

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Knygotyros ir dokumentotyros institutas

Vykintas Characiejus,
Leidybos studijų programos studentas

**ANTIĶVARINIŲ IR BUKINISTINIŲ KNYGŲ INTERNETINĖ
PREKYBA
(Magistro darbas)**

Vadovas doc. dr. Remigijus Misiūnas

VILNIUS, 2006

Characiejus, Vykintas

Ch 147 Antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba : magistro darbas / Vykintas Characiejus ; mokslinis vadovas doc. dr. R. Misiūnas ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2006. – 65 lap. : iliustr. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 60–63 (42 pavad.).

UDK 06 (655)

Knygų prekyba, antikvarinė knyga, bukinistinė knyga, internetinė prekyba, elektroninė prekyba

Magistro darbo objektas – antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba. Darbo tikslas – išanalizavus pasaulinę patirtį, įvertinti Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinę prekybą. Pagrindiniai darbo uždaviniai: įvertinti pasaulines antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės paieškos bei peržiūros galimybes; išanalizuoti antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formas pasauliniuose internetinės prekybos tinklapiuose; išanalizuoti antikvarinių ir bukinistinių knygų paiešką, peržiūrą bei pateikimo formas Lietuvos internetinės prekybos tinklapiuose; palyginti pasaulinės bei Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos pagrindinius bruožus.

Naudojantis aprašomuoju, dokumentų analizės bei lyginamuoju *metodais*, prieita prie išvadų. Per pastaruosius keliolika metų įvykusi pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – plėtra suteikė unikalią galimybę susikurti internetinei knygų prekybai. Knygos kaip prekės turi nemažai privalumų internetinei prekybai. Antikvarinės knygos pardavinėjamos viename (Super.lt), o bukinistinės – dviejuose (Super.lt ir Books.lt) Lietuvos internetiniuose knygynuose. Internetinių knygynų Super.lt ir Books.lt paieškos laukai iš esmės nėra pritaikyti knygyno svetainėje esančių antikvarinių ar bukinistinių knygų paieškai, nes juose nėra galimybės vykdyti paieškos tik tarp antikvarinių ir/arba bukinistinių knygų. Lietuvos internetiniuose knygynuose parduodamų antikvarinių bei bukinistinių knygų peržiūros galimybės yra daugeliu atžvilgiu tobulintinos. Trūksta galimybės bukinistinių ar antikvarinių knygų sąrašus rūšiuoti pagal knygos išleidimo datą. Nors pasaulinėje antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje antikvarinių knygų pateikimo formos iš esmės skiriasi nuo bukinistinių knygų pateikimo formų, Lietuvoje šio skirtumo nėra. Lietuvos internetiniai knygynai turėtų pateikti daugiau informacijos (ypač vaizdinės) apie parduodamų antikvarinių knygų būklę. Lietuvos internetiniai knygynai galėtų bandyti pardavinėti bukinistines knygas nesukuriant atskiro aprašo tinklapiu konkrečiam knygos egzemplioriui, o tik pateikiant papildomą informaciją šalia tokio pačio pavadinimo naujos knygos aprašo tinklapiu. Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje sutinkamas tik elektroninio verslo modelis „verslas – vartotojui“

Magistro darbas gali būti naudingas mokslininkams ir studentams, kuriuos domina antikvarinių ar bukinistinių knygų prekyba; Lietuvos internetinių knygynų, kurie prekiauja ar ateityje prekiaus antikvarinėmis ir/ar bukinistinėmis knygomis, administratoriams

TURINYS

IVADAS	5
I. ELEKTRONINĖ KOMERCIJA IR INTERNETINĖ PREKYBA	9
1.1. Internetas kaip erdvė elektroninei komercijai	9
1.2. Internetinė prekyba kaip elektroninės komercijos veiklos sritis	11
1.3. Internetinė knygų prekyba	14
II. ANTIKVARINIŲ IR BUKINISTINIŲ KNYGŲ INTERNETINĖ PREKYBA PASAULYJE	25
2.1. Pagrindiniai terminai ir sąvokos	25
2.2. Antikvarinių ir bukinistinių knygų paieška	27
2.3. Antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūra internetinės prekybos tinklapiuose	29
2.3.1. Antikvarinių knygų peržiūra Amazon.com bendrovės tinklapiuose	30
2.3.2. Bukinistinių knygų peržiūra Amazon.com bendrovės tinklapiuose	33
2.4. Antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos internetinės prekybos tinklapiuose	35
2.4.1. Antikvarinių knygų pateikimo formos Amazon.com bendrovės tinklapiuose	36
2.4.2. Bukinistinių knygų pateikimo formos Amazon.com bendrovės tinklapiuose	39
III. ANTIKVARINIŲ IR BUKINISTINIŲ KNYGŲ INTERNETINĖ PREKYBA LIETUVOJE	46
3.1. Antikvarinių ir bukinistinių knygų prekyba internetiniame knygyne Super.lt	46
3.1.1. Prekių užsisakymas bei apmokėjimas internetiniame knygyne Super.lt	46
3.1.2. Internetiniame knygyne Super.lt parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškos galimybės	48
3.1.3. Internetiniame knygyne Super.lt parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūra	51
3.1.4. Antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos internetinio knygyne Super.lt tinklapiuose	53
3.2. Bukinistinių knygų prekyba internetiniame knygyne Books.lt	55
3.3. Kiti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos atvejai	56
IŠVADOS	58
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS	60
ANTIQUARIAN AND USED BOOK TRADE ON THE INTERNET (SUMMARY)	64

IVADAS

Antikvarinės ir bukinistinės knygos bei jų prekyba yra reikšmingi knygos kultūros reiškiniai.

Antikvarinės knygos ypatingai domina knygotyriminkus, knygų kolekcininkus. Jos, pasižyminčios ir menine, istorine ar kultūrine verte, labai dažnai būna vertinga kultūrinio paveldo dalis. Antikvarinėms knygoms paprastai priešpastatomos bukinistinės knygos, kurios apima vartotas, ir dėl to nukainotas, bet iš knygų rinkos dar neišnykusias knygas.

Prekyba bukinistinėmis knygomis leidykloms ar rašytojams tiesioginio pelno neduoda, tačiau reikia paminėti, kad bukinistinės knygos populiarina skaitymo kultūrą, nes dėl mažesnės kainos jas gali įpirkti daugiau žmonių. Tai yra naudinga tiek rašytojams, tiek leidėjams. Be to, galima būtų išvelgti ir tam tikrą ekologinę bukinistinių knygų prekybos reikšmę, – tokiam pačiam ratui skaitytojų reikia mažiau knygos egzempliorių, todėl mažiau sunaudojama popieriaus ir dažų tų egzempliorių spausdinimui.

Per pastaruosius keliolika metų įvykusi pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – plėtra suteikė unikalią galimybę susikurti internetinei knygų prekybai. Internetinių knygynų teikiamos paslaugos bei galimybės labai išaugo per šį santykinai neilgą laikotarpį. Internetiniai knygynai sulaukia įvairių vertinimų – ir teigiamų, ir neigiamų. Nepalankūs vertinimai dažniausiai akcentuoja tai, jog internetiniai knygynai negali atstoti tradicinių knygynų, nes pastaruosiuose galima ne tik nusipirkti norimų knygų, bet ir čia pat vietoje pasitarti su konsultantais, daug patogiau peržiūrėti knygas. Teigiami internetinių knygynų vertinimai dažniausiai akcentuoja tai, jog juose galima nusipirkti norimą knygą neišeinant iš namų, o knygos atsiunčiamos pirkėjui paštu.

Vienas iš ryškiausių internetinių knygynų pranašumų prieš tradicinius yra tai, jog juose galima pateikti neribotą kiekį knygų. Dar daugiau – galima prekiauti ir tokiomis knygomis, kurios domintų tik labai nedidelį žmonių ratą. Tuo tarpu tradiciniame knygyne tokiomis knygomis prekiauti neapsimokėtų. Minėti internetinių knygynų pranašumai ypač aktualūs antikvarinių ir bukinistinių knygų prekybai, todėl domina šių knygų pardavėjus ir pirkėjus.

Antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba yra palyginus labai naujas ir dar netyrinėtas reiškinys Lietuvos knygų prekyboje. Magistro darbo tema – antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba – pasirinkta manant, jog yra aktualu iširti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinei prekybai būdingus bruožus ir ypač svarbu įvertinti Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos situaciją. Darbo aktualumą išryškina ir pačių antikvarinių knygų, kaip tam tikro kultūrinio paveldo, bei bukinistinių knygų, kaip reikšmingos skaitymo kultūros dalies, vertė.

Magistro darbo objektas – antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba. Dabartiniu metu egzistuoja ne vienas antikvarinės bei bukinistinės knygos apibrėžimas. Šiame darbe remiamasi *Knygotyros enciklopediniame žodyne* pateiktais apibrėžimais:

„Antikvarinė knyga“ – knyga, išleista nuo spausdintos knygos pradžios (XV a.) iki šių laikų (dabar iki 1945 pab.).

„Bukinistinė knyga“ – vartota, sena knyga (pranc. bouquin), patekusi į prekybos tinklą, išleista ne seniau kaip prieš 50 metų [26].

Remiantis šiais apibrėžimais, galima teigti, jog magistro darbo objektas iš esmės apima internetinę prekybą visomis įvairios vertės bei įvairaus senumo nenaujomis knygomis.

Internetinė prekyba yra viena iš elektroninės komercijos, kurią Europos Komisija apibrėžia kaip verslą elektroniniu būdu, grindžiamą elektroniniu duomenų perdavimu, apdorojimu ir plėtra, veiklos sričių. Internetinės prekybos terminas yra ypač artimas elektroninės prekybos terminui. Magistro darbo objekto formuluotėje kryptingai pasirinktas būtent internetinės prekybos terminas, kuris neapima prekybos visais elektroninių telekomunikacijų tinklais, o tik vienu iš jų, būtent internetu. Kadangi internetas šiuo metu yra absoliučiai vyraujantis elektroninių telekomunikacijų tinklas, todėl dažnai įvairioje literatūroje, o taip pat ir šiame magistro darbe, terminai internetinė prekyba ir elektroninė prekyba vartojami kaip sinonimai.

Darbo tikslas – išanalizavus pasaulinę patirtį, įvertinti Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinę prekybą. Siekiant tikslo buvo sprendžiami keli uždaviniai:

1. Išnagrinėti internetinę prekybą kaip elektroninės komercijos veiklos sritį;
2. Įvertinti pasaulines antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės paieškos bei peržiūros galimybes;
3. Išanalizuoti antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formas pasauliniuose internetinės prekybos tinklapiuose;
4. Išanalizuoti antikvarinių ir bukinistinių knygų paiešką, peržiūrą bei pateikimo formas Lietuvos internetinės prekybos tinklapiuose, taip pat kitus antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos atvejus Lietuvoje;
5. Palyginti pasaulinės bei Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos pagrindinius bruožus.

Pirmasis magistro darbo skyrius skirtas elektroninės komercijos ir internetinės prekybos, kaip vienos iš elektroninės komercijos veiklos sričių, apžvalgai. Skyriuje aptariamos ir pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – paslaugos bei galimybės suteikti informaciją apie įmonės ar organizacijos veiklą neribotam skaičiui vartotojų, nes tai sudaro sąlygas tiek ir internetinei prekybai, tiek ir bet kuriai kitai elektroninės komercijos formai egzistuoti. Didžiausias dėmesys pirmajame magistro darbo skyriuje yra skiriamas būtent internetinės knygų prekybos aptarimui, jos pagrindinių

bruožų, principų bei galimybių įvardijimui. Daugiausiai remiamasi Amazon.com bendrovės, kaip vienos iš internetinės knygų prekybos pradininkų, veiklos pavyzdžiu.

Antrajame darbo skyriuje nagrinėjama antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba pasaulyje. Pirmiausia pateikiami įvairūs terminai, kurie apibūdina antikvarines ir bukinistines knygas, jų paiešką bei egzempliorių būklę. Vėju apžvelgiama knygų paieška per internetines specializuotas knygų metapaieškos sistemas, o taip pat per internetinių parduotuvių svetainių tinklapiuose esančius paieškos laukus. Didžiausias dėmesys magistro darbo antrajame skyriuje skiriamas antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūros analizei bei pateikimo formų analizei internetinės prekybos tinklapiuose. Knygų peržiūra yra neabejotinai vienas svarbiausių ir tradicinės, ir internetinės knygų prekybos elementų, lemiantis prekybos patrauklumą ir sėkmę. Nuo internetinių knygų pateikimo formų labai priklauso, kaip objektyviai bei kaip patraukliai pirkėjas įsivaizduos virtualioje parduotuvėje parduodamą knygą prieš apsisprendamas ją užsisakyti. Norint išsiaiškinti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės peržiūros galimybes bei antikvarinėms ir bukinistinėms knygoms skirtų internetinių pateikimo formų ypatumus, šiame darbe buvo pasirinktos išanalizuoti Amazon.com bendrovės, kaip turinčios didžiausią ir ilgiausią internetinės knygų prekybos patirtį, svetainėje esančios antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūros galimybės bei sutinkamos pateikimo formos.

Trečiajame magistro darbo skyriuje tiriama Lietuvoje vykstanti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba. Pirmiausia aptariamas knygų užsisakymas bei apmokėjimas lietuviškuose internetiniuose knygynuose. Toliau, lyginant su svarbiausias pasauliniais internetiniais knygynais, analizuojamos lietuviškuose internetiniuose knygynuose parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškos bei peržiūros galimybės, pateikimo formų ypatumai. Tęsiant šį skyrių, įvardijami lietuviškų internetinių knygynų internetinėse svetainėse esančių antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškos bei peržiūros galimybių, pateikimo formų bei kitų ypatybių privalumai ir trūkumai, numatomi galimi problemų sprendimo būdai. Galiausiai trečiajame darbo skyriuje analizuojami ir kiti prekybos atvejai, kuriuos iš dalies būtų galima laikyti tam tikra Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos dalimi.

Darbe naudotasi aprašomuoju, dokumentų analizės bei lyginamuoju metodais. Naudojantis aprašomuoju metodu buvo nagrinėjama internetinė prekyba kaip elektroninės komercijos veiklos sritis, apibendrinant įvairią literatūrą šia tema. Taikant dokumentų analizės metodą buvo tiriami įvairūs elektroniniai dokumentai, susiję su antikvarinių ir bukinistinių knygų paieška, peržiūra bei pateikimo formomis. Lyginamasis metodas buvo ypač svarbus palyginant pasaulinės bei Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos pagrindinius bruožus.

Pagrindiniai magistro darbe naudoti šaltiniai yra įvairūs elektroniniai dokumentai: specializuotų internetinės knygų paieškos sistemų internetinių svetainių tinklapiai; pasaulinių internetinių knygynų, prekyviečių bei aukcionų internetinių svetainių teminiai katalogai, knygų

paiėškos tinklapiai; pasaulinių internetinių knygynų, prekyviečių bei aukcionų internetinėse svetainėse parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų aprašų tinklapiai, o taip pat kiti su jais tiesiogiai susiję tinklapiai, teikiantys naudingų žinių knygos įsigijimui; Lietuvos elektroninių knygynų internetinėse svetainėse esančios antikvarinių ar bukinistinių knygų prekybos skiltys, jose sutinkami knygų aprašų tinklapiai ir kiti tiesiogiai su jais susiję tinklapiai.

Kita darbe naudotų šaltinių grupė tai įvairi literatūra, knygos ir straipsniai apie elektroninę komerciją, internetinę knygų prekybą: Rasa Balčikonytė *Book Industry in Lithuania*, Tomas Blažauskas ir kt. *Elektroninės komercijos pagrindai : mokomoji knyga*, Lina Sodžiutė, Vytautas Sūdžius *Elektroninė komercija : prielaidos, struktūra ir procesai*, Robert Spector *Amazon.com svaiginančios sėkmės istorija*, Stephen Windwalker *Selling Used Books Online: The Complete Guide to Bookselling at Amazon's Marketplace and Other Online Sites* ir kt.

Magistro darbas galėtų būti naudingas tolesnei Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų prekybos plėtrai. Jame suformuluotos išvados ir rekomendacijos galėtų būti naudingos Lietuvos internetinių knygynų, kurie prekiauja ar ateityje prekiaus antikvarinėmis ir/ar bukinistinėmis knygomis, administratoriams. Magistro darbas turėtų būti aktualus mokslininkams ir studentams, kuriuos domina antikvarinių ar bukinistinių knygų prekyba. Toliau vykstant elektroninės komercijos plėtrai, šis darbas suteiks galimybę įvertinti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje atsiradusius pokyčius.

1. ELEKTRONINĖ KOMERCIJA IR INTERNETINĖ PREKYBA

1.1. Internetas kaip erdvė elektroninei komercijai

Pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – paslaugos bei galimybės suteikti informaciją apie įmonės ar organizacijos veiklą neribotam vartotojų skaičiui sudaro sąlygas tiek ir internetinei prekybai, tiek ir bet kuriai kitai elektroninės komercijos formai egzistuoti. Internetas jungia tūkstančius įvairių tinklų su skirtingų tipų kompiuteriais bei skirtingomis operacinėmis sistemomis. Šis tinklas, apimdamas milžiniškus duomenų, programų, dokumentų ir kitokios informacijos kiekius, suteikia galimybę asmeniniu kompiuteriu ieškoti jos, tiesiogiai bendrauti su milijonais šio milžiniško tinklo vartotojų, nekreipiant dėmesio į jų geografinę padėtį.

Pačią informacinių tinklų pradžią, kada buvo pradėta perduoti šviesos greičiu elektros laidais sklindančią informaciją, tikriausiai reikėtų laikyti apie XIX a. vidurį išrastą telegrafą bei lygiagrečiai sukurtą Morzės abėcėlę. XX a. 6 deš. pabaigoje JAV įkurta agentūra ARPA (Advanced Research Project Agency) pradėjo kurti kompiuterines telekomunikacijas – kompiuterių tinklą, kuris dirbtų patikimai net ir karo atveju, bombai pažeidus bet kurią ryšio liniją, bet kurį mazgą [18, p. 7]. Agentūros ARPA pastangomis buvo rastas šios užduoties sprendimas: sujungti kompiuterius taip, kad informacija galėtų keliauti bet kuria iš daugelio ryšių linijų, nesant tokio mazgo, į kurį sueitų visa informacija (kaip yra telefoninių tinklų atveju). Siunčiamas pranešimas turi būti suskaidomas į daugelį paketų, kiekvienas iš jų privalo turėti ir adresinę informaciją, ir keliauti savarankiškai iki tiksulinio taško, kur, sujungus visus duomenų paketus, būtų atgaminamas pilnas pranešimas. Kiekviename tarpiniame mazge turi veikti kompiuteris su tam tikra programa, kuri parinktų tolesnį kiekvieno paketo kelią, apeinant neveikiančius (priešo kariuomenės pažeistus) mazgus. Šios informacijos siuntimo taisyklės buvo pavadintos TCP/IP protokolu (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*).

1969 m. JAV pirmą kartą buvo sujungtas keturių kompiuterių mazgas, kuris davė pradžią kompiuterių tinklui. Iš pradžių tai buvo uždaras kelių JAV universitetų ir JAV Gynybos ministerijos tinklas, pavadintas ARPANET. 1972 m. šis tinklas jau jungė 40 kompiuterių. 1983 m. ARPANET buvo padalintas į du tinklus – karinį MILNET ir civilinį ARPANET. Abu tinklai buvo tarpusavyje sujungti, o naujasis darinys pavadintas INTERNET. Panašiu metu susikūrė švietimo ir kiti tinklai: BITNET, CSNET, NSFNET, kurie vėliau prisijungė prie interneto. 1985 m. internetas jungė virš 2 000 kompiuterių [18, p. 8].

Iki pat 1993-1994 m., be karinės savo paskirties, internetas iš esmės buvo tik akademių bendruomenių komunikavimo priemonė. 1993-1994 m. atsiradusios pirmosios grafinės interneto naršyklės leido daug paprasčiau ir patraukliau ieškoti bei pateikti informaciją. Internetas tapo

prieinamas platesnei visuomenės daliai. 1995 m. pradėjo veikti *Amazon.com*, *eBay.com* ir kitos internetinės prekybos organizacijos. Šiuo metu *Amazon.com* ir *eBay.com* yra vienos iš didžiausių. Taigi, internetinė prekyba yra santykinai naujas reiškinys, kurio istorija baigia skaičiuoti pirmą savo dešimtį metų.

Kaip jau minėta, internete duomenys perduodami naudojantis TCP/IP protokolu, kuris pateikia kompiuterių bendravimo taisykles ir yra būtina sąlyga egzistuoti tinklui. Kiekvienas prijungtas prie interneto kompiuteris identifikuojamas dvejopai: pagal skaitmeninį IP adresą (pavyzdžiui, <http://193.219.80.2/>) ir pagal jam atitinkantį lengviau įsimenamą simbolinį vardą (pavyzdžiui, <http://www.vu.lt/>). Kiekvienas internetu pasiekiamas dokumentas turi savo unikalų URL (*Uniform Resource Locator*) adresą. URL adresas turi tokią struktūrą: *protokolas://kompiuteris/katalogas/dokumentas*.

Darbai su internete esančiais dokumentais naudojama *naršyklė* (Internet Explorer, Netscape, Mozilla). Tai programa, parsiončianti ir parodanti tinklapius vartotojui. Komunikuojant su serveriais, naršyklės naudoja HTTP protokolą (*Hypertext Transfer Protocol*). Informacijos paieškai internete naudojamos įvairios (pavyzdžiui, *Google*, *Yahoo*) paieškos sistemos [18, p. 10].

Internetas reikšmingas ne tik informacijos mastais, bet ir teikiamų paslaugų įvairove. Svarbiausios interneto paslaugos:

1) *www (World Wide Web)* – pasaulinis žiniatinklis, populiariausia interneto paslauga, kurios veikimas pagrįstas hiperteksto naudojimo principu. Pagrindinės *www* sudedamosios dalys yra tarnybinės stotys (serveriai) ir kompiuteriai, kurie palaiko tinklapius;

2) *elektroninis paštas*, padedantis persiųsti elektroninius pranešimus. Jo funkcionavimas pagrįstas SMTP protokolu (*Secure Mail Transfer Protocol*);

3) *FTP (File Transport Protocol)* – paslauga, leidžianti pasiekti bylas ir katalogus, esančius tarnybinėje stotyje. Paslauga svarbi parsisiunčiant ten esančias bylas bei nusiunčiant savasias [17].

Internetas bei jo teikiamos paslaugos suteikia daug ir įvairių galimybių tiek pardavėjui, tiek pirkėjui. Pavyzdžiui, pardavėjas gali reklamuoti savo produkciją bei įmonę ne tik regioniniu, bet ir tarptautiniu mastu, pateikti visą informaciją apie savo prekės savybes, užsakymo, atsiskaitymo ir pristatymo tvarką, teikiamas nuolaidas, lengvatas ir garantijas, rinkti informaciją apie esamus ir potencialius vartotojus, leisti vartotojams reikšti savo nuomonę apie produkcijos ir aptarnavimo kokybę. Tuo tarpu pirkėjas neišeidamas iš namų gali ieškoti jam reikalingos prekės, užduoti pardavėjui jį dominančius klausimus, išreikšti savo nuomonę apie prekę ir aptarnavimo kokybę, užsisakyti prekę, atsiskaityti už ją ar suteiktas paslaugas.

1.2. Internetinė prekyba kaip elektroninės komercijos veiklos sritis

Elektroninę komerciją galima būtų įvardinti kaip tam tikrą verslo sandorių formą, kada šalys bendrauja elektroniniu būdu, naudodamos telekomunikacijų tinklus. Europos Komisija 1997 m. balandį parengtoje Europos elektroninės komercijos iniciatyvoje – *European Initiative On Electronic Commerce* [23] elektroninę komerciją apibūdino taip: „Elektroninė komercija – tai elektroniniu būdu plėtojamas verslas, kuris yra grindžiamas elektroniniu duomenų (teksto, garso ir vaizdo) perdavimu, apdorojimu ir plėtra. Elektroninė komercija apima įvairias veiklos sritis: elektroninių prekių bei paslaugų prekybą, tiesioginį skaitmeninio turinio pristatymą, elektronines lėšų perlaidas, elektroninę prekybą akcijomis, viešuosius pirkimus, informacines, finansines ar teises paslaugas ir t. t.“. Kitaip sakant, elektronine komercija ar elektroniniu verslu vadinamas vartotojų aprūpinimas prekėmis bei paslaugomis naudojant elektroninių telekomunikacijų tinklus, visų pirma internetą.

Europos Komisijos parengtoje Europos elektroninės komercijos iniciatyvoje taip pat nurodoma, jog elektroninės komercijos veiklų sritys gali būti skirstomos į dvi kategorijas:

- 1) netiesioginę elektroninę komerciją, kai materialios prekės užsakomos elektroniniu būdu, o pristatomos fiziniu būdu (paštu ar per kurjerius), ir
- 2) tiesioginę elektroninę komerciją, kai nematerialios prekės ar paslaugos užsakomos, apmokamos ir pristatomos tinklu.

Netiesioginė elektroninė komercija labai priklauso nuo išorinių faktorių (pavyzdžiui, transporto sistemos efektyvumo). Tuo tarpu tiesioginė elektroninė komercija beveik nepriklauso nuo išorinių faktorių, efektyviau išnaudoja pasaulinės rinkos teikiamas galimybes.

Elektroninės komercijos ištakomis galima laikyti elektroninį duomenų pasikeitimą (*Electronic Data Interchange, EDI*). Elektroninis duomenų pasikeitimas prasidėjo maždaug nuo XX a. 8 deš. Maždaug tuo metu bankai pradėjo taikyti elektroninį pinigų perdavimą (*Electronic Funds Transfer, EFT*) [22]. Nuo 9 deš. pradžios EDI buvo plačiai naudojamas maisto, automobilių pramonėje ir pervežimų srityje. Esminis skirtumas tarp ankstesnės, pagrįstos EDI, ir dabartinės internetinės elektroninės komercijos yra tai, jog EDI palyginus uždara rinka, o internetinei elektroninei komercijai būdingas rinkos atvirumas, globalumas, beveik visų verslo modelių galimybė.

Elektroninės komercijos dalyviams būdingi nevienodi požymiai ir galimybės. Skiriasi informacijos judėjimo ir sąveikos sferos. Pagal elektroniniu būdu bendraujančias šalis elektroninę komerciją galima skirstyti į kelias verslo modelių kategorijas:

- 1) „Verslas – verslui“;
- 2) „Verslas – vartotojui“;
- 3) „Vartotojas – vartotojui“;

- 4) „Valstybinė institucija – verslui“;
- 5) „Valstybinė institucija – vartotojui“;
- 6) „Valstybinė institucija – valstybinei institucijai“ [18, p. 10].

