

高校图书馆读者决策云采购模式构建

王日花

(中国传媒大学图书馆, 北京 100024)

摘要: [目的/意义] 高校图书馆读者决策云采购模式有助于做好新冠肺炎疫情背景下的高校图书馆服务, 是降低公共突发事件对图书馆资源建设工作影响的积极探索。[方法/过程] 通过文献调研法梳理云采购模式的理论基础和研究现状, 通过电话访谈了解七所高校开展云采购服务的情况, 并对主流云采购平台的优势进行分析。[结果/结论] 提出一种包括准备、启动、实施、评估四个模块的读者决策云采购模式, 实现了对云采购全生命周期的管理。准备阶段对财务和采购政策、云采购平台本身进行摸排, 启动阶段确定经费投入并设置云采购规则, 实施阶段开展业务流重组及活动宣传, 评估阶段反馈业务执行和实施的效果。通过分析中国传媒大学图书馆开展云采购活动的相关数据, 对读者决策云采购模式的效果进行验证分析, 并对优化馆藏结构提出建议。

关键词: 应急服务 读者决策 云采购 业务流重组 全生命周期

分类号: G250

DOI: 10.31193/SSAP.J.ISSN.2096-6695.2022.03.08

0 引言

新冠肺炎疫情作为重大公共突发事件, 对高校图书馆纸质资源服务产生巨大影响^[1-2]。为响应教育部“停课不停学”的号召, 高校图书馆不断健全应急服务体系, 和出版社、馆配商通力合作, 将馆配会推上云端, 推出各类“云采购”服务模式。目前“云采购”尚没有精准定义^[3-4], 又称“云馆配”“网上采书”等, 包括读者荐购和借购两种形式。云采购的实施缓解了新冠肺炎疫情对传统图书馆纸质资源建设与服务工作的影响。

读者决策采购 (Patron Driven Acquisition, 简称 PDA), 又称“需求驱动采购”, 是指挖掘读者需求并赋予其采书权, 让读者参与到图书采购流程中的模式。PDA 是对传统采访模式的突破, 有利于提高读者和图书馆的交流和互动, 激发图书馆员的工作积极性, 并提升图书资源利用率和读者满意度。PDA 这一理念自 2011 年引入国内后, 先后涌现出“你选书, 我买单”书展、与书店建立选书点及读者通过网络平台自行选书等实践, 已成为图书馆研究与实践的热点之一。

[作者简介] 王日花 (ORCID: 0000-0001-5253-0634), 女, 信息咨询部主任, 副研究馆员, 硕士, 研究方向为信息咨询、信息资源建设、知识服务和智慧图书馆建设, Email: sunshine19626@sina.com。

本文将 PDA 理念和云采购实践相结合,提出了高校图书馆读者决策云采购模式构建方法。该模式借助云采购信息化平台,融入 PDA 理念,构建图书采购全流程信息流,通过线上线下相融合的资源建设模式,较好地满足了广大师生的信息资源需求,是传统图书馆资源建设工作的有益补充。

1 云采购模式概述

1.1 云采购理论研究

截至 2022 年 5 月 28 日,笔者分别以“图书馆云采购”“云馆配”“云采书”“网上采书”为主题,以“芸台购”“京东汇采”“阿法购”为关键词,在 CNKI、万方数据库和维普期刊库共检索出论文 81 篇,其中 15 篇论文发表于 2020 年以后,这与新冠肺炎疫情发生后云采购快速发展的趋势相符。何艳香等^[5]从云馆配采书流程、云馆配模式优缺点角度进行论述。兰梦^[6]通过调研浙江省举办的线上图书展示会活动,提出云馆配的运营策略及存在问题。赵慧真等^[7]通过对当前我国三种典型的读者决策采购云平台进行分析,提出构建基于 O2O 的读者决策采购云平台,并阐述其运行流程,分析其特点和保障机制。此外,赵慧真^[8]从资源发现、采选功能、后台管理维度对五大云馆配平台进行对比,提出平台的优化策略。郑琪^[9]从技术特点和功能应用方面介绍“芸台购”平台的技术架构。张畅^[10-11]研究“芸台购”平台的读者荐购策略,对实施“芸台购”服务的高校图书馆进行现状分析。宋珊珊^[12]结合中国政法大学图书馆的实践,挖掘京东汇采平台的使用效果。黄晓明^[13]从出版发行行业的角度分析云馆配的优势和不足,提出云馆配常态化发展对策。杨逢渤^[14]分析后疫情时代线上云采购模式对图书馆配行业价值链链条的重构,提出图书策划编辑要从四方面配合图书销售工作。蔡颖^[15]选取四个电子书平台,对平台的有效发现与获取进行研究,提出从数据和程序安全方面完善系统功能的建议。

