

Aneta Januszko-Szakiel

Brokering informacyjny jako istotne ogniwo biznesu w dobie kryzysu gospodarczego

Znaczenie informacji biznesowej w dobie gospodarczego kryzysu

Z wypowiedzi ekonomistów wynika, że w dobie kryzysu gospodarczego wszelkie biznesowe decyzje wymagają szczególnej staranności; powinny być poprzedzone między innymi wnikliwą analizą sytuacji rynkowej, pieczołowicie dokonaną oceną ryzyka, skrupulatnym rozpoznaniem konkurencji, etc. Jednocześnie zaznaczono, że w procesach tych kluczowe znaczenie ma dostęp do źródeł jak najszerszej informacji gospodarczej¹.

Pod pojęciem *informacja gospodarcza*, a także określeniami synonimicznymi, to jest *informacja biznesowa* i *informacja ekonomiczna*², należy rozumieć najogólniej dane, fakty i statystyki dotyczące procesów i zjawisk gospodarczych, potrzebne przedsiębiorstwu do podejmowania decyzji³. W nieco precyzyjniejszej

¹ Na podstawie wypowiedzi prezentowanych podczas konferencji „Nowoczesny Bank Spółdzielczy, czyli jak budować przewagę konkurencyjną banków spółdzielczych w dobie kryzysu finansowego”, zorganizowanej przez Krajowy Rejestr Długów w dniach 7–8 maja 2009 r. w Jachrance k. Warszawy, <http://www.bs.net.pl/?miesiac=&rok=&archiwum=00010> (22.05.2009); S. Forlicz, *Informacja w biznesie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, *passim*; M.H. Kamińska, *Infobrokerstwo w Polsce*, „Zagadnienia Informatyki Naukowej” 2008, nr 1 (91), s. 13–16.

² Pojęcia *informacja gospodarcza*, *informacja ekonomiczna* oraz *informacja biznesowa* są zazwyczaj traktowane jako synonimy i stosuje się je wymiennie. Jednak w literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na to, że *informacja gospodarcza* jest pojęciem zakresowo znacznie szerszym od pozostałych dwóch. Na podstawie: J. Glapa, *Informacja gospodarcza w Książnicy Pomorskiej*, „EBIB” 2002, nr 11 (40), <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/glapa.php> (22.05.2009).

³ A. Grzecznowska, *Użytkowanie informacji biznesowej w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach zmieniającego się rynku usług informacyjnych*, „EBIB” 2002, nr 11 (40), <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/grzecznowska.php> (22.05.2009); J. Oleński, *Standardy informacyjne w gospodarce*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1997, s. 138–141.

definicji, *informacja gospodarcza* jest utożsamiana z informacją o przedsiębiorstwach, produktach i usługach firm, potrzebach kooperacyjnych firm, targach i wystawach, misjach i wizytach gospodarczych, kształceniu i szkoleniach, usługach w zakresie prowadzenia specjalistycznej dokumentacji handlu zagranicznego, wspomaganiu finansowym, przepisach prawnych, różnorodnych organizacjach, stowarzyszeniach i innych instytucjach wspierających działalność podmiotów gospodarczych, krajach, ludziach gospodarki; to informacja o charakterze bibliograficzno-dokumentacyjnym, referencyjnym, analitycznym, statystycznym⁴.

Aby informacje gospodarcze były pomocne w prowadzeniu działalności gospodarczej, przewyższaniu trudności, wynikających ze stale rosnącej konkurencji, kryzysów politycznych bądź gospodarczych recesji, istotne jest ich pojawienie się w odpowiednim czasie i miejscu. Ważne jest również to, aby informacje te były aktualne i rzetelne⁵. W zależności od tak zwanej kultury informacyjnej⁶, a także od przyjętej polityki informacyjnej, organizacje rozmaicie radzą sobie z zagwarantowaniem niezbędnej podstawy dla swoich działań w postaci wiedzy pertynentnej, to jest odpowiadającej konkretnym potrzebom, w danym miejscu i czasie⁷. W organizacjach nowoczesnych, nastawionych na działanie kompetentne i efektywne, dostarczanie wiedzy pertynentnej to zadanie specjalistów – brokerów informacji.

