

# Bogumił Skoczyński

---

## Analityczny model przetargu na dostawę czasopism zagranicznych w prenumeracie dla wielkich bibliotek uczelnianych w Polsce

---

Biblioteka 2 (11), 117-129

---

1998

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## **ANALITYCZNY MODEL PRZETARGU NA DOSTAWĘ CZASOPISM ZAGRANICZNYCH W PRENUMERACIE DLA WIELKICH BIBLIOTEK UCZELNIANYCH W POLSCE**

### **I. PODSTAWY PRAWNE PRZETARGU NA DOSTAWĘ CZASOPISM W PRENUMERACIE**

1. Ustawowy obowiązek zorganizowania przetargu na wykonanie zamówienia publicznego

Ustawa o zamówieniach publicznych z 10 czerwca 1994 roku (Dz.U. z 1994 Nr 76, poz. 344 i nr 130, poz.645 wraz z późniejszymi zmianami - tekst jednolity w „Rzeczpospolitej” z dnia 3 listopada 1997 w dodatku „Prawo co dnia” str. 1) nakłada na instytucje składające zamówienie ze środków publicznych (tj. z budżetu państwa lub budżetów jednostek samorządu terytorialnego, art.2 ustęp 7a tej Ustawy) o wartości ponad 200.000 ECU obowiązek zorganizowania przetargu publicznego wraz z jednoczesnym obowiązkiem ogłoszenia o zamówieniu publicznym w Biuletynie Zamówień Publicznych wydawanym przez Prezesa Urzędu (art.14a, ust.1).

2. Tryby zamówień

Art.13 precyzuje sześć trybów zamówień publicznych: 1. przetarg nieograniczony, 2. przetarg ograniczony, 3. przetarg dwustopniowy, 4. negocjacje z zachowaniem warunków konkurencji, 5. zapytania o cenę i 6. zamówienia z wolnej ręki.

Najkorzystniejsza dla wielkich bibliotek forma negocjacji z zachowaniem warunków konkurencji (art.64 ust.1 odwołujący się do art.54 ust.2 umożliwiający zastosowanie tego trybu zamówienia „z powodu specjalistycznego charakteru dostaw, usług”) została skreślona w najnowszej nowelizacji ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku, która weszła w życie 9 listopada 1997 roku.

Do chwili wyżej wspomnianej nowelizacji biblioteki mogły zastosować ów wygodny dla nich sposób postępowania, z którego skorzystała również Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu. Pozwalał on na złożenie propozycji przystąpienia do negocjacji ustalonym z góry wiarygodnym dostawcom i ocenie ich oferty nie tylko w kontekście ceny usługi, ale też w rozważeniu innych, dodatkowych elementów, takich jak np. czas usługi, łatwość komunikacji z dostawcą, typy proponowanych rozliczeń, ewentualny dodatkowy sponsoring działalności biblioteki.

W nowej sytuacji prawnej bibliotekom pozostaje ogłoszenie przetargu nie-

ograniczonego jako podstawowego trybu udzielania zamówienia publicznego (art.14 ust.1) lub przetargu ograniczonego, gdy „ze względu na specjalistyczny charakter zamówienia istnieje ograniczona liczba dostawców lub wykonawców mogących wykonać dane zamówienie” (art.32 pkt.1).

W przetargu nieograniczonym oferty mogą złożyć wszyscy potencjalni dostawcy iub wykonawcy (art.28 ust.2), gdy tymczasem w przetargu ograniczonym tylko ci, do których zamawiający dostawę lub usługę wystosował zaproszenie (art.33 ust.1). Warunki i tryb owego zaproszenia precyzuje art.33 ust.3 - 6.

Aby przetarg prowadzony w jednym z wyżej wymienionych trybów był ważny dwaj oferenci muszą złożyć przynajmniej dwie ważne oferty (art.27b ust.1 pkt.1 przy wszelkich formach przetargu prócz zamówienia z wolnej ręki i dodatkowo art.33 ust.6 pkt.1 przy przetargu ograniczonym), przy czym należy pamiętać, że każdy z oferentów może złożyć tylko jedną ofertę (art.37 ust.3).

Dla przypomnienia podajmy, że w wypadku zamówień powyżej 200.000 ECU odstępianie od przetargu nieograniczonego wymaga zatwierdzenia przez Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych (art.14 ust.3).

### 3. Specyfikacja istotnych warunków zamówienia

Specyfikacja istotnych warunków zamówienia stanowi podstawowy dokument postępowania przetargowego (art.34).

Z punktu widzenia prawa ma ona w sposób jednoznaczny i wyczerpujący przedstawić wszystkie informacje niezbędne oferentom dla sporządzenia ofert odpowiadających potrzebom zamawiającego. Specyfikacja musi spełniać wymogi określone w art.35 ustawy.

