

intézmény amúgy is szűkös kiadványcsere alapját sem volna rossz vele szélesíteni.)

Könyvtárközi kölcsönzési szempontból a reprográfiai szolgáltatásokkal kapcsolatos közlések nyújtanak komoly segítséget. Birtokukban ugyanis a kölcsönző könyvtáros már a kérésnél el tudja dönteni, hogy eredeti anyagot kérjen-e, vagy kérhet xerox-másolatot, illetve mikrofilmet is.

Az ilyen típusú összeállítások adatai, információi azonban rendkívül gyorsan megváltoznak vagy elévülnek (példa rá benne saját intézményünk). Ezért, habár tudom, hogy ez igen nagy és „megérdemelt pihenésre” csábító munka, mégsem szabadna olyan sokat várni egy-egy újabb kiadásával, és – esetleg – a változásokról is kiegészítést lehetne közzétenni két kiadása között.

A Tájékoztató a szakmai tájékoztatásról két mutatót is ad: intézmények neve szerintit és tárgymutatót.

Az információs termékek árképzése

Kétségtelen tény, hogy az online módon hozzáférhető, géppel olvasható információs termékek közreadása veszélyt jelent a nyomtatott termékek létére nézve. Ez nem azzal áll összefüggésben, hogy a nyomtatott termékeknek már nincs meg a maguk sajátos helye, hanem azzal, hogy a rendelkezésre álló termékek változó összetétele és használatuk új módja rendkívül megnehezíti a „helyes” árképzést. A nem megfelelő árképzési struktúra pedig egyaránt veszélyezteti a nyomtatott és a géppel olvasható terméket.

A probléma lényegében abból származik, hogy míg a nyomtatott termék utáni várható bevétel viszonylag könnyen kiszámítható (a becsült kereslet ismeretében az előállító olyan árat állapít meg, amely fedezi a szükséges bevételt), a gépi produktumok esetében az előállító csak az adatbázis bérleti díját ismeri előre, mint biztos bevételt, a további bevételek sok „kiszármazottól” és néhány „nagyfelhasználótól” származnak részletekben esetleges módon. Az információs termékek előállítói olyan helyzet elérésére törekszenek, amelyben a nyomtatott és a géppel olvasható termék forgalmából származó bevételek *együttesen* haladják meg a csupán a nyomtatott termék eladásából származó bevételeket. A megfelelő árképzési politika kialakítását nemcsak az nehezíti meg, hogy a felhasználók a költséghatékonyság követelményeit szem előtt tartva felváltva veszik igénybe a különböző online szolgáltatóközpontokat, rendszereket és adatbázisokat, hanem az is, hogy az utóbbi időben lehetővé vált az adatbázisok „letöltése” (downloading)* és az így nyert részadatbázisok „házi” tárolása és

Véleményem szerint a következő kiadásoknál talán lehetne a mutatókat gazdagítani, hiszen ez jelentősen előmozdíthatná az információk több oldalról való megközelítését. Nagyon fontosnak tartanám az intézmények névrövidítésének mutatóját vagy legalábbis utalókat a rövidített nevektől.

Talán még egy észrevétel: a hasonló típusú kézikönyvekben a tételeket általában megszámozzák, és a mutatók nem az oldalszámra, hanem a tételszámra utalnak, hiszen egy oldalon több tétel is szerepelhet. Ez megkönnyíti a keresést.

Összefoglalva: a kiadvány fölöttébb hasznos, örülünk megjelenésének.

Demén Ilona
(OMIKK)

hasznosítása. Ha nem kerül sor korlátozásokra a felhasználó a nyomtatott termékkel vagy annak a számára szükséges részével egyenértékű részt tölthet le az adatbázisból a normál igénybevételnél szokásos árak mellett. Ez egyben azt is eredményezi, hogy a különböző változatok együttes értékesítéséből származó jövedelem előbb-utóbb kevesebb lesz a csak a nyomtatott változat értékesítéséből származó bevételeknél. Ha az előállító veszteségessé válik, a termék piacképtelen lesz és megszűnik.

