

Vilniaus Universitetas
Komunikacijos fakultetas

Živilė Rudytė
Leidybos studijų programos studentė

**VAKARŲ ŠALIŲ KNYGŲ PRODUKCIJA VILNIAUS
KNYGYNUOSE**

Magistro darbas

Vadovas doc. dr. R. Misiūnas

Vilnius

2006

Magistro darbo lydraštis

<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
<p>Živilė Rudytė</p> <p>Vakarų šalių knygų produkcija Vilniaus knygynuose</p> <p>Books Production of Western Countries in Vilnius Bookstores</p>	
<p>Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</p> <p style="text-align: right;">_____</p> <p style="text-align: center;">(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<p>Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</p> <p style="text-align: right;">_____</p> <p style="text-align: center;">(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<i>Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
<p>Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti _____</p> <p style="text-align: center;">(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">(data) (bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuruojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
<p>Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">(instituto/ katedros, kuruojančios studijų programą, pavadinimas)</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">(data) (instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuruojančios studijų programą, vadovas</i>	
<p>Recenzentu skiriu _____</p> <p style="text-align: center;">(recenzento vardas, pavardė)</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">(data) (instituto/ katedros vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo recenzentas</i>	
<p>Darbą recenzuoti gavau. _____</p> <p style="text-align: center;">(data) (recenzento parašas)</p>	

Referato lapas

Rudytė, Živilė

Rud 23 Vakarų šalių knygų produkcija Vilniaus knygynuose: magistro darbas / Živilė Rudytė; mokslinis vadovas doc. dr. R. Misiūnas; Vilniaus Universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2007. – 71, lap.: diagr. – Santr. Angl. – Bibliogr.: p. 49-51 (34 pavad.)

UDK 655.42 (474.5)(1-87)

Knygų prekyba, knygynai, užsienio knygos, knygų importas, knygų eksportas.

Magistro *darbo objektas* – knygų iš Vakarų šalių pasiūla Vilniaus knygynuose. *Darbo tikslas* – nustatyti, ar Vakarų šalių produkcija (kiekybiniu ir kokybiniu aspektu) atitinka Lietuvos knygų paklausą ir prekybos tendencijas ateityje. Pagrindiniai *darbo uždaviniai*: išskirti tarptautines knygų prekybos tendencijas; atlikti importuojamų knygų rinkos analizę; išskirti knygynų prekybos ypatumus; pateikti patikimesnes importinių knygų realizavimo kanalų schemas; pateikti knygynams galimus sprendimus, kurie padidintų importinių knygų pardavimą.

Naudojantis teoriniais: lyginamuoju, apibendrinimo metodais, literatūros ir kitų informacijos šaltinių analize, bei empiriniais dokumentų analizės, stebėjimo, tipologijos, giluminio interviu, vartotojų apklausos tyrimo metodais prieita *išvados*, kad Vakarų šalių knygų produkcija nei kiekybiniu, nei kokybiniu aspektu kol kas neatitinka visų Lietuvos knygų tipų paklausos. Didėjantis visuomenės išsilavinimo lygis, skatina mokslinių profesinių knygų paklausą. Tačiau knygų prekybininkai apsiriboja tik pažintinių, pramoginių, anglų kalbos mokymo priemonių arba verslo knygų (rinkodaros, marketingo, reklamos, investavimo) pasiūlos komplektavimu. Nei vienas knygynas savo lentynų neužpildo specifinių mokslo šakų knygomis.

Magistro darbo *gali būti naudingas* knygų prekybininkams, mokslininkams bei studentams, kurie domisi knygų prekybos pokyčiais ir ypatybėmis Lietuvoje.

TURINYS

Įvadas.....	6
1. Tarptautinė knygų prekyba globaliniame kontekste	10
1.1 Knyga – kaip importo ir eksporto prekė.....	10
1.2 Tarptautiniai knygų prekybos ryšiai.....	11
1.3 Tarptautinės knygų prekybos ypatumai	14
1.4 Tarptautinės knygų prekybos motyvai.....	16
2. Knygų importo į Lietuvą situacija.....	19
2.1 Vilniaus knygynų bendradarbiavimas su Vakarų šalių partneriais.....	19
2.2 Vakarų šalių knygų pasiūla Vilniaus knygynuose.....	21
2.3 Vakarų šalių leidinių tipologija Vilniaus knygynuose.....	26
2.4 Užsienio knygų kainodara Vilniaus knygynuose.....	29
3. Užsienio knygų prekybos Vilniaus knygynuose ypatumai.....	33
3.1. Užsienio knygų paskirstymo būdai.....	33
3.2. Tiesioginiai ir viešieji pirkimai.....	34
3.3. Vilniaus knygynų paslauga – knygų užsakymai.....	36
3.4 Užsienio knygų SSGG analizė.....	41
Išvados.....	46
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	49
Summary.....	52
Priedai.....	53
<i>1 priedas.</i> Didžiosios Britanijos leidybinės grupės.....	53
<i>2 priedas.</i> Giluminio interviu su Meno leidinių knygyno „Humanitas“ vedėja Laisve Šaduikiene (scenograma).....	54
<i>3 priedas.</i> Giluminio interviu su „Baltų lankų“ knygyno Eksporto ir importo padalinio vadove Ina Kiseliova (scenograma).....	56
<i>4 priedas.</i> Giluminio interviu su „Užsienio knygų“ knygyno direktore Violeta Liudvinovičienė (scenograma).....	61
<i>5 priedas.</i> „Užsienio knygų“ anketos tyrimas.....	63

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

AKMP – Anglų kalbos mokymo priemonės (*English language teaching*)

BLK – „Baltų lankų“ knygynas

ES – Europos Sąjunga

ISM – Vadybos ir ekonomikos universitetas

JAV – Jungtinės Amerikos Valstijos

KPA – Knygų prekybininkų asociacijos (*The Booksellers Association, BA*)

NKT – Nacionalinis knygos tinklas. (*National Book Network, NBN*)

RKC – Respublikinis knygų centras

UAB – Uždaroji akcinė bendrovė

VU – Vilniaus universitetas

IVADAS

Niekada anksčiau Lietuvoje nebuvo nagrinėta tarptautinės knygų prekybos ar jai artimos temos problema. Knygų prekybos, kaip tarptautinio reiškinių, atsiradimo priežastis galima sieti su atsivėrusiomis sienomis po Lietuvos integracijos į Europos Sąjungą, plačia komunikacijų ir technologijų plėtra, pasaulinių elektroninių knygynų atsiradimu, Lietuvos dalyvavimu tarptautinėse knygų mugėse, kur sudaromos tiek leidybinės, tiek prekybinės tarptautinės sutartys.

Darbo tema nuolat kito – nuo knygų eksporto ir importo procesų apskritai, siaurėjo iki Vakarų šalių knygų eksporto į Lietuvą, vėliau buvo apibrėžta tik importinėmis knygomis Vilniaus knygynuose. Tyrimo apibrėžimas Vilniumi nebuvo atsitiktinis. Tai lėmė knygų prekybos tinklų koncentracija šiame mieste bei didžiausi šios knygų grupės pardavimai. Ypatingas dėmesys buvo skiriamas UAB „Respublikinio knygų centro“, UAB „Baltų lankų“, UAB „Humanito“ tinklų knygynams. Vakarų šalių pasirinkimą lėmė gausiausia šio regiono knygų pasiūla bei glaudus knygynų bendradarbiavimas. Darbe buvo susitelkta į gausiausios angliškų knygų pasiūlos analizę. Kadangi Didžioji Britanija ir Jungtinės Valstijos yra pagrindinės knygų eksportuotojos į Lietuvą, šios valstybės apžvelgiamos išsamiau.

Analizuojant šaltinius ir literatūrą buvo pastebėta, kad knygų eksportas skirtingu autorių suprantamas dvejopai: arba fizinis knygų, kaip prekių, pardavimas kitoje šalyje arba užsienio šalių licenzijos pardavimas kitai šaliai spausdinti ir pardavinėti knygas savo šalies viduje. Šiame darbe knygų eksportas ir importas yra suprantamas kaip fizinis knygų, kaip prekių, pardavimas ar pirkimas, o užsienietiška knyga – kaip importo ar eksporto prekė.

Darbo objektas – knygų iš Vakarų šalių pasiūla Vilniaus knygynuose.

Darbo tikslas – nustatyti, ar Vakarų šalių produkcija (kiekybiniu ir kokybiniu aspektu) atitinka Lietuvos knygų paklausą ir prekybos tendencijas ateityje.

Darbo uždaviniai:

- išskirti tarptautinės knygų prekybos **tendencijas**;
- atlikti importuojamų knygų **rinkos analizę**;
- išskirti knygynų **prekybos ypatumus**;
- pateikti knygynams galimus sprendimus, kurie padidintų importinių **knygų pardavimą**;

Darbo struktūra:

Darbą sudaro trys pagrindiniai skyriai: „Tarptautinė knygų prekyba globaliniame kontekste“, „Knygų importo į Lietuvą situacija“, „Importinių knygų prekybos ypatumai“. Pirmajame darbo skyriuje analizuojamas knygų importas ir eksportas pasauliniu mastu,

išskiriamos pagrindinės šalys, importuojančios ir eksportuojančios savo knygas, svarbiausi leidybiniai ir prekybiniai partneriai, atsiradę pokyčiai ir vyraujančios tendencijos. Antras ir trečias skyriai skirti tik Vilniaus importuojamų knygų rinkos analizei bei knygynų prekybos ypatumų tyrimui. Darbo pabaigoje pateikiami priedai.

Darbo metodai:

1. Teoriniai:

- **Lyginamasis metodas.** Remiantis informacijos šaltiniais ir literatūra, pateikiami knygų importo iš Vakarų šalių palyginimai su kitomis valstybėmis. Remiantis šiuo metodu, atskleidžiami tiek knygų pasiūlos, tiek paklausos, tiek kainodaros ir paslaugų skirtumai, vyraujantys tarp Vilniaus knygynų, prekiaujančių importuojamomis knygomis iš Vakarų šalių.
- **Analizės metodas. Literatūros ir apklausos duomenų analizė.** Didelę dalį informacijos sudarė internetiniai straipsniai bei internetinių informacinių užsienio leidyklų ir Lietuvos knygynų svetainių pateikiama informacija. Rasti duomenys grupuojami ir analizuojami. Ruošiant apklausos anketą, susipažinta su pagrindine sociologinių, visuomenės nuomonės tyrimų metodologijos bei marketingo literatūra. Atsirinkti tinkami metodai, padedantys ištirti importinių knygų paklausą, tipologiją, prekybos ypatumus, individualių užsakymų paslaugos reikalingumą bei populiarumą tarp skaitytojų. Anketos duomenys lyginami su užsienio valstybių duomenimis.

Tinkamos literatūros ir šaltinių Lietuvoje šia tema praktiškai nėra. Nebuvo rasta jokių naujausių atliktų šios knygų rinkos tyrimų ar straipsnių, susijusių su analizuojama ar panašia problema. Šiek tiek padėjo Lietuvos mokslų akademijos, Kultūros ir meno instituto direktoriaus prof. habil. dr. Arvydo Virgilijaus Matulionio atliktas tyrimas „Kultūros vertybių vartojimo savitumas ir dinamika“, kuriame autorius tyrė skaitymo įpročius bei bibliotekų lankomumą. Kitas naudingas socialinis tyrimas „Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai“ parengtas socialinių mokslų dr. Tado Tamošiūno. Šių tyrimų rezultatai darbe sugretinti su atlikta knygynuose lankytojų analize. Vertinga ir artima literatūra nagrinėjamai temai buvo Alison Baverstock „Leidybos marketingas“, Remigijaus Misiūno „Knygų leidyba pasaulyje“, keli naujai išleisto „Knygotyros“ vadovėlio skyriai, kuriuose aptariama knygų prekyba bei knygų rinkos tyrimai.

Tačiau pagrindinė literatūra, kuria remtasi šiame darbe yra Didžiosios Britanijos ir Jungtinių Valstijų leidyklų pranešimai spaudai, autorių straipsniai bei literatūra, skirti leidybos ir prekybos problemoms nagrinėti. Itin informatyvi ir vertinga G. Philip'o Altbach'o

„Tarptautinė knygų leidyba: Enciklopedija“ (*International Book Publishing: An Encyclopedia, 1995*).

Šaltinių ir tyrimų, apimančių knygų eksporto ir importo temą pasaulyje, pakankamai daug. Problema ta, kad jie liečia arba svarbiausias knygų eksporto ir importo šalis atskirai, kurios mažai kuo siejasi su Lietuva, arba regionus apskritai, kur pateikiami duomenys yra bendri ir abstraktūs. Apie Vakarų šalių eksportą į Lietuvą šaltinių praktiškai nėra, nes Vakarų šalims neaktualu publikuoti šių duomenų, dėl sąlygiškai mažų skaičių, o Lietuvoje kol kas nėra atlikta jokio svarbesnio tyrimo, liečiančio šį reiškinį.

- **Apibendrinimo metodas.** Surinkta literatūra, šaltiniai, informacija buvo apibendrinti, išgrynintos bendros tendencijos, vyraujančios tarptautinėje knygų prekyboje apskritai. Išskirti pagrindiniai tarptautinės knygų prekybos pokyčiai šiandieniniame pasaulyje, nustatytos bendros tarptautinės knygų prekybos ypatybės bei vartotojų apklausos duomenys.

2. Empiriniai:

- **Dokumentų analizės metodas.** Išnagrinėtos svarbiausios tarptautinę knygų prekybą reguliuojančios tarpvalstybinės sutartys. Nemažai dėmesio skirta Florencijos sutarčiai dėl švietimo, mokslo ir kultūros priemonių importo. Sutrumpintai ji pateikta 1-ame darbo priede.
- **Stebėjimo metodas.** Nuolat buvo stebima Vilniaus knygynų importinių knygų pasiūla, didelis dėmesys buvo skiriamas naujų knygų pasirodymui – išskirti knygų pirkimo įpročiai. Dalyvauta įvairių užsienio knygų atstovų Lietuvoje rengiamose parodose, konferencijose. Pagal tai buvo nustatomos bendros Vakarų šalių ir Lietuvos knygų rinkų tendencijos.
- **Apklausos anketa.** Šiuo tyrimo metodu buvo analizuojami importinių knygų pirkimo įpročiai, pagrindiniai kriterijai, lemiantys knygų pasirinkimo motyvus. Tai padėjo nustatyti pirminę auditoriją bei knygų tipologiją. Šio tyrimo rezultatais buvo remiamasi, aiškinantis rinkos galimybes ir grėsmes, individualių užsakymų vykdymo privalumus ir trūkumus. Anketa sudaryta iš uždarų keleriopo pasirinkimo klausimų.
- **Giluminis interviu.** Remiantis šiuo pagalbinio metodu, buvo renkama papildoma informacija apie importuojamų knygų iš Vakarų šalių rinką pasirinktuose Vilniaus knygynuose. Apklausti atsakingi UAB „Humanito“, UAB „Roto“, UAB „Baltų lankų“ knygynų darbuotojai.
- **Tipologijos metodas.** Šis vienas pagrindinių knygotyros metodų padėjo ištirti dabartinę užsienio knygų prekybos būklę. Leidinių prekybos planavimą, organizavimą ir valdymą

Vilniaus knygynuose. Pagal svarbiausius klasifikavimo požymius bei Berlyno universiteto profesoriaus Konrado Umlafo šiuolaikinę knygų tipologiją nustatytos pagrindinės Vilniaus knygynų leidinių rūšys bei jų klasifikavimas.

Darbo nauda ir testinumas

Kad šios knygų produkcijos pasiūla ateityje bus svarbi visiems knygų prekybininkams, rodo sparti jos plėtra, auganti paklausa, besikuriantys nauji užsienio knygų produkcijos knygynai. Todėl remiantis Vakarų šalių knygų prekybos patirtimi bei atliktu tyrimu, knygynų darbuotojams pateikiami keli būdai, gerinantys importinių knygų pardavimus, šios rinkos matomumą bei populiarinimą. Taip pat išskiriami keli prekybiniai trūkumai.

Šią temą galima tęsti, nagrinėjant užsienietišką ir verstinių knygų rinkas. Kaip stipriai vestinių knygų į lietuvių kalbą pasiūla, veikia knygų iš užsienio paklausą ir pardavimus.

1. TARPTAUTINĖ KNYGŲ PREKYBA GLOBALINIAME KONTEKSTE

1.1 Knyga – kaip eksporto ir importo prekė.

Pasaulyje vykstantys globaliniai procesai daro didelę įtaką tiek knygų leidybai, tiek prekybai. Pastaroji skirstoma į vidaus ir užsienio (vietinę arba tarptautinę).¹ Taip yra todėl, kad leidėjai ir prekybininkai orientuojasi ne vien tikrai į vidinius savo šalies knygų skaitytojų poreikius, bet ir į knygų realizavimo galimybes kitų šalių rinkose.

Galima išskirti kelias šio reiškimo priežastis: savo šalies kultūros plėtra pasaulyje, didesnės knygų rinkos atsivėrimas prekybininkams, išaugusi tarptautinė anglų kalbos knygų paklausa (ypač pastebima Didžiosios Britanijos knygų pramonės raidoje, kuriai padarė įtaką platus anglų kalbos vartojimas pasaulyje), informacinių technologijų plėtra, įsikūrusios tarptautinės leidyklos, elektroniniai knygynai, pakeitę knygų prekybos galimybes bei knygų informavimo procesus.² Taigi šių visų procesai lėmė, kad išleista knyga tampa ne tik savo kultūros dalimi, įdomi ir reikalinga savo šalies skaitytojams, tačiau ir importo bei eksporto preke, patrauklia visame pasaulyje.

Knygų prekybą, kaip tarptautinį reiškinį, ratifikuoja vietiniai įstatymai ir tarptautinės sutartys. Išskirtine galima laikyti 1950 m. birželio 17 d. Florencijoje vykusios Jungtinių Tautų Švietimo, Mokslo ir Kultūros Organizacijos Generalinės konferencijos penktoje sesijoje priimtą „Sutartį dėl švietimo, mokslo ir kultūros priemonių importo“. Ši tarptautinė sutartis numatė, kad siekiant sudaryti palankias sąlygas keistis knygomis, publikacijomis, švietimo, mokslo ir kultūros priemonėmis, susitariančios šalys įsipareigoja atleisti nuo importo muitų arba kitų su importu susijusių rinkliavų importuojamas švietimo, mokslo, kultūros priemones, pagamintas kitoje susitariančioje šalyje. Knygos kartu su publikacijomis ir dokumentais išvardintos pirmiausia. Šios sutarties priedas A detalizuoja, kad nuo muitų atleidžiamos spausdintos knygos, laikraščiai ir periodiniai leidiniai, knygos ir dokumentai, pagaminti dauginimo būdu, oficialios publikacijos (t.y. įvairūs teisės aktai), kelionių plakatai ir literatūra, išspausdinti privačių komercinių įmonių, publikacijos, propaguojančios studijas už importuojamos šalies ribų, rankraščiai ir tekstai, spausdinti rašomosiomis mašinėlėmis, knygų ir publikacijų katalogai, kuriuose siūlomos už importuojančios šalies esančių leidėjų ir pardavėjų knygos ir publikacijos. Sutartyje numatyta, kad nuo muitų neatleidžiamos knygos, publikacijos ir dokumentai (išskyrus minėtus katalogus,

¹ KAUNAS, Domas; MISIŪNAS, Remigijus; NAVICKIENĖ, Aušra; STONIENĖ, Vanda. Knygotyra. Vilnius: Vilniaus universiteto komunikacijos fakulteto knygotyros ir dokumentotūros institutas, 2006. p. 189

² *Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector* [interaktyvus], [žiūrėta 2006 lapkričio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>>

kelionių plakatus ir literatūrą), reklaminius tikslais išleisti privačių komercinių įmonių arba jų užsakymu, laikraščiai ir periodiniai leidiniai, kuriuose daugiau kaip 70% ploto užima reklama, visos kitos prekės, kur reklama užima daugiau kaip 25% ploto.

1976 m. lapkričio 26 d. siekiant išplėsti muitų lengvatas, buvo priimtas Florencijos sutarties protokolai (Nairobi protokolas), kuris numatė, kad susitariančios šalys įsipareigoja neimti jokių vidaus ar kitų šalies mokesčių knygoms ar publikacijoms, siunčiamoms į visuomeninius interesus tenkinančias bibliotekas (t.y. nacionalines, mokslo tyrimo įstaigų, specializuotas, universitetu ir kitų mokslo įstaigų), taip pat knygoms, parašytoms užsienio kalba, išskyrus tas, parašytas pagrindine valstybine šalies kalba arba importuojančios šalies kalba.³

Tačiau dėl Europos Sąjungos (ES) šalių skaičiaus plėtros ir laisvos prekybos, Europos valstybėms ši tarptautinė Florencijos sutartis, reguliuojanti sudėtingus kultūros ir verslo santykius, tampa vis mažiau aktuali, kadangi muitai knygoms ES narėms netaikomi. ES Komisija nesikiša į valstybines prekybos sutarčių sistemas, kurios nedaro reikšmingos įtakos bendrai ES šalių prekybai. Tačiau ji nustatė, kad knygų judėjimas per valstybių, kurios yra toje pačioje kalbinėje zonoje, sienas turi būti įteisintas mažmeninėmis kainų palaikymo sutartimis (*RPM – Retail Price Maintenance*). ES netaiko šio suvaržymo Didžiosios Britanijos ir Airijos, flamandų kalba kalbančių Belgijos ir Olandijos bei Austrijos ir Vokietijos knygų prekybai.

1.2 Tarptautiniai knygų prekybos ryšiai

Tarptautinius knygų leidybos ir prekybos ryšius pirmiausia skatina kalbos vartojimo apimtys. Remiantis Didžiosios Britanijos Knygų prekybininkų asociacijos – KPA (*The Booksellers Association, BA*) pateiktais duomenimis 1998 m. pasaulinėje knygų leidyboje ir prekyboje dominavo šios kalbos: anglų – 27 %, kinų – 13 %, vokiečių – 12 %, prancūzų – 8 %, ispanų – 7 %.⁴

Tačiau pačios leidybos ir knygų prekybos ryšių, kaip pasaulinių reiškinų, atsiradimą sąlygojo daugiau faktorių:

1. Knygų anglų kalba rinka;
2. Londono virtimas pasauliniu knygų centru (dėl eksporto įmonių skaičiaus didėjimo ir knygų prekybos modernizacijos);
3. Daugianacionalinių struktūrų kūrimasis aplink Niujorko – Londono ašį.⁵

³ Sutartis dėl švietimo, mokslo ir kultūros importo [interaktyvus] Iš *Lietuvos nacionalinės UNESCO komisijos*. [žiūrėta 2006.11.05]. Prieiga per internetą: <http://www.unesco.lt/kultura/konvencijos/Florencijos_sutartis/>

⁴ Book Published – World Share by Language [interaktyvus]. Iš *The Booksellers Association, 1998*. [žiūrėta 2006 lapkričio 11 d.] Prieiga per internetą: http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=206

⁵ MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius, 2003. p. 41 – 46

R. Misiūnas pateikia dvi tarptautinės angliškų knygų rinkos klasifikacijas. Pirmoji, paremta kalbiniais – ekonominiais faktoriais⁶:

- angliškai kalbančios šalys;
- ekonomiškai stiprios šalys, plačiai vartojančios anglų kalbą (Japonija, Skandinavijos regionas, Šveicarija);
- Trečiojo pasaulio šalys, kur antroji kalba – anglų (Pietų Azija, arabų šalys);
- Ketvirtasis pasaulis – vargingiausios šalys, kur antroji kalba taip pat – anglų, tačiau informacija ir išsimokslinimas prieinamas tik pasiturinčiųjų sluoksniui;
- Rusija ir Rytų Europos šalys;

Antroji, kurią imta taikyti po Antrojo Pasaulinio karo, paremta tik geografiniu skirstymu:

- Šiaurės Amerika ir tradicinės jos teritorijos;
- Didžioji Britanija ir Britų sandraugai priklausančios valstybės;
- visos kitos valstybės, laikomos „atvira rinka“.

Nuo 1990 m. galima pradėti kalbėti apie globalios leidybos ir prekybos pramonės atsiradimą. Tuo metu didžiosios pasaulio šalių nacionalinės leidyklos ėmė skilti ir dalintis į mažesnes vietines ir regionines leidyklas arba jungtis į stambius koncernus. Dėl šios priežasties Vakarų šalių knygų rinkoje ėmė dominuoti keli leidybiniai koncernai. O pasaulinę knygų leidybos politiką pradėjo lemti Vakarų Europos koncernai.⁷ 2004 m. stambiausių pasaulinių leidybos kompanijų penketukas – „Reed Elsevier“, „Pearson“, „Gannett“, „News Corporation“ ir „Times“ – užėmė 8,4% tarptautinės knygų rinkos.⁸ O pasaulinis leidybos sektorius pasiekė 213 mlrd. € apyvartą (*value*), bendras kasmetinis prieaugis nuo 2000 m. – 1,5%.

Taigi literatūros anglų kalba leidėjai užėmė svarbiausias pasaulio knygų rinkas. Čia jaučiama Didžiosios Britanijos ir JAV leidėjų konkurencija, kurią gerai iliustruoja vieno leidėjo frazė: „JAV pramonininkai mąsto amerikietišškai, tuo tarpu Didžiosios Britanijos pramonininkai mąsto globaliai“ (*The US industry thinks American, whereas the UK industry thinks international*)⁹.

