

RENATA BOROŃSKA

Biblioteka Główna

Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy

e-mail: rboronska@utp.edu.pl

WPLYW INTERNETU NA PROCES GROMADZENIA ZBIORÓW ZWARTYCH W BIBLIOTECE GŁÓWNEJ UNIWERSYTETU TECHNOLOGICZNO-PRZYRODNICZEGO W BYDGOSZCZY



Renata Borońska jest absolwentką filologii polskiej oraz podyplomowych studiów z zakresu bibliotekoznawstwa i informacji naukowej na Uniwersytecie Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. W Bibliotece Główniej UTP w Bydgoszczy pracuje od 1998 r., początkowo w udostępnianiu, w latach 2001-2007 w Bibliotece Wydziału Mechanicznego. Od 2007 r. zajmuje się gromadzeniem wydawnictw zwartych w BG UTP. Publikowała artykuły z zakresu bibliotekoznawstwa w „Bibliotekarzu”, „Praktyce i Teorii Informacji Naukowej i Technicznej”. Od 2001 r. jest redaktorem „bazy danych o zawartości polskich czasopism technicznych” – BazTech, a od 2007 r. portalu BazTOL – „polskie zasoby sieciowe z zakresu nauk technicznych”. Jej zainteresowania zawodowe obejmują gromadzenie wydawnictw zwartych, bazy danych, elektroniczne źródła informacji, Internet jako źródło informacji.

SŁOWA KLUCZOWE: Gromadzenie zbiorów zwartych. Księgarnia internetowa. Księgarnia wirtualna. Rynek książki w Polsce.

ABSTRAKT: Teza/cel artykułu – Celem artykułu jest refleksja nad wpływem Internetu na proces gromadzenia zbiorów. Zjawisko to przedstawiono na przykładzie Biblioteki Główniej Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy. **Metody badań** – Praca powstała na podstawie analizy piśmiennictwa przedmiotu i materiałów źródłowych – stron WWW oraz praktycznych doświadczeń i własnych przemyśleń autorki, dotyczących różnych aspektów gromadzenia zbiorów. Przedstawiono analizę sytuacji oraz perspektywy rynku internetowego. Omówiono różnice między tradycyjnym a internetowym rynkiem wydawnictw. Rozważania ograniczono do zakupu książek polskich w księgarniach. Pominięto aukcje internetowe i serwisy ogłoszeniowe, które także umożliwiają zakupy. Zwrócono uwagę na zmiany w warsztacie gromadzenia zbiorów oraz wpływ Internetu na tradycyjne zbiory. **Wyniki i wnioski** – Internet spowodował rozwój metod i sposobów gromadzenia zbiorów. Rynek internetowy uzupełnia zakupy, pomaga zachować kompletność zbiorów gromadzonych w bibliotece. Wpłynął na poszerzenie oferty i jej dostępność, a także zapewnił konkurencyjność w związku z istnieniem dużej liczby punktów oferujących sprzedaż wydawnictw. Zakup materiałów bibliotecznych za pośrednictwem Internetu często nie jest już tylko alternatywą dla tradycyjnych zakupów, ale staje się niezbędnym elementem procesu gromadzenia.

WSTĘP

Rozpowszechnienie technologii informatycznych generuje zmiany w nauce, w pracy, w codziennym życiu. Rola Internetu wzrosła znacząco, a w ostatnich latach zaczyna on być dominującym medium w wielu sferach życia. Rozwój Internetu powoduje zmiany w formach pracy bibliotek i ofercie, którą mogą zaproponować swoim użytkownikom. Zmiany te dotyczą m.in. gromadzenia zbiorów.

AKTUALNE TRENDY W PROCESIE GROMADZENIA ZBIORÓW ZWARTYCH

W literaturze bibliotekarskiej nie ma wielu odniesień do tematyki gromadzenia zbiorów. W niniejszym artykule poddałam analizie pozycje z ostatnich 10-15 lat. W poruszanych w nim zagadnieniach można wyróżnić dwa główne obszary tematyczne:

- związany ściśle z gromadzeniem zbiorów w bibliotekach,
- dotyczący Internetu i jego roli w promocji czytelnictwa i tworzenia możliwości kontaktu z wszelkiego rodzaju zbiorami i zasobami rozproszonymi, istniejącymi w sieci.

Zawsze aktualnym i poruszonym tematem, nurtującym bibliotekarzy, jest strategia gromadzenia zbiorów w bibliotekach naukowych. Problem ten był tematem konferencji naukowej, po której opublikowany został zbiór artykułów *Strategie gromadzenia zbiorów w bibliotekach polskich* pod red. Urszuli Ganakowskiej, Mirosławy Różyckiej (Ganakowska & Różycka, 2012). Pozycja ta ma dużą wartość dla praktyków bibliotekarstwa.

Innym problemem, który w ostatnim czasie zajmuje autorów, są sposoby zakupu zbiorów do biblioteki. Na temat internetowego rynku księgarskiego w Europie można znaleźć informacje w artykule *Bookselling–book buying: The European perspective of the online market* autorstwa Lucio Lubiana i Juli A. Gammon (Lubiana & Gammon, 2004). Wynika z niej, że bibliotekarze najczęściej kupują książki w księgarniach i bezpośrednio u wydawców. Praca dostarcza informacji ogólnych dotyczących europejskiego rynku książek, który wbrew światowej globalizacji handlu jest zamknięty i ograniczony granicami państw. Tylko nieliczni i najwięksi sprzedawcy zdołali przekroczyć te granice. Pewne regulacje dotyczące rynku książki zostały ustalone przez Unię Europejską i obowiązują w krajach Wspólnoty. Artykuł zawiera również wiele szczegółowych informacji dotyczących handlu książkami, to jest: zasady sprzedaży, ceny, adresy internetowe księgarni internetowych w poszczególnych krajach. O rynku książek w Stanach Zjednoczonych, który opiera się głównie na rynku hurtowym pisali Ted Kruse, Allan Holtzman w artykule *Web booksellers–their usefulness to libraries*. Jednak, gdy rynek ten został poszerzony o sklepy internetowe, pod pewnymi względami stały się one atrakcyjne dla bibliotek a warunki, jakie zaproponowały, pozwoliły na korzystanie z ich oferty, choć tylko w pewnym zakresie (Kruse & Holtzman, 2003, p. 124).