Broker informacji – znaczenie terminu

Różniczne, prezentowane w literaturze przedmiotu definicje precyzyjnie określają, kim jest, czym się zajmuje i w oparciu o jakie zasady działa broker informacji, określany również jako infobroker. Otóż broker informacji (z ang. *information broker, knowledge broker, ceberian, freelance librarian, researcher, data dealer*) to funkcjonująca w języku polskim nazwa, określająca pośredników pomiędzy zasobami informacyjnymi a ludźmi i instytucjami zgłaszającymi na nie zapotrzebowanie⁸. Broker informacji odpłatnie wyszukuje, ocenia, opracowuje i udostępnia informacje. Jego zadaniem jest wydobywanie z nowoczesnych (np. Internetu, baz danych) i tradycyjnych (drukowanych) źródeł, najistotniejszych danych, według uprzednio opracowanej strategii wyszukiwawczej i ściśle okre-

⁴ W. Januszko, *Systemy informacji gospodarczej*, Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2002, *passim*.

⁵ A. Grzecznowska, *Użytkowanie informacji biznesowej...*

⁶ Ch. Wei Choo et al., *Information Culture and Information Use: An Exploratory Study of Three Organizations*, „Journal of the American Society for Information Science and Technology” 2008, Vol. 59 (5), s. 792–804. Dostęp online z bazy Ebsco.

⁷ T. Wojewódzki, *Infobroker w nowoczesnej organizacji*, http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=134&Itemid=62 (22.05.2009).

⁸ A. Król, *Broker informacji – powstawanie nowego zawodu*, „Zagadnienia Naukoznawstwa” 2004, nr 1, s. 63–76.

ślonych kryteriów. Podstawowymi jego atutami są, oprócz wiedzy o tym, gdzie szukać źródeł informacji, także trafność i pełność ich doboru, umiejętność selekcji i oceny jakości źródeł informacji, jak również umiejętność analizy informacji i jej opracowania⁹; raportowania wyników swojej pracy klientom¹⁰. W jeszcze innej definicji broker informacji jest przedstawiany jako „specjalista pośredniczący w udzielaniu wszelkiego rodzaju informacji. Jego zadaniem jest wypreparowanie, wyluskanie pewnego podzbioru informacji, określonego przez zlecony temat. Informacja przez niego dostarczona musi być nie tylko relewantna, powinna również być akredytowana, gwarantowana”¹¹. Infobroker akredytuje udostępniane informacje, firmując je swoim nazwiskiem, podobnie jak notariusz, autor książki bądź broker giełdowy. Infobrokerzy prowadzą swoją działalność w zgodzie z kodeksem etyki infobrokerskiej, opracowanym przez Stowarzyszenie niezależnych Infobrokerów – The Association of Independent Information Professional (AIIP). Kodeks zawiera zasady profesjonalnego działania, tzw. *Code of Ethical Business Practiced*¹².

Najważniejszymi umiejętnościami infobrokera są: interdyscyplinarna wiedza, biegła znajomość mediów, głównie Internetu, technik wyszukiwawczych, znajomość różnego rodzaju źródeł informacji w formie drukowanej i elektronicznej, systemów informacyjno-wyszukiwawczych, baz danych, a także umiejętność selekcji, analizy, weryfikacji i opracowania informacji. Ponadto istotna jest znajomość języków obcych, zdolności interpersonalne, etc. Agencje infobrokerskie oferują usługi polegające na¹³:

- wyszukiwaniu informacji w Internecie, w uniwersalnych i dziedzinowych bazach danych, archiwach, bibliotekach, muzeach, centrach informacji,
- monitoringu i analizie piśmiennictwa branżowego, dokumentacji, raportów, witryn internetowych,
- tworzeniu baz danych, spisów bibliograficznych, raportów informacyjnych,
- przeprowadzaniu badań rynkowych,
- prowadzeniu wywiadu gospodarczego i konkurencyjnego,
- sporządzaniu zestawień ofert, cen, kontrahentów, kontaktów,
- sporządzaniu biznesplanów, itp.