Šiuo metu pasaulyje vyrauja pirmieji trys verslo modeliai.

„Verslas – verslui“ kategorija aprėptų įmonių (juridinių asmenų) tarpusavio bendravimą elektroninėmis priemonėmis. Pavyzdžiui, įmonė gali naudoti tinklą susisiekdama su savo tiekėjais, užsakydama prekes, pasikeisdama dokumentais bei atsiskaitydama elektroniniu būdu. Visa tai yra pasiekama 24 valandas per parą ir 7 dienas per savaitę. Tokia elektroninė komercija pasaulyje sėkmingai vyksta jau beveik nuo XX a. 8 deš., ypač vadovaujantis elektroninio duomenų pasikeitimo protokolu per privačius ar specialiai tam sukurtus tinklus. Elektroninės priemonės leidžia įmonėms greičiau reaguoti į viena kitos poreikius, suaktyvinti bendradarbiavimą, sukurti naujas elektroninio verslo paslaugas.

Elektroninės komercijos verslo modelis „verslas – vartotojui“ dažniausiai nusako elektroninę mažmeninę prekybą, todėl daugumai interneto vartotojų elektroninės komercijos sąvoka dažniausiai asocijuojasi būtent su šios kategorijos apimtimi, nors tai tėra tik viena iš elektroninės komercijos sričių. Šio modelio esmė yra ta, jog įmonė pateikia klientui kuo daugiau įmanomos informacijos apie prekes, sudaro galimybę užsisakyti ir apmokėti prekes internetu, o prireikus taip pat internetu atsako į klientui rūpimus klausimus. Elektroninės komercijos verslo modelio „verslas – vartotojui“ atveju juridiniai asmenys prekes ar paslaugas parduoda fiziniams asmenims.

Vienas ryškiausių elektroninio verslo modelio „verslas – vartotojui“ pavyzdžių yra internetinė parduotuvė. (Kitos modelio taikymo sritys – informacinės paslaugos, paieškos varikliai [2].) Internetinė parduotuvė – tai išplėstas prekių ir paslaugų pateikimas internete, sukuriant tarnybinę tinklo stotį, kuri skirta parduoti prekes ir paslaugas kitiems interneto vartotojams [32, p. 29]. Internetinės parduotuvės – tai tarsi virtualūs realių parduotuvių analogai. Jose pateikiami turimų prekių aprašai sukuria virtualios vitrinos išpūdį. Internetinėse parduotuvėse pirkėjai patys užpildo registracijos bei atsiskaitymo anketas, tai gerokai sumažina aptarnavimo kaštus. Labai svarbu, kad internetinių parduotuvių struktūros leistų užmegzti ryšį su pirkėju, sukeltų jam pasitikėjimo jausmą. Turbūt sėkmingiausias internetinės parduotuvės (o tuo pačiu ir elektroninės komercijos verslo modelio „verslas – vartotojui“) pavyzdys yra *Amazon.com* kompanija. Vis dėlto pirkimas internetinėse parduotuvėse niekada nepakeis asmeninės patirties, kuri įgyjama perkant prekes įprastu būdu. Tikriausiai dėl to internetas pasirodė gana netinkama erdvė maisto produktams ar kasdieninėms pramoninėms prekėms.

Elektroninės komercijos verslo modelis „vartotojas – vartotojui“ aprėpia elektroninius vartotojų tarpusavio santykius. Šiuo atveju tai santykiai tarp fizinių asmenų, bet dažniausiai tarpininkaujant juridiniam asmeniui. Šio verslo esmė – vartotojams suteikiama galimybė ne tik pirkti,

bet ir patiems per internetą parduoti produktus ar paslaugas. Vartotojai už kiekvieną pasiūlytą prekę dažniausiai sumoka kompanijai-tarpininkei nedidelį mokestį. Elektroninės komercijos modelis „vartotojas – vartotojui“ yra labiausiai priimtinas paprastiems interneto naršytojams, kurie neturėdami didelių finansinių pajėgumų, šiuo atveju gali užsiimti internetine prekyba pardavinėdami įvairiausių daiktus.

Tipiški verslo modelio „vartotojas – vartotojui“ pavyzdžiai yra internetiniai aukcionai bei internetinės prekyvietės. Vartotojai, norintys parduoti prekes internetiniuose aukcionuose, moka įmonei, skelbiančiai aukcioną, mokestį už prekės paskelbimą, taip pat nedidelį procentą nuo galutinės prekės kainos. Vartotojai, norintys nusipirkti prekes, išsirenka tam tikrą prekę ir siūlo savo kainą. Prekę parduodama didžiausią kainą pasiūliusiam vartotojui. Pagrindinės visų internetinių aukcionų taisyklės yra tokios: būtinas dalyvių užsiregistravimas, dalyviai privalo būti pilnamečiai; dalyviai privalo apmokėti aukcione laimėtą prekę, nes kitaip pardavėjas turi teisę kreiptis į teismą; dalyviai, pateikę savo pasiūlymus, neturi teisės jų atsiimti iki aukciono pabaigos [32, p. 37].

Labiausiai žinomas ir vienas sėkmingiausių aukcionų projektų yra *eBay* aukcionai. *eBay* kompanija savo aukcioną įgyvendino pardavėjus ir pirkėjus sujungdama į vieną didelę bendruomenę, kur dėl kainų deramasi automatizuotu, bet efektyviu būdu.

Kitas tipiškas elektroninio verslo modelio „vartotojas – vartotojui“ pavyzdys yra internetinės prekyvietės. Vartotojai, norintys parduoti prekes, taip pat moka internetines prekyvietes administruojančioms įmonėms mokestį už prekės paskelbimą bei komisinius. Pagal prekių pateikimą bei atsiskaitymą už prekes internetinės prekyvietės yra labai panašios į internetinius aukcionus. Pagrindinis skirtumas – prekyvietėse viskas pardavinėjama fiksuotomis kainomis. Žinomiausios bei didžiausios internetinės prekyvietės – *Amazon.com Marketplace* bei *eBay Shops*.

Vienas svarbiausių elektroninės komercijos, o tiksliau elektroninės prekybos klausimų, su kuriuo dažnai susiduria interneto vartotojai, yra apmokėjimas už įsigytas prekes ar paslaugas. Pakankamai didelių kompanijų internetinėse parduotuvėse dažniausiai atsiskaitoma tiesiogiai pačiame parduotuvės tinklapyje kreditinėmis ar debetinėmis kortelėmis. Tuo tarpu internetiniuose aukcionuose ar prekyvietėse su vartotojais, iš kurių perkama prekė, tiesiogiai galima atsiskaityti nebent banko perlaida ar pašto perlaida. Čia labiausiai paplitę netiesioginiai atsiskaitymai, naudojantis tarpinėmis mokėjimo sistemomis (pirmiausiai pirkėjo pinigai patenka į mokėjimo sistemą, o tik vėliau į pardavėjo sąskaitą). Labiausiai žinomos pasaulinės mokėjimo per internetą sistemos yra *WorldPay* ir *PayPal*, taip pat *Amazon Payments*. Per jas galima atsiskaityti kreditinėmis ir debetinėmis kortelėmis, tame tarpe *Visa*, *MasterCard*, *Switch*, *American Express*, *JCB*, *Diners*, *Laser* and *Electron* [4]. Nemažoje dalyje Lietuvos internetinių parduotuvių už prekes atsiskaityti galima tik per jas pristatantį darbuotoją.

Kadangi internetinėje prekyboje pasitaiko sukčiavimo atvejų, pirkėjai turi ir patys rūpintis piniginių atsiskaitymų saugumu. Keletas taisyklių, padedančių saugiai atsiskaitinėti kortelėmis internete:

prekes pirkti tik parduotuvėse, turinčiose gerą reputaciją ir ilgą darbo patirtį;

kortelės duomenų perdavimas turi vykti tik naudojant informacijos saugumo protokolą *HTTPS*; sertifikatai informacijos saugumo protokolams turi būti išduodami tarptautinį pripažinimą turinčios sertifikuojamos įstaigos, [29].

Apskritai elektroninės komercijos ir elektroninės prekybos plitimas kasmet įgauna vis didesnę pagreitį. Kaip viena sparčiausiai besiplečiančių sričių, elektroninė komercija atveria naujas veiklos erdves, kurių vis daugiau įmonių negali ignoruoti. Manoma, kad elektroninė komercija pakeis verslą panašiai kaip savo laiku jį pakeitė telefonas, televizija ar faksas [27].

1.3. Internetinė knygų prekyba

Per pastaruosius keliolika metų įvykusi pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – plėtra suteikė unikalią galimybę atsirasti elektroninei komercijai ir susikurti internetiniams knygynams. Internetinių knygynų teikiamos paslaugos bei galimybės labai išaugo per santykinai neilgą laikotarpį. Šie virtualūs knygynai sulaukia įvairių vertinimų – ir teigiamų, ir neigiamų.

Neigiami vertinimai dažniausiai akcentuoja tai, jog internetiniai knygynai negali atstoti tradicinių knygynų, nes pastaruosiuose galima ne tik nusipirkti norimą knygą, bet ir čia pat vietoje pasitarti su konsultantais, daug patogiau peržiūrėti knygas. Teigiami internetinių knygynų vertinimai dažniausiai akcentuoja tai, jog juose galima nusipirkti norimą knygą neišeinant iš namų, o knygos atsiučiamos pirkėjui paštu. Ko gero, ryškiausias internetinių knygynų pranašumas prieš tradicinius yra tai, jog internetiniuose knygynuose galima pateikti neribotą kiekį knygų. Dar daugiau – galima prekiauti ir tokiais knygomis, kurios domina tik labai nedidelį žmonių ratą. Tuo tarpu tradiciniame knygyne tokiais knygomis prekiauti neapsimokėtų. Minėti interneto knygynų pranašumai ypač aktualūs antikvarinių ir bukinistinių knygų prekybai, todėl domina šių knygų pardavėjus ir pirkėjus.

Internetiniai knygynai buvo viena pirmųjų elektroninės komercijos pritaikymo sričių. Taip įvyko tikriausiai todėl, jog knygos kaip prekės turi nemažai privalumų internetinei prekybai: jos gali būti adekvačiai aprašytos interneto tinklapiuose, jos turi nuosaikią kainą, dauguma pirkėjų gali palaukti pristatymo, palyginus nesudėtingas ir nebrangus pristatymas [41].

Knygos yra tarsi „aiški“ prekė: interneto knygyne įsigyta knyga bus tokia pati, kaip nusipirkta tradiciniame knygyne. Jos neturi kažkokių ypatingų techninių specifikacijų ar vartojimo instrukcijų (kaip kad, tarkim, elektros prekės), kurias būtų tikrai nelengva aiškiai pateikti klientui. Kadangi

knygos nėra didelių matmenų prekės, jas daug paprasčiau ir pigiau pristatyti klientui. Tuo pačiu knyga nėra ir labai brangi prekė, todėl interneto vartotojams lengviau apsispręsti pirkti.

Iki interneto paplitimo praktiškai neegzistavo išsamių knygų užsisakymo paštu katalogų, nes jie būtų buvę per dideli ir būtų sudarę sunkumų juos platinant. Tuo tarpu internetas suteikia galimybę sukurti milžiniškus virtualius knygų katalogus, nes net pačią didžiausią duomenų bazę gali pakankamai lengvai pasiekti neribotas vartotojų skaičius. Internetinė knygų parduotuvė gali turėti tokią produktų įvairovę, kuri negali egzistuoti jokioje kitokioje terpėje. Ji gali pateikti klientui praktiškai neribotą knygų aprašų kiekį, o paieškos sistema įgalina lengvai naršyti po visą virtualų knygų katalogą. Be to, pardavinėjant knygas internete pateikiama įvairios naudingos papildomos informacijos: trumpos knygų apžvalgos, ištraukos, recenzijos, knygų turiniai bei pačių pirkėjų nuomonės apie įvairias knygas.

Kalbant apie elektroninio bei tradicinio verslo skirtumus bei sąsajas, įmonės yra skirstomos į tris grupes: angliškai vadinamas „*bricks-and-mortar*“ (plytos ir skiedinys), „*clicks-and-mortar*“ (kompiuterio pelės spragtelėjimai ir skiedinys) bei „*dot-coms*“ (taškas ir com, kaip kad komercinių interneto adresų galūnės) [29]. Pirmasis terminas apibūdina iš esmės tradicinio verslo kompanijas, kurios internetu tik praplečia ar pagyvina savo tradicinį verslą. Antrasis terminas apibūdina kompanijas, kurios vykdo iš esmės tik internetinius sandorius, tačiau neišvengia fizinio prekių judėjimo. Įmonių, vadinamų „*dot-coms*“, visas vykdomas verslas neišėina už interneto ribų – nematerialios prekės ar paslaugos užsakomos, apmokamos ir pristatomos internetu.

Internetiniai knygynai taip pat yra skirstomi į „*bricks-and-mortar*“, „*clicks-and-mortar*“ bei „*dot-coms*“ kategorijas [40].

„*Bricks-and-mortar*“ kategorijos elektroninės knygų prekybos mažmenininkai dažniausiai yra tos prekybos įmonės, kurios jau turėdamos išplėtotus knygų prekybos tinklus, praplėtė savo verslą ir dalį paslaugų padarė prieinamas per internetą. Tokių internetinių knygynų pavyzdžiais galėtų būti *Barnes & Noble*, *Waterstone's Booksellers*. Šie elektroniniai knygynai internete pateikia savo tradiciniuose knygynuose esančių knygų katalogus. Suradę juose norimas knygas, pirkėjai gali arba nueiti į artimiausią tinklo parduotuvę ir nusipirkti jas, arba, apmokėję per internetą, užsisakyti jas paštu. „*Bricks-and-mortar*“ kategorijos knygynas *Barnes & Noble* šiuo metu yra tarp didžiausių pasaulio internetinių knygynų, tačiau pardavimų apimtimi neaplenkia lyderio *Amazon.com*, nors pastaroji bendrovė internetinį knygų verslą pradėjo neturėdama nė vieno tradicinio knygyno. Šią situaciją galima būtų paaiškinti tuo, jog *Barnes & Noble* vadybininkai tikriausiai per vėlai įvertino elektroninės komercijos svarbą ir per vėlai pradėjo investuoti į šią rinką.

„*Clicks-and-mortar*“ kategorijos elektroninės knygų prekybos mažmenininkai visus savo pardavimus atlieka per internetą. Didieji „*clicks-and-mortar*“ tipo internetiniai knygynai turi savo sandėlių tinklus, tačiau netgi jie negali laikyti sandėliuose viso knygų repertuaro, kuris yra jų internetiniuose kataloguose. Todėl beveik visi „*clicks-and-mortar*“ tipo internetiniai knygynai didžiąją

daugumą pavadinimų knygų įsigyja iš didmenininkų tik tada, kada internetinio knygyno pirkėjai jau būna nusipirkę ir apmokėję už jas. Vienas sėkmingiausių „clicks-and-mortar“ tipo internetinių knygynų pavyzdžių yra *Amazon.com* internetinis knygynas. Ir „bricks-and-mortar“, ir „clicks-and-mortar“ internetiniai knygynai vykdo netiesioginę elektroninę komerciją, nes materialios prekės (knygos) užsakomos elektroniniu būdu, o pristatomos fiziniu būdu (paštu).

Galima būtų išskirti dar vieną – „dot-coms“ tipo internetinių knygynų kategoriją. Šiuose knygynuose pardavinėjamos elektroninės knygos („eBooks“) ir kiti elektroniniai dokumentai. Pirkėjai reikiamas knygas gali ne tik užsisakyti ir apmokėti internetu, bet ir iš karto parsisiųsti. Taigi, „dot-coms“ internetiniai knygynai vykdo tiesioginę elektroninę komerciją. Vienas žinomiausių šios kategorijos internetinių knygynų yra *eBooks.com*. Šių knygynų turėtų labai padaugėti, jei elektroniniai leidiniai taptų priimtini didesnei skaitytojų daliai.

Kita internetinių knygynų klasifikacija būtų jų skirstymas į universalius ir specializuotus. Didieji internetiniai knygynai, tokie kaip *Amazon.com* ar *Barnes & Noble*, prekiauja labai įvairios tematikos knygomis ir yra neabejotinai universalūs. Specializuoti internetiniai knygynai prekiauja tam tikros vienos tematikos ar tam tikros rūšies knygomis. Tokie knygynai dažniausiai nėra dideli. Specializuoto internetinio knygyno pavyzdys – virtualus antikvariatinis knygynas *Heritage Book Shop*.

Internetiniai knygynai turi įvairių pranašumų, palyginus su tradiciniais knygynais. Aptarnaujant rinką iš centralizuotos užsakymų paskirstymo būstinės, išlaikyti internetinį knygyną reikia kur kas mažiau lėšų. Prekiaujant internete knygomis įmanoma labai sumažinti sandėliavimo kaštus, nes knygas galima lengvai įsigyti tiesiogiai iš didmenininkų tinklo. Palyginus su tradicinės knygų prekybos mažmenininkais, interneto mažmenininkai gali greitai sukurti milžiniškas informacijos apie klientus duomenų bazines. Šiose bazėse gali būti talpinama informacija apie įvairių klientų asmeninius interesus ir pirkimo įpročius, ji gali padėti tikslingai plėtoti elektroninę prekybą bei geriau pasiūlyti klientams prekes, atitinkančias jų norus ar skonį, o tai ilgainiui gali padėti gauti didesnę pelną. Kitaip sakant, internetiniame knygyne galima vienu metu ir pardavinėti knygas, ir atlikti rinkos tyrimą (kaip imti naudojant knygyno klientus) apie įvairių pavadinimų knygų paklausą [31]. Kitas internetinių knygynų privalumas – jie dirba 24 valandas per parą. Be to, kur kas lengviau internetiniuose knygynuose palyginti įvairių knygų kainas.

Kiekvienos verslo formos, taip pat ir elektroninės komercijos, ilgalaikę sėkmę lemia tinkamai vykdoma strategija. Verslo istorijoje buvo nemažai atvejų, kai iš pradžių sėkmingai veikiančios įmonės ar organizacijos ilgainiui tapo neefektyvios ar net bankrutavo. Dažniausiai pasitaikanti neefektyvios veiklos ar bankroto priežastis ir yra netinkamai plėtojama strategija arba netinkamas tolimesnės ateities perspektyvų įvertinimas. Pastaruosius keliolika metų augančioje internetinėje knygų prekyboje taip yra buvę ir sėkmingų, ir nesėkmingų verslo strategijos plėtojimo atvejų. Ne itin sėkmingu (ar ne tokiu sėkmingu kaip galima tikėtis) atveju būtų galima įvardinti jau minėtą didžiausią JAV mažmeninės

knygų prekybos bendrovę *Barnes & Noble*, kuri, nors ir valdydama milžinišką kapitalą, nesugebėjo tinkamu laiku įvertinti internetinės knygų prekybos galimybių ir nepasiekė joje ypatingų rezultatų.

Kaip sėkmingiausiai plėtojamą internetinę knygų prekybą reikėtų įvardinti *Amazon.com* bendrovės atveį. *Amazon.com* tikriausiai turi didžiausią patirtį internetinėje knygų prekyboje. Todėl norint geriau įvertinti internetinės knygų prekybos teikiamas galimybes, aktualu detaliau apžvelgti šios bendrovės kūrimo strategiją. Tai ypač aktualu dar ir todėl, jog ši bendrovė pirmoji įdiegė nemažai internetinės prekybos naujovių, kurios dabar yra tapusios plačiai įsitvirtinusiomis standartais. *Amazon.com* kūrimo istorija jau tapusi itin sėkmingo verslo pavyzdžiu, nors ši kompanija veikia dar tik maždaug dešimtį metų. Šią kompaniją įsteigė Jeff Bezos, dabar einantis *Amazon.com* kompanijos prezidento, generalinio direktoriaus bei valdybos pirmininko pareigas. Prieš įkuriant *Amazon.com* jis dirbo įvairiose telekomunikacijų bendrovėse. Ten įgyta patirtis bei žinios tapo svarbiu indėliu kuriant *Amazon.com*. [25].

1994 m. interneto vartotojų skaičius sparčiai augo (2300% per metus [28]), tačiau internetinė elektroninė komercija dar beveik neegzistavo. Jeff Bezos išvėlgė unikalią interneto panaudojimo sritį. Ieškodamas produktų, kuriais būtų įmanoma prekiauti internete, jis peržiūrėjo dvidešimties populiariausių paštu užsisakomų prekių sąrašą, į kurį įėjo programinė įranga, biuro įranga, drabužiai, muzikos įrašai, knygos ir kitos prekės. Toliau Jeff Bezos tyrinėjant galimybes prekiauti internete, knygos, kurios buvo minėto sąrašo beveik pačiame gale, pakilo į pirmąją vietą, o antroje vietoje atsidūrė muzikos įrašai. Tačiau muzikos įrašų idėjos buvo atsisakyta, nes šiame versle JAV dominavo ir paskirstymo tinklą kontroliavo tikrai kelios didelės muzikos įrašų bendrovės, kurios turėjo galimybių sužlugdyti naują alternatyvą tradicinėms muzikos prekių parduotuvėms. Tačiau taip neturėjo atsitikti knygų versle, nes JAV prekyba knygomis buvo suskaidyta ir nebuvo dominuojančių verslo gigantų.

Jeff Bezos nusprendė įsteigti savo įmonę, kad galėtų prekiauti knygomis internete, taip pat parinko tris kriterijus būsimai naujojo verslo vietai. Visų pirma, ten turėjo būti nemažai talentingų informacinių technologijų profesionalų. Antra, tai turėjo būti valstija, kurioje gyvena palyginus nedaug žmonių (nes JAV nustatytą apyvartos mokesį už užsakytas knygas turi mokėti tik tos valstijos gyventojai). Trečia, tai turėjo būti miestas šalia didelio knygų didmenininko, kad knygos būtų greičiau pristatytos (pirmiausia *Amazon.com*, o iš jos – pirkėjui). Apibendrinus surinktus statistinius duomenis pagal šiuos tris kriterijus, buvo nuspręsta pasirinkti Sietlą Vašingtono valstijoje (šiaurinė vakarinės JAV pakrantės dalis). Tokį sprendimą labiausiai lėmė tai, jog Sietle galima buvo rasti daug programuotojų. Čia tuo metu veikė (ir dabar veikia) nemažai žinomų programinės įrangos ir telekomunikacijų kompanijų, tokių kaip „Microsoft“, „RealNetworks“, „AT&T Wireless“ ar „Adobe“ [33]. Sietle buvo Vašingtono universitetas, kuris turėjo prestižinę kompiuterių mokslų katedrą. Be to, už kelių valandų kelio nuo Sietlo (Roseburg'e, šalia Vašingtono valstijos esančioje Oregono valstijoje) veikė didžiausias „Ingram Book Group“ knygų platinimo centras JAV.

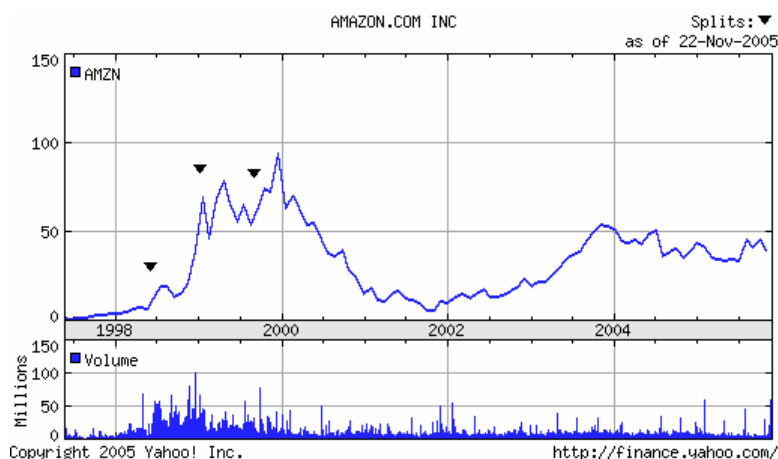
1994 m. vasarą Sietle, Vašingtono valstijoje, buvo įsteigta bendrovė „Cadabra.com“. Netrukus bendrovės pavadinimas buvo pakeistas į „Amazon.com“ [33]. Žodis „amazon“ pasirinktas todėl, kad prasidėjo pirmąja abėcėlės raide. Tai buvo svarbu, nes internete tinklapiai dažnai surašomi pagal abėcėlę, taip pat pagal abėcėlę buvo surašomos bendrovės ir verslo kataloguose. Be to, šis žodis buvo paprastos rašybos, aiškios reikšmės ir nevaržė įmonės veiklos (tai ypač pravertė, kai Amazon.com pradėjo prekiauti ne tik knygomis). Kur kas vėliau, 1996 m., Amazon.com buvo perregistruota kaip Delaverio valstijos (rytinė JAV pakrantė) korporacija, siekiant dar sumažinti apyvartos mokestį už užsakytas knygas (Delaverio valstijoje gyvena tik kiek mažiau nei milijonas gyventojų).

Amazon.com savo veiklą pradėjo nuo keturių darbuotojų (Jeff Bezos, programuotojai Šeldonas Dž. Kaphanas ir Polas Bartonas-Deivisas, buhalterė Mackenize Bezos), tačiau Amazon.com sparčiai augant buvo priimama vis daugiau darbuotojų [33]. Iki 1995 m., Amazon.com veiklos pradžios, bendrovėje buvo paruošta reikalinga internetiniam knygynui programinė įranga bei sukurta mažiausiai dviejų gigabaitų duomenų bazė, kurioje buvo sukaupta daugiau kaip milijonas skirtingų knygų pavadinimų. Taip pat buvo pasirengta kiekvienam būsimam knygyno klientui suteikti unikalų vartotojo identifikacijos numerį (ID), kad jam naršant po Amazon.com tinklapį būtų fiksuojamas jo elgesys, o vėliau bendrovės vadybininkai galėtų analizuoti individualius klientų naršymo ir pirkimo ypatumus. 1995 m. pavasario pabaigoje bendrovė su keliais šimtais darbuotojų draugų pradėjo bandomąjį tinklapio prototipo eksploatavimą, kuris buvo pakankamai sėkmingas, o pastebėti trūkumai greitai ištaisyti.

1995 m. liepos 16 d. Amazon.com interneto svetainė atvėrė virtualias duris savo lankytojams [5]. 1995 m. vasara idealiai tiko Amazon.com pristatyti savo tinklapį. Atidarius tinklapį metais anksčiau būtų buvę dar per mažai interneto vartotojų, kad bendrovė galėtų gyvuoti, o jei prekyba būtų buvusi pradėta metais vėliau, konkurencija būtų buvusi per daug įtempta ar net neįveikiama. Atidarytos svetainės struktūra ir dizainas buvo pakankamai aiškūs, kad apsipirkimo procesas taptų kuo paprastesnis ir greitesnis. Amazon.com tinklapio lankytojai galėdavo ne tikrai ieškoti tam tikros knygos ar autoriaus, bet taip pat rašyti recenzijas apie knygas.