W literaturze przedmiotu wyraźny jest powszechny trend do minimalizacji kosztów zakupu wydawnictw w bibliotekach. Podkreślany

jest aspekt ekonomiczny w podejmowaniu decyzji, które rozpatruje się z różnych perspektyw (Kruse, 2003; Jazdon, 2004). Inny, bardzo istotny problem, dotyczy efektywności gromadzonej kolekcji bibliotecznej. Zajmował się nim Robert Danielson w artykule *A dual approach to assessing collection development and acquisitions for academic libraries* (Danielson, 2012, p. 84). Problematykę aktywności księgozbioru czy efektywności wykorzystania gromadzonych zbiorów coraz częściej podejmują również polscy bibliotekarze (Jazdon, 2004; Borońska, 2012). Ma to związek z coraz trudniejszą sytuacją finansową wielu bibliotek i poszukiwaniem sposobu jak najlepszego wykorzystania posiadanych środków finansowych. Kształtowanie kolekcji jest rozpatrywane także z punktu widzenia potrzeb czytelników. Istotne jest nie tylko to, co użytkownicy czytają spośród zgromadzonych zbiorów, ale także to, czego nie znajdują w zbiorach a chcieliby znaleźć. Takie kompleksowe podejście do kolekcji pomoże stworzyć efektywny księgozbiór, który będzie odpowiedzią na prawdziwe potrzeby użytkowników (Danielson, 2012, p. 84).

Trzeba podkreślić, że w dobie kultury cyfrowej – Internetu, który staje się nieodłączną częścią rzeczywistości, zmienia się także książka. Dziś czytanie nie oznacza tylko kontaktu ze źródłem w formie papierowej. Dla wielu użytkowników, dla których Internet jest miejscem pracy, dostęp do książki elektronicznej jest atrakcyjną alternatywą. Dostęp do książki w Internecie możliwy jest nie tylko w bibliotekach cyfrowych, ale także w innych miejscach, tj. portalach i serwisach internetowych związanych z książką, np. Biblionetka.pl, podaj.net, webook.pl, w księgarniach internetowych, które dają możliwość zapoznania się z nowościami, w antykwariatach internetowych, na portalach udostępniających e-booki, i in. Działalność tych witryn internetowych popularyzuje czytelnictwo i promuje książki, a użytkownikom daje możliwość poszerzenia literackich horyzontów oraz stanowi platformę wymiany poglądów na temat czytanej lektury (Król, 2012, s. 5-6).

Omawiając trendy w gromadzeniu, nie można nie wspomnieć o książkach w formie elektronicznej gromadzonych w bibliotekach, gdyż stają się one coraz bardziej popularne. Badania potwierdzają, że zapotrzebowanie na tego rodzaju zbiory wzrasta, z tym, że dotyczy to książek z pewnych dziedzin, np. informatyki, telekomunikacji, edukacji, chemii, matematyki, nauk technicznych, inżynierii, inżynierii produkcji. Obserwuje się natomiast, że w naukach społecznych i humanistycznych nadal wersje drukowane książek są bardziej poszukiwane przez użytkowników (Christianson, 2005; Slater, 2009). W tym miejscu warto wspomnieć o pierwszej w Polsce internetowej czytelni „Ibuk”, która, w zakresie posiadanych zbiorów, jest równorzędną alternatywą dla tradycyjnej czytelni książek. Przeznaczona jest dla studentów i pracowników naukowych, gdyż udostępnia najnowsze podręczniki i książki naukowe w wersji elektronicznej. Zawiera wydawnictwa naukowe i informacyjne z wielu dziedzin, wydawane przez największe polskie wydawnictwa (Tanewski, 2010, s. 23-25). Nowości, które pojawiają się w ofercie bibliotek, rzutują nie tylko na rynek książek, ale przede wszystkim na czytelników, którzy mają coraz większą możliwość wyboru i zaznaczenia własnych preferencji w stosunku do zbiorów, z których mają zamiar korzystać. Biblioteki zaś starają się sprostać tym potrzebom i dostarczyć pozycje poszukiwane przez użytkowników, by ich zachęcić do korzystania z dostępnej oferty zbiorów.

TRADYCYJNY RYNEK WYDAWNICTW ZWARTYCH

W związku ze zmianami gospodarczymi stacjonarny rynek wydawnictw zwartych podlegał przez ostatnie lata znacznym ograniczeniom. Na przykład, zakupy wydawnictw zwartych dokonywane przez Bibliotekę Główną UTP w księgarniach zostały ograniczone do dwóch księgarni stacjonarnych (technicznej i prawniczo-ekonomicznej). Na marginesie warto wspomnieć, że obie te księgarnie oferują również swoje usługi w Internecie. W księgarniach tych kupowane są głównie podręczniki znanych wydawnictw m.in.: PWN, WKiŁ, PWE. Rabat udzielany na zakupione zbiory sięga 20%. Biblioteka Główna UTP jest zaopatrywana również przez dwóch ogólnopolskich dostawców książek naukowych. Są to hurtownie prowadzące dystrybucję wydawnictw naukowych, uczelnianych, specjalistycznych. Proponują wygodny system dystrybucji. Książki dostarczane są do biblioteki, gdzie zostają najpierw przejrzane, a następnie ewentualnie zakupione. Dużą zaletą tych dostawców są korzystne ceny i brak dodatkowych kosztów dostarczenia zbiorów.

Zakres zaopatrzenia, jaki zapewniają księgarnie stacjonarne i hurtownie, ma zasadniczą wadę, której nie można zaakceptować. Rynek tradycyjny narzuca duże ograniczenia. Niestety, placówki zaopatrujące bibliotekę nie są w stanie zaproponować kompletnej oferty nowości. Lokalny rynek od zawsze narzucał ograniczenia, przede wszystkim terytorialne, związane z dostępem do oferty głównie dużych wydawnictw naukowych. Podstawowym wyznacznikiem gromadzonych zbiorów w bibliotece naukowej jest ich kompletność pod względem tematycznym. Propozycje otrzymywane z księgarni są wybiórcze i nie gwarantują zakupu wszystkich nowości z zakresu dziedzin gromadzonych w bibliotece. Stąd konieczne stało się rozważenie alternatywnego rozwiązania. Taką możliwość stworzył Internet i dostępne tam księgarnie internetowe.

