

Riitta Kaipainen

Pienyritysten tiedontarpeesta ja tiedonhankinnasta

Mikkelin läänissä tehdyn selvityksen valossa

Kaipainen, Riitta, Pienyritysten tiedontarpeesta ja tiedonhankinnasta Mikkelin läänissä tehdyn selvityksen valossa [On information needs and information seeking in small firms: A case study]. Kirjastotiede ja informatiikka 8(3): 81–86, 1989.

The main result of a study on information needs and information seeking in small firms are reviewed in the article. The material of the study was collected by interviewing 30 entrepreneurs in Mikkeli county, Finland. In small firms, information need arise acutely in operative situations. Hence, the needs are individual in character and cover a variety of subjects. Information is valued by the value of the activity it generates. It is not sought actively and systematically. Lack of knowledge of appropriate sources, lack of time required for information seeking, and lack of adequate information in a readily usable form are the central obstacles in utilizing information in a small firm. From the entrepreneur's point of view it is most important that the needed information is easily and quickly accessible from a reliable source.

Address: University of Helsinki/Institute for Rural Research and Training, Mikkeli, Lönnrotinkatu 3, SF-50100 Mikkeli.

Aloitteen pienyritysten tietopalveluselvityksestä teki Mikkelin läänin maakuntaliitto. Tieteellisen informoinnin neuvosto myönsi siihen apurahan asettamalla kuitenkin ehdon, että selvityksen pohjalta hahmoteltaisiin malli pienyritysten alueellisen tietohuollon pysyväksi järjestämiseksi käyttäen hyväksi mm. maakuntakirjastoa, yrityspalvelukeskuksia ja neuvonta-, koulutus- sekä tutkimusyksiköitä. Mallin hahmottelemiseksi pyrittiin selvittämään pienyritysten tiedontarvetta, tiedonhankintaa, tiedon käytön ongelmia sekä yrittäjien näkemyksiä tieto- ja neuvontapalvelujen järjestämisestä ja kehittämisestä. Lähtökohtana on ollut kuvailla ja selittää näitä asioita yrityksen ja yrittäjän näkökulmasta käsin sellaisina kuin ne yritys-toiminnassa esiintyvät. Aineiston käsittelyssä on keskitytty ilmiöiden laadullisen puolen selvittämiseen.

Aineiston hankinta

Aineisto koottiin haastatteleamalla kolmekymmentä pienyrittäjää. Yritykset valittiin Mikkelin läänin toimipaikkarekisteristä henkilöstömäärän ja toimialan mukaan 9 eri kunnan alueelta perusjoukkoa vastaavasti. Valituista yrityksistä 3 kuuluu alkutuotantoon, 10 jalostukseen ja 17 palveluihin. Yritysten vakituisen henkilökunnan määrä vaihtelee yhdestä kolmeen kymmeneenviiteen ja sen tyyppiarvo on 3 henkilöä.

Haastateltavat olivat yritysten omistaja-johdattajia. He olivat toimineet yrittäjinä keskimäärin seitsemän vuotta. Heidän koulutustasonsa vaihteli akateemisen loppututkinnon suorittaneista niihin, joilla ei ole muodollista ammatillista koulutusta. Haastateltavien enemmistö

kertoi yrittämisessä tarvittavan asiantuntemuksen perustuvan alan ammatilliseen koulutukseen ja/tai aikaisempaan työkokemukseen. Noin puolet mainitsi toimineensa samalla alalla toisen palveluksessa. Osa yrittäjistä kertoi hankkineensa asiantuntemuksen yrityksen käytännön työssä. Näillä yrittäjillä ei ollut ammatillista koulutusta tai heidän saamansa koulutus ei vastannut yrityksen toimialaa.

Haastattelussa edettiin ennalta laaditun lomakkeen mukaisesti. Kysymykset olivat pääasiassa avoimia ja siten ne toimivat tavallaan teemoina, jotta nähtäisiin, kuinka haastateltavat asiat hahmottavat, ja voitaisiin ymmärtää ilmiöitä heidän näkökulmastaan käsin. Standardoituja kysymyksiä käytettiin sen varmistamiseksi, ettei haastattelussa jäätäisi esimerkiksi vain akuuttien ja tuoreessa muistissa olevien asioiden tasolle, vaan saataisiin esiin laajempi asiakokonaisuus.

