

Βιβλιοθήκη Επιχειρήσεων

Μαρία Καζάζη

1
2
3
4
5
6
7
8

9
10
11
12
13

Βιβλιοθήκη Επιχειρήσεων



Δρ. Μαρία Καζάζη

*Αναπληρώτρια Καθηγήτρια (Π.Θ.)
Προϊσταμένη Τμήματος Βιβλιοθηκονομίας
Σ.Δ.Ο., Τ.Ε.Ι. Αθήνας*

Περίληψη

Η πληροφόρηση στις επιχειρήσεις βασίζεται στην πληροφόρηση σε επί μέρους τομείς που έχουν σχέση με επιχειρήσεις, βιομηχανία, εμπόριο κ.α.

Η βιβλιοθήκη στις ξενοδοχειακές μονάδες αποτελεί στοιχείο διεύρυνσης των υπηρεσιών τους, αλλιά και στοιχείο εκσυγχρονισμού τους. Στόχος τους είναι η βοήθεια των πελατών υπό μορφή παροχής πληροφοριών και βιβλιογραφίας για έρευνα, εργασία ή ψυχαγωγία γενικά και ειδικά στα πλαίσια ημερίδων, συνεδρίων κ.α.

Η καλή λειτουργία της ξενοδοχειακής βιβλιοθήκης απαιτεί την απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού, βιβλιοθηκονόμου, ο οποίος να διαθέτει ειδικές γνώσεις και δεξιότητες. Επίσης, απαιτείται κάποιο κόστος για τη διοργάνωση του χώρου, για το βασικό υλικό, αλλιά κυρίως για την απευθείας σύνδεση με άλλες μονάδες πληροφόρησης και για την διαρκή ανανέωση του υλικού της. Το κοινό ενημερώνεται με ανακοινώσεις, μπροσούρες, δεητία πεπραγμένων κ.ά. Τέλος, η ειδική βιβλιοθήκη των ξενοδοχειακών μονάδων ενισχύει τη βιομηχανία Τουρισμού, ανεβάζει το επίπεδό της, εξυπηρετεί καλύτερα τους πελάτες της και προωθεί τον ποητισμό με την έγκυρη πληροφόρηση και τη διοργάνωση εκδηλώσεων και εκθέσεων.

Abstract

The provision of information in business and industry is supported by effective information services.

The library in hotel business is considered not only as an element of enlargement of their services but also as an element of their enhancement. The aim of the library is the customers' support providing them with a range of information for research, business or recreation.

The effective operation of hotel library requires a professional staff with specific knowledge, competences and skills as well as sufficient financial support for the space management, the collection material / information and the network with other information units. Among the priorities of the library is to inform the customers about its services with different ways such as notices, posters, newsletters etc.

In conclusion, the library in the hotel units by the provision of timely and relevant information and by organization of cultural activities, offers better services to the customers, supports the tourism industry and contributes to the promotion of culture.

Η πληροφόρηση στις επιχειρήσεις ("business") βασίζεται στην υπηρεσία πληροφόρησης αναφερόμενης στις επιχειρήσεις, στη βιομηχανία, στο εμπόριο, κ.α. Κάθε βιβλιοθήκη επιχειρήσεων ("business Library") έχει το δικό της χαρακτήρα, π.χ. μια «εμπορική Βιβλιοθήκη» (π.χ. του Εμπορικού Επιμελητηρίου) έχει διαφορετικούς σκοπούς και ανάγκες, απ' ό,τι μια βιομηχανική. Γι' αυτό και οι διαδικασίες στις βιβλιοθήκες διαφέρουν, αν και είναι απαραίτητη και στις δύο η καθημερινή ενημέρωση από τις ειδικές εφημερίδες πάνω σε θέματα οικονομικά, ασφαλιστικά, κ.ά.

Η βιομηχανική βιβλιοθήκη, η βιβλιοθήκη επιχειρήσεων, η τουριστική – ξενοδοχειακή βιβλιοθήκη ή γενικά μονάδα πληροφόρησης είναι σε διαφορετική θέση, από ό,τι μια δημόσια ή ακαδημαϊκή βιβλιοθήκη, διότι αποτελεί μόνο μέρος ενός μεγάλου οργανισμού, ο οποίος ασχολείται με ειδικά θέματα βασισμένα στα εμπορικά ενδιαφέροντα. Η S. Cameron υποστηρίζει ότι «πρόκειται για μια μορφή "ειδικής βιβλιοθήκης" και αυτή ποικίλει από εταιρεία σε εταιρεία, από τουριστική επιχείρηση σε τουριστική επιχείρηση» (Cameron, 1994: 9).