INTERNET A ZAKUPY WYDAWNICTW ZWARTYCH

Istnieją co najmniej dwa warianty organizacji zakupów wydawnictw zwartych, z których można wybrać ten bardziej korzystny dla biblioteki. Książki można zamawiać bezpośrednio w wydawnictwach. W przypadku tych, które proponują małą ofertę wydawniczą, nie jest to korzystne, gdyż podnosi koszty pośrednie związane z przesyłką, a co się z tym wiąże, rośnie znacząco koszt zakupu egzemplarza. W związku z tym konieczne jest zastosowanie innego rozwiązania, które umożliwi zakup jak największej liczby nowości w jednej placówce. Tym bardziej, że im większe zakupy, tym korzystniejsze warunki można wynegocjować z dostawcą. Taka strategia zakupu zgodna jest z ustawą o zamówieniach publicznych, w myśl której zbiory dla bibliotek należy zamawiać tam, gdzie jest najkorzystniej dla instytucji. Kwestia niższych kosztów w handlu internetowym nie była dokładnie szacowana w Bibliotece Głównej UTP. Ze względu na permanentne zmiany na rynku internetowym i niejasną sytuację na rynku księgarskim w odniesieniu do zapowiedzi wydawniczych, przeprowadzenie dokładnej symulacji różnicy kosztów obejmującej najbliższą przyszłość, nie jest możliwe. Jedynie szczegółowa analiza dokonanych zakupów wykazała, że można ograniczyć liczbę zamówień

obciążonych kosztami dostarczenia zbiorów. Zamiast kupować w kilku wydawnictwach, kupuje się w księgarni internetowej bez kosztów dostarczenia i z rabatem. Zmiana ta nie wpłynęła na strukturę dziedzinową gromadzonej kolekcji bibliotecznej, czy liczbę kupowanych tytułów, ponieważ nadrzędnym celem kształtowania zbiorów niezmiennie jest kompletność pod względem tematycznym. Internet nie wpłynął na poszerzenie oferty wydawniczej, a tylko na jej dostępność. Zmieniło się jedynie miejsce zakupu wydawnictw zwartych.

Z punktu widzenia bibliotekarza, który zajmuje się gromadzeniem wydawnictw zwartych, istotny jest fakt, że Internet ułatwia dotarcie do publikacji małych wydawnictw, które mają ograniczone możliwości dystrybucji. Pozycje te wcześniej były trudne do kupienia. Dzięki Internetowi łatwiejsze staje się zlokalizowanie miejsca, gdzie można je nabyć. Tak więc sieć może skutecznie służyć promocji i reklamie działalności wydawniczej. Dzięki temu globalna sieć jest doskonałym źródłem informacji wydawniczej dla bibliotekarzy. Już dziesięć lat temu na tę istotną rolę Internetu zwracał uwagę Adam Wysocki (Wysocki, 2003, s. 20).

Warto podkreślić, że obecnie trudno jest oddzielić zasób kupiony „bez wpływu Internetu”. Nawet przy zakupach dokonywanych w księgarniach tradycyjnych, od dłuższego czasu Internet jest głównym i najważniejszym, choć nie jedynym, źródłem informacji o nowościach wydawniczych. Nie sposób więc wyodrębnić fragment kolekcji kupiony bez pośredniego lub bezpośredniego wpływu Internetu.

Doświadczenia uzyskane podczas zakupu zbiorów drogą elektroniczną na przykładzie BG UTP, wskazują jednoznacznie, że korzystniejsze są zakupy w dwóch, trzech księgarniach internetowych oferujących szeroki zakres tematyczny książek. Tam kupowane są skrypty, wydawnictwa uczelni akademickich, wydawnictwa specjalistyczne, wydawnictwa zwarte mniejszych wydawnictw, które są trudne do zdobycia na lokalnym rynku. Taka organizacja zakupów sprzyja ograniczeniu kosztów, gdyż większa liczba zakupionych zbiorów umożliwia uzyskanie rabatu. Poza tym obniża koszty zamówienia książek. Taki sposób wydaje się być najkorzystniejszy ze względu na aspekt ekonomiczny, który warunkuje sposób dokonywania zakupów w bibliotekach.

INTERNETOWY RYNEK WYDAWNICTW ZWARTYCH

Rynek księgarski w Polsce uległ głębokim przemianom na przestrzeni ostatniego dziesięciolecia. Przeobrażeniu uległ głównie sposób sprzedaży produkcji wydawniczej. Ograniczenia, które spowodowały zmniejszenie liczby stacjonarnych księgarni, wpłynęły na rozwój rynku w sieci. Wraz z rozpowszechnieniem się Internetu, a przede wszystkim handlu elektronicznego, obok hurtowni książek i księgarni stacjonarnych, pojawiło się mnóstwo księgarni internetowych. Rynek internetowy jest trudny do określenia pod względem wielkości z uwagi na permanentne zmiany związane z powstawaniem i rozwojem nowych księgarni. W polskim Internecie działa już kilkaset e-księgarni (ok. 300 jest skatalogowanych w bazie serwisu sklepy24.pl) (Gazeta Prawna, 2013). Internetowy rynek posiada pewne atuty, takie jak: łatwy dostęp, aktualność oferty, brak ograniczeń terytorialnych, często konkurencyjne ceny w stosunku do księgarni stacjonarnych.