Tiedontarpeesta

Tiedontarvetta kartoitettaessa pyrittiin selvittämään sellaista pienyrityksessä koettua tiedontarvetta, joka ei ole tyydytettävissä yrityksen sisäisellä tiedolla. Käsiteltäessä tiedontarvetta yritystoiminnan eri osa-alueilta yrittäjät hahmottivat sitä hyvin eri tavoin: he esimerkiksi yksilöivät asioita ja tilanteita, joissa tietoa oli tarvittu, ja kertoivat mistä tietoa oli saatu sekä mainitsivat ongelmia sen hankkimisessa. Haastatteluissa ilmeni, että pienyrittäjät näkevät asiat yrityksen toiminnan kautta, mistä tiedontarpeet olisi pystyttävä erottelemaan. Yrittäjien mielestä tiedontarvetta oli vaikea arvioida ja he pohtivat koetun ja todellisen tiedontarpeen välistä eroa. Kun tiedusteltiin esille tulleita tilanteita ja niissä ilmenneitä tiedontarpeita, haastateltavien oli vaikea muistaa niitä.

Haastattelujen perusteella pienyritysten tarvitsemalle tiedolle ominaisia ovat seuraavat piirteet.

1) Sisällöllinen laaja-alaisuus

Yritystoiminnassa tietoa tarvitaan hyvin erilaisista asioista ja aihepiireistä. Kun yrittäjät kertoivat tarvitsemastaan tiedosta, aihepiirit vaihtelivat »laidasta laitaan» — työmenetelmistä peltopyynnin munien hautomiseen. Haastatteluissa ilmeni myös, että yhteen tarkoitukseen ja on-

gelmanratkaisuun tarvitaan tietoa useilta eri aloilta, koska yleensä on kyse tiedon soveltamisesta käytäntöön. Keskeisiä aihepiirejä yrittäjille ovat rahoitus, markkinointi, tuotteiden sekä palveluiden ideointi ja kehittäminen, lakiasiat ja työsuhteasiat. Tämä osoittaa, että tiedontarpeille on ominaista ensisijainen kytkentä yrityksen talouteen. Toiseksi yrityksille on olennaista se yhteiskunnan (esimerkiksi työsuhteasioista) tuottama tieto, joka yrittäjän on »pakko» tietää.

2) Yksilöllisyys ja yrityskohtaisuus

Yrittäjien tiedontarpeet syntyvät yrityksen toiminnasta. Koska saman alankaan yritykset eivät ole toiminnaltaan identtisiä, eivät niiden tiedontarpeetkaan ole sellaisia. Yritykset eroavat jo sen suhteen toisistaan millaiseen osamiseen niiden toiminta perustuu. Joillakin yrityksillä toiminta perustuu perusosaamiseen, esimerkiksi käden taitoihin. Toisten yrityksen toiminnassa taas tieto ja sen hankkiminen ovat keskeisemmässä asemassa. Nämä yrittäjät tarvitsevatkin enemmän ja useammin tietoa kuin ne, joilla yrityksen toiminta perustuu jo hankittuun tietoon ja perusosaamiseen. Toisissa yrityksissä tietoa kerrottiin hankittavan päivittäin ja toisissa vain harvoin. Tarvittavan tiedon määrään ja sisältöön vaikuttavat myös yrityksen ikä ja tiedolliset vahvuusalueet.

3) Tilannekohtaisuus

Tarpeet syntyvät yleensä yrityksen jokapäiväisestä toiminnasta ja ratkaisuja tarvitaan yrityskohtaisiin käytännön ongelmiin. Tarvittavan tiedon sisältö ja määrä vaihtelevat sen mukaan, mikä asia on kulloinkin akuutti. Pienyrittäjät eivät yleensä hanki tietoa ennakkolta tai vastaisen varalle. Koska pienyrittäjä vastaa tavallisesti yksin kaikista yrityksen toiminnoista ja kun aikaa ja resursseja on vähän, hän rajaa hankittavan tiedon siihen, mikä on pakko tietää. Tilanteet vaihtelevat ja tiedontarvetta on vaikea määritellä ja ennustaa etukäteen. Tiedontarve on myös kausittaista ja esimerkiksi kehittämissä hankkeiden tai tuotannon muutoksen aikana tietoa tarvitaan jatkuvasti.