Η επαγγελματική βιβλιοθήκη («Business Library») ή βιβλιοθήκη επιχειρήσεων πρέπει να διαθέτει πληροφορίες στατιστικής φύσεως, λογιστικής, μηχανικής, κ.ά. Επίσης, διαθέτει, όπως υποστηρίζει και η F. Durran, βιβλία αναφερόμενα γενικά στην οικονομία, στις επενδύσεις, στους νόμους της οργάνωσης και διοίκησης, σε νόμους αναφερόμενους σ' εταιρείες, πληροφορίες λογιστι-

κής, μηχανικής, κ.ά., εφημερίδες –συμπεριλαμβανομένων και ξένων- οικονομικός τύπος (π.χ. Express), στατιστικές εφημερίδες, αναφορές («reports») πάνω στην έρευνα αγοράς (και στην Ευρώπη), πληροφορίες πάνω σε θέματα επιχειρήσεων, συλλογή άρθρων πάνω στη διοίκηση, πληροφορίες για ξένες χώρες, νομικά εγχειρίδια αναφορικά με εταιρείες, με επαγγέλματα, κ.ά. ανάλογα με το τι είδους είναι ακριβώς η βιβλιοθήκη (Durrant, T., 2003: 2).

Η βιβλιοθήκη αποτελεί στοιχείο – κλειδί εκσυγχρονισμού και διεύρυνσης των υπηρεσιών των ξενοδοχειακών μονάδων όχι μόνο εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων, αλλά γενικότερα, καθ' ό,τι η βασική βιομηχανία στην Ελλάδα είναι ο Τουρισμός. Οι βιβλιοθήκες στις ξενοδοχειακές μονάδες αποτελούν εικόνα της κοινωνίας μας και του πολιτισμού μας. Στόχος της βιβλιοθήκης στις ξενοδοχειακές μονάδες είναι να προβλέπει την είσοδο και βοήθεια στον καθένα που χρειάζεται στοιχεία για έρευνα, εργασία ή ψυχαγωγία. Το είδος της βοήθειας εξαρτάται από τον τρόπο που βρίσκεται η μονάδα και το μέγεθός της. Σκοπός μιας τέτοιας βιβλιοθήκης, όπως υποστηρίζει ο D. Sharp, «είναι η ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης, η διάδοση της ιστορίας και του πολιτισμού μας» (Sharp, 1994: 3). Ανάπτυξη δηλαδή του τουρισμού ποσοτικά και ποιοτικά.

Μπορούμε να διακρίνουμε τις ξενοδοχειακές βιβλιοθήκες σε αυτές που είναι αμιγώς τουριστικές, σ' αυτές που είναι αμιγώς «επιχειρησιακές» και στις ανάμικτες.

Στα ξενοδοχεία υπάρχουν άτομα που χρειάζονται χάρτες από διάφορες πόλεις ή τόπους ή διευθύνσεις ή πληροφορίες για έναν τόπο ή θέμα, στα μεγάλα ξενοδοχεία θα πρέπει να υπάρχει υπηρεσία πληροφορησης όπου ο βιβλιοθηκονόμος θα πρέπει πρόθυμα και γρήγορα να αναζητήσει τις πληροφορίες. Ίσως θα πρέπει να είναι εκ των προτέρων έτοιμος για μια σειρά ερωτήματα, έτοιμος και για την έγκαιρη προμήθεια υλικού πάνω σε επίκαιρα ή προκείμενα θέματα.

Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες των μεγάλων νησιών μπορούν να ορανώσουν ημερίδες, ακόμα και για ½ μέρα με τοπικά ή γενικά θέματα. Για κάτι τέτοιο είναι απαραίτητη η συνεργασία με άλλους οργανισμούς.

Παράδειγμα: την εποχή που γιορτάζεται η Ναυτική Εβδομάδα μπορεί να γίνει ημερίδα μ' αυτό το θέμα οργανώνοντας παράλληλα έκθεση με συλλογή από ναυτικά βιβλία, αρχεία, φωτογραφίες, ζωγραφική. Κατ' αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης – τουρίστας έχει τη δυνατότητα να πληροφορηθεί περισσότερο για τον τόπο, την ιστορία, τον πολιτισμό και να βελτιώσει τις γνώσεις του, ώστε αυτές να μην περιορίζονται μόνο σε φοιτηρικά θέματα. Ο βιβλιοθηκονόμος μπορεί να ετοιμάσει ένα δοκίμιο (“paper”) με διάφορες

πληροφορίες στην εκάστοτε θεματική, καθώς και βιβλιογραφία. Θα πρέπει να το διανείμει στους επισκέπτες ή και ακόμα έναντι ευτελούς αντιτίμου. Σε μια γωνιά του χώρου της βιβλιοθήκης / μονάδας πληροφόρησης μπορεί να στηθεί ένα τραπέζι όπου θα πωλείται υλικό ανάλογο της θεματικής, όπως βιβλία, CD, CD-ROM, ενθύμια, κ.ά.

