

電子期刊的特性與發展概況

張稜雪

電子期刊自 1980 年代進行實驗計畫開始至 1996 年趨於成熟，受到學術界、出版界、代理商和圖書館界的重視，並引發許多研究與討論。電子期刊早已成為傳播學術研究成果的重要途徑，並創造了數千億美金的商機。導致商業出版社不斷的併購以擴充自己的版圖，使得期刊出版形成三分天下的局面—Elsevier、Kluwer 和其他（學會、小出版社等等），讓商業出版商掌握了絕對的定價能力。

商業電子期刊的計價策略

電子期刊具有經驗財和規模經濟等經濟特質：

經驗財：1.利用試閱的方式提供讀者使用，讓讀者感受它的便利進而習慣這一載體；2.透過評審組織（Peer-review）增加它的可信度；3.建立商譽（Reputation），如 Elsevier、IEEE 保持主機 24 小時不斷線、每一期出刊皆比紙本快等，讓讀者對這些出版商產生信任。

規模經濟：電子期刊具有高額的固定成本和微量的變動成本，此成本結構導致規模經濟。一般來說電子期刊除了 First-copy 沉沒成本（Sunk cost），也需要大規模的行銷與促銷，由於 Internet 的興盛，讓電子期刊可以大量提供，但成本的增加量卻微乎其微，也就是說邊際成本很低，出版商可藉由網際網路提供免費的試用，因而使行銷成本也很低。

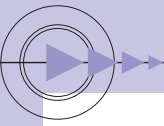
市場結構：電子期刊的市場結構屬於優勢廠商（Scarcity 稀少性）和差異化產品市場結構（產品加值），出版社藉由規模經濟和範疇經濟達到成本優勢的領導者。其所採取的訂價策略是想辦法增加產品價值，以獲取最大利潤。廠商常利用差別取價（Price Discrimination）來獲取最大收入，實施差別取價需具備三種條件：1.Market Power 具有定價能力；2.Market Distribution 區別消費群；3.防止投機行為。而學術期刊出版商因學術傳播與研究對期刊的仰賴，所以具有絕對的定價能力，Internet 盛行後出版商對於消費族群更容易掌握，可以針對不同對象設計出不同的產品組合（如依身分別、時間別和內容別來設計），或依使用率、使用總人口數來訂價，以獲取最大的收益。

圖書館的因應之道和現況：

綜合上述分析，讓人覺得圖書館對於電子期刊的議價是處於弱勢的一方，如何讓圖書館掌握更多的談判籌碼？以下是目前學術界、圖書館界和出版界的一些做法：

- 一、籌組聯盟：即聯合多家圖書館一起購買，以便能和出版商進行談判，取得有利的價格。有一點必需注意，會員圖書館的同質性越高則聯盟成功的機率相對提高，而參與聯盟的會員越多則越危險，因同質性相對減少。
- 二、追求低成本的電子期刊出版：

（一）SPARC：ARL (Association of Research Libraries)2000 年的「Library Create Change」計畫，呼籲要將學術傳播的主導權回歸到學者手中，近年來 STM 期刊出版活躍，造成高價位與特殊訂購的生態，其不合理現象引起學術社群高度不滿，所以 ARL 於 1998 年創立 SPARC，目的是：（1）創造一個更具競爭力的市場，以利期刊的採購和使用費降低，並鼓勵對消費者使用需求合理回應的出版機構；（2）確保電子資源的公平使用原則；（3）利用科技改善學術傳播的過程，並降低製作與銷售費用。SPARC 目前進行的計畫包括：（1）SPARC Alternatives Program 支持和高價位 STM 期刊競爭的低價位替代期刊；（2）SPARC Leading Edge Program 利用新技術與具競爭力的商業模式；（3）SPARC Scientific Communities Program 支持各學科非營利學術同儕審核的出版品。



- (二) BioOne：1996 年 6 月由一些小型學會、圖書館和學術出版社合作組成，是一個非營利性生物科學的電子期刊組織。目前該組織提供約 40-50 種電子期刊，採固定年訂費，陸續增加電子期刊則不加價。
- (三) CrossRef：電子期刊引用文獻連結計畫，由 STM 出版社於 1999 年發起，希望成為所有電子式學術資訊引用文獻連結的基礎。CrossRef 初期係以商業性 STM 期刊出版社為主，但目前已有 60% 為非營利組織，其內容也擴充到所有學術領域。
- (四) HighWire：1995 年由史丹福大學 (Stanford University) 設立，是世界最大且成長最快速的生命科學和醫學研究免費的論文全文檢索系統 (通常出刊半年到一年後就免費提供使用，部分期刊甚至免費提供使用)。

結論

商業出版的學術期刊是否足以支持學術研究？研究發現學術出版雖然帶來大商機，但圖書館花更多的錢卻未必帶來更大的價值：

1. 一般來說非營利機構期刊比商業出版社的期刊更便宜。
2. 非營利機構期刊比商業出版社的期刊更具利用價值。
3. Cornell 研究指出許多商業出版社不斷提升期刊價格的不合理，尤其是歐洲出版社。
4. 高成本期刊並非絕對等同於高價值期刊。
5. 圖書館應該將 80/20 法則應用於期刊館藏。

學術期刊的獨特性造成出版商擁有市場價格優勢，讓圖書館處於弱勢地位，在經費緊縮的今日，加上漲幅不斷，讓圖書館疲於奔命，除了每一分錢都必需花在刀口上，還必需兼顧機構內的教學研究需求，在在考驗圖書館員的智慧。團結力量大，單一圖書館無法取得談判優勢，如果能結合多家圖書館籌組聯盟，以聯盟的方式來取得談判的籌碼，當可節省部分經費。另外雖然商業出版社是否受制於上述這些新團體還無定論，但圖書館若能多支持這些新計畫 (如 SPARC)，讓它足夠和商業出版社的產品相抗衡，以促使商業出版商重新檢討其計價方式，則圖書館才能有更寬廣的路走下去。

參考資料

1. About HighWire Press < <http://highwire.org/about/> > (2003/08/13)
2. About SPARC < <http://www.arl.org/sparc/core/index.asp?page=a0> > (2003/08/15)
3. 國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所編輯。中國圖書館學會九十二年度電子期刊出版與管理研習班研習手冊。臺北市：中國圖書館學會，民 92。