Per 1992 – 2002 metus Didžiosios Britanijos leidybos eksportas išaugo 59%, ypač sparčiai 1992 – 1997 m. JAV eksportas tuo pačiu laikotarpiu padidėjo tik nuo 1,4 mlrd. € – 2

⁶ MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius, 2003. p. 8 – 11

⁷ Ten pat, p. 13

⁸ datamonitor. com [interaktyvus]. Global publishing [žiūrėta 2006 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: <http://datamonitor-market-research.com/Merchant2>

⁹ Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector

[interaktyvus], [žiūrėta 2006 11 20] Prieiga per internetą: <http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>

mlrd. €.¹⁰ Remiantis „DTI Politinės strategijos analizių sąjungos“ (*DTI Strategic Policy Analysis Unit*) surinktais duomenimis, Didžiosios Britanijos knygų eksporto apimtys 2005 m. pakilo 3,7% (iki 2,12 mlrd. €), įskaitant ir užsienio leidyklų išleistas knygas, brošiūras ir skrajutes, atspausdintas Didžiojoje Britanijoje. Jungtinės Valstijos išliko pagrindine ir didžiausia knygų importavimo iš Didžiosios Britanijos šalimi, nors 2005 m. pardavimai ir sumažėjo 4,5% (316 mln. €). Toliau seka Airijos Respublika (181,7 mln. €), Vokietija (147,6 mln. €), Olandija (107,5 mln. €). Taigi šie duomenys atskleidžia, kad pagrindinės Didžiosios Britanijos knygų eksporto šalys yra JAV, Airija, Vokietija ir Olandija. Didžiosios Britanijos knygų eksportas į Ispaniją ir Graikiją pastaraisiais metais auga. Svarbiausią jo dalį sudaro anglų kalbos mokymo priemonės – ELT (*ELT - English language teaching*)¹¹.

Taigi knygų eksporto augimas pasaulyje rodo, kad tai yra svarbi knygų rinkos dalis. Tačiau globalizacijos kontekste dėl tarptautinių leidybos įmonių atsiradimo, leidybinių teisių pirkimo, užsienio koncernų investavimo į vietinę rinką, regioninių ribų pasikeitimo, knygų leidybos ir knygų prekybos duomenys yra vis sunkiau interpretuojami.¹² Pavyzdžiui, „Penguin“ įmonė, priklausanti „Pearson“ kompanijai, turi po savo padalinį Prancūzijoje (*Penguin France*), Vokietijoje (*Penguin Books Deutschland*), Beniliukso šalyse (*Penguin Books Benelux*), Italijoje (*Penguin Italia*), Ispanijoje ir Portugalijoje (*Penguin Books S. A.*), Centrinėje ir Rytų Europoje (įsikūrus Lenkijoje), taip pat Jungtinėse Valstijose, Kanadoje, Airijoje, Pakistane, Vietname, Filipinuose, Meksikoje ir t.t. Visas kitas šalis, kuriose nėra įsteigtų „Penguin“ padalinių, knygomis aprūpina atskiras Tarptautinės prekybos padalinius Londone (*International Sales*).¹³ Tiek Didžiosios Britanijos, tiek JAV didžiąją knygų eksporto dalį į kitas pasaulio šalis sudaro ELT.¹⁴

Nors anglų kalba laikoma tarptautine kalba, tačiau remiantis BA duomenimis, ir kitų Europos šalių knygų prekybos ryšiams įtaką daro platus savos kalbos vartojimas.

¹⁰ PATERSON, Christopher. Selling books to the world. Bookseller. 2003 05 23 [interaktyvus]. Iš *EBSCOhost Research Database*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 8 d.] Prieiga per internetą:

<<http://web.ebscohost.com/ehost/selectdb?vid=1&hid=111&sid=ef73bc30-3226-490a-849f-fc09a12381f6%40sessionmgr109>>

¹¹ UK Book Industry in Statistic 2005 [interaktyvus]. Iš *DTI Strategic Policy Analysis Unit. 2006* [žiūrėta 2006 lapkričio 11 d.] Prieiga per internetą

<<http://www.publishers.org.uk/paweb/paweb.nsf/0/351152FDA702C678802571AB0052B5EB!opendocument>>

¹² PATERSON, Christopher. Selling books to the world. Bookseller. 2003 05 23 [interaktyvus]. Iš *EBSCOhost Research Database* [žiūrėta 2006 lapkričio 8 d.] Prieiga per internetą:

<<http://web.ebscohost.com/ehost/selectdb?vid=1&hid=111&sid=ef73bc30-3226-490a-849f-fc09a12381f6%40sessionmgr109>>

¹³ Penguin Global [interaktyvus] Iš *Penguin Group* [žiūrėta 2006.10.26]. Prieiga per internetą:

<<http://us.penguin.com/static/html/penguinglobal.html>>

¹⁴ UK Book Industry in Statistic 2005 [interaktyvus]. Iš *DTI Strategic Policy Analysis Unit. 2006* [žiūrėta 2006 lapkričio 11 d.] Prieiga per internetą

<<http://www.publishers.org.uk/paweb/paweb.nsf/0/351152FDA702C678802571AB0052B5EB!opendocument>>

Pavyzdžiui, dėl ispanų kalbos paplitimo Ispanijos knygų leidyba yra orientuota į eksportą (7% pasaulinėje knygų leidyboje). Daugiausia knygų išvežama į Lotynų Ameriką (44% viso knygų eksporto), Didžiąją Britaniją, Prancūziją, Jungtines Valstijas.¹⁵ Ispanijoje veikiančios platintojų firmos (*distribuidores*) ne tik sandėliuoja leidėjų produkciją, pristato jas į knygynus, bet ir eksportuoja knygas.¹⁶

Vokietijoje 65% knygų importuojama iš Austrijos, Didžiosios Britanijos, Jungtinių Valstijų, Šveicarijos, Italijos. 92% knygų Vokietijos prekybininkai eksportuoja į keturiolika šalių, iš kurių 46% tenka Šveicarijai ir Austrijai (1992 m. – aut. pastaba).¹⁷

Prancūzija – viena iš svarbiausių valstybių tarptautinėje knygų rinkoje. Tai lėmė gausi prancūzų bendruomenė, literatūrinės jų tradicijos bei vis platesnis prancūzų kalbos vartojimas kitose šalyse. Svarbiausios Prancūzijos knygų eksporto šalys: Belgija, Šveicarija, prancūziškai kalbančios Afrikos šalys.

Suomiškos knygos daugiausia eksportuojamos į **Švediją**, kur gyvena ketvirtis milijono suomių. Daugiausia importuojama iš Švedijos. Tarp įvežamų knygų vyrauja mokslo, technikos ir medicinos literatūra Vakarų Europos kalbomis. **Danijos** eksporto dalis siekia vidutiniškai 7-10%, o importuojama produkcija vidaus rinkoje sudaro apie 25-30%. Daugiausia knygų įsivežama iš Didžiosios Britanijos, JAV, Prancūzijos, Norvegijos.¹⁸

Pastarasis pavyzdys parodo, kad tarptautinį bendradarbiavimą lemia ne tik kalbos vartojimo faktorius, bet ir geopolitinė valstybių padėtis, lemianti valstybių kultūros panašumus. Dėl to kaimynės prekiauja su kaimynėmis.

Knygų rinkoje vis labiau ima dominuoti didžiosios kalbos. Tačiau pačią tarptautinę knygų rinką kol kas sudaro neapibrėžtas valstybių skaičius. Šalys viena nuo kitos skiriasi ne tik socialinėmis, ekonominėmis, kultūrinėmis, leidybinėmis tradicijomis, bet ir kalba, cenzūra bei galimybėmis įsigyti knygas laisvai konvertuojama valiuta.

1.3 Tarptautinės knygų prekybos ypatumai

XX a. 2 pusėje visuomenės informavimo priemonių korporacijų įtakos augimas, pakeitė Vakarų Europos ir JAV leidybos profilį. Nepriklausomos leidyklos jungėsi į stambesnes grupes. Ši leidybos centralizavimąsi nulėmė:

¹⁵ MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius: Versus Aureus. 2003, p. 59

¹⁶ Ten pat.

¹⁷ ALTBACH, G. Philip. International Book Publishing: An Encyclopedia. New York: Garland Publishing. 1995, p. 541–549

¹⁸ MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius: Versus Aureus. 2003, p. 41-76

- informacinių technologijų revoliucija,
- visuomenės informavimo kompanijų skverbimasis į leidybą,
- mokslinės – profesinės ir mokomosios literatūros leidybos plėtra
- akcininkų investavimas į leidybos sektorių.¹⁹

Nuo 1960 iki 1990 m. dėl plataus anglų kalbos vartojimo leidyba iš nacionalinio reiškinių, tapo tarptautiniu. Tai padarė įtaką ir daugianacionalinių struktūrų su papildomais periferiniais padaliniais atsiradimui. Pavyzdžiui, Didžiojoje Britanijoje iš penkių didžiausių firmų tik „Penguin“ ir „Hodder Headline“ lieka britų kompanijomis. Tuo tarpu „Transworld“, „Random House“ priklauso „Bertelsmann“ kompanijai, „Macmillan – vokiečių kompanijai „Holtzbrinck“, „Reed“ – olandų „Elsevier“, „Orion“ – prancūzų „Hachette“.²⁰ Didžiosios Britanijos pagrindinės knygų leidybos grupės yra „Bertelsman“, „Bloomsbury“, „Hachette“, „Holtzbrinck“, „News Corporation“, „Pearson“, „Red Elsevier“, „Taylor & Francis“, „Thomson Corporation“, kurios valdo įvairias smulkesnes leidyklas visame pasaulyje.²¹ (1 priedas, p. 45)

Smulkesnių kompanijų supirkinėjimas vyksta ir toliau. Dėl to bandoma ne tik užimti didesnę rinkos dalį, bet ir sumažinti pridėtinės vertės išlaidas. Atsiranda atvejų, kai ta pati holdingo kompanija kontroliuoja kelias tarpusavyje konkuruojančias leidyklas. Pavyzdžiui, „Pearson“ įsigydama „Simon and Schuster Educational“ tapo didžiausiu mokomųjų priemonių leidybos koncernu pasaulyje, leidžiančiu konkuruojančius vadovėlius.²²

Kitas visuomenės informavimo priemonių įtakos augimo padarinys – pasikeitusi leidybos, kaip verslo struktūros, schema. Nemaža dalis Vakarų šalių kompanijų yra daugiaprofiliniai susivienijimai, dažniausiai besivadinantys komunikacijų ar informacijų korporacijomis, kur leidyba užima atskirą ir dažniausiai ne svarbiausią kompanijos veiklos sritį.

Šis leidyklų stambėjimas bei tarptautinių tinklų atsiradimas skatino ir komercinių, techninių bei paskirstymo tarnybų jungimąsi ir augimą. Radosi universalūs tarptautiniai knygų paskirstymo koncernai, kaip „Nacionalinis knygų tinklas“ – NBN (*National Book Network*), kurie rūpinasi tiek knygos marketingu, tiek jos realizavimo galimybėmis vidaus ir tarptautinėje rinkoje. NKT, įsikūręs 1986 m., yra didžiausias nepriklausomas knygų tiekimo koncernas JAV, besirūpinantis pardavimais, marketingu bei knygų užsakymų vykdymu. Viena iš pagrindinių šios

¹⁹ MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius, 2003. P. 11

²⁰ BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius, 2002. P. 9

²¹ UK Publishing Groups [interaktyvus]. Iš *The Booksellers Association, 2006. [žiūrėta 2006 lapkričio 19 d.]* Prieiga per internetą: <http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=206>

²² Ten pat.

kompanijos funkcijų – bendradarbiavimas su leidėjais iš Kanados, Naujosios Zelandijos, Didžiosios Britanijos ir Europos. NBN bendradarbiauja su didžiausiu akademinės literatūros leidėju JAV – „The Rowman & Littlefield Publishing Group“²³

Jungtinių Valstijų, Didžiosios Britanijos, Vokietijos, Olandijos, Japonijos knygų eksporto schema praktiškai nesiskiria viena nuo kitos. Daugelis leidyklų, veikdamos kartu ar atskirai, įkuria kitoje šalyje, kurioje nori prekiauti, eksporto prekybos padalinius arba knygų saugyklas, kurios aptarnauja tos šalies vietinę knygų rinką.

1.4 Tarptautinės knygų prekybos motyvai

Knygų eksportas suteikia galimybę pasiekti didesnę rinką prekybą šalies viduje. Prekyba pasauliniu mastu skatina geresnius veiklos rezultatus. JAV, kurios vidinė knygų rinka žymiai didesnė, eksportuoja tik 5% savo išleistų knygų. Tuo tarpu Didžioji Britanija, kurios vidinė knygų rinka sudaro ketvirtadalį JAV rinkos, yra didžiausia knygų eksportuotoja pasaulyje.²⁴ Žinoma, pasaulinė knygų prekyba reikalauja gero užsienio šalies rinkos pažinimo, prekybos plano bei marketingo strategijos, padedančios įsitraukti į vidinę knygų rinkos dalį. Alison Baverstock išskiria keturis būdus, kaip gali veikti knygų pardavimai užsieniui:

- Leidykla įsigyja atskirą kompaniją užsienyje, kuri rūpinasi knygų leidyba, platinimu ir reklama bei tiesiogiai parduoda jas vietos rinkai. Dažnai tokiu būdu vienos šalies leidybos sektorius įsitraukia į kitos šalies leidybinį sektorių;
- Kompanijos sudaro trumpalaikes sutartis su leidėjais dėl bendrų leidinių pardavimo užsienio rinkoms. Priklausomai nuo knygos pobūdžio ir kitos šalies knygų rinkos ypatybių, svarstoma, ar kurios nors knygos turinys reikalauja adaptacijos, ar jis tinka toks, koks yra leidžiamas savo šalyje;
- Atskiras leidyklos specialistas atstovauja užsienio knygų rinkai bei rūpinasi knygų pardavimų skatinimu ir platinimu;
- Leidykla per didmenininkus bei tiekėjus eksportuoja savo knygas į užsienio šalis.²⁵

Taigi labiausiai pasaulyje paplitęs knygų prekybos užsienio rinkoje būdas yra atskiros kompanijos įsigijimas. Dažnai tai būna perpirkta vietinė leidykla. Toks knygų

²³ National Book Network. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 19 d.] Prieiga per internetą: <<http://www.nbnbooks.com/home.shtml>>

²⁴ BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius, 2002, p. 36

²⁵ BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius, 2002, p. 39

pardavimo būdas skatina užsienio šalies leidybos sektoriaus įsitraukimą į nacionalinę šalies knygų rinką, taip pat užsienio knygų leidybos adaptaciją prie vietinių leidybos tradicijų. Knygų pardavimas užsienyje turi ir kitų motyvų – tai leidėjo prekės ženklo populiarinimas svetur.²⁶ Be to didelė leidyklų konkurencija šalies viduje skatina jas stiprinti savo pozicijas tarptautinėje ar kitos šalies rinkoje.²⁷

Knygų importas, kaip prekių įvežimas į šalį, taip pat turi būti apgalvotas ir rinkos tyrimais pagrįstas procesas. Užsienietišku knygų įsivežimo priežastys gali būti kelios. Pirma, **knygų trūkumas** šalies viduje. Pavyzdžiui, Didžiojoje Britanijoje vien tik per 2005 m. išleista 250 000 knygų pavadinimų.²⁸ Tuo tarpu Lietuvoje 2000 m. – 3709 knygos.²⁹ Kitas motyvas – **knygų įvairovė**. Nors kasmet pasaulyje knygų išleidžiama ir išverčiama vis daugiau ir daugiau, tačiau platus užsienio knygų asortimentas, kokybiški leidiniai ir prieinama kaina, leidžia importinių knygų prekiautoją tikėtis knygos paklausos. Trečia priežastis – **anglų kalba**. Istoriskai taip buvo susiklostę, kad svarbiausios Didžiosios Britanijos knygų rinkos buvo angliškai kalbančios šalys visame pasaulyje, Britų tautų sandrauga ir Jungtinės Valstijos. Tačiau dabar ypač jaučiamas knygų anglų kalba prekybos apimčių didėjimas ES šalyse bei Rytų Europoje.³⁰ Tą sąlygoja ne tik išaugusi naujoji skaitytojų karta, vykstantys globalizacijos procesai, bet ir Didžiosios Britanijos knygų leidybos ypatybė – įvairiapusiškumas, kurio dėka galimybė eksportuoti knygas į angliškas ir ne angliškas rinkas (*english and non-english language markets*) yra vienodai stipri.³¹ Ketvirta, pakankamai paprastas **knygų užsakymas elektroniniuose knygynuose**. Atsiradus tokiems pasaulinio lygio internetiniams knygynams, kaip „Amazon“, knygų paieška ir jų užsakymas tapo prieinamas kiekvienam individualiam vartotojui, turinčiam kreditinę banko kortelę. **Švietimo lygio augimas** pasaulyje sudaro palankias sąlygas anglų kalbos mokymo priemonių eksportui – AKMP. (*ELK – English Language Teaching*). 1990 – 1998 m. AKMP eksportas išaugo 2,5 karto.³²

²⁶ BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius, 2002, p. 40

²⁷ Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 20d.] Prieiga per internetą:

<<http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>>

²⁸ UK Titles Publishing in 1990 – 2005. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 22 d.] Iš *Bookselling Association*. Prieiga per internetą: <http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=419>

²⁹ MISIŪNAS, Remigijus. Leidyba Lietuvoje. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 m. spalio 30 d.] Prieiga per internetą: <[http://www.culture.lt/daile/02\(1\)/li.htm+knyg%C5%B3+rinka&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=4](http://www.culture.lt/daile/02(1)/li.htm+knyg%C5%B3+rinka&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=4)>

³⁰ Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector.

[Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 11 20] Prieiga per internetą: <<http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>>

³¹ Ten pat.

³² Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector.

[Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 11 20] Prieiga per internetą: <<http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>>

Marketingo specialistai Paul Wonannacott ir Ronald Wonannacott išskiria keturis svarbiausius užsienio prekybos naudos šaltinius, iš kurių tris galima pritaikyti knygų prekybai.

Tai yra:

- padidėjusi konkurencija, kuri skatina knygų prekybininkus kurti geresnius kainos arba kokybės pokyčius;
- prekių gausa ir įvairovė, gilinančios knygų rinkos pasiūlą;
- lyginamasis pranašumas, kada pirkėjas gali rinktis iš knygų gausos, vertindamas tiek kainą, tiek knygos kokybę, tiek turinį.³³

Taigi knygų importas ne tik praplečia knygų rinką knygomis iš kitų šalių, bet laisvos knygų prekybos politika, laisvas knygų judėjimas skatina knygų prekybininkų konkurenciją, naujų knygų rinkų paiešką. Knygų gausa ir įvairovė gilina pasiūlą, o lyginamasis pranašumas, leidžia pirkėjui rinktis tarp knygų gausos. Vykstant tarptautinei prekybai, knygynai specializuojasi ir ima orientuotis į pagrindinių pirkėjų knygų paklausą.

³³ WONNACOT, Paul ir WONNACOT, Ronald. Makroekonomika. Vilnius, 1994, p. 374

2. KNYGŲ IMPORTO Į LIETUVĄ SITUACIJA

2.1 Knygynų bendradarbiavimas su Vakarų šalių partneriais.

Lietuvoje šiuo metu galima rasti visų stambiausių Vakarų šalių leidyklų knygų produkcijos. Svarbu paminėti, kad dėl mažos knygų rinkos, Lietuva nėra itin patraukli užsienio knygų leidybos ir prekybos kompanijoms, todėl tarptautinių prekybinių santykių užmezgimu ir jų plėtojimu turi rūpintis Lietuvos knygų prekybininkai. Juos galima būtų suskirstyti į tris grupes:

1. Universalūs knygynai („Baltos lankos“);
2. Specializuoti knygynai (Meno leidinių knygynas „Humanitas“, „Užsienio knygos“, „Kalbos“, „Rotas“);
3. Elektroniniai knygynai (super.lt, books.lt,).

Svarbu pažymėti, jog Lietuvoje bendradarbiavimas su užsienio leidyklomis yra pagrįstas dviem būdais: arba prekybine sutartimi, arba leidyklos atstovavimu.

Pavyzdžiui, UAB „Humanitas“ atstovauja „Oxford University Press“ (Didžioji Britanija) „Taschen Verlag“, „daab“ (Vokietija) „Pepin Press“ (Olandija) leidykloms Baltijos šalyse bei „Teneues“, „Koenemann“ (Vokietija) leidykloms Lietuvoje. Be to kartu su UAB „Mūsų knyga“ yra vieninteliai ES leidinių biuro atstovai Lietuvoje.³⁴ Šis bendradarbiavimo būdas suteikia išskirtinę ir vienintelę teisę (*angl. exclusive*) prekiauti leidyklų, kurioms atstovauja, knygomis bei tiekti jas į kitus Lietuvos ar Baltijos knygynus.³⁵ Knygynas „Litterula“ (įsikūręs 1997 m. Vilniuje), taip pat yra įgaliotasis „Express Publishing“ leidyklos atstovas Lietuvoje. Specializuojasi kalbų mokymo bei kompiuterinėje literatūroje. Bendradarbiauja su specializuotomis „Longmann“, „Macmillan Publication“, „Cambridge University Press“, „Hueber“, „Langenscheidt“, „Klett“ leidyklomis.

Santykiai, pagrįsti prekybine sutartimi, knygų pirkėjui suteikia tik tam tikras nuolaidas leidyklos išleistoms knygoms, kurios priklausomai nuo abipusio susitarimo svyruoja nuo 20–50%. Pavyzdžiui, „Baltų lankų“ knygynai (BLK) Vilniuje ir Klaipėdoje, turi atskirą 2005 m. įkurtą Eksporto ir importo padalinį. Knygyno elektroninėje svetainėje nurodyti šie užsienio partneriai: „Penguin Group“, „Dorling Kindersley“, „Acblack“, „Alibri“, „Bertrams“, „Bloomsbury“, „Happer Collins“, „Little Brown“, „Macmillan Education“, „Pan Macmillan“, „Random House“, „Thames Hudson“, su kuriais knygyno bendradarbiavimas grindžiamas prekybinėmis sutartimis.

³⁴ Mūsų knyga [Interaktyvus]. ES leidiniai. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.] Prieiga per internetą: <http://www.musuknyga.lt/lt.php/es_leidiniai/18616>

³⁵ 2 priedas, p. 46

Taigi užsienio leidyklų ir prekybininkų knygų pardavimai Lietuvai veikia pagal du modelius, kuriuos pateikė ir Alison Baverstock savo knygoje „Leidybos marketingas“:

- arba kaip atskiras leidyklos atstovas, dirbantis užsienio knygų rinkai bei besirūpinantis knygų pardavimų skatinimu ir platinimu – šiuo atveju UAB „Humanitas“;
- arba leidykla per didmenininkus bei tiekėjus eksportuoja savo knygas į Lietuvą – BLK, UAB „Rotas“, UAB „Užsienio knygos“³⁶.

Universalūs ir elektroniniai knygynai verslo santykius dažniausiai palaiko su įvairių specializacijų ar universaliomis leidyklomis. Todėl produkcijos asortimentas knygynuose formuojamas nuo edukacinės, mokslinės profesinės iki grožinės literatūros. Specializuoti knygynai, veikia kiek kitaip: atsirenka su kuo bendradarbiauti, atsižvelgdami į leidyklos profilį ar leidybinės įmonės prekės ženklą. Tokie vardai, kaip „Penguin“, „Oxford University Press“, „Cambridge University Press“, „Pan Macmillan“, TASCHEN jau yra pelnę pagarbą ir pasitikėjimą visame pasaulyje.³⁷ Populiarūs tampa ir Lietuvoje.

Vienintelis TASCHEN, „daab“, „Pepin Press“, „Oxford University Press“ leidyklų atstovas Lietuvoje ir „Koenemann“, „Teneus“ atstovas Baltijos šalyse yra „**Humanitas**“. Tai – didžiausią importinių knygų asortimentą siūlantis knygynas, orientuotas į akademinės visuomenės poreikius. Kitaip nei BLK ir elektroniniai Lietuvos knygynai, UAB „Humanitas“ knygynas pasižymi specializacija bei knygų pasiūlos komplektavimu, atsižvelgiant į teminį apibrėžtumą. Šią įmonę galima priskirti prie tikrųjų užsienio knygų prekybininkų, tiek dėl jos išskirtinės atstovaujamos teisės platinti užsienio knygoms, tiek dėl paties įmonės pobūdžio – oficialūs užsienio knygų platintojai. Veikia šeši specializuoti knygynai: trys Vilniuje ir trys Kaune: vienas prekiauja kalbų mokymo literatūra („Kalbos“), kitas – moksline ir profesine literatūra („Akademinė literatūra“) ir trečias – meno, architektūros ir dailės leidiniais („Meno leidinių knygynas“).