⁹ Z.P. Szkutnik, *Infobroker jako profesja – standardy zawodowe i etyczne*, [w:] *Infobroker – informacja z sieci*, Centrum Promocji Informatyki, Warszawa 2006, s. 5–38.

¹⁰ S. Forlicz, *Informacja w biznesie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 61.

¹¹ E.P. Nowak, *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, „Zagadnienia Informatyki Naukowej” 2006, nr 1 (87), s. 51–62.

¹² Więcej informacji o stowarzyszeniu i zasadach jego działania znajduje się na stronie The Association of Independent Information Professional (AIIP), <http://www.aiip.org/Default.aspx?pageId=99322> (12.01.2009).

¹³ M.H. Kamińska, *Infobrokerstwo w Polsce...*, s. 17; *IBBC Brokerzy informacji. Usługi*, <http://ibrok.pl/services.pl> (24.05.2009).

Z uwagi na lawinowo rosnące zasoby informacyjne nieunikniona jest specjalizacja w obrębie infobrokerstwa. Nie sposób bowiem znaleźć i wiedzieć wszystko, także doradzać w każdej dziedzinie. Infobrokerzy dziedzinowi specjalizują się zatem w wyszukiwaniu informacji z określonej branży – biznesu, finansów, prawa, medycyny, farmacji, edukacji, technologii, etc.¹⁴

Infobrokerstwo dziedzinowe korzysta z doradztwa specjalistów dziedzinowych. Specjaliści pełnią wówczas rolę konsultantów bądź recenzentów opracowań i raportów informacyjnych infobrokera, nie są źródłem informacji¹⁵.

Infobroker systemowy

Zakłada się, że zarządzanie informacją i wiedzą, a właściwie dysponowanie tak zwaną wiedzą doskonałą, determinuje aktywność i efektywność organizacji¹⁶. To właśnie wiedza, przetworzona do postaci ekspertyzy gotowej do wykorzystania, decyduje o przetrwaniu w kryzysie, rynkowych sukcesach i konkurencyjności organizacji. Dostarczanie wiedzy precyzyjnej, zgodnej z zapotrzebowaniem organizacji jest procesem złożonym, wymagającym specyficznej wiedzy i zdolności analitycznych, przede wszystkim jest to proces wymagający znajomości z jednej strony indywidualnych, specyficznych potrzeb i możliwości określonej organizacji, a z drugiej specjalistycznej wiedzy o informacji, o jej źródłach i kryteriach ich wiarygodności, umiejętności jej pozyskiwania, przetwarzania, archiwizowania, zarządzania. Takich możliwości nie mają infobrokerzy niezależni, zatrudniani z zewnątrz na zasadzie np. krótkoterminowej umowy zlecenia; posiadają ją jedynie infobrokerzy systemowi, czyli specjaliści z zakresu informacji, pracujący w systemie stanowiącym integralną część organizacji. Infobroker systemowy wspiera procesy decyzyjne tylko i wyłącznie tej organizacji, w której jest zatrudniony. „Jest pośrednikiem między zasobami wiedzy a osobą rozwiązującą określony problem w organizacji. Jego zadaniem jest dostarczenie przesłanek do podjęcia decyzji. Przesłanek zgodnych ze stanem wiedzy w danej dziedzinie. Dzisiaj bardziej niż kiedykolwiek wcześniej liczy się czas. Decydenci nie mają go na samodzielne poszukiwanie wiedzy, informacji, na ich potwierdzanie, kojarzenie, itd. Decyduje o tym zarówno ogrom informacji, wiedzy, jaka przetacza się każdego dnia przez współczesną organizację, jak i konieczność błyskawicznego reagowania na prawidłowo zinterpretowane fakty, informacje, zaobserwowane zdarzenia oraz zauważalne prawidłowości”¹⁷. Efektywność pracy infobrokera wymaga wtajemniczenia go w rozmaite zagadnienia organizacji, na co nie mogą

¹⁴ G. Kozera, *Człowiek orkiestra*, „Gazeta Prawna” 2004, nr 136, 14.07.2004, s. 17.

