



BİZNES SAHƏSİ ÜZRƏ MƏLUMAT TƏLABATÇILARINA KİTABXANA-İNFORMASIYA XİDMƏTİNİN MÜASİR İSTİQAMƏTLƏRİ

Sevda KƏRİMOVA

Bakı, AMEA,

sevda.kerimova1@gmail.com

Современные направления библиотечно-информационного обслуживания потребителей деловой информации

Резюме: Автор статьи старался исследовать проблему библиотечно-информационного обслуживания потребителей деловой информации в условиях современного информационного общества. В статье так же анализируется роль библиотеки, которая является основным учреждением в сбори, сохранении и передачи бизнес информации и участие ее как коммуникационного обмена и управления знаниями.

Modern trends of library and information services to the consumers of business information

Abstract: The author tried to investigate the problem of library and information services to the consumers of business information in today's information society in the article. The article also analyzed the role of library as the key establishment in the collection, retention and transmission of business information and participation of both communication and exchange of knowledge management.

Açar sözlər: biznes mühiti, informasiya tələbatı, kitabxana-informasiya xidməti, sahibkarlıq, marketing

Ключевые слова: деловая среда, информационные потребности, библиотечно-информационная обслуживания, предпринимательство, маркетинг

Keywords: business environment, information needs, library-information service, entrepreneurship, marketing, business, information

Giriş

Respublikada son illərdə baş verən dəyişikliklər kontekstində sabitliyi, əhalinin müxtəlif təbəqələrinin sosial təminatını, yüksək həyat səviyyəsini təmin edən sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı ilə informasiya cəmiyyətinə doğru inkişafı olan ehtiyac fundamental iqtisadi, hüquqi və sosial-iqtisadi problemlərin həllində iqtisadi informasiyanın rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Müstəqil, lakin bir-biri ilə sıx əlaqədar olan iqtisadiyyat, sosiologiya və hüquq sahələri sənədlə, biblioqrafik və faktoqrafik sosial-iqtisadi informasiya axınıni təşkil etməklə, bu elm və təcrübə fəaliyyət sahələrinə biblioqrafiya ilə bağlı vahid təhsil - sosial-iqtisadi kompleks kimi yanaşmaq imkanı verir.

Yeni sosial-iqtisadi şəraitdə iqtisadi məlumatların istehlakçılarının əhatə dairəsi genişlənməklə yanaşı, onların informasiya tələbatları da əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Eyni zamanda, iqtisadiyyat, sosiologiya, hüquq sahəsində fəaliyyət göstərən mütəxəssislərlə yanaşı, gündəlik sosial və iqtisadi məsələlərin həll edilməsinə ehtiyac duyan, əhəlinin müxtəlif təbəqələrini təşkil edən müxtəlif elm sahələrinin mütəxəssisləri və peşə sahibləri tərəfindən də həm yerli, həm də xaricdə nəşr olunmuş iqtisadiyyat üzrə ədəbiyyata və dövrü nəşrlərə olan tələbatlar da artmışdır. Əhəmiyyətli dəyişikliklər iqtisadi mövzuda olan informasiya ehtiyatlarında da baş vermişdir: yeni tematik istiqamətlərin formalaşdırılması; müxtəlif iqtisadi məlumat axınlarının formalaşdırılması; məlumatın əhəmiyyətli dərəcədə yayılması; müxtəlif məlumat mənbələrinin sürətlə köhnəlməsi; yeni elektron, bibliografik və faktoqrafik informasiya resurslarının yaranması; informasiya resurslarının yeni janrlarının yaranması; çox sayda dövrü nəşrlərin meydana gəlməsi; müxtəlif məlumat, təhsil, rəsmi və istehsalat təcrübələrinə dair iqtisadi ədəbiyyatın nəşr olunması və s. Qeyd olunan dəyişikliklər istehlakçıların informasiya ehtiyaclarını ödəmək üçün sənədlərin sürətli, həm də sistemli emal və seçimini təmin etmək üçün nəzəri anlayışa tələb edir (4, 4).