A géppel olvasható adatbázis előállítója előtt három lehetőség áll:

- csak a nyomtatott változatot értékesíti,
- a teljes változat egyes részeit értékesíti géppel olvasható formában,
- párhuzamosan teljes (vagy kiegészített) gépi adatbázist is értékesít.

A Chemical Abstracts pl. több olyan gépi termékkel rendelkezik, amely a nyomtatott változathoz származtatható, de nem egyezik meg azzal teljes mértékben (pl. CA Condensates, Chemical Biological Activities, Chemical Titles, CA Search). Az ilyen típusú gépi adatbázisok egyelőre még nem gyakoroltak számottevő hatást a Chemical Abstracts nyomtatott változatának forgalmára. Ugyanakkor már érzékelhetőek annak jelei, hogy a teljes Chemical Abstracts adatbázis (bibliográfiai információk, indexek, referátumok) a CAS Online rendszerrel együtt a nyomtatott változat forgalmának csökkenéséhez vezet.

Hasonlóak a tapasztalatok az Excerpta Medica-val is. A vizsgálatok szerint azokban az esetekben, amikor a felhasználók egyenlő eséllyel választhattak a nyomtatott és a gépi változat között, a nyomtatott változat évi forgalma 5%-kal csökkent a gépi változat 40%-os növeke-

* (vö. TMT 1984. 3. sz. p. 119., 5. sz. p. 203. és p. 531.)

désével szemben. Legalább öt évre van szükség ahhoz, hogy az online termékekből származó jövedelem kompenzálja a nyomtatott változat előfizetéseinek csökkenéséből adódó veszteségeket, s tíz évnek kell eltelnie addig, amíg a bevételek zömét a gépi változat produkálja. Ha a váltás viszonylag hosszabb időszak alatt és szabályozott körülmények között megy végbe, az adatbázis előállítója képes az árak fokozatos és megfelelő mértékű kiigazítására. A hirtelen változás azonban súlyos következményekkel járhat.

Ezzel kapcsolatban két tényezőt kell megemlíteni: az egyik a géppel olvasható információs termékek olyan jellemzőinek kifejlesztése, amelyek a nyomtatott változat esetében nem vehetők igénybe (pl. a vegyületek összetevői szerinti keresést lehetővé tevő Registry Nomenclature a CAS Online rendszerben). A másik az adatbázisok letöltésének lehetősége, aminek keretében a gépi változat meghatározott részét kazettára, hajlékony lemezre, vagy más számítógépes tárolóra rögzítik további „házi” hasznosítás céljából. A letöltésének általában két szintje különböztethető meg: az első főként az információk új formába való öntését, szerkesztését és nyomtatását, a második – amely az online szolgáltatásokból származó bevételek szempontjából különösen veszélyes – az információknak a meglévő „házi” rekordokkal vagy más adatbázisokban végzett kutatások eredményeivel történő egyesítését jelenti. A legtöbb gyártó cég éppen ezért bevezeti vagy megemeli az online megjelenítésért fizetendő díjakat, vagy pedig külön tarifát állapít meg a letöltés esetére.

A felhasználó célja általában a pénz értékének maximalizálása, azaz a rendelkezésre álló eszközökből a legtöbb szükséges információt a legkönnyebben kezelhető formában kívánja megszerezni. Ha az árak struktúrája lehetővé teszi, akkor a fejlett országok felhasználói akár teljesen át is állhatnak az online változat kizárólagos használatára. A fejlődő országok felhasználóinak azonban gyakran nincs meg a választási lehetősége, s meg kell maradniuk a „konvencionális” információs eszközök mellett. Az adatbázisok előállítóinak az a célja, hogy a jövedelmek szintjét az üzemeltetés költségeinek fedezésére fenntartsa. Ezért az alábbi lépéseket kell megtennie:

- ki kell számolnia a tényleges költségeket,
- döntenie kell arra vonatkozólag, hogy a „piaci érték” vagy pedig az „együttes költségek” képezzék-e az ár alapját,
- új termékek bevezetésekor meg kell próbálkoznia az igénybevétel valószínű változásainak előrebecslésével,
- döntenie kell az árak szerkezetéről.