Z punktu widzenia merytorycznego dobrze sformułowana specyfikacja pozwoli bibliotekom na wyeliminowanie kategorii oferentów fantastów, nierzetelnych lub okazjonalnych, a to na podstawie sprecyzowania następujących warunków:

a) „określenia przedmiotu zamówienia łącznie z wyszczególnieniem wszelkich dodatkowych usług, które mają być wykonane w ramach umowy” (art.35 ust.1 pkt.4),

b) podania „wymaganego terminu wykonania umowy” (art.35 ust.1 pkt.5),

c) „opisu wszelkich innych niż cena kryteriów, którymi zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów” (art.35 ust.1 pkt.6),

d) podanie „istotnych dla zamawiającego postanowień, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy” (art.35 ust.1 pkt.7).

W rozdziałach niniejszego artykułu opisujących główne elementy procesu subskrypcyjnego zawarte są, zebrane na podstawie doświadczenia i współpracy z czołowymi dostawcami czasopism zagranicznych w prenumeracie, formy usług, których mogą wymagać biblioteki od tychże pośredników. Wachlarz tych usług jest bardzo bogaty i daje bibliotekom szansę wyboru takich, które najbardziej odpowiadają życzeniom i potrzebom czytelników. Tak więc, aby osiągnąć ten cel należy dobrze

przemysleć co i w jakim stopniu powinno zostać ujęte w specyfikacji istotnych warunków zamówienia. Jest to sprawa o kluczowym, pierwszorzędym znaczeniu dla powodzenia przetargu obok samej wartości usługi (ceny) oferowanej przez dostawców.

## II. KWESTIA REFERENCJI

Organizator przetargu ma prawo wymagać pisemnych referencji dla zabezpieczenia się, między innymi przed debiutantami w tej sferze usług, którzy nie byłiby w stanie wykonać zadania tak skomplikowanego i trudnego jak dostawa kilkuset czasopism zagranicznych w prenumeracie z kilkunastu krajów świata.

Żądane referencje polegają zwykle na wskazaniu przez oferenta innych bibliotek (najlepiej o porównywalnej z nami skali lub charakterze [my: biblioteka uniwersytecka o wielodyscyplinarnym zbiorze czasopism i książek]), które korzystają z jego usług oraz na sprecyzowaniu stopnia współpracy (czy odbiorca kupuje poprzez oferenta kilka, kilkanaście, kilkadziesiąt czy kilkaset tytułów - tutaj ważna jest skala, w jakiej oferent pośredniczy w prenumeracie).

Kontaktując się ze wskazanymi bibliotekami, mamy możliwość zweryfikowania danych zawartych w referencjach, takich jak: czas i przebieg współpracy, jej zakres, solidność oferenta, ewentualne specyficzne problemy współpracy z oferentem, itp. (czas na podjęcie ostatecznej decyzji o wyborze ofert określa art.40 ust.1: „Składający ofertę pozostaje nią związany przez czas określony w specyfikacji istotnych warunków zamówienia, jednak nie dłużej niż 45 dni. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert”).

## III. INTERPRETACJE USTAWY

Publikacje pomocne w praktyce przetargowej i w rozstrzyganiu wątpliwości w stosowaniu ustawy o zamówieniach publicznych:

Zbigniew Czarnik, *Zamówienia publiczne po nowelizacji. Zasady udzielania zamówień. Zamawiający - oferenci. Umowa o zamówienie publiczne. Wzory dokumentów: oferta, protest, odwołanie. Tekst ustawy. Stan prawny na dzień 1 stycznia 1998 r.*, Warszawa: Wydawnictwo Książkowe INFOR 1998, str. 126

Wiktor Jaślan, *Zamówienia publiczne. Poradnik prawniczy wraz z wzorami pism i tekstami aktów prawnych*, 2. wydanie uaktualnione i rozszerzone, Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck 1998, str. 256

## IV. GŁÓWNE ELEMENTY PROCESU SUBSKRYPCYJNEGO

1. Zamówienia,
2. Dostawy,
3. Reklamacje = Kontrola procesu dostawy przez dostawcę (na linii dostawca → wydawca lub biblioteka),

4. Reklamacje = kontrola dostawy przez odbiorcę (na linii biblioteka → dostawca lub wydawca),
5. Faktury i rozliczenia finansowe,
6. Media elektroniczne jako szczególny sektor oferty,
7. Różne typy raportów sporządzanych przez pośrednika dla swoich klientów,
8. Stopień przyjazności firmowego systemu komunikacji komputerowej na linii pośrednik/dostawca → odbiorca/biblioteka,
9. Ramowe elementy umowy między dostawcą a odbiorcą.