Η βιβλιοθήκη παίζει ένα ρόλο κλειδί για τη διάδοση της ιστορίας και του πολιτισμού, γι' αυτό είναι απαραίτητη η συνεργασία της με άλλους οργανισμούς, π.χ. με το Ναυτικό Μουσείο.

Υπάρχουν ειδικές ξενοδοχειακές μονάδες συνεδριακού ή επαγγελματικού τουρισμού στις οποίες διοργανώνονται ημερίδες, συνέδρια κ.ά. Εδώ είναι απαραίτητη η δημιουργία μιας βιβλιοθήκης ή άλλως μιας υπηρεσίας πληροφόρησης για επιχειρήσεις. Πρόκειται για μια υπηρεσία παροχής πληροφοριών για επιχειρήσεις για να καλύψει κενά ή αδιέξοδα των πελατών. Η εξυπηρέτηση βασίζεται στην υπηρεσία πληροφόρησης της επιχείρησης και στην υποστήριξη και συνεργασία με άλλες βιβλιοθήκες ή οργανισμούς (π.χ. ΤΕΕ: Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας). Αυτή η υπηρεσία πληροφόρησης θα μπορεί να εξυπηρετήσει ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων, εθνικών και διεθνών, καλύπτοντας μια γκάμα επαγγελματικών, εμπορικών, βιομηχανικών δραστηριοτήτων. Η υπηρεσία αυτή λειτουργεί μέσα στην ξενοδοχειακή μονάδα και μπορεί να σχηματιστεί ύστερα από συνεννοήσεις με άλλες ειδικές βιβλιοθήκες. Δημιουργείται βασιζόμενη στις ανάγκες και των δύο πλευρών, και για την ωφέλεια των επιχειρήσεων και την ωφέλεια των πελατών των ξενοδοχείων και παίρνουν μέρος στα συνέδρια.

Η παροχή διευκόλυνσης των πελατών για την πρόσβαση σ' αυτήν την ειδική συλλογή γίνεται με τη μεσολήθηση ενός **επαγγελματία** της πληροφόρησης, δηλαδή από ειδικό προσωπικό, το βιβλιοθηκονόμο, στοχεύοντας στην παροχή ποιοτικής εξυπηρέτησης των πελατών, ανταποκρινόμενος στις ανάγκες τους. Η εξυπηρέτηση καλύπτει κατ' αυτόν τον τρόπο πληθυσμικές ανάγκες, των πελατών, των επιχειρήσεων, του εμπορίου κ.ά., καθώς παρέχει και υποστήριξη στη διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων κ.ά. διοργανωμένων μέσα στην ξενοδοχειακή μονάδα σε συνεργασία με τον εκάστοτε φορέα.

Αναφέρθηκε ότι η υπηρεσία αυτή καλύπτεται από **ειδικό προσωπικό**, το **βιβλιοθηκονόμο**. Οι μεγάλες μονάδες απαιτείται να απασχολούν διαρκώς 2 επαγγελματίες με πλήρη απασχόληση και έναν με μερική. Σ' εποχές διεθνών εκθέσεων, συνεδρίων κ.ο.κ. πρέπει να προβλέπεται η αύξηση εποχιακού προσωπικού.

Για να διατηρήσει ο βιβλιοθηκονόμος σε υψηλό επίπεδο τη μονάδα του και να είναι ανταγωνίσιμη, θα πρέπει να είναι ικανός να παρέχει μια πληρο-

φορία σε σύντομο χρονικό διάστημα, πράγμα που του δημιουργεί πίεση, διότι ο χρόνος είναι περιορισμένος για την γρήγορη ανεύρεση της πληροφορίας και την γρήγορη απάντηση στον πελάτη. Στα συνέδρια οι απαντήσεις στα ερωτήματα επείγουν πάντα, οπότε πρέπει να εργάζεται γρήγορα και με ακρίβεια ώστε να είναι αποδοτικός.

