

## A folyóirat-előfizetési ügynökségek a piac szorításában

Az első előfizetési ügynökséget Európában *W. H. Everett* alapította 1793-ban; *G. Stechert* hozta létre az első amerikaiat 1872-ben. Az EBSCO-t (*Elton B. Stephens Company*) 1943-ban alapították meg családi vállalkozásként. A legtöbb ilyen ügynökség valami módon kapcsolódott a könyvkereskedelemhez vagy -kiadáshoz.

Már a 19. században is berzenkedtek a folyóiratok elszaporodása ellen, bár sejtelmük sem volt róla, mit hoz a 20. század. A könyvtárosok számára segítséget jelentettek a katalógusok: 1932-ben jelent meg a *Faxon Librarians Guide* (1150 cím, melyre a cég előfizetéseket fogadott el); ugyanebben az évben *Carolyn Ulrich* is megjelentette *Periodicals Directory*-jét 6000 címmel. Ez utóbbi 31. kiadása 126 000 címet tartalmaz, s az EBSCO *The Serials Directory*-ja 1993-ban 142 620 címet. Ma egy nagyobb folyóirat-előfizetési ügynökség adatbázisában kb. 200 000 élő cím található a világon megjelenő 400 000-ból. Ennek megfelelően nőtt a cikkek száma is. Valószínűsíthető, hogy manapság naponta 80 000 cikk jelenik meg.

A könyvtári költségvetések nem képesek lépést tartani ezzel a növekedési ütemmel. A II. világháború után közvetlenül ez még sikerült: a könyvtárak egyre többet költöttek folyóiraatra, s egyre kevesebbet könyvre, függetlenül attól, szükség volt-e a folyóiraatra vagy sem; csak a gyűjtemény nagysága számított.

Az előfizetési ügynökségek munkamódszerei ehhez igazodtak, s mind szorosabb kapcsolatokat tartottak fent vásárlóikkal. Az 1970-es évekig az ügynökségek megélték a kiadók által nyújtott árrésből, ami jóval nagyobb volt Európában, mint Amerikában; ennek azonban vége.

Az európai folyóiratokat továbbra is többnyire kereskedelmi kiadók jelentetik meg, az amerikaiakat tudós társaságok, egyesületek. Az előbbieket néha fizetnek is a szerzőknek, az utóbbiaknak gyakran a szerzők fizetnek a publikálásért.

Az ügynökségek gyakorlatilag a kereskedelmi kiadók által nyújtott árrésből éltek meg, míg a társasági kiadók alig adtak valami engedményt. Az ügynökségek csak akkor lesznek képesek jól kiszolgálni a könyvtárakat, ha e két partner közül az egyik csökkenti, a másik növeli az árrést.

Az ügynökségeket szorítja az amerikai és európai árképzési szokások különbözősége is. Ahhoz, hogy megbirkózhassanak a nehézségekkel, jó gazdasági alapokra és nagy hozzáértésre van szükségük. Számuk a verseny következtében az utolsó húsz évben

radikálisan lecsökkent. A piacot uraló ügynökségek az egész világra kiterjedő hálózatuk van. Az öt legnagyobb: *Faxon* (USA), *EBSCO* (USA), *Swets* (Hollandia), *Blackwell* (Anglia) és *Dawson* (Anglia és Franciaország).

Nagy takarékosagra van szükség az árak versenyképessége érdekében. Az ügynökségek tevékenysége szolgáltatásorientált, élőkommunikációs, és rendkívüli módon összetett. Amikor az előfizetők azzal fenyegetőznek, közvetlenül fognak rendelni a kiadótól vagy a versenytársaktól, az ügynökségeknek meg kell győzniük őket arról, ha többet fizetnek is, többet takarítanak meg. A dolog nyitja megtalálni az érzékeny egyensúlyt az árak és a szolgáltatások között, a számítógépes adatfeldolgozási technológia és a felkészült személyzet között.

A könyvtárosok sokat panaszkodnak a magas folyóiratárak miatt az ügynökségeknél, holott az árakat a kiadók állapítják meg. Az ügynökségek a profitigények szorításában vergődnek; nincs módjuk az árak ellenőrzésére, a könyvtárak mégis azt hiszik, rajtuk akarnak meggazdagodni. Sajnálatosan kevésbé ismerik el azt a kulcsszerepet, amelyet az ügynökségek mind az előfizetők, mind a kiadók érdekében betöltenek. A kiadóknak előre utalják át az előfizetési díjat, gondoskodnak a hiányzó számok beszerzéséről, a könyvtáraknak kedvező árakat szabnak, és hitelt nyújtanak. Szoros, személyes kapcsolatokat ápolnak vásárlóikkal, szaktanácsokat adnak, közvetítenek a gyakran változó kiadói piac felé.

A gazdasági nehézségeket az ügynökségek az elmúlt négy-öt évben egymás rovására élték túl; némelyek közülük új üzletágakat nyitottak (pl. elektronikus publikáció, CD-ROM-előállítás). A könyvtárak nemcsak csökkentették az előfizetett folyóiratok számát, hanem egyre inkább a cikkekre összpontosították figyelmüket. (Az előfizetett folyóiratokban lévő cikkeknek alig 10%-át használják csak intenzíven az olvasók.) Így az új jelszó a CASIAS (Current Alerting Services, Individual Article Supply = Folyamatos Értesítő Szolgálat, Egyéni Cikkellátás) lett, s minden nagyobb folyóirat-előfizetési ügynökség bekapcsolódott az egyéni cikkellátásba is.

**LUIJENDIJK, W.: Subscription agencies: fewer, tougher, more agile – and beleaguered. = Logos, 4. köt. 2. sz. 1993. p. 95–98./**

(Papp István)