4) Toiminnallisuus

Tiedolla ei ole arvoa sinänsä, vaan se riippuu sen aikaansaaman toiminnan arvosta. Haastat-

telujen perusteella pienyrityksissä tarvittava tieto on välineellistä eivätkä yrittäjät arvosta ja hanki tietoa pelkästään tietämisen ja ymmärtämisen vuoksi. Yrittäjät eivät tämän vuoksi näekään ongelmia erityisesti tiedollisina vaan yrityksen toimintaan liittyvinä. Tietoa ei mielletä resurssiksi ja toiminnan ohjaajaksi.

Haastattelujen perusteella voidaan päätellä, että tiedontarve vaihtelee käsillä olevan ongelman mukaan. Joissakin tapauksissa yrittäjillä on tarvetta pelkästään faktatiedoista. Yritystoiminnassa ovat tyypillisiä ongelmat, joiden ratkaisemiseksi tarvitaan kokemuseräistä tietoa. Ei riitä, että saa tietoonsa konsultin, vaan pitäisi myös tietää, onko kyseessä hyvä konsultti. Yrittäjien tiedontarpeet ovat myös osin täsmentymättömiä, mistä esimerkkinä on tilanne, jossa yrittäjän ongelmana on katteen parantaminen, mutta hän ei tiedä miten tavoitteeseen päästäisiin. Lisäksi yrittäjille näyttää tulevan vastaan sellaisia tilanteita ja ongelmia, etteivät he ole tienneet, pitäisikö niihin reagoida vai ei. Yrittäjä ei esim. tiedä, pitäisikö hänen varustautua Euroopan yhdentymiseen.

Haastattelujen perusteella pienyrittäjien kokemaan tiedontarpeeseen vaikuttavat

- yrityksen sisäisen tiedon määrä
- yrityksen toiminnan tilannekohtaisten ongelmien ilmeneminen
- tietolähteiden tuntemus ja käyttö
- tiedon välittömien hyötyvaikutusten ilmeisyys ja
- käytännön kokemukset siitä, että tietoa olisi tarvittu.

Yrittäjän ja/tai työntekijöiden ammattitaito ja kokemus vaikuttavat luonnollisesti ulkoiseen tiedontarpeeseen. Usein kerrottiin, että varsinkin tuotteiden valmistuksessa ja palveluiden tuottamisessa oman ammattitaidon merkitys on ratkaiseva. Sen sijaan korostuivat muut yritystoiminnan osa-alueet, joiden tuntemus ei ilmeisesti ole yhtä kattava. Usein myös kerrottiin, että tiedontarvetta oli kyllä ollut yritystoiminnan alkuvaiheissa.

Pienyrittäjät näyttävät reagoivan vain akuuteihin käytännön ongelmiin ja tiedontarpeisiin. Yrityksissä ei myöskään ole aikaa hankkia tietoa ennakolta. Jos yrityksen toiminta on ongelmatonta, yrittäjät eivät koe erityisesti tarvitsevana tietoa, mikä osoittaa orientoivan tiedon vähäistä merkitystä pienyritystoiminnalle. Josain määrin yrittäjät ilmeisesti myös samaistivat tiedontarpeen ja tiedonhankinnan toisiin-

sa ja arvioivat tarvetta sillä perusteella, tulisi-ko tarvittavaa tietoa hankituksi vai ei. Usein yrittäjät kertoivat, että eri asioista pitäisi olla enemmän tietoa, mutta sen hankkimiseen ei ehditä paneutua. Todella välttämättömäksi koettu tieto hankitaan; yleensä asiat pyritään ratkaisemaan jo hankitun tiedon varassa.

Yrittäjät eivät koe tarvitsevana tietoa silloin, kun mahdolliset tietolähteet ovat tiedossa. Oli tavallista, että yritystoiminnan eri aihepiirejä käsiteltäessä yrittäjät mainitsivat mistä tietoa tarvittaessa saa tai kuka hoitaa kyseiset asiat. Toisaalta tiedontarvetta ja tiedon saamisen tärkeyttä korostettiin silloin, kun lähteitä ei ollut ennakolta tiedossa mahdollisten ongelmien ilmaantuessa.

