

信息传递视角下馆配链现状及策略研究

——以绵阳市高校图书馆为例

梁玥 余波 易淑琼 李晓柯¹

(西南科技大学经济管理学院, 四川绵阳621010)

【摘要】:馆配链是基于图书馆、馆配商、出版社各自的需求而形成的产业链,信息传递视角下馆配链的三主体扮演着传达人和接受者的双重角色。良好的馆配链发展有利于促进馆配市场的规范、提升出版社水平、推动图书馆的馆藏建设、更好地满足读者的阅读需求。运用问卷调查、访谈、文献调研、实地考察等方法,对绵阳市各高校图书馆采购工作进行调研,结果表明目前馆配链存在采购时效性差、图书馆在采购过程中缺乏主动权、读者需求无法被满足等诸多问题。基于此,分别从宏观、中观、微观三个角度针对政府、高校图书馆、馆配商、出版社以及读者提出应对策略。

【关键词】:图书馆采购;信息传递;馆配链

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

1 前言

《中华人民共和国政府采购法》规定的政府采购,是指各级国家机关、事业单位和团体组织,使用财政性资金采购、依法制定的集中采购目录以内的,或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。随着我国社会主义市场经济体制的不断完善,政府大力推广政府采购模式,各大高校图书馆采购被纳进政府采购范围,因此采取公开招标的方法进行图书采购,具有规范性、公平性及法律保障性等特点。通过此方式,图书馆可以在多家馆配商的竞争中,甄选出最合适的馆配商合作,保证图书资源的及时更新。随着互联网和信息处理技术的蓬勃发展,图书馆、馆配商、出版社交换信息、处理业务,从而形成了跨界合作的产业链条——馆配链。

馆配链基于信息传递的需求而产生,通过这条结构完整的链条,图书馆、馆配商、出版社可以获得各自需要的信息,并在此基础上建立合作伙伴关系。馆配链的上游是出版社,负责提供书目;中游是馆配商,作为链条中最重要的部分,通过对信息流、物流、资金流的控制,保证出版社从发出图书到送达图书馆的整体运作流程不出差错;下游是作为终端需求方的图书馆,对整个馆配供应链起着需求导向的作用。馆配链的存在对于高校图书馆的采购有着至关重要的效用,采购工作的质量将直接决定图书馆的馆藏水平和服务能力。但是在实际工作中,仍然存在采购过程冗长复杂、信息交流不对称、馆配市场混乱、出版社书目良莠不齐等问题。

2 信息传递视角下的馆配链

信息传递是指信息从信息源出发,借助一定的物质载体,按照一定的方式,通过一定的信道,最终为信息接受者获取的整个过

¹**作者简介:**梁玥(1998-),女,四川成都人,西南科技大学经济管理学院本科生,研究方向:物流管理;余波(1966-),男,四川绵阳人,西南科技大学经济管理学院教授,研究方向:信息用户与服务;易淑琼(1993-),女,重庆黔江人,西南科技大学经济管理学院硕士研究生,研究方向:信息计量与科学评价;李晓柯(1997-),女,四川成都人,西南科技大学经济管理学院本科生,研究方向:物流管理。

程。信息传递主要包括三个部分：(1) 传达人必须将传递的信息内容译出，整理成接受人能理解的问题或图像。(2) 接受人要把信息转化为自己所能理解的内容。(3) 接受者对信息的反应，需要再次传递给传达人。馆配链包括图书馆、馆配商、出版社三个主体，三者都既为信息传递的传达人，又是信息传递的接受人，属于信息传递中的双向传送。图书馆作为接受者会接收到读者的阅读期望，继而向馆配链传达读者的需求；馆配商作为接受者接收到图书馆的图书订货单后，向出版社传达订货信息；出版社作为接受者了解到订货信息后，便可以开始检查库存是否能满足订单需求。其中馆配链起到承上启下、交流沟通的重要作用，将出版社的供书能力与图书馆的图书需求相匹配，保证将出版社作为接受者对订单信息的反应及时传递给传达人。

3 基于绵阳市高校图书馆采购工作的调研结果

近几年，我国的馆配市场不断扩大，据最新数据估测，国内每年馆配市场容量可达170亿元，其中公共图书馆约30亿、中小学图书馆约60亿、其它图书馆约20亿，其中高校图书馆占比最大，高达60亿。馆配市场规模虽大，可问题却层出不穷。2018年10月-12月，笔者通过问卷调查与访谈相结合的方式，开始针对绵阳市各高校图书馆进行长达3个月的走访调研，实地考察了目前绵阳市各大高校图书馆采购工作面临的问题。通过对调研情况进行分析，笔者发现：(1) 难以采集到读者的阅读需求是所有高校都面临的问题。部分高校采购主任表示，由于对读者的需求并不了解，在采购时基本以本校的馆藏要求为主，容易出现读者想要的书寥寥无几，而采购回来的书却无人问津的现象。(2) 馆配商忽视图书馆的阅读需求。在招标制度下进行图书采购，馆配商常常利用高折扣提高自己的中标率，但其图书质量却无法满足不同读者需求。(3) 图书招标制度有待完善。政府采购制度下招标流程繁多，从申请采购到完成采购需要耗费大量时间，不利于发挥图书的时效性功能。(4) 作为馆配链中的需求方和供给方，图书馆和出版社之间的关系不温不火，不了解彼此的需求，造成信息传递中的失真。

