójának kialakítása érdekében.

5. Tanácsadás könyvtárak és más, nem kereskedelmi szervezetek számára minden őket érdeklő kérdésben, pl. a könyvtárak és más intézmények, cégek közötti szerződés formájával és tartalmával kapcsolatban, a kommunikáció pszichológiájáról, a könyvtárhasználóra gyakorolt pedagógiai hatásról, a számítástechnika optimális alkalmazásáról ill. a használatba való bevezetéséről.

6. A könyvtárosok kurrens és retrospektív tájékoztatása az újonnan kiadott és a könyvtárak

által beszerzett menedzsment és marketing témájú, orosz és más nyelvű irodalomról. A „Business and Marketing” című bibliográfia már nyomtatott és elektronikus formában is hozzáférhető.

A Bibliomarket munkatársai keresik a német könyvtárakkal, könyvtárosegységekkel való együttműködés lehetőségét tapasztalatcsere és közös kutatások előmozdítása céljából.

(Feimer Ágnes)

### 93/381

SKOWERA, Helga-Martina: Ausstellungen als Mittel der Öffentlichkeitsarbeit wissenschaftlicher Bibliotheken. Ein Vergleich mit anderen kulturellen Einrichtungen = Bibliothek. 17.vol. 1993. 1.no. 56-103.p. Bibliogr.

Res. angol és francia nyelven.

### A kiállítások mint a tudományos könyvtárak PR-munkájának eszközei. Összehasonlítás más kulturális intézményekkel

*Általános tudományos könyvtár; Kiállítás; Közművelődési könyvtár; Public relations*

A közművelődési könyvtárak, levéltárak és múzeumok public relations tevékenységének összehasonlítása a tudományos könyvtárakéval, különös tekintettel a kiállításokra. A public relations fogalmának és funkcióinak meghatározása. Időrendi, összehasonlító leírás a PR fejlődéséről az említett kulturális intézményekben. A PR szükségességének mérlegelése. A kiállítási tevékenység motívumai és céljai a tudományos könyvtárakban és más kulturális intézményekben. A kiállítási tevékenység tendenciái és speciális (pénzügyi, állományvédelmi, biztonságtechnikai és a kölcsönvett műalkotások kezelésével kapcsolatos) problémái.

(Autoref.)

*Lásd még 326*