Yrittäjät korostavat tiedontarvetta silloin, kun tiedosta saatava hyöty on helposti nähtävissä ja mahdollisesti vielä arvioitavissa rahassa. Tällaista on esimerkiksi rahoitukseen ja tukimuotoihin ja avustuksiin liittyvä tieto. Tiedon merkitystä korostettiin myös tapauksissa, joissa yrittäjä oli jälkeenpäin havainnut, että lopputulos olisi ollut parempi, jos ongelmaa ratkaistaessa olisi ollut riittävästi relevanttia tietoa.

On selvää, että yrityksen ulkopuolisen tekemä tiedontarpeiden ja tiedonhankinnan tarkastelu jää puutteelliseksi. Pitäisi tietää miten ongelmanratkaisu yrityksessä etenee ja miten siinä tietoa käytetään: esimerkiksi missä määrin asiat ratkaistaan sisäisen tiedon avulla tai hankkimatta ulkoista tietoa päätöksenteon tueksi; miten tiedontarve muuttuu ongelmanratkaisun edetessä ja onko koettu tiedontarve kohdistunut siihen tietoon, jotka tosiasiallisesti tarvitaan ongelmanratkaisussa. Näitä ei saada selville muutoin kuin tutkimmalla ilmiötä yrityksestä käsin.

Tiedonhankinnasta

Haastatellut olivat käyttäneet useita eri tietolähteitä, joista yleisimmät olivat elinkeinoasiamies, messut ja näyttelyt, tilitoimisto, toiset yrittäjät sekä kurssit ja opintokäynnit. Yleisimmin käytettyjä ovat paikalliset ja yrityksen toimialaan kuuluvat tietolähteet. Ne ovat keskeisiä yrityksen toiminnan kannalta ja yrittäjien tuntemia. Yrittäjät näyttävät suosivan informaaleja ja epäsystemaattisia kanavia ja erityisesti henkilökohtaisia kontakteja.

Pienyritysten tiedonhankinta ei näytä olevan aktiivista ja systemaattista. Käytetyimpienkin lähteiden osalta on kyse yritystoiminnan kannalta välttämättömistä ja pakollisista yhteydenotoista. Kanavia käytetään myös yksittäistapauksissa ja satunnaisesti. Usein ollaan myös pelkästään tietoa vastaanottavana osapuolena. Vain harvoilla yrittäjillä on vakiintuneita ja pääasiallisia tiedonhankintakanavia.

Tiedonhankintaa ei voida irrottaa yrityksen toiminnasta ja siitä syntyvästä tiedontarpeesta. Haastatteluaineisto osoittaa, että koettujen ja toiminnasta syntyvien, yleensä käytännöllisten tiedontarpeiden lisäksi tiedonhankintakanavien käyttöön ja valintaan vaikuttavat seuraavat kuusi seikkaa.

1) Tietämys tiedonhankintakanavien olemassaolosta ja niiden tarjoamasta tiedosta

Tiedontarjonnan tuntemus ohjailee luonnollisesti eri kanavien käyttöä. Yrittäjien keskuudessa keskeiseksi ongelmaksi osoittautui se, etteivät he tiedä mistä tarvittava tieto saadaan. Haastattelijan mainitsemien käyttämättä jääneiden lähteiden mainittiin usein olevan outoja ja tuntemattomia. Toisaalta yrittäjät eivät tiedä, että tutusta lähteestä saisi tarvitsemansa tiedon. Haastattelussa ilmeni, että yrittäjän tietämys tiedon tarjonnasta on melko suppea ja hataraa. Esimerkiksi lähteitä sekoitettiin toisiinsa eikä oltu aina edes varmoja siitä mistä tarvittu tieto oli aikanaan saatu.

2) Yrittäjien käsitykset tiedonhankintakanavista ja niiden tarjoamasta tiedosta

Yrittäjät näyttävät profiloivan ja jäsentävän tuntemansa palvelut ja muodostavan mielikuvan siitä, mitä tietoa niistä on saatavissa ja mitä ei. Yrittäjät esittivät tällaisia näkemyksiä selaisistakin tietolähteistä, joita he eivät olleet käyttäneet lainkaan, eivätkä käsitykset siis perustuneet käyttökokemuksiin.

