

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS**  
**SOCIALINĖS POLITIKOS FAKULTETAS**  
**KOMUNIKACIJOS IR INFORMATIKOS INSTITUTAS**

**TOMA BANIULĖ**

(Elektroninio verslo vadyba, EVVmis1-01)

**VALSTYBĖS PARAMA ELEKTRONINIO VERSLO  
PLĖTRAI IR JOS TOBULINIMAS**

**Magistro baigiamasis darbas**

Darbo vadovas –  
prof. dr. Mindaugas Kiškis

Vilnius, 2013

# TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. VALSTYBĖS PARAMA ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI TEORINIŲ ASPEKTU .....	9
1.1. Elektroninio verslo samprata ir jo reikšmė.....	9
1.2. Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje ir pasaulyje .....	14
1.3. Valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai formos ir jų svarba .....	19
1.3.1. <i>Nefinansinė parama</i> .....	20
1.3.2. <i>Finansinė parama</i> .....	24
1.4. Empirinio tyrimo metodologija .....	29
2. VALSTYBĖS PARAMOS ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI EMPIRINIS TYRIMAS ....	32
2.1. Kiekybinio tyrimo rezultatai.....	32
2.2. Kokybinio tyrimo rezultatai.....	44
3. VALSTYBĖS PARAMOS ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI TOBULINIMO GAIRĖS ..	47
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	47
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	53
SANTRAUKA LIETUVIŲ KALBA.....	58
SANTRAUKA ANGLŲ KALBA .....	59
PRIEDAI.....	60

## LENTELĖS

### **1 skyrius.** Valstybės parama elektroninio verslo plėtrai teoriniu aspektu

1.1 lentelė. Elektroninio verslo apibrėžimai .....	10
1.2 lentelė. Kvietimai teikti paraiškas finansavimui gauti pagal priemonę „E-verslas LT“ ..	26

# PAVEIKSLAI

## 1 skyrius.

1.1 pav. Magistro baigiamojo darbo teorinės dalies tyrimo metodika .....	9
1.2 pav. Elektroninio verslo privalumai verslo organizacijoms .....	12
1.3 pav. 16 - 74 m. amžiaus asmenys, kurie ieškojo informacijos apie prekes ir paslaugas internete 2007 – 2012 m. Lietuvoje .....	15
1.4 pav. Gyventojų dalis, kuri per 2012 m. nors kartą pirko internetu, proc. ....	15
1.5 pav. Įmonių, kurios 2012 m. prekiavo internetu, dalis nuo bendro įmonių skaičiaus, proc. ....	16
1.6 pav. Įmonių, kurios 2012 m. treniravo ir tobulino savo darbuotojų IRT įgūdžius, dalis nuo bendro įmonių skaičiaus, proc. ....	18
1.7 pav. Valstybės paramos verslui formos .....	19
1.8 pav. Gautos paraiškos ir pasirašytos sutartys pagal elektroninio verslo finansavimo priemonę „E-verslas LT“ visų trijų kvietimų metu, vnt. ....	26
1.9 pav. Gautų paraiškų, pasirašytų sutarčių ir skirto finansavimo, pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“, vertė, mln. Lt .....	27

## 2 skyrius.

2.1 pav. Magistro baigiamojo darbo empirinės dalies metodika .....	32
2.2 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių .....	33
2.3 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal valdymo formą .....	33
2.4 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal gyvavimo rinkoje laikotarpį .....	34
2.5 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal veiklos rūšį .....	35
2.6 pav. Įmonių naudojimas informacinėmis technologijomis .....	35
2.7 pav. Įmonės pasinaudojusios valstybės parama elektroninio verslo plėtrai .....	37
2.8 pav. Valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai formos, kuriomis yra pasinaudoję respondentai .....	37
2.9 pav. Respondentų pasinaudojimas elektroninio verslo skatinimo priemone „E-verslas LT“ .....	38
2.10 pav. Respondentų patirti sunkumai bandant gauti finansavimą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“ .....	39
2.11 pav. Respondentų kreipimasis į Šiaulių rajono verslo informacijos centrą dėl elektroninio verslo plėtros galimybių ir valstybės teikiamos paramos .....	41
2.12 pav. Respondentų nuomonė apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai .....	42