Vos atidarius Amazon.com svetainę klientų pradėjo greitai daugėti. Jau per pirmąją darbo savaitę Amazon.com pardavė knygų už 12 438 dolerius [33]. Per pirmąjį tinklapio gyvavimo mėnesį bendrovė pardavė daugybę knygų į visas 50 JAV valstijų ir dar į 45 užsienio valstybes (dabar Amazon.com prekių užsisakoma daugiau nei iš 150 pasaulio valstybių). Iki 1995 m. spalio klientų srautas pasiekė šimtą užsakymų per dieną. Praėjus mažiau nei metams nuo interneto knygyno atidarymo pradžios – šimtą užsakymų per vieną valandą. Dar vėliau, prekybai neįtikėtinai augant, šimtas užsakymų būdavo priimama per vieną minutę.

1 grafikas. Amazon.com akcijų kainos kaita nuo akcinės bendrovės įsteigimo (1997 m. gegužės 15 d.) iki 2005 m. lapkričio 22 d.



Viršutinė kreivė rodo vienos akcijos kainą doleriais, apatinė kreivė – išleistų akcijų skaičių [24].

Amazon.com bendrovės strategija jau nuo pat pradžių buvo orientuota į plėtrą. Bendrovei plėtra tapo svarbesne už greitą pelną. Jeff Bezos nuo pat pradžių numatė, jog siekiant įgyvendinti plėtros strategiją, bendrovei gali tekti kurį laiką dirbti be pelno, gal net kelis metus, todėl bendrovei reikėjo išorinio finansavimo. 1995 m. buvo pradėta ieškoti galimų investuotojų. Iki metų pabaigos Jeff Bezos surinko iš investuotojų 981 000 dolerių. 1996 m. pavasarį kapitalo bendrovė „Kleiner Perkins Caufield & Byers“ investavo į Amazon.com 8 milijonų dolerių ir įgijo 13% jos akcijų [33]. Tai buvo pirmoji stambi investicija.

Vėliau investicijos į Amazon.com bendrovę augo dar sparčiau. 1996 m. vasarą Jeff Bezos pradėjo bendrauti su investuotojais bankininkais. Tais pačiais metais buvo nuspręsta paversti Amazon.com akcine bendrove, nes tai turėjo pritraukti didžiules įplaukas, kurios padėtų sukurti išpūdingą prekinį ženklą. 1997 m. gegužės 15 d. buvo įsteigta akcinė bendrovė. Pradinė akcijos kaina paskelbta 18 dolerių. (Dabar tai atitiktų 1,5 dolerio, nes Amazon.com akcijos buvo tris kartus skaidomos: 1998 m. birželį [2:1], 1999 m. sausį [3:1] ir 1999 m. rugsėjį [2:1] [24]. Skaidant akcijas didinamas akcijų kiekis, nedidinat bendros akcijų vertės.) Po penkių prekybos dienų akcijų kursas pakilo iki 30 dolerių. 1997 m. pabaigoje Amazon.com kapitalas padidėjo 235 procentais, o akcijos vertė pakilo iki 52 dolerių. Amazon.com akcijų kainos kaita nuo akcinės bendrovės įsteigimo iki 2005 m. pabaigos pavaizduota 1 grafike.

1996 m. Amazon.com buvo sugalvota ir pradėta įgyvendinti partnerystės programa (*associates program*, vėliau pervadinta į *affiliates program*). Partnerystės programos dalyviai sukuria papildomą pirkėjų srautą Amazon.com bendrovei. Jų tinklapiuose paprastai pateikiama įvairi informacija, specialistų rekomendacijos apie knygas (ar kitas prekes), kurių galima įsigyti Amazon.com, o svarbiausia – nuoroda į Amazon.com svetainę. Nuoroda pateikiama nemokamai, tačiau, jei nukreiptas pirkėjas nusiperka knygą Amazon.com, partnerystės programos dalyvis gauna komisinių (15% už

pirmąjį pirkimą ir po 5% už kiekvieną vėlesnįjį). Partnerystės programos dalyviai ne tik gausina Amazon.com klientūrą, tačiau pateikdami nuorodą į Amazon.com, reklamuoja jos prekinį ženklą. Per pirmuosius tris programos veikimo mėnesius užregistruota per penkis tūkstančius programos dalyvių tinklapių. 1999 m. pabaigoje jų skaičius viršijo 350 tūkstančių, 2003 m. pasiekė vieną milijoną [28].

Augant Amazon.com bendrovei, 1998 m. nuspręsta plėsti veiklą už JAV ribų ir atidaryti savo padalinius Europoje. 1998 m. pavasarį Amazon.com įsigijo britų internetinį knygyną „Bookpages“ ir vokiečių interneto knygų prekybos bendrovę „Telebuch Inc.“, kuriuos atitinkamai pervadino į „Amazon.co.uk“ bei „Amazon.co.de“ (vėliau „Amazon.de“). Spalio mėnesį pasirodė naujosios jų interneto svetainės, sukurtos pagal visas Amazon.com būdingas technologijas. Vėliau buvo atidaryti padaliniai ir kitose valstybėse, didžiausi iš jų Japonijoje („Amazon.co.jp“), Kanadoje („Amazon.ca“), Prancūzijoje („Amazon.fr“).

Plėtojant Amazon.com bendrovę nuspręsta neapsiriboti vien tik knygų prekyba. Knyga turėjo daug privalumų pradedant interneto verslą, tačiau jį išplėtojus buvo galima bandyti prekiauti ir kitomis prekėmis. Labiausiai plėsti prekių asortimentą skatino tai, jog skirtumas tarp knygų savikainos ir pardavimo kainos buvo nedidelis. 1998 m. pavasarį Amazon.com žengė pirmąjį žingsnį ir nusipirko interneto filmų duomenų bazę „IMDb“, kuri buvo Britanijoje sukurtas nekomercinis informacijos šaltinis apie daugybę filmų ir aktorių nuo pat kino atsiradimo. Ištyrusi muzikos rinkos paklausą, Amazon.com 1998 m. birželį pradėjo prekybą garso įrašais. Kaip ir parduodant knygas, bendrovė vartotojams pateikdavo išsamios informacijos, kritikų ir pirkėjų atsiliepimų, kategorizavo muzikos įrašus pagal atlikėją, žanrą, stilių ar instrumentą. Daugelį dainų buvo galima perklausyti naudojantis „RealAudio“ programa. Po kelių mėnesių Amazon.com tapo didžiausia bendrove, internete prekiaujančia muzikos įrašais. 1998 m. lapkritį Amazon.com pradėjo prekiauti ir vaizdo įrašais vaizdajuostėse bei DVD tipo diskuose. Po pusantrų mėnesių ji tapo pirmaujančia interneto vaizdo įrašų prekybos bendrove. 1999 m. liepos mėnesį Amazon.com pradėjo prekiauti žaislais ir elektronikos prietaisais (vaizdo kameromis, skaitmeniniais grotuvais bei televizoriais). Tų pačių metų lapkritį bendrovės siūlomų prekių asortimentas buvo papildytas namų apyvokos reikmenimis, programine įranga bei kompiuteriniais žaidimais. Taip Amazon.com palaipsniui iš interneto knygyno tapo elektroniniu prekybos centru.

Plėsdamasi Amazon.com nusprendė pasinaudoti išaugusiu kapitalu ir įsigyti kitų interneto bendrovių ar į jas investuoti. 1998 m. rugpjūtį buvo įsigyti du strateginiai objektai – interneto paslaugų įmonė „PlanetAll“ ir internetinis paieškos tinklapis „Junglee Corp.“. „PlanetAll“ buvo naudinga dėl savo sukauptos milžiniškos vartotojų asmens duomenų bazės. Jos pagalba Jeff Bezos norėjo sukurti originalią prekybos sistemą, kurioje būtų atsižvelgiama į kiekvieno kliento skonį, norus, atsiskaitoma iš karto pagal kredito kortelių numerius ar adresus. „Junglee Corp.“ buvo internete parduodamų prekių paieškos sistema, jos pagrindu Amazon.com sukūrė savo svetainėje tinklapį „Apsipirk internete“

(*Shop the Web*). Šiame tinklapyje Amazon.com padėdavo vartotojams susirasti reikiamus prekiautojus internete ir iš to užsidirbdavo komisinių. „Junglee Corp.“ ir „PlanetAll“ suteikė Amazon.com svetainei įvairiapusiškumo, kuris padėjo pritraukti dar daugiau vartotojų.

1999 m. vasario mėnesį Amazon.com įsigijo 46% „Drugstore.com“ akcijų ir išitraukė į internetinę farmacijos prekybą. Tų pačių metų kovo mėnesį bendrovė įsigijo 50% nedidelės interneto bendrovės „Pets.com“, prekiaujančios naminių gyvūnų priežiūros produktais. Balandžio mėnesį Amazon.com įsigijo bendrovę „e-Niche“, kuriai priklausė tinklapiai „Bibliofind“ ir „Musicfind“ [33]. „Bibliofind“ tinklapyje buvo galima rasti retų, antikvarinių, jau nebeleidžiamų knygų, iš viso apie devynis milijonus knygų pavadinimų. „Musicfind“ siūlė informaciją apie įvairias su muzikos atlikėjais susijusias prekes. Abiejuose tinklapiuose pateiktos nuorodos į senų knygų bei įvairių muzikos prekių parduotuves. Tuo pačiu metu Amazon.com nupirko „Accept.com“, kuri kūrė programinę įrangą, supaprastinančią verslo ryšius internete, ir „Alexa Internet Co.“, kuri fiksuodavo, kokius tinklapius labiausiai lanko vartotojai. „Alexa Internet Co.“ buvo sukaupusi 13 terabaitų duomenų bazę apie tai, kaip milijonai žmonių naršo internete. 1999 m. gegužę Amazon.com įsigijo 35% „HomeGrocer.com“ akcijų, liepą – 49% interneto sporto prekių parduotuvės „Gear.com“, o rugsėjį – 20% interneto dovanų registro „Della & James“. Amazon.com ir toliau ieškojo naujų investicijų, išitraukdama į vis įvairesnes prekybos sritis.

Plėsdama savo veiklos ribas, 1999 m. kovą Amazon.com savo svetainėje atidarė aukcionų tinklapį ir pradėjo konkuruoti su tuometiniu rinkos lyderiu „eBay“, turėjusiu apie tris milijonus klientų. Dalyvavimas Amazon.com aukcione buvo paprastesnis nei „eBay“, taip pat Amazon.com aukcione buvo mažesni mokesčiai bei palankesnė garantijų programa [6]. Nuorodos į naująjį aukcionų puslapį buvo daugelyje kitų Amazon.com svetainės tinklapių, pavyzdžiui, knygų prekybos tinklapyje. Vis dėlto, Amazon.com nepavyko tapti internetinių aukcionų lyderiu ir „eBay“ toliau išlieka populiariausiu virtualiu aukcionu.

1999 m. lapkričio mėnesį Amazon.com pristatė dar vieną naujovę – naują parduotuvių tinklą, pavadintą „Z parduotuvė“ (*zShops*). Virtualių parduotuvių tinklas taip pavadintas dėl to, kad jose turėjo būti galima rasti visko – nuo A iki Z. „Z parduotuvėse“ savo prekes galėjo siūlyti visi norintys, daugiausia smulkaus bei vidutinio verslo atstovai. Prekiauti šiame virtualiame parduotuvių tinkle buvo galima beveik viskuo, nors Amazon.com šiuo atveju ypač domino netradicinės, neįprastos prekės, galinčios dar labiau praplėsti bendrovės prekių asortimentą, pavyzdžiui, antikvarinės knygos. Amazon.com garantavo pirkėjams padengti išlaidas, jei kurioje nors „Z parduotuvėje“ nusipirktų nekokybišką prekę ar prekę nebūtų laiku pristatyta. Verslininkai už įtraukimą į „Z parduotuves“ kas mėnesį mokėjo tam tikrą fiksuotą mokesį bei komisinius [7]. Su „Z parduotuvių“ projektu Amazon.com galėjo ne tik užsidirbti papildomų pajamų, išvengiant prekių sandėliavimo bei pervežimo išlaidų, bet ir dar labiau reklamavo savo prekinį ženklą.

Amazon.com bendrovės išradingumas neapsiribojo „Z parduotuvių“ projektu. Sekanti gana netikėta, tačiau unikali naujovė buvo Amazon.com „Prekyvietė“ (*Marketplace*). „Prekyvietė“ savo darbą pradėjo 2000 m. lapkritį. „Prekyvietėje“ parduojamos įvairios naudotos prekės – knygos, kompaktiniai diskai, vaizduostės, DVD tipo diskai ar net naudoti kompiuteriai [8]. Parduoti naudotas prekes gali visi norintys, aišku, Amazon.com atitenka tam tikri komisiniai. Priešingai nei „Z parduotuvėms“, „Prekyviete“ nėra skirtas atskiras puslapis Amazon.com svetainėje – nuorodos pirkti naudotas prekes yra pateikiamos šalia naujų prekių aprašų. Kaip ir „Z parduotuvės“, „Prekyvietė“ ne tik didina Amazon.com pajamas, bet ir populiarina jos vardą [21].

Prekių ir paslaugų užsisakymo bei pristatymo metodika kito ir buvo tobulinama nuo pat Amazon.com internetinio knygyno atidarymo 1995 m. liepą. Amazon.com yra pirmoji internetinės prekybos bendrovė, įdiegusi vadinamąją „vieno spragtelėjimo prekybą“ (*1-Click Shopping*) 1997 m. pabaigoje. Tai prekės ženklą turintis patentuotas procesas, kuris leido patobulinti internetinę prekybą taip, kad nuolatiniai klientai galėtų užsisakyti prekes iš esmės vienu pelės spragtelėjimu. Amazon.com taip pat buvo pirmoji iš internetinės prekybos bendrovių, kuri 1999 m. pradėjo savo tinklapyje pateikti išsamią „siuntinių politikos“ schemą, parodančią, kas sudaro siuntimo bei tvarkymo išlaidas.

Amazon.com naudojami prekių užsisakymo principai dabar yra perimti ir kitų internetinių knygynų. Užsisakyti norimą knygą ar kitą prekę Amazon.com svetainėje yra palyginus nesudėtinga. Užsakymai priimami internetu per Amazon.com svetainę. Užsakymai nepriimami telefonu, faksu ar elektroniniu paštu [12]. Visą užsisakymo procedūrą galima būtų suskirstyti į kelias pakopas, pradedant norimos knygos ar kitos prekės paieška ir baigiant užsakymo patvirtinimu. Žemiau atskirai aptartos kiekviena iš užsisakymo pakopų detaliau.

Nusprendus užsisakyti norimą knygą ar kitą prekę iš Amazon.com, pirmiausia reikia patekti į tai knygai skirtą svetainės tinklapį, kuriame detalai pateikta visa informacija, susijusi su pasirinkta knyga. Svarbu pažymėti, kad knygai skirtame tinklapyje taip pat dažniausiai pateikiama ir per kiek laiko užsakyta knyga išsiunčiama iš Amazon.com prekių centro. Toliau knygai skirtame svetainės tinklapyje reikia spragtelėti nuorodą „Dėti į vežimėlį“ („*Add to Shopping Cart*“), norint pirkti knygą tiesiogiai iš Amazon.com bendrovės. Kartais knygai skirtame tinklapyje yra pateikti ir pasiūlymai pirkti šią knygą iš kitų pardavėjų (per „Prekyvietės“ ar „Z parduotuvių“ programas). Norint pirkti knygą iš kitų pardavėjų, reikia pasirinkti nuorodą, esančią lauke „Daugiau pirkimo galimybių“ („*More Buying Choices*“) ir išsirinkus pardavėją, spragtelėti šalia esančią nuorodą „Dėti į vežimėlį“ („*Add to Shopping Cart*“). Taigi, ir perkant tiesiogiai iš Amazon.com bendrovės, ir perkant iš kitų pardavėjų (per „Prekyvietės“ ar „Z parduotuvių“ programas) pirmiausia knygos dedamos į virtualų vežimėlį. Įsidėjus knygą į vežimėlį, galima toliau ieškoti norimų knygų Amazon.com svetainėje, – reikia tik pasirinkti atitinkamą nuorodą iš vežimėlio tinklapio viršuje esančio meniu arba spragtelėti vežimėlio tinklapyje esantį mygtuką „Tęsti apsipirkimą“ („*Continue shopping*“).

Sugrįžti į vežimėlio tinklapį ir peržiūrėti jo turinį galima iš bet kurio Amazon.com svetainės tinklapio, reikia tik spragtelėti visų tinklapių viršuje esančią nuorodą „Peržiūrėti vežimėlį“ („*View Cart*“). Labai svarbu, kad bet kuriuo metu klientai gali keisti virtualaus vežimėlio turinį – įdėti arba išimti (spragtelėjus vežimėlio tinklapyje šalia kiekvienos prekės esantį mygtuką „Ištrinti“ („*Delete*“)) knygas iš vežimėlio. Klientai gali bet kuriuo metu išeiti iš Amazon.com svetainės ir uždaryti interneto naršymo programą. Kitą kartą atėjus į Amazon.com svetainę, pirkinį vežimėlis su visu anksčiau buvusiu turiniu lauks naujų žingsnių. Informacija apie sudarytą virtualų vežimėlį saugoma vartotojo kompiuteryje kaip „cookies“ bylos („cookies“ – maži duomenų paketai, sukuriami serverio ir laikomi vartotojo kompiuterio kietajame diske). Taigi, dar vienas būdas panaikinti vežimėlio turinį yra Amazon.com serverio sukurtų „cookies“ bylų ištrynimasis.

Klientas ne tik gali išimti knygas iš vežimėlio, kurių nusprendė nebepirkti, bet gali ir atidėti vieną ar kitų knygų pirkimą (spragtelėjęs vežimėlio tinklapyje šalia kiekvienos prekės esantį mygtuką „Atidėti pirkimą“ („*Save for Later*“)). Tada knygą iš vežimėlio tinklapyje esančio sąrašo „Vežimėlyje esančios prekės“ („*Shopping Cart Items--To Buy Now*“), patenką į sąrašą „Atidėtos prekės“ („*Saved Items--To Buy Later*“). Norint atgal sugrąžinti prekę iš sąrašo „Atidėtos prekės“ į sąrašą „Vežimėlyje esančios prekės“, reikia spragtelėti šalia prekės esantį mygtuką „Grąžinti į vežimėlį“ („*Move to cart*“).

Nusprendus užsisakyti visas vežimėlio tinklapyje esančio sąrašo „Vežimėlyje esančios prekės“ knygas, reikia spragtelėti nuorodą „Tęsti pirkimą“ („*Proceed to checkout*“). Naujai atsidariusiame užsakymo priėmimo tinklapyje reikia parašyti savo elektroninio pašto adresą (šiuo adresu Amazon.com teiks informaciją apie užsakymą) ir spragtelėti mygtuką „Registruotis“ („*Sign in Using Our Secure Server*“). Kitame užsakymo priėmimo tinklapyje reikia pateikti adresą, į kurį Amazon.com pristatys užsakymą. Taip pat galima pasirinkti užrašyti atviruką ir pasirinkti vieną iš daugybės vyniojamo popieriaus pavyzdžių, jei knyga perkama kaip dovana. Toliau vartotojas turi pasirinkti, per kiek laiko jis pageidauja, kad būtų išsiųstas užsakymas. Kuo greitesnis pristatymas, tuo jo kaina didesnė. Galutinė pristatymo kaina pateikiama paskutiniame užsakymo priėmimo tinklapyje. Ji taip pat priklauso nuo siuntinio dydžio ir gavėjo šalies, į kurią bus pristatytas užsakymas [11].

Kitas žingsnis registruojant užsakymą yra vartotojo slaptažodžio susikūrimas. Naudojantis šiuo slaptažodžiu vėliau galima pakeisti užsakymui pateiktus duomenis. Toliau reikia pasirinkti apmokėjimo būdą. Amazon.com priima „American Express“, „Diners Club“, „Discover“, „JCB“, „MasterCard“, „Eurocard“, „MasterMoney“, „Visa“, „Visa Check Cards“ kredito korteles. Kredito kortelės numeris turi būti įvedamas be tarpų ar brūkšnių.

Dar kartą patikrinęs pateiktą informaciją, vartotojas spragtelėli mygtuką „Registruoti užsakymą“ („*Place Your Order*“). Po kelių minučių, kai tik priimamas užsakymas, Amazon.com nusiunčia klientui elektroninę žinutę į jo nurodytą elektroninio pašto adresą, patvirtinančią, jog užsakymas jau priimtas. Kai Amazon.com išsiunčia užsakymą, vartotojas gauna dar vieną žinutę. Jei tuo metu nėra

galimybės išsiųsti viską, kas buvo užsakyta, Amazon.com praneša, kas jau išsiųsta, o kas dar laukia savo eilės. Amazon.com vartotojui taip pat aktyvuoja „vieno spragtelėjimo prekybą“ (*1-Click Shopping*), kad kitą kartą pateikti užsakymą būtų paprasčiau ir greičiau. Kol užsakymas dar nepradėjo keliauti iš Amazon.com, vartotojas bet kada gali pakeisti savo pateiktus duomenis (pavyzdžiui, adresą, į kurį Amazon.com pristatys užsakymą). Tai galima atlikti bet kuriame Amazon.com svetainės puslapyje spragtelėjus nuorodą „Jūsų sąskaita“ („*Your Account*“) ir įvedus užsakymo registravimo metu susikurtą slaptažodį.

Per pastaruosius dešimt metų Amazon.com nuo beveik nežinomos bendrovės tapo elektroninės komercijos simboliu, jos darbuotojų skaičius išaugo nuo keturių iki keliolikos tūkstančių, o 2004 m. kalėdinė prekyba buvo pati pelningiausia [15]. Bendrovės vertė ją įsteigus buvo nusakoma tūkstančiais dolerių, o dabar – milijardais (paskutiniaisiais duomenimis, 2005 m. lapkričio 23 d., apie 20,35 milijardų dolerių [24]). Žurnalas „Time“ išrinko Jeff Bezos 1999-ųjų Metų žmogumi, o žurnalas „Forbes“ jau kelis metus „neišleidžia“ Amazon.com įkūrėjo iš pasaulyje turtingiausių žmonių sąrašo [1]. Amazon.com vis nenustoja bandžiusi naujų veiklos sričių. 2004 m. Amazon.com pristatė net savo internetinės paieškos variklį „A9“ [14]. Jeff Bezos bei Amazon.com vadovybė tikrai sugeba plėsti bendrovę ir jos veiklą, patenkinti daugumos interneto pirkėjų poreikius. Tačiau, kita vertus, internetinėje prekyboje Amazon.com įgauna monopolijos bruožų, ne tik JAV, bet ir pasaulio mastu [20]. O tai gali mažinti internetinės prekybos paslaugų įvairovę ir pirkėjų galimybes rinktis. Bet kuriuo atveju Amazon.com bendrovės vykdoma strategija ir diegiamos naujovės yra aktualus pavyzdys plėtojant internetinę prekybą, ir ypač internetinę prekybą knygomis.

2. ANTIKVARINIŲ IR BUKINISTINIŲ KNYGŲ INTERNETINĖ PREKYBA PASAULYJE

2.1. Pagrindiniai terminai ir sąvokos

Internetinėje prekyboje naudojami įvairūs terminai, skirti apibūdinti antikvarines ir bukinistines knygas, jų paiešką bei būklę. Ši darbo dalis skirta jų apibrėžimui ir aptarimui.

Knygotyros enciklopediniame žodyne apibrėžta, jog:

„**Antikvarinė knyga**“ – knyga, išleista nuo spausdintos knygos pradžios (XV a.) iki šių laikų (dabar iki 1945 pab.). Ypač vertinamos seniausios antikvarinės knygos – inkunabulai ir paleotipai.

„**Bukinistinė knyga**“ – vartota, sena knyga (pranc. bouquin), patekusi į prekybos tinklą, išleista ne seniau kaip prieš 50 metų [26].

Remiantis šiais apibrėžimais, galima teigti, jog antikvarinių ir bukinistinių knygų prekyba iš esmės apima prekybą visomis nenaujomis knygomis. Šiame darbe pasaulinė antikvarinių ir bukinistinių knygų prekyba tiriama būtent angliškuose internetiniuose knygynuose, prekyvietėse ir aukcionuose, todėl reikėtų detaliau apžvelgti, kokie juose naudojami angliški terminai atitiktų lietuviškame knygotyros enciklopediniame žodyne apibrėžtus antikvarinės ir bukinistinės knygos terminus.

Antikvarinės knygos anglų kalba vykdomoje internetinėje prekyboje įvardinamos keliais terminais. Terminas „antiquarian book“ (ar „antique book“) yra sutinkamas angliškoje internetinėje prekyboje, tačiau gana retai. Pagrindinės internetinės prekyvietės, kuriose jis vartojamas yra Amerikos antikvarinių knygų pardavėjų asociacijos (*Antiquarian Booksellers Association of America*) ir Tarptautinės antikvarinių knygų pardavėjų lygos (*International League of Antiquarian Booksellers*) internetinės prekyvietės.

Kur kas dažniau anglų kalba vykdomoje internetinėje prekyboje antikvarinės knygos įvardinamos terminais „rare book“ (reta knyga) bei „collectible book“ (kolekcionuotina knyga). Šiuos terminus naudoja ir didžiausia internetinės knygų prekybos bendrovė Amazon.com. Jos svetainėje terminai „reta knyga“ ir „kolekcionuotina knyga“ iš esmės vartojami kaip sinonimai. Terminas „kolekcionuotina knyga“ dažniau vartojamas vykdant knygų paiešką. Amazon.com bendrovė rekomenduoja, kad per Amazon.com svetainę parduodamų retų (kolekcionuotinų) knygų kaina būtų didesnė nei tokių pačių naujų knygų [10]. Retų (kolekcionuotinų) knygų pavadinimų nėra tarp naujų Amazon.com knygų repertuaro pavadinimų, joms sukuriama specialūs aprašo tinklapiai. Nors kartais mažiau vertingos kolekcionuotinos knygos gali būti parduodamos šalia naujų (Amazon.com inventoriuje esančių) knygų, nesukuriant atskirų aprašo tinklapių.