3) Olemassa olevien palvelujen organisointi

Olemassa olevien palvelujen organisointi muovaa yrittäjien käsityksiä niistä ja ohjaa sitä kautta tiedonhankintaa. Jos tietolähteellä on esimerkiksi muitakin intressejä kuin tiedon vä-

littäminen, palvelut jätetään käyttämättä, samaten jos arvellaan, ettei ole eduksi paljastaa omaa tietämättömyyttään tai että tiedonvälittäjä ajaa omaa etuaan. Tyypillistä oli palvelujen leimaantumisen pelkästään sillä perusteella, että ne ovat viranomaisten järjestämiä.

4) Kokemukset tiedonhankintakanavista

Tietolähteet, jotka ovat onnistuneesti vastanneet yrittäjien tiedontarpeeseen, tulevat käytetyiksi uudelleen. Tiedonhankintakanavien arvioinnissa keskeisiksi kriteereiksi muodostuivatkin tiedon helppo saatavuus sekä saatavan tiedon käyttökelpoisuus ja hyödyllisyys. Jälkimmäinen perustuu tiettyyn käyttötarkoitukseen ja tilanteeseen. On tärkeää, että tieto vastaa yksilöllistä tarvetta. Henkilökohtaisten kontaktien suosion voidaan päätellä perustuvan siihen, että ne tyydyttävät edellä mainitut vaatimukset. Ensinnäkin tieto saadaan nopeasti ja tiivistetysti ja vastaaja voi sitä vielä tarvittaessa yksinkertaistaa ja selventää. Toiseksi asian tuntijat tietävät mistä tietoa saa ja pystyvät opastamaan edelleen lähteelle.

5) Ajan puute ja tiedonhankinnan vaivattomuus

Yrittäjät käyttävät ja valitsevat tiedonhankintakanavia, joiden käyttö ei vie paljon aikaa. Monet pienyrittäjät osallistuvat kokopäiväisesti tuotantoon ja asiakaspalveluun tai toiminta on täysin heidän työnsä varassa. Yrittäjän täytyy keskittyä siihen, mistä välitön taloudellinen hyöty saadaan. Tietoa on hankalaa hankkia silloin, kun vaikkapa kauppa täytyy pitää auki. Esimerkiksi kirjasto, kurssit ja opintokäynnit tiedon hankkimiseksi mainittiin liian aikaavieviksi. On helpompaa ja nopeampaa soittaa puhelimella kuin mennä vaikkapa kirjastoon ja lukea kirja tai lehtiartikkeli. Tiedonhankinnassa vaivattomuus on myös olennaista. Jotkut yrittäjät kertoivat, että tietoa ei hankita, jos vain tullaan toimeen ilman sitä ja että joitakin palveluja oli tullut käytettyä, koska ne sijaitsevat lähellä.

6) Tiedon hinta

Joissakin haastatteluissa tuli esille, että tiedonhankinta aloitetaan esimerkiksi elinkeino-

asiamiehestä, koska se on ilmaista. Yrittäjät myös kertoivat, että asiantuntijoita etsittäessä ongelmana on valita näistä paras hinta-laatu-suhteessa, koska pienyrityksen taloudelliset resurssit ovat rajalliset.

Pienyrityksessä tiedonhankinnalla on selvä yhteys itse toimintaan ja siitä syntyvään tiedontarpeeseen. Jo pelkästään yritystoiminnan luonteeseen esimerkiksi kuuluu, että ongelmia täytyy usein ratkaista nopeasti ja ettei haluta, että muut tietävät yrityksen suunnitelmista. Tiedonhankinta voi tietysti muuttua ongelmanratkaisun kuluessa, mutta siitä haastattelussa saatiin vain viitteitä: pääasiallisia tietolähteitä käytettiin usein oikean lähteen löytämiseksi. Tietolähteiden ja -palveluiden käyttöä selvitettäessä on ratkaisevaa miten »käyttö» määritellään ja mitä sillä tarkoitetaan. Jotkut yrittäjät käsittivät sen esimerkiksi pelkäksi käynniksi, yhteydenotoksi tai tapaamiseksi, joissa ei kuitenkaan ollut kyse tavoitteellisesta toiminnasta, tiedontarpeen tyydyttämisestä.

Ongelmista

Haastattelujen perusteella voidaan päätellä, että yritystoiminnassa tarvittavan tiedon käytön esteet liittyvät

- tiedon hankintaan
- tiedon soveltamiseen ja
- siihen, ettei tietoa ole lainkaan olemassa tai käytännössä saatavilla.