2.13 pav. Respondentų pasirinktos valstybės paramos priemonės elektroninio verslo plėtrai .....	43
2.14 pav. Valstybės teikiamos paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimas .....	43
<b>3 skyrius.</b>	
3.1 pav. Magistro baigiamojo darbo trečiosios dalies metodika .....	47

## IVADAS

Pastaraisiais metais susilpnėjusi šalies ekonomika, sumažėjusi prekių ir paslaugų paklausa, pasaulyje tebesitęsianti finansų krizė reikalauja specialių priemonių verslo skatinimui ir jo plėtrai, kurios reikalauja papildomų finansinių išteklių. Keičiantis žmonių poreikiams, didėjant technologijų įtakai, įmonėms tenka perorientuoti savo veiklos pobūdį, perkeltiant jį į elektroninę erdvę. Verslas turi atnaujinti ir modernizuoti teikiamas paslaugas ar parduodamas prekes. Neretai įmonės tokių tiek finansinių, tiek informacinių išteklių neturi, todėl joms reikalinga pagalba iš šalies, pavyzdžiui, iš valstybės. Dažnai įmonėms suteikus paramą, būna sukuriamos naujos darbo vietos, šalyje mažėja bedarbių, didėja žmonių pajamos ir vartojimas.

Finansinė valstybės parama yra dažniausiai įvardijama kaip efektyviausia verslo skatinimo priemonė. Tačiau nežinant kaip tinkamai panaudoti gautas lėšas, parama gali prarasti savo efektyvumą. Todėl įmonės turėtų būti skatinamos tobulėti ne tik finansinėmis subsidijomis, bet ir šviečiant jas apie naujausias informacines ir ryšių technologijas, kurios dažnai gali palengvinti įmonių darbą. Viešojoje erdvėje pasirodanti informacija apie elektroninio verslo naudą įmonėms ne visuomet pasiekia verslininkus dėl jų didelio užimtumo bei ne visuomet tikslingų informacijos sklaidos vietų.

Atlikus literatūros paiešką pasirinktai magistro baigiamojo darbo temai, matyti, jog ši tema dar nėra plačiai išnagrinėta. Lietuvos autoriai daugiausiai rašo apie valstybės teikiamą paramą smulkiam ir vidutiniam verslui (V. Grublienė, S. Lengvinienė, 2011) bei inovacinio verslo plėtrą (S. Valentinavičius, 2006). Užsienio autoriai, tokie kaip Mike P. Papazoglou (2001) ir kt., rašo apie elektroninio verslo svarbą visai visuomenei ir pačiam verslui. Todėl, išanalizavus literatūrą, galima susidaryti nuomonę, jog parama tiek tradiciniam verslui, tiek elektroniniam verslui, yra būtina ir labai reikšminga verslo plėtrai.

**Temos aktualumas.** Šiuolaikinei visuomenei vis labiau tobulėjant ir tampant informacine, visiškas arba dalinis verslo perkėlimas į elektroninę erdvę tampa neatsiejama verslo dalimi. Analizuojant magistro baigiamojo darbo temą būtų galima ištirti ar elektroniniam verslui yra reikalinga valstybės parama, kokias valstybės paramos formas ir priemones galima išskirti bei ar jau suteikta valstybės parama buvo naudinga verslui. Plačiai išnagrinėjus pastarąją temą, rezultatai būtų naudingi ne tik studentų žinioms papildyti, bet ir elektroninio verslo atstovams bei Lietuvos valdžios atstovams formuojant atitinkamą elektroninio verslo paramos politiką.