Užsienio kalbų knygynų tinklas „**Rotas**“, įkurta 1991 m. Tai vienas didžiausių Vilniuje ir visoje Lietuvoje specializuotas užsienio kalbų mokymo priemonių aprūpinimo centras, turintis filialus Kaune, Klaipėdoje ir Panevėžyje. Šis tinklas siūlo įvairių užsienio kalbų mokymo priemonių, – daugiau kaip 9500 pavadinimų. Jis aptarnauja daugelį Lietuvos mokymo įstaigų, bibliotekų, kalbų mokymo centrų. Tiesiogiai bendrauja su 25 užsienio partneriais; svarbiausi iš jų „Macmillan Education“, „Cambridge University Press“, „Klett Edition Deutch“, „Max Hueber

³⁶ BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius: Poligrafija ir Informatika. 2002. p. 36

³⁷ datamonitor.com [interaktyvus]. Global publishing [žiūrėta 2006 m. lapkričio 26 d.]. Prieiga per internetą: http://datamonitor-market-research.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=199

Varlag“.³⁸ Svarbu pažymėti, dėl to, kad „Humanitas“ atstovauja „Oxford University Press“ leidyklą Lietuvoje, užsienio kalbų aprūpinimo centras UAB „Rotas“ tiesiogiai knygų iš šio leidėjo negauna. Jas tiekia UAB „Humanito“.

UAB „Mūsų knyga“ – didžiausia Lietuvoje didmeninės prekybos knygomis įmonė, taip pat kaip UAB „Humanitas“ yra ir oficiali ES institucijų leidinių platintoja. Nuo pastarojo skiriasi savo profiliu – universalus knygynas.³⁹

Kiekvienam užsienio knygų prekybininkui sudarius prekybinę sutartį su užsienio leidykla ar užsienio knygų prekybos įmone, suteikiamas atsiskaitomosios sąskaitos numeris, vadinamasis *account number*. Prekiautojas importinėmis knygomis turi būti atsidaręs banko sąskaitą toje šalyje, su kurios šalies įmoneimis prekiauja. Tam kad sutartu laiku pervestų atsiskaitymus.

Kiekvienas prekybininkas užsienio leidykloje ar užsienio knygų prekybos įmonėje turi sau atskaitingą asmenį, kuris rūpinasi užsakytų knygų asortimento surinkimu, jų sandėliavimu tol, kol užsakymas paruošiamas išsiuntimui. Kai kurios užsienio leidyklos pačios nesiunčia savo knygų klientams paštu, o knygų krovinį nemokamai pristato ekspedicijoms, kurios pasirūpina knygų atgabenimu. Viena iš populiariausių yra „*Worldwide Bookservice*“. Importinių knygų krovinio gavimo laikas priklauso nuo to, į kurią šalį užsakymas yra siunčiamas. Jei užsakymas siunčiamas į Didžiąją Britaniją, krovinys keliauja apie dvi savaites, o iš JAV – iki mėnesio.

Pažymėtina, kad dėl per mažos knygų rinkos bei pirkimo galios, kol kas nei viena tarptautinė leidybos kompanija nėra įkūrusi Lietuvoje atskiro leidybinio padalinio. Savo knygas platina, tik per atstovybes. Tačiau tikėtina, kad ateityje, augant užsienietišku knygų paklausai ir pirkimo galiai tarptautinės leidybinės kompanijos ims kurtis ir Lietuvoje. Todėl knygynai, importuojantys knygas iš užsienio, arba nustos jas pardavinėti, arba turės ieškoti kitų alternatyvų, padėsiančių konkuruoti su tarptautiniais gigantais.

2.2 Vakarų šalių knygų pasiūla Vilniaus knygynuose

Siekiant išsiaiškinti knygų pasiūlos–paklausos sintezę, užsienietišku knygų pirkimo įpročius, galimybes bei tendencijas buvo paruošta „Užsienio knygų anketa“, apklausti 150 respondentų. Toks metodas plačiai naudojamas marketingo tyrimų srityje. Jis padeda nustatyti potencialių vartotojų pirkimo įsitikinimus, požiūrius bei poreikius. Kad būtų pasiekta tikslinga auditorija, anketa buvo palikta Vilniaus Universiteto Komunikacijos fakulteto bibliotekos

³⁸ Rotas. Apie mus. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]. Prieiga per internetą: http://www.rotas.lt/apie_mus

³⁹ Mūsų knyga [Interaktyvus]. ES leidiniai. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]. Prieiga per internetą: http://www.musuknyga.lt/lt.php/es_leidiniai/18616

skaitykloje bei BLK (2006 lapkričio 15 – gruodžio 15 d.) Šis tyrinėjimas taip pat padėjo įvertinti, Vilniaus knygynų tinklą, prekiaujančių užsienio knygomis, konkurencingas vietas, pasiūlos trūkumus bei privalomus. Be to, buvo remtasi nuolatinio stebėjimo metodu, kuris leido išryškinti užsienietišku knygų pasiūlos gilumą bei siūlomų knygų vietą Vilniaus knygynuose.

Užsienio leidyklų knygų asortimentas Lietuvoje sudaro iki 20–30% visų knygynuose siūlomų knygų. Iš jų 80% sudaro knygos anglų kalba, likusios – rusų, vokiečių, prancūzų ir kitomis kalbomis.⁴⁰ Nemažą dalį leidinių anglų kalba sudaro specializuota mokomoji literatūra, įvairūs kelionių gidai, grožinė literatūra, o likusi tai – populiarai pažintinė literatūra, dėl kol kas Lietuvoje jaučiamo stygius.

Didelė dalis Vilniaus knygynų asortimentą komplektuoja atsižvelgdami į savo specializaciją. Pavyzdžiui, Meno leidinių knygynas „Humanitas“ prekiauja įvairiomis meno sričių knygomis (tapybos, skulptūros, fotografijos, dizaino, architektūros, komercinio meno). Savo pasiūlą praplečia ir užsienio leidyklų leidžiamais kelionių gida, pokalbių žodynais, įvairiais meniškais kalendoriais. UAB „Užsienio knygų“ knygynas specializuojasi akademinėje literatūroje bei specializuotų mokomųjų priemonių prekyboje. Todėl pasiūla susideda iš įvairių specializuotų ir kalbų žodynų, ELT ir kitų kalbų mokomųjų priemonių. Didelę dalį sudaro – verslo (rinkodaros, reklamos, marketingo) knygų pasiūla.

BLK savo knygų pasiūlą komplektuoja, remdamasis prenumeruojamais žurnalais, kurie yra skirti knygų prekybininkams. Šio knygyno vadovė teigia, kad nuolat stebi pasaulyje geriausiai perkamų knygų sąrašus ir iš dalies jais remiasi užsakinėdama knygas. Knygyne yra lentyna, vadinama „Bestsellers Top 5“, kurioje nuolat sudedamos penkios užsienyje populiariausios knygos. „Kadangi užsakymai yra daromi reguliariai, daug informacijos suteikia ir patys užsienio partneriai. Nuolat pristatomi nauji populiarūs autoriai ir knygų pavadinimai, - į tai ir atsižvelgiame užsakinėdami knygas“, - teigia Eksperto ir importo padalinio vadovė Ina Kiseliova. Rodiklis, kuris labiausiai lemia užsakymo sudėtį – pardavimų statistika. Dažniausiai šio knygyno užsakymuose naujos knygos sudaro tik 5%, o visa kita – papildymas anksčiau užsakinėtų ir vis dar populiarių leidinių. Anot padalinio vadovės: „Manome, kad užsienio literatūra prekiaujantis knygynas privalo turėti garsiausių užsienio klasikų knygų originalo kalba, todėl nuolat papildome ir užsakinėjame naujus klasikinės literatūros leidinius (W. Shakespeare, E. Hemingway, O. Wilde, E. Remarque).“ Šiame knygyne populiariausios grožinės, meno ir dovanų užsienio leidyklų knygos.⁴¹ Didelio visuomenės susidomėjimo susilaukia tokios populiaraus informacinio pobūdžio knygos, kaip vyno enciklopedijos (*The Sotheby's Wine Encyclopedia, 2005; Wine Report, 2005*).

⁴⁰ 3 priedas, p. 49

⁴¹ 3 priedas, p. 50

Kuriose pristatomos visos vyną gaminančios šalys, taip pat ir naujai atsirandantys vyndarystės regionai. Didelę pasiūlos dalį sudaro kulinarinės knygos, liečiančios netradicinę virtuvę – *Sushi: taste and technique* (K. Barber, H. Takemura, 2002); *Arabesque: A Taste Morocco, Turkey & Lebanon* (R. Claudia, 2005). Taip pat specializuoti technikos žinynai: *Ship* (B. Lavery, 2005), *Flight: 100 Yars of Aviation* (R. G. Grant, 2005). Taigi knygyne anglišku knygų pasiūla turi būti komplektuojama atsižvelgiant į kol kas Lietuvoje trūkstamų temų knygas, o svarbiausia į pirkėjų paklausą.

Meno albumų paklausa reikalauja, kad tai būtų knygos kietu viršeliu (*hardback*): „Tokių knygų pirkėjas dažniausiai būna meninį išsilavinimą turintis žmogus, suprantantis, knygos, kaip meno kūrinio reiškinį, todėl jo keliami reikalavimai, pirmiausia siejasi su knygos kokybės klausimu – ypatingas dėmesys skiriamas knygos poligrafijai: viršeliui, formatui, popieriaus tipui“.⁴²

Stebint importinių knygų asortimentą, galima pastebėti, kad grožinė literatūros pasiūla atitinka lietuvių kalba išleistų autorių pasiūlą. Pagrindiniai užsienio grožinės literatūros autoriai Vilniaus knygynuose: Agata Christi, Stephen'as King'as, John'as Grisham'as, Dan'as Brown'as, Paulo Coelho, Jame Austen, Haruki Marukami.

Pakankamai nauja, savo pirkėjų tebelaukianti, yra garsinių knygų pasiūla, nors Lietuvoje dar nėra labai populiarūs, tačiau anot Inos Kiseliovos, ši produkcija su laiku sulauks savo pirkėjo. Kol kas žmonės neatrado, kad tai ne tik patogi priemonė klausimo būdu susipažinti su pasirinktu kūrinium, bet ir geras būdas gilinti anglų kalbos žinias.⁴³ Su tuo sutinka ir prof. Viktorijos Daujotytės – Parkerienės mintys apie garsines knygas, kad „įrašytų, įbalsintų, įgarsintų knygų galimybės yra nepaneigiamos. Dalis ir lietuvių literatūros klasikos, ypač eilėraščių, novelių, esė, galėtų būti išklausyta. Taip pat ir bent dalis tų kūrinių, kurie įeina į mokyklinės programas. Bet ir šiuo atveju (knygos klausymo) turime kalbėti apie specialų skatinimą, kas savaime aišku, nesuderinama su skaitymo džiaugsmu, su teksto malonumu.“⁴⁴ Lietuvoje kol kas garsinėmis knygomis gali džiaugtis vaikai. Yra išleista nemaža dalis V. Lansbergio pasakų.

Populiariausios knygos pasaulyje pardavinėjamos su audiokasetėmis. Įgarsintos knygos, paplitusios Anglijoje, dabar jų vis daugiau leidžiama Prancūzijoje, Japonijoje, Vokietijoje. Tokių knygų jau turi ir lenkai, ir rusai. Net gudai išleido istorines U.Arlovo ir V.Bykovo apysakas.

Kitas svarbus motyvas, į kurį turi atsižvelgti importinių knygų prekiautojas yra kaina. Ji yra viena jautriausių pusių knygų prekyboje. Todėl praktiškai visos Lietuvoje siūlomos grožinės

⁴² 2 priedas, p. 47

⁴³ 3 priedas, p. 49

⁴⁴ DAUJOTYTĖ – PAKERIENĖ, Viktorija. Apie skaitymo džiaugsmą ir naudą. [Interaktyvus]. Iš *Leidykla Gimtas žodi*. [žiūrėta 2006 lapkričio 28 d.]. Prieiga per internetą: <http://gimtasiszodis.w3.lt/daujot_04_1.htm>

literatūros, pažintinės knygos yra minkštu viršeliu (*paperback*), kas leidžia leidejui sumažinti knygos kainą iki 50%.

„Užsienio knygų“ anketos tyrimas atskleidė tokius su knygų pasiūla siejamus rezultatus:

- **Potencialus vartotojas – akademinė visuomenė;**

50% apklaustųjų, turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą, prioritetus teikia mokslinei profesinei literatūrai, o 71,4% knygą iš užsienio perka dėl asortimento trūkumo. Šie respondentai – tai akademinė visuomenės dalis. Todėl didelė asortimento dalis turi būti komplektuojama, atsižvelgiant į šios grupės poreikius.

Tačiau galima išskirti ir kitą svarbią auditoriją – Lietuvoje laikinai ar pastoviai gyvenantys kitataučiai.

- **Mokslinių – profesinių knygų asortimento trūkumas;**

28% respondentų teigė, kad Lietuvos knygynų lietuviškai išleistų knygų asortimentas yra nepakankamas ir nepatenkina jų poreikių. Daugiausia šį atsakymo variantą pažymėjusių respondentų prioritetus teikia mokslinei profesinei literatūrai. Tik 20% atsakė, kad visada randa ieškomą knygą ir knygų pasiūlą laiko didelę. Pastarieji prioritetus teikia grožinei, vaikiškai, pažintinei literatūrai. Į klausimą, kodėl renkasi užsienietišką knygą, 56% apklaustųjų atsakė, kad taip elgiasi dėl asortimento trūkumo ir tik 16% paminėjo, kad dėl kokybės, o 4% – dėl prestižo.⁴⁵

Taigi gauti „Užsienio knygų“ anketos duomenys ir dr. T. Tamošiūno parengtas socialinis tyrimas „Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai“ bei nuolatinis Vilniaus knygynų asortimento stebėjimas atskleidė panašius rezultatus – mokslinės profesinės literatūros pasiūlos trūkumą. Kol Lietuvoje ši knygų rinka nėra užpildyta lietuviškomis ar verstinėmis knygomis, knygos iš užsienio gali būti gera alternatyva knygų prekybininkams, siekiantiems patenkinti pirkėjų lūkesčius. Tuo labiau, kad pagrindinis segmentas, į kurį bando orientuotis Vilniaus knygynai yra akademinė visuomenė. Šios publikos ypatybė yra ta, kad jie neteikia ypatingo dėmesio nustatytai knygos kainai. Tokiems klientams svarbiausia yra knygos turinys, dominančio mokslinio tyrimo gilumas ar naujumas. Todėl kyla klausimas, kodėl neužsakoma daugiau mokslinės profesinės literatūros. BLK Eksperto ir importo vadovė Ina Kiseliuva atsakė, kad dėl mažos skaitytojų pirkimo galios. Taip pat pažymėjo, kad anksčiau knygynas bandė atsivežti specializuotų medicinos, sociologijos, teisės knygų, tačiau jos užsigulėdavo lentynose kelerius metus, nes būdavo neperkamos.⁴⁶ Taigi iškyla kita problema: kodėl knygynai neatlieka knygų paklausos analizių, rinkos tyrimų, kurie atskleidžia, kokios tipologijos, kokių naujausių mokslinių

⁴⁵ 5 priedas, p. 60

⁴⁶ 3 priedas, p. 51

tyrimų knygos yra paklausiausios užsienyje ir ar tokios knygos sulauks susidomėjimo Lietuvoje.

„Užsienio knygų“ anketos tyrimas taip pat atskleidė ir kitą problemą:

- **Mažą leidinių iš užsienio pasiūlos matomumą bei populiarinimą;**

UAB „Humanitas“ ir UAB „Rotas“, „Užsienio knygos“ yra vieninteliai knygų tinklai, nuolat organizuojantis naujų iš užsienio gautų knygų parodas ar pristatymus, skirtus akademinėi visuomenei. Pavyzdžiui, UAB „Humanitas“ iniciatyva 2006 m. gruodžio 7–14 d., ISM bibliotekoje vyko „Akademinė knygų paroda“. Buvo siūlomos vadybos, rinkodaros, verslo, ekonomikos ir finansų temų knygos. Norintieji galėjo jas įsigyti vietoje.⁴⁷ UAB „Rotas“ kartu su „Macmillan Education“ atstovybe reguliariai rengia seminarus mokytojams, kuriuose pristato naujų AKP mokymo vadovėlius.⁴⁸

UAB „Humanitas“ knygyno internetinėje svetainėje gana aiškiai ir tiksliai pateikta knygų paieška. Ji išskaidyta temomis: išskiriama akademinė profesinė duomenų bazė (sudaro atskiros mokslinės disciplinos: politika, pedagogika, socialinė ir teisinė kompiuterija, sociologija ir visuomenės mokslai, veterinarija, medicina, religijotyra, žemės ūkis ir t.t.), grožinė literatūra anglų kalba (pažymėta 773 knygų pavadinimai), kalbų mokymas, menas, laisvalaikis, knygos vaikams. Knygų paieškos sąrašai sumaišyti su Lietuvoje išleistomis ir parduodamomis knygomis.⁴⁹

Galima būtų išskirti dar BLK knygynus, kurie teikia mokslinės profesinės literatūros naujienlaiškio prenumeratą elektroniniu paštu, tačiau dažniausiai aptariamoms tik Lietuvoje išleistoms knygoms. Šio knygyno internetinėje svetainėje veikianti knygų paieškos programa taip pat siūlo ieškoti leidinių „kitomis užsienio kalbomis“, tačiau nebuvo rasta nei vienos užsienietiškos knygos. Angliškame svetainės variante, siūlomas tik lietuviškų knygų anglų kalba tiesioginis užsakymas internetu bei pateikiamas šių knygų sąrašas.⁵⁰

Taigi galima teigti, kad knygynai nesiorientuoja į Lietuvoje pastoviai ar laikinai gyvenančius kitataučius, kurie taip pat gali būti arba yra potencialūs užsienietiško knygų pirkėjai. Pastebėta, kad kiti knygynai (išskyrus „Humanitas“, „Rotas“, „Užsienio knygos“) nesiūlo tokių ar panašių paslaugų, kaip knygų pristatymai, parodos. O apsiriboja tik individualių ar specialių užsakymų vykdymu. Taip pat neužiima jokia kita importuojamų knygų populiarinimo programa, naujų knygų siuntų anonsavimu, o siūlo tik sezonines nuolaidas.

⁴⁷ UAB „Humanitas“ naujienos / įvykiai. [Interaktyvus]. Iš *UAB Humanitas*. [žiūrėta 2006 gruodžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.humanitas.lt/LT/lt/naujienos_ivykiai>

⁴⁸ UAB „Rotas“ akcijos. [Interaktyvus]. Iš *UAB Rotas* [žiūrėta 2006 gruodžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.rotas.lt/index.php?id=22846>>

⁴⁹ UAB „Humanitas“ siūlomos knygos. [Interaktyvus]. Iš *UAB Humanitas*. [žiūrėta 2006 lapkričio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.humanitas.lt/>>

⁵⁰ UAB „Baltos lankos“ knygų paieška. [Interaktyvus]. Iš *UAB Baltos lankos*. [žiūrėta 2006 lapkričio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.blk.lt/main.php?page=knygos>>

- **Konkurencingumas;**

Nors importinių knygų rinka Lietuvoje maža, tačiau gana konkurencinga. Iš anketos duomenų galima daryti išvadą, kad šiuo metu Lietuvoje importinių knygų rinkoje didžiausi konkurentai – BLK, UAB „Humanito“ bei RKC knygynai. Į klausimą, kur perkate, jeigu perkate knygas iš užsienio, 28% apklaustųjų paminėjo BLK, 32% – UAB „Humanitui“ priklausančius knygynus bei 8% – RKC priklausančią knygyną „Užsienietiškos knygos“.⁵¹

Visi knygynai, išskyrus BLK specializuojasi tam tikros srities knygų prekyboje. Pavyzdžiui, UAB „Humanitui“ Vilniuje priklauso trys knygynai: „Kalbos“ (kalbų mokymo literatūra); „Akademinė knyga“ (mokslinė profesinė literatūra); „Humanitas“ (meno, architektūros, dizaino literatūra). RKC Vilniuje priklauso aštuoni knygynai, iš kurių du prekiauja knygomis iš užsienio: „Užsienio knygos“ (įvairi užsienietiška literatūra) ir „Užsienio kalbų mokymo priemonių aprūpinimo centras“ (specializuotos užsienio mokymo priemonės). Pastebėta, kad BLK nesispecializuoja jokiaje tam tikros literatūros pasiūloje. Veikiantis atskiras Eksperto ir importo padalinys be knygų eksportavimo į užsienį (pirminė šio filialo funkcija) rūpinasi pavienių knygų iš Vakarų šalių tiekėjų užsakymu. Nors BLK Eksperto ir importo padalinio vadovė Inos Kiseliovos teigia, platų užsienietišką knygų asortimentą jų knygyne sudaro grožinės literatūros pasiūla.

2.3 Vakarų šalių leidinių tipologija Vilniaus knygynuose

Nuo XX a. vidurio tarptautinė leidybos apimtis nepaliaujamai didėja. Statistikos duomenimis, 1950 m. pasaulyje pasirodė 230 000, 1975 m. – 568 000, 2000 m. – 1 150 000 knygų pavadinimų. Todėl siekiant aiškumo ir noro suvokti leidybos raidos tendencijas, atsirado atskira mokslo disciplina – tipologija, kuri pagal logiškai pagrįstą sistemą, turinčią universalių pritaikymo galimybių, klasifikuoja poligrafinius ir skaitmeninius leidinius pagal knyginkystei būdingus požymius. Tipologija – vienas svarbiausių knygotyros metodų, kuriuo remiantis vykdomi teoriniai ir taikomieji tyrimai. Viena seniausių knygotyroje klasifikacijų susiformavo XIX a. ir rėmėsi skaitymo adresato požymiu pagal išsilavinimą, amžių, profesinį pasirengimą, socialinę padėtį. Leidiniai buvo klasifikuojami į masinius, populiariusius, adaptuotus, vaikų ir jaunimo, tarnybinio naudojamo, aklujų, elitiniai, bibliofiliniai ir kitokie. Tradiciškai taikomos trys pagrindinės leidinių klasifikacijos: pagal turinį, funkcijas ir skaitymo adresatą. Remiantis šiais požymiais leidiniai grupuojami pagal rūšį, kuri atspindi būdingus vidaus ir išorės požymius, ir porūšį, kuri nustatoma,

⁵¹ 5 priedas, p. 62

pagal pateiktos informacijos bendrumą (pavyzdžiui, žinynai, žodynai). Itin svarbu praktinėje veikloje taikyti svarbiausius klasifikavimo požymius: materialiąją konstrukciją, informacijos ženklų pobūdį, periodiškumą ir struktūrą, paskirties adresatą.⁵²

Kadangi kol kas nėra parengtos universalios spaudos leidinių paveldo klasifikacijos, užsienio knygų pasiūla Vilniaus knygynuose analizuojama dvejopai:

- pagal svarbiausius klasifikavimo požymius;
- Berlyno universiteto profesoriaus Konrado Umlauro šiuolaikinę knygų tipologiją, kuri remiasi knygų prekybos asortimento klasifikacija. Pagrindiniai pastarosios tipologijos kriterijai yra knygų turinio pateikimo forma, suvokimo lygis, vartotojų grupės ir funkcijos.

Analizuojant knygų tipus Vilniaus knygynuose, svarbu paminėti, kad BLK yra universalus bei pasižymintis gausiausia knygų tipologija. Knygų iš užsienio pasiūla – plati, skirta įvairiems skaitymo adresatams. Anot šios knygyno Eksporto ir importo vadovės Inos Kiseliovos, knygynas siūlo vieną iš plačiausių grožinės literatūros asortimentų.⁵³

Likusieji – „Užsienio knygų“, „Roto“, „Humanito“, „Kalbų“ knygynai yra specializuoti ir orientuojasi į konkretų paskirties adresatą. Pavyzdžiui, šių knygynų specializacija akademinė ir kalbų mokymo priemonių leidinių prekyba. Šių knygyno asortimentą sudaro didelė gausa ELT leidinių, iš kurių didelė dalis priklauso galiojančių bendrojo lavinimo dalykų vadovėlių 2006 – 2007 m. sąrašui. Priskiriami prie **lavinimosi knygų**:

- C. Bradshaw, J. Hadfield *Excellent!*, Longman. 2003;
- M. Herrera, T. Zanatta *New English Parade*, Longman. 2000;
- V. Evans, N. O’Sullivan *Click On*, Express Publishing. 2001;
- J. Dooley, V. Evans *Blockbuster*, Express Publishing. 2001;
- J. Garton-Sprenger, P. Prowse *Inspiration*, Macmillan. 2000;
- S. Kay, V. Jones, P. Kerr *Inside Out*, Macmillan. 2002;
- B. Bowler, S. Parminter *Happy Earth*, Oxford University Press. 2002;
- H. Puchta, J. Stranks *English in Mind*, Cambridge University Press 2004;⁵⁴

Šie leidiniai atlieka mokymo bei mokymosi funkcijas. Taigi tiek „Užsienio knygų“, tiek „Roto“, tiek „Kalbų“ vadovėlių ir pasiūla atskleidžia, kad knygynai orientuojasi į mokytojų bei mokinių vartotojų grupes.

⁵² KAUNAS, Domas; MISIŪNAS, Remigijus; NAVICKIENĖ, Aušra; STONIENĖ, Vanda. Knygotyra. Vilnius: Vilniaus universiteto komunikacijos fakulteto knygotyros ir dokumentotūros institutas, 2006. P. 67 – 85

⁵³ 3 priedas, p. 50

⁵⁴ Rotas. Mokinio krepšelis [Interaktyvus], [žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]
Prieiga per internetą: <http://www.rotas.lt/krepšelis>

Stebėjimo metodas padėjo meno leidinius siūlančio knygyno „Humanitas“ knygas, išskirti į šiuos pagrindinius tipus:

kelionių vadovai, kurių svarbiausia funkcija yra reikalingiausios pažintinės informacijos suteikimas, kelionių populiarinimas. Šie leidiniai orientuoti į keliones mėgstančius žmonės. Tokių knygų turinio pateikimo forma, išsiskiria įvairių patarimų bei nuorodų, į kitus informacinius šaltinius, gausa. Vyraujantis informacinis ženklų pobūdis – vaizdinis, būdingas serijinis periodiškumas.