Πρέπει να επισημανθεί η αναγκαιότητα της απασχόλησης του ειδικού, του βιβλιοθηκονόμου, του οποίου η λειτουργία δε είναι περιορισμένη στην καταλογογράφηση και ταξινόμηση, αλλά πρέπει να είναι manager, επιβλέπων, οικονομικός διαχειριστής, υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων, κ.ά. Η ύπαρξη μιας τέτοιας υπηρεσίας και η παροχή υπηρεσιών βασίζεται στο βιβλιοθηκονόμο και στις γνώσεις του. Πρέπει να είναι αποδοτικός, ικανός να σκέπτεται γρήγορα και με ακρίβεια και ας είναι πολλή φορές κάτω από πίεση, πρέπει να είναι ευέλικτος, να επικοινωνεί αποτελεσματικά, να παίζει την πολιτική της επιχείρησης. Πρέπει να «εκμεταλλεύεται» μια ποικιλία πηγών, εσωτερικών ή εξωτερικών, έντυπων ή μη, hard data ή soft data, και να συνεργάζεται αποτελεσματικά με άλλους φορείς. «Αυτό το άτομο δεν μπορεί να βρίσκει μόνο την ταυτότητα της πληροφορίας (να την αποκωδικοποιεί), να την αναλύει, να την οργανώνει, να την κατηγοριοποιεί και να τη διαδίδει, αυτό το πρόσωπο μπορεί να δημιουργεί πληροφορόρηση» (Harvey Au. 2000: 2).

Η βιβλιοθήκη των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί πηγές και μορφές πληροφορόρησης που διαθέτουν σήμερα οι βιβλιοθήκες και τα κέντρα πληροφορόρησης των διαφόρων τομέων (π.χ. οικονομία, νομικά, κ.ά.), παρέχοντάς τες σε hard copy-books, εφημερίδες, περιοδικά, CD-ROM, βάσεις δεδομένων. Προϋπόθεση λοιπόν για μια βιβλιοθήκη ξενοδοχείου (business) αποτελεί η ύπαρξη και διατήρηση ειδικού υλικού αποτελούμενο από μία πλούσια **συνήληση**. Αυτή πρέπει να αποτελείται από βιβλία, φυλλάδια, αλλά κυρίως περιοδικά, εθνικά και διεθνή π.χ. "The Economist" "Le Monde Diplomatique", εφημερίδες γενικού και ειδικού ενδιαφέροντος, επιθεωρήσεις, Abstracts, στατιστικές, (Harvey, Au. 2000: 2 και Wilson Su. 2000: 7), αναφορές («reports»), papers συνεδρίων, άρθρα, οπτικο-ακουστικές (π.χ. CD-ROM) πηγές σχετικές με θέματα, τα οποία μπορεί να απασχολούν την εκάστοτε βιβλιοθήκη, ώστε να διασφαλίζεται ένα υψηλό επίπεδο. Άρα, το υλικό που θα συγκεντρωθεί είναι ειδικό αποτελούμενο κυρίως από τρέχουσας ενημέρωσης έντυπα (ή μη), ώστε η πληροφορόρηση να είναι τρέχουσα.

Για ένα υψηλό επίπεδο είναι απαραίτητη η καταλογογράφηση με καινούρια συστήματα (π.χ. Marc), η ταξινόμηση, η προετοιμασία σελίδων Web πάνω σε διάφορους θεματικούς τομείς (ανάλογα με το συνέδριο, την ημερίδα κ.ά.). Πρέπει να υπάρχει κατάλογος που να εμπεριέχει τα πιο πάνω υλικά. Επί

πλήθον πρέπει να υπάρχει πρόσβαση σε («online») με ηλεκτρονική σύνδεση βάση δεδομένων πάνω π.χ. στην οικονομία, επικοινωνίες, τουρισμό και σε άλλα θέματα, ως μια «πύλη» σε διάφορα γενικά ερωτήματα που αφορούν διάφορα συνέδρια. Η εξυπηρέτηση με πρόσβαση με ηλεκτρονική σύνδεση («online») με τράπεζα δεδομένων και με CD-ROM είναι γρήγορη, ακριβής και μπορεί να παρέχει πληθώρα πληροφοριών απ' όλην τον κόσμο. Η βασική λειτουργία όμως είναι η εγκατάσταση ενός δικτύου, το οποίο θα είναι σημαντικό και για την περαιτέρω ανάπτυξη της υπηρεσίας. Εξίσου ευεργετική είναι η απόκτηση βάσεων δεδομένων. Η υπηρεσία θα συνδέεται με κάποιο σύνδεσμο ("Link") με άλλους υποστηρικτικούς οργανισμούς.

