

CENOVÁ POLITIKA DATABÁZOVÝCH CENTER. HISTORIE A SOUČASNOST

Jana Machonská
Albertina icome Praha s.r.o.

Příspěvek je upraveným výtahem z diplomové práce, která byla obhájena na ÚISK FF UK v roce 2002 a je citována v závěrečném seznamu literatury [23].

V příspěvcích R. Papika Vyhledávání informací I-III, uveřejněných v minulých číslech, a především pak v jeho posledním příspěvku Dialogové služby databázových center [1], byla pojednána problematika přístupu k informacím a vyhledávání v databázových centrech. Autor upozornil na nutnost dodržování zásad řešeršní strategie, mimo jiné také z důvodů finančních, neboť jednotlivé služby databázového centra jsou poskytovány za finanční úhradu, takže uživatelé každý svůj chybný krok draze zaplatí. V následujícím příspěvku, který úzce navazuje na předešlé články dr. Papika, se podrobněji zaměříme právě na oblast cenové politiky databázových center.

1 Úvod

Uživatelé, kteří se rozhodnou využívat online služeb databázového centra, jsou samozřejmě nuceni za tyto služby ve většině případů platit. Vstupují do obchodního vztahu nejen s databázovým centrem, ale často i s dalšími subjekty (provozovatelé telekomunikační sítě, poskytovatelé připojení k internetu, dokumentové dodavatelské služby, atd.). Každé databázové centrum uplatňuje vůči svým uživatelům rozdílný model placení za služby, který úzce souvisí s charakterem vystavovaných databází a typem uživatelské komunity. Za dobu existence databázových center se uživatelé mohli setkat s mnoha různými způsoby účtování za služby. Některé z nich byly na svou dobu velmi progresivní, jiné se zase setkaly s odmítavým postojem odborné veřejnosti i koncových uživatelů.

Online služby vznikly v 60. letech původně pouze pro omezený okruh zákazníků ze sféry akademické, vojenské a výzkumné, a to především z důvodů finančních. S. Weber [2] uvádí, že náklady na telekomunikace, hardware a software, stejně tak jako časové investice uživatelů do školení, tvořily v počátcích fungování online služeb větší část nákladů než cena databáze. Nejčastější model účtování byl založen na principu placení za čas připojení (*connect time* – viz 2.2.1). Podle H. Boyleho [3] se producenti komerčních online bibliografických systémů a databázová centra rozhodli účtovat poplatky za čas připojení k databázi a za offline tiskové výstupy pravděpodobně proto, že tyto dvě položky byly jedinými dostupnými kvantitativními měřítky využití systému. Druhou alternativou bylo účtování sledující skutečné

využití počítačových zdrojů, kdy se platilo za tzv. jednotky CPU (*computer performance unit* – viz 2.2.2).

V roce 1985 byla ale databázovým centřům vytvořena velká konkurence v podobě zdrojů dostupných na optických discích CD-ROM. CD-ROM nabídl především ekonomičtější způsob vyhledávání velkých objemů dat. Také technologický vývoj v 80. letech měl zásadní vliv na změnu cenové politiky databázových center. Především se jednalo o zavedení rychlejších modemů a osobních počítačů jako inteligentních terminálů pro online vyhledávání. Uživatelé s modemy s vyššími přenosovými rychlostmi a lepším softwarovým vybavením platili výrazně méně za stejný objem informací než uživatelé s méně sofistikovaným softwarem a hardwarem [4]. Mnoho databázových center proto změnilo svou cenovou politiku – byly zredukovány poplatky za čas připojení a zavedeny nové poplatky za online zobrazení nebo vytištěné záznamy.

V průběhu 90. let se díky internetu cena stává důležitou marketingovou zbraní. Zatímco klasická databázová centra sváděla na začátku 90. let tvrdý boj o udržení svých pozic, dostaly se do popředí online služby jako AOL (America Online), Prodigy nebo CompuServe. Jejich způsob účtování za služby se liší od klasických modelů účtování. Uživatelé těchto služeb obvykle platí paušální poplatky za neomezené využívání základních služeb a dodatečné poplatky za služby nadstandardní. Ačkoliv u klasických databázových center v polovině 90. let prudce klesly poplatky za *connect time*, protože vyhledávání prostřednictvím webovských rozhraní bývá pomalejší a tím zbytečně časově náročnější, vzrostly na druhé straně další poplatky spojené s vyhledáváním, jako např. ceny za online zobrazení výstupů. Během 90. let také vzrostla popularita předplatného a služby databázových center začaly být dostupné i pro náhodné nebo málo časté uživatele, kteří dostali možnost platit kreditní kartou jednorázové řešerše.

2 Přehled možných způsobů účtování za služby databázových center

Každé databázové centrum má svou vlastní strukturu cenových tarifů, které jsou velmi složité a variabilní. Proto se v tomto příspěvku budeme věnovat pouze základním komponentům, které v sobě různé cenové modely zahrnují. Těmito základními komponenty jsou:

- počáteční náklady
- poplatky za proces vyhledávání
- poplatky za výstupy
- další možnosti placení za služby, poplatky za speciální služby a slevy

2.1 Počáteční náklady

Tyto finanční výdaje, v angličtině výstižněji nazvané jako *start-up costs*, *up-front costs* nebo *initial capital investments*, souvisejí s prvním vstupem uživatele do databázového centra. Jednu z nejdůležitějších položek počátečních nákladů tvoří **hardwarové vybavení** pracovní stanice. Týká se např. nákupu osobního počítače, připojení stanice k internetu apod. Pro efektivní komunikaci uživatele s automatizovaným informačním systémem je často také nutné nainstalovat na počíta-

či uživatele speciální **software**, který bývá v některých případech poskytován zdarma, ale některá databázová centra si za něj účtují další poplatky. Na počátku kontraktu uživatel zpravidla platí také poplatek za poskytnutí uživatelského oprávnění a získává tak přístupová práva do online systému a uživatelskou dokumentaci. Tento **registrační poplatek** (*sign-up charge, registration fee, membership fee*) je buďto jednorázový, nebo je účtován každoročně. Systémy, které si chtějí vybudovat co nejširší uživatelskou základnu, registrují nové uživatele bez vstupních poplatků. Jedná se především o systémy, které jsou dostupné výhradně přes WWW rozhraní. Ještě navíc účtují některá databázová centra svým uživatelům každoročně **členské poplatky** spojené s uchováváním údajů o uživateli, zasíláním informačních bulletinů, provozem poradenského centra apod. Ačkoliv jsou dnes nejrůznější uživatelské příručky a nápovědy dostupné online, efektivní vyhledávání vyžaduje i **tištěné podpůrné materiály**. Množství, povaha a cena těchto materiálů se liší systém od systému. V některých případech jsou uživatelské manuály zahrnuty již v registračním poplatku. Také za **školení** ve vyhledávání v online databázích musí uživatel zaplatit, pokud není úhrada za školení součástí registračního poplatku.

Většina databázových center u svých běžných kontraktů nestanovuje **minimální poplatky za využívání systému**. U databázových center, která stanovují výši ročního nebo měsíčního minima (*minimum service requirements*), je uživatel nucen tuto částku uhradit bez ohledu na to, zda stanovená částka pokrývá náklady na jeho práci se systémem či nikoli (tzv. systém *use-it-or-lose-it*). Pro korporativní uživatele není problém tuto částku překročit, ale může to být problematické pro malé nebo příležitostné uživatele. V některých případech totiž musí uživatel minimální částku uhradit, i když systém v daném měsíci nevyužil vůbec. Minimální poplatky zavádějí databázová centra i za vyhledávání v určité databázi. Především se to týká specializovaných a velmi drahých, např. numerických databází. Tyto poplatky mají sloužit jako odstrašující prostředek pro ty uživatele, kteří by tyto databáze využívali jen příležitostně.

2.2 Poplatky za proces vyhledávání

Poplatky, které se váží na vlastní proces vyhledávání, jsou účtovány databázovým centrem na měsíční/roční bázi nebo v jiných časových intervalech. Částky mohou být fixní nebo variabilní. Zatímco počáteční náklady obvykle vyžadují zvláštní dotace, náklady na vyhledávání v online databázích už bývají zahrnuty do rozpočtu organizace. Nejčastější jsou dnes dva způsoby úhrady za služby databázových center:

- předplatné (*flat-fee, fixed-fee, all-you-can-eat*)
- platby jen za uskutečněné operace (*pay-as-you-go*)

2.2.1 Účtování za čas připojení (*connect time*)

Hlavní online databázové služby i dnes běžně stanovují ceny podle délky času, po který je uživatel připojen k systému – tzv. *connect time*. Poplatky za *connect time* se samozřejmě liší nejenom u různých databázových center, ale i u jednotlivých databází. Průzkum W. Saffadyho [5] prokázal, že ceny bývají nižší především u všeobecných, humanitních a

společenskovědních databází. Naopak vědecko-technické (komerční patentové a farmaceutické databáze) patří mezi databáze s nejvyššími poplatky za *connect time*. Absolutně nejdražší jsou pak databáze hospodářských ukazatelů a nebibliografické databáze vůbec.

Placení za čas připojení je výhodné, protože je jednoduché. Profesionální rešeršéři mohou princip jednoduše vysvětlit koncovým uživatelům a **uživatelé mu snadno porozumí**. Náklady na vyhledávání se dají vypočítat a odhadnout dopředu, takže uživatelé přibližně vědí, kolik jejich rešerše bude stát ještě před tím, než začnou s vyhledáváním.