- *Amsterdam City*, Lonely Planet Ltd. 2005;
- *Berlin City*, Lonely Planet Ltd. 2004;
- *New York*, Eyewitness travel guide, Dorling Kindersley. 2005;
- *Sweden*, Eyewitness travel guide, Dorling Kindersley. 2005;

atlasai, kurių svarbiausią funkcija informatyvumas, sisteminis nuorodų ir informacijos pateikimas. Tokių leidinių informacijos ženklų pobūdis vaizdinis, dažniausiai didelis formatas. Priskiriami prie monoleidinių tipo.

- *World History Atlas*, Dorling Kindersley. 2005;
- *Compact Atlas of the World*, Dorling Kindersley. 2005;

meno knygos, kurių svarbiausia funkcija estetiškas vaizdinis turinio pateikimas. Tokio pobūdžio leidiniai dažniausiai didelio formato knygos. Skirtos meninį išsilavinimą turinčias ar menu besidominčias vartotojų grupes.

- J. Boardman *World of Ancient Art*, Thames & Hudson. 2006;
- O. Watson *Ceramics from Islamic Lands*, Thames & Hudson. 2006;
- Leslie H. *Place and Placelessness in Performance*, Palgrave Macmillan. 2006;

Taigi klasifikuojant „Humanitas“ knygų asortimentą pagal tipologiją, galima teigti, kad didžiausią pasiūlą sudaro įvairių meno sričių knygų tipas. Kitas knygų tipas – kelionių vadovai ir atlasai.

BLK didelę dalį leidinių sudaro populiarus **specialaus pobūdžio** knygos ir **grožinė literatūra**.

Sisteminant pagal svarbiausius klasifikavimo požymius, didžiausią pasiūlą Vilniaus knygynuose sudaro įvairių formų ir įrišimų knygos. Dominuojantis informacijos ženklų pobūdis – tekstinis. Nedidelė pasiūlos dalis yra pavieniai kartografiniai leidiniai – įvairių pasaulio šalių žemėlapiai – bei didesnė – vaizdiniai leidiniai tai yra meno albumai ir atlasai. Šie pasižymi išskirtine materialiąja konstrukcija – nestandartiniu formatu ar leidinio forma. Periodiškumo požymis pritaikomas tokioms literatūrinėms grožinėms knygų serijoms, kaip J. K. Rowling „Harry Potter“, J. R. R. Tolkien „Žiedų valdovas“ (*Lord of the Rings*). Taip „Penguin“ leidyklos

leidžiamai klasikos serijai, (*Penguin Classic*), prabangiai klasikos serijai (*Deluxe Classic*), jaunimo klasikos serijai (*Joung readers*).⁵⁵ Periodiškumo požymi galima pritaikyti ir „Penguin“ leidyklos leidžiamoms kelionių gidams (*Rought Guide*), „Dorling Kindersley“ leidžiamoms pažintinėm kelionių knygom „Eyewitness Travel Guides“, taip pat pokalbių žodynams „Language Guides 15 – Minute“.

Remiantis Konrado Umlauro klasifikacija, galima teigti, kad gausiausią leidinių dalį sudaro populiarus specialaus turinio, kelionių vadovų, mokyklinių vadovėlių, meno ir grožinės literatūros knygos. Populiarios specialaus turinio knygos – tai įvairūs pažintiniai leidiniai, kurių Lietuvoje nėra kol kas nėra išleista. Pavyzdžiui, išsamus pasaulinės muzikos gidas (*A Rought Guide To World Music*, Penguin Press, 2005m.) arba leidinys apie laivedybą (*The new Complete Sailing manual*, Dorling Kindersley, 2005 m.), knyga apie lėktuvų istoriją (*Eyewitness Flying Machines*, Dorling Kindersley, 2003 m.) Pastebėta jog meno albumai dažniausiai atitinka monoleidinių tipą.

2.4 Užsienio knygų kainodara Vilniaus knygynuose

Kainodara – kainų sudarymas ir jų santykių nustatymas⁵⁶. Tai viena svarbiausių knygų prekybos grandžių, nuo kurios priklauso pardavimų didėjimas. Aštrėjant knygynų konkurencijai, kainos natūraliai mažėja, tačiau mažėja ir knygynų pelno sąskaitos. Taigi knygų iš Vakarų šalių prekybininkai, siekdami padidinti tiek pardavimus, tiek pelną, privalo taikyti lanksčią ir gerai apgalvotą kainodaros politiką.

Importinėmis knygoms iš ES netaikomi muitai ir PVM mokesčiai. Tačiau lediniams iš tų šalių, kurios nepriklauso ES, pavyzdžiui iš JAV, taikomas lengvatinis 5% PVM tarifas. Šis mokestis taikomas visoms knygoms (įskaitant brošiūras, lapelius ir panašius spaudinius, vaikiškas knygeles su paveikslėliais, piešimo ir spalvinimo knygeles, spausdintas ar rankraštines natas, žemėlapius, hidrografijos arba panašias schemas, tačiau išskyrus gaublius, kalendorius, užrašų knygeles ir kitus panašaus pobūdžio spaudinius), laikraščiams, žurnalams ir kitiems periodiniams leidiniams, išskyrus erotinio ir smurtinio pobūdžio leidinius, kuriuos tokiais pripažino teisės aktų įgaliota institucija).⁵⁷

⁵⁵ Penguin Classics [interaktyvus]. Iš *Penguin group USA* [žiūrėta 2006 m. lapkričio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://us.penguin.com/static/html/classics/index.html>

⁵⁶ Dabartinės lietuvių kalbos žodynas. Lietuvių kalbos institutas. 4–asis leid.–Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2000. P. 458

⁵⁷ Pridėtinės vertės mokesčio įstatymas [interaktyvus] Iš *Lietuvos Respublikos Seimo* [žiūrėta 2006 m. gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_1?p_id=247278

Importinių knygų kainos nustatymo sistema mažai kuo skiriasi nuo vietinės kainų sistemos. Prekiautojai gauna knygas iš tiekėjų, kurie siūlo mažmeninę kainą. Priklauso nuo jų tarpusavio sutarties sąlygų, knygoms taikomos tam tikros nuolaidos. Vietinėje knygų prekyboje, nuolaidos gali būti taikomos už papildomą knygų eksponavimą aktyvioje knygyno zonoje, ar knygų pardavimo–pirkimo, o ne konsignacijos sutarties sudarymą.

Knygų prekyboje su užsienio partneriais svarbiausia yra nuolaidų sistema, o knygų savikaina priklauso nuo to, kokio dydžio nuolaidą gauna importinių knygų prekybininkas, prekiaudamas su tam tikra užsienio leidykla ar užsienio knygų prekybos įmone. Dažniausiai tai būna 15–40% nuolaida knygoms kietais viršeliais (*hardback*) ir iki 50% komercinėms knygoms minkštais viršeliais (*paperback*). Užsienio leidyklų atstovai ir oficialūs platintojai Lietuvoje turi žymiai didesnę nuolaidą parduodamoms knygoms, negu tiek, kurie yra pasirašę tik prekybines sutartis.

Kai kurios užsienio leidyklos leidžia atskirus knygų katalogus, skirtus tik užsienio partneriams. Šiuose kataloguose knygų kainos iš karto parašytos su nuolaidomis ir yra skirtos tik knygų eksportui į svetimą šalį (*angl. export price*). Čia skelbiamos ir įvairios akcijos, knygų anonsai, pateikiami trumpi knygų bibliografiniai duomenys: kaina, įrišimo būdas, puslapių ir iliustracijų skaičius, leidykla, išleidimo laikas. Tos pačios knygos kaina šalies viduje skiriasi – dažniausiai ji būna brangesnė.

Kaip ir knygoms, išleistoms Lietuvoje, taip ir Vakarų šalyse, taikomas knygyno antkainis. Jo dydis priklauso nuo pačios įmonės ir gali svyruoti nuo 15 iki 30%. Svarbus veiksnys, sąlygojantis knygos savikainą yra siuntimo išlaidos. Jeigu importinių knygų krovinyje yra didelis, siuntimo išlaidos dalinamos iš knygų kiekio ir pridedamas prie kiekvienos knygos kainos. Todėl tai mažai kuo keičia tikrąją užsienio leidėjų siūlomą kainą. Tačiau jei knygos užsakymas yra individualus ar specialus (žr. „Knygynų paslaugos“), ir užsakovas pageidauja įsigyti vieną knygą, siuntimo išlaidos gana žymiai pakeičia tikrąją knygos kainą. Knygų kainos nustatomos konvertuojant užsienio valiutą į nacionalinę. Taigi nuolaida ir antkainis sudaro knygų prekiautojo pelną nuo parduotos importuotos knygos.

Knygos savikaina = paskelbta knygos kaina užsienyje + siuntimo išlaidos - prekybinė nuolaida.

Knygos kaina knygyne = knygos savikaina + knygyno antkainis.

Vidutinė lietuviškai išleisto romano kaina yra apie 23 litai, vidutinė importinio romano kaina – apie 24 litus, vidutinis pirkėjo krepšelis sudaro iki 30 litų⁵⁸ Taigi, galima teigti, kad potencialus pirkėjas yra pajėgus įpirkti knygą iš užsienio. Kliento pasirinkimas priklauso nuo kitų prioritetų: knygos dizaino, kokybės ir kainos santykio, tematikos, informacijos išsamumo, poligrafijos.

Priklauso nuo tarpusavio susitarimo su užsienio partneriais, knygos siunčiamos arba iš anksto už jas atsiskaičius arba į kreditą, mokėjimus pervedant iki susitarto termino, dažniausiai trijų mėnesių. Todėl importinių knygų užsakymai turi būti atliekami gerai išanalizavus importinių knygų rinką, knygų tipologijos paklausą, potencialių pirkėjų pageidavimus, numatant pirkimus. Pažymėtina, kad knygos pardavimo laikas yra ribotas, be to čia neveikia knygų grąžinimo sistema, kuri yra įprasta tarp vietinių šalies leidyklų ir knygų prekiautojų.

Dėl šios priežasties importinių knygų prekiautojas paprastai yra susidaręs sezoninių užsakymų planą. Pavyzdžiui, vasaros sezonui siūloma užsakinėti daugiau grožinės literatūros kūrinių, įvairių kelionių gidų, tuo tarpu žiemos sezonui reikia pasirūpinti dovanų-albumų užsakymu.

Kitas su kainodara susijęs aspektas – knygų išpardavimai ir įvairios akcijos. Tai yra knygų kainų mažinimo alternatyva bei pardavimų didinimo paskata. Vienos akcijos organizuojamos, siekiant kuo greičiau išparduoti reikiamas knygas, kitos – norint pritraukti reikalingą pirkėją. Tokie būdai plačiai paplitę tiek tarp užsienio knygų leidėjų, tiek tarp prekybininkų.

Akcijos ir išpardavimai dažniausiai vyksta sezoniškai. Jų metu išparduodamos ilgiau užsibuvusios knygos arba taikoma nuolaida toms, kurios gali būti paklausios tuo metu. Pavyzdžiui, BLK vasarą taikoma nuolaida kelionių vadovams, o žiemą siūlomi įvairių meno knygų komplektai. Taikomos specialios kainos albumams bei dovanoms-knygoms. Šio knygyno Eksporto ir importo vadovė Ina Kiseliuva teigia, kad nuo to momento, kai knygos atsiduria BLK knygyne, kainų politika tampa knygyno, o ne užsienio partnerių reikalas. Šie neturi jokios įtakos tam, kokią nuolaidą knygynas taiko.⁵⁹

Rengiamos akcijos priklauso ir nuo knygyno specializacijos. UAB „Rotas“, kuris orientuojasi į akademinę visuomenę, pirmiausia į vidurinių ir aukštųjų mokyklų mokytojus ir dėstytojus, akcijas dažniausia ir skiria šiam segmentui. Vien šio knygyno internetinėje svetainėje reguliariai skelbiami nauji pardavimų skatinimo būdai. Pavyzdžiu, perkant penkiolika „New Way

⁵⁸ Remiantis „Baltų lankų“ knygyno kainomis

⁵⁹ 3 priedas, p. 50

Ahead“ vadovėlio komplektų, mokytojo knyga, garso kasetė „Story Audio Cass“, anglų – lietuvių žodynėlis, mokytojo knygos garso kasetė ir mokymo programa siūlomi nemokamai.⁶⁰

Kitas su kainodara siejamas dalykas – nuolaidų kortelių sistema. Šis lojaliems knygynų klientams skirtas kainodaros aspektas naudojamas visuose analizuojamuose Vilniaus knygynuose. Kortelės įsigijimo sąlygos vienodos – pirkti leidinių už nustatytą sumą. Pavyzdžiui, BLK pirkėjui, nusipirkusiam knygų už 150 litų, suteikiama 5% nuolaida, po metų – 8%. UAB „Humanitas“ taip pat siūlo nuolaidų korteles VIP klientams. Įsigijus knygų už 250 litų, suteikiame 10% nuolaida. Taigi šis būdas atskleidžia, kaip knygynų naudojimąsi kainodaros politika, padeda pritraukti daugiau potencialių pirkėjų.

⁶⁰ UAB „Rotas“ akcijos. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 30 d.] Iš *UAB Rotas*. Prieiga per internetą: <<http://www.rotas.lt/index.php?id=22846>>

3. UŽSIENIO KNYGŲ VILNIAUS KNYGYNuose PREKYBOS YPATUMAI

3.1 Užsienio knygų Vilniaus knygynuose paskirstymo būdai

Knygų paskirstymo būdai yra neatsiejama knygų prekybos grandis, kuri reikalauja ne vien tikta glaudaus ir atviro bendradarbiavimo su visais Lietuvos knygynais, prekiaujančiais importuojamomis knygomis, bet ir išmanymo, kur ir koku būdu knygas tiekti. Galima išskirti pirminį ir antrinį paskirstymo būdus:

Pirminis – kai knygos tiekiamos į knygynus. Šį būdą galima išskaidyti smulkiau:

- **Pagrindinis** – kada įmonė, knygas realizuoja savo knygynų tinkluose. Pavyzdžiui, BLK Eksporto ir importo skyrius knygas tiekia tik į savo knygynus Vilniuje ir Klaipėdoje.
- **Papildomas** – kada įmonė, knygas realizuoja tiek savo knygynų tinkluose, tiek kituose. Pavyzdžiui, UAB „Humanito“ knygos parduodamos ne tik šiai įmonei priklausančiuose knygynuose, bet ir „Vagos“, BLK „Pegaso“ knygynuose.

Antrinis – viešieji pirkimai ir individualūs, specialieji užsakymai. (žr. sk. „Knygynų paslauga – knygų užsakymai“; „Viešieji pirkimai“).

Giluminio interviu metu su „Užsienio knygų“ knygyno vedėja Violeta Liudvinovičienė išsiaiškinta, kad taikomas tiek pagrindinis, tiek papildomas knygų paskirstymo būdas.⁶¹ Pastarasis atveria didesnes vietinės knygų rinkos erdves, negu pagrindinis. Knygos pirkėjams tampa lengviau pasiekiamos ir paklausesnės. Atliekami nuolatiniai knygynų užsakymai didina knygų pardavimus bei informuoja apie tam tikrų knygų paklausą. Žinoma, papildomas knygų tiekimas reikalauja ir papildomų išteklių. Pirmiausia tai – knygų tiekėjų paslaugų arba atskiro tiekimo skyriaus įkūrimo.

BLK Eksporto ir importo filialas knygas tiekia tik savo knygynams. Eksporto ir importo vadovė užsiminė: „Anksčiau bendradarbiaudavom su „Pegaso“ knygynu Vilniuje, tačiau pastaruoju metu knygų jiems nebetiekiamė“⁶². Taigi galima teigti, kad apsiribojant knygų paskirstymu tik po savo knygynus, prarandamos papildomos knygų pardavimo nišos. Siaurėja ne tik knygų matomumas, bet ir pirkimo galia.

Galima pažymėti ir dar vieną savybę, kuri pasireiškia per knygų paskirstymą – tai knygų plėtra šalies ar tarpvalstybiniu mastu. Kadangi visi svarbiausi Vilniaus knygynai turi savo padalinius kituose miestuose, tai pagrindiniais ar papildomais knygų paskirstymo būdais knygos

⁶¹ 4 priedas, p. 53

⁶² 3 priedas, p. 48

pasiekia ne tik kitus Lietuvos, bet ir Baltijos valstybių miestus. Pavyzdžiui, BLK įsikūrę Vilniuje ir Klaipėdoje, 24 „Vagos“ knygynai – visuose svarbiausiuose Lietuvos miestuose, o UAB „Humanitas“ – be Vilniaus ir Kauno knygas tiekia ir į Latvijos knygynų tinklą „Valters un Rapa“ bei Estijos knygynus „Appollo“ ir „Rahva“, taip aprūpindamas savo knygomis visą Baltijos regioną.⁶³

3.2 Tiesioginiai ir viešieji pirkimai

Viešasis pirkimas – tai perkančiosios organizacijos (paprastai valstybės institucijos ar valstybės įmonės) atliekamas prekės, paslaugos ar darbų pirkimas, kurio tikslas – sudaryti viešojo pirkimo – pardavimo sutartį.⁶⁴ Knygų prekyboje tai dar vienas patikimas knygų pardavimo tipas. Šiame darbe priskirtas prie antrinio knygų paskirstymo būdo.

Dėl šiuo metu galiojančio viešojo pirkimo įstatymo, biudžetinės organizacijos, norėdamos įsigyti knygų, išleistų užsienyje, negali jų užsisakinėti tiesiogiai iš užsienio leidyklų ar knygų prekybininkų, nors šios gali pasiūlyti ir pigesnę kainą ir geresnes sąlygas. Tai atlikti, jos turi tik skelbdamos viešąjį pirkimą bei konkurso keliu, pirkti knygas tik iš Lietuvos prekybininkų, kurie specializuojasi importinių knygų prekyboje. Žinoma, šis teisinis niuansas yra valstybės investicija į vietinį privatų knygų prekybos sektorių.

Dažniausiai tokius pirkimus knygoms pirkti skelbia įvairios viešosios ir mokslo įstaigų bibliotekos, ministerijos ir kitos biudžetinės įmonės. Visi norintys dalyvauti turi atitikti tam tikrus keliamus reikalavimus: kvalifikacijos duomenis, teisinio statuso, ekonominės ir finansinės būklės duomenis.

Remiantis Lietuvos Nacionalinės Martyno Mažvydo Bibliotekos skelbto supaprastinto atviro konkurso sąlygomis, analizuojama bendra viešųjų knygų pirkimo sistema. Detaliai nagrinėjama užsienio leidinių pirkimo nustatyta tvarka.

Lietuvos ir užsienio spausdintų knygų, brošiūrų ir kitokių spausdintinių dokumentų pirkimas paprastai būna suskirstytas į tris dalis:

- Lietuvos leidiniai;
- Užsienio valstybių (išskyrus NVS valstybių) leidiniai;
- NVS valstybių leidiniai.

⁶³ 2 priedas, p. 46

⁶⁴ Valstybės žinios. Viešieji pirkimai. [Interaktyvus] Iš *Valstybės žinios*. [Žiūrėta 2006 gruodžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.valstybes-zinios.lt/vpp3/lt/Users.anonProcurementsShow>>

Prie kiekvienos dalies pažymima, kiek vienetų biblioteka ar kita viešoji įstaiga numato pirkti. Užsienio leidinių pristatymo laikas apibrėžiamas ilgiausiai, ne vėliau kaip per 45 dienas nuo užsakymo pateikimo (knygos lietuvių kalba turi būti pristatyto per 7 dienas, leidiniai iš NVS šalių – 30 dienų). Vienas iš reikalavimų, parengtame knygų sąrašo pasiūlyme nurodyti antkainį procentais nuo leidinių įsigijimo kainos (be PVM) iš leidėjo bei informuoti perkančiąją organizaciją apie tiekėjo (užsienio knygų prekybininko – aut. pastaba) organizuojamas parodas ar pristatymus ir sudaryti galimybę įsigyti leidinius su nuolaida, teikti informacinę, reklaminę medžiagą apie esamus užsienio prekybos tinkle ir naujai išleidžiamus leidinius (spausdinta ir elektronine forma).

Svarbu pažymėti, kad šioje tokiose sutartyse tiekėjams (t.y. užsienio knygų prekybininkų) keliami kvalifikacijos reikalavimai apjungia ir ekonominės bei finansinės būklės reikalavimus. Šie dažniausiai numato, kad tiekėjo grynasis metinis pelnas turi būti teigiamas. Metinė apyvarta, susijusi su perkamu objektu (t.y. užsienio valstybių knygomis) per paskutiniuosius du metus turi būti ne mažesnė negu nurodyta reikalavimuose, ir tiekėjas turi būti įvykęs ne mažiau kaip tam tikrą skaičių sutarčių, susijusias su pirkimo objektu, kurių kiekvienos vertė taip pat nurodoma reikalavimuose.

Taigi, dėl šių reikalavimų, kai kurie smulkesni knygų prekybininkai, bendradarbiaujantys su užsienio partneriais, praranda teisę dalyvauti viešųjų pirkimų konkursuose. Tikrai stambiausios įmonės gali atitikti tokius finansinius reikalavimus.

Šia linkme nuo 2006 m. gegužės mėn. intensyviai pradėjo dirbti RKC priklausantis knygynas „Užsienio knygos“. Kartu su užsienio partneriais įvairioms bibliotekoms siūlo steigti informacinius centrus. Juose neatlygintai siūlo savo užsienio partnerių knygas viešam skaitytojų naudojimui. Anot knygyno direktorės Violetos Liudvinovičienės: „Tai mūsų ir mūsų partnerių vykdoma programa – *life long learning*. Tai ne tik puiki švietėjiška veikla, atnaujinanti senus bibliotekų fondus naujomis knygomis, bet ir paskata bibliotekoms iš mūsų įsigyti daugiau reikiamų ar paklausių knygų. Šiuo metų tokių centrų jau esame įkūrę dešimt įvairiuose miestuose (Panevėžys, Klaipėda, Kaunas, Šiauliai, Utena), ateinančiais metais planuojame po vieną įkurti Zarasuose, Anykščiuose. Pusės metų praktika parodė, kad einame teisinga linkme. Jaučiamas didelis bibliotekų susidomėjimas.“⁶⁵

Taigi reguliariai organizuojami knygų pristatymai bei parodos supažindina potencialius pirkėjus su prekybininko knygų pasiūla, o siūlomoms paslaugoms, nuolaidos ir lengvatos,

⁶⁵ 4 priedas, p. 53

leidžia ne tik siūlyti mažiausią kainą, bet ir pririšti pirkėją, šiuo atveju viešąją įmonę, prie knygyno siūlomo knygų asortimento – ką ir atlieka *life long learning* programa.

Taigi orientacija į prekybą su viešuoju sektoriumi turi būti viena iš pagrindinių knygų prekybininkų užduočių. Knygynai, nebendradarbiaudami su tokio pobūdžio institucijomis, praranda **galimybes**

Prie viešųjų pirkimų galima priskirti ir komercinius sandėrius. Nuo viešųjų pirkimų jie skiriasi tik tuo, kad perkančioji organizacija yra ne biudžetinė įstaiga, o privati įmonė ar organizacija. Čia nereikia praeiti didelių biurokratinių barjerų. Viskas priklauso nuo dviejų privačių įmonių interesų – vienos, kuo pigiau nusipirkti, kitos – kuo daugiau parduoti. Paprastai derybų metu sudaromos pirkimo–pardavimo sutartys, nustatomi įsipareigojimai, susitariama dėl nuolaidų, atsiskaitymo bei knygų pristatymo terminų. Nuolaidos dažniausiai taikomos atsižvelgiant į užsakymo dydį bei periodiškumą. Komercinius sandėrius vykdo visi analizuojami knygynai.

3.3 Vilniaus knygynų paslauga – knygų užsakymai

Remiantis stebėjimo metodu ir giluminio interviu gauta informacija, Vilniaus knygynai, siekdami skatinti pagrindinę knygų prekybos veiklą – knygų pardavimus, remiasi papildomomis pirkėjų aptarnavimo priemonėmis ir ima orientuotis į paslaugų sektorių. Individualių ir specialių užsakymų iš užsienio šalių vykdymas yra viena svarbiausių knygynų teikiamų paslaugų, susijusių su importuojamomis knygomis. Giluminio interviu metu, analizuojant Vilniaus knygynų paslaugų vykdymą, surinkta informacija leidžia šią paslaugą išskirti į dvi dalis:

- **Individualūs** užsakymai – kai, užsisako fizinis asmuo, o užsakymo turinį sudaro ne daugiau kaip dešimt knygų. Klientas dažniausiai žino knygos autorių, pavadinimą, leidyklą, leidimo metus bei tiražo numerį. Knygyno darbuotojui nereikia ieškoti knygos visuose leidyklų tinklapiuose ar internetiniuose knygynuose. Tokie užsakymai gali būti priskiriami prie *įsigijimo paslaugų* grupės.⁶⁶
- **Specialieji** užsakymai – kai užsako ne fizinis asmuo, o įmonė ar organizacija. Knygų skaičius – viršija dešimt knygų. Specialieji užsakymai pasižymi tuo, kad knygyno darbuotojas, klientui pageidaujant, sudaro klientui rūpimos tematikos knygų sąrašą – pasiūlymą. Klientas dažniausiai nežino nei knygos pavadinimo, nei autoriaus, nei leidyklos. Jis nurodo tik ieškomų knygų tematiką bei kitus specialius pageidavimus (knygos įrišimo būdą, galutinę kainą, pristatymo laiką). Tokie užsakymai gali būti priskiriami prie *informacijos teikimo paslaugų* grupės.