Məsələnin qoyuluşu

Universal elmi kitabxanalarda biznes sahəsi üzrə informasiyanın daha səmərəli təqdim olunması region üzrə istifadəçilərin informasiya tələbatının, informasiya bazarının cari vəziyyətinin və inkişaf əhəmələrinin daimi və kompleks monitorinqini həyata keçirmədən mümkün deyildir. Məhz buna görə də, elmi kitabxanaların əsas iş prinsipi bu məsələlərin öyrənilməsi istiqamətində həyata keçirilir.

Sahibkarlığa dair informasiya xidməti bu fəaliyyətin nəvündən asılı olaraq həyata keçirilir. Məlum olduğu kimi, sahibkarlıq maliyyə, istehsal və kommersion fəaliyyətlərinə bölünür.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə sahəsi bank və birja məlumatlarının telekommunikasiya kanallarının kifayət qədər çoxşaxəli mərkəzləşmiş informasiya dəstəyinə malikdir. Kitabxana işçilərinin bu fəaliyyət nəvünün informasiya təminatı proseslərində iştirakı köməkçi xarakter daşıyır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin istehsal sektoruna gəldikdə isə, burada informasiya təminatının nizamlı sisteminin mövcud olmadığı pərakəndə və dağınıq məlumatlarla bağlı ciddi problemlər vardır.

Analoji olaraq, sahibkarlıq fəaliyyətinin kommersion sektorunun informasiya təminatındaki vəziyyət də təyin olunur. Bu istiqamətin əsas xüsusiyyətini məhsul və xidmətlərin konkret növlərinə olan tələb və təklifə dair məlumatlardan ibarət olan nəşrlərə yaranan marağın artması təşkil edir. Bu informasiya kütləsi daha az sistemləşdirilməklə, çap və elektron nəşrlərdə daha çox səpələnmiş haldadır.

Müasir dövrdə universal elmi kitabxanalar cəmiyyətin informasiya tələbatını ödəyən və ixtisaslaşmış təhsil və peşəkar kadr hazırlığının həyata keçirilməsi üçün vacib olan informasiya fonduna malik müəssisələr kimi, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə

məşğul olan iş adamlarına istehsal sahəsinin inkişaf etdirmək üçün vacib olan informasiyanın əldə edilməsini təşkil edən mərkəzlərə çevrilmişdir.

Sözsüz ki, biznes sektoruna xidmət sahəsində kitabxanalar üçün daha sadə və daha məqbul variant iqtisadiyyatın yalnız bir sektoru, məsələn, neft-kimya sənayesi üzrə işgüzar informasiyanın təşkili ola bilərdi. Bu cür təşkil olunmuş yanayışa zamanı informasiya tələbatlarını öyrənmək və uyğun olan informasiya ehtiyatlarını təşkil etmək daha asan olardı.

Uyğun variant kimi, elmi kitabxananın bazası əsasında sahibkarlar assosiasiyasına və ya biznes kluba xidmət göstərəcək "yerli" biznes-kitabxana yaradılması məsələsinə baxmaq olardı. Bu halda biznes kitabxanasının iş proqramı kitabxana xidmətlərinə və uyğun informasiya ehtiyatlarının formalaşdırılmasına olan tələbatı təmin edəcək həmin kompleks informasiya sifarişçiləri tərəfindən təyin olunardı.

Respublikada informasiya xidməti bazarının öyrənilməsi göstərir ki, sahibkarlara informasiya xidmətini yuxarıda sadalanan variantları hələ inkişaf etməmişdir. Kiçik biznes nümayəndələrinin informasiya təminatında isə daha çox problemlər mövcuddur. Elmi kitabxanaların iş təcrübəsi göstərir ki, hazırda kiçik bizneslə məşğul olan müəssisələr müvafiq peşəkarlarla bərabər, eyni zamanda, öz kitabxanalarına və informasiya mərkəzlərinə malik deyildir. Məhz bu oxucu kateqoriyası öz strukturunda biznesə dair informasiya ilə bağlı olan və biznes sahəsinin informasiya təminatını həyata keçirən ixtisaslaşmış fond və bölmələrə malik universal kitabxanaların informasiya xidmətinə üz tuturlar.