Bukinistinės knygos anglų kalba vykdomoje internetinėje prekyboje dažniausiai vadinamos „naudotomis knygomis“ („*used book*“). Griežtai kalbant, antikvarinės knygos taip pat yra naudotos knygos, tačiau internetinėje prekyboje terminas „naudotos knygos“ vartojamas įvardinti būtent bukinistinėms knygoms, t. y. palyginus nesenoms vartotoms knygoms, kurių egzemplioriai neturi antikvarinės vertės ir neišsiskiria kokiomis nors unikaliomis vertingomis savybėmis. Tai galima būtų pagrįsti Amazon.com pavyzdžiu: ši bendrovė reikalauja, kad per Amazon.com svetainę parduodamų naudotų knygų kaina būtų mažesnė nei tokių pačių naujų knygų kaina; Amazon.com svetainėje naudotos knygos parduodamos šalia naujų (Amazon.com inventoriuje esančių) knygų ir joms nėra sukuriami specialūs aprašo tinklapiai.

Knygų suradimas internetiniuose knygynuose, prekyvietėse bei aukcionuose apibūdinamas šiais terminais:

„**Knygų paieška**“ („*Search*“) – tai kryptingas konkrečios knygos ieškojimas, naudojantis paieškos laukais. Ieškant knygos vartotojas iš anksto žino savo paieškos tikslą – konkrečią knygą, konkretų autorių, konkrečią leidinių seriją ar pan. Paieškos rezultatai surandami pagal įvestą raktinį žodį ar kelis raktinius žodžius. Elektroninių knygynų, prekyviečių bei aukcionų internetinėse svetainėse parduodamų knygų patogiausia ieškoti per šių svetainių tinklapiuose esančius paieškos laukus, nors ieškoti galima ir naudojantis universalių paieškos sistemų paieškos laukais (pavyzdžiui, *Google*). Geriausiai pritaikytos knygų paieškai yra specializuotos knygų paieškos sistemos (*AddAll*, *BookFinder.com*).

„**Knygų peržiūra**“ („*Browse*“) – tai kryptingas ar tik iš dalies kryptingas knygos ar knygų grupės ieškojimas, naudojantis teminiais katalogais, temų medžiais ar kitais įvairiais knygų sąrašais. Vartotojas iš anksto nežino savo paieškos tikslo ar žino tik dalinai. Elektroninių knygynų, prekyviečių bei aukcionų internetinėse svetainėse parduodamas knygas galima peržiūrėti naudojantis naujų, bukinistinių, antikvarinių ar kitais knygų teminiais katalogais.

„Knygų paieškos“ bei „knygų peržiūros“ terminai kartais neturi tikslų ribų, nes vartotojas gali vykdyti paiešką tik tam tikroje peržiūros būdu surastose temoje arba peržiūrėti gausius kryptingos paieškos metu gautus rezultatus.

Parduodant antikvarines ir bukinistines knygas labai svarbu kiek įmanoma tiksliau nusakyti jų būklę, susidėvėjimą. Internetinėje prekyboje nėra visuotinai nusistovėjusių labai tikslų vertinimo skalių ar terminų, nusakančių knygų būklę. Pavyzdžiui, *eBay* aukcionuose sutinkami bukinistinių knygų aprašymai yra labai dažnai itin laisvos formos. Turbūt konkrečiausiai knygos būklė nusakoma Amazon.com svetainėje. Čia pardavėjai, parduodantys antikvarines ar bukinistines knygas, nusakydami knygos būklę, privalo pasirinkti vieną iš žemiau pateiktų terminų, apibrėžtų Amazon.com bendrovės.

„**Nauja**“ („*New*“) – ši būklė apibūdina nenaudotą, neskaitytą, nepriekaištingos būklės naujos knygos egzempliorių. Amazon.com bendrovė tiesiogiai prekiauja tik naujomis knygomis, tačiau prekyba naujomis knygomis per Amazon.com svetainę gali vykti ir tarpininkaujant Amazon.com bendrovei.

„**Kaip nauja**“ („*Like New*“) – ši būklė apibūdina naudotos knygos egzempliorių, ant kurio nesimato jokių skaitymo žymių ir kuris yra nepriekaištingos būklės. Šio egzemplioriaus viršelis turi būti sveikas, jo puslapiai turi būti švarūs, be jokių užrašų ar raukšlių. Toks egzempliorius turi būti tinkamas ir dovanai.

„**Labai gera**“ („*Very Good*“) – ši būklė apibūdina naudotos knygos egzempliorių, kuris buvo skaitytas, bet išlieka puikios būklės. Šio egzemplioriaus puslapiai turi būti sveiki, be užrašų ar braukymų. Knygos nugarėlė turi būti be jokių pakenkimų.

„**Gera**“ („*Good*“) – ši būklė apibūdina naudotos knygos egzempliorių, kuris buvo kelis ar daugiau kartų skaitytas, tačiau yra švarus, visi puslapiai, viršelis, ir aplankalas (jei išlikęs) yra sveiki. Šios būklės egzemplioriaus nugarėlė gali būti šiek tiek susidėvėjusi nuo skaitymo. Knygos puslapiuose gali būti nedaug užrašų ar braukymų. Knygoje gali būti bibliotekos ar kitokių antspaudų.

„**Priimtina**“ („*Acceptable*“) – ši būklė apibūdina naudotos knygos egzempliorių, kuri įmanoma skaityti. Visi puslapiai bei viršelis turi būti sveiki, o knygos aplankalas gali būti pamestas. Šios būklės egzemplioriaus puslapiuose gali būti ir nemažai ryškių užrašų, teksto braukymų, tačiau jie neturi trukdyti įskaityti teksto.

„**Nepriimtina**“ („*Unacceptable*“) – šia būkle yra apibūdinamos naudotos nešvarios, dėmėtos ar pelėsių turinčios knygos. Taip pat apibūdinamos knygos, kuriose trūksta puslapių ar dalies teksto neįmanoma įskaityti dėl užrašų ar pribraukymų. Šios būklės knygų egzempliorių Amazon.com bendrovė nepriima pardavinėti į savo svetainę. Taip pat nepriimamos knygos ar leidiniai, kurie yra platinami tik dėl reklaminių ar viešųjų ryšių tikslų [10].

2.2. Antikvarinių ir bukinistinių knygų paieška

Kaip jau buvo apibrėžta „Pagrindinių terminų ir sąvokų“ poskyryje – knygų paieška („*Search*“) yra kryptingas konkrečios knygos ieškojimas, kai vartotojas iš anksto žino savo paieškos tikslą.

Geriausiai pritaikytos knygų paieškai yra specializuotos knygų paieškos sistemos. Labiausiai žinomos ir daugiausiai įvairių internetinių knygynų bei prekyviečių apžvelgiančios yra *AddAll* bei *BookFinder.com* specializuotos knygų paieškos sistemos. Jos abi yra metapaieškos sistemos („*Metasearch engine*“). Metapaieškos sistemos nusiunčia vartotojo užklausimus į kelias kitas paieškos sistemas ar/ir duomenų bazes ir, palaipsniui surinkusios tam tikro užklausimo atsakymus, juos pateikia

vartotojui viename tinklapyje. Kitas svarbus bet kurios metapaieškos sistemos privalumas yra tai, jog visus kitose paieškos sistemose surinktus atsakymus (kuries dažnai būna labai įvairių ir nevienodų formų) metapaieškos sistema, naudodama tam tikrus algoritmus, suvienodina ir pateikia atsakymus ta pačia forma [30]. Ir *AddAll*, ir *BookFinder.com* paieškos sistemos turi atskirus padalinius ir galimybes antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškai.

Specializuotos knygų metapaieškos sistemos *AddAll* internetinė svetainė yra pasiekama internetiniu adresu <http://www.addall.com/>. Ji veikia nuo 1998 m. rugpjūčio. Jos savininkai nėra susiję su knygų prekyba, todėl galima tikėtis nešališkų paieškos rezultatų. *AddAll* vykdo itin plačią antikvarinių ir bukinistinių knygų paiešką [3]. *AddAll* antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškos padalinys pasiekiamas per pagrindinę svetainę, spragtelėjus nuorodą „Used & Out of Print Books“, arba tiesiogiai per internetinį adresą <http://used.addall.com/>. *AddAll* norimos antikvarinės ar bukinistinės knygos ieško šiuose bei kituose didžiuosiuose internetiniuose knygynuose, prekyvietėse bei aukcionuose: Abebooks.com, Alibris, Antiqubook, Biblio, Biblion, Bibliophile, Bibliopoly, Booksandcollectibles.com.au, eBay, Half.com, ILAB, Maremagnum, Powell's Books, Strand Book Store, ZVAB ir kt. Taip pat paieška vykdoma ir tarp tūkstančių smulkių ir vidutinių internetinių prekiautojų antikvarinėmis bei bukinistinėmis knygomis. Vartotojas antikvarinių ir bukinistinių knygų gali ieškoti pagal knygos autorių, knygos pavadinimą, kitus knygos apraše esančius raktinius žodžius bei pagal tarptautinį standartinį knygos numerį ISBN. Vartotojas taip pat gali pasirinkti ieškoti tik knygų, telpančių į nurodytą kainų intervalą, tik pirmųjų knygų leidimų arba tik knygų su autoriaus autografu. Jis taip pat gali pasirinkti, kokios valiutos išraiška norėtų matyti surastų knygų kainas. Kai *AddAll* pateikia pageidaujamos paieškos rezultatus, juos galima rūšiuoti pagal knygos pavadinimą, autorių, kainą, knygyną (prekyvietę, aukcioną), pardavėją. Rūšiavimas galimas pasirinktinai didėjančia (ar pagal abėcėlę) bei mažėjančia tvarka.

Kitos specializuotos knygų metapaieškos sistemos *BookFinder.com* internetinė svetainė yra pasiekama internetiniu adresu <http://www.bookfinder.com/>. *BookFinder.com* internetinė svetainė veikia nuo 1997 m., anksčiau buvo pasiekama internetiniu adresu www.mxbf.com. Unikali *BookFinder.com* ypatybė – vienu metu ieškoti konkrečios knygos ir tarp naujų, ir tarp naudotų knygų [19]. Norint ieškoti tam tikros knygos tik tarp antikvarinių ir bukinistinių knygų, reikia pažymėti *BookFinder.com* paieškos tinklapyje esančią opciją „Used/Out of Print“. *BookFinder.com* norimos antikvarinės ar bukinistinės knygos ieško šiuose bei kituose didžiuosiuose internetiniuose knygynuose, prekyvietėse bei aukcionuose: Abebooks, Abooksearch.com, Alibris, Amazon.com, Antbo, Antiqubook, Barnes & Noble.com, Biblio.com, Biblion, Bibliophile, biggerbooks.com, BookAvenue.com, Bookbyte.com, Books & Collectibles, Chapitre, ChooseBooks, eBay, ecampus.com, ElephantBooks.com, Global Book Mart, Halfvalue.com, ibooknet, ILAB, IOBABooks.com, Maremagnum, Powell's Books, TextbookX.com, TomFolio.com, Used Book Central,

ValoreBooks.com, ZVAB ir kt. *BookFinder.com*, kaip ir *AddAll* sistemoje, paieška vykdoma ir tarp tūkstančių smulkių ir vidutinių internetinių prekyautojų antikvarinėmis bei bukinistinėmis knygomis. Vartotojas *BookFinder.com* paieškos sistemoje antikvarinių ir bukinistinių knygų gali ieškoti pagal knygos autorių, knygos pavadinimą, pagal ISBN, knygos apraše esančius raktinius žodžius. Kaip ir *AddAll* metapaieškos sistemoje, vartotojas gali pasirinkti ieškoti knygų, telpančių į nurodytą kainų intervalą, ieškoti tik pirmųjų knygų leidimų arba tik knygų su autoriaus autografu. Vartotojas taip pat gali pasirinkti, kokios valiutos išraiška norėtų matyti surastų knygų kainas. *BookFinder.com* metapaieškos papildoma ypatybė, jog vartotojas gali pasirinkti ieškoti knygų tik su kietais ar tik su minkštais viršeliais. Priešingai nei *AddAll* metapaieškos sistema, *BookFinder.com* nesudaro galimybės rūšiuoti pateiktus pageidaujamos paieškos rezultatus (pagal knygos pavadinimą, autorių, knygyną ar pan.). Be to, *BookFinder.com* internetinė svetainė yra sudėtingesnė (joje pateikiama įvairios, tiesiogiai su knygų paieška nesusijusios informacijos) ir mažiau patogi naudotis nei *AddAll* metapaieškos sistemos internetinė svetainė.

Konkrečiuose internetiniuose knygynuose, prekyvietėse bei aukcionuose parduodamas knygas patogiau ieškoti per jų internetinių svetainių tinklapiuose esančius paieškos laukus. Šiuo atveju, aišku, paieškos rezultatai apsiribos tik vieno internetinio knygyno (prekyvietės, aukciono) knygų pavadinimų duomenų baze. Kaip šių paieškos sistemų privalumą prieš metapaieškos sistemas (kaip *AddAll* ar *Bookfinder*), galima būtų įvardinti jų optimalų pritaikymą prie konkretaus internetinio knygyno (prekyvietės, aukciono) duomenų bazės.

2.3. Antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūra internetinės prekybos tinklapiuose

Knygų peržiūra yra neabejotinai vienas svarbiausių ir tradicinės, ir internetinės knygų prekybos elementų, lemiantis prekybos patrauklumą ir sėkmę. Šiame darbe knygų peržiūra, atskiriant ją nuo knygų paieškos apibrėžta kaip kryptingas ar tik iš dalies kryptingas knygos ar knygų grupės ieškojimas, naudojantis teminiais katalogais, temų medžiais ar kitais įvairiais knygų sąrašais, kai vartotojas iš anksto nežino savo paieškos tikslo ar žino tik dalinai.

Įvairių internetinių knygynų, prekyviečių bei aukcionų antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūros skiriasi, tačiau principai išlieka tie patys. Turbūt daugiausiai galimybių peržiūrint antikvarines ir bukinistines knygas suteikiama Amazon.com bendrovės, turinčios didžiausią ir ilgiausią internetinės knygų prekybos patirtį internetinėje svetainėje. Šiame skyriuje žemiau atskirai aprašoma antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūra Amazon bendrovės tinklapiuose.

2.3.1. Antikvarinių knygų peržiūra Amazon.com bendrovės tinklapiuose

Amazon.com svetainėje yra keli tinklapiai, skirti antikvarinių knygų peržiūrai, nors tituliniam internetinio knygyno puslapyje nuorodos į tuos tinklapius ir nėra pateiktos. Taip yra tikriausiai todėl, jog virtualiame knygyne knygų peržiūra yra orientuota į knygas, kuriomis Amazon.com prekiauja tiesiogiai. Tuo tarpu antikvarinių knygų prekyba per Amazon.com svetainę vyksta tik tarpininkaujant Amazon.com bendrovei. Vis dėlto šiame puslapyje įmanoma ieškoti antikvarinių knygų, todėl galima trumpai aptarti antikvarinių knygų paiešką per titulinį Amazon.com internetinio knygyno tinklapį. Ieškant antikvarinių knygų per šį tinklapį, reikėtų paieškos lauke pasirinkti paiešką tarp kolekcionuotinių knygų („*Collectible Books*“). Svarbu pastebėti, jog pasirinkus paiešką tarp naudotų knygų („*Used Books*“) ar net pasirinkus paiešką tarp visų knygų („*Books*“) – kolekcionuotinių knygų rezultatai bus praleidžiami. Pavyzdžiui, beveik pusę milijono dolerių kainuojantis rankraštis „HISTOIRE ANCIENNE“ bus rastas tik pasirinkus paiešką tarp kolekcionuotinių knygų, o pasirinkus ieškoti tarp naudotų knygų ar net tarp visų knygų („*Books*“) šis rankraštis nebus randamas. Paieškoje pasirinkus opciją „*Books*“, ieškoma ne tarp visų Amazon.com svetainėje pateikiamų knygų, bet tik tarp tų, kuriomis Amazon.com bendrovė prekiauja tiesiogiai. Beje, pasirinkus ieškoti tarp kolekcionuotinių knygų, galima ir nieko neįvesti į paieškos lauką. Tokiu atveju bus pateikiamas visų kolekcionuotinių knygų sąrašas.

Kadangi Amazon.com tiesiogiai neprekiauja antikvarinėmis knygomis, o tik tarpininkauja, naudodama „Z parduotuvių“ (*zShops*) ar „Prekyvietės“ (*Marketplace*) programas, norint peržiūrėti antikvarines knygas, reikia eiti į Amazon.com svetainėje esantį „Z parduotuvių“ tinklapį. Jame kartu pateikiami ir „Prekyvietės“ pardavėjų pasiūlymai. „Z parduotuvių“ tinklapis pasiekiamas per titulinį Amazon.com svetainės puslapį, paspaudus žemiau kairėje esančią nuorodą „Bargains(*Sandėriai*)/zShops“. Tokia pati nuoroda yra pateikta ir Amazon.com teikiamų prekių bei paslaugų sąrašo tinklapyje, kuris pasiekiamas per titulinį puslapį, paspaudus sekciją „See more stores“. Toliau, norint patekti į „Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapį, reikia pasirinkti „Z parduotuvių“ titulinio tinklapio kairėje pusėje esančią nuorodą „Books“. Tada, patekus „Z parduotuvių“ virtualų knygyną, lentelėje „Knygų peržiūra“ („Browse Books“) pasirinkti nuorodą „Rare“ (retos), kuri ir nuves į „Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapį.

„Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapyje galima peržiūrėti parduodamas antikvarines knygas. Jos suskirstytos į grupes pagal tam tikras temas. Išskiriamos šios temos: „Dailė, architektūra ir fotografija“, „Atlasai ir žemėlapiai“, „Biografijos ir memuarai“, „Knygos vaikams“, „Kulinarinės knygos“, „Trumpalaikio susidomėjimo leidiniai (*Ephemera*)“, „Faksimilės“, „Istorija“, „Namų ruošė“, „Grožinė literatūra“, „Rankraščiai“, „Pirmieji modernūs leidimai“, „Kita negrožinė literatūra“ (pastaroji tema dar smulkiau suskirstyta į potemių „Geografija“, „Valdžia ir politika“, „Teisė“,

„Filosofija“, „Visuomenės mokslai“, „Moterų studijos“, „Kitos knygos“), „Poezija“, „Teologija“, „Mokslas ir gamta“, „Kelionės ir tyrinėjimai“, „Kitos knygos“. Temų pavadinimai lentelėje išdėstyti pagal abėcėlę. Pasirinkęs peržiūrėti tam tikrą temą, vartotojas patenka į puslapį, kuriame su keliais pavyzdžiais pateiktos nuorodos į „Z parduotuvių“ bei „Prekyvietės“ antikvarinių knygų (pagal pasirinktą temą) sąrašus. Prie minėtų nuorodų pateikti ir skaičiai, kiek tokios temos antikvarinių knygų turi „Z parduotuvių“ bei „Prekyvietės“ pardavėjai. Pasirinkęs nuorodą ir patekęs į norimo knygų sąrašo tinklapį, vartotojas gali sąrašo knygas surūšiuoti pagal kainą (pradedant brangiausiomis arba pradedant pigiausiomis), pagal knygos pasirodymo Amazon.com svetainėje datą (ši data neturi nieko bendra su knygos amžiumi) ir pagal knygos reklamavimą (opcija „Featured“). Pirmą kartą atsidarius sąrašo puslapį, knygos būna automatiškai surūšiuotos pagal jų reklamavimą. Turbūt daugiausia naudos gali duoti rūšiavimas pagal kainą, nes antikvarinės knygos išskirtinumas tikrai koreliuoja su kaina.

„Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapyje knygų pasirinkimas pagal atskiras temas nėra vienodas. Didžiausi knygų sąrašai (apie 40-60 tūkst.) pateikiami pagal temas „Knygos vaikams“, „Grožinė literatūra“, „Pirmieji modernūs leidimai“ bei „Kitos knygos“. Mažiausiai knygų (nuo 100 iki 500 knygų sąraše) pateikta šiomis temomis: „Atlasai ir žemėlapiai“, „Trumpalaikio susidomėjimo leidiniai“, „Faksimilės“, „Namų ruošą“, „Rankraščiai“. Kitų temų pateiktuose sąrašuose yra nuo 1 000 iki 10 000 knygų pavadinimų.

Aukščiau nurodyti skaičiai gauti sudėjus tam tikros temos „Z parduotuvių“ bei „Prekyvietės“ pardavėjų parduodamų knygų sąrašus. Beje, Amazon.com svetainėje nustatyta, jog tam tikras atskiras knygų sąrašas negali viršyti 32 000 knygų. Paprastai tam tikroje temoje „Z parduotuvių“ retų knygų sąrašas būna gausesnis už „Prekyvietės“ sąrašą. Taip pat galima pastebėti, jog „Z parduotuvėse“ dažniausiai pardavinėjamos brangesnės nei „Prekyvietėje“ knygos. Taigi, itin unikalių antikvarinių knygų geriau ieškoti peržiūrinėjant „Z parduotuvių“ sąrašus.

Kitas Amazon.com svetainėje esantis svarbus antikvarinių knygų prekybos tinklapis, skirtas knygų kolekcininkams bei bibliofilams, yra retų knygų tinklapis „Rare Books“. Nuoroda į jį yra pateikta „Z parduotuvių“ virtualiame knygyne, į kurį patenkama iš „Z parduotuvių“ titulinio puslapio, pasirinkus kairėje pusėje esančią nuorodą „Books“. „Z parduotuvių“ virtualiame knygyne reikia paspausti „Bibliofind“ logotipą arba žodžius „Rare & Used Books“. „Bibliofind“ logotipas informuoja, jog retų knygų tinklapis buvo sukurtas Amazon.com bendrovei bendradarbiaujant su „Bibliofind“. Anksčiau „Bibliofind“ tinklapis, kuris specializavosi antikvarinių, jau nebeleidžiamų knygų paieškoje, priklausė „e-Niche“ bendrovei. Ją Amazon.com bendrovė įsigijo 1999 m.. Dabar surinkus internetinį adresą www.bibliofind.com (šiuos adresu anksčiau buvo pasiekiamas „Bibliofind“ tinklapis), atidaromas interneto puslapis su paieškos lauku. Naudojantis šiuo paieškos lauku galima ieškoti antikvarinių knygų, esančių įvairiuose Amazon.com svetainės puslapiuose. Pažymėjus opciją „title & author“ (paieška pagal autoriaus vardą ir/ar pavardę bei knygos pavadinimą), gauti rezultatai bus

identiški tiems, kurie būtų gauti ieškant Amazon.com virtualiame knygyne, pasirinkus opciją ieškoti tarp kolekcionuotinių knygų. Pažymėjus kitą opciją (www.bibliofind.com adresu pasiekiamame paieškos lauke) – „any word(s)“ – bus ieškoma tarp visų knygų aprašų žodžių, todėl rezultatai bus gausni. Pastaroji galimybė tikrai naudinga, ieškant Amazon.com svetainėje antikvarinių bei kolekcionuotinių knygų. Deja, tokios paieškos pačioje Amazon.com svetainėje rasti nepavyko. Adresu www.bibliofind.com pasiekiamame puslapyje taip pat yra pateikta nuoroda į Amazon.com svetainės retų knygų tinklapį „Rare Books“.

Amazon.com svetainės antikvarinių knygų prekybai skirtas retų knygų tinklapis „Rare Books“ iš esmės yra nuorodų bei reklaminių pranešimų puslapis. Šio tinklapio kairės pusės viršuje yra antikvarinių knygų peržiūros lentelė („Browse Rare Books“). Tai yra dalis „Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapyje esančios lentelės. Paspaudus knygų peržiūros lentelėje nuorodą „View All Categories“, vartotojas nukreipiamas į patį „Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapį. Kairėje tinklapio pusėje pateikta autografuotų pirmųjų leidimų peržiūros lentelė. Žemiau, dešinėje tinklapio pusėje, pateikiamas bibliofilų skyrelis („Bibliophile's Bookshelf“). Jame reklamuojamos knygos apie knygų kolekcionavimą, antikvarinių knygų paiešką ir pan. Kiekvieną kartą iš naujo prisijungus prie Amazon.com svetainės, rodomi vis kiti reklaminiai pavyzdžiai. Paspaudus šiame skyrelyje esančią nuorodą „View all selections“, pateikiamas visų tokio pobūdžio knygų sąrašas. Dar retų knygų tinklapyje „Rare Books“ yra patarimų skyrelis su nuorodomis, skirtomis norintiems patiems pardavinėti antikvarines ar bukinistines knygas. Be to, šiame tinklapyje pateikta Amazon.com aukcionų reklama su nuoroda į Amazon.com aukcionų antikvarinių knygų tinklapį.

Amazon.com aukcionų antikvarinių knygų tinklapis yra dar viena galimybė peržiūrinėti Amazon.com svetainėje siūlomas antikvarines knygas. Šiuo atveju jas pirkti reikės per Amazon.com aukcionus. Tinklapis pasiekiamas per titulinį Amazon.com svetainės puslapį, paspaudus žemiau kairėje esančią nuorodą „Bargains/Auctions“. Toliau, norint patekti į Amazon.com aukcionų antikvarinių knygų tinklapį, reikia pasirinkti aukcionų titulinio tinklapio kairėje pusėje esančią nuorodą „Books“, o patekus į aukcionų virtualų knygyną pasirinkti nuorodą „Rare“ (retos), kuri ir nuves į antikvarinių knygų tinklapį. Šiame tinklapyje išskiriamos antikvarinių knygų temos yra analogiškos kaip ir „Z parduotuvių“ antikvarinių knygų tinklapyje. Atidarius tam tikros temos knygų sąrašą, eiliškumo pasirinkimo galimybės yra tokios pačios kaip ir „Z parduotuvėse“, papildomos opcijos – rūšiavimas pagal likusį kainos siūlymo laiką bei jau įvykusių pasiūlymų skaičių. Knygų pasirinkimas aukcionų antikvarinių knygų tinklapyje yra kur kas mažesnis nei „Z parduotuvėse“. Dažniausiai vienos temos knygų sąrašas apima šimtą ar kelis šimtus knygų, o neretai tik kelias ar keliasdešimt knygų. Amazon.com aukcionuose knygos nėra brangios, palyginus su „Z parduotuvių“ kainomis. Susidaro įspūdis, jog aukcionuose pardavinėjamos mažiau vertingos antikvarinės knygos, dėl kurių fiksuotos kainos pardavėjai dar nėra apsisprendę.

2.3.2. Bukinistinių knygų peržiūra Amazon.com bendrovės tinklapiuose

Savo internetinėje svetainėje bukinistinėmis knygomis (*Used Books*) Amazon.com kompanija pradėjo prekiauti 2000 m. lapkritį [8], kuomet pradėjo veikti prekyvietės (*Marketplace*) programa. Per „Prekyvietės“ programą pardavinėjamos ne tik bukinistinės knygos, bet ir kitos įvairios naudotos prekės – kompaktiniai diskai, vaizduostės, DVD tipo diskai ir kt. Parduoti naudotas prekes gali visi norintys. Amazon.com už tarpininkavimą atitenka tam tikri komisiniai bei populiarinamas jos prekinis ženklas.