**Darbo objektas** – valstybės parama elektroninio verslo plėtrai.

Magistro baigiamajame darbe bus nagrinėjamos tokios **problemos**: LR Vyriausybė aktyviai siekia pagerinti elektroninio verslo veiklos sąlygas Lietuvoje ir paskatinti elektroninio verslo plėtrą, tačiau įmonės vangiai naudojasi valstybės siūlomomis elektroninio verslo skatinimo

priemonėmis. Verslininkai per mažai informuojami, viešojoje erdvėje trūksta informacijos apie tokias valstybės paramos priemones, skatinančias įmones pradėti naudoti įvairias technologijas, taip plečiant elektroninį verslą.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei pateikti jos tobulinimo galimybes.

Darbo tikslui pasiekti buvo išsikelti tokie **uždaviniai**:

1. Išnagrinėjus mokslinę literatūrą, išskirti pagrindines valstybės paramos teikiamos elektroninio verslo plėtrai priemones;
2. Atlikus tyrimą išsiaiškinti verslininkų bei valstybės atstovų požiūrį į valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai;
3. Remiantis atliktu tyrimu, pateikti valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gaires.

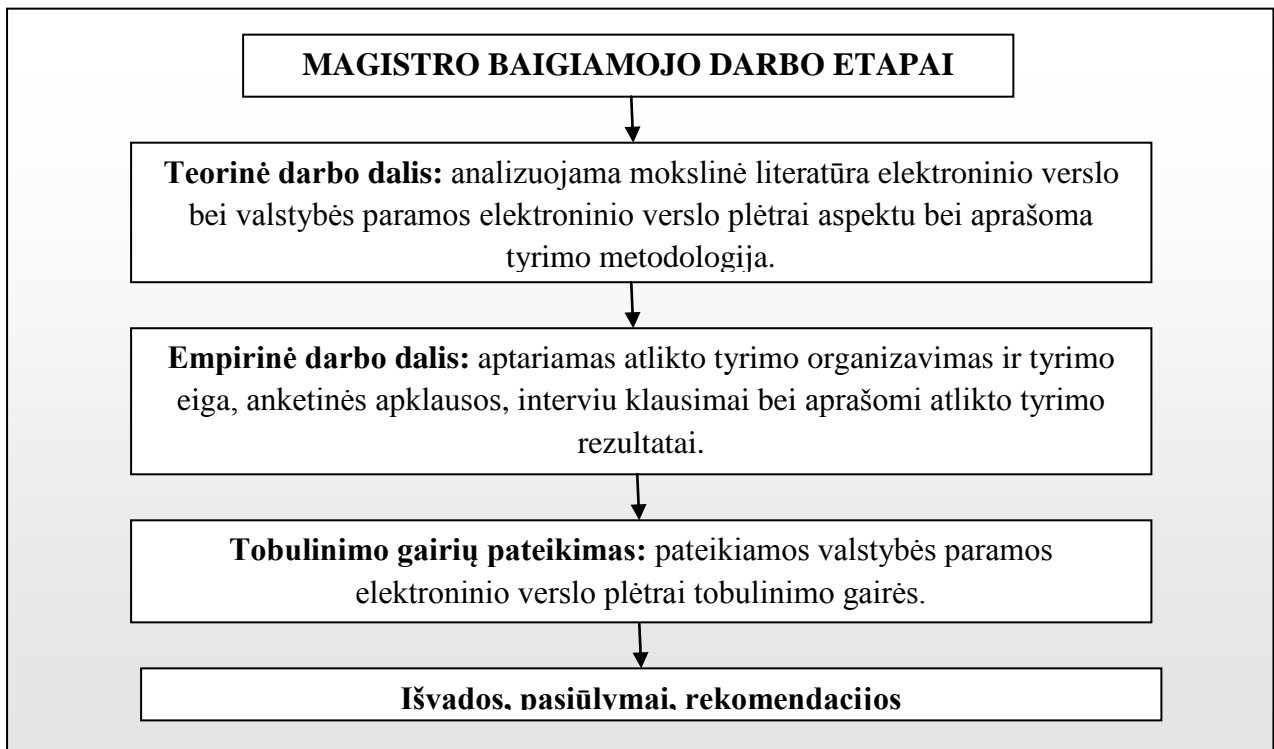
**Tyrimo hipotezės:**

1. Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojami valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai.
2. Valstybinės įstaigos nepakankamai informuoja verslininkus apie teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai.