Σύμφωνα με τον C. Mc William «Όλα αυτά απαιτούν κόστος, πιθανόν και κάποιες πρακτικές δυσκολίες και πολιτική. Το κόστος αναφέρεται στη διοργάνωση του χώρου, στο βασικό υλικό, στις βάσεις δεδομένων, στην ηλεκτρονική σύνδεση («online») σύνδεση, στην απασχόληση επαγγελματία βιβλιοθηκάρου» (Mc William W., 2003: 6). Επειδή συνέδρια και ημερίδες γίνονται σε μεγάλα ξενοδοχεία συχνά τα Σαββατοκύριακα, θεωρείται απαραίτητη η απασχόληση του ειδικού προσωπικού στη μονάδα του Ξενοδοχείου, αλλιώς και στις συνδεδεμένες μ' αυτή βιβλιοθήκες και κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου. Άρα μέρος του ποσού προορίζεται για το προσωπικό.

Ένα ποσό χρημάτων προορίζεται για τις πηγές. Το ποσό αυτό μπορεί να ποικίλει από χρόνο σε χρόνο ανάλογα με τα κέρδη της επιχείρησης και τον προγραμματισμό της. Κάποιο άλλο ποσό διατίθεται στα διάφορα μηχανήματα, π.χ. η μονάδα πρέπει να διαθέτει γύρω στους 10 Η/Υ με ελεύθερη πρόσβαση του κοινού στο διαδίκτυο ("Internet"). Κάθε άτομο δεν θα πρέπει να έχει στη διάθεσή του τον Η/Υ περισσότερο από 30 λεπτά. Εκτός τούτου πρέπει να υπάρχουν και μηχανήματα με CD-ROMs. Τα CD's πρέπει να είναι πάνω στα θέματα που καλύπτει η μονάδα πληροφόρησης. Η υπηρεσία αυτή της πληροφόρησης πρέπει να διαθέτει απευθείας ηλεκτρονική σύνδεση ("online") με βάσεις δεδομένων. Η υπηρεσία θα πρέπει να καλύψει τα έξοδα της ηλεκτρονικής σύνδεσης. Αυτό όμως το κόστος μπορεί να περάσει στον πελάτη.

Οι χρήστες μπορεί να πληρώνουν για τις πληροφορίες, κυρίως γι' αυτές που είναι σπάνιες (δηλαδή χρησιμοποιούνται σπάνια ή να πληρώνουν εκ των προτέρων για ένα πακέτο).

Πέρα από τη βασική λειτουργία της βιβλιοθήκης (υπηρεσίας πληροφόρησης) που είναι η τρέχουσα κυρίως πληροφόρηση, υπάρχει και μια εξίσου σημαντική λειτουργία που είναι η επαφή με άλλους οργανισμούς υποστήρι-

ξης, π.χ. με ΤΕΕ. Για τούτο είναι ευεργετική η εγκατάσταση ενός δικτύου, το οποίο θα είναι σημαντικό και για την περαιτέρω ανάπτυξη της υπηρεσίας. Εξίσου σημαντική είναι η απόκτηση βάσεων δεδομένων. Η υπηρεσία θα συνδέεται με κάποιο σύνδεσμο ("Link") με άλλους υποστηρικτικούς οργανισμούς, όπως ήδη αναφέρθηκε.

Οι επαγγελματίες (επιχειρηματίες κ.ά.) θα επωφεληθούν και θα διευκολυνθούν μ' αυτήν την ελεύθερη πρόσβαση σ' αυτές τις συλλογές, διότι θα είναι ενήμεροι για τα πιο πρόσφατα ή επίκαιρα νέα του τομέα τους, άρα αποδοτικότεροι. Η ίδια η υπηρεσία θα έχει όφελος πουλώντας το υλικό της, τις πληροφορίες της.