综上,业界的研究主要集中在技术架构、工作流程设计、优化策略等方面,缺乏对云采购全生命周期中各环节的探索。

1.2 主流的云采购平台分析

云采购平台的开发主体不同,提供的功能性服务也存在差异。图书管理系统开发商的平台一般聚焦线下实体书采购,应用范围受限。馆配商开发的平台支持线上采购,能够突破时空限制,读者覆盖面广,是主流的云采购平台。通过对比发现,目前主流的云采购平台有五大优势:一是图书信息丰富,呈现界面友好。云采购平台的呈现方式立体,在显示书目信息的基础上,还包括相关图片、作者和图书简介、内容章节等。二是书目信息的多维度检索。云采购平台提供分类导航、一键检索、热门推荐、相关图书推荐功能,使读者能够快速定位目标图书。三是打破读者层级限制及行业壁垒。云采购平台使读者与馆员拥有平等的权利,图书馆、馆配商和出版社的行业壁垒被打破,上下游关系得到分解,知识本身的价值得到彰显,打破利润折扣对市场的绝对影响。四是读者需求的即时性满足。出版社、馆配商、图书馆和读者的无缝对接,使出版社和馆配商响应更快、图书馆服务更及时,读者可享受所见即所得服务。五是读者服务泛在化。读者在遇到难题时可与客服随时沟通。此外,图书馆通过采集读者的浏览历史、借阅

记录等数据, 可对读者进行画像^[16-17], 掌握读者偏好, 进行主动推送, 让读者在无感知中体验图书馆的服务。

1.3 云采购面临的困境

有调研结果显示, 读者荐购图书比馆员采购的图书平均被借阅次数多出近 3 倍^[18]。读者荐购能够体现用户的个性化需求, 有效提高图书借阅率, 应大力推广此模式。然而, 云采购的实施面临着招标、财务、业务流程重组及系统融合等障碍。笔者从经费投入、馆藏质量控制、运行效果等维度, 对中国人民大学、天津大学、浙江大学、重庆大学、中国政法大学、南京工业大学和杭州电子科技大学七所高校进行电话调研。这七所高校学科齐全, 分布在不同地区, 开展云采购服务较早, 涵盖了主流的云采购平台, 因此调研结果具备代表性和充分性。

分析表明, 高校图书馆实施云采购主要面临以下困境: 一是财务政策和招标制度对云采购的常态化运营有所限制。根据政府采购相关规定, 图书馆招标工作以年度为单位开展。而云采购的运营需要采访工作能实时性发起, 这离不开财务和采购部门的配合, 因而可能无法及时满足读者需求。二是折扣率及快递费的收取方式对结算业务的开展有所限制。折扣率是图书馆纸质图书采购的重要指标, 云采购过程中产生的快递费不能单独收取, 应涵盖在折扣率中。而实际操作时, 不同平台采取的结算方式不同。对于有些单独计算快递费的平台, 如果快递费由读者支付, 则有悖于图书馆的初衷; 如果由图书馆承担, 则会造成财务流程不合规, 云采购工作无法顺利开展。

2 读者决策云采购模式构建

目前, 云采购一般是由图书馆员主导, 无法完全体现读者意愿。如何优化云采购模式, 使其更好地服务教学科研, 是一项重要的课题。本文在前期调研和分析的基础上, 提出一种包括准备、启动、实施和评估四个模块的读者决策云采购模式, 让读者参与到采访全生命周期流程, 体现图书云采购的科学性和规范性, 并能支撑馆藏建设的优化^[19-21], 如图 1 所示。