**Darbo metodai.** Darbo tikslui pasiekti bei išsikeltiems uždaviniams atlikti buvo naudojami tokie metodai:

1. *Mokslinės literatūros analizė:* analizuota įvairių lietuvių ir užsienio autorių mokslinė ir metodinė literatūra, užsienio autorių elektroninės knygų laikmenos, žurnalų ir internetinių puslapių straipsniai.
2. *Statistinių duomenų analizė:* susisteminti bei analizuoti Lietuvos statistikos departamento pateikti duomenys, susiję su elektroninio verslo plėtra Lietuvoje.
3. *Anketinė apklausa:* anketinės apklausos būdu apklaustos Šiaulių rajone veikiančios verslo įmonės, norint sužinoti jų nuomonę nagrinėjama tema.
4. *Interviu:* paimtas interviu iš VŠĮ Šiaulių rajono verslo informacijos centro atstovės, kuri tiesiogiai susijusi su informacijos apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai skleidimu Šiaulių rajone.
5. *Grafinis duomenų vaizdavimas:* susistemintų statistinių bei gautų iš atliktų tyrimų duomenų vaizdavimas diagramų pavidalu.

**Planuojami darbo etapai.** Norint išsamiai išnagrinėti pasirinktą magistro baigiamiojo darbo temą, buvo pasirinkti tokie darbo etapai:



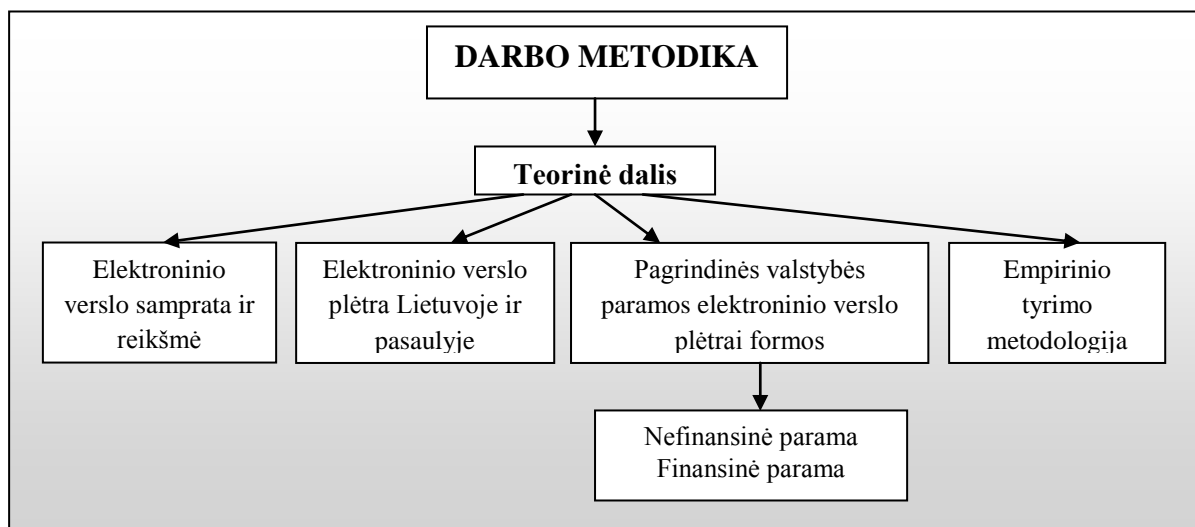
1 pav. Planuojami magistro baigiamiojo darbo etapai

Šaltinis: sudaryta autorės.



# 1. VALSTYBĖS PARAMA ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI TEORINIŲ ASPEKTU

Norint išsamiai išnagrinėti pasirinktą magistro baigiamojo darbo temą bei suprasti kodėl įmonėms reikalinga ar nereikalinga valstybės pagalba plėtojant elektroninį verslą buvo pasirinkta tokia teorinės darbo dalies metodika (žr. 1.1 pav.).