Μια τέτοια υπηρεσία στα ξενοδοχεία θα αναδείξει τον ποιοτικό τουρισμό, θα βελτιώσει το επίπεδο των διοργανώσεων, αφού τα μέλη της θα έχουν άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες και εξυπηρέτηση από ειδικούς, τα ερωτήματα θα έχουν τη λύση τους. Το μάρκετινγκ είναι η βασική λειτουργία αυτής της υπηρεσίας. Θα πρέπει να γίνει γνωστή η ύπαρξή της και οι υπηρεσίες της, ώστε να αυξηθεί η «παραγωγικότητά» της. Οι πελάτες θα πρέπει να γνωρίζουν την ύπαρξη μιας τέτοιας υπηρεσίας και ακόμα περισσότερο του τι αυτή προσφέρει και πώς μπορούν αυτοί να ωφεληθούν. Αυτό το marketing θα πρέπει να είναι διαρκές. Μπορεί δε να γίνει με ενημέρωση με μπροσούρες, με ανακοινώσεις στον τύπο -γενικό και ειδικό-, με επί τόπου επισκέψεις, με ξενάγηση για την κατανόηση της χρήσης της. Κατά την ξενάγηση δίνονται και γραπτές οδηγίες στους χρήστες, ή επισημαίνονται πιθανά ειδικά προβλήματα, π.χ. πάνω σε μια ασυνήθη βάση ή πάνω σε όρους ή σε προϋποθέσεις χρήσης. Επίσης, μπορεί να δημοσιεύει κατά διαστήματα ενημερωτικό δελητίο με τα πεπραγμένα της, τα μεληθούμενά της, με γεγονότα και νέα, ώστε να κρατά τα μέλη της ή γενικά τους πελάτες της ενήμερους.

Αυτού του είδους η βιβλιοθήκη μπορεί να παρέχει πληροφορίες και πηγές όχι μόνο στα διαδραματιζόμενα στον ίδιο της το χώρο (π.χ. σε ένα συνέδριο), αλλά να παρέχει υπηρεσίες και σε εξωτερικούς ερευνητές και οργανισμούς. Αυτή η μονάδα (βιβλιοθήκη) εφοδιάζει με συνέπεια συνεχώς με τρέχουσες και ακριβείς πηγές πληροφόρησης στον τομέα των επιχειρήσεων, κ.α. τους πελάτες της. Γι' αυτό οι Δημόσιες Σχέσεις της αποτελούν εξίσου βασική λειτουργία, πολύ περισσότερο όταν διοργανώνει συνέδρια ή συνεργάζεται με άλλους φορείς.

Ως μέρος της εξυπηρέτησης του κοινού η βιβλιοθήκη χρειάζεται ένα μαγαζί με data's (τράπεζα δεδομένων), όπου οι πελάτες μπορούν να αγοράζουν τις πιο πρόσφατες εκδόσεις κάποιου ειδικού περιοδικού ή άλλα web site.

Τέλος, η βιβλιοθήκη μπορεί να οργανώνει διάφορες εκθέσεις στους

χώρους του ξενοδοχείου. Αυτές οι εκθέσεις μπορεί να είναι καλλιτεχνικές, εμπορικές ή και τα δύο (με την έννοια της πώλησης των έργων), ώστε εκτός της πολιτιστικής εκδήλωσης να υπάρχουν πρόσθετα έσοδα στη βιβλιοθήκη για την καλύτερη λειτουργία της. Με αφορμή αυτές τις εκθέσεις –αλλά και εκτός εκθέσεων και συνεδρίων- μπορεί να επισκεφτεί τη βιβλιοθήκη και άηλου είδους κοινό.

Σ' αυτήν την εποχή του διαρκούς καταγισμού πληροφοριών, σ' αυτήν την εποχή της πληροφόρησης είναι απαραίτητο οι βιβλιοθήκες (μονάδες πληροφόρησης) να ξεφύγουν από τον παραδοσιακό τους ρόλο και να ενταχθούν σε νέους τομείς. Κάποιους από αυτούς τους τομείς καλείται να καλύψει η βιβλιοθήκη επιχειρήσεων («business Library»), ειδικά στο χώρο του τουρισμού, η οποία θα συμβάλει στην ποιοτική και ποσοτική ανάπτυξή του.

Βιβλιογραφία

- Cameron, S. (1994), Professional Development in an Industrial Library, Librarian Career Development, 2(4).
- Durrant, F. (2003), Visit to City Business Library, The Industrial and Commercial Libraries Group, 143(3).
- Harvey, J. et al (2000), A Survival Guide to the New World, The Industrial and Commercial Libraries Group, 133(4).
- Mc William, C. (2003), Information Professionals. The Industrial and Commercial Libraries Group, 141(1).
- Sharp, D. et al (1994), The Business Library and its Users, Library Review, 43(1).
- Wilson, S. (2000), Reliability of using Statistics as a Measure of Performance in a Commercial Library and Information Service, The Industrial and Commercial Libraries Group, 141(1).