Podstawowym obiektem rynku internetowego jest księgarnia internetowa rozumiana jako placówka, w której można nabyć książkę. Za pośrednictwem platformy elektronicznej można przejrzeć ofertę i złożyć zamówienie (Jachimczyk, 2008). Istnieje duża różnorodność kryteriów podziału księgarni. Wśród tradycyjnych księgarni Radosław Cybulski wyróżnił dwa podstawowe typy: ogólnoasortymentowe i specjalistyczne. Aby uszczegółowić ten bardzo ogólny podział, wybrał podtypy ze względu na wybrane kryteria, skierowane do pewnej wyselekcjonowanej grupy odbiorców, np. naukowa, dziecięca lub mające na uwadze specjalizacje albo zainteresowania klientów, np. medyczne, prawnicze, techniczne, beletrystyczne itd. (Cybulski, 1986, s. 197-198). Podobny podział w odniesieniu do księgarni internetowych zaproponował Witold Chmielarz. Podzielił księgarnie internetowe na horyzontalne i wertykalne. Horyzontalne to takie, które mają szeroki asortyment dla szerokiego grona odbiorców, ale w małym stopniu specjalistyczny. Natomiast wertykalne posiadają specjalistyczny asortyment dla ograniczonego kręgu odbiorców (Chmielarz, 2010, s. 86). Ten podział potwierdza, że analogia w przypadku księgarni tradycyjnych i internetowych pozwala stosować te same klasyfikacje. Istotna różnica pojawia się przy kryterium podziału ze względu na formę sprzedaży. Często e-księgarnie łączą zasady handlu tradycyjnego i elektronicznego, np.: „Politechnik”, Kodeks, Empik itd. Handel prowadzony w Internecie pozwala poszerzyć rynek odbiorców i daje możliwość dotarcia do większej liczby klientów. Gwałtowny wzrost i rozwój rynku internetowego wpłynął na jego specjalizację. Stąd pojawiły się także księgarnie specjalistyczne, np.: księgarnie techniczne, naukowe, księgarnie fachowe, ekonomiczne, studenckie, NAUKOWA-Europejska itd. Liczba specjalizacji jest trudna do określenia. Wraz z rozwojem ilościowym rynku nastąpił również jego wyraźny rozwój jakościowy.

Dziesięcioletnia praktyka pozwoliła zauważyć zmiany, które nastąpiły w działalności tych jednostek. Na początku najczęściej zamawianie odbywało się pocztą elektroniczną. Stopniowo księgarnie zaczęły wprowadzać oprogramowanie, początkowo zawodne, które powodowało, że nie zawsze udawało się wysłać zamówienie. Z czasem wiele księgarni internetowych udoskonalilo oprogramowanie, co wpłynęło pozytywnie na jakość obsługi i nastawienie użytkowników do tego rodzaju handlu. Warto wspomnieć, że duże wydawnictwa, takie jak np. WNT – dziś Wydawnictwo Naukowe WNT, PWN, Arkady, znacznie wcześniej dysponowały dobrym oprogramowaniem w swoich księgarniach internetowych, które pozwalało bez problemu złożyć zamówienie. Zdecydowanie później udoskonalono je w mniejszych wydawnictwach, np. uczelnianych, które też znacznie więcej potrzebowały czasu na odpowiednią organizację w trybie internetowych i księgarni.

Ze względu na szybki rozwój technologii, wciąż powstają nowe kryteria, które można zastosować w typologii księgarni, np. forma nośnika danych (Jachimczyk, 2008). Dzisiaj coraz częściej nie jest to już papier, ale książka w postaci elektronicznej. Coraz więcej księgarni internetowych sprzedaje książki w postaci cyfrowej, tzw. e-booki. Ten rodzaj kupowanych wydawnictw zapewnia wyjątkowy komfort, gdyż umożliwia natychmiastowe dokonanie transakcji i pobranie zakupionego towaru bez oczekiwania na przesyłkę. Obserwuje się obecnie dynamiczny rozwój tego rodzaju wydawnictw, a ich cena jest konkurencyjna w stosun-

ku do książki tradycyjnej. Dodatkowo, by ułatwić dostęp do e-booków, wydawcy proponują możliwość ich zakupu w formatach obsługiwanych przez różnego rodzaju urządzenia: PC, e-czytniki, smartfony i tablety (Księgarnia e-nexto.pl, 2013).

Handel elektroniczny, ze względu na specyficzny charakter, wypracował własne kryteria oceny działalności w sieci. Jak pisze Witold Chmielarz „Istnieją 4 grupy czynników pozwalające na sprawne funkcjonowanie e-biznesu:

1. Funkcjonalność witryny użytkowej: szybkość ładowania strony, kolorystyka, liternictwo, tło, grafika, estetyka, czytelność, łatwość realizacji poszczególnych funkcji, współpraca z różnymi przeglądarkami i systemami operacyjnymi, szerokość asortymentu i trafność jego prezentacji, możliwości selekcji asortymentu (wyszukiwarki/mapy serwisu), dane i sposoby kontaktu z księgarnią, elementy pomocy na stronie

2. Innowacyjność (wprowadzanie nowych lub w sposób znacząco zmodyfikowanych usług lub sposobów komunikacji z klientem, marketingu itp. w stosunku do witryn w branży)

3. Marketing witryn w Internecie (metody promocji w Internecie, tj. obecność w wyszukiwarkach, obecność w katalogach, w portalach internetowych, pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych)

4. Aspekty ekonomiczne handlu w sieci (cena produktu, zniżki i promocje, rodzaje płatności, warunki i ceny dostawy)” (Chmielarz, 2010, s. 87).

Czynniki te są bardzo istotne z punktu widzenia użytkownika Internetu i handlu elektronicznego, związane są z wymaganiami jakościowymi. Umożliwiają też stworzenie ogólnej charakterystyki polskich księgarni internetowych, ale przede wszystkim pozwalają zwrócić uwagę na te najważniejsze i najbardziej przydatne funkcje, z którymi można spotkać się w praktyce, dokonując zakupów w sieci.

Księgarnie internetowe pod względem funkcjonalności nie różnią się znacząco. Różnice najczęściej sprowadzają się do szczegółów. Podstawowym i bardzo istotnym elementem funkcjonalności, który pomaga w obsłudze klienta każdego sklepu, jest wygodna forma wyszukiwania pozycji książkowych. Księgarnie oferują możliwość wyszukiwania wg różnych kryteriów, np. tytułów, autorów, wydawców itd. Wszystkie posiadają katalogi tematyczne pozycji książkowych (Chmielarz, 2004, s. 101), które ułatwiają poszukiwanie zbiorów. Prezentują również katalogi nowości i bestsellerów. Zalety takiego sposobu organizacji danych w serwisach to przede wszystkim łatwy, szybki dostęp do aktualnej oferty wydawniczej, która jest bardzo ważnym elementem procesu gromadzenia zbiorów. Szczególnie przydatny jest katalog nowości, który umożliwia wyselekcjonowanie pozycji do zakupu. Jednocześnie warto zwrócić uwagę na to, że wiele z cech funkcjonalności witryny użytkowej, np. kolorystyka, liternictwo, tło czy grafika jest sprawą indywidualnej, subiektywnej oceny użytkownika, która nie ma wpływu na jakość pracy z oprogramowaniem.