Məsələnin həlli yolları: Sahibkarlıq fəaliyyətinin sahəvi, kollektiv və ya fərdi sahibkarların bir dəfəlik sorğuları səviyyəsində təmin oluna biləcək hər hansı növünün informasiya tələbatının öyrənilməsi məsələyə kompleks yanaşmanı tələb edir. Bununla da onların arasında fərqlər aşağıdakılarla təyin olunur:

- * sahibkarlıq formaları;
- * işçilərin sayı;
- * iş ştatlarının ixtisas səviyyəsi;
- * şirkətin bazarda tutduğu mövqə və s.

Mövcud fərqlər göstərilən oxucu kateqoriyası üçün informasiya bazarı və informasiya xidmətinin vəziyyəti haqqında marketinq məlumatlarının dəqiq sisteminin qurulmasını tələb edir.

Hələ 1994-cü ildə Morris qeyd edirdi ki, ənənəvi informasiya xidmətləri və müəssisələri buna əsaslanaraq yaradılmışdır ki, hər bir informasiya sistemdən və ya məlumat mənbəyindən əldə edilərək istifadəçiyə lazım olan zamanda və lazımi formatda ən uyğun üsulla çatdırıla bilən obyektiv məsələləri ehtiva edir. İstifadəçilərin tələbatlarının hansı sahəyə aid olmasından asılı olmayaraq, hər zaman bu tələbatları ödəyən bilən informasiya mövcuddur. Bu ənənəvi model iş qüvvəsinin ilk növbədə kitabxana fondlarının komplektləşdirilməsi və fondla iş istiqamətinə yönəlməsini tələb edir. Kitabxanalar və informasiya mərkəzləri öz fondlarından istifadə etməklə yanaşı, çoxsaylı məqalələrdən çıxarıları, xülasələri və hətta tam mətnləri əhatə edən Məlumat Bazalarına çıxışı təmin edirlər. Kitabx-

anaçılar və informasiya təchizatçıları əmindirlər ki, istifadəçilərin tələbat və arzuları onlara məlumdur (3, 76).

Əksər hallarda istifadəçilər xidmətdən razı qaldıqlarını bildirirlər. Şikayətlər daha çox xidmətin ləng aparılması və lazım olan kitabın əldə edilməsinin mümkün olmamasından irəli gəlir. Bu şikayətlərə verilən reaksiya isə daha sürətli xidmət göstərilməsi məqsədilə fonda yeni ehtiyatların və ştata yeni əməkdaşların əlavə edilməsinə edilən cəhdlə müşayiət olunur.

Əksəriyyətin qəbul etdiyi kimi, xidmətin keyfiyyəti və oxucu sorğularının ödənilməsi hər bir müəssisənin fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Kitabxanalar və digər qeyri-kommersiya informasiya təchizatçıları müştərilərin sorğularına yalnız reaksiya verməklə deyil, həmçinin, marketing informasiya sisteminin qurulmasının əsasını təşkil edən və ədəbiyyatda "müşəri yönümlü" üsul adlanmaqla oxucu tələbatına yönələn daha geniş üsuldən istifadəyə əsaslanan xidmətin təşkilinə can atırlar. Bu üsul aşağıdakı tərkib hissələrdən ibarətdir:

- * tələbatların təhlili,
- * tapşırıqların təhlili,
- * ehtiyatların qiymətləndirilməsi,
- * istifadəçi davranışlarının modelləşdirilməsi,
- * istifadəçi sisteminin layihələşdirilməsi.