Apskritai „Prekyvietei“ nėra skirtas atskiro puslapio Amazon.com svetainėje – nuorodos pirkti naudotas prekes yra pateikiamos šalia analogiškų naujų prekių aprašų. Tačiau bukinistinėms knygoms padaryta išimtis ir sukurtas specialiai jų paieškai bei peržiūrai skirtas puslapis. Taigi, surasti tam tikrą bukinistinę knygą galima dviem būdais – arba ieškoti tokios pačios naujos knygos ir per jai skirtą puslapį pasirinkti pirkti naudotą, arba ieškoti per bukinistinių knygų paieškai bei peržiūrai skirtą puslapį. Toliau aptarti kiekvienas iš šių dviejų būdų atskirai.

Nusprendęs pasiekti norimą bukinistinę knygą per tokios pačios naujos knygos puslapį, vartotojas pirmiausia turi patekti į titulinį Amazon.com svetainės virtualaus knygyno tinklapį „Books“. Čia surasti norimą knygą galima keliais būdais. Galima peržiūrėti knygas pagal pasirinktas temas iš kairėje tinklapio puslapio dalyje esančios knygų peržiūros lentelės. Jei lentelėje pateiktas knygų temų sąrašas pasirodys per siauras, viršutiniame puslapio meniu pasirinkus sekciją „Peržiūra pagal temas“ („Browse Subjects“) galima pasiekti ir peržiūrėti išplėstinį knygų temų sąrašą. Norimą knygą gali padėti išsirinkti ir internetinio knygyno tituliniam tinklapyje dešinėje pusėje pateikiamas perkamiausių Amazon.com knygų dešimtukas su šalia jo pateikiama nuoroda į perkamiausių Amazon.com knygų šimtuko puslapį.

Pasiekęs norimą naują knygą, vartotojas turi paspausti nuorodą į šiai knygai skirtą aprašomąjį tinklapį. Jame beveik visada būna pateiktas tam tikras skaičius pasiūlymų norintiems nusipirkti tokią pačią bukinistinę knygą. Šiuos pasiūlymus galima pasiekti per lentelę „DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ“ („MORE BUYING CHOICES“), kuri yra knygos aprašomojo tinklapio dešinėje pusėje. Tada, patekęs į kitų pirkimo galimybių tinklapį, atsiradusioje lentelėje vartotojas turi pasirinkti skiltį „Used“. Joje yra pateikiami visų siūlomų bukinistinių knygų variantai. Kiekvienai bukinistinei knygai yra nurodoma jos kaina (ji negali viršyti tokios pačios naujos knygos, parduodamos Amazon.com, kainos), būklė bei informacija apie knygos pardavėją. Pasirinkęs tinkamą bukinistinės knygos kopiją, vartotojas čia pat, šioje kitų pirkimo galimybių tinklapio skiltyje „Used“, gali ją ir užsisakyti. Tam reikia spragtelėti prie pasirinktos bukinistinės knygos kopijos esančią nuorodą „Dėti į vežimėlį“ („Add to Cart“).

amazon.com. [VIEW CART](#) | [WISH LIST](#) | [YOUR ACCOUNT](#) | [HELP](#)

WELCOME | [YOUR STORE](#) | **BOOKS** | [APPAREL & ACCESSORIES](#) | [ELECTRONICS](#) | [TOYS & GAMES](#) | [KITCHEN & HOUSEWARES](#) | [MAGAZINE SUBSCRIPTIONS](#) | [SEE MORE STORES](#)

SEARCH | [BROWSE SUBJECTS](#) | [BESTSELLERS](#) | [THE NEW YORK TIMES® BEST SELLERS](#) | [MAGAZINES](#) | [CORPORATE ACCOUNTS](#) | [E-BOOKS & DOCS](#) | [BARGAIN BOOKS](#) | [USED BOOKS](#)

Search: Browse:

[Books](#) > [Used Books](#)

Browse Used Books





- [Arts & Photography](#)
- [Biographies & Memoirs](#)
- [Business & Investing](#)
- [Children's Books](#)
- [Comics & Graphic Novels](#)
- [Computers & Internet](#)
- [Cooking, Food & Wine](#)
- [Engineering](#)
- [Entertainment](#)
- [Gay & Lesbian](#)
- [Health, Mind & Body](#)
- [History](#)
- [Home & Garden](#)
- [Horror](#)
- [Law](#)
- [Literature & Fiction](#)
- [Medicine](#)
- [Mystery & Thrillers](#)
- [Nonfiction](#)
- [Outdoors & Nature](#)
- [Parenting & Families](#)
- [Professional & Technical](#)
- [Reference](#)
- [Religion & Spirituality](#)
- [Romance](#)
- [Science](#)
- [Science Fiction & Fantasy](#)
- [Sports](#)
- [Teens](#)
- [Travel](#)

Sell Your Stuff and make money!

Select category: Search by title or keyword:

[Learn more](#)

Our Top Sellers
Updated Hourly

-  1. [Harry Potter and the Half-Blood Prince \(Book 6\)](#) by J. K. Rowling, Mary GrandPré (Illustrator) ([Rate it](#))
-  2. [The Kite Runner](#) by Khaled Hosseini ([Rate it](#))
See all used: from \$7.52
-  3. [French Women Don't Get Fat: The Secret of Eating For Pleasure](#) by Mireille Guiliano ([Rate it](#))
See all used: from \$13.72
-  4. [Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed](#) by Jared Diamond ([Rate it](#))
See all used: from \$18.45
-  5. [Blink: The Power of Thinking Without Thinking](#) by Malcolm Gladwell ([Rate it](#))
See all used: from \$14.00

[More top sellers](#)

Featured Seller

- [Book Emporium](#)

1 iliustracija. Amazon.com svetainės bukinistinių knygų tinklapis „Used Books“

Radęs tam tikrą norimą naują knygą, vartotojas dažniausiai tai knygai skirtame aprašomajame tinklapyje gauna pasiūlymų nusipirkti ir bukinistinių tokios pačios knygos kopijų (lentelėje „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ („*MORE BUYING CHOICES*“)). Tačiau, kita vertus, šiuo būdu ieškant bukinistinių knygų nėra garantijos, jog knygai skirtame aprašomajame tinklapyje bus pasiūlymų nusipirkti ir bukinistinių tokios pačios knygos kopijų.

Norint to išvengti ir pasiekti tik tas knygas, kurios pardavinėjamos ne tik naujos, bet ir vartotos, reikia naudotis Amazon.com svetainės bukinistinių knygų tinklapiu „Used Books“ (1 iliustracija). Į šį tinklapį patenkama per titulinį virtualaus knygyno tinklapį „Books“, jo viršutiniame meniu pasirinkus sekciją „Bukinistinės knygos“ („*Used Books*“).

Amazon.com svetainės bukinistinių knygų tinklapis „Used Books“ suteikia galimybę peržiūrėti bukinistinių knygų sąrašus pagal temas bei ieškoti konkrečios bukinistinės knygos per paieškos lauką. Reikėtų atkreipti dėmesį, jog šis bukinistinėms knygoms skirtas tinklapis nėra atskiras bukinistinių knygų katalogas. Per jį patenkama į tuos pačius naujoms knygoms skirtus aprašomuosius tinklapius, kaip ir per titulinį Amazon.com svetainės virtualaus knygyno tinklapį „Books“. Bukinistinių knygų tinklapiu „Used Books“ skirtumas nuo titulinio virtualaus knygyno tinklapiu „Books“ yra tas, kad per

jį patenkama tik į tuos naujoms knygoms skirtus aprašomuosius tinklapius, kuriuose būtinai pateikti pasiūlymai nusipirkti tokią pačią bukinistinę knygą. Taigi, bukinistinių knygų tinklapis „Used Books“ yra iš esmės analogiškas Amazon.com svetainės virtualaus knygyno tinklapiui „Books“, su tuo pačiu aprašomųjų knygų puslapių katalogu, tik į jį neįtrauktos tos knygos, kurių negalima nusipirkti naudotų. Šie tinklapiai bei jų katalogai ganėtinai identiški dar ir todėl, kad tokių knygų, kurios pardavinėjamos tik naujos Amazon.com svetainėje yra palyginus mažai. Vis dėlto bukinistinėms knygoms skirtas tinklapis turi vieną papildomą privalumą, kuris pagreitina naudotų knygų paiešką bei peržiūrą. Šis privalumas yra tai, jog suradęs reikiamą knygą, vartotojas iš karto nukeliamas į tos knygos kitų pirkimo galimybių tinklapiio lentelės skiltį „Used“, kurioje pateikiami visų siūlomų bukinistinių knygų variantai. Tokiu būdu, ypač peržiūrint keleto ar daugiau knygų aprašomuosius tinklapius, sutaupoma nemaža dalis paieškos laiko.

Norintiems ieškoti naudotų knygų peržiūrinėjant jas pagal temas, Amazon.com svetainės bukinistinių knygų tinklapyje „Used Books“ pateikta tam skirta temų lentelė „Browse Used Books“. Pateiktas knygų skirstymas pagal temas yra itin detalus. Tinklapyje pateiktoje lentelėje yra 30 temų: „Dailė ir fotografija“, „Biografijos ir memuarai“, „Kulinarinės knygos“, „Istorija“, „Namų ruošia“, „Teisė“, „Grožinė literatūra“, „Mokslas“, „Kelionės“ bei kitos. Tačiau lentelė yra tik pati pradžia itin detalaus temų medžio. Jei į lentelėje pateiktas temas žiūrėti kaip į pirmąjį medžio lygį, tai antrajame lygyje yra apie 15 kartų daugiau temų – 462 temos. Temų detalizacija dažniausiai siekia tris lygius. Pavyzdžiui, *History > Europe > Lithuania*. Trečiajam temų medžio lygiui priklauso apie kelis tūkstančius temų. Taigi, Amazon.com svetainėje bukinistinių knygų pasirinkimas daug didesnis už antikvarinių knygų pasirinkimą (antikvarinių knygų temų sąrašas yra iš esmės tik vieno lygio, tik viena iš 18 pirmojo lygio temų turi ir antrąjį lygį).

Amazon.com svetainės bukinistinių knygų tinklapyje „Used Books“ taip pat galima ieškoti konkrečios bukinistinės knygos per paieškos lauką. Tam reikia paieškos lauke pasirinkti paiešką tarp bukinistinių knygų („Used Books“). Vykdamas bukinistinės knygos paiešką, vartotojas iš karto nukeliamas į tos knygos kitų pirkimo galimybių tinklapiio lentelės skiltį „Used“, kurioje pateikiami visi siūlomų bukinistinių knygų variantai.

2.4. Antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos internetinės prekybos tinklapiuose

Internetiniuose knygynuose, prekyvietėse ar aukcionuose pirkėjai išsirenka knygas pagal jų internetinėse svetainėse pateikiamus knygų aprašus ir jas čia pat užsisako. Vėliau užsakymas atsiunčiamas paštu tiesiai pirkėjui į namus. Panašus knygų prekybos būdas vyko ir anksčiau, iki

interneto paplitimo. Tai knygų užsisakymai paštu, naudojantis tam skirtais katalogais. Tačiau internetiniai knygynai tapo daug populiariesni už, atrodytų labai panašią, nuotolinę kataloginę knygų prekybą paštu. Dar daugiau – internetiniai knygynai tampa rimti tradicinių knygynų konkurentai.

Taigi, internetiniai knygynai ženkliai pralenkė kataloginę knygų prekybą paštu. Šį faktą galima būtų paaiškinti tuo, jog elektroninės knygų pateikimo formos internetinėse svetainėse yra daug pranašesnės už knygų pateikimo formas popieriniuose užsakymų kataloguose. Visų pirma, interneto svetainėje galima pateikti kiek norint daug ir kiek norint išsamių knygų aprašymų, nes internete galima patalpinti praktiškai neribotą informacijos kiekį, nereikia skirti pinigų katalogų spausdinimui bei platinimui, o informacijos saugojimas interneto serveriuose yra palyginus labai nebrangus ir vis pingantis. Be to, internetas suteikia galimybę itin efektyviai ieškoti ir peržiūrėti knygų aprašus. Elektroninės knygų pateikimo formos yra dinamiškos ir interaktyvios, jas galima kiek norint dažnai atnaujinti, taip pat sudaryti vartotojams galimybę šalia knygos aprašymo palikti savo atsiliepimus bei komentarus. Elektroninius knygų aprašymus galima pateikti per kelis tinklapius, juos susiejus hierarchiškai, tada vartotojas galės pasirinkti peržiūrėti tik tas aprašymo dalis, kurios jam yra aktualios. Prireikus į knygos aprašo tinklapį galima patalpinti ir įvairių internetinių nuorodų, susijusių su aprašomąja knyga.

Norint išsiaiškinti antikvarinėms ir bukinistinėms knygoms skirtų internetinių pateikimo formų ypatumus, šiame darbe buvo pasirinktos išanalizuoti Amazon.com bendrovės, kaip turinčios didžiausią ir ilgiausią internetinės knygų prekybos patirtį, svetainėje sutinkamos antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos. Žemiau esančiuose poskyriuose atskirai nagrinėjamos antikvarinių bei bukinistinių knygų pateikimo formos Amazon.com svetainėje.

2.4.1. Antikvarinių knygų pateikimo formos Amazon.com bendrovės tinklapiuose

Antikvarinės knygos pateikimo forma turėtų būti kuo išsamesnė, kuo smulkiau apibūdinanti parduodamą knygą. Amazon.com svetainėje antikvarinės knygos pateikimo forma sudaro galimybę kuo išsamiau aprašyti parduodamą antikvarinę knygą. Dažniausiai antikvarinės knygos Amazon.com svetainėje parduodamos po vieną egzempliorių, todėl ir pateikimo forma pritaikyta itin išsamiam konkrečiau egzemplioriaus aprašymui.

Amazon.com svetainėje naudojamą antikvarinės knygos pateikimo formą sudaro keli elementai. Pradedant nuo knygai skirto tinklapio viršaus, pirmiausia pateikiama antikvarinės knygos pavadinimui skirta eilutė. Pavadinimo eilutėje galima nurodyti ne tik knygos pavadinimą ir jos autorių, bet ir pateikti trumpą reklaminį komentarą, pavyzdžiui, „*High Class Cookery Made Easy: by Mrs. Hart- Rare 19th Century book!*“. Po knygos pavadinimu nurodoma knygos kaina doleriais (\$), dešimtosios bei šimtosios (centai) atskiriamos ne kableliu, bet tašku. Kableliai kainose naudojami

atskirti tūkstančius. Pavyzdžiui, „\$2,800.00“ reikštų du tūkstančius aštuonis šimtus dolerių. Kainos eilutėje taip pat gali būti nurodytas ir pristatymo mokestis. Pristatymo mokestis žymimas santrumpa „*s&h fee*“. Po knygos pavadinimu taip pat pateikiama mažo formato skaitmeninė aprašomos knygos viršelio ar vieno iš puslapių nuotrauka (norintys parduoti antikvarinę knygą per Amazon.com, turėtų žinoti, jog ši nuotrauka turi būti 90x90 pikselių dydžio, JPG formato, o spalvų režimas turi būti 24 bitų). Kitas antikvarinių knygų pateikimo formos elementas, esantis žemiau kainos bei mažo formato skaitmeninės nuotraukos, yra trumpasis knygos aprašymas („*Description*“). Šis trumpasis knygos aprašymas neturi viršyti 180 ženklų, skaičiuojant su tarpais.

Amazon.com tiesiogiai neprekiuoja antikvarinėmis knygomis, o tik tarpininkauja, naudodama „Z parduotuvių“ („*zShops*“) ar „Prekyvietės“ („*Marketplace*“) programas, todėl žemiau trumpojo knygos aprašymo pateikiama pardavėjui įvardinti skirta eilutė („*Merchant*“). Šioje eilutėje nurodomas pardavėjo prekinis vardas, kuriuo pardavėjas (fizinis ar juridinis asmuo) yra užsiregistravęs Amazon.com svetainėje, pavyzdžiui, „*heritagebookshop*“, „*between_the_covers*“ ar „*a-to-b_books*“. Pardavėjo prekinį (registracinį) vardą gali sudaryti tik mažosios raidės, jis negali turėti tarpų, gali būti prasminis arba ne. Šalia pardavėjo prekinio vardo nurodomas pardavėjo reitingas (penkiabale sistema, nuo vienos iki penkių žvaigždučių), taip pat šalia skliausteliuose pateikiamas pirkėjų, pagal kuriuos buvo sudarytas reitingas, skaičius. Pardavėjo prekinis vardas yra tuo pačiu ir internetinė nuoroda (mėlynos spalvos tekstas, nes Amazon.com svetainėje internetinės nuorodos pateikiamos mėlynos spalvos šriftu), kurią spragtelėjęs vartotojas patenka į išsamų pardavėjo aprašo tinklapį. Šiame tinklapyje galima rasti įvairios informacijos, susijusio su pardavėju. Pardavėjo aprašo tinklapyje dar detaliau nurodomi pardavėjo reitingai. Atskirai nurodomas bendras reitingas (tas pats kaip ir knygos aprašui skirtame tinklapyje) ir atskirai nurodomas reitingas, įtraukiant tik paskutiniųjų (per 365 dienas) pirkėjų atsiliepimus. Tokiu būdu galima įvertinti, ar per paskutinius metus pirkėjų atsiliepimai pagerėjo, lyginant su visų kada nors pirkusių vartotojų nuomone. Galima peržvelgti ir pardavėją reitingavusių pirkėjų trumpus komentarus („*See all seller feedback*“), kurių pozityvios, o taip pat ir negatyvios nuomonės gali padėti apsispręsti pirkti knygą. Pardavėjo aprašo tinklapyje taip pat pateikiami metai ir mėnuo, nuo kada pardavėjas pradėjo prekiauti per Amazon.com svetainę („*Amazonian Since*“). Ši informacija reikalinga tiems pirkėjams, kurie labiau vertina pardavėjus, turinčius didesnę prekybos per Amazon.com patirtį. Pardavėjo aprašo tinklapyje taip pat pateikiamas trumpas pardavėjo apibūdinimas, kuriame gali būti nurodoma, kada ir kur pardavėjas pradėjo savo veiklą, kokio pobūdžio knygomis jis prekiauja, ar jis vykdo prekybą ne tik Amazon.com svetainėje, kokio dydžio yra jo knygų inventorių, kokioms knygų prekybininkų ar leidėjų organizacijoms jis priklauso. Vietoj informacijos, susijusios su pardavėjo veikla, gali būti pateikiami ir reklaminiai lozungai ar pranešimai. Bet kuriuo atveju pardavėjo apibūdinimas neturi viršyti 350-400 ženklų, skaičiuojant su tarpais. Galiausiai pardavėjo aprašymo tinklapyje pateikiamas pardavėjo adresas,

elektroninis paštas bei jo internetinės svetainės adresas. Gali būti nurodyti ir konkretaus asmens kontaktams vardas bei pavardė („*Contact name*“). Taigi, pardavėjo aprašo tinklapis talpina antikvarinių knygų pirkėjams aktualią informaciją ir todėl galėtų būti laikomas antikvarinės knygos pateikimo formos dalimi.

Kitas antikvarinės knygos pateikimo formos elementas, esantis žemiau pardavėjui įvardinti skirtos eilutės, yra išplėstinis knygos aprašymas („*Details*“). Išplėstinio knygos aprašymo apimtis negali viršyti 4000 ženklų, skaičiuojant su tarpais. Toks išsamus aprašas leidžiamas tikriausiai todėl, jog kai kurių per Amazon.com svetainę parduodamų antikvarinių knygų kainos siekia kelias dešimtis ar net kelis šimtus dolerių ir tokiu atveju pirkėjas prieš pirkdamas siekia surinkti kuo daugiau informacijos apie parduodamą knygą. Išplėstiniame knygos aprašyme smulkiai aprašoma parduodama antikvarinė knyga. Itin unikalioms ir brangioms knygoms šis aprašymas dažniausiai siekia beveik 4 000 simbolių. Čia gali būti nurodoma labai įvairi knygą apibūdinanti informacija: jos išleidimo data, knygą išleidusi leidykla, leidėjo pavardė, spaustuvės pavadinimas, leidimo numeris, matmenys (ir coliais, ir milimetrais), esantys bei trūkstami knygos lapai, surišimo tipas, viršelio medžiaga, aprašomas knygos susidėvėjimas, atlikti knygos restauravimo darbai, aprašomas knygos maketavimas, iliustracijos ir kita. Itin vertingoms knygoms (pavyzdžiui, *HISTOIRE ANCIENNE. Illuminated Manuscript on Vellum*, 1474) neretai pateikiama ir knygos istorija: kada ir kam knyga priklausė, už kiek ir kaip knyga būdavo parduodama, kokiuose žymiuose aukcionuose ar bibliotekose knyga yra buvusi.

Išplėstiniame knygos aprašyme taip pat dažniausiai pateikiama didesnio formato skaitmeninė knygos viršelio ar vieno iš puslapių nuotrauka (ši nuotrauka negali būti didesnė nei būti 530x530 pikselių dydžio, ji turi būti JPG formato, o spalvų režimas – 24 bitų). Dar reikėtų pastebėti, jog pardavėjai dažnai pirmuosius 180 išplėstinio knygos aprašymo ženklus talpina ir į trumpąjį knygos aprašymą („*Description*“), nekurdami atskiro teksto trumpajam knygos aprašymui.

Knygos tinklapije apačioje yra paskutinis antikvarinės knygos pateikimo formos elementas – prekės įsigijimo informacijos skiltis („*Item Purchase Information*“). Šioje skiltyje išskiriamos kelios dalys. Dalyje „Kiekis“ („*Quantity*“) nurodoma, kelis parduodamos antikvarinės knygos egzempliorius turi pardavėjas. Dalyje „Mokėjimo galimybės“ („*Accepted Payment Methods*“) nurodoma, kokiais būdais galima atsiskaityti už perkamą knygą. Dalyje „Vieta“ („*Location*“) nurodoma valstybė bei miestas, iš kurio pardavėjas išsiųs užsakymą, tokiu būdu pirkėjas gali įvertinti, kokios bus siuntimo išlaidos bei laikas. Dalyje „Pristatymo sąlygos“ („*Shipping Terms*“) nurodoma, į kur pardavėjas gali pristatyti knygą, dažniausiai pristatymai vykdomi tarptautiniu mastu. Dalyje „Klientų aptarnavimo sąlygos“ („*Customer Service Policy*“) nurodomos įvairios, susijusios su pirkimu sąlygos: ar pristatymo išlaidos įskaičiuotos į kainą, kokią garantiją teikia pardavėjas, ar reikia sumokėti avansą (avansas

kartais reikalaujamas perkant itin brangias knygas, nors paprastai tik iš vartotojų, perkančių pirmą kartą), ar galima grąžinti nepatikusią knygą ir kita.

Antikvarinės knygos pateikimo formos apačioje dar nurodomi pardavėjo identifikaciniai kodai („*Shops ID*“, „*SKU*“), internetinė nuoroda į visų per Amazon.com svetainę pardavėjo parduodamų knygų katalogo puslapį bei pardavėjo elektroninio pašto adresą. Visų per Amazon.com svetainę pardavėjo parduodamų knygų katalogo puslapyje galima ne tik peržiūrėti knygas pagal temas, bet ir ieškoti konkrečios knygos per tam skirtą paieškos lauką. Šie katalogai (pavyzdžiui, www.amazon.com/shops/heritagebookshop) yra Amazon.com svetainės dalis. Šalia katalogo tame pačiame puslapyje dar pateikiamas pardavėjo reitingas bei trumpas aprašas.

2.4.2. Bukinistinių knygų pateikimo formos Amazon.com bendrovės tinklapiuose

Prekyba bukinistinėmis knygomis, kaip minėta, leidykloms ar rašytojams tiesioginio pelno neduoda, tačiau, apskritai, bukinistinės knygos populiarina skaitymo kultūrą (nes dėl mažesnės kainos jas gali įpirkti daugiau žmonių) ir tai yra naudinga tiek rašytojams, tiek leidėjams. Bukinistinės knygos sudaro palyginus nedidelę Amazon.com bendrovės pelno dalį ir, atrodytų, turėtų mažinti prekybą naujomis knygomis, tačiau iš tikrųjų prekyba bukinistinėmis knygomis pagyvina Amazon.com svetainės lankomumą ir yra netgi naudinga prekybai naujomis knygomis [42]. Kadangi Amazon.com tiesiogiai neprekiauja bukinistinėmis knygomis (kaip ir antikvarinėmis), o tik tarpininkauja, naudodama „Z parduotuvių“ („*Shops*“) ar „Prekyvietės“ („*Marketplace*“) programas – jai nereikia rūpintis knygų sandėliavimu ar transportavimu, nors Amazon.com ir atitenka tam tikro dydžio komisiniai.

Amazon.com kompanija per savo vykdomą nenaujų knygų prekybos politiką sąvoką „bukinistinė knyga“ („*Used book*“) atskiria nuo sąvokos „antikvarinė knyga“ („*Rare book*“). Visos nenaujos knygos, kurios yra parduodamos šalia naujų (Amazon.com repertuare esančių) knygų ir kurioms nėra sukuriama specialūs aprašo tinklapiai priskiriamos bukinistinėms knygomis. Visos nenaujos knygos, kurių pavadinimų nėra tarp naujų Amazon.com inventoriaus knygų ir kurioms sukuriama specialūs aprašo tinklapiai, priskiriamos antikvarinėms knygomis.

Taigi, Amazon.com svetainėje bukinistinė knyga („*Used book*“) yra nenauja knyga, kurią galima tokią pačią (Amazon.com svetainėje) galima nusipirkti ir naują. Bukinistinės knygos Amazon.com svetainėje parduodamos šalia naujų knygų, joms nėra iš esmės atskiro aprašo. Kitaip sakant, bukinistinių knygų trumpi aprašai yra dalis viso naujos knygos aprašo (pateikimo formos). Todėl žemiau iš pradžių bus aptarta Amazon.com naudojama naujos knygos pateikimo forma, o vėliau, atskirai, – bukinistinės knygos pateikimo forma, nors ji ir yra naujos knygos pateikimo formos dalis.