¹⁵ M.H. Kamińska, *Infobrokerstwo w Polsce...*, s. 18.

¹⁶ S. Forlicz, *Informacja w biznesie...*s. 25.

¹⁷ Na podstawie wywiadu *Ogólnopolska Inicjatywa Infobrokerów Systemowych 2007–2008 (OIIS)*. Wywiad z T. Wojewódzkim przeprowadziła I. Grodkowska, http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=182&Itemid=49 (24.05.2009).

sobie pozwolić rozsądni menedżerowie w stosunku do osób z zewnątrz. „Umiejętności infobrokera systemowego dotyczą aplikacyjnej wizualizacji treści, mapowania myśli, tworzenia drzew problemów, drzew wiedzy. Obejmują także aplikacyjne zarządzanie treścią – szczególnie z wykorzystaniem technik internetowych. Infobroker systemowy musi ponadto umieć audytować potrzeby organizacji w zakresie informacji i wiedzy, jak i walidować merytoryczną wartość i praktyczną przydatność pozyskiwanej wiedzy”¹⁸.

Brokering informacyjny – historia profesji

Działalność pierwszych profesjonalnych brokerów informacji datowana jest na lata sześćdziesiąte XX wieku. Zawód ten powstał w Stanach Zjednoczonych w wyniku specjalizacji bibliotekoznawstwa, to jest wyodrębnienia się wśród bibliotekarzy grupy pracowników zajmujących się wyszukiwaniem informacji biznesowej dla przedsiębiorców. W ten sposób zaczęły działać pierwsze, komercyjne firmy infobrokerskie¹⁹.

Pierwszym krajem europejskim, w którym zaczął funkcjonować zawód infobrokera były Niemcy, i miało to miejsce w latach osiemdziesiątych XX wieku. Z czasem infobrokerzy zaczęli również działać we Francji, Wielkiej Brytanii, Holandii, Szwajcarii, Hiszpanii, we Włoszech, oferując głównie usługi dla biznesu, związane z dostarczaniem informacji gospodarczych²⁰.

Infobrokerstwo w Polsce jest we wczesnej fazie rozwoju, ale zainteresowanie tą profesją jest bardzo duże. Z raportu opublikowanego w styczniu 2008 roku wynika, że w naszym kraju jest zarejestrowanych około 60 firm infobrokerskich; jednak jedynie 15 z nich deklaruje przestrzeganie zasad kodeksu etyki infobrokerskiej. Dość często firmy infobrokerskie na swoich witrynach internetowych umieszczają logo stowarzyszenia AIIP, ale tylko w celu podniesienia prestiżu firmy, natomiast przestrzeganie kodeksu etyki infobrokerskiej jest kwestią drugorzędną. Najczęstszą formą działania sprzecznego z zasadami tej etyki jest brak poszanowania prawa własności intelektualnej.

Odbiorcy usług infobrokerskich

Odbiorcą usług infobrokerskich może być każda osoba, organizacja, firma, której zależy na pozyskaniu możliwie kompletnej informacji, będącej podstawą podjęcia słusznej decyzji; sprawdzeniu wiarygodności komunikatu medialnego, potwier-

¹⁸ Na podstawie wywiadu *Infobrokerstwo w Polsce*, udzielonego przez Tadeusza Wojewódzkiego w 2007 roku. Wywiad przeprowadziła I. Wielicka, http://www.efakty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4931&Itemid=67 > (24.05.2009).

¹⁹ M.H. Kamińska, *Kształcenie infobrokerów w Polsce*, „EBIB” 2008, nr 4 (95), <http://www.ebib.info/2008/95/a.php?kaminska>.

²⁰ M.H. Kamińska, *Infobrokerstwo w Polsce...*, s. 16.

dzeniu jakości towaru oferowanego w reklamie telewizyjnej, weryfikacji kontrahenta, ocenie ryzyka, etc. Duże zapotrzebowanie na brokerów informacji istnieje w domach maklerskich, agencjach marketingowych i reklamowych, instytucjach finansowych, agencjach rządowych.