1.1 pav. Magistro baigiamojo darbo teorinės dalies tyrimo metodika

Šaltinis: sudaryta autorės.

Pirmiausiai apžvelgta elektroninio verslo samprata ir jo reikšmė verslui bei valstybei bei elektroninio verslo plėtra Lietuvoje ir visame pasaulyje tam, kad būtų galima suprasti ar iš tikrųjų valstybė turi padėti plėstis bei tobulėti elektroniniam verslui. Toliau pateiktos pagrindinės valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai formos (finansinė ir nefinansinė) bei aptarta empirinio tyrimo, aprašomo 2 skyriuje, metodologija.

## 1.1. Elektroninio verslo samprata ir jo reikšmė

Pastaruosiu metu įmonių veikloje vis didesnę vaidmenį vaidina informacinės technologijos ir telekomunikacijos. Internetas daro vis didesnę poveikį santykiams tarp įmonių ir išorinių objektų bei turi galimybių sumažinti verslo procesų kainą (Paliulis, Pabedinskaitė ir kt., 2007). Kaip teigia pastarieji autoriai, verslo įmonių tinklo organizavimas leidžia padidinti darbo našumą, gerinti klientų aptarnavimo kokybę bei įgyti konkurencinį pranašumą. V. Davidavičienė, R. Gatautis ir kt. (2009) mano, jog šiandieninė verslo ir technologijų santykio samprata turi keistis, o technologijos turi būti drąsiau integruojamos į verslą.

1997 m. IBM korporacija pirmoji pasiūlė elektroninio verslo (angl. *e-business*) terminą ir jį apibrėžė kaip tradicinio verslo transformaciją, panaudojant internetines technologijas (Chaffey, 2007). Sparti informacinių technologijų raida lėmė greitą jų prisiskverbimą į visas žmogaus gyvenimo sritis. Šios skvarbos dėka pasaulio visuomenė iš industrinės virto į informacinę. Informacinėje visuomenėje dėka žinių, technologijų ir laisvo informacijos judėjimo, atsirado informacinių technologijų ir tradicinio verslo sintezė, kuri lėmė elektroninio verslo atsiradimą (Paliulis, Sabaitytė, 2010). Atsiradus elektroniniam verslui, tradiciniai verslai, norėdami išlikti konkurencingi, buvo ir yra priversti transformuotis (Davidavičienė, Gatautis ir kt., 2009).

Įvairiuose moksliniuose darbuose ir teisės aktuose pateikiami skirtingi elektroninio verslo apibrėžimai (žr. 1.1 lentelę).

1.1 lentelė

### Elektroninio verslo apibrėžimai

Autorius	Metai	Apibūdinimas
L. Ulevičius	2001	<i>Elektroninis verslas</i> – naujosios ekonomikos reiškinys, kai verslo procedūros perkeliamos į elektroninę formą.
S. McKie	2001	<i>Elektroninis verslas</i> gali būti apibūdinamas dvejopai: kaip verslo rūšis arba kaip verslo strategija. El. verslas, kaip verslo rūšis, yra kai įmonė tiekia produktus ar paslaugas tik per internetą. El. verslas, kaip verslo strategija, yra kai įmonė vykdydama savo veiklą naudojami elektroniniais kanalais pranašumui prieš konkurentus įgyti ar pagerinti savo paslaugų kokybę.
J. Groucutt, P. Griseri	2004	<i>Elektroninio verslo</i> apibrėžimas dažnai tapatinamas su elektroninės komercijos apibrėžimu. Tačiau el. verslo samprata yra daug platesnė – ji įvertina politikos, ekonomikos, visuomenės, technologijų legalumo ir aplinkos įtaką.
D. Chaffey	2004	<i>Elektroninis verslas</i> – tai visi, elektroninių priemonių įtakoti, informacijos mainai, kurie remiasi verslo procesais tiek organizacijos viduje, tiek išorėje.
ALNA Business Solutions	2007	<i>Elektroninis verslas</i> yra pridėtinę vertę teikiantis verslo valdymo sistemos įrankis.
J. Gordijn, R. Wieringa	2010	<i>Elektroninis verslas</i> – tai verslo procesai, kurie yra įgyvendinami kompiuterių tinklų pagalba, ir kurie gali sumažinti šiems procesams atlikti reikalingas išlaidas, išlaikant tokį pat veiklos pelningumą arba net jį padidinti.
K. A. Suan, H. Wahidah	2012	<i>Elektroninis verslas</i> – tai svarbus strateginis įrankis, kuris leidžia verslo įmonėms paversti savo veiklą elektronine.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis literatūros šaltiniais.