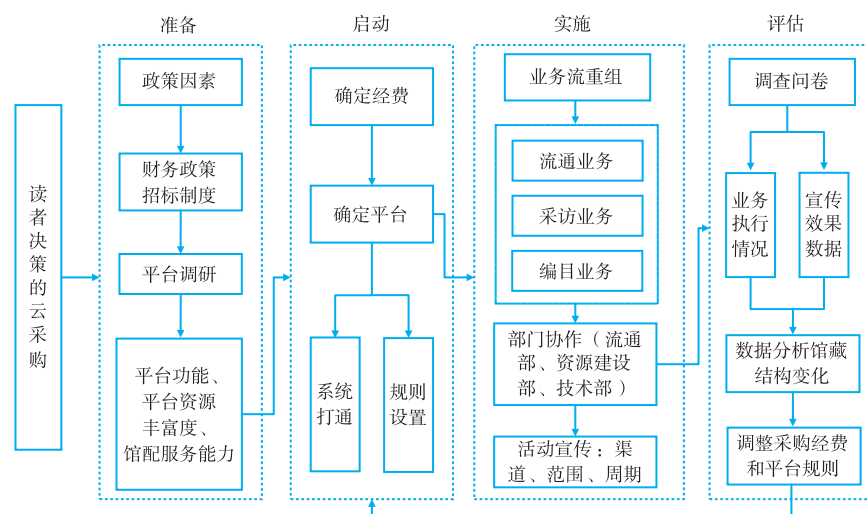


图 1 读者决策的云采购模式架构

2.1 准备阶段

首先,对高校的财务和采购政策进行摸排,掌握财务和采购的规章和流程,预判云采购实施中可能存在的风险点。其次,云采购平台的调研应聚焦平台功能、资源丰富程度和馆配服务能力,包括:平台图书资源的丰富程度;馆配服务能力,如采访订单自动生成、编目MARC数据的完整度、标准化;服务创新性,如进入馆配市场的电商平台所具有的市场敏感度、产品宣传能力及受众接受度等。

2.2 启动阶段

启动阶段主要包括确定经费投入和云采购平台选择。根据纸质图书采访经费,确定云采购经费占比,结合高校实际选择云采购平台,并完成平台的系统打通和规则设置。

首先,打通读者信息、图书馆管理和云采购平台,以便实现读者身份认证、跨平台馆藏查重、读者借还信息共享。在此过程中,还要注重读者信息的安全保障。

其次,根据馆藏标准,对云采购的书单范围和读者权限进行规则设置。为控制馆藏质量,书单范围的设置可采取以下三种方式:一是预选书单方式。图书馆将预选书单上传至平台,读者仅能从预选书单选书,优势在于对馆藏质量把控更严格,缺点是读者自由度有限,容易降低其参与积极性。二是“读者选书+馆员审核”方式。馆员需时刻关注读者选书情况并及时响应,审核速度成为影响读者积极性的重要因素。三是严格的规则设置方式。对学科、图书类别、读者对象、价格进行详细设置,控制读者选书范围。在云采购平台中,可对读者权限进行设置。读者权限分为荐购和借购两类。其中,荐购是指读者向图书馆推荐图书,采购权利由图书馆行使;借购指读者在规定范围内选书后,平台直接将图书快递到读者手中,待图书归还入馆再进行后置编目。由于借购能够即时满足用户需求,读者参与积极性较高^[22-23]。

2.3 实施阶段

实施阶段的重点在于业务流重组、部门协作与拓宽宣传渠道。读者决策云采购的图书涉及编目后置,需要对图书馆流通、采访、编目业务流进行重组,实施步骤如图2所示。读者身份认证

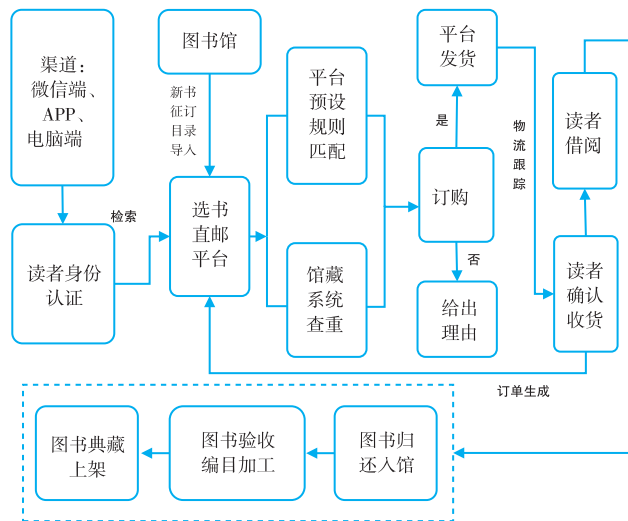


图2 读者决策云采购模式实施步骤

可通过微信端、APP 和电脑端三种渠道完成。经身份认证的读者方可进行图书借购。读者发起检索后，平台根据预设借阅规则进行图书匹配，对馆藏图书进行查重。读者订购需求生成后，对符合借购标准的图书进行发货，对于不符合借购标准的图书则提供相应理由。确认收货后，选书平台系统将认定订单生成成功，开启读者借购时长计算。借购期结束后，读者将图书归还入馆，图书馆对书籍进行后置编目。

宣传策略是云采购顺利开展的重要保障。活动开始前，要进行导入期宣传，将云采购概念及读者所能获取的直接利益进行推广。活动开展后，根据读者认知程度，制定合理的宣传周期，采取不同的宣传策略。活动结束后，要及时告知读者相关信息。云采购宣传渠道及工作流程如图 3 所示。