⁶⁶ PAJUODIS, Arvydas. Prekybos marketingas. Vilnius: Eugrimas, 2005. P. 257 – 263

Paslaugas, siūlančias knygų užsakymą iš užsienio, fiziniams asmenims bei įvairioms įmonėms teikia BLK, RKC knygynai („Rotas“, „Užsienio knygos“), UAB „Humanitas“, UAB „Mūsų knyga“. Visuose paminėtuose dirba atsakingi darbuotojai, teikiantys šią paslaugą klientams.

BLK įmonėje veikiantis atskiras Eksporto ir importo filialas, be lietuviškų knygų eksporto, rūpinasi ir tokių užsakymų atlikimu. Šio knygyno internetinėje svetainėje skelbiama, kad bet kuriame „Amazon“ tinklapyje surastą knygą pasiūlys mažiausia kaina iš savo tiesioginių tiekėjų.⁶⁷

Taigi tiesioginiai tiekėjai, bendradarbiaudami su Vilniaus knygynais, užsakomoms knygoms teikia lanksčią nuolaidų sistemą. Nuo įmonės sutarties ir nuolaidų dydžio priklauso knygyno gaunamas pelnas, nuo parduotų knygų.

Tiek BLK, tiek „Humanito“ ar „Užsienio knygų“ knygynų specialistės sutaria, kad knygų užsakymai yra populiarūs tarp pirkėjų. Užsakymai pagal individualius pageidavimus BLK sudaro maždaug 5% visų užsienietiškų knygų pardavimų.⁶⁸ UAB „Humanito“ knygynuose – apie 10%.⁶⁹

Anot Violetos Liudvinovičienės: „Atsivėrus sienoms bei Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą, jaučiamas didelis šios paslaugos poreikis. Dar iki to pasitaikydavo pavienių klientų, kurie būdami savo srities specialistai, domėdavosi ir norėdavo užsisakyti naujausią pasaulyje pasirodžiusią knygą, iš savo mėgstamos srities.“⁷⁰ Taip pat ši paslauga buvo populiari tarp įvairių institucijų. O dabar jaučiamas individualių žmonių susidomėjimo augimas. Intensyvėja grožinės literatūros anglų kalba poreikis. Viena intensyviausių – verslo knygų (biznio, rinkodaros, marketingo, reklamos, ekonomikos, vadybos, investavimo) paklausa.⁷¹

Analizuojant knygynų paslaugos vykdymo schemas, tarp likusių knygynų ir UAB „Humanito“ knygynų pastebėtas vienas esminis skirtumas – tiek BLK, tiek RKC „Užsienio knygos“ (išskyrus AKMP), tiek kiti knygynai leidinius užsakinėja periodiškai, neturi sandėliuose sukauptų knygų atsargų, todėl individualius ar specialius užsakymus vykdo per pasaulinius internetinius knygynus, arba užsakinėja iš tiesioginių užsienio leidyklų, su kuriomis bendradarbiauja. Pirmu ir antru atveju, knygos siuntimo laikas užtrunka nuo keturių savaitių iki 36 darbo dienų.

⁶⁷ UAB „Baltos lankos“. Paslaugos. [interaktyvus], [žiūrėta 2006 gegužės 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.blk.lt/main.php?page=skyrjai&id=5>.

⁶⁸ 3 priedas, p. 48

⁶⁹ 2 priedas, p. 46

⁷⁰ 4 priedas, p. 54

⁷¹ Ten pat.

O UAB „Humanitas“, kuris yra ES leidinių Biuro ir vienintelis „Taschen“, „daab“, „Pepin Press“, „Koenemann“ atstovas Lietuvoje, turi didelius knygų sandėlius, todėl dažniausiai knygų specialiai šiam knygynui užsakinėti nereikia, individualūs klientai išsirenka iš to, ką tinklas gali pasiūlyti iš saugomų atsargų. Tačiau pasak Meno leidinių knygyno vedėjos Laisvės Šeduikienės, ne dažnai bet pasitaiko, kad knygos neturime, tada tenka užsakyti. Nors ši paslauga yra gana populiari tarp mūsų klientų, tačiau kyla sunkumų, jeigu pastarieji nežino, kokios konkrečiai knygos ieško.

Kitas skirtumas – „Užsienio knygų“ knygynas šiai paslaugai netaiko siuntimo išlaidų.⁷² Knygos kaina lieka tokia pati, kokią užsienio prekybininkai siūlo savo šalyje. UAB „Humanitas“ dėl didelio knygų rezervo ir pakankamos knygų pasiūlos, pirkėjams siūlo, jų ieškomų knygų alternatyvas. Šitai išvengiant papildomų siuntimo išlaidų.

Knygyno darbuotojas norėdamas užsakyti tam tikrą užsienietišką knygą, turi gerai žinoti, kas yra perėmę jos platinimą ir kas siūlo geriausią tos knygos kainą. Pavyzdžiui, „Penguin“ priklauso „Pearson“ kompanijai, „Pan Macmillan“ ir „Bloomsbury“ – „MDL“ kompanijai. Žinoma, jei knygą yra išleidusi „Penguin“ leidykla, geriausia tokią knygą įsigyti tiesiogiai iš „Penguin“, o ne per didmenininkus.⁷³

Individualių / specialių užsakymų paslauga turi didelį trūkumą – „pirkimą akluoju būdu“: pirkėjas prieš užsisakydamas knygą negali jos apžiūrėti, įvertinti turinio, gauti papildomos informacijos bei tinkamos konsultacijos. Todėl keista, kodėl nei vienas knygynas neturi specialiai individualiems ar specialiems užsakymams paruoštų katalogų, kuriuose būtų pateikiama pagrindinė bibliografinė informacija apie galimas ar siūlomas užsisakyti knygas bei galutinė knygos kaina, įskaičiavus siuntimo išlaidas. Būtent ši skatinimo medžiaga itin padeda, supažindinant potencialų pirkėją su pagrindine ieškomos knygos informacija. Tiesa, UAB „Mūsų knyga“ savo internetinėje svetainėje siūlo geriausiai parduodamų knygų anglų kalba top šimtuką, kuris, kaip pastebėta, nėra atnaujinamas, be to jame pateikiama tik grožinės literatūros sąrašas.⁷⁴

Žinoma, kasmet dėl daugybės Vakarų šalyse išleidžiamų knygų, toks katalogas negali būti pilnas ir baigtinis, tačiau pravartu turėti pavyzdinį variantą paklausiausių tarp jau kažkada užsakytų knygų. Taip pat tai gali būti tam tikri knygų pasiūlymų sąrašai. Ypatingas dėmesys turėtų būti skiriamas akademinės mokslinės literatūros profiliui, kadangi jaučiama didelė šios knygų srities stoka. Ką atskleidė ir „Užsienio knygų“ anketa – 40% respondentų teigia, kad Lietuvos knygų asortimentas nelabai patenkina jų poreikių, o 12% – dažnai neranda ieškomos knygos. 63%

⁷² 5 priedas, p. 54

⁷³ 3 priedas, p. 48

⁷⁴ Knygos užsienio kalba. [Interaktyvus]. Iš *Mūsų knyga*. [Žiūrėta 2006. 11. 15] Preiga per internetą: <http://www.musuknyga.lt/lt.php/knygos_uzsienio_kalba/18314>

respondentų, teikiantys prioritetus mokslinei profesinei literatūrai, šios srities asortimentą vertina kaip mažą, ir tik 29% - kaip pakankamą.

Būtent asortimento trūkumo faktorius skatina, ieškoti reikiamų knygų užsienio šalių elektroniniuose knygynuose. Į klausimą, ar kada esate ieškojęs reikiamos knygos tokio pobūdžio knygynuose, 12% respondentų atsakė, kad ieškojo vieną kartą. Daugiau nei vieną kartą ieškojo 20% apklaustųjų, 16% – ieško nuolat. Iš tų apklaustųjų, kurie reikiamų knygų užsienio šalių elektroniniuose knygynuose ieško nuolat, 75% yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą, 25% – auštąjį neuniversitetinį. Į šį klausimą neigiamai atsakė 9% turintys universitetinį, 27% – aukštąjį neuniversitetinį, 18% – aukštesnįjį bei 45% vidurinį išsilavinimą. Vadinasi, išsilavinimo rodiklis taip pat, kaip ir asortimento trūkumas, yra gana svarbus veiksnys, užsienietišku knygų paklausai ir populiarumui Lietuvoje.

54% „Užsienio knygų“ anketos respondentų knygas, išleistas užsienyje, perka bendradarbiaudami su Lietuvos užsienio knygų prekybininkais ir tik 20% – užsisako internetu. Bendradarbiauti su Lietuvos knygų prekybininkais pirkėjus skatina baimė sumokėti už knygą, kurios jie dar neturi rankose, kadangi pasauliniuose elektroniniuose knygynuose veikia kreditinių kortelių mokėjimo sistema. Didelė visuomenės dalis kol kas neturi tokio pobūdžio atsiskaitymo galimybių.

Nemaža dalis knygynų, tokie kaip „Užsienio knygos“, teikiantys tokią paslaugą, siūlo nepakitusių knygų kainą bei neprideda siuntimo išlaidų.⁷⁵ Pavyzdžiui, UAB „Mūsų knyga“ siūlo 10% nuolaidą, jei užsisakoma daugiau nei dešimt leidinių, taip pat teikia nemokamo pristatymo į bet kurią Lietuvos vietą paslaugą.⁷⁶ Kaip pavyzdį galima pateikti elektroninio knygyno Lietuvoje, siūlančio šią paslaugą, sąlygas. Šis knygynas knygas užsisakyti siūlo tik iš „Amazon.com“, „Amazon.co.uk“ ir „Amazon.de“. Užsakymo suma yra lygi knygos kaina „Amazon“ pridėdant pristatymo kainą iki Lietuvos, taip pat jeigu knyga keliauja iš JAV, 5 % maito mokestis bei pristatymo kaina Lietuvoje (į bet kurią vietą 6 Lt.). Super.lt knygynas už paslaugą ima 10% nuo užsakymo sumos.

Kitas niuansas būtų – pasauliniai elektroniniai knygynai, vėl tas pats „Amazon“, siūlantys nupigintas ir jau skaitytas knygas (*used books*). Tačiau Lietuvos prekybininkai tokių knygų užsakinėti negali. Nors paklausa tokioms knygos ir yra. Nuolaida, gaunama už leidinį, neatsveria siuntimo išlaidų mokesčio dydžio. Todėl tokio leidinio užsakinėti ir pardavinėti neapsimoka.

⁷⁵ 4 priedas, p. 54

⁷⁶ Mūsų knyga. ES leidiniai. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.] Prieiga per internetą: <http://www.musuknyga.lt/lt.php/es_leidiniai/18616>

Anketos duomenys atskleidė, kad tiesiogiai internetu knygas perka 67% apklaustųjų, kurių išsilavinimas aukštasis universitetinis bei 33%, kurie turi aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą. Išskiriant apklaustuosius pagal amžiaus grupes, kurie knygas užsisako internetu, išeina, kad 30% yra nuo 16 iki 25 metų amžiaus, 33%, kurių amžiaus rodiklis 26 – 35 metai, 17% respondentų yra nuo 36 – 45 metų, o 8% amžius 46 – 65 metų. Taigi populiariausios amžiaus grupės yra nuo 16 – 25 ir 26 – 35 metų. Tai jauni žmonės, prisitaikę prie šiuolaikinių technologijų ir kompiuterinių naujovių, mokantys naudotis internetu.

Pats individualaus ir specialaus knygos užsakymo vykdymas prasideda tik tada, kai klientas perveda nustatytą knygos kainos sumą, taip įsipareigodamas įsigyti knygą. Visuose knygynuose už knygą galima apmokėti banko pavedimu arba grynaisiais. UAB „Mūsų knyga“ teikia ir apmokėjimo internetu paslaugą. Kai kuriuose knygynuose, pavyzdžiui BLK, galima pervesti visą arba pusę knygos kainos sumą, tai priklauso nuo kliento pageidavimo.⁷⁷

Viena iš šios paslaugos sąlygų ir trūkumų, be „pirkimo akluoju būdu“, yra ir ilgas knygos pristatymo laikas. Klientui pageidaujant, knygas galima atsisiųsti ir žymiai greičiau. Pasauliniai elektroniniai knygynai, bendradarbiaudami su tarptautinėmis logistikos kompanijomis (DHL, UPS), siūlo skubių siuntų paslaugas (*angl. express delivery*), tačiau tada siuntimo išlaidos gali dvigubai viršyti tikrąją knygos kainą.⁷⁸

Taigi tiek anketos duomenys, tiek gauta informacija giluminių interviu metu atskleidė šios paslaugos populiarumą tarp individualių klientų. Taip pat tarpininkavimo reikalingumo problemą dėl vis dar egzistuojančio nepasitikėjimo elektroniniu kreditiniu apmokėjimu būdu. Vienas iš svarbiausių šios paslaugos reikalingumo veiksnių yra didelis literatūros trūkumas (ypač mokslinės profesinės). Išsilavinimo ir amžiaus faktoriai taip pat daro gana stiprią įtaką knygų užsakymams iš užsienio šalių elektroninių knygynų.

Stebėjimo metodas padėjo nustatyti, kad Vilniaus knygynai siūlo ne vienodas knygų užsakymo galimybes. Skiriasi siuntimo laiko trukmė, vienodų norimų užsisakyti knygų kainos. Taip pat vieni prekybininkai taiko, kiti netaiko nuolaidų sistemos ar nemokamo pristatymo paslaugas, vieni įskaičiuoja į knygos kainą siuntimo išlaidas, kiti ne.

Tačiau nepaisant egzistuojančių tarp Vilniaus knygynų skirtumų bei šios papildomos paslaugos trūkumų, tokių paslaugų teikimas padeda klientams įsigyti norimą knygą bei informuoja apie ieškomos knygos įsigijimo galimybes. Taip pat ši paslauga didina knygyno patrauklumą,

⁷⁷ 3 priedas, p. 48

⁷⁸ Shipping rates, [interaktyvus] Iš *Amazon.com* [žiūrėta 2006 lapkričio 21 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html>

išskiria jį iš kitų knygynų, gerina jo įvaizdį, kelia pirkėjų pasitenkinimą ir ištikimybę, skatina pakartotiną knygų užsisakymą bei naujų pirkėjų įsigijimą, kurie domisi knygomis iš užsienio.

3.4 Importinių knygų SSGG analizė

Dar prieš dešimt metų Lietuvos importinių knygų rinka ribojosi rusiškėmis knygomis iš Maskvos, **Leningrado, Sankt Peterburgo**. Tačiau po Nepriklausomybės atgavimo, atsivėrus sienoms, ėmus knygas importuoti iš Vakarų šalių, Lietuvos knygų pasiūlą papildė knygos anglų kalba.

Norint geriau suprasti importinių knygų padėtį Vilniaus knygynuose, svarbu atlikti SSGG analizę, kuri padeda atskleisti silpnąsias ir stipriąsias šios knygų grupės puses.

STIPRYBĖS:

- **Originalo kalba;**

„Užsienio knygų“ knygyno direktorė Violeta Liudvinovičienė teigia, kad vis daugiau žmonių renkasi knygas skaityti originalo kalba. Tai tampa savotiška mada.⁷⁹ Su tuo sutinka ir BLK knygyno Eksporto ir importo skyriaus vadovė Ina Kiseliuva, teigdama, kad nemaža pasaulinės literatūros klasikos dalis yra parašyta pripažintų anglosaksų rašytojų, daugelis skaitytojų renkasi skaityti kūrinius originalo kalba, o ne vertimus į kitas pasaulio kalbas. Daug kas žinias tobulina **atsivertę dvi kalbas** – lietuvišką ir užsienietišką. Taip skaitytojas gali palyginti du vertimus (ar **vertimą ir originalą**) arba be žodyno pasiaiškinti sunkiau suprantamas vietas.⁸⁰

- **Didelis pasirinkimas;**

Šiuo metu Lietuvoje daugėja grožinių kūrinių vertimų į lietuvių kalbą, tačiau vis dar jaučiamas didelis spausdintos kultūros trūkumas. Dr. T. Tamošiūno atliktas tyrimas „Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai“ suteikia informacijos apie nepatenkinamus gyventojų spaudos ir knygų skaitymo poreikius. Po dešimtadalį respondentų pastebėjo, kad jiems trūksta arba knygų, arba laikraščių, arba žurnalų.⁸¹ Į klausimą, kas trukdo skaityti daugiau, 1,7% respondentų atsakė, kad informacijos apie dominančius leidinius trūkumas.⁸² Taip pat daug užsienietiškų knygų nėra

⁷⁹ 4 priedas, p. 54

⁸⁰ 3 priedas, p. 49

⁸¹ TAMOŠIŪNAS, Tadas. Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai. Vilnius: tarptautinės konferencijos „Skaitymo skatinimas ir kalbos įgūdžių ugdymas“ medžiaga. 2005 m. kovo 18 – 19 d. P. 10 -16

⁸² TAMOŠIŪNAS, Tadas. Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai. Sociologinio tyrimo ataskaita. [interaktyvus]. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 13 d.]. Prieiga per internetą: http://72.14.221.104/search?q=cache:bKOsDEge0MoJ:www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show%3Fp_r%3D440%26p_d%3D50577%26p_k%3D1+skaitymo+mastas+kryptingumas+ir+poreikiai&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=2

išversta į lietuvių kalbą, tad šiuo atveju žmonės neturi iš ko rinktis ir perka knygas užsienio kalbomis. Tai ypač liečia specializuotą mokomąją ir profesinę literatūrą.⁸³

- **Kokybės ir kainos santykis;**

Vilniaus knygynai, importuojantys knygas iš Vakarų šalių, orientuojasi į akademinę visuomenę bei didesnes nei vidutinės mėnesines pajamas gaunančius skaitytojus, kuriems vienas iš svarbiausių knygos pirkimo argumentų yra knygos turinys, o ne kaina. Taigi akademinė literatūra atitinka jų lūkesčius. Be to „Užsienio knygų“ anketa atskleidė, kad 16% respondentų užsienietiškas knygas renkasi dėl kokybės. Iš jų 82% įgiję aukštąjį universitetinį ir 18% – aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą. Amžiaus rodiklis parodė, kad šių apklaustųjų amžius svyruoja nuo 16 – 25 metų (25%), 26 – 35 metų (50%) ir 36 – 45 metų (25%).⁸⁴

- **Knygos išleidimo laikas;**

Pasaulyje išleista gera knyga, kurios tema yra tapusi aktuali globaliu mastu, Lietuvoje gali būti išversta tik po kelerių metų. Gerais pavyzdžiais gali būti Y. Felshtinsky'io ir A. Litvinenko 2002 m. kovo mėn. išleista knyga „*Blowing up Russia: Terror from Within*“.⁸⁵ Arba Lietuvoje populiariausių verslo knygų rašytojų D. Trumph'o ir R. T. Kiyosaki'o 2006 m. spalio mėn. pasirodžiusi bendra knyga „*Why We Want You to be Rich: Two Men One Message*“⁸⁶, kuri Lietuvoje dar nėra išversta.

Anot BLK Eksporto ir importo vadovės Inos Kiseliovos: „Kartais skaitytojui taip patinka vieno autoriaus knygos, kad nelaukdamas vertimo į lietuvių kalbą, jis ima skaityti naujai išleistas to autoriaus knygas originalo, anglų, vokiečių ar kita, į kurią knyga jau išversta, kalba.“⁸⁷ Su tuo sutinka ir vertėjas bei eseistas Laimantas Jonušis, sakydamas, kad knygos naujumas yra palankus veiksnys rinkodarai, kadangi tokią knygą galima afišuoti, kaip sensaciją. Nors Lietuvoje, knygos naujumo kultas dar nėra taip išsigalėjęs kaip Vakaruose.⁸⁸

SILPNYBĖS:

- **Siauras skaitytojų ratas;**

⁸³ 3 priedas, p. 49

⁸⁴ 5 priedas, p. 64

⁸⁵ *Blowing up Russia: Terror from Within*. [Interaktyvus]. Iš *Amazon.com* [Žiūrėta 2006 lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.amazon.com/Blowing-up-Russia-Terror-Within/dp/1561719382>>

⁸⁶ *Why We Want You to be Rich: Two Men One Message*. [Interaktyvus]. Iš *Amazon.com* [Žiūrėta 2006 lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://72.14.221.104/search?q=cache:MI4HfSDUDRAJ:www.amazon.com/Why-We-Want-YouRich/dp/1933914025+Why+We+Want+You+to+be+Rich:+Two+Men+one+Message&hl=lt&gl=lt&ct=clnk&cd=1>>

⁸⁷ 3 priedas, p. 50

⁸⁸ 3 priedas, p. 50

⁸⁸ JONUŠYS, Laimantas. Vakarų vėjai. [Interaktyvus]. Iš *Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrt.lt/subsite/subnews.php?strid=47476&id=303573>>

Skaitytojų ratas siaurėja ir dėl didelės Lietuvos visuomenės dalies, kuri nemoka jokios kitos užsienio kalbos, išskyrus gimtąją kalbą. Knygų užsienio kalbomis populiarumo zonas gali apibrėžti aplink didžiuosius Lietuvos miestus, provincijose tokių knygų skaitytojų retėja.

- **Mažas importinių knygų matomumas;**

Mažas skaitytojų ratas žino, visus knygynus, kurie prekiauja knygomis iš kitų šalių. Kaip atskleidė „Užsienio knygų“ anketa – tarp knygų pirkėjų populiariausi yra BLK (28%) ir UAB „Humanito“ knygynai (32%). O „Užsienio knygų“ knygyne apsiperka 8% respondentų, „Mūsų knygos“ – 4%.⁸⁹

- **Leidinio kokybė;**

Užsienio knygų importuotojai, norėdami pritraukti pirkėją, iš daugybės užsienietišku leidinių (ypač grožinės literatūros) renkasi pigesnes, prastesnės kokybės, knygas minkštais viršeliais, vadinamąsias *paperback*. Tuo tarpu tos pačios verstinės knygos į lietuvių kalbą yra kokybiškos, kietu viršeliu ir atitinka importinių knygų kainas minkštu viršeliu.

- **Leidinio kaina;**

Mokslinės profesinės arba specialiosios literatūros knygos užsienio kalba yra gerokai brangesnės už analogiškas lietuvių kalba išleistas knygas. Dažnai šio tipo knygas įrištos kietu viršeliu (*hardback*), o tai padidina kainą iki 50%.

GALIMYBĖS:

- **Besivystanti informacijos ir žinių visuomenė;**

Knygų importas iš užsienio šalių yra gana nauja sritis. Šią veiklą paskatino šiuolaikinis informacijos ir žinių poreikio augimas, vykstantys globalizacijos procesai. Vis didėjantis visuomenės kosmopolitiškumas ir svarbiausia platus anglų kalbos vartojimas. Taigi knygynai, plečiantys užsienietišku knygų rinką, su laiku turi pripratinti knygų skaitytoją ir pirkėją prie importinės knygos užsienio kalbą. O papildomos paslaugų priemonės, kaip individualūs ar specialūs užsakymai, didins knygynų pirkėjų lojalumą.

- **Importinių knygų matomumo didinimas;**

Tą galėtų atlikti nuoseklios ir pastovios informacijos skleidimas potencialiems skaitytojams. Juk daugelis klientų nežino, kada vienas ar kitas importinių knygų prekytojas gauna naują knygų siuntą, kokios knygų naujienos pasirodys greitu metu ir panašiai. Tam pasitarnauti gali organizuojami įvairių knygų pristatymai ar parodos viešosiose Lietuvos įstaigose (bibliotekose, muziejuose, mokslo įstaigose, fonduose, meno studijose, organizacijose). Įvairiose

⁸⁹ 5 priedas, p. 69

bibliotekose kuriami informaciniai centrai. Itin svarbu palaikyti glaudžius ryšius su įvairiomis verslo ir prekybos įmonėmis. Siūlyti tokioms įmonėms nuosavos bibliotekos sukomplektavimo paslaugas. Be to reikia plėsti individualių užsakymų priėmimus, ne tik dėl to, kad daugelis nežino, kur ir kaip užsisakyti vieną ar kitą ieškomą knygą, bet ir neturi galimybių tai atlikti. Tokių užsakymų populiarinimui pasitarnauti gali perkamiausi knygų katalogai, paremti teminiu ar tipologiniu principu. Nuoseklus lojalių klientų informavimas.

- **Importinių knygų rinkos plėtra;**

Anot BLK Eksporto ir importo padalinio vadovės Inos Kiselišios, paklausa nuolat didėja: vien tik 2006 m. ji išaugo apie 50%. Šiame knygyne užsienio knygos sudaro apie 5% viso knygyno asortimento (tai yra žymiai didesnis procentas, palyginti su ankstesniais metais).⁹⁰ „Humanito“ knygyne per šiuos metus paklausa išaugo 20%.⁹¹

Taigi augančios naujosios skaitytojų kartos poreikiai bei užsienio kalbų mokėjimas (ypač anglų kalbos vartojimas) lems importinių knygų rinkos plėtrą.