A „piaci érték” nem rögzített vagy kalkulálható mennyiség. Egyes információtípusoknál gyakori olyan tarifa megállapítása, amely a piac tűrőképességéhez igazodik. A legtöbb esetben az árképzés költségalapú. Az online szolgáltatások felhasználója általában az „együttes költségeket”, azaz az előállító költségeit, az online

szolgáltató központok költségeit és a távadatviteli költségeket fizeti meg.

A legproblematisabb terület a felhasználás várható alakulásának becslése. Az online szolgáltatásoknak a nyomtatott termékekkel szembeni előnyben részesítését számos olyan tényező együttes hatása befolyásolja, mint

- a költség,
- a hozzáférés egyszerűsége (parancsnyelv, tanácsadó szolgálat, képzés),
- az igénybevétel kényelmi szintje (a rendelkezésre álló fájlok száma, az offline eredmények kézbesítésének sebessége, a hagyományos eszközökkel szembeni speciális előnyök, a letöltés lehetősége).

A felhasználás módját tehát az ár, az online szolgáltató központ és az online szolgáltatás jellege határozza meg, s ez indokolja az online termékek rendkívül körültekintő bevezetésének követelményét.

Az árképzés során több megközelítés is alkalmazható, így pl.:

- kapcsolati idő + a megjelenítési (nyomtatási) díjak (a legnagyobb online rendszerek zöménél ez az elv az uralkodó),
- a keresés során felhasznált CPU-idő,
- az online hozzáférés egyedileg megállapított díja,
- a kereséshez vagy a berendezéshez kapcsolódó átalánydíj,
- fájl típusonként megállapított differenciált tarifa,
- keresési típusonként megállapított differenciált tarifa,
- előfizető típusonként megállapított differenciált tarifa.

Az adatbázisok előállító számára előnyösebb lehet a „tradicionális” termék és az online termék közötti átmenet folyamatának „manipulálása”, vagyis a forgalom megtartása és az új piaci lehetőségek felderítése. Ennek érdekében a gyártó:

- csökkentheti a nyomtatott változat árát (a nyomtatott változat forgalmának százalékos aránya megőrzése céljából),
- kedvezményes online tarifákat állapíthat meg a nyomtatott változat előfizetői számára,
- a kapcsolati idő helyett az online hozzáférhető adatok típusa szerint határozhatja meg a tarifákat,
- letöltési tarifát állapíthat meg.

A hagyományos és az online termékek egymáshoz viszonyított árának alakulására vonatkozóan sok kérdés nem tisztázott. Az adatbázisok előállítóiban abban reménykednek, hogy olyan új piaci szektor alakul ki, amely a nyomtatott terméket korábban igénybe nem vevőkből áll. A viszonylag alacsony forgalmú nyomtatott termékek eladásából származó jövedelmet igen sok „kiszolgáló” és „nagyfelhasználó” által fizetett díjak váltják fel.

A jelenlegi tapasztalatok szerint a géppel olvasható termékek árai gyorsabban emelkednek, mint a nyomtatott változat árai (pl. Chemical Abstracts Service). Egyre

terjed a letöltési korlátozások és díjak bevezetése is (CAS, BIOSIS stb.).

Mindezek hatására a csak a nyomtatott termék felhasználói a hagyományos információs termékek árának csökkenését, de legalábbis lassabb emelkedését várhatják az elkövetkező néhány évben. A nyomtatott és az online termékeket együttesen megvásárlók kiadásai a jelenlegihez képest többé-kevésbé azonos szinten maradnak, miközben a kiadások nagyobb részét az online szolgáltatások emésztik fel. Kiegészítő bevételeket jelentenek a számítógépes szolgáltatások új felhasználói.

Az árak struktúráját az adatbázis jellege fogja meghatározni. A bibliográfiai jellegű keresések esetében – ahol a keresés viszonylag hosszú és a visszakeresett adatok száma nagyobb – a kapcsolati idő és a megjelenítési díj alapján meghatározott tarifa megfelelőnek látszik. A faktografikus adatbázisok esetében az előbbi módszer nem vezet a bevételek kellő szintjéhez, mivel a keresés igen rövid és a kapott eredmény is kevesebb. Így a

keresésenkénti átalánydíj vagy a keresés típusa szerint megállapított tarifa bevezetése tűnik célszerűnek.