Keskeinen ongelma tiedonhankinnassa on se, että yrittäjän aika kuluu tehtävissä, jotka ovat välttämättömiä yrityksen toiminnan ylläpitämiseksi, eikä tiedonhankintaan jää aikaa. Merkittävaksi ongelmaksi osoittautui myös se, ettei yrittäjillä ole tiedossa, mistä tietoa saadaan. Vanhemmissa yrityksissä tietolähteiden tuntemus oli parempi tai tunnettiin ainakin joitakin tiedonvälittäjiä, joilta saadaan opastusta. Kun yrittäjä itse vastaa kaikista yrityksen toiminnoista, hänellä ei ole aikaa paneutua tiedonhankintaan. Lisäksi tuli ilmi, että joistakin lähteistä tiedon saaminen koettiin hankalaksi ja että hankinnan esteenä oli se, että tieto maksaa.

Keskeinen ongelma tiedon käytössä on myös se, ettei tieto ole käyttökelpoisessa muodossa yrittäjän kannalta. Yrittäjältä voi puuttua saadun tiedon käyttämiseen tarvittava asiantuntemus (esimerkiksi kielitaito, juridinen tai tekni-

nen tietämys) tai tieto ei ole koottua, tiivistettyä ja riittävän käytännönläheisessä muodossa. Tietoa on paljon, sitä joudutaan hankkimaan samaan tarkoitukseen eri lähteistä ja yleistajuinenkaan tieto ei sovellu käytännön ongelmien ratkaisemiseen. Tiedon soveltamisen ongelmana on myös tiedon mahdollinen epäluotettavuus, joka yleensä yhdistettiin käyttöihin tietolähteisiin. Painetun tiedon vanhuus taas ei ole erityinen ongelma, koska dokumentoidulla tiedolla ei ole keskeistä merkitystä. Sen sijaan tiedon vanhuutta tavallisempia olivat maininnat siitä, että joistakin lähteistä tietoa saadaan hitaasti. Yrittäjien mielestä ei myöskään ollut yleinen ongelma se, ettei tietoa ole lainkaan olemassa tai käytännössä saatavilla vaan se, ettei tieto löydy.

Tieto- ja neuvontapalvelujen kehittämistarpeista

Yrittäjillä ei ollut selkeää näkemystä palvelujen järjestämisestä ja kehittämisestä, vaikka niihin ei oltu kaikilta osin tyytyväisiä ja vaikka niiden käyttämisessä oli ollut ongelmia. Todettiin vain, että parantamisen varaa on tai parannusehdotukset olivat hyvin yleisluontoisia tai yksittäisiä. Esille tulleet parannusehdotukset voidaan luokitella tiedon saatavuutta ja tiedon käyttöä helpottaviin toimenpiteisiin.

Selvityksessä kartoitettiin lisäksi joitakin tietoon, organisaatioon ja henkilöstöön kohdistuvia odotuksia ja vaatimuksia: Tarvittavasta tiedosta yrittäjät ovat halukkaita maksamaan kohtuullisen hinnan ja muoto, jossa tieto halutaan, riippuu tämän määrästä ja sisällöstä. Yrittäjien mielestä palvelut olisi hyvä keskittää ja sijoittaa ne paikallisesti tai alueellisesti. Tiedonvälittäjän luotettavuus on tärkeämpää kuin se, onko järjestäjänä viranomaisorganisaatiot vai yrittäjien omat organisaatiot. Henkilöstöltä edellytettiin asiantuntemusta erittelemättä sitä tarkemmin. Neuvojen ja tiedonvälittäjien tuntemista pidetään luotettavuuden vuoksi yleensä tärkeänä. Haastattelujen perusteella voidaan päätellä, että tiedon pitäisi olla valmiiksi seuloittua ja muokattua: tiivistettyä, yksinkertaistettua ja koottua. Järjestäjän tulee olla palveluaitis, puolueeton ja neutraali sekä luotettava taho. Koska henkilökohtaiset kontaktit ovat tärkeitä, pitäisi palvelujen perustua riittäviin hen-

kilöresursseihin. Tärkeintä yrittäjän näkökulmasta on yksinkertaisesti se, että täsmälleen haluttu tieto on helposti saatavissa luotettavalta taholta.