Naujos knygos pateikimo formą sudaro keli elementai, kartais kai kurių iš jų gali būti atsisakoma. Pradedant nuo naujai knygai skirto Amazon.com svetainės tinklapio viršaus, pirmiausia pateikiama knygos pavadinimui skirta eilutė. Žemiau jos – knygos autoriams (taip pat redaktoriams, iliustratoriams) išvardinti skirta eilutė. Dažniausiai knygos autorių pavardės yra tuo pačiu ir internetinės nuorodos (mėlynos spalvos teksto), kurias spragtelėjus vartotojams pateikiamas visų autoriaus knygų, kurias galima įsigyti iš Amazon.com, sąrašas (šiam sąrašui autoriaus knygas galima surūšiuoti pagal jų parduotų egzempliorių skaičių, pagal pirkėjų sudarytus atskirų knygų reitingus, pagal kainą pradedant brangiausiomis, arba pradedant pigiausiomis, pagal knygos pasirodymo Amazon.com svetainėje datą (ši data neturi nieko bendra su knygos išleidimo data) ir pagal abėcėlę.

Kairėje pusėje žemiau knygos autoriams išvardinti skirtos eilutės pateikiama mažo formato skaitmeninė aprašomos knygos viršelio nuotrauka (ne daugiau 120x180 pikselių dydžio, JPG formato, spalvų režimas 24 bitų). Paprastai spragtelėjus šią skaitmeninę nuotrauką galima pamatyti padidintą knygos viršelio nuotrauką, o kartais (jei virš skaitmeninės mažo formato nuotraukos parašyta „LOOK INSIDE“) galima net peržiūrėti ir daugiau įvairių knygos puslapių skaitmeninių nuotraukų (pavyzdžiui, knygoje *Jonas Mekas: Just Like a Shadow*).

Dešinėje pusėje žemiau knygos autoriams išvardinti skirtos eilutės pateikiama knygos kaina. Tai kaina, kuria knyga parduodama per Amazon.com, nurodoma po žodžio „Price“. Į šią kainą neįskaičiuojamos pristatymo išlaidos, kurios priklauso nuo siuntinio skubos, siuntinio dydžio ir gavėjo šalies, į kurią bus pristatytas užsakymas. Šalia taip pat nurodoma ir kita kaina, kurią pardavėjas ar tiekėjas buvo nustatę ar pasiūlę tradicinei (ne internetinei) mažmeninei prekybai [13]. Ši kaina nurodoma po žodžių „List Price“. Taip pat nurodoma, kiek pirkėjas sutaupo pirkdamas per Amazon.com, užuot pirkęs tradiciniame knygyne (po žodžių „You Save“). Toliau nurodoma, per kiek laiko (vėliausiai) knyga išsiunčiama pirkėjui. Kada knyga pasieks pirkėją, nenurodoma, nes priklausomai nuo pirkėjo gyvenamosios vietos šis laikas gali labai ženkliai skirtis. Po žodžio „Edition“ įvardijamas knygos įrišimas (kietais ar minkštais viršeliais).

Žemiau esančioje skiltyje „Customers who bought this book also bought“ pateikiamos kitos labiausiai perkamos knygos, kurias įsigijo aprašomąją knygą nusipirkę vartotojai. Nors į šią skiltį galima žiūrėti kaip į tam tikrą reklamą, tačiau neretai per ją galima greitai surasti kitų iš tikrųjų panašaus pobūdžio knygų.

Kita skiltis yra Amazon.com redakcijos paruošta knygos apžvalga („Editorial Reviews“). Čia konkretus Amazon.com pasamdytas apžvalgininkas kuo objektyviau bei profesionaliau įvertina parduodamos knygos turinį, išsako savo nuomonę. Dažnai paminimi bei palyginami ir kiti autoriaus darbai. Kartais šalia Amazon.com redakcijos paruoštas knygos apžvalgos pateikiama ir kituose leidiniuose (pavyzdžiui, žurnale „Publishers Weekly“) paruoštų tos pačios knygos apžvalgų.

Žemiau pateikiama skiltis, skirta knygos detalių aprašymui („*Product Details*“). Šią skiltį sudaro kelios dalys. Dalyje „Apimtis“ pateikiamas knygoje esančių puslapių skaičius. Dalyje „Leidėjas“ („*Publisher*“) nurodoma leidėjas ar leidykla, kuri išleido aprašomąją knygą. Dalyje „ISBN“ nurodomas tarptautinis standartinis knygos numeris. Dalyje „Produkto dimensijos“ („*Product Dimensions*“) nurodomi knygos matmenys coliais. Dalyje „Siuntinio svoris“ („*Shipping Weight*“) nurodomas įpakuotos siuntimui knygos svoris (svarais), šalia taip pateikiama nuoroda informacijai apie pristatymo įkainius („*View shipping rates and policies*“).

Dalyje „Pirkėjų sudarytas reitingas“ („*Average Customer Review*“) pateikiamas pirkėjų sudarytas vidutinis knygos reitingas (penkiabale sistema, nuo vienos iki penkių žvaigždučių), taip pat nurodyta, kelių pirkėjų nuomonėmis remiantis buvo sudarytas šis reitingas bei nuoroda norintiems rašyti savo atsiliepimą apie knygą („*Write a review*“).

Dalyje „Padėtis tarp Amazon.com pardavimų“ („*Amazon.com Sales Rank*“) nurodoma, kokią vietą knyga užima tarp kitų Amazon.com parduodamų knygų, išrikiavus jas eilėje pagal parduotų egzempliorių skaičių (pavyzdžiui, knyga *Pan Tadeusz/English and Polish Text by Adam Mickiewicz* 2005 m. lapkričio 26 d. buvo 78375-ta tarp visų pavadinimų Amazon.com svetainėje parduodamų knygų).

Paskutinė dalis šioje skiltyje yra „Kiti knygos leidimai“ („*Other Editions*“). Šioje dalyje išvardijama kokiomis formomis puslapio peržiūros dieną galima įsigyti siūlomą knygą. Pavyzdžiui, 2005 m. lapkričio 26 d. knygą *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century by Thomas L. Friedman* buvo galima įsigyti šiomis formomis: „Knyga kietas viršeliais“ („*Hardcover*“), „Knyga minkštais viršeliais“ („*Paperback*“), „Knyga kietais viršeliais su padidintu šriftu“ („*Hardcover (Large Print)*“), „Pilna audioversija audiokasetėje“ („*Audio Cassette (Unabridged)*“), „Sutrumpinta audioversija kompaktinėje plokštelėje“ („*Audio CD (Abridged)*“), „Pilna audioversija kompaktinėje plokštelėje“ („*Audio CD (Unabridged)*“), „Elektroninė knyga Adobe Reader formatu“ („*e-book (Adobe Reader)*“), „Elektroninė knyga Microsoft Reader formatu“ („*e-book (Microsoft Reader)*“). Kiekviena išvardinta knygos forma yra tuo pačiu ir internetinė nuoroda (mėlynos spalvos tekstas), kurią spragtelėjęs vartotojas patenka tinklapį, skirtą įsigyti knygą nurodytu formatu. Toks įvairus knygos formų pasirinkimas kaip aukščiau minėtame pavyzdyje dažniausiai pateikiamas tik itin populiarioms knygoms (knyga *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century by Thomas L. Friedman* 2005 m. lapkričio 26 d. buvo ketvirta tarp visų pavadinimų Amazon.com svetainėje parduodamų knygų). Dažniausiai Amazon.com svetainėje knygos parduodamos viena ar dvejomis formomis: plonais ir/arba storais viršeliais.

Kita skiltis yra „Pirkėjų atsiliepimai“ („*Customer Reviews*“). Visus šioje skiltyje esančius atsiliepimus yra parašę knygos pirkėjai, kurie pateikia savo teigiamą nuomonę ar kritiką apie parduodamą knygą. Kiekvieno atsiliepimo antraštę sudaro: pirkėjo įsigytos knygos įvertinimas balais

(penkiabale sistema, nuo vienos iki penkių žvaigždučių), atsiliepimo pavadinimas (šis pavadinimas rašomas paryškintu šriftu, jame autorius vienu sakiniu pateikia savo nuomonę) bei data, kuri parodo, kada atsiliepimas buvo parašytas. Po antrašte taip pat nurodomas atsiliepimo autoriaus tikrasis vardas arba pseudonimas ir skliausteliuose valstybė (kartais ir miestas), kurioje gyvena atsiliepimo autorius, o šalia jų – nuoroda, norintiems perskaityti visus kitus to paties autoriaus atsiliepimus („*See all my reviews*“). Žemiau – visas atsiliepimo tekstas, kurio apimtis nėra reglamentuojama ir gali būti labai įvairi. Dažniausiai pirkėjų atsiliepimai užima apie 500-2500 ženklų, skaičiuojant su tarpais. Iš karto po pirkėjo atsiliepimo teksto yra pateikiamas klausimas „Ar šis atsiliepimas buvo jums naudingas?“ („*Was this review helpful to you?*“). Šalia šio klausimo galima spragtelėti du pateiktus atsakymo variantus – taip, arba ne. Virš atsiliepimo antraštės pateikiama statistika kiek iš atsakiusiųjų pastarąjį klausimą atsakė teigiamai (pavyzdžiui, „*5 of 7 people found the following review helpful*“). Po visų skiltyje „Pirkėjų atsiliepimai“ knygos tinklapio peržiūros metu esančių atsiliepimų pateikiama nuoroda „*See all customer reviews...*“, norintiems peržiūrėti visus kada nors apie parduodamą pirkėjų parašytus atsiliepimus. Kartais prieš skiltį „Pirkėjų atsiliepimai“ dar išskiriama skiltis „Geriausi atsiliepimai“ („*Spotlight Reviews*“). Šioje skiltyje pateikiami 1-2 atsiliepimai, kuriuos didžiausias skaičius žmonių įvertino kaip naudingus.

Žemiau pirkėjų atsiliepimų skilties pateikiama skiltis, talpinanti nuorodas į pačių pirkėjų sudarytus tam tikros temos knygų sąrašus, kuriuose paminima parduodama knyga. Šios skilties pavadinimas yra „*Listmania!*“. Pavyzdžiui, knygos *Jonas Mekas: Just Like a Shadow* skiltyje „*Listmania!*“ 2005 m. lapkričio 26 d. buvo pateiktos nuorodos į šiuos pirkėjų sudarytus tematinis sąrašus: „*LITHUANIA: A list by Lithuanian soldier*“ bei „*Mysterious Lithuania: A list by James Ferguson*“.

Dar žemiau pateikiama skiltis „Peržiūrėti panašias knygas pagal kategoriją“ („*Look for similar items by category*“). Čia talpinamos nuorodos į įvairias Amazon.com svetainės temų medžio šakas, kurioms priklauso tinklapyje aprašoma knyga. Pavyzdžiui, knygos *Jonas Mekas: Just Like a Shadow* skiltyje „*Look for similar items by category*“ 2005 m. lapkričio 26 d. buvo pateiktos nuorodos į šias Amazon.com svetainės temų medžio šakas: „*Subjects > Arts & Photography > Photography > Photo Essays*“, „*Subjects > Entertainment > Movies > Direction & Production*“ bei „*Subjects > Entertainment > Movies > History & Criticism*“. Panaši į šią skiltį yra ir iš karto po jos pateikiama skiltis „Peržiūrėti panašias knygas pagal temą“ („*Look for similar items by subject*“). Pastaroji skiltis skiriasi tuo, jog galima pasirinkti peržiūrėti knygas, priklausančias iš karto vienu metu kelioms temoms – „*Find books matching ALL checked subjects*“.

Naujos knygos pateikimo formos viršuje dešinėje pusėje yra dvi lentelės: „*PASIRUOŠĘ PIRKTI*“ („*READY TO BUY?*“) ir „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ („*MORE BUYING CHOICES*“). Jei vartotojas pageidauja pirkti naują knygą tiesiogiai iš Amazon.com kompanijos, jis turi

lentelėje „*PASIRUOŠĘ PIRKTI*“ spragtelėti nuorodą „Dėti į vežimėlį“ („*Add to Shopping Cart*“). Jei vartotojas pageidauja pirkti naują arba bukinistinę knygą iš kitų pardavėjų tarpininkaujant Amazon.com kompanijai, jis turi lentelėje „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ spragtelėti nuorodą „*bukinistinės ir naujos knygos*“ („*used & new*“). Skaičius prieš šią nuorodą rodo pardavėjų skaičių (iš kurių galima nusipirkti naują ar bukinistinę knygą tarpininkaujant Amazon.com kompanijai). Šalia šios nuorodos taip pat pateikiama mažiausia kaina (pavyzdžiui, *from \$15.17*), už kurią galima iš minėtų pardavėjų nusipirkti naują ar bukinistinę knygą. Lentelėje „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ taip pat pateikiama nuoroda, norintiems parduoti tokią pačią naują ar bukinistinę knygą per Amazon.com. Jei Amazon.com kompanija tiesiogiai neprekiauja aprašomąja knyga, vietoj dviejų lentelių „*PASIRUOŠĘ PIRKTI*“ ir „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ pateikiama tik lentelė „*PASIRUOŠĘ PIRKTI*“ su nuoroda „*bukinistinės ir naujos knygos*“.

Taigi, jei vartotojas nori įsigyti naudotą aprašomos knygos kopiją, jis turi lentelėje „*DAUGIAU PIRKIMO GALIMYBIŲ*“ spragtelėti nuorodą „*bukinistinės ir naujos knygos*“ („*used & new*“). Tada vartotojas patenka į tinklapį, kuriame esančioje lentelėje yra pateikiamos visos knygos parduodamos kitų pardavėjų tarpininkaujant Amazon.com kompanijai. Jei vartotojas nori peržiūrėti tik bukinistines parduodamos knygos kopijas, jis turi lentelės viršuje pasirinkti sekciją „*Used*“. Čia atskiruose langeliuose aprašomos visų pardavėjų parduodamos bukinistinės knygos. Šiuos bukinistinių knygų trumpus aprašus, kurie yra tik dalis viso naujos knygos aprašo, galima įvardinti kaip bukinistinių knygų pateikimo formas.

Bukinistinės knygos pateikimo formą sudaro keli elementai, išdėstyti bukinistinės knygos pateikimo formai skirtoje lentelėje. Kartais kai kurių elementų gali būti atsisakoma. Bukinistinės knygos pateikimo formos lentelę sudaro keturi stulpeliai.

Pirmasis pateikimo formos lentelės stulpelis („*Price*“) skirtas nurodyti bukinistinės knygos kainą. Ji negali viršyti tokios pačios naujos knygos kainos, jei tokią pačią naują knygą tiesiogiai parduvinėja Amazon.com bendrovė. Pirmame stulpelyje pateikiama kaina nurodoma doleriais (\$), dešimtosios bei šimtosios (centai) atskiriamos ne kableliu, bet tašku.

Antrasis pateikimo formos lentelės stulpelis („*Condition*“) skirtas nusakyti parduodamos knygos būklei. Amazon.com bendrovė yra sudariusi naujų bei naudotų knygų klasifikaciją [10]. Pagal šią klasifikaciją visos naujos bei naudotos knygos pagal savo būklę yra suskirstytos į šešias kategorijas: „*Nauja*“ („*New*“), „*Kaip nauja*“ („*Like New*“), „*Labai gera*“ („*Very Good*“), „*Gera*“ („*Good*“), „*Priimtina*“ („*Acceptable*“), „*Nepriimtina*“ („*Unacceptable*“). Kiekvienas pardavėjas turi pats įvertinti savo parduodamos knygos būklę ir priskirti knygai vieną iš minėtų šešių kategorijų. Detaliau minėti terminai, nusakantys knygų būklę, yra apibūdinti skyriuje „Pagrindiniai terminai ir sąvokos“

Trečiasis bukinistinės knygos pateikimo formos lentelės stulpelis („*Seller Information*“) skirtas pateikti įvairią informaciją, susijusią su knygos pardavėju bei pardavimu. Šis pateikimo formos lentelės stulpelis talpina daugiausiai informacijos, jį sudaro keturios dalys: „Pardavėjas“ („*Seller*“), „Reitingas“ („*Rating*“), „Pristatymas“ („*Availability*“) ir „Komentarai“ („*Comments*“).

Pradedant nuo stulpelio viršaus, dalyje „Pardavėjas“ („*Seller*“) nurodomas pardavėjo prekinis vardas, kuriuo pardavėjas (fizinis ar juridinis asmuo) yra užsiregistravęs Amazon.com svetainėje, pavyzdžiui, „*murphlau408*“, „*albooks_bargain*“ ar „*abebooks*“. Pardavėjo prekinį (registracinį) vardą gali sudaryti tik mažosios raidės, jis negali turėti tarpų. Vardas gali būti prasminis arba ne. Šalia pardavėjo vardo skliausteliuose gali būti nurodyta ir beveik visada nurodoma saugaus pirkimo garantija („*Safe buying guarantee*“). Ši garantija reiškia, kad pardavėjas yra susitaręs su Amazon.com bendrove, kad pastaroji suteiktų pirkėjui prekės garantiją. Ji teikiama tais atvejais, kai pirkėjas sumokėjo pardavėjui už knygą, o pastarasis jos laiku ar iš viso nepristatė arba pristatė nekokybišką ar netinkamą knygą. Amazon.com bendrovė gali suteikti garantiją tik tam tikram valstybių sąrašui [9]. Iš viso šiame sąrašė 2005 m. lapkričio 26 d. buvo 28 valstybės. Deja, Lietuva kol kas nėra įtraukta į šį sąrašą ir pirkėjai iš Lietuvos, perkantys naudotas knygas iš Amazon.com svetainės, minėta garantija dar negali pasinaudoti.

Antroji stulpelio dalis yra „Reitingas“ („*Rating*“). Šioje dalyje nurodomas pardavėjo reitingas (penkiabale sistema, nuo vienos iki penkių žvaigždučių), sudarytas pagal pirkėjų atsiliepimus per paskutinius dvylika mėnesių. Šalia skliausteliuose pateikiamas pirkėjų, pagal kurių atsiliepimus buvo sudarytas šis reitingas, skaičius (pavyzdžiui, „*1638 ratings*“). Taip pat greta pateikiamas ir visų (nuo pardavėjo veiklos pradžios) rašiusių atsiliepimus pirkėjų skaičius (pavyzdžiui, „*1914 lifetime ratings*“). Šie reitingus rašiusių pirkėjų skaičiai tuo pačiu yra ir internetinės nuorodos (mėlynos spalvos tekstas), kurią nors iš jų spragtelėjęs vartotojas patenka į išsamų pardavėjo reitingų bei atsiliepimų tinklapį. Šiame tinklapyje pateiktoje lentelėje atskirai nurodyta, kiek pirkėjų reitingavo pardavėją per paskutines 30 dienų, paskutines 90 dienų, paskutines 365 dienas bei per visą pardavėjo veiklos Amazon.com svetainėje laikotarpį. Taip pat nurodoma, kokia dalis pirkėjų atsiliepimų (procentais) buvo teigiami, neigiami ar neutralūs. Teigiamais laikomi tie atsiliepimai, kuriuose pirkėjai knygą įvertina 4-5 žvaigždutėmis, neigiamais – tie, kuriuose pirkėjai knygą įvertina 1-2 žvaigždutėmis. Jei pirkėjo paliktame atsiliepime knyga įvertinama 3 žvaigždutėmis, jis laikomas neutraliu [9]. Teigiamų, neigiamų bei neutralių atsiliepimų procentai lentelėje nurodomi kiekvienam iš aukščiau minėtų laikotarpių, todėl įmanoma įvertinti, kaip bėgant laikui kito pirkėjų nuomonė apie pardavėją ir ar pardavėjas atsižvelgė į pirkėjų nuomonę. Žemiau pardavėjo reitingų bei atsiliepimų tinklapyje esančios lentelės pateikiami pilni paskutiniai penki pirkėjų parašyti atsiliepimai. Spragtelėjus šalia esančią nuorodą „*See all seller feedback*“ galima peržvelgti visus kada nors pirkėjų paliktus trumpus atsiliepimų komentarus, jei tai vartotojui padės apsispręsti pirkti knygą.

Kita bukinistinės knygos pateikimo formos lentelės trečiojo stulpelio dalis yra „Pristatymas“ („*Availability*“). Šioje dalyje nurodoma, per kiek laiko pardavėjas išsiunčia knygą pirkėjui, šis laikas nurodomas darbo dienomis (dažniausiai 1-2 darbo dienos). Per kiek laiko išsiųsta knyga pasieks pirkėją nenurodoma, nes tai priklauso nuo konkrečios pirkėjo gyvenamosios vietos. Toliau nurodoma valstybė (JAV atveju ir valstija), iš kurios pardavėjas išsiųs užsakymą, tokiu būdu pirkėjas gali įvertinti, kokios bus siuntimo išlaidos bei laikas. Taip pat nurodoma, ar pardavėjas gali pristatyti knygą tarptautiniu mastu („*International shipping*“) ir ar pirkėjas gali pasirinkti pagreitintą pristatymą („*Expedited shipping*“). Šios dalies pabaigoje pateikiama nuoroda „*shipping rates*“, norintiems smilkiau susipažinti su siuntimo tarifais.

Paskutinė bukinistinės knygos pateikimo formos lentelės trečiojo stulpelio dalis yra „Komentarai“ („*Comments*“). Ši dalis nėra privaloma ir dažnai pardavėjai nepalieka jokių komentarų, jei mano, jog komentarai nesuteiks papildomos vertingos informacijos. Komentarų skiltis yra laisvos formos, paprastai neužimanti daugiau 150 ženklų, skaičiuojant su tarpais, o neretai komentarą sudaro tik keli žodžiai. Komentaruose gali būti patikslinama knygos būklė, nurodomi pardavėjo identifikaciniai kodai, nurodoma, ar knyga buvo skaityta ir pan.

Paskutinis bukinistinės knygos pateikimo formos lentelės stulpelis skirtas pateikti knygos užsakymą, spragtelint nuorodą „Dėti į vežimėlį“ („*Add to Cart*“). Šalia taip pat pateikiama nuoroda, norintiems aktyvuoti „vieno spragtelėjimo prekybą“ (*1-Click Shopping*), kad kitą kartą pateikti užsakymą būtų paprasčiau.

Jei vartotojas nori sugrįžti į tokios pačios naujos knygos aprašomąjį puslapį (pateikimo formą), jis turi tinklapio viršuje pasirinkti nuorodą „*View product details*“.

3. ANTIKVARINIŲ IR BUKINISTINIŲ KNYGŲ INTERNETINĖ PREKYBA LIETUVOJE

Antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinė prekyba yra palyginus labai naujas reiškinys Lietuvos knygų prekyboje. Šiuo metu Lietuvoje antikvarinėmis ar bukinistinėmis knygomis prekiaujama dviejuose internetiniuose knygynuose, o taip pat bukinistinių knygų prekybai paruošta vieno internetinio aukciono svetainė.

3.1. Antikvarinių ir bukinistinių knygų prekyba internetiniame knygyne Super.lt

Svarbiausias Lietuvos internetinis knygynas, kuriame be naujų knygų sutinkamas plačiausias ir antikvarinių bei bukinistinių knygų pasirinkimas, yra internetinė parduotuvė Super.lt. Antikvarinėmis bei bukinistinėmis knygomis Super.lt knygynas pradėjo prekiauti palyginus neseniai, nes tai vis dar yra naujiena, pateikiama knygyno titulinio tinklapio skiltyje „Super.lt naujienos“. Šio elektroninio knygyno internetinė svetainė pasiekama adresu <http://www.super.lt/>.

Internetinėje svetainėje esančiame pagalbos tinklapyje pateikiamoje informacijoje nurodoma, jog internetinė parduotuvė Super.lt yra uždarnosios akcinės bendrovės „Naujosios komunikacijos prekyba“ projektas, parduotuvę programuoja ir jos dizainą kuria UAB „Zenito technologijos“, o prekių pristatymą Lietuvoje vykdo kompanija UAB „Baltic Logistic System Vilnius“ [36].

UAB „Naujosios komunikacijos prekyba“ internetinį knygų verslą pradėjo 2001 m. pavasarį. Šiuo metu tai geriausias ir dažniausiai lankomas elektroninio knygų verslo projektas Lietuvoje. UAB „Naujosios komunikacijos prekyba“ įmonė turi kontraktus su daugiau nei 20 leidyklų. Vidutiniškai kiekvieną mėnesį pasirašomi 2-3 nauji kontraktai. Absoliuti dauguma (80%) internetinio knygyno Super.lt pirkėjų – iš Lietuvos, dažniausiai gyvenantys ne Vilniuje. Didžiąsą dalį tarp likusių 20% knygyno klientų sudaro užsienyje (ypač JAV) gyvenantys lietuviai [16].

3.1.1. Prekių užsisakymas bei apmokėjimas internetiniame knygyne Super.lt

Kaip ir Amazon.com bei daugumoje kitų internetinių parduotuvių, internetiniame knygyne Super.lt vartotojai, išsirinkę knygas, deda jas į virtualų pirkinių krepšelį (informacija apie sudarytą virtualų pirkinių krepšelį saugoma vartotojo kompiuteryje kaip „cookies“ bylos), kurio turinį bet

kuriuo metu galima pakeisti, pridėdant naujų knygų ar išimant anksčiau pasirinktas knygas bei koreguojant jų egzempliorių skaičių. Vėliau pirkėjai užsisako iš karto visas virtualiame pirkinių krepšelyje sukrautas knygas. Prieš užsisakant knygas, būtina vartotojo registracija. Privalomi laukai naujo pirkėjo registracijos formoje: „Prisijungimo vardas“, „Slaptažodis“, „Vardas“, „Pavardė“, „El. paštas“, „Šalis“ (pasirinkti vieną valstybę iš 272-jų valstybių sąrašo), „Telefonas“; kiti laukai (neprivalomi) – „Miestas“, „Rajonas / Valstija“, „Pašto indeksas“, „Mob. telefonas“ [35]. Priešingai nei Amazon.com ar kituose didžiuosiuose pasauliniuose internetiniuose knygynuose, Super.lt knygyne vartotojai knygas gali užsisakyti ir elektroniniu paštu (*knygos@super.lt*). Tai požymis, jog Super.lt pardavimų apimtis nėra tokia didelė, kad neapsimokėtų ar būtų pernelyg sudėtinga administruoti elektroniniu paštu pateikiamus užsakymus.

Sumokėti už pirkinius, užsisakytus Super.lt knygyne, galima keliais būdais:

1. Grynaisiais pinigais pristatymo metu (mokėti grynaisiais pinigais už pirkinius galima tik Lietuvoje, atsiskaitoma prekes pristatysiam kurjeriui, pasirašoma pristatymą patvirtinančiame dokumente ir sumokama visa užsakymo suma);

2. Išankstiniu mokėjimu banko pavedimu (užsakymui apmokėti reikalinga suma pervedama į SEB Vilniaus banke esančią UAB „Naujosios komunikacijos prekyba“ sąskaitą, atsiskaitant už pirkinius pavedimu, užsakymas išsiunčiamas iš karto, kai tik pinigai patenka į bendrovės sąskaitą);

3. Išankstiniu mokėjimu čekiu;

4. Mokant per Hansabanko internetinių paslaugų svetainę *hanza.net*;

5. Mokant per SEB Vilniaus banko internetinių paslaugų svetainę *ebankas.seb.lt* (šį mokėjimo būdą planuojama įdiegti artimiausiu metu);

6. Apmokant banko kortele (knygynas Super.lt netrukus prisijungs prie tarptautinės WorldPay atsiskaitymo kredito kortelėmis sistemos, atsiskaityti bus galima visomis kreditinėmis VISA ir Eurocard/Mastercard mokėjimo bei virtualiomis kortelėmis) [36].