Konkludując – w świadomości menedżerów obecny jest pogląd, że bez informacji o potrzebach potencjalnych klientów, konkurencji, otoczeniu rynkowym, rynkach inwestycyjnych, nie jest możliwe podejmowanie trafnych decyzji prowadzących do ekonomicznego sukcesu. W związku z tym rośnie zainteresowanie firm kapitałem intelektualnym. Przedsiębiorcy, bądź współpracują z agencjami infobrokerskimi, bądź też – zwłaszcza duże organizacje – zatrudniają specjalistów od wyszukiwania i gromadzenia informacji oraz zarządzania wiedzą. Niewłaściwe wykorzystywanie lub brak precyzyjnych i uporządkowanych informacji jest utożsamiane z marnotrawstwem czasu i pieniędzy oraz może być czynnikiem utrudniającym rozwój przedsiębiorstw²¹.

Bibliografia

1. Forlicz S., *Informacja w biznesie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
2. Glapa J., *Informacja gospodarcza w Książnicy Pomorskiej*, „EBIB” 2002, nr 11 (40), <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/glapa.php> (22.05.2009).
3. Grzecznowska A., *Użytkowanie informacji biznesowej w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach zmieniającego się rynku usług informacyjnych*, „EBIB” 2002, nr 11 (40), <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/grzecznowska.php> (22.05.2009).
4. *Infobrokerstwo w Polsce*. Wywiad udzielony przez Tadeusza Wojewódzkiego w 2007 roku. Wywiad przeprowadziła Izabela Wielicka, http://www.efakty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4931&Itemid=67 (24.05.2009).
5. Januszko W., *Systemy informacji gospodarczej*, Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2002.
6. Kamińska M.H., *Infobrokerstwo w Polsce*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2008, nr 1 (91), s. 13–16.
7. Kamińska M.H., *Kształcenie infobrokerów w Polsce*, „EBIB” 2008, nr 4 (95), <http://www.ebib.info/2008/95/a.php?kaminska> (12.05.2009).
8. Kozera G., *Człowiek orkiestra*, „Gazeta Prawna” 2004, nr 136, 14. 7.2004, s. 17.
9. Król A., *Broker informacji – powstawanie nowego zawodu*, „Zagadnienia Naukoznawstwa” 2004, nr 1, s. 63–76.
10. Nowak P.E., *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2006, nr 1 (87), s. 51–62.

²¹ *Ibidem*, s. 17.

11. *Nowoczesny Bank Spółdzielczy, czyli jak budować przewagę konkurencyjną banków spółdzielczych w dobie kryzysu finansowego*. Konferencja zorganizowana przez Krajowy Rejestr Długów w dniach 7–8 maja 2009 r. w Jachrance k. Warszawy, <http://www.bs.net.pl/?miesiac=&rok=&archiwum=00010> (22.05.2009).
12. *Ogólnopolska Inicjatywa Infobrokerów Systemowych 2007–2008 (OIIS)*. Wywiad z T. Wojewódzkim przeprowadziła Iwona Gronkowska, http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=182&Itemid=49 (24.05.2009).
13. Oleński J., *Standardy informacyjne w gospodarce*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1997.
14. Szkutnik Z.P., *Infobroker jako profesja – standardy zawodowe i etyczne*, [w:] *Infobroker – informacje z sieci*, Centrum Promocji Informatyki, Warszawa 2006.
15. *The Association of Independent Information Professional (AIIP)*, <http://www.aiip.org/Default.aspx?pageId=99322> (12.05.2009).
16. Wei Choo Ch. et al., *Information Culture and Information Use: An Exploratory Study of Three Organizations*, „Journal of the American Society for Information Science and Technology” 2008, Vol. 59 (5), s. 792–804. Dostęp online z bazy Ebsco.
17. Wojewódzki T., *Infobroker w nowoczesnej organizacji*, http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=134&Itemid=62 (22.05.2009).

Summary

Achieving of business goals is highly determined by the effectiveness of company's knowledge management system. The very important source of information become information (knowledge) brokers, especially so called system knowledge brokers, whose task is to provide pertinent information, relevant to company's information needs at given time.

The goal of this text is defining the profession of knowledge broker and pointing his position and importance in company's decision process.