4 信息传递视角下馆配链存在的问题

馆配链的三主体：图书馆、馆配商及出版社都扮演着信息传递中传达人和接受者的双重角色，但由于彼此关系不紧密，导致三方工作配合不协调、馆配链问题良多。究其原因不仅包括政府采购制度下流程繁多、采购复杂等客观因素，三主体自身的运作方式和环节衔接也存在一定问题。本文将从政府、读者、图书馆、馆配商、出版社以及馆配链三主体的关系六个角度具体分析馆配链存在的问题。

4.1 采购流程繁琐影响信息传递的时效性

政府制度下的采购流程繁多、耗时长、效率较低。一般情况下，到签订合同需要花费大半年的时间，而从下达文件开始算起的全部采购时间不超过九个月，图书馆采购员在不多的时间内进行大数目金额、多批量的书籍采购非常困难。且在实际工作中，大部分图书馆以价格和折扣率等量化指标作为评标依据，往往是低价者中标。数据显示，出版社发书的折扣一般均高于6.3折，馆配商的运营成本合计为10.5%，即馆配商的折扣需要保持在73%以上才能获得收益，但北京某大型馆配商2016年在各省的平均中标折扣低至68.13%，如果按照正常的供货方式为图书馆配书，必然无法盈利，所以馆配商只有通过给图书馆加塞低折扣、质量不佳的书籍，从中获得回扣。各高校图书馆通过招投标选择采购合作对象，而馆配商供书水平和服务能力难以考量，容易产生劣币驱逐良币的现象，不利于图书馆馆藏建设。

4.2 读者阅读需求无法被满足

有关大学生阅读情况的数据显示，近90%的学生表示他们喜欢阅读，但是其中超过50%的学生每天实际阅读时间不足一小时，探究现象背后的原因，有18.5%的学生认为“图书馆藏书种类数量不足”导致阅读量缺乏。针对此问题，不少高校使用读者荐购的方式进行图书采购，但实际成效却差强人意。在读者荐购的图书中仅有48%能被采纳购买，究其原因主要有以下几点：(1) 读者之间信息封闭导致推荐书目中重复率高。(2) 填写的图书信息不全，无法进行采购选择与判断。(3) 书籍年代久远，难以采购。这些原因使得图书馆采购工作效率低、读者的阅读需求无法被满足。

4.3 图书馆在采购中缺乏主动权

由于绵阳市各高校图书馆是由政府采购管理部门委托招标代理机构组织办理招标事宜,数据显示有75%的图书馆认为在图书招标采购中缺乏必要的主动权。招标前确定评标方法及准则和招标中的评标专家小组的确立,均由招标代理机构组织掌控;招标后的主动权则在馆配商手中,一旦签订合同,事先约定的订单金额则无法更改,不良供应商可能用高利润的“快销售”图书代替师生需要的高价值文献。虽然依托政府招标制度进行图书馆采购有利于管理馆配市场,但是在现实中却存在许多偏差。

4.4 馆配市场混乱

我国馆配市场规模庞大,但与此伴随的市场问题也接踵而至。调查表明,绵阳市有75%的高校图书馆认为一些馆配商只顾自己的利益,而忽视图书馆和出版社的需求。主要体现在以下三点:(1)馆配市场缺乏诚信。在给图书馆配书时加塞低质量图书、对出版社恶意压价等情况,使三方无法建立信赖的合作关系。(2)缺乏专业管理人员。一般情况下,馆配商会在新人入职前进行培训,以此熟悉馆配工作。但入职培训具有不确定性,如果不随着市场的变化对内容进行更新,会向新人传达老旧的理念,不利于对馆配专业人才的培养。(3)数字化阅读脚步缓慢。随着信息化的发展,高校图书馆读者需求逐渐趋向于数字化阅读转变。经调查,绵阳市大部分高校图书馆电子馆藏比例在30%-50%之间,且此比重正呈上升趋势发展。据高校图书馆采购人员反映,对于学术性较强的图书文献,他们更偏向于电子馆藏,更新及时、传播迅速、利于使用。所以近年来绵阳市高校图书馆的电子馆藏发展增速一直高于纸质版馆藏,但是馆配商对电子书籍的反应赶不上读者需求,目前仍缺乏一个完整、成熟的数字化采购平台。