Nápad použít *connect time* jako základ pro účtování služeb je v dnešní době překonán. Jedním z nedostatků je fakt, že čas, po který je uživatel k systému připojen, **neodpovídá ani zdrojům**, které jsou využívány, **ani objemu informací**, které jsou vyhledány [6]. Nevýhodné je také to, že **náklady na vyhledávání kolísají v závislosti na vytížení online systému**. V době maximálního zaneprázdnění není systém schopen okamžitě reagovat na požadavky rešeršera a tím se automaticky prodlužuje doba připojení k databázovému centru. Uživatelé si mohou naplánovat vyhledávání na dobu, kdy je systém spíše méně zatížen, a tím snížit své náklady. Takovéto chování uživatelů je výhodné i pro providera, protože vede k vyrovnání zatížení systému.

Connect time znemožňuje maximální využití interaktivní povahy systému, protože uživatelé jsou v podstatě pobízeni k použití systému v co nejkratší době. Dochází k minimální nebo žádné interakci se systémem, což je určitá nevýhoda. Uživatelé stráví raději daleko více času studováním tištěných příruček a přípravou dotazu offline, než používáním online nápovědy. Poplatky za čas připojení jsou tímto sníženy, takže uživatelé (a jejich management) se domnívají, že ušetřili. To je ale jen pouhá iluze, protože celkový čas strávený přípravou dotazu se tak často neúměrně protáhne a v důsledku toho narůstají i náklady na pracovní sílu.

Metoda kalkulace ceny na základě délky doby, po kterou je uživatel k systému připojen, má také nevýhodu v tom, že konečná částka zaplacená uživatelem je hodně **závislá na použitém softwarovém a hardwarovém vybavení** a v nejlepším případě i **na schopnosti uživatele rychle psát**. Dochází k prodlužování doby připojení a uměle narůstají náklady na rešerši. A přirozená obava u začátečníků, kteří se chtějí naučit se systémem pracovat, je ještě znásobená strachem z toho, že se dopustí nákladných chyb.

Navzdory uvedeným nevýhodám se stal tento způsob standardní metodou účtování za rešeršní služby. Protože to byla metoda používaná téměř všemi provozovateli online vyhledávacích služeb, nikdo neměl potřebu zamýšlet se nad alternativními metodami placení a to až do té doby, než pokroky v oblasti technického rozvoje v 80. letech poukázaly na hlavní nedostatky *connect time*. Podle Míka O'Learyho [7] existují ale minimálně dva důvody, proč účtování za čas připojení k databázi bude nadále uplatňováno. Zaprvé, klíčové databáze, které nemají žádné konkurenty, budou schopny odolávat všeobecnému trendu předplatného. A zadruhé, pro databáze používané jen příležitostně by bylo nepraktické uzavírat předplatitelské smlouvy.

2.2.2 Poplatky za využití systémových prostředků (resource unit pricing)

S různým stupněm úspěchu databázová centra experimentovala s účtováním za své služby na základě počtu „computer resource units“ (CRU), které byly použity ve vyhledávacím procesu. Kromě označení CRU se používaly i zkratky CPU (computer processing unit, computer performance unit, computer price unit) nebo SRU (system resource unit) [8]. Obvykle takové účtovací schéma zahrnovalo jednak **nízké ceny za čas připojení** k databázi a jednak **poplatky za „resource units“**. Pro uživatele bylo samozřejmě hlavním problémem pochopit, co to přesně „resource unit“ je. Typickými představiteli, kteří využívali tento typ účtování za služby, byla databázová centra **Mead Data Central** (MDC – dnes LexisNexis) nebo **Dow Jones News/Retrieval**. Dnes je to především databázové centrum **Dialog** se svými DialUnits (viz 2.2.2.1).

Zatímco poplatky za *connect time* nebo za výstupy jsou celkem dobře predikovatelné, u poplatků za *resource units* je celá situace komplikovanější. Uživatelům jsou účtovány poplatky **za dobu zpracování, přístup k diskům, vstupní a výstupní operace a využití dalších počítačových zdrojů** spojených s konkrétním dotazem. Zastánci tohoto způsobu účtování argumentují tím, že tento model přesně reflektuje komplexnost dané rešerše a spravedlivě účtuje uživatelům poplatky za počítačové operace, které sami spustí. Čím je tedy dotaz obtížnější, tím více uživatel za vyhledávání zaplatí. Mezi další výhody patří například fakt, že nejsou postihováni pomalí písaři a uživatelé, kteří v systému vyhledávají v době jeho nejvyššího pracovního vytížení. Výrazným nedostatkem je pak na druhé straně **obtížná předvídatelnost výše poplatků** [9].

2.2.2.1 DialUnits

DialUnits (*Dialog Interactive Language Units*) reprezentují využití systémových zdrojů nezbytných pro uskutečnění vyhledávacího příkazu. DialUnits se negenerují jen při použití vyhledávacích příkazů, ale **při použití všech příkazů** (EXPAND, SELECT, atd.), přičemž některé příkazy (jako např. REPORT, SORT a RANK) využívají systémové zdroje daleko intenzivněji, takže jejich použitím se generuje větší počet DialUnits. DialUnits se negenerují při použití administrativních příkazů (jako např. COST, DISPLAY SETS, LOGOFF, EDIT nebo HELP). Pro výpočet nákladů na vyhledávání je třeba počet generovaných DialUnits vynásobit cenou za 1 DialUnit, která je stanovena individuálně pro každou databázi.

Tento způsob účtování za služby nahradil u databázového centra **Dialog** v roce **1998** poplatky za *connect time* (u platformů DialogWeb, DialogClassic a DialogClassic Web) a eliminoval většinu nákladů ve fázích plánování dotazu, „přemýšlení“ a vyhodnocování výsledků. Do DialUnits se nezapočítává příprava rešeršní strategie, čtení dokumentace, zobrazení seznamu titulů, zvolení dodacích podmínek a nastavení uživatelských preferencí. Cena za 1 DialUnit závisí na obsahové hodnotě databáze. Jak vyplývá z průzkumu Williama Saffadyho [9], patří mezi databáze s nejnižšími poplatky za DialUnits vládou dotované databá-

ze, zatímco mezi ty s nejvyššími poplatky komerční nebibliografické databáze hospodářských ukazatelů. Některé databáze jsou zcela zdarma, např. Bluesheets nebo Homebase.

Nejmenší jednotkou je **0,001 DialUnit**. Původně byl na konci každého vyhledávání nashromážděný počet DialUnits zaokrouhlen na celé číslo. Na základě protestů uživatelů i odborníků byl Dialog ale nucen od zaokrouhlování ustoupit.

2.2.3 Předplatné (flat-fee, fixed rate)

V anglické terminologii se používá pro předplatné několik termínů. Nejpoužívanější jsou *flat-fee*, *fixed rate* nebo „*block*“ pricing, a všechny tyto termíny zastřešuje nadřazený termín *subscription*. *Flat-fee* a *fixed-rate* jsou v podstatě synonyma a vyjadřují **neomezené využívání databáze nebo skupiny databází za fixní periodické platby** [7]. Setkat se ale můžeme i s výrazem *all-you-can-eat* (AYCE). „*Block*“ pricing odpovídá pravidelným splátkám za určitý počet dotazů nebo hodin vyhledávání.

Mick O’Leary [7] shrnul hlavní **výhody předplatného pro uživatele** do několika bodů:

- nárůst objemu online vyhledávání
- využití většího počtu databází a interaktivní povahy vyhledávání
- více vyhledaných dat
- možnost zahrnout jiné zdroje
- lepší psychologické podmínky
- předvídatelné náklady

Možnost předplatného online služeb vedla k omezení vyhledávání na CD-ROM. K rozšíření databází na CD-ROM přispěla právě skutečnost, že vyhledávání v těchto databázích je uživatelům účtováno formou předplatného. O’Leary si dokonce v roce 1993 pohrává s odvážnou myšlenkou, že kdyby databázová centra nabízela předplatné už o pět let dříve, databáze na CD-ROM by byly patrně rozšířeny daleko méně. *Flat-rate* model použil poprvé Telebase Systems při zavádění svého **EasyNet service** v roce **1985** [11]. Dnes většina databázových center nabízí placení za služby mimo jiné i formou předplatného. Kontrakty bývají uzavírány s obchodním zástupcem databázového centra podle individuálních potřeb a možností zákazníka.

Zákazníci preferují předplatné ze tří důvodů: (1) chtějí se pojistit proti neočekávaně vysokým účtům, (2) chtějí mít možnost nadměrně využívat systém, (3) přejí si zbavit se tlaku narůstajících poplatků, které se načítají při každém použití systému [2]. Předplatné především **osvobozuje rešeršéry od neustálého stresu**, který doprovází práci pod velkým časovým tlakem. Také dává uživatelům pocit zadosťučinění, který pramení z toho, že jsou schopni využívat svých dovedností a znalostí k účelnému vyhledávání. Předplatné přispívá i k příznivějšímu klimatu pro školení a trénink nových rešeršérů.