Innowacyjność tych witryn przejawia się obecnością pomocnych funkcji, które proponują indywidualne podejście do klienta, tzw. personalizację usług (Chmielarz, 2004, s.103). Wśród nich, oprócz konta i rabatów przyznawanych indywidualnie, najistotniejsze jest otrzymywanie newslettera z zaznaczeniem np. autorów, czy dziedzin, których pozycje byłyby potrzebne w zbiorach. Praktyka pokazuje, że jest to bardzo pomocne w przypadku pozycji trudnych do kupienia ze względu na niedu-

ży nakład i duży popyt. Ułatwia szybkie zamówienie cennych pozycji książkowych i dzięki istnieniu tej opcji, nie umknie ważna pozycja, która powinna zostać uzupełniona w księgozbiornie. Wiele księgarń proponuje odbiór najnowszych informacji za pośrednictwem kanału RSS. Są to najbardziej aktualne informacje o nowościach, bestsellerach, zapowiedziach wydawniczych oraz polecanych tytułach, otrzymywane bez konieczności regularnego przeglądania strony internetowej.

Istotne znaczenie w każdym rodzaju handlu ma aspekt marketingowy. Ważną rolę odgrywa on także w handlu internetowym. Są księgarnie, które promują się bardzo dobrze i takie, które nie stosują tego typu zabiegów (Chmielarz, 2010). Z punktu widzenia bibliotekarza zajmującego się zakupem księgozbiornie, bardzo istotne jest docieranie do witryn księgarń przez wyszukiwarki internetowe. Wpływa to na ułatwienie ogromnie pracochłonnym poszukiwań w sieci. Praktyka pokazuje, że księgarnie, które proponują niższe ceny, często pojawiają się na dalszych pozycjach w wyszukiwarkach. Część księgarń nie pojawia się w nich w ogóle, a w wynikach wyszukiwania najczęściej odnajdujemy te same witryny księgarń. Trzeba zwrócić uwagę, że istotna jest wyszukiwarka, którą wykorzystujemy do tych poszukiwań. Nie zawsze bowiem współpracują one ze wszystkimi księgarniami i ich oprogramowaniem. Zadanie tego samego zapytania w dwóch różnych wyszukiwarkach daje rozbieżne wyniki, co do kolejności pojawiania się witryn. Według Witolda Chmielarza, pozycjonowanie księgarń w przeglądarkach internetowych ma związek z opracowaniem kodu strony dla wyszukiwarki. Kryteria wyboru nie zawsze są powszechnie znane, stąd pojawiają się problemy z wyszukiwaniem niektórych stron (Chmielarz, 2004, s. 104). Jak wynika z obserwacji, na najwyższych miejscach w rezultatach wyszukiwania pojawiają się te, które są reklamowane. Ceny w nich są zdecydowanie wyższe.

Bardzo istotnym i pomocnym narzędziem w handlu internetowym są porównywarki cen (np. Ceneo, Nokaut, Skąpiec). Pełnią funkcję pośrednika między księgarnią i kupującym (Jachimczyk, 2008). Z ich pomocą można wyszukać sklep, w którym cena poszukiwanego produktu jest najniższa. Można sprawdzić, jakie koszty przesyłki trzeba ponieść przy jego zakupie. Korzystanie z usług tego narzędzia wiąże się z kosztami dla witryn internetowych. Instytucja, która współpracuje z porównywarką cen może nie tylko skonfigurować udostępnienie oferty swojego sklepu, ale promować własne produkty za jej pośrednictwem, wybierając odpowiednią strategię. Współpraca jest możliwa po integracji danych adresowych z porównywarką. Opłaty pobierane przez porównywarki cen obejmują każdą skojarzoną transakcję lub przekierowanie klienta na strony konkretnego sklepu. Opłata ta nazywa się stawką CPC (cost-per-click). Im jest wyższa, tym lepsza jest pozycja sklepu w wynikach wyszukiwania (Nokaut.pl, 2013). Tak więc trzeba mieć świadomość, że nie wszystkie sklepy stać na taką współpracę, a na pewno nie te, które proponują niskie ceny. Praktyka pokazuje, że porównywarka cen jest mało przydatnym narzędziem w pracy bibliotekarza. Sprawdzanie cen pojedynczych tytułów jest stosunkowo rzadko praktykowane – tylko w przypadku zakupu wielu egzemplarzy jednego tytułu. Najczęściej dokonuje się zakupu grupy tytułów i wówczas istotna jest cena całego zamówienia.

Aspekt ekonomiczny dotyczy głównie rabatów i promocji. Księgarnie, mając na uwadze własne zyski, korzystają z różnych sposobów by

przyciągnąć klientów. Z obserwacji i doświadczeń wynika, że najbardziej powszechną strategią promocji oferty księgarń jest przyznanie wysokich rabatów na niektóre z pozycji książkowych. Istnieje grupa księgarń, która stosuje ten chwyt regularnie. Nie jest to korzystne, jeżeli kupuje się jeden egzemplarz, ale jeżeli promocja obejmuje kilka bądź kilkanaście pozycji i rabat wynosi kilkadziesiąt procent na jednym egzemplarzu, to taki zakup jest atrakcyjny. Korzyści, które wynikają z płatności i kosztów dostawy, nie dotyczą bibliotek. Płatność przelewem obejmuje pokrycie kosztów zakupu po otrzymaniu przesyłki z zamówionymi książkami. Powoduje to, że często koszty przesyłki są naliczane bez względu na wartość zamówienia. Sklepy internetowe nie liczą tych kosztów przy wcześniejszej wpłacie za zamówienie. Jest to zasada, która dotyczy całego handlu internetowego, nie tylko księgarń internetowych. Warto zaznaczyć, że od tej zasady istnieją wyjątki. Księgarnie internetowe, w których dokonuje zakupów BG UTP, ze względu na stałą współpracę i wartość realizowanych zamówień, tych opłat nie pobierają.