## V. ZAMÓWIENIA

### 1. Systemy zamówień

- ogólnodostępne: telefon, fax, E-mail (Internet),
- własne systemy on-line danej firmy:

Ebsconet (Ebsco), Serwis on-line (Lange & Springer), EDI = Electronic Data interchange (Swets & Zeitlinger). Korzystanie z tychże systemów jest zagwarantowane dla klientów danej firmy (do wymiany informacji potrzebny jest numer IP komputera służącego do komunikacji, nadawany przez daną firmę).

### 2. Ochrona zamówień

Chodzi o zróżnicowany dostęp komputerowy do zbioru zamówień (możliwość manipulacji w tekście zamówień, tylko możliwość przeglądania listy zamówień przez osoby upoważnione, itp.). Na przykład w systemie Serwis on-line (L&S) poziomy dostępu są ściśle wyznaczone (podobnie w pozostałych firmowych systemach on-line).

### 3. Formy składanych zamówień

Mogą to być zamówienia na numery pojedyncze lub całe tytuły (albo zespoły tytułów) w prenumeracie, zamówienia składane na czas ograniczony (od stycznia do grudnia lub w jakimkolwiek z góry wyznaczonym okresie) lub zamówienia stałe (raz zamówione czasopismo przychodzi od wydawcy tak długo, dopóki odbiorca nie zgłosi wydawcy przerwania prenumeraty), a także zamówienia z rocznym wznowieniem (najczęstsza forma prenumeraty stosowana przez biblioteki, a polegająca na rok-rocznym odnawianiu zamówień).

### 4. Terminy składania zamówień

Trzeba uwzględnić specyfikę rynku amerykańskiego, gdzie wydawca żąda z reguły formalnego zamówienia i wpływu pieniędzy za prenumeratę jego tytułów na trzy miesiące przed rozpoczęciem wysyłki danego tytułu.

### 5. Czas realizacji zamówień

Od razu od nowego tomu (z USA i Kanady zwykle systemem Fast, tj. cargo lotnicze, z Europy zwykłą pocztą, kurierem lub systemem Fast - patrz rozdział „dostawa”).

### 6. Spóźnione zamówienia (złożone po czasie prenumeraty)

Zwykle obowiązuje system dostarczania prenumeraty od następnego bieżącego

numeru, a egzemplarze numerów wstecznych tylko jeśli wydawca nimi dysponuje.

#### 7. Potwierdzanie przyjętych zamówień

Zwykle pośrednik potwierdza złożone u niego zamówienia.

#### 8. Anulowanie zamówień

Według uznania pośrednika

- nie przyjmuje anulacji w czasie trwania prenumeraty na dany tytuł;
- przyjmuje anulowanie pod pewnymi warunkami (które wyznacza wydawca, np. potrącenie pieniędzy do zwrotu o kosztach manipulacyjnych i o wartości już dostarczonych numerów).

Regułą jest brak zgody wydawców (a zatem i pośredników) na anulowanie tytułów w okresie bieżącej już prenumeraty.

#### 9. Egzemplarze okazowe

Niektóre firmy proponują nadsyłanie egzemplarzy okazowych czasopism do przejrzania i ewentualnego zastanowienia się, czy je zamówić lub nie.

### VI. DOSTAWY

#### 1. Dwa typy dostaw: zwykła i fast (jets)

- dostawa zwykła

polega ona na tym, że czasopisma (zamówione u wydawcy przez pośrednika lub bezpośrednio u wydawcy) odbywają drogę wydawca - biblioteka (bezpośrednim dostawcą jest sam wydawca); w tym wypadku kontrola nad regularnym wpływem prenumeraty całkowicie należy do odbiorcy, tj. do biblioteki;

- dostawa ekspresowa

polega ona na tym, że czasopisma (zamówione u wydawcy przez pośrednika) wpływają najpierw nie do odbiorcy finalnego (biblioteki, która zamówiła czasopisma), ale do centrum logistycznego dostawcy=pośrednika (L&S, Swets, Ebsco), tam są kontrolowane i zbiorczo wysyłane do biblioteki w terminach z góry umówionych (przy czasopismach amerykańskich zachowuje się formę dostawy cargo lotniczego: Ebsco).

Zależnie od firmy forma dostawy ekspresowej ma różne nazwy: fast (Swets), jets (=Journal Express Transport Service w Ebsco), L&S Expert Service (L&S). Tym niemniej istota operacji logistycznych pozostaje ta sama.

Inne określenie tej formy dostaw: serwis dostaw skonsolidowanych.

Centra logistyczne znajdują się w następujących miejscowościach: Frankfurt am Main (Swets), Heidelberg (L&S), Aalmer w Holandii (europejska filia Ebsco).

Koszty usługi typu fast kształtują się, zależnie od dostawcy, na poziomie 3% do 9% całości zamówienia.

#### 2. Typ transportu

Transport zwykły: via poczta lub poczta lotnicza pojedynczych tomów lub w paczkach traktowanych jako listy (do pięciu kilogramów maksymalnie), transport

poprzez kuriera, transport lotniczy cargo.