Taigi, mokėjimo būdų spektras už pirkinius, užsisakytus Super.lt knygyne, yra pakankamai platus ir tai galima būtų įvardinti kaip svarią prielaidą tolesnei šio lietuviško internetinio knygyno plėtotei, o tuo pačiu ir antikvarinių bei bukinistinių knygų internetinės prekybos augimui Lietuvoje. Kaip tam tikrą laikiną atsiskaitymo trūkumą reikėtų pabrėžti tai, jog kol kas neįmanoma už užsisakytas knygas apmokėti banko kortele (nors tai yra pasauliniuose internetiniuose knygynuose dažniausiai taikomas apmokėjimo būdas). Kita vertus, Super.lt knygyne įsigytų knygų pristatymas pirkėjams yra palyginus nebrangus – logistikos partneriai UAB „Baltic Logistic System Vilnius“ („Bizpak“) užsakytas prekes pristato į bet kurią vietą Lietuvoje už 6 litus (nepriklausomai nuo perkamų knygų kiekio) [36].

3.1.2. Internetiniame knygyne Super.lt parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškos galimybės

Antikvarinių ir bukinistinių knygų prekybos ypatybes, priklausančias būtent nuo pačios internetinio knygyno Super.lt internetinės svetainės struktūros ir vartotojams suteikiamų galimybių, galima būtų aptarti pradėdant šių knygų paieška. Internetiniame knygyne Super.lt knygų peržiūra vykdoma įvairiuose teminiuose kataloguose, o knygų paieškai kiekviename svetainės tinklapyje galima naudoti tam skirtą paieškos lauką. Jame knygų paieška galima pagal pavadinimą, autorių arba leidyklą. Paieškos lauke pakanka įrašyti žodžio pradžią, taip pat galima įrašyti visą žodį ar net kelis žodžius.

Deja, Super.lt paieškos laukai iš esmės nėra pritaikyti knygyno svetainėje esančių antikvarinių ar bukinistinių knygų paieškai, nes juose nėra galimybės vykdyti paieškos tik tarp antikvarinių ir/arba bukinistinių knygų. Pavyzdžiui, norėdami Amazon.com internetinio knygyno svetainėje surasti konkrečią antikvarinę knygą, vartotojai Amazon.com svetainės paieškos laukuose pasirenka opciją „*Collectible Books*“, ir paieška vykdoma tik tarp antikvarinėmis pažymėtų knygų (taip pat yra ir Amazon.com svetainėje ieškant konkrečios naudotos knygos – pasirinkus opciją „*Used Books*“ paieška vykdoma tik tarp bukinistinėmis pažymėtų knygų).

Tuo tarpu Super.lt elektroninio knygyno internetinėje svetainėje tokios galimybės nėra. Vartotojai ieškodami konkrečios antikvarinės ar bukinistinės knygos neturi galimybės pasirinkti rodyti rezultatus tik tarp antikvarinių ar bukinistinių knygų, nes visais atvejais kartu pateikiami ir naujų, ir bukinistinių knygų paieškos rezultatai. Ši trūkumą galbūt galima laikyti ir ne tokiu reikšmingu, turint omenyje, jog Super.lt knygyne parduodamų knygų repertuaras nėra (palyginus su Amazon.com svetainėje esančiu repertuaru) itin platus ir todėl vartotojams neturėtų būti itin sunku iš visų gautų paieškos rezultatų atsirinkti antikvarines ar bukinistines knygas. Tačiau jei per Super.lt internetinį knygyną parduodamų knygų skaičius augtų, svetainės administratoriai būtinai turėtų sudaryti galimybes ieškoti norimos knygos tik tarp antikvarinių ar bukinistinių knygų pavadinimų.

Kaip ir bet kokią internete esančią informaciją, taip ir per Super.lt internetinį knygyną parduodamų knygų galima bandyti ieškoti per universalias internetinės paieškos sistemas (tokias kaip *Google*, *Yahoo!*, *Lycos* ir kt.), o taip pat negalima atmesti galimybės surasti per Super.lt parduodamų knygų, naudojantis specializuotomis knygų internetinės paieškos sistemomis (kaip *AddALL* ar *BookFinder.com*).

Norint įvertinti, kokios yra galimybės, naudojantis universaliomis paieškos sistemomis ar specializuotomis knygų paieškos sistemomis, siekiant surasti konkrečią per Super.lt internetinį

knygyną parduodamą knygą, 2005 m. gruodžio 5 d. buvo atliktas žemiau aprašytas tyrimas. Iš pradžių tarp Super.lt knygyne pateikiamų knygų pavadinimų repertuaro buvo pasirinkta viena antikvarinė knyga (*Justinas Staugaitis „Bažnyčios Istorija“*, išleista 1922 m.) ir viena bukinistinė knyga (*Borisas Sergejevas „Atminties paslaptys“*, išleista 1983 m.), o vėliau atlikta šių knygų paieška per universalias internetinės paieškos sistemas *AltaVista*, *Yahoo!*, *Google* ir *Lycos* bei per pagrindines specializuotas internetinės knygų paieškos sistemas *AddALL* ir *BookFinder.com*. Ieškant šių knygų, ir vienos, ir kitos knygos atveju kaip paieškos raktažodžiai buvo naudoti knygos pavadinimo žodžiai ir autoriaus vardas bei pavardė (atitinkamai: „Justinas“ „Staugaitis“ „Bažnyčios“ „Istorija“ ir „Borisas“ „Sergejevas“ „Atminties“ „paslaptys“). Pasirinktos antikvarinės ir pasirinktos bukinistinės knygų paieškų rezultatai iš esmės gauti identiški.

Ieškant per *AddALL*, o vėliau per *BookFinder.com* nė vienos iš dviejų knygų šios specializuotos knygų paieškos sistemos nerado. Tai tikriausiai reikštų, jog Super.lt knygynas nėra įtrauktas į šių paieškos sistemų peržiūrimų knygynų sąrašus, todėl Super.lt knygyno administratoriai turėtų įvertinti, ar būtų reali nauda knygynei, jei interneto vartotojai įgytų galimybę surasti Super.lt parduodamas knygas per *AddALL* ar *BookFinder.com*, o taip pat Super.lt administratoriai turėtų išsiaiškinti registracijos šiose specializuotose knygų paieškos sistemose galimybes.

Minėtų *Boriso Sergejevo* bei *Justino Staugaičio* knygų ieškant per universalią paieškos sistemą *Lycos*, ši paieškos sistema nepateikė nė vieno rezultato, – tinklapyje atsirado užrašas „*There are no WEB results for this search term*“. Pasak Gedimino Navicko (Matematikos ir informatikos instituto Atpažinimo procesų skyriaus doktoranto, 2004-2005 m. m. Leidybos studijų programos magistrantams vedusio Elektroninės leidybos ir poligrafijos kurso pratybas), visas paieškos sistemas iš esmės galima skirstyti į automatines (kurios automatiškai, naudodamos įvairius paieškos algoritmus, pagal paieškoje įvestus raktažodžius ieško konkrečių internetinių tinklapių visame internete) ir registracines (kurios pagal paieškoje įvestus raktažodžius vykdo paiešką tik tarp sistemoje registruotų tinklapių). Super.lt knygynas tikriausiai nėra užregistruotas *Lycos* paieškos sistemoje, kuri pagal paieškos rezultatų pobūdį yra registracinė. Viena vertus, Super.lt knygyno registracija *Lycos* sistemoje būtų naudinga interneto vartotojams per *Lycos* ieškantiems Super.lt parduodamų knygų, tačiau kita vertus, automatinės paieškos sistemos, pasak Gedimino Navicko, tampa vyraujančiomis ir tikėtina, jog ta pati *Lycos* netrukus atsisakys registracinės paieškos.

Ieškant internetiniame knygyne Super.lt parduodamos antikvarinės knygos *Justinas Staugaitis „Bažnyčios Istorija“* bei bukinistinės knygos *Borisas Sergejevas „Atminties paslaptys“* per kitas pasirinktas universalias internetinės paieškos sistemas (*AltaVista*, *Yahoo!* bei *Google*), buvo gauti kur kas geresni rezultatai. Ieškant *Boriso Sergejevo* knygos „*Atminties paslaptys*“, – ir *AltaVista*, ir *Yahoo!*

ir *Google* sistema kaip vienintelį paieškos rezultatą pateikė nuorodą į šios knygos Super.lt svetainėje esantį aprašo tinklapį.

Ieškant *Justino Staugaičio* knygos „*Bažnyčios Istorija*“, – *AltaVista* ir *Yahoo!* paieškos sistemos pateikė po 41 rezultatą. Tarp šių rezultatų nuorodą į *Justino Staugaičio* knygos Super.lt svetainėje esantį aprašo tinklapį abiem atvejais užėmė 26 vietą. Kita vertus, tai tik dalinis (nors šiame tyrime ir esminis) sutapimas, nes kitos *AltaVista* ir *Yahoo!* rezultatuose pateiktos internetinės nuorodos bei jų eiliškumas buvo tik panašūs, bet nevienodi. 26 vieta (iš 41) tarp paieškos rezultatų tikriausiai nėra pakankamai aukšta. Pasak doc. dr. Nerutės Kligienės (Matematikos ir informatikos instituto Atpažinimo procesų skyriaus vyresniosios mokslo darbuotojos, 2004-2005 m. m. Leidybos studijų programos magistrantams skaičiusios Elektroninės leidybos ir poligrafijos kursą), interneto vartotojai retai kada turi tiek kantrybės, kad peržiūrėtų visus ar bent didžiąją dalį universalių paieškos sistemų pateiktų rezultatų, nes paprastai interneto vartotojai didžiausią dėmesį skiria tik 10 aukščiausiai reitinguojamų paieškos rezultatų, kadangi būtent toks skaičių nuorodų pateikiamas pirmajame paieškos sistemos sugeneruotame tinklapyje. Ieškant *Justino Staugaičio* knygos „*Bažnyčios Istorija*“ ir naudojant *Google* paieškos sistemą, buvo pateikti 58 rezultatai, tačiau ypač svarbu, jog nuoroda į *Justino Staugaičio* knygos Super.lt svetainėje esantį šios knygos aprašo tinklapį užėmė pačią pirmą vietą.

Ieškotos šiuo metu (2005 m. gruodžio 5 d.) per Super.lt internetinį knygyną pardavinėjamos *Boriso Sergejevo* ir *Justino Staugaičio* knygos tarp *Google* pateiktų rezultatų eilės buvo iš tikrųjų labai aukštai reitinguotos (abi iš jų pirmu numeriu). Pasak Gedimino Navicko, *Google* paieškos sistemos (kuri yra automatinė) naudojami paieškos algoritmai itin aukštai reitinguoja internetinius tinklapius, kuriuose visi ieškomo teksto žodžiai sutampa su tinklapio techniniame pavadinime esančiais žodžiais. Tinklapio techninį pavadinimą interneto vartotojai mato pačiame naudojamos naršyklės viršuje virš komandų meniu juostos. Internetinio tinklapio HTML kode techninis tinklapio pavadinimas rašomas tarp žymų „<title>“ ir „</title>“. Internetiniame knygynė Super.lt visuose knygų aprašų tinklapių techniniuose pavadinimuose yra nurodytas tinklapyje aprašytos knygos pavadinimas bei autorius, pavyzdžiui: <title> *Justinas Staugaitis - Bažnyčios Istorija - Super.lt* </title>. Todėl per *Google* paieškos sistemą ieškant konkrečios knygos (raktiniais žodžiais pasirenkant autoriaus vardą, pavardę bei knygos pavadinimo žodžius) visi paieškoje naudoti žodžiai sutampa su tinklapio techniniu pavadinimu. Jei knyga yra parduodama Super.lt knygynė, nuoroda į šios knygos Super.lt svetainėje esančio aprašo tinklapį bus itin aukštai reitinguojama tarp visų *Google* pateiktų paieškos rezultatų.

Šis internetiniame knygynė Super.lt esančių knygų paieškos tyrimas (per kitas nei Super.lt knygynė esančias paieškos sistemas) galėjo apimti ir daugiau paieškos sistemų, tačiau labai tikėtina, jog būtų buvę gauti panašaus pobūdžio *Google* paieškos sistemai išskirtinai palankūs rezultatai. Ši universali paieškos sistema *Google* yra pripažįstama kaip moderniausia paieškos sistema, taikanti

pažangiausias internetinės paieškos technologijas, o be *AddALL* ar *BookFinder.com* daugiau nėra plačiai žinomų specializuotų knygų paieškos sistemų.

Taigi, internetinio knygyno Super.lt knygų aprašo tinklapių techniniai pavadinimai yra gerai pritaikyti jų paieškai per universalią paieškos sistemą Google. Tai ypač svarbu, nes ši universali paieškos sistema yra šiuo metu pati žinomiausia ir interneto vartotojų dažniausiai naudojama paieškos sistema.

3.1.3. Internetiniame knygyne Super.lt parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų peržiūra

Internetiniame knygyne Super.lt parduodamų knygų temų katalogas pateiktas titulinio tinklapio (o taip pat ir bet kurio kito svetainės tinklapio) kairėje pusėje. Šį sąrašą sudaro temų grupių pavadinimai (paryškintu juodu šriftu) bei po kiekvieno iš jų išvardinti tam tikrai temų grupei priklausantys įvairių temų pavadinimai (normalaus ryškumo mėlynu šriftu). Tarp temų grupių pavadinimų yra sutinkami: „Apie Lietuvą“, „Dokumentinė literatūra“, „Poezija“, „Kompiuteriai ir internetas“ ir kt. Pavyzdžiui, temų grupei „Dokumentinė literatūra“ priklauso šios temos: „Eseistika“, „Publicistika“, „Atsiminimai“ ir „Biografijos“. Kiekvienos temų kataloge esančios temos (bet ne temų grupės) pavadinimas yra ir internetinė nuoroda, kurą spragtelėjęs vartotojas patenka į tos temos knygų sąrašo tinklapį.

Super.lt knygyno svetainės knygų kataloge viena iš temų grupių yra „Iš antrų rankų“. Šiai grupei priklauso temos: „Detektyvai, fantastika, meilės romanai“ (75), „Lietuvių ir užsienio grožinė literatūra“ (46), „Negrožinė literatūra“ (32), „Antikvariatas“ (37) (skliausteliuose nurodytas knygų pavadinimų skaičius 2005 m. gruodžio 8 d.). Pats temos grupės pavadinimas, atrodytų, yra skirtas įvardinti bukinistinėms knygoms. Iš tikro pirmosios trys grupės temų pavadinimų yra internetinės nuorodos į atitinkamos tematikos bukinistinių knygų sąrašų tinklapius. Tačiau temos pavadinimas „Antikvariatas“ yra nuoroda į antikvarinių knygų sąrašo tinklapį. Tokia situacija galbūt rodo tam tikrą Super.lt svetainės programuotojų nenuoseklumą. Logiškiau būtų svetainės knygų kataloge sukurti atskirą temų grupę „Antikvariatas“. Tokiu atveju Super.lt knygyno vartotojai galėtų patogiau peržiūrinėti antikvarines arba bukinistines knygas.

Super.lt knygyno tituliniam puslapyje esančioje naujienų skiltyje „Super.lt naujienos“ yra internetinė nuoroda „KNYGOS IŠ ANTRŲ RANKŲ“, kurią spragtelėjęs vartotojas patenka į tinklapį, pavadintą „Naujienos: KNYGOS IŠ ANTRŲ RANKŲ“ („ “ – tinklapio korektūros klaida). Šį tinklapį galima būtų įvardinti kaip tam tikrą bukinistinių knygų prekybai skirtą svetainės

puslapį. Čia pakartotinai pateikiamos tos pačios kaip svetainės knygų kataloge esančios internetinės nuorodos („Detektyvai, fantastika, meilės romanai“, „Lietuvių ir užsienio grožinė literatūra“, „Negrožinė literatūra“) į atitinkamos tematikos bukinistinių knygų sąrašų tinklapius. Reikia pastebėti, jog šalia šių nuorodų nėra nuorodos „Antikvariatas“ į antikvarinių knygų sąrašo tinklapį. Šiame tinklapyje tai pat skelbiama, jog Super.lt knygynas priima knygas komisui iš asmeninių bibliotekų (siūlomų knygų sąrašus galima siųsti el. paštu *knygos@super.lt*).

Spragtelėjęs vieną iš Super.lt knygyno svetainėje esančių nuorodų (knygų kataloge ar ką tik aptartame tinklapyje „KNYGOS IŠ ANTRŲ RANKŲ“) į tam tikros tematikos bukinistinių ar knygų sąrašo tinklapį, vartotojas šiame tinklapyje gali peržiūrinėti pasirinktos tematikos knygas. Vartotojas turi galimybę rūšiuoti sąrašo knygas „pagal pavadinimą“, „pagal datą“ ir „pagal kainą“. Tai, aišku, yra privalumas, kad palyginus su didžiais pasauliniais elektroninės knygų prekybos tinklais nedidelis internetinis knygynas Super.lt suteikia vartotojams tam tikras galimybes rūšiuoti pasirinkto sąrašo knygas. Tačiau reikėtų aptarti ir šių galimybių trūkumus. Rūšiavimas, pavydžiui, Amazon.com svetainėje galimas ir tiesiogiai pagal abėcėlę (nuo A iki Z), ir atvirkščiai pagal abėcėlę (nuo Z iki A). Tuo tarpu Super.lt svetainėje yra galimybė knygų sąrašuose esančias knygas rūšiuoti tik tiesiogiai pagal abėcėlę (rūšiavimas „pagal pavadinimą“).

Kitas trūkumas, jog Super.lt knygyne rūšiuojant knygas „pagal kainą“ pirmiausia pateikiamos pigiausios knygos, o galimybės rūšiuoti knygas pagal kainą taip, kad pirmiausiai būtų pateikiamos brangiausios knygos – nėra. Tai ypač jaučiamas trūkumas peržiūrint antikvarinių knygų sąrašą, juk tikriausiai dauguma antikvarinių knygų kolekcininkų pirmiausiai domintų būtent brangiausios, didžiausią vertę turinčios antikvarinės knygos (pavydžiui, Amazon.com internetinio knygyno svetainėje antikvarinių knygų sąrašus galima peržiūrinėti pradedant pasirinktai nuo mažiausios arba nuo didžiausios kainos, nors bukinistinių knygų peržiūrai tokia galimybė ir nesuteikiama).

Pagaliau Super.lt svetainėje pasirenkant antikvarinių ar tam tikros temos bukinistinių knygų sąrašų knygas rūšiuoti „pagal datą“, – knygos rūšiuojamos ne pagal jų išleidimo datas, o (labai tikėtina, nors tai svetainėje ir neakcentuojama) pagal jų pasirodymo Super.lt knygyne datas, tačiau tokiu atveju žodžius rūšiavimas „pagal datą“ reikėtų pakeisti žodžiais „knygos pasirodymo svetainėje data“ ar pan. (kas maždaug atitiktų angliškuose knygynuose naudojamą frazę *Sort books by: „newly listed“*). Ir vis dėlto būtų labai svarbu, jog Super.lt knygynas įdiegtų ypač antikvarinių (o taip pat ir bukinistinių) knygų rūšiavimo galimybę būtent pagal konkrečios knygos išleidimo datą. Tai tikrai būtų įmanoma, nes iš esmės visų Super.lt internetiniame knygyne parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų išleidimo datos yra žinomos, jos nurodytos kiekviename atskiros knygos aprašo tinklapyje. Super.lt knygyne taip pat trūksta galimybės pasirinktos temos knygas rūšiuoti pagal perkamumą (angl. *bestselling*), sąrašo viršuje pateikiant labiausiai perkamas knygas. Tokia galimybė tikriausiai nebūtų

itin aktuali antikvarinėms knygoms, kurios dažniausiai pardavinėjamos po vieną egzempliorių, tačiau galėtų būti reikšminga rūšiuojant bukinistines knygas. Bukinistinių knygų rūšiavimo galimybė pagal perkamumą yra taikoma tokiose žinomose internetiniuose knygynuose kaip Amazon.com, Barnes & Noble.com ar Powell's Books.

Peržiūrint internetiniame knygyne Super.lt esančius įvairių temų bukinistinių bei antikvarinių temų sąrašus, vartotojas vienu metu naršyklėje mato lygiai 10 knygų pavadinimų. Daugumoje internetinių knygynų vartotojai turi galimybę pasirinkti, kiek peržiūrimo sąrašo knygų pavadinimų vienu metu matys savo interneto naršyklėje (pavyzdžiui, „10“, „25“, „50“, „100“ ir pan.). Ši knygų peržiūros galimybė galbūt ir nėra esminė, tačiau tam tikrai daliai knygyno svetainės lankytojų galėtų būti parankesnė. Taip galėtų būti dar ir dėl to, jog parsisiųsti į naršyklę penkis puslapius po 10 knygų pavadinimų užima daugiau laiko nei parsisiųsti vieną puslapį su 50 knygų pavadinimų (pastaruoju atveju siunčiama mažiau pagalbinės informacijos). Nors apskritai Super.lt knygyno tinklapiu nėra perkrauti informacijos (pavyzdžiui, reklamos pateikta tikrai mažiau nei daugumoje kitų internetinių knygynų) ir tai pagreitina knygų peržiūrą Super.lt svetainėje.

3.1.4. Antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos internetinio knygyno Super.lt tinklapiuose

Peržiūrinėdamas internetiniame knygyne Super.lt esančius įvairių temų bukinistinių bei antikvarinių temų sąrašus, vartotojas, radęs jį dominančią knygą, spragteli viena iš internetinių nuorodų, – knygos pavadinimą ar žodį „Išsamiau“, – ir patenka į konkrečiai knygai skirtą knygos aprašo tinklapį. Šiame tinklapyje pagal tam tikrą knygos pateikimo formą aprašoma parduodama antikvarinė ar bukinistinė knyga. Super.lt knygyne (priešingai nei Amazon.com svetainėje, kur antikvarinių ir bukinistinių knygų pateikimo formos ypač skiriasi) ir antikvarinėms knygoms, ir bukinistinėms knygoms naudojama tokios pačios pateikimo formos.

Internetinio knygyno Super.lt svetainėje naudojamą antikvarinės ar bukinistinės knygos pateikimo formą sudaro keli elementai. Pradedant nuo konkrečiai knygai skirto tinklapio viršaus, pirmiausia pateikiama antikvarinės knygos pavadinimui ir autoriui (jei žinomas) įvardinti skirta eilutė. Aukščiau rašomas knygos pavadinimas (mėlynu paryškintu šriftu, pavyzdžiui, *Sunki laisvė*), o po juo knygos autoriaus vardas ir pavardė (juodu paryškintu šriftu, pavyzdžiui, *Vytautas Radžvilas*). Kartais knygos autoriaus vardas yra ir internetinė nuoroda, jei užėjus su kursoriaus šriftas tampa pabrauktas, nukreipianti vartotoją į tinklapį, skirtą trumpai apibūdinti autoriaus asmenybę. Pavyzdžiui, Vytautui Radžvilui skirtame tinklapyje rašoma: „Vytautas Radžvilas – filosofas ir politologas, Vilniaus universiteto Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto docentas, humanitarinių mokslų

daktaras. Daugelio straipsnių aktualiais kultūrinio, visuomeninio ir politinio gyvenimo klausimais autorius“ [37].

Kairėje pusėje žemiau antikvarinės ar bukinistinės knygos pavadinimui ir autoriui įvardinti skirtos eilutės, pateikiama knygos viršelio nuotrauka. Ši nuotrauka dažniausiai būna 110x170 pikselių dydžio, GIF formato, o spalvų režimas – iki 256 spalvų. Taigi, Super.lt svetainėje šalia parduodamų antikvarinių ar bukinistinių knygų pateikiamos skaitmeninės nuotraukos yra gana mažos ir vidutiniškos kokybės (palyginus, pavyzdžiui su Amazon.com internetinės svetainės antikvarinių ar bukinistinių knygų aprašuose sutinkamomis nuotraukomis, kurių charakteristikos nurodytos 2.4.1. bei 2.4.2. darbo poskyriuose). Atrodo, jog Super.lt knygyne knygų nuotraukos pateikiamos tik tam, kad pirkėjai susidarytų labai bendrą vaizdą apie knygos išvaizdą. Didesnio formato ir aukštesnės kokybės skaitmeninės nuotraukos teiktų papildomą informaciją ne tik apie knygos dizainą, bet ir apie pačią knygos būklę. Tai būtų ypač aktualu vartotojui renkantis antikvarines ar bukinistines knygas. Aišku, didelio formato skaitmeninės nuotraukos užima nemažai informacinių vienetų, o tai daugiau ar mažiau lėtina tinklapio pasikrovimą vartotojo naršyklėje. Tačiau tokiu atveju galima būtų taikyti Amazon.com internetiniame knygyne naudojamą sprendimą, kai knygos apraše esanti mažo formato nuotrauka yra tuo pačiu ir internetinė nuoroda, kurią spragtelėjęs vartotojas patenka į kitą internetinį tinklą, kuriame gali peržiūrėti knygos viršelio ar kai kurių kitų knygos puslapių didelio formato ir aukštos kokybės skaitmenines nuotraukas.

Dar kitas Super.lt knygyne naudojamos antikvarinės ar bukinistinės knygos pateikimo formos elementas yra įvairių bibliografinių duomenų lentelė. Ji pateikiama dešinėje pusėje žemiau antikvarinės knygos pavadinimui ir autoriui įvardinti skirtos eilutės. Lentelėje nurodomi šie duomenys (ar dalis jų, jei ne visi žinomi): „Leidykla“, „Išleidimo metai“, „Formatas“, „ISBN“, „Puslapių skaičius“, „Įrišimas“ (minkštas ar kietas). Šalia bibliografinių duomenų lentelės po knygos nuotrauka nurodyta knygos kaina litais (smulki pastaba: dešimtosios nuo sveikų skaičių atskirtos tašku, nors pagal Lietuvoje galiojančias rašybos taisykles reikėtų naudoti kablelį).