V případě **ročního předplatného** se účtuje jediný poplatek za rok neomezeného vyhledávání v jedné nebo více databázích, kdy nezáleží na tom, kolik dotazů je provedeno a kolik položek je nalezeno. Existuje zde i možnost uzavřít předplatitelskou smlouvu jen na **jeden měsíc**, ale

třeba i **na několik let dopředu** (*multi-year contract*). K předplatnému se vždy přistupuje rozdílně případ od případu. Běžné předplatitelské kontrakty se odvíjejí od průměru minulých ročních plateb, ke kterým je ještě připočítáno určité navýšení. Navýšení kolísá případ od případu a pohybuje se v rozmezí několika málo procent až k 50 %. Průměrně je to zhruba nárůst o 10 %-30 %.

V předplatném už často bývají zahrnuty poplatky za vyhledávání (např. *connect time*) a výstupy, Alerts, dokumentace a školení. Předplatné je poskytováno na vyhledávání 1) v celém systému nebo 2) jenom na jednotlivé databáze a nebo 3) na vybrané skupiny databází, a bývá omezeno na jednoho uživatele. V případě zájmu o multiuživatelskou licenci je třeba si připlatit.

Největší obavu mají noví předplatitelé z toho, že částka, kterou zaplatili při uzavření jejich první smlouvy, **se zvýší při dalším obnovování kontraktu**. Jestliže je služba populární a hodně využívaná, začnou se uživatelé obávat toho, že další kontrakt bude obsahovat i proporcionalní navýšení, které bude pro ně příliš vysoké, a budou tedy nuceni se vrátit k tradičnímu placení za služby. Nevýhodný je tento způsob účtování pro organizace, které jsou zvyklé účtovat náklady na rešerši zpětně svým klientům. Během relace se jim totiž **nezobrazují náklady na jednotlivé rešerše**. Předplatné není obvyklé u koncových uživatelů, ale spíše například u korporativních uživatelů.

Účtování za jednotlivé dotazy (*per search system*) zavedly systémy zaměřené na koncové uživatele. Na základě přiděleného hesla je uživateli **umožněno provést jednu jednoduchou rešerši**. Pak již je heslo nepoužitelné. Vyhledávání je často omezeno pouze na jednu konkrétní databázi. Pokud uživatel nenalezne odpověď na svůj dotaz, systém mu povolí nové vyhledávání, dokud nedospěje k nějakému výsledku. Tento systém využívají především velké knihovny nebo školy, které umožňují svým uživatelům samostatně vyhledávat v online databázích. Předplatí si určitý počet rešerší, cena je v tomto případě závislá na tom, jak velký objem rešerší je předplacen. Rešerše je definována jako vyhledání určitého počtu (zpravidla 1-10) bibliografických citací k danému tématu. S tímto typem účtování se můžeme setkat například u služby **OCLC FirstSearch Catalog** [12].

Per search pricing je žádané především pro svou **jednoduchost**. Bohužel ale neumožňuje uživatelům modifikovat rešeršní strategii, jestliže naleznou pouze nerelevantní záznamy. Navíc systémy, které limitují počet citací, jsou vhodné pouze pro uživatele, kteří se spokojí jen s několika citacemi a neusilují o vyčerpávající rešerši.

2.2.4 Poplatky za relaci (*session rate*)

V lednu 1989 zavedlo databázové centrum **ESA-IRS** (dnes **EINS**) místo plateb za *connect time* pevnou taxu za relaci. Tato taxa začíná být účtována v momentě, kdy uživatel začne pracovat s některou vybranou databází (nebo souborem databází) a zadá příkaz k vyhledávání. Délka pobytu uživatele ve vybrané databázi (databázích) je časově neomezená. Uživatel tedy zaplatí **jednorázový poplatek při vstupu do databáze** a dále platí minimální poplatek za *connect time* a vysoké částky za výstupy. Výše *session rates*

se samozřejmě liší v závislosti na prohledávané databázi.

Podle slov **M. Saksidy**, někdejšího ředitele databázového centra **ESA-IRS**, byla změna cenové politiky vyvolána potřebou 1) zvýšit podíl na trhu a 2) nabídnout uživatelům systém, kde by platili hlavně za výstupy [13]. V době zavedení tohoto nového způsobu účtování se ale ozvaly hlasy, které upozorňovaly na skutečnost, že uživatelé mohou využít nových cenových tarifů **ESA-IRS** pro naplánování svých dotazů a poté si záznamy vyhledat a stáhnout v některém jiném databázovém centru [14].

2.2.5 Poplatky za jednotlivé selekční termíny

V některých případech jsou kromě poplatků za *connect time* zavedeny i poplatky za selekční termíny. V roce **1988** zavedl **CAS** (Chemical Abstracts Service – producent databází z oblasti chemie) nové poplatky, nazvané „*search fees*“. To jsou fixní poplatky **za každý použitý selekční termín** nezávislé na *connect time*. To samozřejmě vede k tomu, že se uživatelé snaží minimalizovat počet použitých selekčních termínů, aby snížili cenu rešerše. Je tedy možné, že v takovém případě nebude rešerše tak kompletní a relevantní, jak by mohla být. Kromě *search fees* začal **CAS** účtovat i tzv. „*record extraction fee*“ za každý termín extrahovaný z výsledků za účelem jeho použití jako selekčního termínu v jiných databázích. *Record extraction fee* se účtuje v momentě, kdy uživatel zadá určité vyhledávací příkazy (**EINS – ZOOM**, **Dialog – MAP**, **STN International – SELECT** apod).

2.2.6 Poplatky za speciální příkazy (*charge for special commands*)

Speciální příkazy, které jsou u některých systémů k dispozici, slouží uživatelům jako podpůrné prostředky pro efektivní vyhledávání, a proto jsou za jejich použití účtovány zvláštní poplatky. Počet těchto příkazů je poměrně vysoký, proto uvedu jen některé příklady:

- **MEM** (Questel-Orbit) – umožňuje uplatnit dotaz průřezově na všechny zpřístupňované databáze, je zdarma kromě databáze **CAS**
- **ZOOM** a **SUPERZOOM** (**EINS**) – nástroj pro textovou analýzu, poskytne seřazený přehled všech termínů, frází, jmen a kódů ve vybraném poli, zdarma do výše 200 analyzovaných termínů, nad 200 se cena zvyšuje
- **GET** (Questel-Orbit) – automatická analýza dat v jednom konkrétním poli, platí se za každý záznam v analyzovaném souboru

2.2.7 Placení závislé na přenosových rychlostech (*baud rate pricing*)

Tento způsob účtování se uplatnil především v polovině 80. let, kdy uživatelé začali používat modemy s vyšší přenosovou rychlostí. Oproti uživatelům s pomalejšími modemy měli tyto uživatelé značnou výhodu v tom, že strávili méně času vyhledáváním a čekáním na stažení dat, což samozřejmě vyústilo ve snížení nákladů na rešerši. Proto databázová centra zavedla **různé sazby pro různé přenosové rychlosti modemů**.

2.3 Poplatky za výstupy (*output charges*)

Běžnou součástí většiny online cenových tarifů jsou poplatky za záznamy a dokumenty, které jsou vyhledány v databázi na základě rešeršního dotazu a následně v případě zájmu zobrazeny, vytištěny nebo dodány jiným způsobem uživateli. Databázová centra účtují za tyto vyhledané záznamy uživatelům tzv. „*hit charges*“, které jsou určitou formou výstupních poplatků a jsou vybírány spolu s poplatky za vyhledávání. Poplatky za výstupy se řídí podle uzavřených kontraktů mezi producentem databáze a online databázovou službou. V podstatě se jedná o poplatky za:

- **zobrazený** záznam/dokument (*display charge*)
- nebo **vytištěný** záznam/dokument (*print charge*)
- nebo **přetažený** záznam/dokument (*downloading*)

Většina zisků z *hit charges* je (databázovým centrem) poukázána producentovi databáze ve formě licenčních poplatků. Některá databázová centra u svých vybraných služeb (Dialog1, DialogSelect, STNEasy, atd.) účtují uživatelům pouze poplatky za zobrazení výstupů (tzv. *results-based pricing* nebo *pay-per-view*). V tomto případě uživatelé vůbec neplatí poplatky za vyhledávání (kromě STNEasy, kde uživatelé platí fixní poplatek za dotaz). Jakmile si uživatel jednou záznam nebo dokument zobrazí, může si ho vytisknout nebo stáhnout na svůj počítač bez dalších poplatků.

2.3. Poplatky za zobrazení (*display charge*)

Po zadání příkazů TYPE nebo DISPLAY (uvedené příkazy platí pro databázové centrum Dialog) se uživateli zobrazí ve zvoleném formátu výsledky jeho vyhledávání. Je důležité pečlivě zvolit jak formát zobrazení, tak i konkrétní počet zobrazených záznamů, protože se platí za každý záznam. Poplatky za online zobrazení se týkají bibliografických citací, abstraktů, plnotextových dokumentů nebo jiných informací zobrazených během relace. Protože zobrazené informace mohou být okamžitě uloženy na pevný disk, jsou poplatky za zobrazení a downloading u většiny databázových center identické.

Rozdílné jsou ceny pro různé databáze a **různé formáty zobrazení**. Většinou zde existují velmi levné formáty, které umožňují prohlížení dat, zkrácené formáty nabízející základní bibliografické informace a plné formáty, které obsahují bibliografická data s klíčovými slovy a abstrakty nebo přímo plnotextové dokumenty. Pro usnadnění prohlížení výsledků a modifikaci výsledku rešerše nabízí většina producentů databázi tzv. „*free format*“, který dovoluje uživateli zobrazit si zdarma pouze názvy a v některých případech i klíčová slova z nalezených záznamů. Uživatel tedy nemá k dispozici kompletní bibliografickou informaci, ale i tak mu *free format* umožňuje posoudit relevantnost výsledků.