Zwykle do uzgodnienia (przesyłki amerykańskie oczywiście drogą lotniczą czy to przesyłki bezpośrednie czy fast).

### 3. Kwestia odpraw celnych

Z reguły wielcy dostawcy sami załatwiają sprawy celne (raczej wykorzystując przepisy omijają tę procedurę, zawsze uciążliwą i kosztowną dla nich i dla bibliotek (koszty manipulacyjne, koszty wypełniania dokumentu SAD, czas tracony w Urzędach Celnym, itp.), tym bardziej, że książki i czasopisma mają stawkę celną zerową (aktualne Prawo Celne) - jeśli są opatrzone znakiem ISBN (książki) lub ISSN (czasopisma).

### 4. Adresy dostaw

Dwie możliwości: pełna dostawa do Biblioteki Głównej (a tam dalej rozdział na zbiory własne i biblioteki zakładowe) lub na wskazane przez finalnego odbiorcę adresy (do BG i osobno do bibliotek zakładowych). Rozdział adresów nie stanowi dla firm żadnego problemu (z tym, że w takim wypadku biblioteczna kontrola nadsyłanej prenumeraty, tj. kompletność i terminowość napływu poszczególnych numerów czasopisma, jest również zdecentralizowana).

W BU UAM obowiązuje ten pierwszy system (całość wpływa do Sekcji Kupna Oddziału Gromadzenia i tu mamy umiejscowioną procedurę kontroli i rozdziału na pododbiorców).

### 5. Listy przewozowe

Do przesyłek w systemie fast (jets, L&S Expert Service) dołączane są listy przewozowe (wykazy tytułów i numerów przesyłanych w danej paczce czasopism).

### 6. Częstotliwość dostaw

Zwykle do uzgodnienia (BU UAM wymaga dostawy cotygodniowej, ze względu na potrzebę dostarczania szybkiej informacji dla wydziałów nauk ścisłych i przyrodniczych, gdzie czynnik czasu jest niezwykle ważnym elementem całego procesu badawczego (np. chemicy syntetyzują i opracowują w laboratoriach badawczych na całym świecie rocznie ponad 1 milion związków).

### 7. Planowane daty dostawy

Można się o nich dowiedzieć poprzez system komunikacji on-line (Lange & Springer).

### 8. Uzupełniające elementy dostawy

Program jets (Ebsco) oferuje za dodatkową opłatą nalepki na okładki czasopism (drukowane automatycznie po zarejestrowaniu każdego czasopisma przez personel Ebsco). Naklejki mogą zawierać do ośmiu linijek informacji (rok, wolumin, numer, data, kod półki w magazynie, itp.). Są one w formie przyklepnej, usuwalne lub nieusuwalne.

**VII. REKLAMACJE = KONTROLA PROCESU DOSTAWY PRZEZ DOSTAWCĘ/POŚREDNIKA (NA LINII DOSTAWCA → WYDAWCA LUB BIBLIOTEKA)**

Przy dostawie typu fast centrum logistyczne pośrednika kontroluje na bieżąco wpływ czasopism od wydawców i natychmiast monituje ewentualne braki (jest to tym ważniejsze dla finalnego odbiorcy, że różne wydawnictwa ustanawiają różne, im właściwe terminy reklamacji, choć regułą jest trzymiesięczny okres monitowania, a maksymalny do pół roku; po tym terminie wydawca nie czuje się zobligowany do dostarczenia brakującego egzemplarza lub może go już nie posiadać, co sprawia, że pozytywny wynik reklamacji jest wysoce niepewny).

Centrum logistyczne zawiadamia też swego odbiorcę o złożeniu monitu u wydawcy (czy to drogą elektroniczną, czy listownie lub telefonicznie). Droga elektroniczna jest najczęściej wykorzystywana jako najszybsza i najefektywniejsza mając na uwadze końcowy rezultat reklamacji.

W dostawie typu fast dostawca/pośrednik ponosi całkowitą odpowiedzialność za nie dostarczone zeszyty (zwykle zamawia on na własny koszt materiały zastępcze lub w ostateczności wystawia notę uznaniową). Niektóre firmy dysponują tzw. bankiem brakujących numerów zwanym missing copy bank (dotyczy to najczęściej zamawianych tytułów czasopism), z którego realizują uzupełnianie ewentualnych braków w prenumeracie. Prawidłowość dokonanych zamówień firma kontroluje m.in. poprzez wysyłane do odbiorcy drogą elektroniczną albo po prostu listem zestawienie zamówień na prenumeratę, które może być sporządzone w najrozmaitszy sposób, zależnie od potrzeb i wygody biblioteki:

1. według tytułów,
2. według wydawców,
3. według ceny (skala cen rosnąca lub malejąca),
4. według ISSN,
5. według adresów wysyłkowych (przy rozbiciu dostawy na bibliotekę główną i poszczególne biblioteki wydziałowe lub instytutowe), itp.