GRĖSMĖS:

- **Principas „savas – svetimas“;**

Importiniai leidiniai ir knygos gali likti nepastebėti dėl to, kad visuomenė dažnai laikosi principo „savas – svetimas“, todėl importinė knyga gali būti atmesta, kaip nepageidautina. Anot „Almos Litteros“ įmonių grupės vadovo Arvydo Andrijausko, pastaruoju metu jaučiamas ypatingas susidomėjimas nacionaline kultūra, lietuvių autorių knygų perkama daugiau nei pasaulinio garso rašytojų kūrinių.⁹²

Šią tendenciją patvirtina ir Švedijos profesinio žurnalo „Knygų prekyba“ (*šved. Svensk Bokhandel*) atliktas tyrimas, kurio metu buvo lyginama dešimties Europos valstybių ir Jungtinių Valstijų perkamiausių knygų sąrašų (nuo 2004 m. gegužės iki 2005 m. sausio). Tyrimas atskleidė, kad Europos valstybėse vietinių autorių kūrinius vidutiniškai skaito 60% pirkėjų, Jungtinėse Valstijose – daugiau nei 91%. Nei Didžiosios Britanijos, nei JAV, nei Suomijos sąrašuose nebuvo nė vieno knygos vertimo, Švedijoje jie sudarė 12%, Prancūzijoje – tik 9%. Tuo tarpu Austrija pasižymėjo, kaip daugiausia verstinės literatūros skaitanti tauta – net 54%.⁹³

⁹⁰ 3 priedas, p. 50

⁹¹ 2 priedas, p. 46

⁹² Leidyklos „Alma littera“ prioritetai – lietuvių rašytojai [interaktyvus]. Iš *Lietuvos įmonių ir verslo naujienos* [žiūrėta 2006 gruodžio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.biznews.lt/%3Fpsl%3Dnaujiena%26>

⁹³ Comaparison of Bestseller List. [Interaktyvus]. Iš *The Booksellers Association 2005*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą: http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=569

Šis tyrimas gerai atskleidžia tai, kad dažnai visuomenė, dėl egzistuojančių knygų prigijimo tam tikroje kultūroje skirtumų, greičiau ir artimiau priima savo šalies rašytojo ar žinomo visuomenės veikėjo knygas. O ne skaito užsienio šalių autorių kūrinius. Ypač tai gali atsispindėti svetima kalba parašyto kūrinio populiarume.

- **Verstinių knygų augimas;**

Leidiniai užsienio kalba gali likti nepastebėti dėl staigaus lietuviškai išleistų ar verstinių knygų pagausėjimo. Verstinių knygų į lietuvių kalbą gausėjimas leidžia skaitytojui rinktis knygą gimtąja kalba. Pavyzdžiui, vien tik per 1997 - 2000 metus itin pagausėjo vaikų literatūros vertimų ir dabar jie sudaro daugiau nei 60% visos vaikų knygų produkcijos.⁹⁴ Vadinasi, verstinių knygų į lietuvių kalbą vis daugės, o importuojamų knygų asortimentas siaurės. Labiausiai tai gali paliesti mokslines profesines ir specialiąsias knygas, kurių asortimentas Lietuvoje šiuo metu yra nepakankamas. Kitas dalykas yra ir plačios leidyklų reklaminės kompanijos bei leidžiamų knygų anonasavimas, kuris užgožia importinių knygų rinkos matomumą ir patrauklumą.

Taigi, nors Lietuvoje importuojamų knygų rinka kol kas yra palyginti maža, tačiau globalizacija ir greitos informacijos sklaida intesyvina jos paklausą. Vis daugiau žmonių renkasi knygas skaityti originalo kalbomis, o didelis užsienietišku knygų pasirinkimas užpildo trūkstamas lietuviškai išleistų knygų vietas.

Lietuvos knygų skaitytojai ir pirkėjai visada mieliau rinkdamiesi verstines knygas, dabar jas ima skaityti ir užsienio kalbomis. Knygos naujumas ir laikas, kol į neišverčiama į lietuvių kalbą, taip pat gali tapti puikia galimybe, sėkmingam knygos pardavimui. Todėl Vilniaus knygynų, prekiaujančių leidiniais iš užsienio, užduotys – reikiamo asortimento komplektavimas, pirkėjų paklausos tyrimais grindžiama pasiūla bei knygų rinkos matomumo didinimas. Pastebėta, kad ne visi Vilniaus knygynai organizuoja naujų knygų pristatymus ir parodas, o tai ypač skatina importinių knygų rinkos matomumą ir plėtrą. Vadinasi, šie knygynai pasitenkina atsitiktinių klientų pirkimo galia.

⁹⁴ KISŪNAITĖ, Roma. Vaikų knygų leidyba Lietuvoje 1991 – 2000 m. [interaktyvus] Iš *Vaikų literatūros informacijos svetainės* [žiūrėta 2006 gruodžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://rubinaitis.lnb.lt/index.php?1641196144>

IŠVADOS

Globalizacijos procesai ir visuotinis anglų kalbos vartojimas pasaulyje pakeitė knygų leidybos ir prekybos profilį. Iš nacionalinio reiškinių knygų leidyba ir prekyba tapo tarptautiniu fenomenu. Stambiausios kompanijos vis labiau ima orientotis ne tik į vidinius šalies poreikius, bet atkakliai ieško knygų realizavimo galimybių kitų šalių rinkose. Tarptautinė knygų prekyba leidžia ne tik didinti knygų pardavimus, bet ir populiarina leidėjo prekės ženklą. Savo vardą pasaulyje jau įgijo tokie leidybiniai koncernai, kaip „Penguin“, TASCHEN, „daab“, „PanMacmillan“, „Thames&Hudson“, „Cambridge University Press“, „Oxford University Press“.

Akivaizdu, kad didelė dalis šalių, kurios importuoja knygas iš užsienio, pasižymi vietinės privačios leidybos spragomis. Todėl jaučiamą knygų trūkumą ir esantį poreikį knygų prekybininkai, kaip alternatyvą, užpildo knygomis, iš užsienio valstybių.

Importinių knygų rinka Lietuvoje yra nauja ir greitai besiplečianti prekybos niša. Jaučiamas grožinės literatūros anglų kalba populiarumo augimas. Vis daugiau žmonių ima vertinti ir skaityti knygas originalo kalba. Tai tampa tarsi kokia mada. Dėl egzistuojančios švietimo sistemos, specializuotos kalbų mokymo priemonės tiek anglų, tiek kitomis kalbomis yra patvirtintos ir privalomos tarp Lietuvos mokymo įstaigų.

Greita informacijos plėtra taip pat daro įtaką naujausių, pasaulyje pasirodžiusių knygų populiarumui. Kol knyga nėra išverčiama į lietuvių kalbą, ji gali būti paklausi ir anglų kalba. Todėl knygų prekybininkams turi būti aktualu sekti pasaulines knygų leidybos naujienas, domėtis kaimyninių valstybių, prekiaujančių importinėmis knygomis realijomis, palaikyti glaudžius santykius su užsienio tiekėjais.

Taigi nors Lietuvoje leidybos pramonė atsigauja ir gana sparčiai auga, o importinių knygų prekybininkai siūlo vis daugiau naujų knygų pavadinimų, tačiau nemaža knygų skaitytojų ir pirkėjų poreikių dalis lieka nepatenkinta.

Knygų pasiūlos analizė bei vartotojų apklausos tyrimas atskleidė, kad Vakarų šalių knygų produkcija nei kiekybiniu, nei kokybiniu aspektu kol kas neatitinka visų Lietuvos knygų tipų paklausos.

Didėjantis visuomenės išsilavinimo lygis, skatina mokslinių profesinių knygų paklausą. Tačiau knygų prekybininkai apsiriboja tik pažintinių, pramoginių, įvairių specializuotų kalbų mokymo priemonių leidinių arba verslo knygų (rinkodaros, marketingo, reklamos, investavimo) pasiūlos komplektavimu. Asortimento trūkumas verčia pirkėjus rinktis knygas užsienio kalbomis. Todėl Lietuvoje visuomenės laikomasis principas „savas –

svetimas“ neprisigijo. Nei vienas knygynas savo lentynų neužpildo specifinių mokslo šakų knygomis. O neperkamos jos tampa dėl mažo knygynų informavimo bei silpno knygų pasiūlos matomumo.

Nors visi Vilniaus knygų prekybininkai šiai knygų grupei siūlo individualių ar specialių knygų iš užsienio užsakymo paslaugą. Tačiau tiek bendradarbiavimo reikalingumas, tiek knygos siuntimo laiko faktorius, tiek pakitęs knygos kainos santykis mažina šios paslaugos patrauklumą.

Nekalbant apie veikiančius e–knygynus, kol kas tik vienas Vilniaus knygynų tinklas (UAB „Mūsų knyga“) savo internetinėje svetainėje yra įdiegęs elektroninio knygų užsakymo sistemą. Visi kiti apsiriboja užsakomų knygų apmokėjimais banko pavedimu ar grynais pinigais. Taip pat tik „Mūsų knygos“ knygynas, bendradarbiaudamas su Lietuvos gabenimo kompanijomis, siūlo patrauklią knygų pristatymo paslaugą į bet kurią Lietuvos vietą.

Kadangi Lietuvoje vis energingiau verčiamos užsienyje populiarumo susilaukusios knygos, negalima atmesti galimybės, kad verstinių knygų gausėjimas gali daryti didelę įtaką užsienietišku knygų rinkos siaurėjimui. Nors grožinės literatūros kūrinys dėl originalo kalbos gali būti paklausesnis, tačiau mokslinis profesinis leidinys, dėl sudėtingo teksto, paklausesnis tampa, kai yra išverčiamas į gimtąją kalbą. Taip pat negalima atmesti fakto, kad vis dar didelė Lietuvos visuomenės dalis yra vienakalbiai piliečiai ir nemoka kitos užsienio kalbos, todėl knygas renkasi skaityti gimtąją kalbą.

Knygų iš užsienio prekybos ypatumai mažai kuo skiriasi nuo lietuviškų knygų prekybos ypatumų. Knygos tiesiogiai tiekiamos į savus ir į kitus knygynus, iš kur pasiekia visą Lietuvą arba net kitas šalis (UAB „Humanito“ pavyzdys). Rinkų ieškojimas kitose šalyse yra viena iš geresnių galimybių didinti importinių knygų pardavimus.

Vilniaus knygynų bendradarbiavimas su Vakarų šalių partneriais yra grindžiamas dviem būdais: arba prekybine sutartimi, arba užsienio leidyklos atstovavimu. Pastarasis būdas suteikia išskirtinę teisę prekiauti ir tiekti knygas kitiems Lietuvos knygynams. O tai skatina knygų pardavimų didinimą.

Kadangi Lietuva dėl mažos knygų rinkos, kol kas nėra itin patraukli užsienio knygų leidybos ir prekybos kompanijoms, tarptautinių prekybinių sutarčių užmezgimu turi rūpintis Lietuvos knygų prekybininkai.

Svarbu pažymėti, kad kol kas Lietuvoje nei viena tarptautinė knygų leidybos ar prekybos kompanija nėra įkūrusi savo padalinio. Tačiau sparčiai auganti knygų užsienio kalba paklausa ir didėjantys pardavimų skaičiai, gali ateityje paskatinti pastaruosius įsikurti ir

Lietuvoje. Tokio reiškimo atsiradimas arba priverstų knygų prekybininkus atsisakyti importinių knygų prekybos srities, arba pakoreguotų jos pobūdį. Šiandieniniai užsienio leidyklų oficialūs atstovai taptų eiliniaisiais didmeniniais knygų pirkėjais.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ALTBACH, G. Philip. International Book Publishing: An Encyclopedia. New York: Garland Publishing. 1995. ISBN 0815-307-86-1
2. BAVERSTOCK, Alison. Leidybos marketingas. Vilnius: Poligrafija ir Informatika. 2002. ISBN 9986-850-38-X
3. Blowing up Russia: Terror from Within. [Interaktyvus]. Iš *Amazon.com* [žiūrėta 2006 lapkričio 15 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/Blowing-up-Russia-Terror-Within/156171>
4. Comparison of Bestseller List. [Interaktyvus]. Iš *The Booksellers Association, 2005* [žiūrėta 2006 lapkričio 12 d.]
Prieiga per internetą: http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=569
5. datamonitor. com [interaktyvus]. Global publishing [žiūrėta 2006 m. lapkričio 26 d.].
Prieiga per internetą: <http://datamonitor-market-research.com/Merchant2>
6. DAUJOTYTĖ – PAKERIENĖ, Viktorija. Apie skaitymo džiaugsmą ir nauda. [Interaktyvus]. Iš *Leidykla Gimtas žodis*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 28 d.].
Prieiga per internetą: http://gimtasiszodis.w3.lt/daujot_04_1.htm
7. JONUŠYS, Laimantas. Vakarų vėjai. [Interaktyvus]. Iš *Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos*. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.lrt.lt/subsite/subnews.php?strid=47476&id=303573>
8. KAUNAS, Domas; MISIŪNAS, Remigijus; NAVICKIENĖ, Aušra; STONIENĖ, Vanda. Knygotyra. Vilnius: Vilniaus universiteto komunikacijos fakulteto knygotyros ir dokumentoturos institutas, 2006. ISBN: 9986-19-928-X
9. KIŠŪNAITĖ, Roma. Vaikų knygų leidyba Lietuvoje 1991 – 2000 m. [interaktyvus] Iš *Vaikų literatūros informacijos svetainės* [žiūrėta 2006 gruodžio 10 d.].
Prieiga per internetą: <http://rubinaitis.lnb.lt/index.php?1641196144>
10. Knygos užsienio kalba. [Interaktyvus]. Iš *Mūsų knyga*. [Žiūrėta 2006. 11. 15]
Prieiga per internetą: http://www.musuknyga.lt/lt.php/knygos_uzsienio_kalba/18314
11. Leidyklos „Alma littera“ prioritetai – lietuvių rašytojai [interaktyvus]. Iš *Lietuvos įmonių ir verslo naujienos* [žiūrėta 2006 gruodžio 2 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.biznews.lt/%3Fpsl%3Dnaujiena%26>
12. MISIŪNAS, Remigijus. Knygų leidyba pasaulyje. Vilnius: Versus Aureus., 2003. ISBN 9955-9613-3-3

13. MISIŪNAS, Remigijus. Leidyba Lietuvoje. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 m. spalio 30 d.]
Prieiga per internetą: [http://www.culture.lt/daile/02\(1\)/ll.htm+knyg%C5%B3+rinka&hl=lt](http://www.culture.lt/daile/02(1)/ll.htm+knyg%C5%B3+rinka&hl=lt)
14. Mūsų knyga. ES leidiniai. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]
Prieiga per internetą: http://www.musuknyga.lt/lt.php/es_leidiniai/18616
15. National Book Network. [Interaktyvus]. [Žiūrėta 2006 lapkričio 19 d.]
Prieiga per internetą: <http://www.nbnbooks.com/home.shtml>
16. PAJUODIS, Arvydas. Prekybos marketingas. Vilnius: Eugrimas, 2005. 257 – 263 p.
ISBN 9955-682-05-1
17. PATERSON, Christopher. Selling books to the world. Bookseller. 2003 05 23
[interaktyvus]. Iš *EBSCOhost Research Database* [žiūrėta 2006 lapkričio 8 d.]
Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/selectdb?vid=1&hid=111&sid=ef73>
18. Penguin Global. [interaktyvus] Iš *Penguin Group USA* [žiūrėta 2006.10.26].
Prieiga per internetą: <http://us.penguin.com/static/html/penguinglobal.html>
Penguin Classics [interaktyvus]. Iš *Penguin group USA* [žiūrėta 2006 m. lapkričio 23 d.]
Prieiga per internetą: <http://us.penguin.com/static/html/classics/index.html>
19. Publishing in the Knowledge Economy. Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector [interaktyvus], [žiūrėta 2006 lapkričio 20 d.]
Prieiga per internetą: <http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>
20. Publishing in the Knowledge Economy. [Interaktyvus] Competitiveness Analysis of the UK Publishing Media Sector [žiūrėta 2006 11 20]
Prieiga per internetą: <http://www.dti.gov.uk/sectors/publishing/index.html>
21. Rotas. Apie mus. [Interaktyvus], [žiūrėta 2006 lapkričio 18 d.]
Prieiga per internetą: http://www.rotas.lt/apie_mus
22. Shipping rates, [interaktyvus] Iš *Amazon.com* [žiūrėta 2006 lapkričio 21 d.]
Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html>
23. Sutartis dėl švietimo, mokslo ir kultūros importo [interaktyvus]. Iš *Lietuvos nacionalinės UNESCO komisijos* [žiūrėta 2006.11.05].
Prieiga per internetą: <http://www.unesco.lt/kultura/konvencijos/Florencijossutartis/>
24. TAMOŠIŪNAS, Tadas. Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai. Sociologinio tyrimo ataskaita. [interaktyvus]. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [žiūrėta 2006 lapkričio 13 d.]
Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/inter/skaitymo+mastas+kryptingumas+poreikiai>
25. TAMOŠIŪNAS, Tadas. Skaitymo mastas, kryptingumas ir poreikiai. Vilnius: tarptautinės konferencijos „Skaitymo skatinimas ir kalbos įgūdžių ugdymas“ medžiaga. 2005 m. kovo 18 – 19 d.

26. UAB „Baltos lankos“ knygų paieška. [Interaktyvus]. Iš *UAB Baltos lankos* [žiūrėta 2006 lapkričio 29 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.blk.lt/main.php?page=knygos>
27. UAB „Humanitas“ naujienos / įvykiai. [Interaktyvus]. Iš *UAB Humanitas* [žiūrėta 2006 gruodžio 8 d.].
Prieiga per internetą: < [http://www.humanitas.lt/LT/lt/naujienos ivykiai](http://www.humanitas.lt/LT/lt/naujienos_ivykiai)>
28. UAB „Humanitas“ siūlomos knygos. [Interaktyvus]. Iš *UAB Humanitas* [žiūrėta 2006 lapkričio 29 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.humanitas.lt/>
29. UAB „Rotas“ akcijos. [Interaktyvus]. Iš *UAB Rotas* [žiūrėta 2006 gruodžio 8 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.rotas.lt/index.php?id=22846>
30. UK Book Industry in Statistic 2005. [interaktyvus]. Iš *DTI Strategic Policy Analysis Unit*. 2006 žiūrėta 2006 lapkričio 11 d.]
Prieiga per internetą <<http://www.publishers.org.uk/paweb/paweb.nsf>
31. UK Titles Publishing in 1990 – 2005. [Interaktyvus], [žiūrėta 2006 lapkričio 22 d.] Iš *Bookselling Association*.
Prieiga per internetą: http://www.booksellers.org.uk/industry/display_report.asp?id=419
32. Valstybės žinios. Viešieji pirkimai. [Interaktyvus] Iš *Valstybės žinios*. [Žiūrėta 2006 gruodžio 10 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.valstybes-zinios.lt/vpp3/lt/Users.anonProcurementsShow>
33. Why We Want You to be Rich: Two Men One Message. [Interaktyvus]. Iš *Amazon.com* [Žiūrėta 2006 lapkričio 15 d.].
Prieiga per internetą: <http://www.amazon.com/Why-We-Want-YouRich>
34. WONNACOT, Paul ir WONNACOT, Ronald. Makroekonomika. Vilnius: Litterae Universitatis. 1994

BOOKS PRODUCTION OF WESTERN COUNTRIES IN VILNIUS BOOKSTORES (SUMMARY)

Živilė Rudytė

Never before in Lithuania the international book selling phenomenon or related theme was analysed. Processes of globalisation and wide use of English – language in the world had changed the profile of book publishing and book selling at all. The biggest publishers companies became interesting not just in local market but became orienting for other export markets. English – language publisher's export continue to make a significant contribution to major book markets worldwide.

The object of the master's work is the supply of Western books in Vilnius bookstores. The purpose is to estimate if Western countries books production (quantitative and qualitative aspect) would fulfil books demand and book selling tendencies in the future of Lithuania. Work tasks are to part international book selling tendencies, to do export books market analysis, to single out bookstores trading singularity, to give reliable the importations books sales layouts and possible solutions, which would increase books sales.

By using *theoretical methods*: comparative method, the method of generalization, the analysis of literature and other repositories and *empirical methods*: the analysis of documents, the method of observation, the method of typology, deep interview, consumer questionnaire.

The following results were achieved that the importations books from Western countries do not fulfil all types of books demand in Lithuania. Book sellers still narrow cognitive, entertaining, English Learning Teaching or business (marketing, reclamation, investment, management) books supply. Is still appreciable large lack of scientific professional publications.

PRIEDAI*1 priedas.***Didžiosios Britanijos leidybinės grupės**

BERTELSMANN
Arrow Books, Bantam, Bantam Press, Barrie & Jenkins, Black Swan, Bodley Head, Business Books, Jonathan Cape, Century, Chatto & Windus, Corgi, C W Daniel, Doubleday, Ebury Press, Eden Project, Everyman's Library, Expert Books, David Fickling, Fodor's, Harvill Press, Harvill Secker, Heinemann, Hogarth Press, Hutchinson, Pimlico, Random House, Red Fox, Rider, Sinclair Stevenson, Time Out Guides, Transworld, Vermilion, Vintage, Yellow Jersey
BLOOMSBURY
Adlard Coles, Alphabooks, Ernest Benn, A&C Black, Bloomsbury, Bloomsbury Children's, Andrew Brodie, Peter Collin, EP Publishing, Christopher Helm, Herbert Press, Pica Press, T & AD Poyser, Thomas Reed, Whitaker's Almanack
HACHETTE
Abacus, Aladdin Watts, Arms & Armour, Atom, Bounty Books, Bulfinch, Cassell, Cassell Paperbacks, Cat's Whiskers, Chancellor Press, Conran Octopus, Discovery Books, Dolphin, eBooks, Everyman, Gaia Books, Godsfield Press, Gollancz, Gollancz Manga, Hachette, Hachette Children's, Hamlyn, Headline, Headline Review, Hodder & Stoughton, Hodder Arnold, Hodder Children's, Hodder Gibson, Hodder Mobius, Hodder Religious, Little Brown, Millennium, Miller's Publications, Mitchell Beazley, John Murray, New International, Orbit, Orchard Books, Orion, Orion Business, Orion Children's, Orion Paperbacks, Peerage Books, Phoenix Paperbacks, Phoenix House, Phoenix Press, Philip's, Sceptre Books, Studio Vista, Teach Yourself, Time Warner Books, Treasure Press, Virago Press, Ward Lock, Franklin Watts, Wayland, Weidenfeld & Nicolson
HOLTZBRINCK
Boxtree, Campbell Books, College Press, Macmillan, Macmillan Children's, Macmillan Education, Macmillan Press, Palgrave Macmillan, Pan, Pan Macmillan, Papermac, Picador, Piccolo, Piper, Rodale Books, Sidgwick & Jackson, Tor
NEWS CORPORATION
Big Cat, Collins, Collins Bartholomew, Collins Children's, Collins English Library, Collins Gems, Collins Willow, Element Books, Fourth Estate, Geographia, HarperCollins, HarperElement, HarperPerennial, HarperPress, HarperSport, HarperThorsons, Nicholson, PerfectBound, Picture Lions, Thorsons, Times Books, Tolkien
PEARSON
Addison-Wesley, Adobe Press, Allen Lane, Allyn & Bacon, BBC Active, Benjamin Cummings, BradyGAMES, Cisco Press, Dorling Kindersley, E Penguin, Fig Tree Press, FT Prentice Hall, Funfax, Hamish Hamilton, Michael Joseph, Ladybird, Longman, Markt & Technik, Momentum, New Riders, Peachpit Press, Pears, Pearson Education, Penguin, Prentice Hall, Puffin, Que Publishing, Reuters, Rough Guides, Sams Publishing, Scott Foresman, Spark Learning, Viking, Warne, York Notes, Ziff Davis
REED ELSEVIER
Academic Press, AP Professional, Architectural Press, Balliere Tindall, Books For Midwives, Butterworth-Heinemann, Butterworths, Churchill Livingstone, CIMA, B C Decker, Digital Press, Editions Scientifiques, Elsevier, Excerpta Medica, Financial World, Focal Press, Ginn, Greenwood, Gulf, G W Medical, Hanley & Belfus, Harcourt Education, Harcourt Health, Heinemann, HFL, Icon Learning Systems, IntergrativMedicine, JAI Press, LexisNexis, Made Simple, Medicine Publishing, Merck, Morgan Kaufmann, Mosby, Newnes, North Holland, Paradigm, Payne-Gallway, Pergamon, Professional Books, Psychological Corporation, Reed Business, Rigby, W B Saunders, Syngress Media, Tolley, Michael Wiese, John Wright
TAYLOR & FRANCIS
Aslib, Balkema, Bios Scientific, Brunner-Routledge, Carfax, Frank Cass, CRC Press, Marcel Dekker, Martin Dunitz, DYP, Europa, Fitzroy Dearborn, Garland Science, IBC Business, Institute of Physics, IOP, Isis Medical, LLP Professional, Mansfield Press, Monitor Press, Parthenon, PJB Publications, PMC, Price Books, Psychology Press, Routledge, RoutledgeCurzon, RoutledgeFalmer, Spon, Swets & Zeitlinger, Taylor & Francis, T&F Informa
THOMSON CORPORATION
Arden, Blackbirch Press, ESC, European Law Centre, Federal Trust, Five Star, FT Law & Tax, Gale, Gee, Graham & Whiteside, W Green, Greenhaven Press, Hall & Co, KidHaven Press, Lucent Books, Primary Source, Professional Publishing, St James Press, K G Saur, Schirmer Reference, Charles Scribner's Sons, Sleeping Bear Press, Stevens & Sons, Sweet & Maxwell, TAFT Group, Texere, Thomson Learning, Thomson Round Hall, Twayne Publishers, UXL, Waterlow Law, Walker Large Print, Wheeler

**Giluminio interviu su Meno leidinių knygyno „Humanitas“ vedėja Laisve Šaduikiene
scenograma**

1. Svarbiausi užsienio partneriai. (Leidyklų ar knygų prekybininkų pavadinimai, jų specializacija.)

L.Š.: Meno knygų leidėjai: Vokietija – TASCHEN Verlag, „daab“, „Teneues“, „Koenemann“. Didžioji Britanija: „Thames&Hudson“, „Phaidon“, „Dorling Kindersley“, „Lonely Planet“. Kiti: „Actar“, „Pepin Press“, „Birkhauser“.