2.3.2 Poplatky za tisk (*print charge*)

Pro vytištěné záznamy existuje dvojitá taxa – za **záznamy vytištěné offline** (v databázovém centru) **nebo online** (u uživatele). Poplatky za tisk offline obvykle neobsahují výdaje za poštovné, ale někdy zahrnují manipulační poplatky. Většina online databázových center zavedla standardní cenu za vytištění plnotextového záznamu z každé databáze.

Za formáty tisku, které obsahují méně informací než plnotextový záznam, jsou účtovány snížené částky z cen plného textu. V některých případech je účtována i cena za vytištění jednotlivých stránek, citací, odstavců, znaků nebo polí.

Někdy může uživatel zadat příkaz k offline tisku omylem. V takovém případě je možné příkaz obratem zrušit, při delší časové prodlevě si ale databázové centrum účtuje **stornovací poplatek**. Zvláštním poplatkům podléhá i **expresní vytištění** a dodání výstupů. Vzhledem k autorským právům nemá uživatel právo vytištěný záznam nebo dokument dále reprodukovat (nebo si záznamy ukládat do lokální databáze). Pokud chce vytištěné výstupy poskytnout třetí straně, musí si za další kopie připlatit. Výše příplatku se řídí počtem požadovaných kopií, respektive počtem uživatelů, kteří mají přístup k lokální databázi.

2.4 Další možnosti placení za služby, poplatky za speciální služby a slevy

2.4.1 Placení kreditní kartou (*credit card billing*)

Většina uživatelů online služeb má s databázovým centrem uzavřenu smlouvu s jasně stanovenými platebními podmínkami, které vycházejí ze zavedených obchodních zvyklostí. Služeb databázového centra chtějí někdy využít ale i **náhodní uživatelé** nebo uživatelé, **kterí služeb využívají jen velmi zřídka** a nechťejí se tedy vázat smlouvami. Proto centra, která chtějí být přitažlivá pro široký okruh koncových uživatelů, zavedla možnost platit za služby kreditní kartou. Systém přijme v tomto případě nového uživatele okamžitě online na základě udání kódu jeho kreditní karty a umožní mu se systémem pracovat, aniž byly předtím vyřízeny standardní přihlašovací formalities.

Účtování je **jednoduché a lehce pochopitelné** pro uživatele. Běžně se platí až za zobrazení plných záznamů nebo dokumentů. Účet za rešerši se záhy objeví na uživatelské měsíční výpisu z banky. Protože se jedná o jednorázovou operaci, ceny jsou obvykle o něco vyšší než pro smluvně zaregistrované uživatele.

Pro databázová centra je tento způsob placení **nevýhodný** v případě, kdy uživatel zůstane dlouhou dobu připojen, ale nakonec si žádný záznam nezobrazí a nic tak nezaplatí. Neplatí ani uživatelé, kteří na svůj dotaz obdrží nulové výsledky, ačkoliv tím právě mohou dosáhnout svého cíle – utvrdit se v tom, že o zkoumaném problému ještě nebylo nic publikováno [4].

2.4.2 Možnosti pronajmutí databáze (*database leasing options*)

Organizace, které využívají velmi často jen některé databáze, mají možnost si tyto databáze „pronajmout“ – provozovat je uvnitř své organizace a zpřístupnit je tak svým vlastním uživatelům (**intranetové řešení**). Často jsou informace, které instituce tímto způsobem od databázového centra získá, kombinovány s vlastními informacemi a dochází tak k vytvoření jediné databáze. Protože je toto řešení velmi nákladné a je zapotřebí výkonných počítačů k zpracování a udržování velkých bibliografických databází, jsou kontrakty sjednávány individuálně. *Database leasing* je v podstatě další formou předplatného.

Institucím, které si nemohou toto řešení dovolit, nabízejí databázová centra službu, kdy nejsou databáze vystaveny u zákazníka, ale stále na serveru databázového centra nebo na serverech menších komerčních institucí a jsou zpřístupňovány „na míru“ pro určitou firmu nebo skupinu firem (**extranetové řešení**).

2.4.3 Poplatky za speciální služby

Kromě nástrojů pro podporu vyhledávacího procesu nabízí většina databázových center ještě další služby. Většinu z nich mohou uživatelé využívat během vyhledávání, ale některé z nich už jsou považovány za doplňkové. K dispozici mohou být uživatelům různé sekundární **analytické funkce**, např. seřazení výsledků podle relevance, automatický přenos zvolených deskriptorů ze záznamů v rešeršní odezvě do jiné sady databází, různé frekvenční analýzy aj. Tyto sofistikované funkce jsou velmi užitečné pro zpracování informací a databázová centra proto za ně vybírají zvláštní poplatky nad rámec běžných poplatků.

Většina databázových center nabízí svým uživatelům možnost **uchování rešeršní strategie**. Dočasné uložení strategie je většinou zdarma, ale platí se za **trvalé uchování** dotazů. Za dočasné se považuje uchování rešeršní strategie po dobu 24 hodin (Ovid), 7 dnů (Questel-Orbit), do konce kalendářního měsíce (Dialog), atd. Ceny jsou účtovány měsíčně na základě počtu uložených dotazů nebo podle počtu selekčních termínů, popřípadě příkazových řádků.

Řada databázových center **průběžně rešerše** zahrnuje do rejstříku funkcí, kterými získává své uživatele. Ve světě se označují jako **SDI** (*Selective Dissemination of Information*) a dnes bývají častěji označovány jako **Alerts**. Podle individuálně zadaných a průběžně uplatněných rešeršních dotazů (profilů) se periodicky zpracovávají aplikačními programy databázových center datové soubory, které vždy obsahují dávky nových informací. Účtuje se obvykle roční nebo měsíční **cena za profil**, kromě toho uživatel hradí **poplatky za zaslání záznamy** s přihlédnutím k formě jejich doručení (elektronicky či poštou na papíře). Cena je také závislá na periodicitě průběžného informování – měsíční, týdenní, denní, v reálném čase, podle přání zákazníka, apod. Doručeny bývají někdy plnotextové dokumenty, ale v jiných případech jsou doručeny pouze titulky nebo zkrácené záznamy, takže se uživatel musí připojit k online systému, pokud má zájem o celé záznamy a dokumenty. Profily si zadávají uživatelé sami nebo využijí nabídky již „předpřipravených“ nebo existujících profilů, což je samozřejmě levnější. Jeden uživatelský profil je možné uplatnit současně ve více databázích. Nadstavbou nad standardními rešeršními procesy jsou dnes velmi aktuální formy zpřístupňování primárních dokumentů, které se ze zaslání fotokopii dokumentů klasickou poštou nebo faxem mění na **dodávání dokumentů** elektronickou formou. Jsou souhrnně pojmenovány anglickou zkratkou **DDS** (*Document Delivery Services*), český služby dodávání dokumentů, a jsou dnes poskytovány nejrozličnějšími typy velkých knihoven a informačních center i samotnými databázovými centry. U dokumentů, které jsou doručeny elektronicky, se běžně platí nižší poplatek za doručení než u dokumentů zasílaných klasickou poštou nebo faxem. Dále bývají poskytovány množstevní slevy.

2.4.4 Slevy (*discount plans*)

Hlavními důvody, proč databázová centra poskytují slevy na své služby, jsou:

- 1) maximalizace příjmů
- 2) rozšíření počtu uživatelů
- 3) uspokojení uživatelů
- 4) vykrytí tzv. „hluchých“ časů využívání

Saffady [5] uvádí některé příklady slev, které jsou nabízeny databázovými centry:

- slevy pro akademickou sféru
- členské slevy
- slevy na využití systému v době, kdy je méně vytížen
- slevy v případě garance minimální platby nebo předběžné úhrady
- množstevní slevy
- slevy pro předplatitele, kteří mají zakoupen produkt na více médiích

Slevy pro časté uživatele

Uživatelé, kteří často využívají služeb databázového centra (*heavy users*) jsou odměněni celou řadou slev a výhodnějšími smluvními podmínkami. Podrobnosti se značně liší u každého databázového centra, ale všeobecně jsou nabízeny slevy na **velkoobjemové využití systému** (*volume usage*). Velmi běžné je poskytnutí slevy uživatelům, kteří se **předem zaváží k určité míře využívání systému během dalšího roku** a uzavřou s databázovým centrem závaznou smlouvu na určitou částku. Podle výše dohodnuté částky se odvíjí i výše slevy. Některá databázová centra nabízejí **fixní slevu**, která je závislá na ročním závazku nebo na výši předchozích zaplacených účtů. ESA-IRS nabízí **procentuální slevy** závislé také na výši měsíčních účtů. Alternativou k ročním závazkům jsou **měsíční diskontní plány** (*monthly discount plans*). V 80. letech byly tyto slevy poskytovány na základě předplaceného objemu hodin. K čím vyššímu počtu hodin se uživatelé zavázali, tím platili nižší poplatky za čas připojení [15, rovněž 16].