Paskutinį, žemiausiai esantį, knygos pateikimo formos elementą galima būtų įvardinti kaip bendrą knygos apibūdinimą, kuriame pateikiama įvairios apimties informacija, skirta nusakyti knygos turiniui ar būklei. Šis bendras knygos apibūdinimas yra laisvos formos, pritaikytas konkrečiai knygai. Jo apimtis gali labai skirtis. Pavyzdžiui, bukinistinės knygos *Vytautas Radžvilas „Sunki laisvė“*, bendras apibūdinimas užima (skaičiuojant su tarpais) tik 46 simbolius: „Filosofo ir politologo 2001-2005 m. eseistika.“. Tuo tarpu antikvarinės knygos *„1937-38 kelionių vadovas“*, bendras apibūdinimas užima 1756 simbolius (daug vietos skiriant knygos turinio aprašymui). Nors Super.lt knygyne ir antikvarinėms knygoms, ir bukinistinėms knygoms naudojama tokios pačios pateikimo formos, tačiau dažniausiai antikvarinių knygų bendras knygos apibūdinimas, kaip ir reikėtų tikėtis, būna didesnės

apimties, bent trumpai nusakantis knygos būklę (pavyzdžiui, „Knygos būklė: trūksta paskutinio viršelio psl.“ ar „Irišta, gerai išlaikyta“).

3.2. Bukinistinių knygų prekyba internetiniame knygyne Books.lt

Books.lt yra Lietuvos internetinis knygynas, kuriame be naujų knygų prekiaujama ir bukinistinėmis knygomis. Jų repertuaras yra kelis kartus siauresnis nei Super.lt knygyne (2005 m. gruodžio 8 d. Super.lt knygyne buvo parduodama 153 pavadinimų, o Books.lt knygyne – 41 pavadinimo bukinistinės knygos; tą pačią dieną Super.lt knygyne buvo parduodama 37 pavadinimų antikvarinės knygos). Todėl Books.lt knygyno atvejis, kaip mažiau aktualus darbo temai, bus apžvelgiamas siauriau.

Books.lt elektroninio knygyno internetinė svetainė yra pasiekama adresu <http://www.books.lt/>. Internetinėje svetainėje esančioje informacijoje nurodoma, jog internetinis knygynas Books.lt yra UAB „Penki kontinentai“ projektas [38]. Books.lt buvo pati pirmoji Lietuvoje internetinė parduotuvė [39]. Kaip ir Super.lt bei daugumoje kitų internetinių parduotuvių, elektroniniame knygyne Books.lt vartotojai, išsirinkę knygas, deda jas į virtualų prekių krepšelį, o suformavę jo turinį, užsisako prekes. Vartotojų registracijos bei prekių užsisakymo tvarka Books.lt knygyne yra iš esmės analogiška Super.lt internetiniame knygyne esančiai tvarkai. Atsiskaityti už prekes, užsisakytas Books.lt knygyne, galima banko mokamosiomis kortelėmis „VISA“, „VB Visa Electron“, „VB banko kortele“, „Eurocard/MasterCard“, „VB Maestro“, atsiskaitoma per Virtualųjį autorizacijos modulį (VAM 1.0), kurį UAB „Penki kontinentai“ sukūrė ir įdiegė 1999 m. Tai iki šiol vienintelė Lietuvoje veikianti banko mokamųjų kortelių autorizavimo per internetą sistema. Taip pat atsiskaityti už prekes galima banko pavedimu arba grynaisiais pinigais [38].

Kaip ir Super.lt, internetiniame knygyne Books.lt knygų peržiūra vykdoma įvairiuose teminiuose kataloguose, o knygų paieškai kiekviename svetainės tinklapyje galima naudoti tam skirtą paieškos lauką. Šiame lauke knygų paieška galima pagal pavadinimą, autorių, leidyklą, o taip pat (ko nėra Super.lt knygyne) pagal ISBN (tarptautinį standartinį knygos numerį). Kaip ir internetiniame knygyne Super.lt, Books.lt knygyne paieškos laukai iš esmės nėra pritaikyti knygyno svetainėje esančių bukinistinių knygų paieškai, nes juose nėra galimybės vykdyti paieškos tik tarp bukinistinių knygų.

Internetiniame knygyne Books.lt parduodamų knygų peržiūrai skirtas temų katalogas yra pateiktas titulinio tinklapio kairėje pusėje. Šį sąrašą sudaro temų pavadinimai (šalia skliausteliuose nurodytas knygų skaičius), kuriuos spragtelėjęs vartotojas patenka į tam tikros temos knygų sąrašo tinklapį. Internetinio knygyno Books.lt svetainės knygų kataloge viena iš temų yra „Bukinistinės

knygos“. Spragtelėjęs šią nuorodą, vartotojas patenka į bukinistinių knygų sąrašo tinklapį, kuriame gali peržiūrėti Super.lt esančių knygų pavadinimus. Tačiau peržiūra yra itin nepatogi, nes vartotojas neturi jokių galimybių (priešingai nei Super.lt, o taip pat beveik visuose kituose internetiniuose knygynuose) rūšiuoti sąrašą esančius knygų pavadinimus. Knygų eiliškumas Books.lt knygyno bukinistinių knygų sąrašą nėra aiškus. Tikėtina, kad bukinistinių knygų pavadinimai surašyti pagal jų pasirodymo Books.lt svetainėje datą, tačiau sąrašo tinklapyje to nėra nurodyta. Vartotojas taip neturi galimybės pasirinkti, kiek peržiūrimo sąrašo knygų pavadinimų vienu metu matys savo interneto naršyklėje, nors tokios galimybės nėra ir Super.lt knygyno svetainėje. Bukinistinių knygų peržiūrą taip pat apsunkina ir tai, jog Books.lt svetainės tinklapiai gana lėtai (ypač palyginus su Super.lt svetainės tinklapiais) pasikrauna vartotojo naršyklėje. Taigi, bukinistinių knygų peržiūra Super.lt knygyne turi ne vieną trūkumą ir yra tikrai tobulintina.

Bukinistinių knygų pateikimo formos internetinio knygyno Books.lt tinklapiuose yra iš esmės analogiškos Super.lt knygyne esančioms antikvarinių ar bukinistinių knygų pateikimo formoms, nors turi porą papildomų elementų, – tai skaitiklis, rodantis konkrečios knygos aprašo tinklapį peržiūrėjusių vartotojų skaičių, ir komentarų laukas, suteikiantis galimybę vartotojams palikti knygos aprašo tinklapyje savo komentarus.

3.3. Kiti antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos atvejai

Šiuo metu Lietuvoje antikvarinėmis ar bukinistinėmis knygomis realiai yra prekiaujama dviejuose anksčiau aptartuose internetiniuose knygynuose: Super.lt ir Books.lt. Tačiau egzistuoja ir kiti prekybos atvejai, kuriuos iš dalies būtų galima laikyti tam tikra Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių prekybos dalimi. Žemiau atskirai aptariami kiekvienas iš jų.

Visų pirma, reikėtų paminėti Lietuvoje veikiančias internetines skelbimų lentas, kuriose galima rasti skelbimų apie parduodamas knygas. Didžiausią dalį tarp tokių skelbimų užima skelbimai apie parduodamas naudotas (bukinistines) knygas. Viena iš populiariausių internetinių skelbimų lentų Lietuvoje yra Skelbiu.lt, pasiekiamą internetiniu adresu <http://www.skelbiu.lt/>. Skelbiu.lt yra nemokama skelbimų saugojimo ir paieškos sistema, kurioje savo skelbimus patalpinti gali bet kuris panorėjęs interneto vartotojas, laikydamasis Skelbiu.lt sistemos taisyklėse nurodytų reikalavimų. To paties turinio skelbimą neregistruotas vartotojas gali talpinti tik vieną kartą. Registruoti vartotojai skelbimus gali atnaujinti (pakartotinai patalpinti) [34].

Skelbiu.lt internetinių skelbimų svetainėje kiekvienam skelbimui sukuriama atskiras tinklapis. Skelbimų teksto apimtis praktiškai neribojama. Skelbimo tinklapyje galima patalpinti net kelias pakankamai didelio formato ir aukštos kokybės skaitmenines nuotraukas. Pastarosios galimybės ypač

svarbios, norint smulkiai nusakyti ir parodyti siūlomos antikvarinės ar bukinistinės knygos būklę. Skelbiu.lt svetainės lankytojai turi galimybes komentuoti skelbimus arba skaityti kitų lankytojų atsiliepimus. Kiekviename skelbimo tinklapyje nurodyta, kiek kartų skelbimas perskaitytas.

Skelbiu.lt svetainėje skelbimai apie parduodamas knygas yra išskirti atskira kategorija „Knygos“. 2005 m. gruodžio 10 d. šioje kategorijoje buvo patalpinta 100 skelbimų apie parduodamas knygas. Turint omenyje, jog dalyje skelbimų siūloma pirkti kelias knygas, bendras Skelbiu.lt svetainės skelbimuose siūlomų knygų skaičius yra kelis kartus didesnis už internetiniame knygyne Books.lt parduodamų bukinistinių knygų skaičių ir yra artimas internetiniame knygyne Super.lt parduodamų bukinistinių knygų pavadinimų skaičiui. Tarp kategorijoje „Knygos“ esančių skelbimų gausa išsiskiria skelbimai apie siūlomus pirkti naudotus vadovėlius, nors tarp internetiniuose knygynuose Super.lt ir Super.lt parduodamų bukinistinių knygų nepavyko rasti nė vieno vadovėlio.

Kaip tam tikrą reiškinį, susijusį su Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių prekyba, taip pat galima būtų paminėti internetinį aukcioną Varžytinės.lt. Šio elektroninio aukciono internetinis adresas – <http://www.varzytynes.lt/>. Varžytinės.lt internetinėje svetainėje viena iš prekių kataloge esančių kategorijų yra „Bukinistinės knygos“. Ši kategorija suskirstyta į temas: „Enciklopedijos, žodynai ir žinynai“, „Grožinė literatūra“, „Kultūra ir menas“, „Medicina, sveikata ir grožis“, „Mokslinė literatūra“ bei „Kita“. Deja, kol kas kategorijoje „Bukinistinės knygos“ dar nepardavinėjama nė viena bukinistinė knyga.

Kalbant apie kitus antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinės prekybos atvejus, galima būtų paminėti, jog Lietuvoje jaučiamas internetinės prekyvietės, kurioje būtų prekiaujama antikvarinėmis ar bukinistinėmis knygomis, trūkumas. Lietuvoje interneto vartotojų, norinčių internetu pardavinėti savo privačiose bibliotekose esančias knygas, atrodytų, yra pakankamai nemažai. Tai galėtų patvirtinti faktas, jog Skelbiu.lt svetainės elektroniniuose skelbimuose siūlomų knygų skaičius yra kelis kartus didesnis už internetiniame knygyne Books.lt parduodamų bukinistinių knygų skaičių ir yra artimas internetiniame knygyne Super.lt parduodamų bukinistinių knygų pavadinimų skaičiui. Internetinė prekyvietė tarsi sujungtų internetinės skelbimų lentos ir internetinės parduotuvės privalumus. Internetinėje prekyvietėje antikvarines ar bukinistines knygas pardavinėti galėtų visi norintys, o prekyvietės administratoriai (už tam tikrus komisinius) organizuotų atsiskaitymus tarp parduodančių ir perkančių interneto vartotojų, o taip pat spręstų įvairius tarp vartotojų išskylančius ginčus, garantuotų, jog pirkėjams bus gražinti pinigai už nepristatytas ar neatitinkančias aprašymo antikvarines ir bukinistines knygas.

IŠVADOS

1. Per pastaruosius keliolika metų įvykusi pasaulinio kompiuterių tinklo – interneto – plėtra suteikė unikalią galimybę atsirasti elektroninei komercijai ir susikurti internetinei prekybai. Naudodamiesi interneto teikiamomis paslaugomis bei galimybėmis, pardavėjai gali teikti informaciją apie savo prekės savybes, užsakymo, atsiskaitymo ir pristatymo tvarką, teikiamas nuolaidas, lengvatas ir garantijas, rinkti informaciją apie esamus ir potencialius vartotojus, leisti reikšti vartotojams savo nuomonę apie produkcijos ir aptarnavimo kokybę. Pirkėjai neišeidami iš namų gali ieškoti jiems reikalingų prekių, užduoti pardavėjui juos dominančius klausimus, išreikšti savo nuomones dėl prekių ir aptarnavimo kokybės, užsisakyti prekes, atsiskaityti už prekes ar suteiktas paslaugas.

2. Knygos kaip prekės turi nemažai privalumų internetinei prekybai: gali būti adekvačiai aprašytos interneto tinklapiuose, turi nuosaikią kainą, palyginus nesudėtingas ir nebrangus pristatymas.

3. Internetu galima prekiauti ir tokiomis knygomis, kurios domintų tik labai nedidelį žmonių ratą. Dažnai tradiciniams knygynams tokiomis knygomis prekiauti neapsimokėtų. Antikvarinių ir bukinistinių knygų prekybai tai yra itin reikšminga.

4. Pasaulinėje antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje vyrauja elektroninio verslo modelis „vartotojas – vartotojui“, t. y. internetiniai knygynai, prekyvietės bei aukcionai antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje yra tik tarpininkai.

5. Pasaulinėje internetinėje prekyboje sutinkamų antikvarinių ir bukinistinių knygų paieškai geriausiai pritaikytos yra specializuotos knygų paieškos sistemos. Labiausiai žinomos ir daugiausiai įvairių internetinių knygynų bei prekyviečių apžvelgiančios yra *AddAll* bei *BookFinder.com* specializuotos knygų metapaieškos sistemos. Konkrečiuose internetiniuose knygynuose, prekyvietėse bei aukcionuose parduodamas knygas patogiausia ieškoti per jų internetinių svetainių tinklapiuose esančius paieškos laukus.

6. Pasaulinėje internetinėje knygų prekyboje antikvarinės knygos dažniausiai pardavinėjamos internetinėse prekyvietėse ir internetiniuose aukcionuose, sukuriant atskirą aprašo tinklapį konkrečiam knygos egzemplioriui. Bukinistinės knygos dažniausiai pardavinėjamos internetiniuose knygynuose, nesukuriant atskiro aprašo tinklapio konkrečiam knygos egzemplioriui, o tik pateikiant papildomą informaciją šalia tokio pačio pavadinimo naujos knygos aprašo tinklapio.

7. Lietuvos internetiniuose knygynuose parduodamų antikvarinių ir bukinistinių knygų aprašų tinklapiai pakankamai gerai pritaikyti, kad būtų aukštai reitinguojami universalioje paieškos sistemoje Google. Tačiau šie tinklapiai nėra pasiekiami per pagrindines specializuotas knygų metapaieškos sistemas.

8. Lietuvos internetinių knygynų Super.lt ir Books.lt paieškos laukai iš esmės nėra pritaikyti knygyno svetainėje esančių antikvarinių ar bukinistinių knygų paieškai, nes juose nėra galimybės vykdyti paieškos tik tarp antikvarinių ir/arba bukinistinių knygų.

9. Lietuvos internetiniuose knygynuose parduodamų antikvarinių bei bukinistinių knygų peržiūros galimybės tobulintinos, nes trūksta galimybės bukinistinių ir tuo labiau antikvarinių knygų sąrašus rūšiuoti pagal knygos išleidimo datą.

10. Nors pasaulinėje antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje antikvarinių knygų pateikimo formos iš esmės skiriasi nuo bukinistinių knygų pateikimo formų, Lietuvoje šio skirtumo nėra.

11. Lietuvos internetiniai knygynai turėtų pateikti daugiau informacijos apie parduodamų antikvarinių knygų būklę. Stinga vaizdinės informacijos, nes nėra pakankamai aukštos rezoliucijos skaitmeninių nuotraukų.

12. Lietuvos internetiniai knygynai galėtų bandyti pardavinėti bukinistines knygas nesukuriant atskiro aprašo tinklapio konkrečiam knygos egzemplioriui, o tik pateikiant papildomą informaciją šalia tokio pačio pavadinimo naujos knygos aprašo tinklapio.

13. Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje sutinkamas tik elektroninio verslo modelis „verslas – vartotojui“. Antikvarinės knygos pardavinėjamos viename (Super.lt), o bukinistinės – dviejuose (Super.lt ir Books.lt) internetiniuose knygynuose. Lietuvos antikvarinių ir bukinistinių knygų internetinėje prekyboje jaučiamas elektroninio verslo modelio „vartotojas – vartotojui“ trūkumas: nėra nė vienos internetinės prekyvietės ar aukciono, kuriuose vartotojai galėtų patys pardavinėti antikvarines ar bukinistines knygas.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. 2004 Internet Retailer Best of the WebThe Top 50 Retailing Sites. Iš *Internet Retailer* [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.internetretailer.com/article.asp?id=10752>>.
2. AB „LIETUVOS TELEKOMAS“. *Apie elektroninę komerciją* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. spalio 09 d.]. Prieiga per internetą: <<http://demo.takas.lt/index2.html>>.
3. AddALL. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 24 d.]. Prieiga per internetą: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Addall>>.
4. AIVA SISTEMA. *Apie E-komerciją* [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2005 m. spalio 09 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ivs.aiva.lt/aivapage/index.php?id=53&pg=.000001266.000001711>>.
5. AMAZON.COM, INC.. *About Amazon.com – Company Information* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/subst/misc/company-info.html/002-6175603-4391239>>.
6. AMAZON.COM, INC.. About Auctions. Iš „*amazon.com HELP*“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/537816/ref%3Dbr%5Fbx%5Fc%5F1%5F3/002-6175603-4391239>>.
7. AMAZON.COM, INC.. About zShops. Iš „*amazon.com HELP*“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/537854/ref%3Dbr%5Fbx%5Fc%5F1%5F5/002-6175603-4391239>>.
8. AMAZON.COM, INC.. Amazon Marketplace. Iš „*amazon.com HELP*“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/537796/ref%3Dbr%5Flr%5F%5F2/002-6175603-4391239>>.
9. AMAZON.COM, INC.. A-to-z Guarantee Protection. Iš „*amazon.com HELP*“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/537868/qid=1116782597/sr=1-2/002-8976875-3248825>>.
10. AMAZON.COM, INC.. Condition Guidelines. Iš „*amazon.com HELP*“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/1161294/ref=br_bx_c_1_4/002-8976875-3248825>.

11. AMAZON.COM, INC.. International Shipping Rates. Iš „amazon.com HELP“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/596184/002-6175603-4391239>>.

12. AMAZON.COM, INC.. Placing Your First Order. Iš „amazon.com HELP“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse/-/524700/ref=hp_hp_ls_2_2/002-6175603-4391239>.

13. AMAZON.COM, INC.. Pricing. Iš „amazon.com HELP“ [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/browse-/468502/qid=1114960611/sr=1-1/002-0841304-4676031>>.

14. Amazon.com. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>>.

15. "Amazon" džiaugiasi rekordine Kalėdų prekyba. Iš "DELFI" [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.delfi.lt/news/economy/ITbussines/article.php?id=5723460>>.

16. BALČIKONYTĖ, Rasa. Book Industry in Lithuania. Iš *Books from Lithuania* [interaktyvus]. [Vilnius], 2004 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.booksfromlithuania.lt/index.php?page_id=47>.

17. BARČKUTĖ Ona; MIKALAUŠKIENĖ Audronė. *Ekonominė informatika*. Vilnius: Aldorija, 1999. 219, [1] p. ISBN 9986-820-06-5.

18. BLAŽAUSKAS, Tomas; KERŠIENĖ, Vitalija; LIMANAUSKIENĖ, Virginija. *Elektroninės komercijos pagrindai : mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija, 2004. 103, [1] p. ISBN 9955-09-704-3.

19. BookFinder.com. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 24 d.]. Prieiga per internetą: <<http://en.wikipedia.org/wiki/BookFinder.com>>.

20. CIMAKEVIČIUS, Tadas. „Amazon“ didina spaudimą elektroninėms prekyvietėms. Iš „Penki kontinentai ONLINE“ [interaktyvus]. [Vilnius], 2003 [žiūrėta 2005 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://online.5ci.net/Article.asp?Lang=L&ArticleID=4928>>.

21. CIMAKEVIČIUS, Tadas. Elektroninės komercijos lyderis „Amazon“ kyla iš pelenų. Iš „Penki kontinentai ONLINE“ [interaktyvus]. [Vilnius], 2002 [žiūrėta 2005 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://online.5ci.lt/Article.asp?Lang=L&ArticleID=3990>>.

22. Electronic commerce. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. spalio 09 d.]. Prieiga per internetą: <http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_commerce>.

23. EUROPEAN COMMISSION. *European Initiative On Electronic Commerce* [interaktyvus]. 1997 [žiūrėta 2005 m. spalio 09 d.]. Prieiga per internetą: <<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l32101.htm>>.
24. YAHOO! INC.. Amazon.com Inc (AMZN). Iš *Yahoo! Finance* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://finance.yahoo.com/q/pr?s=amzn>>.
25. Jeff Bezos. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://en.wikipedia.org/wiki/Jeff_Bezos>.
26. KNYGOTYRA: ENCIKLOPEDIJOS ŽODYNAS / Vilniaus universitetas. Knygotyros katedra; [redaktorių kolegija: Domas Kaunas (pirmininkas) ... [et al.]. Vilnius: Alma Littera, 1997. 413, [3 p.]. ISBN 9986-02-352-1.
27. KORPER Stefano; ELLIS Juanita. *The E-Commerce Book: Building the E-Empire*. San Diego: Academic Press, 1999. 300 p. ISBN: 0124211607.
28. KRISHNAMURTHY, Sandeep. *Amazon.com – A business history* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.swlearning.com/marketing/krishnamurthy/first_edition/case_updates/amazon_final.pdf>.
29. LIETUVOS SMULKAUS IR VIDUTINIO VERSLO PLĖTROS AGENTŪRA. *Elektroninė komercija - kaip paprasta*. Vilnius: Infobalt Lietuva, 2000. 12 p.
30. Metasearch engine. Iš *Wikipedia, the free encyclopedia* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. lapkričio 24 d.]. Prieiga per internetą: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Meta-search>>.
31. RAWLINS, Gregory J. E.. *Electronic Bookstores* [interaktyvus]. 1998 [žiūrėta 2005 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.roxie.org/papers/publishing/node15.html>>.
32. SODŽIUTĖ, Lina; SŪDŽIUS, Vytautas. *Elektroninė komercija : prielaidos, struktūra ir procesai*. Vilnius: Petro ofsetas, 2003. 167, [1] p. ISBN 9955-534-19-2.
33. SPECTOR, Robert. *Amazon.com svaiginančios sėkmės istorija*. Vilnius: Sirokas, 2001. 229, [1] p. ISBN 9986-833-37-X.
34. UAB „INTERNETO VIZIJA“. *Naudojimosi taisyklės* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.skelbiu.lt/terms.html>>.
35. UAB „NAUJOSIOS KOMUNIKACIJOS PREKYBA“. *Naujo pirkėjo registracija* [interaktyvi registracijos forma]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.super.lt/?content=registration>>.
36. UAB „NAUJOSIOS KOMUNIKACIJOS PREKYBA“. *Pagalba: KONTAKTAI, KAS MES, PERSKAITYK* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.super.lt/?content=help>>.

37. UAB „NAUJOSIOS KOMUNIKACIJOS PREKYBA“. *Vytautas Radžvilas* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.super.lt/?content=author&prod_id=3201>.

38. UAB „PENKI KONTINENTAI“. *Apie mus* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.books.lt/apie.asp?lang=1>>.

39. UAB „PENKI KONTINENTAI“. „*Books.lt*“ – UAB „*Penki kontinentai*“ *elektroninis knygynas* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. gruodžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.5ci.lt/Default.asp?TopicID=86>>.

40. VAN ZIJL, Carol. *ELECTRONIC BOOKSHOPS – “WOW” OR “WHOA”* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2005 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą: <http://home.imagnet.co.za/liasa/electronic_bookshops.htm>.

41. WHITELEY, David; HILL, McGraw. *e-Commerce* [interaktyvus]. 2005 [žiūrėta 2005 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.doc.mmu.ac.uk/STAFF/D.Whiteley/ecbook/chap16mc.ppt>>.

42. WINDWALKER, Stephen. *Selling Used Books Online: The Complete Guide to Bookselling at Amazon's Marketplace and Other Online Sites*. Harvard Perspective Press, 2002. 176 p. ISBN 0-9715778-3-8.

ANTIQUARIAN AND USED BOOK TRADE ON THE INTERNET

Vykintas Characiejus

Summary

Antiquarian and used books themselves and their trade are significant phenomenons of book culture. Antiquarian books are often the objects of interest for many historical bibliographers and book collectors. These books are often significant part of cultural heritage. Antiquarian books are opposed to used books, which are in comparison quite new books that has been read. Used books usually doesn't have any significant cultural or historical value. Used books could be regarded as promoting reading culture because they are more affordable than new books.

The development of the Internet during the past 10-15 years provided opportunity for the Internet book trade to emerge. The Internet book trade has some significant advantages over traditional book trade. One of the advantages is that one can sell any type of books on the Internet, even books of rather low demand. This feature is very important for antiquarian and used book trade.

Antiquarian and used book trade on the Internet is very new and yet not analysed phenomenon in Lithuania. So it is important to research this subject and to define its basic features and problems. The importance is even greater having in mind the value of antiquarian books as some part of cultural heritage and the value used books as promoter of reading culture.

The object of the master's work is antiquarian and used book trade on the Internet. The aim was to evaluate antiquarian and used book trade in Lithuania after analysing features of the trade worldwide. In order to achieve the aim the following tasks were solved: to analyse electronic trade as a part of electronic commerce; to examine global features of search and browse of antiquarian and used books on the Internet; to examine global features of description webforms of antiquarian and used books trade on the Internet; to examine main features of search, browse and description webforms of antiquarian and used books trade on the Internet in Lithuania; to compare the main features of global and Lithuanian antiquarian and used books trade on the Internet

By using descriptive, document analysis and comparative methods, the following results were achieved. The trade model „user to user“ is the most common in antiquarian and used book global Internet trade. There are some differences between antiquarian and used book description webforms in global Internet trade but there are no such differences in Lithuanian electronic bookshops. Antiquarian books are being sold in one electronic bookshop in Lithuania (Super.lt). Used books are being sold in two electronic bookshops in Lithuania (Super.lt and Books.lt). The WebPages of Lithuanian electronic bookshops are well adjusted for universal search engines such as Google, though they are not accessible through specialized book search engines such as AddAll or BookFinder.com. The search fields in Lithuanian bookshops are not enough adjusted for antiquarian or used book search because

one cannot search only through antiquarian and/or used book titles. The browse options in Lithuanian bookshops are not enough sufficient for antiquarian or used book browse basically because one cannot sort books by date. Lithuanian bookshops should provide more information (especially visual) about antiquarian books condition. Lithuanian bookshops should try selling used books right alongside new copies, which is very common in global used book trade on the Internet. There is a lack of trade model „user to user“ in Lithuanian antiquarian and used book trade on the Internet.