Apžvelgus 1.1 lentelėje Lietuvos ir užsienio autorių pateikiamus elektroninio verslo apibrėžimus, galima teigti, kad elektroninis verslas – tai verslo procesai elektroninėje erdvėje, kurie dažnai yra labai naudingi verslo subjektams, kadangi gali sumažinti veiklos išlaidas ir/arba padidinti veiklos pelningumą. Elektroninį verslą galima suprasti dvejopai – kai verslas yra vykdomas tik elektroninėje erdvėje, arba kai verslas yra vykdomas tradicinėje bei elektroninėje erdvėje, kuomet norima pagerinti savo paslaugų kokybę ar įgyti pranašumą prieš konkurentus.

Kaip teigia G. Čyras ir L. Uturytė – Vrubliauskienė (2009), informacinės technologijos daro vis didesnę įtaką ekonominių santykių kaitai. Atsiranda tokios sąvokos ir reiškiniai kaip

skaitmeninė ekonomika, elektroninė prekyba, darbas virtualiame kolektyve. Auga elektroninėje erdvėje aktyviai dirbančių asmenų ir įmonių skaičius. Visuotinai pripažįstama, kad elektroninio verslo plėtra šalies ekonomikai yra labai svarbi – elektroninis verslas padeda pasiekti platesnes rinkas ir platesnį vartotojų ratą. Todėl kiekvienos šalies ekonomikos augimas siejamas su tuo, kiek efektyviai verslas įvaldys elektroninę erdvę. Vartotojų gyvenimo būdas tampa vis labiau mobilus. Visa tai lemia naujų poreikių formavimąsi – turėti galimybę gauti ir perduoti informaciją, vykdyti verslo funkcijas ne tik iš stacionarių darbo vietų ar namų, bet ir kelionėje, esant toli nuo darbo ar gyvenamosios vietos.

Pasak N. K. Paliulio ir J. Sabaitytės (2010), elektroninio verslo plėtra įmonėje inicijuojama elektroninio verslo plėtros paskatos, kuri verčia įmonę vystyti ir tobulinti turimą elektroninio verslo sistemą, diegiant naujas informacines technologijas. Elektroninio verslo plėtros paskata gali būti didesnio efektyvumo iš informacinių technologijų naudojimo įmonėje, taip pat naujų rinkų siekis, konkurentų pavyzdžiai, naujų verslo modelių pritaikymo galimybės, vidinių ir išorinių procesų gerinimas, didesnių informacijos srautų vertinimo būtinybė. Galima išskirti pagrindines priežastis, kurios skatina įmones įgyvendinti elektroninio verslo modelius (Čyras, Uturytė – Vrubliauskienė, 2009):

- globalizacija - išnyksta geografinės ribos tarp rinkų, gausėja konkurentų ir didėja įvairovė;
- laiku pagrįsta konkurencija - galimybė stebėti konkurentus, greitai reaguoti į besikeičiančią situaciją;
- mobilumu grįsti vartotojų poreikiai - nors vartotojų poreikiai keičiasi, atsiranda galimybės greitai reaguoti į jų pokyčius ir pasiūlyti naujus sprendimus.