A nyomtatott változat előfizetői számára megállapított differenciált tarifák és a fájlokhoz való hozzáférés díjazásának egységesítése arra ösztönzi a felhasználókat, hogy továbbra is előfizessenek a nyomtatott változatra vagy esetenként előnyben részesítsék azt az online változattal szemben. Ez lehetővé teszi a felhasználói szokások változásának ellenőrzés alatt való tartását annak érdekében, hogy az adatbázisok előállítói számára továbbra is megmaradjanak a szükséges bevételek. Az előállítók „túlélése” biztosítja az információs termékek jelenlegi széles választékának fennmaradását is.

/BARKER, F. H.: Pricing of information products = Aslib Proceedings, 36. köt. 7–8. sz. 1984. p. 289–297./

(Hegedűs Péter)

Elektronikus kiadói tevékenység: a piaci perspektívák

Bár az elektronikus kiadói tevékenység szakirodalma gazdag, mindeddig kevés figyelmet szentelnek az olyan gazdasági, piaci és felhasználói tényezőknek, amelyek a technikai eredményekkel együtt határozzák meg az elektronikus termékek használatba vételét.

Bár az elektronikus kiadói tevékenység már a mindennapi élet részét képezi, egyre újabb és újabb lehetőségek keresésére ösztönöznek a technika eredményei. Ennek ellenére még a legoptimistábbak is úgy vélik, hogy a fejlődés az előre jelzettől lassabb. Az üzleti élet képviselőinek az újdonságokba vetett korlátozott bizalma ebben csak részben játszik közre. Az elektronikus kiadói tevékenység piaci szempontból rendkívül komplex jelenség, s mi több, a legtöbb mai termék csak a fejlődésnek közbülső vagy átmeneti fokát képviseli.

Nem árt mindezek kapcsán elosztatni a félreértéseket az elektronikus kiadói tevékenység pontos tartalmát illetően. Alapjában véve két terület különböztethető meg:

- az elektronika – különösképpen a számítógépek – alkalmazása hagyományos termékek előállítása céljából,
- számítógépek és telekommunikációs rendszerek alkalmazása az információk elektronikus úton történő terjesztése érdekében.

A két terület természetesen nem zárja ki egymást, mint ahogy ez a nyomtatott információs termékek és az online szolgáltatások esetében látható. Az elektronikus úton történő információterjesztés területén a termékeket négy fő csoportra lehet osztani:

- nem interaktív műsorszórás (pl. kábeltelevízió, teletext),
- interaktív szolgáltatások (pl. videotex, online szolgáltatások),
- önálló elektronikus termékek (pl. személyi számítógépek szoftverje, videoszalagok, videolemezek),
- egyéb (pl. elektronikus újság, dokumentumszolgáltató rendszerek).

Természetesen a kategóriák itt sem kölcsönösen kizáróak. Így pl. francia teletext rendszer, a DIODE, bizonyos mértékű interaktivitást is lehetővé tesz.

Az elektronikus kiadói tevékenység piacával kapcsolatban a Johansen által felvetett és a Cawkell által kibővített koncepciókat célszerű megemlíteni. E koncepciók szerint az információs technika bármely új eredménye csak akkor lehet sikeres, ha létezik a megfelelő „készenléti potenciál” és az alkalmazást elősegítő infrastruktúra. Az előbbi a szükséges technológia, a telekommunikáció és a kinyilvánított igények (piac) együttese, az utóbbi pedig elsősorban az emberi tényezőkkel, a szerviz- és szolgáltatási lehetőségekkel, valamint a megbízhatósággal kapcsolatos. Ha az említett feltételek bármelyike is hiányzik, az új termék aligha lehet sikeres.

Online technikák

Az online szolgáltatások az elektronikus kiadói tevékenység legérettebb és legelfogadottabb formáját képezik. A szolgáltatások fejlődését az 1960-as évek végén és