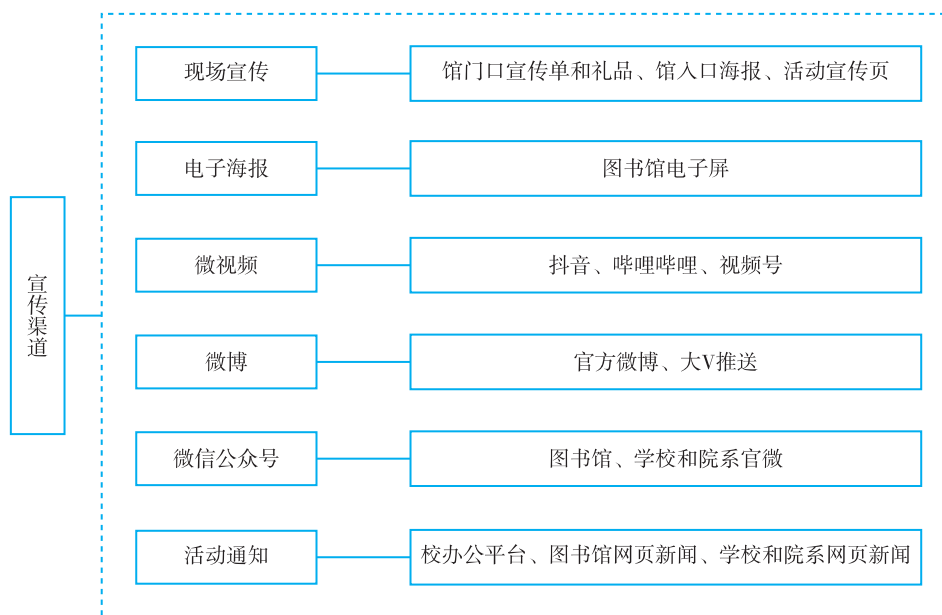


图 3 读者决策云采购宣传渠道及工作流程

2.4 评估阶段

评估阶段是对云采购实施效果的反馈，包括访谈 / 调查问卷、数据分析两种评估方法，两者互为补充，如图 4 所示。访谈 / 调查问卷是对读者决策云采购的软指标进行评估，包括收集业务执行情况和宣传效果数据。对业务执行的评估包括图书馆管理理念和政策是否支持读者决策云采购、部门协作条款是否能支撑业务流顺利开展。对宣传效果的评估包括宣传渠道、覆盖面、读者接受度与参与度等。数据分析是对图书类别、读者类别、图书二次借阅率、出版社分布、图书出版年代字段的采集，用来评估云采购图书是否符合馆藏标准以及对馆藏结构的影响^[24-25]。图书馆可根据访谈 / 调查问卷和数据分析结果，对云采购的后续经费投入和平台规则设置进行优化，这也是评估阶段的目标。

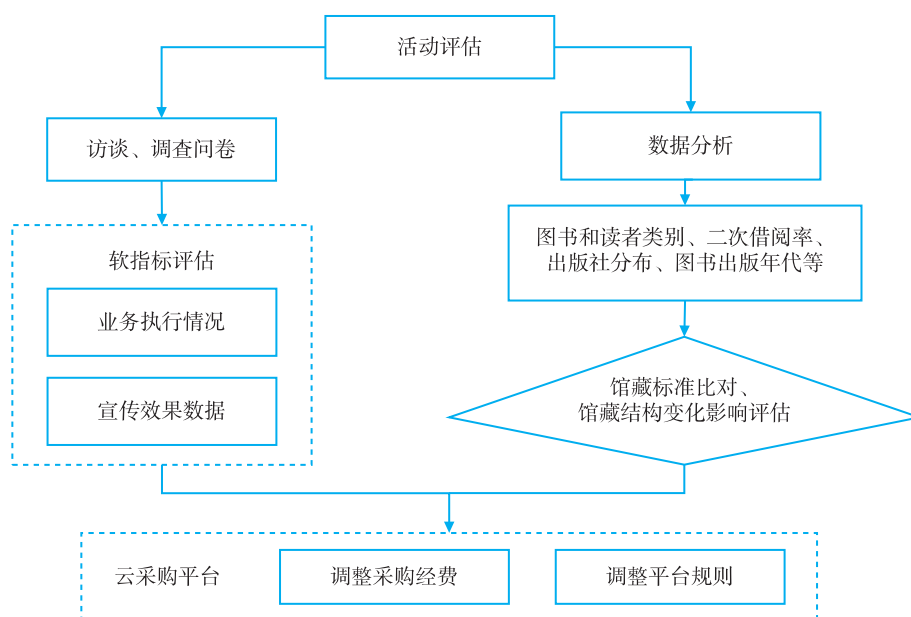


图4 读者决策云采购模式的评估

3 读者决策云采购模式验证分析

3.1 案例介绍

本文以中国传媒大学图书馆云采购情况为例进行深入分析。中国传媒大学是综合性艺术类高校，拥有两门“双一流”学科。根据学校官网数据显示，截至2021年底，共有在校学生1.6万人，教师2600余人，图书馆馆藏纸本图书175万册。围绕云采购平台的选择，开展为期3个月的调研，最终选取A平台（为避免商业宣传，用字母代替具体名称）。经费投入实洋5万元，实施方式为读者借购，邮寄范围为北京市，利用暑假时间进行系统对接。活动推出时间为2021年9月27日，29天后经费告罄、活动停止。