Speciální kontrakty uzavírají databázová centra s velkými firmami nebo univerzitami (**enterprise-wide agreements**), ve kterých pracují (studují) stovky a tisíce zaměstnanců (studentů). Protože jsou tyto kontrakty uzavírány na velmi vysoké částky, je systém slev a servisních služeb individuální [17].

Multiuživatelské licence

V případě, že chce instituce umožnit **přístup do databázového centra více uživatelům najednou**, musí získat od databázového centra multiuživatelskou licenci. Nejvýhodnější je tento způsob účtování pro velké knihovny nebo instituce, které mají zjiitelný počet uživatelů, kterým neúčtují vyhledávání v databázích. Bohužel je tento způsob také nejsložitější a vyžaduje tedy obchodní vyjednávání. Konečná cena je založena na některém z následujících principů [18]:

- 1) celkový počet uživatelů
- 2) velikost instituce
- 3) počet potenciálních uživatelů
- 4) počet uživatelů, kteří mohou vyhledávat současně

O výši cen se dá vyjednávat a často hraje významnou roli například velikost nebo prestiž knihovny. Pro placení za databáze, které využívá široký okruh uživatelů, je tento způsob účtování nejlepší. Kalkulace **na základě celkového počtu uživatelů** se opírá například o počet studentů univerzity nebo počet obyvatel, kteří žijí ve spádové oblasti veřejné knihovny. Poplatek za jednoho uživatele je obvykle velmi nízký, protože databázové centrum nebo producent počítá s tím, že pouze zlomek z celkového počtu uživatelů bude databázi využívat. Protože poplatek za jednoho uživatele běžně klesá se vzrůstajícím počtem uživatelů, vyplácí se především malým knihovnám vstoupit do konsorcia.

Obdobou kalkulace na základě celkového počtu uživatelů je účtování založené **na velikosti knihovny**. Velikost je posuzována buď podle výše celkového rozpočtu, nebo podle počtu výpůjček a nebo podle počtu zaregistrovaných uživatelů. Stanovení poplatků na základě počtu potenciálních uživatelů je uplatňováno v situacích, kdy počet jedinců, kteří se zajímají o konkrétní databázi, může být poměrně přesně odhadnut.

Účtování fungující **na základě počtu uživatelů, kteří mohou současně vyhledávat**, je založeno buď na počtu uživatelů, kteří se mohou současně zalogovat do systému, nebo na počtu pracovních stanic, ze kterých je možné se do systému připojit. Účtuje se v různých rozpětích (např. 2-5 nebo 6-10 uživatelů). Poplatky se snižují při vzrůstajícím počtu uživatelů, kteří mohou pracovat souběžně.

Konsorcia

Uživatelům, kteří jsou ochotni si předplatit určitý objem využití, jsou poskytovány obvykle větší slevy. Tyto slevy podpořily nárůst konsorcií malých uživatelů, kteří se spojují, aby využili předností vyšších diskontních sazeb. Členství v konsorciu snižuje ceny poskytováním slev na předplatném a sníženými poplatky za jednoho uživatele. Mnoho akademických a veřejných knihoven pochopilo, že spolupráce s dalšími knihovnami je nutná pro dosažení co nejlepších cen za online služby. A někdy je to jediná cesta, jak se k vytoužené službě dostat za přijatelnou cenu [18].

Slevy pro speciální skupiny uživatelů

Slevy na online vyhledávání jsou často poskytovány také vybraným skupinám uživatelů. Webber [2] poznamenává, že databázová centra se často snaží rozlišovat mezi informačními specialisty a koncovými uživateli, kterým nabízejí levnější a „osekanější verzi“, méně databází a méně vyhledávacích možností. Profesionální řešitelé – **členové AIIP** (Association of Independent Information Professionals) mohli například v 90. letech u databázového centra Dialog využívat celou řadu slev (nižší registrační poplatky, 30% sleva na školení, atd.) [19].

Běžné jsou slevy pro neziskové organizace, např. pro **akademickou sféru**, protože snahou databázových center je proniknout do výchovy a vzdělávání budoucích odborných pracovníků nabídkou souborů bází dat ve zvláštním účtovacím režimu. Slevy jsou nabízeny univerzitám ve víře, že studenti budou systém často využívat i poté, co ukončí studia a nastoupí do práce. Výsledky vyhledávání v rámci této formy služeb nesmějí být využívány jakkoli komerčně a

nesmějí být dále uchovávány ani v elektronické podobě. Školy se zaměřením na vzdělávání informačních pracovníků a knihovníků mohou využít ještě výhodnějších forem služeb, které jsou určeny speciálně pro tuto cílovou skupinu.

Slevy jsou poskytovány ale i dalším organizacím, např. **vládním** nebo **výzkumným**. Na různé slevy se mohou těšit i **nově registrovaní uživatelé** databázových center, ať už se jedná o časově omezený bezplatný zkušební přístup nebo poskytnutí některých služeb na ukázkou zdarma. V některých případech bývají uživatelé zohledňováni i podle **geografického kritéria**, tzn. že např. uživatelé z rozvojových zemí platí nižší poplatky. Časté je také rozlišení na americké a neamerické (ostatní) uživatele a pro obě tyto skupiny jsou stanoveny rozdílné ceny.

Bezplatné a tréninkové databáze

Některé online centrály nabízejí několikrát měsíčně **zlevněné nebo zcela bezplatné databáze**. Smyslem je, aby se uživatelé seznámili s nově zaváděnými nebo méně využívanými databázemi. Nabídka je dvojí – výsledné informace jsou placené a časový limit zdarma (**happy hours**), nebo je vše zdarma (**freetime**) [20]. Ve **freetimu** uživatel může obvykle během limitovaného časového intervalu vyzkoušet všechno, co by jinak často draze platil. Konkrétní datum, kdy bude databáze dostupná v tomto zvýhodněném režimu, je uživatelům včas oznámeno. Omezený přístupový čas zdarma je také často nabízen **novým uživatelům**.

Kromě zlevněných databází, které jsou dostupné za zvýhodněné ceny pouze v konkrétní datum, nabízejí databázová centra svým uživatelům i tzv. **cvičné databáze**, které jsou cenově zvýhodněné trvale. Jsou opět dostupné zcela zdarma nebo s velmi redukovanými cenami. Tyto databáze ale nejsou aktualizovány a obsahují pouze zlomek dat „originální databáze“, takže nemohou uživatelům nabídnout vyčerpávající a aktuální informace.

Využívání systému v různých časech (time-differential charging)

U zavedených databázových systémů bylo běžné účtovat nižší sazby za vyhledávání v čase, kdy je **systém méně vytížen (off-peak hours)**. Tato nabídka se týkala především uživatelů, kteří pracují **večer** nebo **o víkendech**, tzn. v čase, kdy se snižují frekvence online dotazů. Účelem bylo vytižít vyhledávací stroje rovnoměrněji. Protože byly tyto snížené sazby nabízeny mimo normální pracovní dobu, využívali je spíše přímo koncoví uživatelé nebo uživatelé ze sféry akademické. Hlavní výhodou tohoto režimu bylo podstatné zlevnění plateb za vyhledávání v databázích i za prohlížené a dodané dokumenty.

Režim zlevněného zpřístupňování databází mimo pracovní dobu byl „vynalezen“ databázovým centrem **BRS** (dnes Ovid Technologies). Jeho služba **After Dark**, zavedená na začátku roku **1983**, byla pak následována např. službou **Knowledge Index** u databázového centra **Dialog** nebo službou **Kwik Knowledge**, která byla dostupná prostřednictvím služby CompuServe [21].

Dnes tento systém slev s exponenciálně rostoucím výkonem počítačů a globálním přístupem uživatelů k online databázovým službám ztrácí význam. Databázové

centrum **STN International** jej však uplatňuje u některých databází v rámci **Academic Program**. Akademické instituce mohou na vyhledávání v těchto databázích uplatnit slevu pouze v případě, že v nich vyhledávají o víkendů nebo v nočních hodinách.

Slevy pro předplatitele tištěné verze produktu

Někteří producenti databází se pokoušejí čelit fenoménu rušení předplatného tištěných produktů ve prospěch online přístupu zavedením tzv. „*two-tier pricing*“. Konkrétně to znamená, že předplatitelům tištěné podoby časopisů je umožněn **online přístup do databáze za sníženou cenu**, zatímco ostatní platí plnou cenu. Rozdíly v ceně mezi předplatiteli a ostatními uživateli mohou být značné.

2.5 Způsoby informování uživatele o cenových relacích

Faktura a výpis z účtu u databázového centra (*monthly invoice*) jsou zasílány uživatelům obvykle každý měsíc. Výpis běžně obsahuje detailní rozpis jednotlivých relací a poplatky za ně v chronologickém pořadí. Tyto výpisy jsou zasílány klasickou poštou nebo přes e-mail. Elektronické výpisy je možné importovat např. do tabulkového procesoru Excel a dále s nimi pracovat. Fakturu je třeba zpravidla uhradit do 30 dnů po jejím obdržení, jinak se k ceně připočítává ještě zpozdění.

Kdykoliv během interakce se systémem může uživatel např. pomocí **příkazu COST** (u Dialogu, DataStaru, EINS, atd.) zjistit, jakou částku utratil. Celková cena za relaci je sumarizována na obrazovce po zadání příkazu k odlogování se od systému. Podrobné ceníky služeb jsou v dnešní době běžně uváděny na webovských stránkách databázového centra nebo instituce, která databázi provozuje. Dále je možné přehled cen najít v online nebo tištěných dokumentacích ke každé databázi (např. v Dialog Bluesheets). **Ceny se mění** u většiny databázových center **obvykle 1x ročně** na začátku ka-lendářního roku, ale může docházet i k častějším obměnám v průběhu roku. Navýšení cen se řídí dvěma faktory: 1) inflací a 2) zvýšením cen na straně producentů databází [22].