4.5 出版社书目良莠不齐

在供给侧改革的背景下,目前出版社主要面临低端图书重复率高、高端图书相对稀缺的现象。据统计,截至2007年,在中文社会科学引文索引(CSSCI)中被引用过1次及以上的图书占相应时间段所出版图书总数的13%,数据显示,2011-2016年间出版社数量变化不大,出版图书总体呈上升趋势,重版、重印图书也逐年增加,但重版重印率也随之攀升,在2016年时高达47.5%,可见图书的同质化现象严重。出版社出于自身利益考虑,在向馆配商和图书馆推荐书籍时,用低质量的书籍代替学术文献,导致高校图书馆的学术书籍与价值低的书籍比例严重失衡。使得高校图书馆采购到的书目并不是生师真正需要的,也影响了图书馆馆藏质量建设。

4.6 牛鞭效应影响图书馆、馆配商及出版社的信息传递

从出版社出版图书到馆配商作为中间方通过招标环节与高校图书馆签订合同,并把图书配送至图书馆的整个图书流通过程,要求图书馆、馆配商、出版社高度密切的信任与配合。但是在实际工作中,往往由于出版社、馆配商及图书馆之间缺乏沟通,会出现双方信息交换不对称、反馈不及时等情况。长期的供需双方需求错位累积会导致“滞胀”现象出现,高涨的图书阅读需求与书籍质量不成正比。图书馆读者的阅读需求逐级向上传递到出版社时,信息可能已经失去时效,当采购需求信息被逐渐放大或缩小,需求波动越来越大时,便产生牛鞭效应,可能使得馆配商和出版商决策失误,最终导致合作效果不理想。

5 针对馆配链问题的应对策略

5.1 政府充分发挥文化职能的支撑作用

政府作为整个馆配链之上的管理者,应从宏观角度发挥文化职能的支撑作用。推动建立馆配商评价网络平台,让各大图书馆将与馆配商的合作情况反馈在该平台,既可以作为其他图书馆选择馆配商的重要依据,也对馆配商起到了约束作用;出台相应的法律法规,规范馆配商和出版社的商业行为,避免恶性竞争,促进馆配链的透明、公开、有序发展;从全局上把控馆配链的发展态势,协调图书馆、馆配商、出版社三方关系,营造良性竞争、友好合作、互利共赢的市场环境。

5.2 图书馆依照提前原则进行图书采购

在馆配链中图书馆始终处于被动地位,想要突破目前高校图书馆面临的“好书难求”的瓶颈问题,最重要的两个字是:提前——提前编制招标文件、提前确定采购书单、提前采购,这样才能在图书需求的时效性消失前提供给校内师生。建议成立以馆长为总指挥的图书采购小组,在小组内细分采购组、优化管理组、财务组及监督组。(1)馆长统筹兼顾。根据采购组提前收集的信息制定总体采购计划,从整体把控图书馆采购计划。(2)采购组提前综合校内学生、老师的阅读需求和市场图书销售情况,制定完善的年度图书采购计划。(3)优化管理组提前编制招标文件,精简优化招标流程,使其更加适用于本校的图书采购情况。将修改好的招标文件提交给市政府并与其采购部门进行沟通协调,提前确定招标文件的内容。待采购审批通过,只需在较短的时间内对招标文件作细微调整后即可投入使用。(4)财务组提前联系政府采购部门确认采购金额等相关事宜,并把握图书采购中所有资金流的进出。(5)监督组需要本着严谨务实的态度,对编制招标文件、书目清单确定、采购资金的去向、选择馆配商等诸多环节进行监督,避免图书馆内部采购人员存在违纪犯法的现象。由此形成以馆长为核心领导的全方位协调采购小组,各司其职又协同合作,达到图书馆采购效果的整体最优。

5.3 推动读者决策采购(PAD)的实施

读者决策采购是最新型的文献采购模式,可以减少由信息传递不畅导致的图书供需不平衡的现象,保证图书文献的时效性。在实施过程中主要把握以下几个原则:(1)触发式采购。提前按照馆藏指标设置采购准则,只有读者荐购的书籍达到准则要求才触发采购,将读者需求与馆藏需求有效结合起来。(2)信息一体化。PAD平台发布的信息需涵盖馆藏资源、荐购资源、其他读者信息等,突破信息断层的局限性。(3)采购周期短。PAD采购模式下可以完成读者与馆配商的信息交流,从读者荐购书目满足馆藏条件、触发采购起,馆配商便可以处理订单,缩减采购周期。在提高读者满意度的同时优化馆藏建设。