在准备阶段，对学校最新的财务、采购规章进行学习，确保流程合规。对云采购平台的折扣率、快递费收取、快递服务时限、系统对接费用等进行充分讨论。

在启动阶段，由于图书馆编目业务需要标准的MARC数据，考虑到A平台可与图书馆系统免费对接，最终选定A平台开展云采购服务。此外，根据图书馆总体经费状况及馆藏建设标准，确定云采购经费投入，设置云采购规则及读者权限。

在实施阶段，根据云采购后置编目，制定云采购图书工作流程，对流通、编目、采访岗位人员进行培训，利用各种渠道加强宣传。

在评估阶段，主要开展软指标评估和活动数据分析。软指标评估是对馆员和读者进行小组访谈，了解读者决策云采购活动的执行情况。面向馆员的访谈内容主要是学校政策和制度是否促进了活动开展、图书馆多部门之间的协同工作是否顺畅等。面向读者的访谈内容主要是宣传工作是

否到位、读者的用户感知和参与度等。数据分析体现客观实际, 和软指标评估互为验证, 形成相对完善的评估体系。

3.2 数据分析

本次云采购活动共吸引 446 名师生参与, 其中教师 72 名, 学生 374 名。总订单量达 803 次, 共借购图书 793 种、867 册 (含多卷书), 产生金额 60 956.80 元 (码洋)。平台绑定用户人数 1 371 人, 活动结束后用户量仍有一定增长。

3.2.1 读者分析

本次活动共有 72 名教师参与, 借购图书 158 册 (含多卷书), 码洋 12 960.80 元; 共有 374 名学生参与, 借购图书 709 册 (含多卷书), 码洋 47 996 元。参与借购图书的学生分别来自 21 个院系单位。其中, 人文学院的学生人数最多, 共有 49 名学生, 借购图书 85 册。参与云采购的学生人数及借阅量统计结果如图 5 所示。

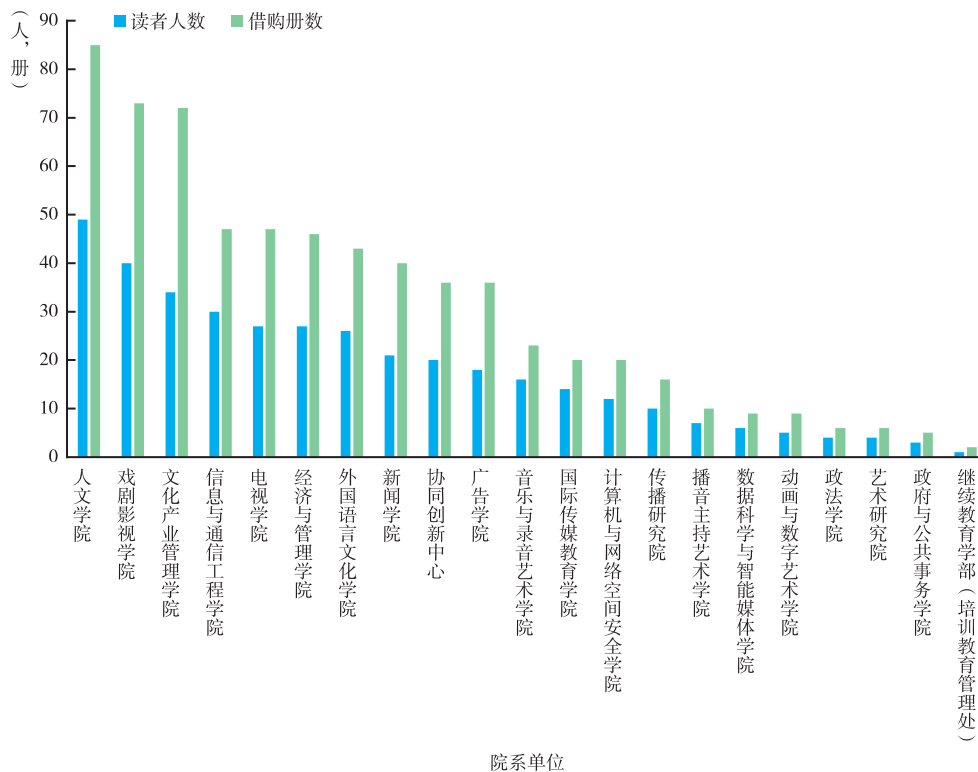


图 5 参与云采购的学生人数及借阅量统计

在参与借购的学生中, 本科生和硕士生占多数。其中, 本科生为 195 名, 占参与总人数的 52%, 说明本科生纸本书籍阅读兴趣较强, 且对该项活动较为关注; 硕士生为 149 人, 占比为 40%。博士研究生由于总体基数较少, 且对活动的关注度不高, 占比仅为 8%。