2. Pagrindiniai knygų iš užsienio prekybos paskirstymo kanalai ir pardavimo būdai. (Ar parduodamos tik savo knygynuose, ar tiekiamos ir į kitus knygyнус, viešąsias bibliotekas, įstaigas? Paminėkite ir Baltijos valstybes.)

L.Š.: Pirmiausia knygas paskirstome į „Humanito“ bei kitus Lietuvos knygynus. Dėl to, kad esame kai kurių užsienio leidyklų atstovai Baltijos šalyse, knygas siunčiame ir į Latvijos knygyną tinklą „Valters un Rapa“ bei Estijos knygynus „Appollo“, „Rahva Raamatu“. Dažnai mūsų knygas užsakinėja įvairios Lietuvos bibliotekos ir mokslo įstaigos.

3. Kokią vietą importinių knygų prekyboje užima individualių/specialių užsakymo paslaugos teikimas?

L.Š.: Šią paslaugą knygynas teikia savo klientams nuo 1994 m., tačiau tai nėra pagrindinė knygyno paslauga, skirta knygų pirkėjams, ji sudaro maždaug apie 10 % visų knygų pardavimų.

4. Ar ši paslauga yra populiari tarp knygų pirkėjų? Kokios užsakomų knygų ypatybės (Knygų tipologija, užsakymo vykdymo schema, katalogai)?

L.Š.: Taip, ši paslauga yra gana populiari, tačiau kyla sunkumų užsakinėjant, kadangi dažnas klientas nežino konkrečiai, kokios knygos ieško. Mūsų knygynai šiuos užsakymus priima elektroniniu paštu, telefonu bei knygynuose. VIP klientams siunčiame naujų knygų sąrašus ir katalogus.

5. Kokie užsienio knygų prekybos pokyčiai jaučiami šiandieninėje knygų prekyboje? (Ar jaučiamas pirkėjų susidomėjimo mastas, padidėjusi paklausa?)

L. Š.: Paklausa akivaizdžiai didėja: vien tik 2006 m. ji išaugo apie 20 %. Manau, ateityje jo tik didės, nes vis daugiau žmonių skaito anglų kalba.

6. Kokią vietą Jūsų knygyne užima užsienio knygos Lietuvos leidyklų parduodamoje produkcijoje?

L.Š.: Dėl vietos stokos lietuviškoms knygoms – 95%.

7. Kokie, Jūsų manymu, yra svarbiausi importinės knygos privalumai lyginant su verstine literatūra į lietuvių kalbą?(Pirminis šaltinis, originalo kalba, kainos – kokybės santykis, didesnis knygų asortimentas.)

L.Š.: Pirmiausia – kainos ir kokybės santykis, platesnis asortimentas, tematika. Didžiausią pasiūlą mūsų knygyne sudaro meno albumai, o tokių knygų pirkėjas dažniausiai būna meninį išsilavinimą turintis žmogus, suprantantis, knygos, kaip meno kūrinio reiškinį, todėl jo keliami reikalavimai, pirmiausia siejasi su knygos kokybės klausimu – ypatingas dėmesys skiriamas knygos poligrafijai: viršeliui, formatui, popieriaus tipui. Mūsų partnerių išleisto knygos atitinka šiuos reikalavimus.

8. Kuo Jūsų knygynas yra pranašesnis kitų Vilniaus knygynų atžvilgiu, prekiaujančių užsienietiškomis knygomis? (Galbūt yra kurios nors užsienio leidyklos atstovas Lietuvoje, Pabaltijyje? Galbūt taiko lanksčią nuolaidų sistemą ar teikia ypatingas sąlygas savo klientams? Jei taikoma nuolaidų sistema, ar tai yra knygyno kompetencija ar užsienio partnerių?)

L.Š.: Pirmiausia esame „TASCHEN“, „daab“, „Pepin Press“, leidyklų atstovai Baltijos šalyse bei „Oxford University Press“ „Teneues“, „Koenemann“ atstovai Lietuvoje. Specializuojamės siauroje srityje, šiuo atveju – meninių knygų prekyboje bei pastoviems klientams taikome 5 % -10 % nuolaidų kortelių sistemą.

9. Kas rūpinasi knygų iš užsienio asortimento surinkimu, užsakymo vykdymu, kaip jis atliekamas?

L.Š.: Meno knygų vadybininkė Lietuvai ir dailės knygyno vedėja Laisvė Šaduikienė.

Giluminio interviu su „Baltų lankų“ knygyno Eksporto ir importo padalinio vadove Ina Kiseliova scenograma

1. Svarbiausi užsienio partneriai (*Leidyklų ar knygų prekybininkų pavadinimai, jų specializacija*).

I.K.: Bendradarbiaujame su: „Dover publications“, „Penguin group“, „Acblack“, „Alibri“, „Bertrams“, „Bloomsbury“, „Buchkatalog“, „Dorling Kindersley“, „Harper Collins“, „Little Brown“, „Pan Macmillan“, „Macmillan Education“, Random House“, „Thames & Hudson“.

2. Pagrindiniai knygų iš užsienio prekybos paskirstymo kanalai ir pardavimo būdai (*Ar parduodamos tik savo knygynuose, ar tiekiamos ir į kitus knygynus, viešąsias bibliotekas, įstaigas?*).

I.K.: Knygas tiekiamo į „Baltų lankų“ knygynus Vilniuje ir Klaipėdoje (netrukus atidarysime ir knygyną Kaune). Anksčiau bendradarbiauome su „Pegaso“ knygynais, tačiau pastaruoju metu knygų jiems nebetiekiamo. Dažnai mūsų knygas užsakinėja įvairios Lietuvos bibliotekos ir mokslo įstaigos, organizacijos, fondai. Bendradarbiaujame su įvairiomis verslo ir prekybos įmonėmis, meno studijomis.

3. Kokią vietą importinių knygų prekyboje užima individualių/specialių užsakymo paslaugos teikimas?

I.K.: Mūsų knygynas orientuojasi ne tik į tiesioginius knygų pardavimus, bet ir į paslaugų sektorių. Šią paslaugą savo klientams teikiame nuo 2001 m. Užsakymai pagal individualius pageidavimus sudaro maždaug apie 5 % visų užsienietiškų knygų pardavimų. Kiekvienas, norintis individualiai užsisakyti knygą ar knygas, gali kreiptis tiesiogiai į knygyno darbuotojus, siųsti užklausą elektroniniu paštu (uzsakymai@blk.lt) ar tiesiog teirautis telefonu. Klientui pageidaujant už knygą iki jos atsiuntimo į Lietuvą, galima sumokėti avansinį mokestį – pusę knygos kainos. Mūsų knygynuose specialiai tam veikia užsakymų stalas, o kompetentingi darbuotojai gali vietoje padėti klientui surasti norimą knygą bei suteikti informaciją. Kadangi jie gerai orientuojasi, kas kokią knygą yra perėmęs platinti. Bėgant laikui ši paslauga tampa vis populiareesnė, užsakymų daugėja, nes vis daugiau žmonių dėl asmeninių arba profesinių paskatų ima skaityti knygas užsienio kalbomis. Ypač populiari grožinė ir specializuota profesinė literatūra.

4. Kokie užsienio knygų prekybos pokyčiai jaučiami šiandieninėje knygų prekyboje? (Ar jaučiamas pirkėjų susidomėjimo mastas, padidėjusi paklausa?)

I.K.: Užsienio leidyklų asortimentas Lietuvoje sudaro iki 20–30% visų knygynuose siūlomų knygų. Iš jų 80% sudaro knygos anglų kalba, likusios – rusų, vokiečių, prancūzų ir kitomis kalbomis. Šiandieninėje knygų prekyboje jaučiamas nuolatinis paklausos didėjimas: vien tik 2006 m. mūsų knygyne ji išaugo apie 50 %. Manau, ateityje taip pat didės, nes vis daugiau žmonių skaito užsienio, o ypač - anglų kalba. Mūsų knygyne angliškų knygų pasiūla komplektuojama atsižvelgiant į kol kas Lietuvoje trūkstamų temų knygas, pirkėjų paklausą. Itin paklausūs įvairūs specializuoto turinio leidiniai, meno albumai, kelionių vadovai. Auga angliškos grožinės literatūros paklausa – vis daugiau žmonių renkasi skaityti kūrinius originalo kalba, taip pat naujausius kūrinius, kurie dar nėra išversti į lietuvių kalbą. Prekiaujame ir garsinėmis knygomis. Nors ši produkcija parduodama ir užsakoma nedideliais kiekiais, tačiau su laiku sulauks savo pirkėjo. Žmonės pamažu atranda, kad tai ne tik patogi priemonė klausymo būdu susipažinti su pasirinktu kūriniumi, bet ir geras būdas gilinti anglų kalbos žinias.

5. Kokią vietą Jūsų knygyne asortimente užima užsienio knygos?

I.K.: Šiandien užsienio knygos vidutiniškai sudaro apie 5% viso knygyne asortimento (tai yra žymiai didesnis procentas, palyginti su ankstesniais metais). Kadangi mūsų tinklo knygynei yra bene didžiausi Lietuvoje, šį procentą vertinčiau kaip teigiamą užsienio literatūros pardavimų rodiklį. Knygos užsakinėjamos pagal pardavimų statistiką, o ilgiau nei vienerius metus knygyne esančios knygos yra reguliariai išparduodamos su nuolaida, tad galima teigti, kad paklausa užsienio literatūrai vis dar auga.

6. Kokie, Jūsų manymu, yra svarbiausi importinės knygos privalumai lyginant su verstine literatūra į lietuvių kalbą?

I.K.: Daug užsienietišκών knygų nėra išversta į lietuvių kalbą, tad šiuo atveju žmonės neturi iš ko rinktis ir perka knygas užsienio kalbomis. Tai ypač liečia specializuotą mokomąją ir profesinę literatūrą. Kitos priežastys lemia pirkimus tų užsienietišκών knygų, kurių vertimus turime ir lietuviškai. Pirmiausia, žmonės vis daugiau skaito užsienio kalbomis, norėdami patobulinti tų kalbų įgūdžius. Daug kas žinias tobulina atsivertę dvi knygas – lietuvišką ir užsienietišką. Taip skaitytojas gali palyginti du vertimus (ar vertimą ir originalą) arba be žodyno pasiaiškinti sunkiau suprantamas vietas.

Dar viena priežastis – skaitytojo „prisirišimas“ prie tam tikro autoriaus. Kartais skaitytojui taip patinka vieno autoriaus knygos, kad nelaukdamas vertimo į lietuvių kalbą, jis ima skaityti naujai išleistas to autoriaus knygas originalo, anglų, vokiečių ar kita, į kurią knyga jau išversta, kalba. Be abejo, daug yra ir tokių žmonių, kuriems paprasčiausiai labiau patinka skaityti knygas užsienio kalbomis. Tai lemia įvairūs motyvai – geresnis vertimas, originalus tekstas ar pan. Yra dar viena pirkėjų grupė, perkanti verstas į lietuvių kalbą užsienietiškas knygas – tai patys užsieniečiai. Nemokantieji lietuvių kalbos skaito savo gimtąją ar kita, jiems suprantama, kalbą, o besimokantieji tobulina savo įgūdžius lietuviškojo varianto skaitymą pasilengvindami vertimu į jiems puikiai suprantamą kalbą.

7. Kuo Jūsų knygynas yra pranašesnis kitų Vilniaus knygynų atžvilgiu, prekiaujančių užsienietiškomis knygomis? (Galbūt yra kurios nors užsienio leidyklos atstovas Lietuvoje, Pabaltijyje? Galbūt taiko lanksčią nuolaidų sistemą ar teikia ypatingas sąlygas savo klientams? Jei taikoma nuolaidų sistema, ar tai yra knygyno kompetencija, ar užsienio partnerių?)

I.K.: Mūsų knygynuose yra labai platus užsienietiškų knygų asortimentas. Tai ypač liečia grožinę literatūrą. Manau, kad Lietuvoje nėra daug knygynų, prekiaujančių užsienietiškomis knygomis (kiek žinau, kai kurie knygynų tinklai išvis jomis neprekiauja). Tad ir skaitytojas pas mus apsilanko žinodamas, kad ras iš ko pasirinkti, o pirmąkart apsilankęs maloniai nustemba.

Turime nemažai pastovių lankytojų, kurie domisi naujomis užsienietiškomis knygomis ir išreiškia savo pageidavimus. Į šiuos pageidavimus visuomet atsižvelgiama užsakinėjant knygas. Pastoviams lankytojams ir užsakovams taikome įvairias nuolaidas. Individualiems skaitytojams dovanojame nuolaidų korteles, o įmonėms ar kitoms organizacijoms taikome nuolaidas, atsižvelgdami į užsakymų dydį ir periodiškumą. Nuo to momento, kai knyga atsiduria knygyne, jos kainos politika tampa knygyno reikalas. Užsienio tiekėjai neturi įtakos tam, kokią nuolaidą mes taikome.

8. Kaip skatinate užsienietiškų knygų pardavimus? (Ar rengiate kokias akcijas, išpardavimus? Ar tai knygyno kompetencija, ar čia reikalingas bendradarbiavimas su užsienio partneriais?)

I.K.: Taip, nuolat rengiame įvairias akcijas ir išpardavimus. Išpardavimai dažniausiai vyksta sezoniškai. Jų metu išparduodamos ilgiau užsibuvusios knygos arba taikoma nuolaida toms, kurios paklausios tuo metu (pvz., vasarą taikome nuolaidą kelionių gidams

ir pan.). Akcijas dažniausiai rengiame su užsienio partneriais. Jei užsienyje vyksta intensyvi kokios nors knygos (ar jų serijos) reklama, o tiekėjas mums nemokamai atsiunčia reklaminę medžiagą, mes taip pat stengiamės atkreipti lankytojo dėmesį į tą knygą (-as). Jei tiekėjas turi atstovų Lietuvoje, kartu su jais rengiame knygų pristatymus, organizuojame įvairius renginius vaikams ir suaugusiems (dažniausiai pristatinėjant mokomąją literatūrą).

9. Kuo remiantis ruošiami grožinės, meno, pažintinės, vaikiškos, specializuotos literatūros užsakymai? (Kokios paklausiausios?)

I.K.: Knygynas prenumeruoja įvairius knygų prekybininkams skirtus žurnalus užsienio kalbomis. Nuolat stebime geriausiai perkamų knygų sąrašus ir iš dalies jais remiamės užsakinėdami knygas. Knygyne netgi yra lentyna, kurioje nuolat sudedamos 5 užsienyje populiariausios knygos, o tą lentyną žymi užrašas „Bestsellers Top 5“. Kadangi užsakymai yra daromi reguliariai, daug informacijos mums suteikia ir patys tiekėjai. Mums nuolat pristatomi nauji populiariūs autoriai ir pavadinimai, - į tai irgi atsižvelgiame užsakinėdami knygas. Žinoma, rodiklis, kuris labiausiai lemia užsakymo sudėtį – pardavimų statistika. Dažniausiai naujos knygos sudaro tik apie 5% užsakymo, o visa kita – papildymas anksčiau užsakinėtų ir vis dar populiarių, - tai liečia visokio žanro literatūrą. Manome, kad užsienio literatūra prekiaujantis knygynas tiesiog privalo turėti garsiausių užsienio klasikų knygas originalo kalba, todėl nuolat papildome ir užsakinėjame naujus klasikinės literatūros leidimus (V. Šekspyras, E. Hemingvėjus ir t.t.). Šiuo metu populiariausios grožinės, meno ir dovanos-knygos užsienio kalbomis.

10. „Užsienio knygų“ anketos duomenys atskleidė, kad jaučiamas didelis mokslinės profesinės literatūros stygius. Ar rūpinatės šios knygų grupės asortimento plėtra?

I.K.: Taip, mums šis faktas yra žinomas. Kol kas tokią literatūrą užsakinėjame labai mažais kiekiais, bet ateityje ketiname juos didinti. Anksčiau Eksperto ir importo padalinys bandė atsivežti specializuotų medicinos, veterinarijos, sociologijos, teisės, ekologijos knygų, tačiau jos užsigulėdavo lentynose ištisus metus, nes būdavo neperkamos. Pirmiausia reikia informuoti visuomenę apie tai, kad tokias knygas jie pas mus gali įsigyti, ir tik atsiradus tam tikrai, gerai informuotai, grupei, plėsti asortimentą. Šiuo metu mokslinę ir profesinę literatūrą galima užsisakyti individualiai. Kadangi tokių užsakymų skaičius auga, pasiekę tam tikrą ribą, specializuota literatūra papildysime ir paties knygyno lentynas.

11. Kas rūpinasi knygų iš užsienio asortimento surinkimu, užsakymo vykdymu, kaip jis atliekamas?

I. K.: Knygų užsakymų vykdymu rūpinasi specialiai tam knygyne įkurtas eksporto ir importo filialas. Filialas glaudžiai bendradarbiauja su knygynais, nuolat vyksta informacijos kaita. Knygynai informuoja filialą, kokios knygos paklausios ir kokiomis reikia papildyti lentynas. Remdamiesi šia informacija ir papildydami užsakymus naujomis knygomis, filialo vadybininkai reguliariai daro užsakymus užsienio partneriams. Maždaug per 2 savaites nuo užsakymo išsiuntimo knygos pasiekia mūsų knygynus ir yra paruošiamos pardavimui.

Individualūs užsakymai vykdomi atskirai, pagal užsakovo poreikį (kaip greitai jis pageidauja gauti knygą).

4 priedas.

**Giluminio interviu su „Užsienio knygų“ knygyno direktore Violeta Liudvinovičiene
scenograma**

1. Svarbiausi užsienio partneriai.

V.L.: Glaudžiai bendradarbiaujame su anglų kalbos mokomųjų priemonių leidėjais „Macmillan Education“, „Cambridge University Press“, vokiečių – „Hueber“. Atstovaujame „Longman“, „Klett“ ir kt. Svarbiausi akademinės literatūros leidėjai, su kuriais dirbame – „Elsevier“, „Taylor & Francis group“. Su įvairiomis mišrios specializacijos leidyklomis.

2. Pagrindiniai knygų iš užsienio paskirstymo kanalai ir pardavimo būdai.

V.L.: Svarbiausias būtų aprūpinti mūsų knygyno pirkėjus. Taip pat kitus Lietuvos knygynus, su kuriais bendradarbiaujame. Pavyzdžiui, jau nuo rugpjūčio mėnesio imame kaupti būtiną knygų, ypač mokomųjų kalbos priemonių, rezervą ateinančiai mokslo metų pradžiai. Šiuo metu ypatingai suaktyvėja kitų knygynų užsakymų.

Knygas tiekiamė ir į viešąsias įstaigas, pirmiausia įvairias Lietuvos bibliotekas. Nuo 2006 m. gegužės mėn. šia veikla užsiimame intensyviai. Mūsų knygų yra Lietuvos Nacionalinėje Martyno Mažvydo bibliotekoje, Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademijos bibliotekoje, Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešojoje bibliotekoje. Taip pat laimėjome kelis Vilniaus Universiteto bibliotekos skelbtus konkursus – knygas tiesime ir jiems. Kartu su užsienio partneriais norinčioms bibliotekoms siūlome steigti informacinius centrus. Tai mūsų ir mūsų partnerių vykdoma programa *life long learning*. Tai ne tik puiki švietėjiška veikla, atnaujinanti senus bibliotekų fondus naujomis knygomis, bet ir paskata bibliotekoms iš mūsų įsigyti daugiau reikiamų ar paklausių knygų. Šiuo metų tokių centrų jau esame įkūrę apie dešimt įvairiuose Lietuvos miestuose (Panevėžys, Klaipėda, Šiauliai, Utena, Kaunas), ateinančiais metais planuojame įkurti Zarasuose, Anykščiuose. Tuo užsiimame tik pusę metų, bet jau nespėjame visų norinčių aptarnauti. Jaučiamas didelis bibliotekų susidomėjimas. Tai atskleidė, kad einame teisingu keliu.

3. Ar individualių/specialių užsakymo paslaugos teikimas yra populiarus tarp knygų pirkėjų?

V.L.: Atsivėrus sienoms bei Lietuvai įstojus į Europos sąjungą jaučiamas didelis šios paslaugos poreikis. Dar iki to, pasitaikydavo pavienių klientų, kurie būdami savo srities

specialistai, domėdavosi ir norėdavo užsisakyti naujausią pasaulyje pasirodžiusią knygą, iš savo mėgstamos mokslo šakos. Taip pat ši paslauga būdavo populiari tarp įvairių institucijų. Dabar jaučiamas individualių žmonių susidomėjimas. Intensyvėja grožinės literatūros anglų kalba poreikis. Viena intensyviausių būtų verslo knygų (biznio, rinkodaros, marketingo, reklamos, ekonomikos, vadybos, investavimo) paklausa. Vis daugiau žmonių renkasi knygas skaityti originalo kalba. Tai tampa savotiška mada.

Žinoma, bendradarbiauti su mumis pirkėjus skatina, baimė iš karto mokėti už knygą, kurios jie dar neturi rankose. Pasauliniuose elektroniniuose knygynuose veikia kreditinių kortelių atsiskaitymo sistema. Taip pat mes jiems siūlome tokią pat knygos kainą, kaip ir užsienio leidyklos, nepridedame siuntimo išlaidų. Viena iš individualaus užsakymo sąlygų – knygos siuntimo laikas, kuris užtrunka maždaug iki mėnesio.

4. Kaip skatinate užsienietišką knygų pardavimus?

V.L.: Minėti informaciniai centrai, kurie įkuriami Lietuvos bibliotekose. Taip pat organizuojame įvairias knygų pardavimo akcijas, taikome lanksčią nuolaidų sistemą. Kartu su užsienio partneriais rengiame įvairias konferencijas, paskaitas, supažindinančias su parduodamomis knygomis.

„Užsienio knygų“ anketos tyrimas

Tyrimo problema

Šiuo metu trūksta empirinių duomenų, padedančių įvertinti knygų iš Vakarų šalių paklausos ir pasiūlos sintezę, užsienietišκών knygų pirkimo įpročius, galimybes bei tendencijas.

Tyrimo uždaviniai:

- užfiksuoti pagrindinę užsienietišκών knygų paklausos tipologiją;
- išanalizuoti knygų iš užsienio pirkimo būdus ir pirkimą skatinančius faktorius;
- nustatyti pagrindinį užsienietišκών knygų pirkėjų segmentą, remiantis apklaustųjų amžiumi ir išsilavinimu;

Tyrimo metodika

Kad būtų pasiekta tikslinga auditorija – knygų skaitytojai ir mylėtojai, anketa buvo palikta Vilniaus Universiteto Komunikacijos fakulteto bibliotekos skaitykloje. Anketa paruošta iš 14 uždarų klausimų, kurie paruošti eilės skale. Apklausti 150 respondentų.

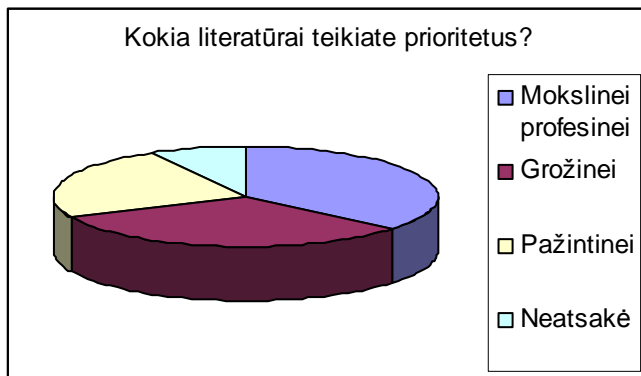
Tyrimo laikas

2006 m. lapkričio 15 – gruodžio 15 d.

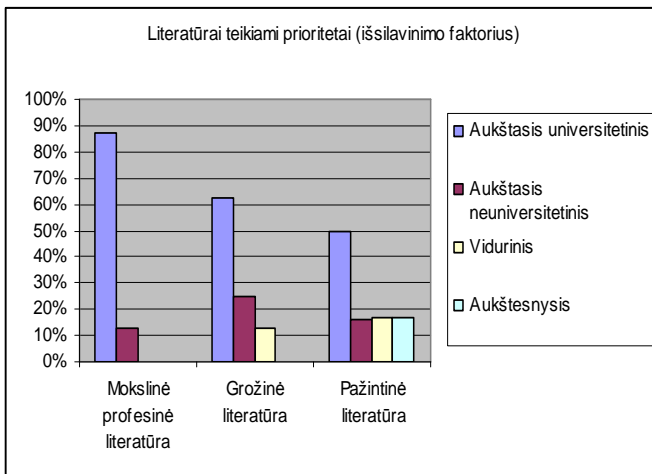
Tyrimas



Į pirmą klausimą, kokią laisvalaikio dalį skirate knygų skaitymui 16% apklaustųjų atsakė, kad iš viso tam laiko neskiria. Taip pat 16% skiria pusę, 36% – mažiau nei pusę, 16% – daugiau nei pusę ir 12% – visą savo laisvalaikį.