3 Cenová politika databázových center dnes

Současná cenová politika databázových center je velmi různorodá. Následující stručný obecný přehled se týká cenové politiky 11 vybraných databázových center – **Dialog** (www.dialog.com), **DataStar** (www.datastarweb.com), **Ovid** (www.ovid.com), **Dow Jones Interactive** (www.dowjones.com/corp/index.html), **LexisNexis** (www.lexisnexis.com), **CompuServe** (www.compuserve.com), **Questel-Orbit** (www.questel.orbit.com), **EINS** (www.eins.org), **STN International** (www.stn-international.de), **DIMDI** (www.dimdi.de) a **Genios** (www.genios.de). S textem korespondují tabulky č. 1 a 2 uveřejněné za článkem. Údaje zde sumarizované vycházejí z informací zveřejněných na webovských stránkách jednotlivých databázových center [24].

Registrace uživatele

Prakticky ve všech databázových centrech je uživatel povinen se **registrovat a podepsat obchodní smlouvu**, ve

kteří se zavazuje k dodržování smluvních podmínek. Bez podepsání kontraktu je možné využít pouze služby fungující na bázi placení kreditní kartou (viz dále). **Registrační poplatky** (zápisné) si účtují Dialog, STN International, DIMDI a Questel-Orbit. V některých případech (Dialog, DataStar) už je v tomto registračním poplatku zahrnut i kredit k pokrytí výloh spojených s používáním systému v prvních 30 dnech. V průběhu roku pak tato čtyři databázová centra (Dialog, DIMDI, STN International a Questel-Orbit) vyžadují pravidelně od svých uživatelů také **členské příspěvky**, určené na provoz *helpdesk*, vydávání elektronických *newsletters* nebo na rozesílání aktualizovaných manuálů. **Manuály a další uživatelské příručky** bývají součástí registračního poplatku (Dialog, Questel-Orbit, STN International), nebo se platí zvlášť (EINS, DIMDI) a nebo jsou poskytovány zcela zdarma (Genios). **Minimální měsíční poplatky** za služby zavedli provozovatelé Genios, Questel-Orbit a Dialog (netýká se Dialog Open Access). Zatímco u databázových center Genios a Questel-Orbit uživatel neplatí v případě, že systém nevyužívá, u Dialogu je tato záloha nevratná i v měsících, kdy uživatel nevyužije systém vůbec. DataStar a EINS mají stanoven **roční minimální poplatek**.

Ceníky služeb

Informace o cenách za služby dnes bývají nejčastěji dostupné na webovských stránkách jednotlivých databázových center, i když se samozřejmě i nadále můžeme setkat s tištěnou podobou ceníků. V podstatě platí pravidlo, že čím větší databázové centrum a čím širší nabídka cenových plánů, tím nepřehlednější je orientace v cenících. I nadále tak zůstává nenahraditelný kontakt s obchodními zástupci a marketingovými odděleními jednotlivých databázových center.

Evropská databázová centra nyní udávají své ceny nejčastěji pochopitelně v **euro**, zatímco americká v **US dolarech**. S cenami v US dolarech se ale můžeme setkat i u některých evropských databázových center (DataStar, DIMDI, Genios, STN International).

Informace o ceně za rešerši

Téměř všechna databázová centra (kromě Dow Jones Interactive) umožňují uživateli získat **přehled o ceně za právě probíhající online relaci**. V příkazovém modu to bývá nejčastěji zadáním příkazů COST, DISPLAY COST apod., v grafickém prostředí internetu pak kliknutím na příslušný odkaz nebo ikonu. U několika databázových center se mohou uživatelé online informovat o svých útratách až několik měsíců nazpět (Genios, CompuServe). **Faktury** jsou ve většině případů zasílány uživatelům měsíčně. DIMDI zasílá faktury čtvrtletně.

Metoda placení za služby

Nejběžnějším způsobem účtování za služby je **pay-as-you-go**. U několika databázových center se stále ještě jedná o poplatky za **connect time** (DataStar, Ovid, Questel-Orbit, STN on the Web). Uživatelům už ale nejsou tyto poplatky účtovány po celou dobu připojení, ale pouze v době, kdy se systémem aktivně pracují. Dialog svým uživatelům nabízí volbu mezi **connect time** a **DialUnits** (u platformu Dialog-

Web, DialogClassic, DialogClassic Web). Specifické jsou také jednorázové **poplatky za vstup do vybrané databáze** nebo shluku databází, ať už se jedná o tzv. „*session rates*“ zavedené databázovým centrem EINS, nebo o „*database selection*“ u databázového centra DIMDI. U databázových center Genios a STNEasy hradí uživatel pouze fixní taxu **za každý dotaz** a nezáleží přitom ani na délce vyhledávání ani na počtu zobrazených hitů. U STNEasy je možno dotaz ještě dále bezplatně modifikovat. V některých databázových centrech se platí i za některé **speciální příkazy** (STN International, Questel-Orbit, DialogWeb, DialogClassic). Žádné poplatky za vyhledávání nehradí uživatelé služeb DialogSelect, Dialog1 a Genios (platí pouze za výstupy – *pay-per-view*).

Kromě výše uvedených poplatků za vyhledávání obvykle uživatelé hradí ještě **poplatky za výstupy**, tzn. za zobrazení, tisk, uložení nebo dodání záznamu/dokumentu. Ceny se liší v závislosti na vybrané databázi, formátu a na způsobu dodání dokumentu. Uživatel má možnost si zobrazit výsledky ve **free formátu** (např. DialogWeb a DialogClassic, DataStar, DIMDI) nebo je zobrazení titulků nalezených záznamů zdarma (STNEasy, DialogSelect, Dialog1, Dow Jones Interactive, Genios).

Pro velké firmy jsou cenově nejefektivnější a snadno kalkulatelné **předplatitelské plány**, které jsou dostupné u převážné většiny databázových center. Nejčastější jsou roční předplatná. CompuServe a Dow Jones zpřístupňují své služby uživatelům primárně na základě předplatného a dále vybírají poplatky za dodatečné služby.

Neregistrovaní uživatelé mají v několika databázových centrech možnost platit za služby **kreditní kartou**. Například je to možné přes portál Dialog Open Access, kde je po uživateli vyžadováno číslo kreditní karty teprve v momentě, kdy si chce zobrazit některý z nalezených záznamů/dokumentů. U LexisNexis hradí uživatelé kreditní kartou přímo poplatky za jednotlivé záznamy a články nebo si paušálně předplatí neomezený přístup na určitý počet dnů. Zajímavá je také služba GENIOS Recherche-Shop, kde je možné za vyhledávání ve vybraných databázích platit předplacenou kartou MicroMoney, kterou si lze zcela anonymně zakoupit na všech pobočkách Deutsche Post.

Adresné rozšiřování informací

U služeb **SDI (Alerts)**, které fungují u všech databázových center, se obvykle platí jednak **za profil** a také **za zaslání záznamy**. Výše ceny je závislá jak na vybrané databázi, tak na periodicitě zaslání a formátu výstupů. Za profil se platí fixní měsíční nebo roční částka, výjimečně se fixní poplatek platí při každém zaslání nových přírůstků. U Dialogu už je v ceně za Alerts zahrnuto doručení 20 záznamů. Výstupy jsou zaslány elektronickou poštou nebo klasicky a je tedy třeba počítat i s náklady na poštovné.

Uchování rešeršní strategie

Uložení rešeršní strategie je bezplatné, pokud se jedná jen o dočasné uložení, v případě trvalého uchování uživatelé většinou platí. Trvalým uložení se myslí např. uchovávání rešeršní strategie na serveru databázového centra ještě po skončení kalendářního měsíce, ve kterém byl dotaz proveden.

Za uložení rešeršní strategie se neplatí u DowJones Interactive a EINS.

Slevy

Databázová centra nejčastěji poskytují slevy **akademickým institucím** (LexisNexis, Questel-Orbit, DIMDI, Dow Jones, STN International), **vládním organizacím** (např. LexisNexis, DIMDI, DowJones), **výzkumným institucím** (DIMDI), **knihovnám** (LexisNexis) a databázové centrum Dialog Corporation zvýhodňuje **členy AIPP**. Školám jsou nabízeny buď výhodnější ceny, nebo konkrétní procentuální slevy. Akademickým institucím jsou poskytovány nižší ceny za služby zejména v případě, že škola služeb centra využívá pro účely výuky vyhledávání v online systému (CIP Dialog, Trainee Program EINS, STN Academic Program, LexisNexis nebo Questel-Orbit). Běžné jsou také **množstevní slevy** (např. DIMDI, Dialog, DataStar, EINS) pro ty uživatele, kteří využívají systém ve velkém nebo se zaváží utratit určitou částku ročně a nebo na smlouvy uzavřené na více let dopředu. Samozřejmě jsou také finančně zvýhodněna **konsovia**.