3.2.2 借购图书学科分类

活动共借购图书 793 种、867 册。按照社科、科技大类划分, 社科类图书 726 种、798 册,

码洋 54 058.10 元，金额占比 88.68%；科技类图书 67 种、69 册，码洋 6 898.70 元，金额占比 11.32%，如表 1 所示。

表 1 借购图书大类划分

大类	品种(种)	册数(册)	码洋(元)	金额占比(%)
社科类图书	726	798	54 058.10	88.68
科技类图书	67	69	6 898.70	11.32
总计	793	867	60 956.80	100

依据《中国图书馆分类法》(第五版)对借购图书进行分类。其中，文学类(I)图书的借购数量最多，为 296 种，占借购图书的 37.33%；艺术类(J)图书和历史、地理类(K)图书的借购数量分别为 82 种和 75 种，占有借购图书的 10.34% 和 9.46%。各类别图书的数量及占比情况如表 2 所示。

从表 2 可以看出，读者对文学类图书需求最大，其次是艺术类图书，此外历史、地理类和哲学类图书的需求也很旺盛。文学类图书一向是畅销书聚集的板块，与师生的审美情趣和阅读品味相关。艺术类图书占比较高，与中国传媒大学的专业特色相关，影视戏剧、音乐、广告、动漫设计等专业均涉及艺术修养的培养。由于很多在校生为艺术类学生，艺术类图书一直是图书馆馆藏的重点。科技类图书明显占比较低，与本次云采购活动的规则设置有关。为建设合理的馆藏结构，根据学校专业设置，图书馆在设置规则时，对军事、天文学、地理科学、医药卫生、农业科学、交通运输、航天航空、环境科学等图书设置禁止借购。

表 2 借购图书类别及数量统计

图书类别	数量(种)	占比(%)
文学(I)	296	37.33
艺术(J)	82	10.34
历史、地理(K)	75	9.46
哲学、宗教(B)	71	8.95
工业技术(T)	60	7.57
文化、科学、教育、体育(G)	55	6.93
社会科学总论(C)	47	5.93
经济(F)	36	4.54
政治、法律(D)	33	4.16
语言、文字(H)	28	3.53
自然科学总论(N)	5	0.63
数理科学与化学(O)	2	0.25
马克思、列宁、毛泽东、邓小平理论(A)	2	0.25
综合性图书(Z)	1	0.13
总计	793	100

3.2.3 借购图书出版社

本次云采购活动借购的 867 册图书来自 189 家出版社。其中, 排名前十的出版社是北京联合出版公司、中信出版社、电子工业出版社、湖南文艺出版社、上海人民出版社、人民文学出版社、机械工业出版社、中国友谊出版社、浙江文艺出版社和译林出版社, 共贡献借购图书 220 册, 占借购图书总量的 25.37%。热门出版社的出版图书多为商业经管类畅销书、各国文学类作品、文艺类图书、IT 计算机类图书、教育类图书等。

3.2.4 借购图书价位

按照价格分类, 在借购的 793 种图书 (含多卷书) 中, 单价在 100 元以上的图书共有 128 种, 其中 150 元以上的高价图书有 41 种; 单价在 50 元 (含) 至 100 元的图书共有 442 种, 单价在 50 元以内的图书有 223 种, 如表 3 所示。本次云采购活动将读者允许借购的图书价格设置在 200 元以内, 未产生高码洋图书。读者偏向于选择 50 ~ 100 元的平价图书。

表 3 借购图书价位一览表

图书种类	借购图书单价 (元)	数量 (种)
平价图书	0 ~ 50	223
	50 ~ 100	442
	100 ~ 150	87
高价图书	150 ~ 200	41

3.3 案例总结

(1) 结果显示, 读者更偏向选择文学类、艺术类、历史地理类图书, 表明读者选书呈现出“私人化”倾向, 这与图书馆服务科研、保证教学的馆藏目标有出入。因此, 需优化图书馆采访和管理模式, 合理设置读者决策云采购的经费占比, 构建合理的馆藏体系。