Tego typu kontrola pozwala między innymi wyeliminować przypadkową podwójną prenumeratę, służy do identyfikacji tytułów, zwłaszcza najdroższych, itp.

**VIII. REKLAMACJE = KONTROLA PROCESU DOSTAWY PRZEZ ODBIORCĘ (NA LINII BIBLIOTEKA → POŚREDNIK LUB WYDAWCA)**

**1. Klasyczna forma komunikacji:**

rozmowa telefoniczna, fax, E-mail; a także za pomocą specjalnych, firmowych formularzy reklamacyjnych (Ebsco);

**2. Firmowy system reklamacji on-line wdrożony przez dostawcę/pośrednika**

Jego nazwy różnią się w zależności od firmy pośredniczącej, ale jego istota pozostaje ta sama: umożliwienie natychmiastowej przesyłki reklamacji z biblioteki do pośrednika (DataSwets: firma Swets, L&S Service nline: firma Lange und Springer,



EbscoNet on-line: firma Ebsco).

### 3. Terminy składania reklamacji przez bibliotekę

Do trzech miesięcy, maksymalnie do pół roku (zależnie od terminu określonego przez wydawcę). Niektóre firmy umożliwiają zorientowanie się w czasie reklamacji wyznaczonym przez wydawców (np. L&S w systemie Service Online: informacje wydawnicze).

### 4. Czas reakcji dostawcy/pośrednika na reklamację odbiorcy

Błyskawiczny czas reakcji pośrednika/dostawcy umożliwia system komunikacji elektronicznej (np. firma Ebsco odpowiada w ciągu 48 godzin, tj. w dwa dni robocze, na reklamacje wymagające natychmiastowego działania na linii pośrednik → wydawca i o ich wyniku powiadamia odbiorcę).

### 5. Informacja typu Monthly Claim Checker

Jest to miesięczny, komputerowy, wykaz reklamacji przesyłany bibliotece przez pośrednika. Zawiera on, między innymi, tytuły reklamowane przez odbiorcę ułożone w porządku alfabetycznym + daty reklamacji + powód reklamacji (Ebsco). Dzięki temu biblioteka może skonfrontować swoje reklamacje z wykazem reklamacji podjętych przez firmę u wydawców i wytłapać te, które jeszcze nie zostały załatwione.

## IX. FAKTURY I ROZLICZENIA FINANSOWE

### 1. W jaki sposób firma kalkuluje ceny, a zwłaszcza prognozuje wzrost cen do wstępnej wyceny czasopism na następny rok prenumeraty?

Prognozowanie cen przez pośrednika odbywa się na podstawie tzw. historycznej analizy cen (za ostatnie 5 do 10 lat), co sprawia, że istnieje duże prawdopodobieństwo „trafienia” z ceną przewidywaną w cenę ostateczną. Im więcej danych o ruchach cen czasopism naukowych zostaje poddanych analizie, tym ostateczny wynik jest bardziej zbliżony do rzeczywistości.

Szczególne trudności sprawia wycena publikacji nieregularnych zamówionych w ramach pakietu tzw. stałego zamówienia (standing order), zwykle klasyfikowanych jako tzw. zamówienia z odroczoną zapłatą (bill later): w tym wypadku historyczna analiza cen jest jedyną metodą oszacowania wartości zamówienia (Ebsco).

Pod uwagę bierze się nie tylko ceny z lat ubiegłych, ale też średnią ilość woluminów nieregularnego tytułu wydanych w ciągu jednego roku przez danego wydawcę (albo też ilość woluminów w roku poprzedzającym zamówienie), co oczywiście nie daje stu-procentowej gwarancji prawidłowej wyceny (wówczas pośrednik zaznacza przy wycenie ile woluminów ewentualnej edycji danego tytułu obejmuje przedstawiona wycena).

### 2. Wpływ zmian kursów walut na wartość prenumeraty (na rachunki za czasopisma)

Firmy pośredniczące starają się z góry, tj. przy wstępnej wycenie czasopism na rok przyszły, uwzględnić ewentualny wzrost kursów walut, szczególnie dolara i funta, tak aby potem, w ciągu roku nie wkalkulowywać dodatkowych kosztów na fakturach (additional charges) (L&S).

W związku z tym przyjmują pewien stały (zwykle na dzień wyceny czasopism) parytet walut i w konsekwencji nie uwzględniają wahań kursów walut (jeśli kursy spadają - traci pośrednik, jeśli kursy wzrastają - traci finalny odbiorca): w ten sposób ryzyko jest rozłożone na obu partnerów).

Inną metodą stosowaną przez pośredników, szczególnie krajowych, jest kalkulowanie faktur według kursów obowiązujących w dniu przekazania należności za granicę (do wydawcy czasopisma).