Zvýhodňování bývají také **noví uživatelé**. Dow Jones Interactive jim nabízí prvních 10 článků z Publication Library zdarma a CompuServe jim umožňuje využívat prvních 30 dní službu zdarma. V některých případech bývají aplikovány rozdílné ceny pro uživatele ze Spojených států amerických a z Evropy (LexisNexis, Dialog – registrační a členské poplatky).

Tréninkové a bezplatné databáze

Nejlépe propracovaný **systém školení, tutoriálů a online kurzů** má databázové centrum Dialog Corporation. Možnost vyzkoušet si vyhledávání v databázích je dnes velmi bohatá. Kromě různých demoverzí se nabízejí např. u databázového centra Dialog tzv. ONTAP (Online Training and Practice) databáze. Většinou má ale uživatel možnost v **tréninkových databázích** zdarma vyhledávat pouze v časově omezeném zlomku originální databáze (Dialog, DataStar, DIMDI, STN International). Cvičné databáze jsou dostupné většinou všem zájemcům, ale některé z nich mohou být dostupné jen pro registrované uživatele (např. STN Sneak Preview). Jedině Ovid nabízí komukoliv, tedy i neregistrovaným uživatelům, možnost dva týdny vyhledávat v **ostrých databázích**. DIMDI zpřístupňuje na svých stránkách zdarma databázi MEDLINE a některé další databáze. Informační pracovníci z akademických knihoven a z knihoven středních škol si mohou vyhledávání v LexisNexis Universe vyzkoušet díky FREE Web Trials (**zkušební heslo** je platné 30 dní). Účastníci školení Dow Jones Interactive mohou zkušební heslo používat následně ještě týden. Zdarma je také možné si v některých databázových centrech **vytipovat relevantní databáze** (DataStar, STN Free Search Preview).

Vyskytují se i nabídky tzv. „*happy hours*“ pro nově zaváděné databáze (DataStar, STN International). Ovid každý měsíc nabízí komukoliv k **bezplatnému testování** některý ze svých produktů (tzn. i databáze). **Školení s lektorem** bývá v drtivé většině případů pro registrované uživatele placené, výjimku tvoří databázová centra LexisNexis, DowJones a

Dialog (neplatí se pouze na území USA). Na přání zákazníka je možné uspořádat školení přímo šitá na míru. Jako jediný nabízí LexisNexis v rámci *Customer Training* také bezplatné **školení po telefonu**.

4 Trendy cenové politiky databázových center

Důležitou otázkou nadále zůstává, **jak se bude měnit cenová politika** databázových center v budoucnosti a zda se vůbec nějak změní přístup databázových center k cenám. Už dnes je zřejmé, že databázová centra musí v budoucnosti nabídnout **co nejširší spektrum možností placení za služby**, aby si každý zákazník mohl vybrat podle svých individuálních potřeb a možností. Za **nejvýraznější trendy** cenové politiky databázových center můžeme považovat :

- eliminaci poplatků za *connect time*
- specifikaci cen a produktů pro různé tržní segmenty – ceny šité na míru pro konkrétní situace
- předplatitelské kontrakty pro korporativní zákazníky
- platby za výstupy pro koncové uživatele
- orientaci na koncového uživatele – zjednodušení cenových struktur, nabídka služeb přes portály, platby kreditní kartou
- propracovaný systém slev – množstevní slevy, slevy pro akademické instituce, pro nové uživatele, pro studenty, atd.
- poskytování některých služeb zdarma – propagační akce (hrazené z reklam), tréninkové a cvičné databáze

O **omezení poplatků za čas připojení** se už hovoří poměrně dlouho, i když velká světová databázová centra, mezi která patří DataStar, STN International, Questel-Orbit a Ovid, stále ještě od této metody neupustila a Dialog dokonce od roku 2002 na přání zákazníků znovu zavedl poplatky za *connect time* jako alternativu k DialUnits. Výhod tohoto způsobu účtování využívají stále ještě hlavně zkušenější rešeršéři. Do budoucnosti se ale počítá spíše s tím, že tradiční modely – především tedy *connect time* – budou nahrazeny kombinací jiných metod, které se **více soustředí na hodnotu (cenu) vyhledané informace**. Budoucnost patří flexibilním cenovým strategiím, vyhovujícím jak běžným koncovým uživatelům, tak velkým firmám, a proto budou dominovat především **platby za výstupy** pro uživatele, kteří služeb databázových center nevyužívají příliš často, kombinované s **předplatným** pro časté a velké uživatele.

S rostoucím důrazem na individuální vztahy s klienty se dá očekávat větší **cenová diferenciac**e a modifikace produktů a služeb pro individuální potřeby. Největšího ocenění se dostane těm databázovým centrům, která dokáží 1) data integrovat tak, aby vyhovovala specifickým požadavkům trhu, a 2) nabídnout cenové strategie zaměřené na **různé tržní segmenty**. Rozdílný bude v podstatě způsob, jakým budou databázová centra účtovat stejné služby různým skupinám uživatelů. V nabídce nebudou chybět ani **různé verze produktů** (např. derivátů z jednoho zdroje) s **rozdílnou kvalitou a cenou**. To na druhé straně bohužel povede k obtížnějšímu porovnávání cen za online produkty.

Databázová centra, která se snaží o masové pronikání na trh, nabídla zcela **specifické podmínky koncovým**

uživatelům. Vycházela přitom z faktu, že nezkušený koncový uživatel neovládá dotazovací jazyky ani principy rešeršní strategie. Vyhovují mu proto jednoduché předdefinované vyhledávací masky, grafická prostředí a jednoduchý a přehledný způsob účtování za služby. Těmto uživatelům nemá smysl účtovat poplatky za vlastní proces vyhledávání, protože většinou při vyhledávání tápou a dopouštějí se mnoha chyb a omylů. Služby jako DialogSelect, Dialog1, STNEasy, Dow Jones Interactive, Genios atd. vycházejí vstříc právě této skupině uživatelů. Účtují si pouze poplatky za zobrazené nebo vytištěné záznamy, články, reporty apod. Trend směrem k poplatkům za nalezené informace bude mít mimořádné důsledky pro online vyhledávací techniky. Je pochopitelné, že uživatelé budou muset **zásadně změnit své rešeršní návyky**.

Koncoví uživatelé nemusí ani využívat přímo služeb databázového centra, ale mohou informace vyhledávat prostřednictvím tzv. **portálů**, které integrují související informace a služby v co největším komfortu na jednom místě a kde databázová centra vystupují coby „neviditelný“ poskytovatel dat. Za služby je většinou možné zaplatit ad hoc pomocí **platebních karet**. Portály zaměřené na uživatele poskytují v poslední době i profesionální online centra, jako příklad můžeme jmenovat PowerPortal u databázového centra Dialog.

U velkých podniků, informačních institucí a knihoven budou stále oblíbenější **neomezené předplatitelské plány**, díky kterým je snadné s předstihem určit, jak velkou částku z rozpočtu je třeba vyčlenit. Výhodné budou jak roční kontrakty, tak především smlouvy uzavřené na více let dopředu. Individuálně dohodnuté předplatitelské kontrakty nejvíce vyhovují v případech, kdy uživatelé nadměrně využívají systém, ale jsou nepraktické pro příležitostně využívané databáze. Databázová centra proto pravděpodobně zavedou předplatné pro své hlavní zdroje a u méně používaných zachovají stávající způsob účtování *pay-as-you-go*. Předplatné bude důležitou součástí cenových politik databázových center, protože jednoduše neexistuje žádný jiný způsob, jak zasáhnout masový trh, o který online průmysl usiluje. Předplatné je pro databázová centra také jedinou cestou, jak si mohou vybojovat zpět své zákazníky, kteří si oblíbili databáze na CD-ROM.

Velkým organizacím bude poskytováno **široké spektrum slev** a servisních služeb. Opomenuti nezůstanou ale ani menší uživatelé nebo jednotlivci. V propagaci online databázových služeb sehrají důležitou úlohu **databáze poskytované zdarma** a různé **zkušební a cvičné databáze**. Pro uživatele, kteří se teprve budou rozhodovat mezi službami jednotlivých center, to bude vítaná příležitost, jak si práci se systémem vyzkoušet nanečisto. Zkušební bezplatné přístupy k novým databázím a službám jsou ale důležité i pro registrované uživatele, kteří tak mají možnost seznámit se s novou databází.

Databázová centra mohou nabídnout **bezplatně základní informace** na internetu a doufat, že přilákají vysoký počet návštěvníků, z nichž někteří posléze využijí sofistikovanější placené služby. V prostředí online databázového průmyslu se dá počítat např. s bezplatným zveřejněním bibliografických záznamů a placeným přístupem k plným textům. Aby

mohla databázová centra některé své služby nabízet za velmi nízké ceny nebo zdarma, musí dát na svých stránkách prostor reklamě, což bylo ještě před několika lety nemyslitelné. Obsahově bude reklama odpovídat požadavkům konzumentů a přímo korespondovat se zaměřením databázového centra.

Jen tak mohou databázová centra odolat nátlaku nepřeborného množství informací, které jsou zdarma dostupné na internetu. V éře internetu spočívá **konkurenční výhoda tradičních databázových center** stále především v **kvalitním obsahu a retrospektivě** zpřístupňovaných databází, které se slučují s potřebami jejich uživatelů. Zanedbatelné není ani hledisko úspory času a jistota, že jednou vystavená data za čas nezmezí, jak se na serverech WWW často stává.