(2) 活动未开放 200 元以上图书的借购权限, 造成部分读者的需求无法满足。读者决策云采购应明确价格线, 对于低于价格线的图书, 读者可直接借购; 对于超出价格线的图书, 读者可通过云采购平台的荐购通道选书, 或通过“读者选书 + 馆员审核”的云采购模式解决。

(3) 宣传活动要发挥校内多部门联动的优势, 缩短宣传周期, 建立线上线下全方位密集的推广方式。在活动开始当天, 学校和图书馆同时发送新闻及官微推文, 仅三天图书借购金额即达近 2 万元。但接下来的一周, 活动近乎停滞。随后, 图书馆推出第二则推文, 借购效果则再次凸显。此外, 在图书馆门口进行现场宣传并发放小礼品、借鉴短视频等各种融媒体方式进行宣传, 均具有一定效果。

4 研究价值及建议

4.1 研究价值

面对新冠肺炎疫情背景下图书馆资源建设经费紧张、读者借阅率下滑等情况, 本文提出的高校图书馆读者决策的云采购模式, 体现了图书馆“以读者为中心”和“全生命周期”的服务理念^[26], 规避单纯依赖图书馆员选书的局限性, 有利于提升高校图书馆的资源建设能力和服务能

力。具体研究价值如下:

第一,推动图书馆业务立足点由重收藏向重利用转变,优化图书馆资源建设经费使用效益。将图书采访权开放给读者,通过发挥学科专家和学者的专业优势,提高图书馆的选书质量并优化馆藏结构,改变图书馆资源建设馆员“专业本位”的处理方式。

第二,形成“线上线下一体化、在线在场相结合”的工作态势。当前图书馆正处在“业态重塑”的转型期,读者决策云采购模式打通了图书馆、出版社、馆配商的业务壁垒,能够发挥信息技术在创新驱动和行业转型的动能作用。

第三,促进图书馆适应阅读生态变化,加强校园阅读文化建设。读者决策云采购适应了阅读习惯向碎片化、移动化转变的需要,能够突破传统图书馆阵地服务的局限,从而加速纸质图书进入流通环节的速度,丰富校园阅读文化内容。

第四,读者采购图书的数据显示出“私人馆藏”的特点,反映了读者的专长和喜好偏向。通过数据分析跟踪该模式对传统馆藏结构的影响,有助于优化图书馆馆藏结构和建设理念,促进图书馆馆藏建设工作的统筹发展。

4.2 发展建议

未来,为有效推行读者决策云采购模式,高校图书馆应重视以下两点:一是加强政策保障,提升读者线上购书意识。具体来说,加强自身与学校职能部门之间的沟通,争取学校层面的支持;把云采购纳入图书馆日常采购工作,加强部门及馆员间的协作;降低读者参与云采购的门槛,对使用方法和规则做浅显易懂的介绍,促进读者线上购书成为主流、并不断提升用户体验。二是扩大图书馆云采购的业务范围,设置不同类型的云采购权限。随着数字阅读时代的到来,可以尝试电子图书的云采购。目前,图书馆主要通过购买数据库的形式开展电子图书采购,不同数据库间电子图书的重复采购可能造成图书馆的资金浪费。将读者决策云采购模式介入电子图书采购过程中,可通过采集读者检索、浏览和借购信息,对读者行为进行大数据分析;还可根据不同读者群体的阅读偏好开通相应的权限,如对教师和学生的云采购权限加以区分,并进行合理的资金投入配置。

【参考文献】

- [1] 刘斌. 新冠疫情下高校图书馆基于纸电一体化的图书馆流通服务方法[J]. 图书馆建设, 2020(S1): 200-202.
- [2] 钟德强, 马爽. 北美图书馆应对突发公共卫生事件的启示[J]. 大学图书馆学报, 2020, 38(6): 37-42.
- [3] 苏志磊. 公共图书馆读者荐购实践与启示——以福建省图书馆为例[J]. 图书馆学研究, 2021(4): 44-48.
- [4] 储节旺, 陈善姝. 高校图书馆读者荐购云服务平台发展现状研究与思考——以安徽省高校为例[J]. 图书馆学研究, 2018(2): 33-39.
- [5] 何艳香, 汗克孜·吾苏尔, 席亚军. 后疫情时代图书馆“云馆配”模式的实践与思考[J]. 办公自动化, 2021, 26(15): 51-53.
- [6] 兰梦. 云馆配的应用价值与实践反思——以浙江省首届云馆配图书展示会为例[J]. 出版广角, 2021(10): 40-42.

王日花. 高校图书馆读者决策云采购模式构建 [J]. 文献与数据学报, 2022, 4 (3): 089-100.