Lopuksi

On selvää, ettei yhden suppean selvityksen avulla voida saada kuin karkea yleiskuva käsitellyistä ilmiöistä. Olisi tärkeää tutkia niitä yrityksestä käsin: pitäisi ymmärtää yrityksen toimintaa ja sen päämääriä, jotka saavat aikaan tiedontarpeita, tiedonhankintaa ja palvelujen käyttöä. Palvelujen kehittämisen kannalta on olennaista kohteen tavoittaminen ja sen paikalle asettuminen, josta Konsta Pylkkänenkin — Havukka-ahon ajattelijana — haikaili saatuaan tarjouksen ryhtyä Kainuun luontoa tutkivien tiedemiesten apulaiseksi:

»— Olisipa soma vuenkaan verran asua lisenssin nahan sisässä. Kurkkisi hänen silmillään maapallon asioita. Olisi mukava yksi vuosi lueskella maailman viisaimpia kirjoja ja reistata aivojaan. Hyvä kai se on heijän hippasta kivikatuja kirja kainalossa —

— Tavallaan maapallossa on liiaksi viisautta, epäili Konsta luodollaan. — Sitä ei jakseta kaikkea käyttää, vaan turvottaa se nupopäät mustansinisiksi. . . Viisusopin lajit on: kaukoviisus, jota on minulla hyvin paljon. Mitä se on? Se on sitä, että asiat harkitaan etukäteen ja kuvitellaan tapaus sikseenkin elävästi, että kun se kerran tapahtuu, on reitit selvät. Tätä lajia on harvalle suotu. Jolla sitä on, niin pitkään hyvänään! Mutta tässä lajissa on kaksi pahaa vikaa; asia jää huvikseen tapahtumatta tai se sattuu eri tavalla. Joka arvaa ottaa tämänkin huomioon, sille on maalimannanta kevyt kiertää. . .

Sitten on teoreettinen viisus, jota on sanomalehdissä ja vaikka missä. Siinä asia kuvitellaan yksipiipuseksi haulikoksi, jossa on lukko epäkunnossa ja panos voi tulla ampujan silmille. . . Teoreettinen vii-

saus on kaukoviisauven veljenpoika, mutta linssi on vaivasempi. . .

Käytännön viisus on sitä, kun vanha kalltopää kettu juosta hipsuttelee rämeellä ja astuu omiin jälkiinsä. Mutta polulla voi olla ketunrauta. . . Vaan jos on lisäksi hyvä vainu, niin varmasti pärjää, paitisi jänis, joka menee mielellään lankaan, jos se on etevästi laitettu, vaan ei töherön käsialaa.

Kaikista paras ja imelin viisauven laji on jälkiviisus, sillä alalla saahaan eniten aikaan. Siinä on tapanus mennyttä aikakautta, mutta se kuvitellaan esiintulevaksi ja sakilla setvitään, miten olisi paras käyttää. . . Tässä lajissa on ihminen viisaimmillaan. . . Jälkiviisaan silmä on somassa paikassa, se kahtoo taaksepäin. . .»¹

Hyväksytty julkaistavaksi 18. 7. 1989.

Selvitykseen liittyvää kirjallisuutta

Järvelin, K. & Vakkari P., Kirjastotiede ja informatiikka — tiedon hankinnan tiede. Kirjastotiede ja informatiikka 7(1): 18–32, 1988.

Järvelin K. & Vakkari P., Tiedontarpeiden ja kirjastonkäytön tutkimisesta: kaksi tutkielmaa. Helsinki, 1981.

Kaipainen, R., Pienyritysten tietopalveluselvytys. Raporttiluonnos. 1989.

Karttunen, K., Pienyrityksen tiedonhankintaprojekti. Aihio loppuraportiksi. 1988.

Kauhanen-Simanainen, A., Elinkeinoelämä ja tietopalvelu. Tietopalveluseura ry, Helsinki, 1987.

Kortelainen, T. & Saarinen, H., Pohjoinen tietopalvelu: raportti Lapin pienyritysten tietopalvelukeilusta. Rovaniemi, 1986.

Puhakka, H., Pienyritysten neuvontapalvelut. Business Books, Jyväskylä, 1985.

¹ Huovinen, V., Havukka-ahon ajattelijana. Porvoo, 1968.