5.4 馆配商搭建信息中介平台

馆配商作为整个馆配链中的核心角色,应对整个供应链进行一定的全局把控,发挥好承上启下的作用。根据图书馆的需求,对图书供应链上的物流活动进行统一规划、控制和管理,保障物流、资金流、信息流的畅通,实现供应链的价值增值。建议通过信息化手段跨越地域和时间限制,有利于图书馆在选择时做出最优决定。搭建基于产品、信息、服务于一体的信息中介平台,使图书馆和出版社的信息对称,如图1所示。图书馆可以在平台上发布自己需要的书目清单,出版社可根据市场预测推出特色化书单以供图书馆选择,并在此平台公开自己的库存余量,以供图书馆及馆配商进行最优选择,从而降低成本、提高整体馆配链的运作效率。除此以外,馆配商还应始终以图书馆为中心进行图书采购及配送,尽量减少为高校图书馆提供劣质、过时书籍或配送不及时等现象。为图书馆提供差异化服务,针对不同类型的高校图书馆提供不同的书目清单,满足不同院校的阅读需求,提高图书馆认可度,有利于双方更长期的合作。

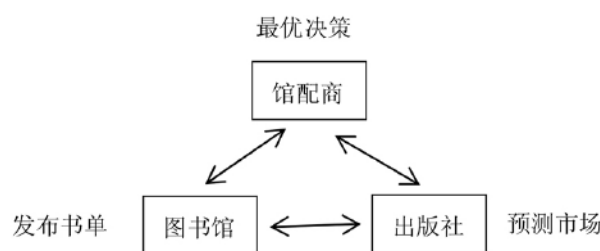


图1 优化后的馆配链

5.5 出版社加强多方交流,提升自身水平

出版社是图书的生产者,在图书信息的准确性和权威性方面占绝对优势,出版社应根据自身情况制定多样化的促销策略。借助馆配链信息中介平台,加强与图书馆的交流,根据图书馆提供的书目清单对高校图书馆市场需求进行预测,提前编订出适应高校图书馆的书目清单以供其选择。对图书馆的馆藏情况进行阶段性的查漏补缺,主动为其提供补配书目,提升出版社的服务水平。还可以联合馆配商在高校图书馆展开系列图书展销会、知名作家宣传会等文化活动,在提高图书销量的同时,增强与高校图书馆的合作度,有利于促进馆配链三方的信息交流,对于馆配链的整体优化起到了积极作用。

6 结语

信息传递过程中的信息失真是导致馆配链发展受限的重要原因之一。馆配链中的各主体要想自身的利益得到保障,必须学会在博弈中合作。高校图书馆在采购过程中应尽量争取话语权,提前做好采购准备工作;馆配商务必提高自身馆配服务水平,起好衔接沟通的作用;出版社需要针对高校图书馆的市场环境做出精准分析,制定多元化的营销战略,为图书馆提供优质服务。除此以外,基于高校图书采购的特殊性,政府也需要在制定招标文件方面给予一定支持,使得招标过程更为流畅有序;总体而言,在政府采购环境下形成的馆配链有利于采购的透明性和规范性,但如果要建立一个完善的、成熟的馆配链,还需要政府、图书馆、馆配商、出版社持续性的探究和努力。

参考文献:

- [1]中华人民共和国主席令第68号:中华人民共和国政府采购法[Z]. [2017-06-02].
- [2]郭东强,傅冬绵. 现代管理信息系统[M]. 北京:清华大学出版社, 2006.
- [3]2016全国馆配市场规模和各省中标折扣排行数据总结[EB/OL]. [2017-02-17]. <https://www.library-book.com/?p=307>.
- [4]蔡迎春. 影响当前纸质藏书质量的深层次因素分析与思考[J]. 大学图书馆学报, 2018, 36(05): 65-72.
- [5]郑琳. 图书馆与馆配商合作机制探讨[J]. 内江科技, 2018, (08): 13.
- [6]封宏观. 浅谈出版社如何为高校馆配提供更好的服务[J]. 出版社发行研究, 2016, (7): 84-86.
- [7]闫静怡. 高校图书馆多元化阅读推广模式研究[J]. 图书馆研究与工作, 2018, (5): 45-48.
- [8]Getz M. An Economic perspective on e-publishing in academia[J]. Journal of Electronic Publishing, 1997, 3(1): 63-76.
- [9]王阿娜. 图书绿色供应链问题研究[J]. 消费导刊, 2008, (22): 115-116.
- [10]胡艳倩. 规范图书采购流程统筹推进廉政风险防控——以金山图书馆为例[J]. 办公室业务, 2018, (13): 167.