### 3. Problem kompletności wstępnej wyceny czasopism w prenumeracie

Praktycznie pełna wycena czasopism maksymalnie zbliżona do ostatecznej wyceny jest możliwa dopiero na początku września (pośrednicy są uzależnieni od kalkulacji cen i ewentualnych rabatów udzielanych przez wydawców), wszystkie wcześniejsze próby wstępnej wyceny prenumeraty czasopism opierają się na tzw. historycznej analizie cen dokonywanej przez pośrednika na podstawie własnych materiałów archiwalnych.

Ponadto niektóre tytuły wydawnictw ciągłych, nieregularnych, wcale nie mogą być wstępnie oszacowane z tego względu, że sami wydawcy jeszcze nie wiedzą ile woluminów zdołają wydać i w jakiej cenie.

Tak więc przy zamówieniu rzędu kilkuset tytułów w prenumeracie maksymalna wycena wstępna dotyczy praktycznie 90 do 95 % całości (nigdy 100%).

### 4. Rozliczenie przedpłaty a faktura ostateczna

Zwykle pośrednicy wystawiają ostateczną fakturę (opartą o rzeczywiste koszty) w roku już biegnącej prenumeraty (kwiecień/maj), a jeśli faktura zostaje wystawiona np. w grudniu roku poprzedzającego termin opłacanej prenumeraty, wówczas jeszcze przez parę kolejnych miesięcy nadchodzą korekty do faktury ostatecznej, szczególnie uciążliwe dla biblioteki rozliczającej się ze swym działem finansowym (tak więc długo utrzymuje się niepewność co do faktycznych, naprawdę ostatecznych kosztów prenumeraty).

### 5. Rodzaje faktur i not kredytowych (uznaniowych)

Pośrednik (lub wydawca) ma możliwość wystawienia różnego rodzaju faktur:

- faktury pro-forma i ostateczne,

- faktury płacone w całości lub ratalnie (do uzgodnienia wysokość rat, liczenie lub nieliczenie odsetek itp.).

### 6. Stawka VAT a ceny za czasopisma

Zerowa stawka VAT dotyczy czasopism opatrzonego znakiem ISSN (International Standard Serial Number), a stawka 7% tytułów bez ISSN. Dodajmy, że te same stawki VAT dotyczą książek (zwartych i seryjnych).

### 7. Rabaty udzielane bibliotekom przez pośredników i wydawców

Pośrednicy udzielają rabatów według własnej woli (dotyczy to zarówno samej decyzji o udzielaniu rabatów, jak i ich wysokości, co oczywiście jest okryte tajemnicą handlową).

- Wiadomo, że wysokość rabatów jest wypadkową kilku elementów, takich jak:
- a/ wielkość upustów udzielanych pośrednikowi przez wydawców (sprawa absolutnie indywidualnej umowy między pośrednikiem, a wydawcą),
  - b/ możliwości finansowych firmy (im większe obroty firmy, tym większe pole manewru finansowego),
  - c/ wielkość zamówienia składanego przez biblioteki (czy chodzi o rząd kilkunastu czy kilkuset zamawianych tytułów i za jaką globalną sumę),
  - d/ perspektywy krótkoterminowej lub długoterminowej współpracy z klientem (ta ostatnia jest szczególnie kusząca dla pośredników, gdyż w dużym stopniu zapewnia stabilizację finansową firmy: są to ogólne reguły gry rynkowej),
  - e/ termin płatności, głównie przedpłaty za zamówione czasopisma (im szybciej zapłać wpływa do pośrednika, tym większe mogą być rabaty, ponieważ pośrednik płaci wydawcom stopniowo za prenumerowane tytuły, a pieniądze klientów uiokowane na kontach przynoszą stosowny procent, co umożliwia firmie proponowanie dodatkowych rabatów).
  - f/ strategia marketingowa firmy (ceny rzeczywiste, przybliżone, dumpingowe, itp.).

O możliwych rabatach klient dowiaduje się w czasie przetargu, a i te propozycje do ostatniej chwili mogą ulec zmianie na korzyść klienta (podstawowa korzyść dla ogłaszającego przetarg w jakiegokolwiek dziedzinie handlu i usług).

#### 8. Problem cen czasopism zamorskich

Chodzi głównie o czasopisma amerykańskie i kanadyjskie. Pośrednicy z siedzibą lub filią w USA kupują je po cenach „krajowych” (tj. amerykańskich), co zwiększa konkurencyjność firmy mogącej oferować zamawiane tytuły po niższych cenach niż firmy, które muszą kupować czasopisma jako klienci zagraniczni (w stosunku do odbiorców amerykańskich).