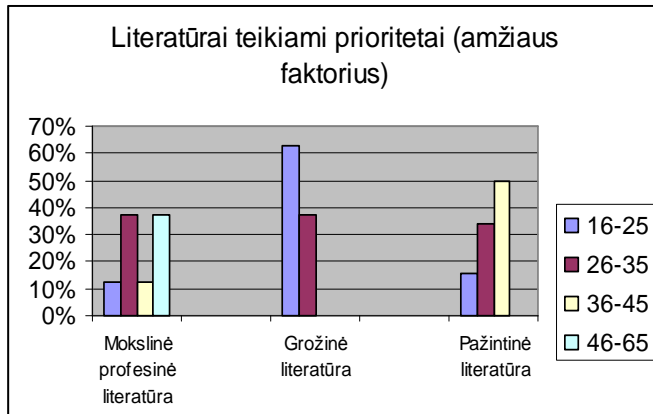


Į klausimą, kokiai literatūrai teikiate prioritetus 36% apklaustųjų atsakė, kad mokslinei profesinei literatūrai, 32% – grožinei, 24% – pažintinei. 8% apklaustųjų literatūrai neteikia jokių prioritetų.



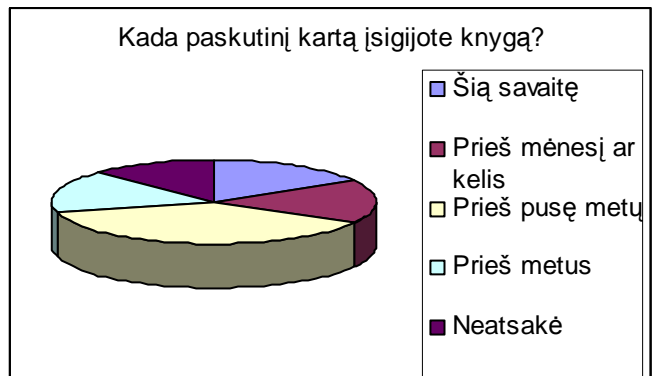
Mokslinei literatūrai prioritetus teikia 87,5% aukštąjį universitetinį išsilavinimą turinčių žmonių ir 12,5% – aukštąjį neuniversitetinį. Grožinei literatūrai – 62,5% įgijusių universitetinį išsilavinimą, 25% – aukštąjį neuniversitetinį, 12,5% – vidurinį. Pažintinei literatūrai didžiausią dėmesį skiria 50% žmonių, kurių išsilavinimas aukštasis universitetinis, 16% – aukštasis neuniversitetinis, 17% –

vidurinis, 17% – aukštesnysis.

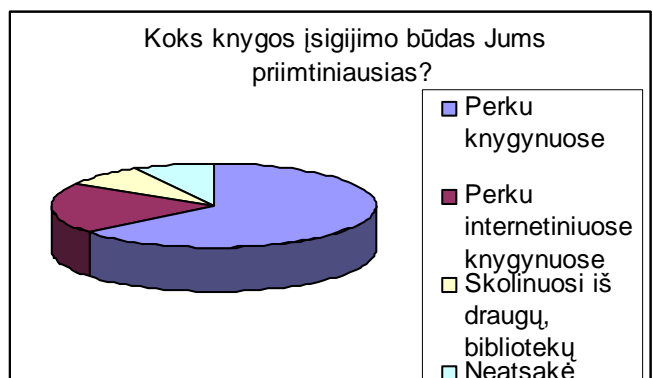


Mokslinei profesinei literatūrai prioritetus teikia 12,5% respondentų, kurių amžius 16 – 25 metų, 37,5% apklaustųjų 26 – 35 metų amžiaus, 12,5% – 36 – 45 metų bei 37,5% žmonių nuo 46 iki 65 metų. Grožinei literatūrai prioritetus teikia 62,5% respondentų, kurių amžius svyruoja nuo 16 iki 25 metų bei 37,5% – nuo 26 iki 35 metų.

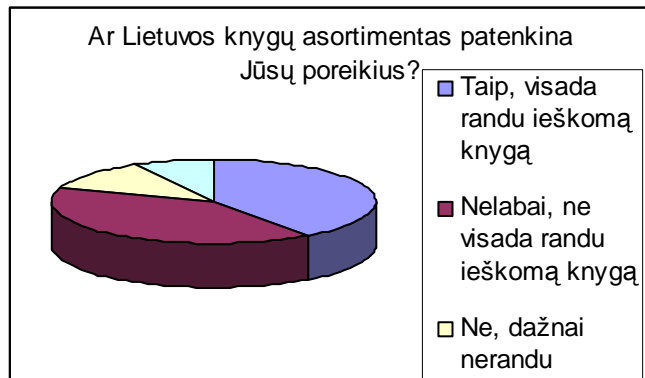
Pažintinė literatūra domisi 16% apklaustųjų, kurių amžius 16 – 25 metai, 34% amžius svyruoja nuo 26 iki 35 metų, bei 50% - nuo 36 iki 45 metų.



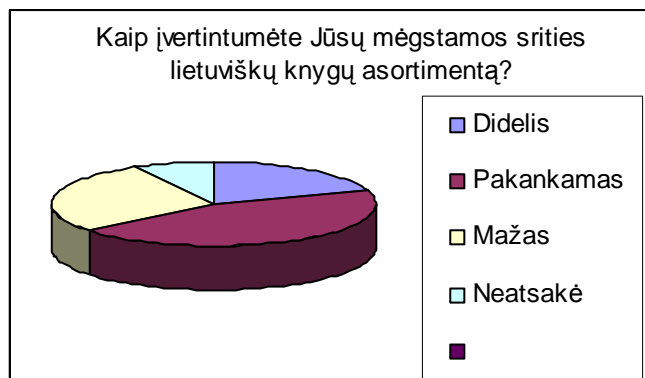
Į klausimą, kada paskutinį kartą įsigijote knygą, 20% respondentų atsakė, kad šią savaitę, 48% – prieš mėnesį ar kelis; 12% – prieš pusę metų, 8% – prieš metus. Į klausimą neatsakė 8%.



Į klausimą, koks knygos įsigijimo būdas priimtinausias, 64% respondentų atsakė, kad knygas perka knygynuose, 20% apklaustųjų jas įsigyja internetiniuose knygynuose. 8% knygų neperka, o skolinasi iš draugų ar bibliotekų. Į klausimą neatsakė 8%.

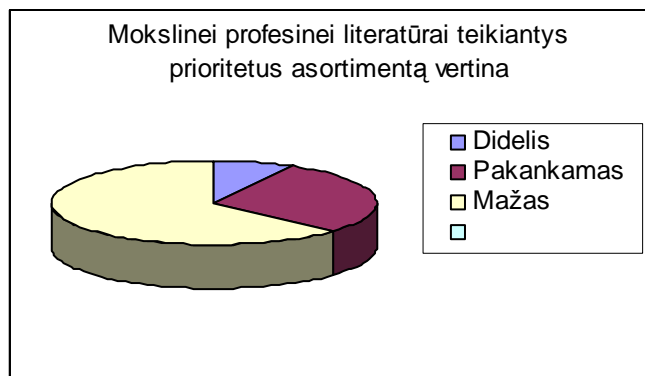


knygos. Į šį klausimą 8% respondentų neatsakė.

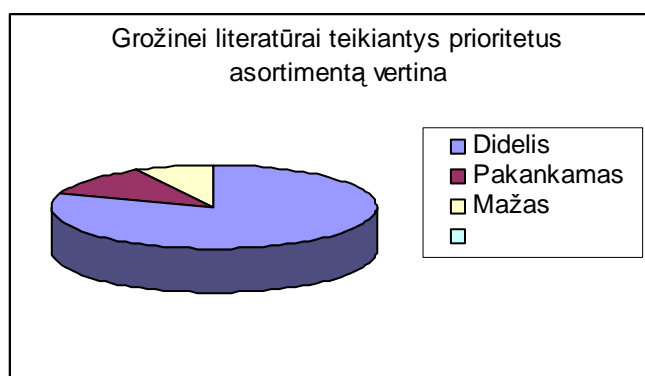


Į klausimą, ar Lietuvos knygynų knygų asortimentas patenkina pirkėjų poreikius 40% atsakė, kad yra patenkinti Lietuvos knygynų asortimentu ir pažymėjo, kad jis patenkina jų poreikius. 40% pažymėjo, kad asortimentas nelabai atitinka jų poreikius, nes ne visada randa ieškomą knygą. 12% apklaustųjų dažnai neranda ieškomos

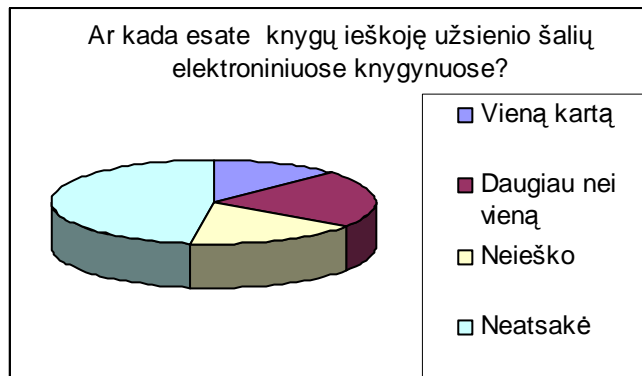
Į klausimą, kaip vertinate savo mėgstamos knygų srities lietuviškų knygų asortimentą, 20% respondentų atsakė, kad jis didelis, 44% –pakankamas, o 28% apklaustųjų jis atrodo mažas. 8% respondentų į šį klausimą neatsakė.



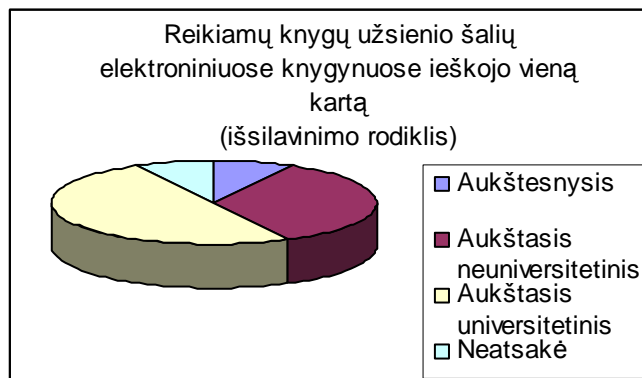
8% apklaustųjų, teikiantys prioritetus mokslinei profesinei literatūrai, asortimentą vertina kaip didelį, 29% – kaip pakankamą, o 63% laiko jį mažu.



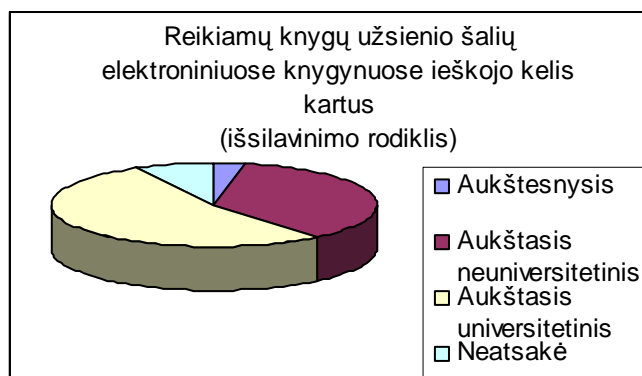
80% apklaustųjų, kurie prioritetus teikia grožinei literatūrai, asortimentą laiko dideliu, 12% – pakankamu, o 8% jį vertina kaip mažą.



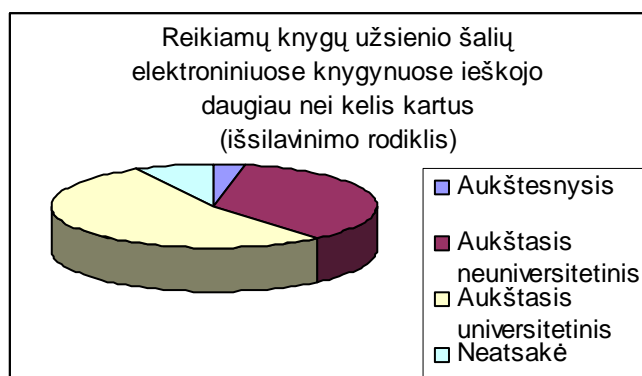
Į klausimą, ar kada esate ieškojęs Jums reikiamos knygos užsienio šalių elektroniniuose knygynuose, 12% respondentų atsakė, kad ieškojo vieną kartą. Daugiau nei vieną kartą ieškojo 20% apklaustųjų, 16% – ieško nuolat. Kad knygų neieško elektroniniuose knygynuose atsakė 44%. Į šį klausimą neatsakė 8%.



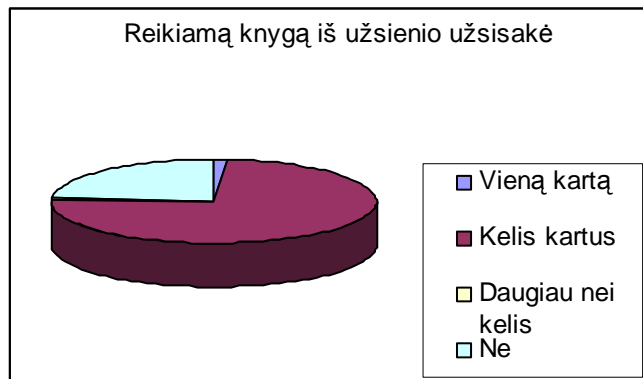
Iš tų apklaustųjų, kurie reikiamų knygų bent kartą ieškojo užsienio šalių elektroniniuose knygynuose, 49,4% yra įgiję universitetinį išsilavinimą, 34,6% su aukštuoju neuniversitetiniu, 8% respondentų turintys aukštesnį išsilavinimą. 8% neatsakė.



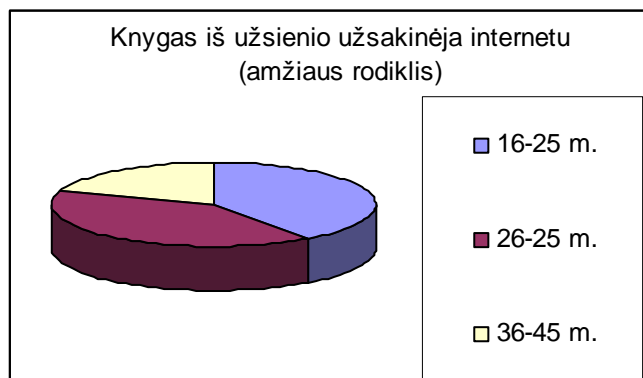
Iš tų respondentų, kurie reikiamų knygų užsienio elektroniniuose knygynuose ieško kelis kartus, 48,3% yra su aukštuoju universitetiniu išsilavinimu, 35,7% – su neuniversitetiniu, 8% – su aukštesniu. 8% neatsakė.



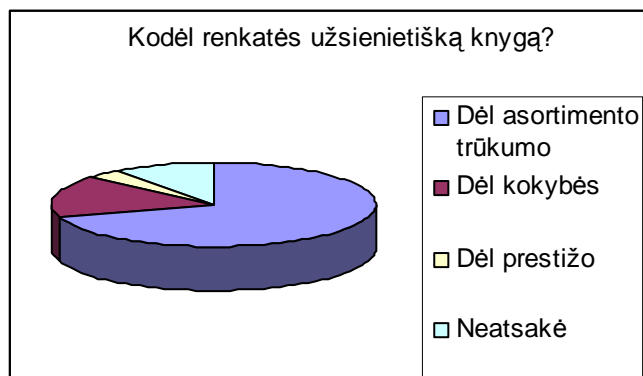
Daugiau nei kelis kartus ieškojo 52,8% su universitetiniu, 36,2% su aukštuoju neuniversitetiniu išsilavinimu, 3% turintys aukštesnį išsilavinimą. 8% neatsakė.



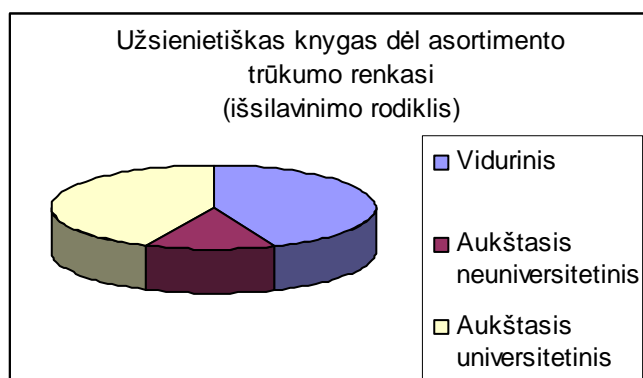
Į klausimą ar esate Jums reikalingą knygą užsisakęs iš užsienio, 4% respondentų atsakė, kad yra užsisakę vieną kartą, 20% – kelis kartus, 4% – daugiau nei kelis. 64% apklaustųjų atsakė, kad nė karto nebuvo užsisakę knygos iš užsienio. 8% į šį klausimą neatsakė.



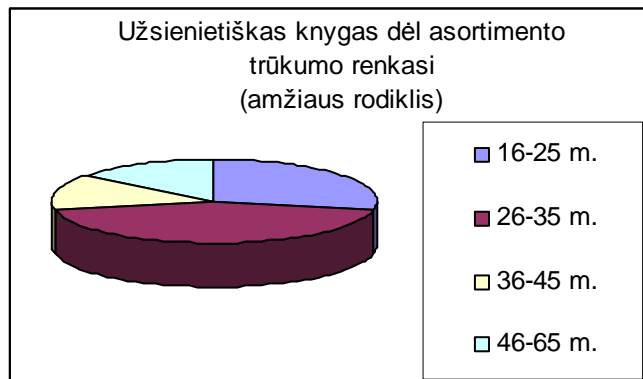
Knygas iš užsienio tiesiogiai internetu užsakinėja 40% respondentų, kurių amžius nuo 16 – 25 metų, 40%, kurie yra nuo 26 – 35 metų amžiaus bei 20%, nuo 36 – 45 metų.



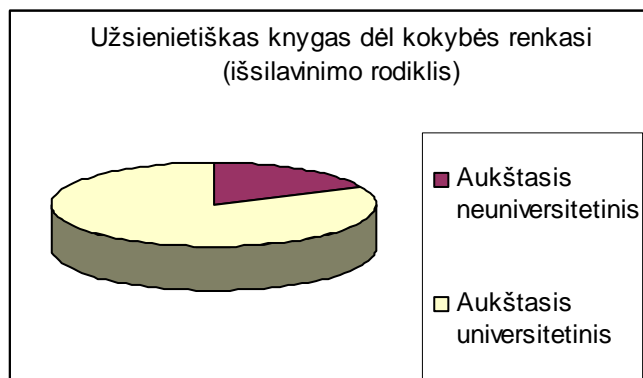
Į klausimą, kodėl renkatės užsienietišką knygą, 56% apklaustųjų atsakė, kad renkasi dėl asortimento lietuvių kalba trūkumo, 16% – dėl kokybės, o 4% dėl prestižo.



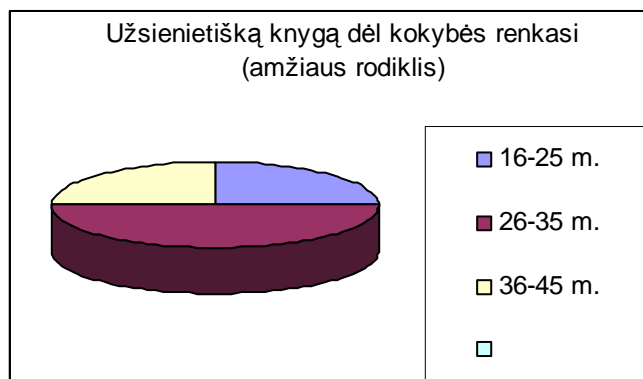
Užsienietišką knygą dėl lietuviškų knygų asortimento trūkumo renkasi 7,2% respondentų, kurių išsilavinimas – vidurinis, 71,4% – aukštasis universitetinis bei 21,4%, kurie turi įgiję aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą.



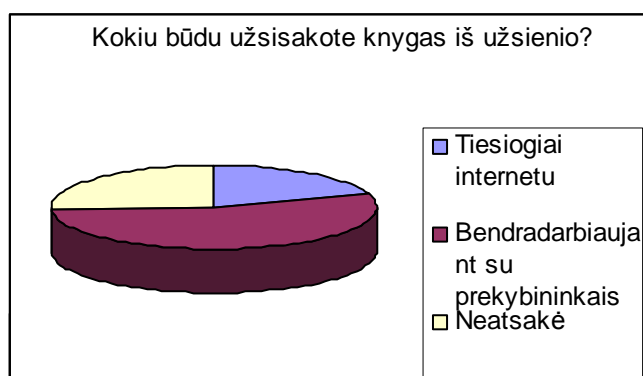
Užsienietišką knygą dėl lietuviškų knygų asortimento trūkumo renkasi 28,5% respondentų, kurių amžius svyruoja nuo 16 iki 25 metų, 42,8% apklaustųjų, kurie yra nuo 25 – 35 metų amžiaus, bei 14,1% – 36 – 45 metų, ir 14,1% – 46 – 65 metų.



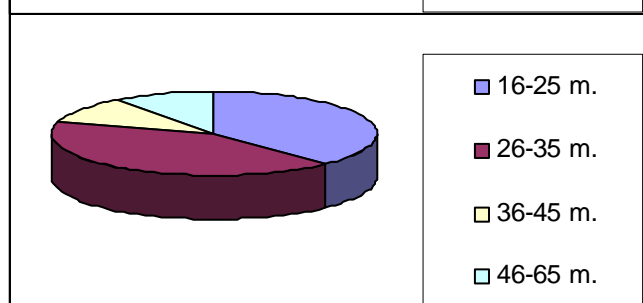
Užsienietišką knygą dėl geresnės kokybės renkasi 82% apklaustųjų, kurių išsilavinimas aukštasis universitetinis bei 18%, kurie turi aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą.



Užsienietišką knygą dėl geresnės kokybės renkasi 25% apklaustųjų, kurių amžiaus rodiklis nuo 16 – 25 metų, 25%, kurie yra 26 – 35 metų amžiaus bei 50% nuo 36 iki 45 metų.

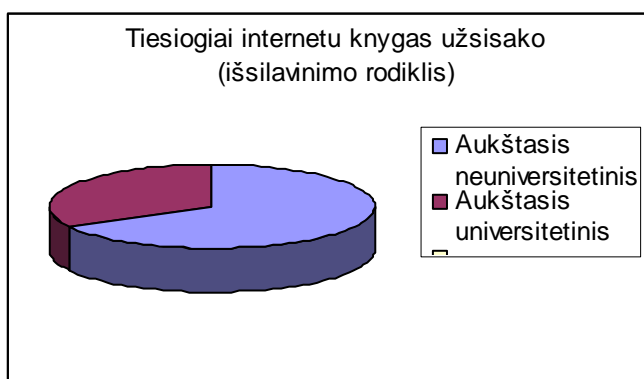


Į klausimą, kokiu būdu užsisakote knygas iš užsienio, 20% atsakė, kad internetu, 54% – bendradarbiaujant su Lietuvos knygų prekybininkais, 56% – knygų neužsisakinėja nei internetu, nei bendradarbiaujant su knygų prekybininkais.

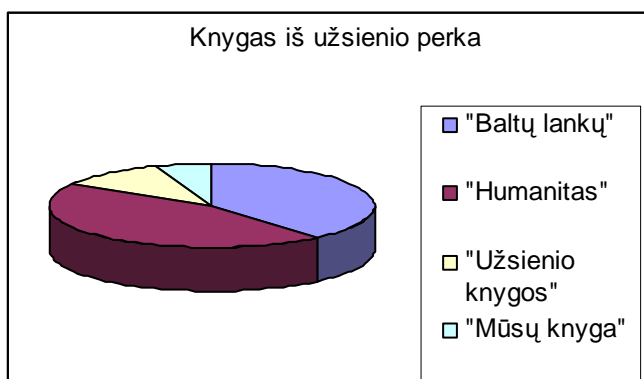


Tiesiogiai internetu knygas perka 30% apklaustųjų, kurių amžius nuo 16 iki 25

metų, 33% respondentų kurie yra 26 – 35 metų, 17% apklaustųjų nuo 36 – 45 metų bei 8%, kurių amžius 46 – 65 metai. 8% į šį klausimą neatsakė.



Tiesiogiai internetu knygas iš užsienio užsisako 67% respondentų, kurių išsilavinimas aukštasis universitetinis bei 33%, kurie turi aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą.



Į klausimą, kur perkate importines knygas 8% respondentų atsakė, kad perka „Užsienio knygų“ knygyne, 28% – „Baltų lankų“, 4% – „Mūsų knygos“, 32% – „Humanito“ knygynuose. 16% apklaustųjų knygų neperka minėtuose knygynuose. 20% į šį klausimą neatsakė.