Müxtəlif qruplara mənsub olan istifadəçi tələbatlarının təhlili və onların qarşısında duran problem və informasiya ehtiyatlarının mövcudluğu məsələsi keyfiyyəti informasiya xidməti sisteminin işləni b hazırlanmasında ilk addımları təşkil edir. Biznes nümayəndələrinin informasiya tələbatlarının öyrənilməsi aşağıdakı istiqamətlərdə aparıla bilər:

- * bizneslə məşğul olan müəssisənin fəaliyyət göstərməsi üçün nəzəri əhəmiyyəti olan informasiya növləri;
- * sahibkarların mal və xidmətlər üzrə bazarın marketing araşdırmasına olan münasibəti;
- * informasiya əldə edilməsinin yeri və formasına verilən üstünlüklər;
- * sahibkarların məlumatlandırma və maarifləndirici xarakter daşıyan tədbirlərdə iştirak etmə marağı və arzusu.

Bu araşdırma ilkin xarakter daşdığı üçün buraya istifadəçilər barəsində demografik məlumatlar olan yaş, cins, təhsil səviyyəsi və s. kimi geniş məlumatlar daxil edilməmişdir.

Qeyd olunan məsələlərin təhlili göstərmişdir ki, oxucuların çoxunun xarici firma və şirkətlərlə maraqlandıqları ötən illərdən fərqli olaraq, hal-hazırda sorğuların daha çox hissəsi ölkədə fəaliyyət göstərən istehsal sahələri, regional və ölkə üzrə qiymətlər barəsindədir.

Eyni zamanda, biznesmenlərin ös fəaliyyət sahələrinə uyğun olan yeni məhsullarla tanış olmaları barədəki sorğuları da oxucu sorğuları içərisində əsas yer tutur. Nəzəri olaraq, hər bir sahibkar daim onun məhsul, texnologiya, istifadəçi əhatəsi, məhsulun keyfiyyəti və qiymətlərin dəyişikliyi ilə əlaqədar

olaraq uğur qazanmasına gətirib çıxara biləcək yeni fəaliyyət üsulları axtarmaqdadır.

Belə vəziyyət bir tərəfdən, innovativ proseslərə informasiya dəstəyinin kifayət qədər inkişaf etməmiş infrastrukturunu ilə izah olunursa, digər tərəfdən, sahibkarların kifayət qədər inkişaf etməmiş informasiya mədəniyyətinin səviyyəsi ilə izah olunur.

Informasiya işçilərini maraqlandıran digər məsələ - biznesmenlərin bazarın marketing tədqiqatlarına olan münasibətidir. Ümidverici fakt ondan ibarətdir ki, sorğuların 78 %-i, yeni daha çox hissəsi bu tədqiqatların aparılmasına yönəlmişdir. Beləliklə, müasir sahibkarlar marketing tədqiqatlarının nəzəri faydasını biznes proseslərinin həyata keçirilməsində görürlər. Araşdırmalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, şirkətlərin 66 %-i marketing tədqiqatlarını müstəqil olaraq həyata keçirir, 12 %-i informasiya mərkəzlərində (firmalarda) sifariş edir, 22 %-i isə heç bir tədqiqat aparmır (2, 50).

Belə demək olar ki, sahibkarlar əsasən yaşadıkları ərazi üzrə informasiya resurslarından istifadəyə üstünlük verirlər. Kitabxanalara edilən müraciətlərin və istifadəçilərin say etibarilə azlığı isə belə nəticəyə gəlməyə əsas verir ki, ölkə ərazisində kitabxanaların və digər informasiya müəssisələrinin informasiya ehtiyatları və xidmətləri üzrə reklam tədbirlərinin müəyyənləşdirilmiş sistemi mövcud deyildir. Hətta sahibkarların bir çoxu işgüzar informasiyanın universal elmi kitabxanalardan əldə edilməsinin mümkün olmasından belə xəbərsizdirlər.