### X. MEDIA ELEKTRONICZNE JAKO SZCZEGÓLNY SEKTOR OFERTY

#### 1. Dostęp do baz CD-ROM i do banków danych

Większość firm (pośredników) zapewnia szeroki dostęp do baz danych zgromadzonych w swoich zbiorach za pośrednictwem własnych systemów komunikacji elektronicznej (Lange & Springer Serwis on-line, SwetScan, Ebsconet).

Ceny dostępu do baz danych zależą ogólnie od dwóch czynników: ilości żądanych baz danych i liczby jednoczesnych użytkowników.

#### 2. Formy elektronicznego dostępu do czasopism

##### a/ elektroniczne spisy treści

Spisy treści z ponad 10 tys. tytułów czasopism oferują drogą elektroniczną wszyscy ważniejsi pośrednicy (usługa płatna lub w ramach ogólnej ceny współpracy).

##### b/ abstrakty artykułów z czasopism

Są to zarówno własne bazy czasopism abstraktowanych, jak i linki do po-

szczególnych, wielkich grup wydawniczych jak np. Springer Verlag i Academic Press (L&S) lub Springer Verlag i Elsevier (Swets).

c/ pełnotekstowe wersje elektroniczne

Dostęp do nich uzależniony jest od umowy pośrednika z wydawcą (za pośrednictwem np. Ebsco Host: ponad 2 tys. tytułów elektronicznych czasopism pełnotekstowych w 1997 r.). Wielu wydawców oferuje jednocześnie dostęp do wersji papierowej i elektronicznej (a wówczas pojawia się do rozstrzygnięcia problem dostępu jedno- czy wielostanowiskowego i ewentualnych płatności lub czasowych gratisów udzielonych przez wydawcę na próbę, zwykle miesięczną lub trzymiesięczną).

d/ przeszukiwania artykułów według słów kluczowych lub plików tematycznych

Taką możliwość stwarza, dla przykładu, amerykański system EbscoHost lub niemiecki system SwetsScan;

e/ kumulatywne pliki wsteczne czasopism.

Chodzi o elektroniczne przeszukiwanie czasopism za lata ubiegłe (m.in. EbscoHost oferuje taką możliwość).

f/ własne strony internetowe pośredników

Na życzenie polskich bibliotek firmy wprowadzają takie strony w języku polskim (dotąd informacje o pośredniku były dostępne przede wszystkim w języku angielskim).

g/ firmowe systemy komunikacji elektronicznej a Internet

Idealnym przykładem takiej symbiozy jest dostęp do EbscoHost poprzez WWW (World Wide Web) z każdego komputera lub stacji sieciowej, wspomagany przeglądarkami Web: Netscape, Microsoft Internet Explorer, NCSA Mosaic i Lynx.

Podobnie ma się sprawa z pozostałymi firmowymi systemami komunikacji elektronicznej.

## XI. RÓŻNE TYPY RAPORTÓW SPORZĄDZANYCH PRZEZ POŚREDNIKÓW DLA SWOICH KLIENTÓW

Różnorodność raportów, tj. analiz sporządzanych gratisowo na użytek klientów przez pośredników jest zależna od software danej firmy (amerykańska firma Ebsco utrzymuje, że jest w stanie dostarczyć biblioteczce, z którą współpracuje około 400 różnego typu raportów).

Wymieńmy tylko kilka rodzajów raportów (tytułem przykładu):

1. zestawienie zamówionych czasopism uszeregowanych według różnych kryteriów (alfabetycznie, dziedzinami wiedzy, wydawcami, krajami edycji, adresami wysyłek, ISSNem, ceną wzrastającą lub malejącą, częstotliwością, datą zamówienia, itp.),
2. zmiany danych bibliograficznych zamawianych czasopism (tytuły połączone, zamknięte, zawieszane, dodatkowe, okazjonalne zeszyty lub nadprogramowe woluminy, itp.),

3. historyczna analiza cen czasopism i nieregularnych ciągłych,

4. analiza (raport) rozwoju zbiorów i ich ocena (Ebsco).

Ocena zbioru czasopism i zarządzania nimi według kombinacji wielu kryteriów: język, wykorzystanie przez czytelników, koszt i ocena poziomu merytorycznego danego tytułu przez specjalistów z danej dziedziny, itp. - to chyba najciekawsza propozycja analizy prenumeraty czasopism przedstawiona przez pośrednika.