- [7] 赵慧真, 傅文奇. 基于O2O的读者决策采购云平台运行机制研究 [J]. 图书馆学刊, 2018, 40 (11): 18-22, 33.
- [8] 赵慧真. 后疫情时期“云馆配”模式的多维比较与优化研究 [J]. 图书馆工作与研究, 2020 (12): 77-84, 104.
- [9] 郑琪. 基于读者荐购策略 (PDA) 的云服务平台架构研究——以“芸台购”云服务平台为例 [J]. 图书馆学研究, 2016 (23): 27-31, 91.
- [10] 张畅. 基于“芸台购”服务平台的读者荐购策略研究 [J]. 图书馆学研究, 2020 (8): 40-43.
- [11] 张畅. 高校图书馆“芸台购”读者荐购服务平台现状调查与研究 [J]. 图书馆学研究, 2020 (16): 50-56.
- [12] 宋姗姗. 网络平台采购图书实证研究 [J]. 兰台世界, 2021 (3): 115-117.
- [13] 黄晓明. 云馆配实践中存在的问题与发展思考 [J]. 出版发行研究, 2021 (2): 37-41.
- [14] 杨逢渤. 后疫情时代对图书馆配市场的影响及应对策略 [J]. 科技传播, 2020, 12 (20): 27-29.
- [15] 蔡颖. 馆配电子书平台: 纸电融合趋势下促进图书馆电子书发现与获取的一种新方式 [J]. 图书馆理论与实践, 2019 (7): 75-78.
- [16] 吴彦文, 刘雪纯, 杜嘉薇, 等. 融合微观行为特性的用户画像增强研究 [J]. 情报科学, 2021, 39 (3): 19-24, 50.
- [17] 孙守强. 基于用户画像的智慧图书馆个性化服务研究 [J]. 图书馆工作与研究, 2019 (7): 60-65.
- [18] 徐晓, 朱丽娟. 高校图书馆纸本图书读者荐购与馆员采购模式效率对比研究——以上海大学图书馆为例 [J]. 大学图书情报学刊, 2020, 38 (4): 95-98.
- [19] 张甲, 胡小菁. 读者决策的图书馆藏书采购——藏书建设2.0版 [J]. 中国图书馆学报, 2011 (3): 36-39.
- [20] 胡钦文, 陈韵如. 国内读者决策采购实践研究评述 [J]. 图书情报工作, 2016 (16): 137-148.
- [21] 符艺. 公共图书馆读者决策采购应用研究与案例分析 [J]. 四川图书馆学报, 2021 (2): 29-32.
- [22] 张一翠, 魏青山. 循证图书馆学在读者决策采购模型建立和实践中的应用研究——以西安交通大学为例 [J]. 图书馆学研究, 2021 (5): 53-59.
- [23] 蔡迎春. 基于专业思维的“类PDA”采购模式实践优化 [J]. 图书馆杂志, 2021, 40 (1): 39-47.
- [24] 张美萍. 中文图书馆藏建设的纸电融合趋势初探 [J]. 大学图书馆学报, 2021, 39 (1): 44-49.
- [25] 黄飞燕, 卢正明, 周绿涛, 等. 国外图书馆联盟印本馆藏分析的比较研究 [J]. 图书情报工作, 2018, 62 (5): 140-148.
- [26] 曹树金, 刘慧云. 以读者为中心的智慧图书馆研究 [J]. 图书情报工作, 2019, 63 (1): 23-29.

Construction of Cloud Purchasing Model for Reader Decision-making in University Libraries

Wang Rihua

(Library, Communication University of China, Beijing 100024, China)

Abstract: [**Purpose/significance**] The cloud procurement model of reader decision-making in university libraries is helpful for university library services under the background of the COVID-19, and it is an active exploration to reduce the impact of public emergencies on library resource construction. [**Method/process**] The theoretical basis and research status of cloud procurement mode are sorted out through literature research. The telephone interviews are conducted to survey the development situation of cloud procurement services in seven universities. The advantages of mainstream cloud procurement platforms are analyzed. [**Result/conclusion**] A reader decision-making cloud procurement model including preparation, initiation, implementation and evaluation is proposed, which realizes the management of the whole life cycle of cloud procurement. In the preparation stage, the financial and procurement policies and the cloud procurement platform are mapped out. In the start-up stage, the investment is determined and the cloud procurement rules are set. In the implementation stage, business flow reorganization and activity promotion are carried out. The evaluation stage is to feedback the effect of business execution and implementation. By analyzing the relevant data of the cloud procurement activities carried out by CUC Library, the effect of the readers' decision-making cloud procurement mode is verified and analyzed, and suggestions for optimizing the collection structure are put forward.

Keywords: Emergency service; Reader decision-making; Cloud procurement; Business flow reorganization; Full life cycle

(本文责编: 孙龙慧)