PERSPEKTYWY RYNKU KSIĄŻKI W POLSCE

Przyszłość książek w Polsce, szczególnie zaś rynku księgarskiego, ale i organizacji, i realizacji procesu gromadzenia zbiorów w bibliotekach, w obliczu ciągłych zmian trudna jest do przewidzenia. Być może przyjmie jeden lub więcej z przewidywanych scenariuszy. Bardzo prawdopodobne jest, że popularność e-książek będzie rosła wśród czytelników indywidualnych korzystających z Internetu, jak i użytkowników bibliotek, ponieważ dostęp jest łatwiejszy i są konkurencyjne cenowo w stosunku do wydawnictw papierowych. Być może pojawi się tendencja do łączenia księgarń na rynku internetowym, gdyż w czasach kryzysu rozdrobnienie witryn w sieci będzie wpływało niekorzystnie na możliwość ich funkcjonowania. Ciekawa jest perspektywa istnienia wirtualnej księgarni, czyli takiej, która sprzedaje wyłącznie e-booki. W sytuacji dokonywania zakupów indywidualnych, korzystanie z niej jest możliwe już dziś. Na skalę masową takie rozwiązanie zapewne rozpowszechni się w przyszłości wraz z popularyzacją książek elektronicznych. Inne rozwiązanie, raczkujące aktualnie, które być może będzie rozszerzone na większość biblioteki dotyczy współpracy przy gromadzeniu zbiorów. Czy zakupy grupowe książek (np.: www.BooksOn.pl czy <http://www.grupeo.pl/cala-polska/ksiazki>) zdobędą zwolenników na masową skalę, czy będą na tyle korzystne, by przyciągnąć większość bibliotek? Stworzenie jednego serwisu, który umożliwiłby prowadzenie zakupów bibliotekom naukowym w Polsce z dziedzin technicznych, humanistycznych, rolniczych, medycznych i innych byłoby korzystnym rozwiązaniem dla obu stron. Istnienie takiego serwisu prawdopodobnie uprościłoby pracę związaną z wyszukiwaniem najkorzystniejszych cen nabytków. Na takim rozwiązaniu skorzystałyby przede wszystkim mniejsze biblioteki naukowe, ponieważ te największe mają tak duże zakupy, że otrzymują bardzo korzystne rabaty nawet do 40% (Jazdon, 2004), podczas gdy mniejsze biblioteki mają rabaty od 20 do 25% (BG UTP). Perspektywa tych zmian jest obiecująca, gdyż uwzględnia potrzeby czytelników i bibliotekarzy.

WARSZTAT BIBLIOTEKARZA GROMADZENIA I ZMANY ORGANIZACJI PRACY

Zmiany na rynku dystrybucji wydawnictw zwartych związane z rozwojem Internetu, spowodowały zmiany w sposobie i organizacji pracy bibliotekarzy zajmujących się zakupami zbiorów. Warsztat pracy bibliotekarza został uzupełniony o katalogi nowości wydawniczych i zapowiedzi dostępne w Internecie na stronach wydawców, księgarni internetowych, portalu książkowych, np. i-ksiazka.pl dla bibliotek o profilu humanistycznym, pedagogicznym. Ogromna liczba witryn, które zawierają przydatne w pracy informacje, wymaga odpowiedniej organizacji, by nie umknęło żadne istotne źródło informacji o nowościach wydawniczych. Najpraktyczniejszym sposobem jest zapisanie ich w zakładkach „ulubione”. Dokonany podział zakładek zależy od charakteru biblioteki, preferencji i potrzeb bibliotekarza. W przypadku BG UTP zakres tematyczny zbiorów jest szeroki, w związku z tym ilość źródeł informacji przydatnych do pracy też jest duży. Przyjęty został podział wydawnictw na:

- ogólne, np. PWN, WKiŁ, Arkady;
- wydawnictwa uczelniane;
- małe wydawnictwa.

Podział uwzględnia także zakres tematyczny w przypadku wydawnictw uczelnianych. Tak więc osobno ujęte są wydawnictwa uczelniane o tematyce: technicznej, ekonomicznej, rolniczej. Analogiczny podział ze względu na tematykę został zastosowany w odniesieniu do księgarni internetowych. Chociaż w tym przypadku najlepiej korzystać z tych, które proponują obszerny zakres tematyczny wydawnictw zwartych, warto w „ulubionych” zebrać adresy najważniejszych księgarni. Inną formą pozyskiwania bieżących informacji o nowościach wydawniczych jest otrzymywanie newslettera z wykazem najnowszych pozycji wydawniczych. Pierwszą instytucją, która rozpoczęła jego dystrybucję był Azymut. Aktualnie większość instytucji proponuje dostępność takiej usługi.

Największym dystrybutorem książek w Polsce jest OSDW Azymut. Zaopatruje biblioteki publiczne, pedagogiczne, szkolne oraz dużą część naukowych. Posiada aktualny serwis internetowy, ale umożliwia także składanie zamówień w postaci tradycyjnej. Upowszechnia bardzo przydatny i pomocny dla bibliotekarzy system informacji o nowościach wydawniczych. Usługę udostępnia za pośrednictwem poczty elektronicznej na zasadzie subskrypcji. W serwisie prezentuje informacje o zapowiedziach wydawniczych tworzone przez wydawców (Wójcik, 2008), stąd jest najaktualniejszym źródłem informacji, dotyczącym książki krajowej, dostępnym dla bibliotekarzy w sieci. Odczuwalny jest brak jednego źródła informacji o wszystkich nowościach, które ukazały się właśnie na rynku księgarskim. Jest ono potrzebne i byłoby bardzo przydatne dla bibliotekarzy. Obecnie monitorowanie rynku książek jest utrudnione, ponieważ wymaga korzystania z kilku źródeł. W przypadku BG UTP polega na przeglądaniu katalogów nowości na stronach kilku księgarni, które publikują je systematycznie. Warto zaznaczyć, że niektóre księgarnie mają bardzo dobrze zorganizowane serwisy. Jednocześnie konieczne jest regularne przeglądanie nowości na stronach wydawnictw, by mieć pewność, że żadna nowość nie zostanie pominięta.