Je také možné, že **producenti databází**, ve snaze snížit ceny, obejdou databázová centra a budou své **databáze nabízet uživatelům přímo**. Zkrácení obchodního řetězce může vyústit ve snížení cen pro uživatele za individuální produkty. Na druhé straně to ale také může znamenat zvýšení celkových nákladů pro uživatele, protože stráví daleko více času vyhledáváním jednoho problému v několika různých zdrojích.

Ačkoliv by se mohlo zdát, že budoucnost online vyhledávání patří koncovým uživatelům a že dojde k omezení činnosti **zprostředkovatelů – profesionálních rešeršérů**, bude tomu právě naopak. Pro koncové uživatele nebude jednoduché orientovat se v záplavě informačních zdrojů, a proto budou i nadále využívat služeb profesionálních rešeršérů a brokerů. Stále více bude třeba pohotových informačních profesionálů, kteří doporučí běžným uživatelům nejvýhodnější obchodní kontrakty s databázovými centry. Profesionální rešeršéři zůstanou také klíčovou cílovou uživatelskou skupinou pro producenty zaměřující se na specializované databáze, které by koncoví uživatelé využili jen sporadicky.

5 Závěr

Cenová politika databázových center je poměrně **složitá a proměnlivá**, zatímco uživatelé požadují především **stálost a předvídatelnost cen** za online služby. Také v literatuře je často ideální způsob účtování za služby spojován s přívrstky jako **spravedlivý, cenově přijatelný, predikovatelný, srozumitelný, „otevřený“ a nezávislý na nových technologiích**. Na základní otázku rešeršérů, „kolik bude moje rešerše v online systému stát?“, není nikdy jednoduché odpovědět. Přitom uživatelé potřebují být schopni dopředu přesně a rychle vypočítat náklady na rešerši. Databázová centra a producenti databází si musí být vědomi toho, že **chování uživatele je silně motivováno právě cenou**.

Je zajímavé poznamenat, že ani mezi odborníky stále neexistuje shoda v tom, která cenová struktura je vlastně nejvíce predikovatelná a „otevřená“. Každý způsob účtování za služby databázového centra má své odpůrce i zastánce. Nejčastěji se volá po úplně novém způsobu účtování za služby, ale bez konkrétních návrhů. Najít nový a lepší cenový mechanismus není přitom vůbec jednoduché, protože, jak podotýká Art Elias [4], musí být uspokojeny tři strany: uživatel, producent databáze a databázové centrum. Každý z nich má ale jiné motivy, jiné potřeby a rozdílné cíle.

Cenová politika online databázových center prošla v uplynulých 30 letech zajímavým vývojem. Zatímco v počátcích si databázová centra účtovala převážně poplatky za *connect time*, později díky nástupu nové výpočetní techniky a rozšiřování uživatelské základny představila v 80. letech celou řadu nových cenových modelů, které ale situaci uživatelům nezjednodušily, naopak v některých případech spíše zkomplikovaly. Průlom nastal s příchodem internetu v 90. letech. Databázová centra, která čelila velkému počtu konkurentů, nabídla svým uživatelům široké spektrum cenových strategií zaměřených na různé tržní segmenty. Na jedné straně tedy uživatelé dostali větší možnost výběru, na druhé straně ale nejsou schopni všechny tyto nabídky porovnat. Některé trendy (např. předplatné) naznačují, že by mohlo dojít k určitému zjednodušení cenových relací za služby, stále však funguje také celá řada velmi komplikovaných modelů (např. DialUnits). Stojíme ale teprve na počátku nové éry a můžeme proto očekávat, že v nejbližších letech dojde ještě k mnoha dalším změnám a budou nepochybně představeny zcela nové cenové strategie.

Použité a citované informační zdroje:

1. PAPIK, Richard. Vyhledávání informací III. Dialogové služby světových databázových center. *Národní knihovna*, 2002, roč. 13, č. 1, s. 20-30. Dostupný též z WWW: <<http://full.nkp.cz/nkkr/Nkkr0201/0201020.html>>.
2. WEBBER, S. Pricing and marketing online information services. *Annual Review of Information Science and Technology*, 1998, vol. 33, no. 39, s. 83.
3. BOYLE, Harry F. The pricing of information - a search-based approach to pricing an online search service. *Online Review*, 1982, vol. 6, no. 6, s. 517-523.
4. JANSEN, Arnold A.J. Towards a new pricing structure for online data bases. *Journal of Information Science*, 1985, vol. 10, no. 3, s. 125-130.
5. SAFFADY, William. Availability and cost of online search services. *Library technology reports*, 1996, vol. 32, no. 3, s. 337-451.
6. HAWKINS, Donald T. In search of ideal information pricing. *Online*, 1989, vol. 13, no. 2, s. 15-31.
7. O'LEARY, Mick. Flat rate online : a new online era begins. *Online*, 1993, vol. 17, no. 1, s. 34-38.
8. Dialog re-introduces „CPU-like“ changes : drops connecttime. *Searcher*, 1998, vol. 6, no. 6, s. 10-14.
9. SAFFADY, William. Availability and cost of web-based bibliographic search services. *Library Technology Reports*, 1999, vol. 35, no. 1, s. 5-107.

10. VOGT, Sjoerd. Pricing models : what constitutes a „fair price“ for electronic information products? In *Inforum 2000 : 6. ročník konference o profesionálních informačních zdrojích, květen 23-25, 2000* [online]. Praha : Albertina icome Praha, 2000 [cit. 2002-05-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.inforum.cz/inforum2000/prednasky/cenovamodely.htm>>.
11. ROWLEY, Jennifer. How much will my search cost? A review of the changing policies of the online hosts. *Online & CD-ROM Review*, 1993, vol. 17, no. 3, s. 143-148.
12. TENOPIR, C. Flat-fee pricing and other choices. *Library Journal*, 1993, vol. 118, no. 2, s. 58-59.
13. GARMAN, Nancy. Online Pricing : an Interview with Marino F. Saksida of ESA-IRS. *Online*, 1990, vol. 14, no. 1, s. 30-34.
14. ESA price revolution goes ahead. *Information World Review*, 1988, no. 31, s. 1.
15. International comparative price guide to databases online. *Online Review*, 1984, vol. 8, no. 1, s. 105-112.
16. International comparative price guide to databases online. *Online Review*, 1987, vol. 11, no. 4, s. 255-66.
17. FULTON, Marsha L. Enterprise-Wise Agreements. *Searcher*, 1999, vol. 7, no. 2, s. 24-29.
18. TENOPIR, Carol. Pricing options. *Library Journal*, 1998, vol. 123, no. 14, s. 130-132.
19. QUINT, Barbara. Dialog waives \$75 minimum for AIIP members. *Searcher*, 1998, vol. 6, no. 7, s. 41. Dostupný též z WWW: <<http://www.infotoday.com/searcher/jul98/story1.htm>>.
20. KADLEČEK, Jiří. Šťastné hodiny v zahraničních databázích. *Infocus : informační zdroje-slужby-systémy-sítě*, 1995, roč. 1, č. 3, s. 74-77.
21. VLASÁK, Rudolf. Světový informační průmysl. Praha : Karolinum, 1999. 341 s. Rejstřík. Použit. literatura.
22. ABELS, E.G. Pricing of electronic resources : interviews with three vendors. *Journal of the American Society for Information Science*, 1996, vol. 47, no. 3, s. 235-246.
23. MACHONSKÁ, Jana. *Cenová politika vybraných světových databázových center : historie a současnost cenových relací za služby* [diplomová práce]. Ved. dipl. práce Rudolf Vlasák. Praha : Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK, 2001. 97 s., obr., příl.
24. MACHONSKÁ, Jana. *Cenová politika vybraných světových databázových center* [online]. 2002 [cit. 2002-05-16]. Dostupný z WWW: <<http://mujweb.cz/www/machonska/diplomka/diplom.htm>>.
25. O'LEARY, Mick. DialogSelect opens access to premium business content. *Link-up*, 2001, vol. 18, no. 3, s. 9-10.
26. QUINT, Barbara. Dialog announces long-awaited pricing changes. *Information Today*, 2001, vol. 18, no. 8, s. 23-24.
27. CURLE, David. There's no value if it's not relevant. Online information pricing will make sense when online products do. *Information Today*, 1998, vol. 15, no. 8, s. 10-11.
28. BERTHA, Eva. Comparisons of pricing structures of information on various electronic media. *FID News Bulletin*, 1997, vol. 47, no. 6, s. 175-180.
29. NELSON, Michael L. Database pricing : a survey of practices, predictions, and opinions. *Online*, 1995, vol. 19, s. 76-86.
30. WEBBER, S. Pricing and marketing online information services. *Annual Review of Information Science and Technology*, 1998, vol. 33, no. 39, s. 39-83.
31. HAWKINS, Donald T. In search of ideal information pricing. *Online*, 1989, vol. 13, no. 2, s. 15-31.
32. ROWLEY, Jennifer. How much will my search cost? A review of the changing policies of the online hosts. *Online & CD-ROM Review*, 1993, vol. 17, no. 3, s. 143-148.
33. ARNOLD, Stephen E., ARNOLD, Erik S. Vectors of change. *Online*, 1997, vol. 21, no. 4, s. 18-29.
34. WEST, Lawrence A. Private markets for public goods : pricing strategies of online database vendors. *Journal of Management Information Systems*, 2000, vol. 17, no. 1, s. 59-86.