Məlumat və maarifləndirici tədbirlərə gəldikdə, aparılan tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, biznes sahəsinin nümayəndələrinin daha çox hissəsi kitabxanalar tərəfindən təklif olunan kompleks maarifləndirici xidmətlər əldə etmək istəyirlər. Bu xidmət növləri içərisində seminarlara daha çox üstünlük verilir. Kitabxanalar bu istiqamətdə xidmət şəbəkəsini genişləndirməklə aşağıdakı iş formalarını tətbiq edə bilərlər:

- * sahələr üzrə yeniliklərə olan marağa həvəsləndirici təsir göstərə biləcək qısamüddətli seminarlar;
- * məlumat əldə edilməsi texnologiyasının idarə olunması üçün funksional yönümlü kompleks biliklərin əldə edilməsinə imkan yaradan məktəb-seminarlar;
- * dəqiq müəllif proqramları üzrə nəzəri və təcrübə biliklərin verilməsinə yönəldilmiş müxtəlif səviyyələr üzrə kurslar;
- * əldə edilmiş nəzəri biliklərin iş prosesində möhkəmləndirilməsinə yönəldilmiş təcrübələr.

Nəticə:

Göründüyü kimi, oxucu sorğuları barəsində araşdırmalar aparılarkən istifadəçilərin demografik xüsusiyyətləri, məlumatın əldə edilməsinə görə ödənişlərin hansı yolla edilməsi və digər məsələlər də öz əksini tapmalıdır. Bu istiqamətdə baş verə biləcək gələcək inkişaf prosesi informasiya tələbatlarının müştəri yönümlü öyrənilmə üsuluna uyğun olaraq həyata keçirilməlidir.

Sahibkarların informasiya tələbatlarının öyrənilməsi şəbəkənin fəaliyyətində əsas problemlər olan fondun komplektləşdirilməsi, ölkə üzrə elektron informasiya

AMEA MEK-DƏ İNFORMASIYA MENECMENTİNİN TƏTBİQİ MƏSƏLƏLƏRİ

Orxan AĞAMIRZƏYEV

AMEA, Bakı, Azərbaycan

Прикладные вопросы информационного менеджмента в работе ЦНБ НАНА

Резюме: В статье рассматриваются прикладные вопросы информационного менеджмента в работе Центральной Научной Библиотеки Национальной Академии Наук Азербайджанской Республики, проблемы информационного менеджмента, и вопросы информационного обеспечения современного менеджмента. Проводятся теоретический анализ уровня обслуживания и информационного общества.

Abstract: The article discusses the application of information management issues in the Central Scientific Library of the National Academy of Sciences of the Republic of Azerbaijan, the problems of information management, information provision and issues of modern management. It takes a theoretical analysis of the level of service and information society.

Açar sözlər: İnformasiya menecmenti, informasiya təminatı, informasiya cəmiyyəti.
Ключевые слова: Информационный менеджмент, информационная обеспечение, информационная общества.

Key words: Information management, information provision, information society

Giriş

Kitabxana-informasiya fəaliyyətinin spesifikliyi, onun mədəni, sosial, siyasi, psixoloji və pədoqoji xassələri bu fəaliyyətin qiymətləndirilməsində vahid bir formulun işlənilib hazırlanmasını daim mürəkkəbləşdirən bir amil olmuşdu. Bu məsələ bütün dövrlərdə mütəxəssislərin diqqətini cəlb etmiş, bu qiymətləndirmə zamanı bir necə istiqamət əsas olaraq götürülmüşdü: siyasi (dövlət və güc atributunu ifadə edən) qiymətləndirmə və dəyər (maddi ekvivalentini) ifadə edən qiymətləndirmə. Deməli ənənəvi olaraq informasiya menecmenti iki faktordan asılıdır. 1. Siyasi amillər. 2. İqtisadi amillər.

Beləliklə informasiya menecmentinin qarşıda duran mühüm problemlərindən biri də müasir və obyektiv qiymətləndirmə mexanizmlərinin işlənilib hazırlanmasıdır.

Kitabxana-informasiya fəaliyyətinə yeni texnologiyaların tətbiqi yeni istiqamətlərin meydana gəlməsinə səbəb oldu. Kitabxana təcrübəsində bu istiqamətlərdən biri də elektron-elm hesab edilir. Bibliometriya, informetriya, elmmetriya, vebmetriya kimi e-elmdə ilk mənbəyini kitabxana-informasiya fəaliyyətindən alır, zənginləşir və informasiya cəmiyyətində öz yerini tutur. Bu