Inną postać przybrały kartoteki zakupu. W przypadku zakupów dokonywanych w Internecie mają one postać wykazu opisów bibliograficznych nowości wydawniczych, skopiowanych ze strony internetowej z nowościami. Ten wykaz zapisany w postaci pliku, po weryfikacji przez komisję, co do przydatności i liczby egzemplarzy do zakupu, zostaje wysłany pocztą elektroniczną jako zamówienie do konkretnej księgarni internetowej. Przedstawiony przykład to jeden z wariantów możliwy do zrealizowania, jak wynika z dotychczasowego doświadczenia najprostszym, i najmniej pracochłonnym.

Wraz ze zmieniającą się rzeczywistością inną formę przyjęły także dezyderaty, choć te tradycyjne nadal pozostają aktualne i także są stosowane. Dzięki Internetowi współpraca z użytkownikiem przybrała nieco inną, wygodniejszą dla niego postać. Nie wymaga kontaktu bezpośredniego – przyścia do biblioteki i przekazania propozycji książki do zakupu. Komputer z Internetem umożliwia napisanie wiadomości i przesłanie pocztą internetową do pracownika biblioteki (ta forma stosowana jest częściej przez pracowników) lub skorzystanie z usługi dostępnej na stronie internetowej BG UTP „zapropnuj książkę” (korzystają z niej częściej studenci). Niestety poważnym mankamentem nadal jest fakt, że czytelnicy zbyt rzadko korzystają z tej dogodnej formy wpływania na kształtowanie księgozbioru. W ciągu roku zgłaszanych jest tylko kilka, kilkanaście propozycji zakupu ze strony użytkowników biblioteki.

Jednoczesne dokonywanie zakupów tradycyjnie i drogą internetową w jednej instytucji powoduje pewne zmiany w pracy działu gromadzenia. Oprócz zmian w warsztacie gromadzenia, wymusza to zmiany w organizacji pracy osób zajmujących się tym fragmentem działalności bibliotekarskiej. Konieczne stało się ustalenie pewnych zasad realizacji procesu gromadzenia i szczegółowe określenie zakresu wykonywanych prac. W BG UTP zakupem wydawnictw zwartych zajmują się dwie osoby, więc podział wydaje się prosty. Jedna osoba dokonuje zakupów w księgarniach i hurtowniach stacjonarnych, druga drogą internetową. W takim przypadku konieczna jest regularna konfrontacja zamówionych tytułów, by nie dublować kupowanych książek albo dokładny podział zakupów wg wydawców, aby uniknąć sytuacji powielania tytułów.

INTERNET A PROCES ZARZĄDZANIA ZBIORAMI TRADYCYJNYMI

Zarządzanie zbiorami tradycyjnymi w obliczu coraz szerszego udziału zbiorów elektronicznych, np. Ibuk, stanowi bardzo istotny problem, z którym spotykają się bibliotekarze. Tym bardziej, że trudno odpowiedzieć na pytanie, którego typu zbiory są częściej poszukiwane przez czytelników. Na to pytanie można próbować odpowiedzieć po dokładnym przeanalizowaniu statystyki wykorzystania zbiorów w wersji drukowanej i elektronicznej, ale tak do końca nie sposób przewidzieć preferencji użytkowników w tym zakresie. Sytuacja skomplikowała się po zakupie kolekcji Ibuka. Dużą jej zaletą jest dostęp do najnowszych książek wielu wydawnictw, ale trudno nie zauważyć, że oferta ta posiada poważny mankament – podkreślany często przez samych użytkowników – brak możliwości bezpośredniego kopiowania tekstu, a tylko opcję limitowa-

nego drukowania treści. Stąd statystyki korzystania z tego zasobu w BG UTP nie są wysokie. Z pewnością pojawienie się oferty czytelnicy Ibuk rzutuje na ilość egzemplarzy kupowanych w wersji drukowanej przez BG. Ogranicza się powielanie liczby egzemplarzy tytułów dostępnych w wersji elektronicznej.

WNIOSKI

Wykorzystanie nowych możliwości, które oferują współczesne media, w tym Internet, dały możliwość rozwoju procesu gromadzenia. Został on dostosowany do warunków otaczającej rzeczywistości. Wszechstronny wpływ Internetu objął całokształt prac bibliotekarskich związanych z gromadzeniem: warsztat gromadzenia czyli przygotowanie zakupów, rynek dystrybucji wydawnictw, dokonanie zakupów, a pojawienie się zbiorów elektronicznych wpłynęło na zarządzanie zbiorami tradycyjnymi. Najwięcej zmian zaszło na rynku dystrybucji wydawnictw zwartych. Orientacja w nim umożliwia wybór najkorzystniejszych ofert dla biblioteki. Dobranie odpowiedniej oferty jest niezwykle istotnym elementem z punktu widzenia potrzeb biblioteki i jej użytkowników. Rynek internetowy poszerzył dostępność oferty a także zapewnił konkurencyjność, w związku z istnieniem dużej liczby ośrodków oferujących sprzedaż wydawnictw. Internet rozwiązał problem zbyt ubożego tradycyjnego rynku książek, który ze względu na trudne warunki gospodarcze ograniczył swoje możliwości. Rynek internetowy wypełnił lukę, jaka powstała na rynku tradycyjnym i umożliwia utrzymanie kompletności kolekcji gromadzonych w bibliotece. Aktualnie każdy z dostawców ma ugruntowaną pozycję, ale trudno przewidzieć, jakie będą ich losy w przyszłości. Niewątpliwie rynek internetowy mógłby zastąpić rynek stacjonarny już dziś, choć do niedawna był on uważany w literaturze raczej za alternatywną formę zakupu (Jachimczyk, 2008). W przypadku BG UTP zakupy dokonywane przez Internet stały się niezbędnym elementem procesu gromadzenia.

Kierunek zmian, w którym zmierzają biblioteki jest określony i prowadzi do pełnej wirtualizacji usług bibliotecznych. Jej elementem będzie pełna wirtualizacja procesu gromadzenia wydawnictw zwartych. Nie nastąpi ona w najbliższym czasie, ale wraz z rozwojem Internetu, jego rola w gromadzeniu wydawnictw zwartych wzrasta. Gdy książki w przeważającej większości przyjmą formę elektroniczną, wówczas zmiany czekają nie tylko księgarnie, ale także biblioteki, które z hybrydowych staną się wirtualnymi.