## **XII. STOPIEŃ PRZYJAZNOŚCI FIRMOWEGO SYSTEMU KOMUNIKACJI KOMPUTEROWEJ NA LINII POŚREDNIK/DOSTAWCA → ODBIORCA/BIBLIOTEKA**

### **1. Preferencje dla interfejsów windowsowych**

Wielkie znaczenie dla bibliotekarzy bezpośrednio współpracujących z dostawcą ma implementacja systemu obsługi klienta on-line pod Windowsami (Ebsco, Swets), co najmniej z dwóch powodów:

- automatyzuje to i usprawnia dużą część wzajemnej komunikacji (w systemie przewidziano wiele potencjalnych wariantów schematu pytań i odpowiedzi, np.. powodów reklamacji ze strony odbiorcy i standartowych odpowiedzi pośrednika, co w praktyce wymaga wyłącznie kliknięcia na odpowiedniej opcji),
- umożliwi precyzyjne porozumiewanie się przy ledwie średniej znajomości wspólnej platformy językowej (z reguły nośnikiem komunikacji jest język angielski jako aktualnie główny, światowy język handlu i usług).

Zauważmy, że pośrednicy operujący w systemie DOS i posługujący się wyłącznie „klasyczną” korespondencją (w odróżnieniu od komunikacji w Windowsach) oferują przestarzały interfejs, trudny do zaakceptowania.

### **2. Kompatybilność firmowego systemu komputerowego dostawcy z własnym systemem elektronicznym odbiorcy**

Elektroniczny system firmowy dostawcy powinien być kompatybilny z systemem elektronicznym odbiorcy, jak np. w wypadku Swets Net (dostawca: Swets) z Horizonem (odbiorca: Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu włączona w sieć Poznańskiej Fundacji Bibliotek Naukowych [*Poznań Foundation of Scientific Libraries*]).

## **XIII. RAMOWE ELEMENTY UMOWY MIĘDZY DOSTAWCĄ A ODBIORCĄ**

### **1. Wskazanie partnerów umowy i określenie daty jej zawarcia**

Umawiające się strony podają swoje dane identyfikacyjne i wskazują swoich reprezentantów upoważnionych do prowadzenia negocjacji i podpisania umowy (negocjatorzy i podpisujący umowę mogą być tymi samymi osobami, ale niekoniecznie: w przypadku Uniwersytetu Rektor może delegować swoje uprawnienia do prowadzenia negocjacji na Dyrektora Biblioteki Uniwersyteckiej i Komisję Negocjacyjną, ale tylko on sam jest władny podpisać umowę, gdyż biblioteka jest zwykle tylko jednostką międzywydziałową, a kierującym całą uczelnią jest osoba Rektora, albowiem umowa jest zawierana między Uniwersytetem a określonym dostawcą, a nie między biblioteką a dostawcą).

## 2. Przedmiot umowy

Przedmiotem umowy, co wynika z samej istoty prenumeraty, jest samo kupno lub kupno i dostawa do adresata, na odpowiednich warunkach, zamówionych czasopism.

## 3. Czas trwania umowy

Umawiające się strony określają następujące elementy umowy:

- dokładną datę początku współpracy,
- okres trwania umowy,
- warunki prolongaty umowy lub jej wygaśnięcia.

## 4. Obowiązki dostawcy

Strony szczegółowo określają całość obowiązków dostawcy (m.in. sposoby i terminy dostarczania zamówionego materiału, informowania biblioteki o podjętych reklamacjach u niesolidnych lub nieterminowych wydawców, itp.).

## 5. Przyjęte procedury składania zamówień przez odbiorcę i reklamowania braków z jego strony

W zakres tego postanowienia wchodzi, m.in. sposoby i terminy składania, potwierdzania i anulowania zamówień, reklamacji braków przez finalnego odbiorcę.

## 6. Finansowe warunki umowy

istotę finansowych warunków umowy stanowią m. in.:

- minimalna lub maksymalna wielkość zamówienia (tytułowo lub wartościowo w określonej walucie),
- zasady kalkulacji kosztów dostawy,
- wielkość i zakres udzielanych rabatów, jeżeli taka sytuację obie strony przewidują,
- konsekwencje złamania ustalonych reguł finansowych przez jedną ze stron (np. ze strony dostawcy: wzrost kosztów dostawy ponad wynegocjowany procent, ze strony biblioteki: nieuzasadnione niedotrzymanie terminów płatności, itp.).

## 7. Reguły wprowadzania zmian w umowie przez jedną ze stron lub przez obie strony

Obie umawiające się strony określają zarówno reguły wprowadzania ewentualnych zmian w umowie i ich potencjalny, przewidywalny zakres.

## 8. Kwestia rozstrzygnięcia zaistniałych sporów wokół realizacji umowy

Kto i na jakiej zasadzie jest władny rozstrzygać spory między partnerami umowy (strony biorą pod uwagę zarówno rozwiązania polubowne jak i rozstrzygnięcia na drodze sądowej). Przedmiotem sporu mogą być kwestie interpretacyjne poszczególnych punktów umowy, jak i niesolidność wykonania zawartych postanowień przez jedną z umawiających się stron.

## 9. Personalna odpowiedzialność za wzajemną realizację postanowień umowy

Strony wskazują konkretne osoby ponoszące odpowiedzialność za sprawny przebieg współpracy.

## 10. Podpisy pod umową