BIBLIOGRAFIA

- Borońska Renata (2012). Analiza wykorzystania zbiorów zwartych w kontekście gromadzenia kolekcji bibliotecznej w Bibliotece Głównej Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy. W: *Bibliotekarze i czytelnicy w dobie nowych technologii i koncepcji organizacyjnych bibliotek*. Pod red. M. Wojciechowskiej. [W druku].
- Chmielarz, Witold (2004). Charakterystyka i ocena wybranych księgarni internetowych w Polsce. W: *Konkurencyjność polskiej gospodarki w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej*. Pod red. P. Bożyka. Warszawa: Wydaw. WSEI, s. 99-106.

- Chmielarz, Witold (2010). Oceny jakościowe wybranych internetowych serwisów księgarskich [online]. W: *Studia i Materiały: Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą*, nr 27, s. 84-100; [dostęp: 21.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www-isp.miks.uj.edu.pl/pliki/dydaktyczne/sasak/wiedza/tom10.pdf>>.
- Christianson, Marilyn (2005). Patterns of use of electronic books. *Library Collections, Acquisitions, & Technical Services*, vol. 29 (4), pp. 351-363.
- Cybulski, Radosław (1986). *Książka współczesna*. Warszawa: PWN.
- Danielson, Robert (2012). A dual approach to assessing collection development and acquisitions for academic libraries. *Library Collections, Acquisitions, & Technical Services*, vol. 36, pp. 84-96
- Ganakowska, Urszula, Różycka, Mirosława red. (2012). *Strategie gromadzenia zbiorów w bibliotekach polskich*. Szczecin: Książnica Pomorska im. Stanisława Staszica.
- Gazeta Prawna.pl Biznes (2013). Wirtualne księgarnie przynoszą realne zyski [online]. *Gazeta Prawna.pl* [dostęp: 18.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/467483,wirtualne_ksiegarnie_przynosza_realne_zyski.html>.
- Jachimczyk, Adam (2008). Modele sprzedaży książek w Internecie [online]. *EBIB Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy*, nr 2 (93) [dostęp: 19.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.ebib.info/2010/93/a.php?jachimczyk>>.
- Jazdon, Artur (2004). Problematyka organizacji zasobów w nowoczesnej bibliotece akademickiej [online]. *Forum Bibliotek Medycznych*, R. 1 nr 2 [dostęp: 19.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://cybra.lodz.pl/dlibra/docmetadata?id=4506>>.
- Król, Katarzyna (2012). Polskie portale społecznościowe promujące czytelnictwo. *Bibliotekarz*, nr 4, s. 1-6.
- Kruse, Ted; Holtzman, Allan (2003). Web booksellers—their usefulness to libraries. *Library Collections, Acquisitions, and Technical Services*, vol. 27 (1), pp. 121-128.
- Księgarnia e-nexto (2013). Księgarnia E-NEXTO Wymagania systemowe [online]; [dostęp: 22.03.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://e-sklep.nextore.pl/wymagania_systemowe.xml>.
- Lubiana, Lucio; Gammon, Julia A. (2004). Bookselling—book buying: The European perspective of the online market. *Library Collections, Acquisitions and Technical Services*, vol. 28 (4), pp. 373-396.
- Nokaut.pl (2013) porównywarka cen [online]. [dostęp: 25.03.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.nokaut.pl/sklepy.html>>.
- Piotrowicz, Grażyna (2000). Sieciowe systemy informacyjne we współczesnej bibliotece uczelnianej – na przykładzie biblioteki Politechniki Wrocławskiej [online]. *MISSI 2000. Multimedialne i sieciowe systemy informacyjne*. Materiały konferencyjne pod red. Cz. Daniłowicza [online]. [dostęp: 20.03.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.zsi.pwr.wroc.pl/missi2000/referat29.htm>>.
- Slater, Robert (2009). E-books or print books, “big deals” or local selections—What gets more use? *Library Collections, Acquisitions, & Technical Services*, vol. 33 (1), pp. 31–41.
- Tanewski, Paweł (2010). Internetowa wypożyczalnia książek ibuk w bibliotekach akademickich. *Bibliotekarz*, nr 9, s. 22-25.
- Wójcik, Mariusz (2008). OSDW Azymut – partner dla bibliotek – artykuł sponsorowany [online]. *EBIB Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy*, nr 2 (93); [dostęp: 19.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.ebib.info/2010/93/a.php?wojcik>>.
- Wysocki, Adam (2003). Internet jako źródło informacji wydawniczej dla bibliotekarzy. *Bibliotekarz*, nr 6, s. 19-23.

RENATA BORÓŃSKA

Main Library

The University of Technology and Natural Sciences in Bydgoszcz

e-mail: rboronska@utp.edu.pl

**IMPACT OF THE INTERNET ON ACQUISITION
OF MONOGRAPHS IN MAIN LIBRARY
OF THE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
AND NATURAL SCIENCES IN BYDGOSZCZ**

KEYWORDS: Acquisition of monographs. Internet bookshops. Virtual bookshops. Book market in Poland

ABSTRACT: **Objective** - The author discusses the impact of the Internet on the process of library acquisition as exemplified by the case of the Main Library of the University of Technology and Natural Sciences in Bydgoszcz. **Research method** - The article is based on the analysis of the literature in the field, source documents (websites) and the author's own experience and reflections on various aspects of library acquisition process. The author presents current situation and perspectives of the Internet market, limiting the discussion to the purchase of Polish books in the bookshops and excluding online auction websites and advertisement portals which also provide purchase options. The focus is put on the changes in the tools and methods of library acquisition and the influence of the Internet on traditional library collections. **Results and conclusions** - The evolution of the Internet has changed the methods of library acquisition. The Internet market complements traditional purchases, helps to retain the comprehensiveness of the library collections, influences the scope and availability of the book market offer and ensures competitiveness due to numerous companies selling publications. The purchase of library collections via Internet is not only an alternate method of purchase but more and more often it becomes the indispensable part of the library acquisition process.

Tekst w wersji poprawionej wpłynął do Redakcji 4 września 2013 r.