Remiantis tokių užsienio autorių kaip J. C. Brancheau (1999), Wu ir kt. (2003) nuomone, informacinės technologijos versle gali mažinti valdymo išlaidas, informacijos gavimo ir analizės išlaidas, bendrąsias išlaidas bei leisti vadovui koordinuoti ir kontroliuoti didesnę pavaldinių skaičių (N. K. Paliulis, J. Sabaitytė, 2010). Pastarieji autoriai (2010) teigia, jog informacines technologijas naudojant verslo įmonių vidiniams ir išoriniams procesams, galima išskirti pagrindines informacinių technologijų naudojimo versle sritis, t.y. bendradarbiavimo aplinka tarp valstybės institucijų ir verslo subjektų, bendradarbiavimo aplinka tarp verslo subjektų, verslo subjektų ir klientų, IT sprendimų taikymas įmonės veikloje, IT naudojimas įmonės darbuotojams bendrauti ir bendradarbiauti bei verslui organizuoti tarptautinėje veikloje.

## Elektroninio verslo privalumai verslo organizacijoms

- Tarptautiniai ryšiai ir prekyba
  - Veiklos kaštų mažinimas
  - Tiekimo grandinės sistemos
- Papildomos darbo valandos, darbo laikas visą parą
  - Nauji verslo modeliai
  - Pardavėjų specializacija
- Greitas patekimo į rinką laikas
  - Mažos ryšių išlaidos
  - Efektyvūs viešieji pirkimai
- Santykių su klientais pagerinimas
  - Naujausia įmonės medžiaga
  - Kita

### 1.2 pav. Elektroninio verslo privalumai verslo organizacijoms

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis A. Rogojanu ir L. Badea straipsniu „E-business in the context of global competition“ (2008).

Nepaisant akivaizdžios elektroninio verslo naudos (žr. 1.2 pav.), ne kiekviena įmonė yra pasirengusi priimti elektroninio verslo įrankį kaip verslo strategiją. Dažnai įmonės nusprendusios pradėti elektroninį verslą susiduria su tokiomis sunkiomis problemomis kaip elektroninio verslo saugumas, teisinės sistemos trūkumas bei maži finansiniai ištekliai (Rogojanu, Badea, 2008). Elektroninis verslas reikalauja nemažai lėšų jį sukurti, o smulkiai įmonei riboti ištekliai trukdo tokį verslą kurti. Tokios įmonės gali kurti elektroninį verslą, jeigu jos aiškiai matys konkurencinį pranašumą (prekyba, reklama ar kitos panašios paslaugos) (Fillis, Wagner, 2005). Tačiau viena didžiausių kliūčių elektroniniam verslui yra jo nesaugumas, apie kurį rašo spauda ir kitos visuomenės informavimo priemonės.

A. Mikalajūno ir A. Pabedinskaitės (2010) teigimu, Lietuvoje jau yra nemažai įmonių, kurių veikla yra orientuota į elektroninio verslo vystymą. Vis daugiau šalies įmonių plėtoja informacines sistemas, jungiasi prie interneto, vykdo atsiskaitymus ir komunikuoja su verslo partneriais informacinių technologijų priemonėmis. Įmonės, kurios jau išbandė naujosios rinkos privalumus, didina investicijas į elektroninį verslą ir tikisi pelno. Informacija tampa verslo strateginiu resursu, o informacinės infrastruktūros išvystymo lygis ir teisinė aplinka – svarbiausiomis elektroninio verslo plėtojimo sąlygomis.

Šiuo metu mokslinėje literatūroje yra plačiai aprašomi elektroninio verslo plėtros organizacijose modeliai (Paliulis, Sabaitytė, 2011). S. Elliot (2011), M. G. Martinsons (2010) ir S. Kanungo (2009) akcentuoja žmogiškųjų išteklių galimybes integruojant informacines technologijas į organizacijų verslo procesus. Tačiau tokie autoriai kaip Y. Kassim ir kt. (2010) bei M. Watad (2010) teigia, kad vis dėl to svarbiausi veiksniai yra tinkamai parinktos informacinės technologijos bei tinkama organizacijoje vykstančių pokyčių vadyba. Elektroninio verslo plėtra - tai informacinių

technologijų ir sistemų inovacijos, kurios kompleksiniame procese gali radikaliai pakeisti organizacijos vykdomas operacijas (Watad, 2010). Pasak S. Kanungo (2009), elektroninio verslo plėtra, kaip informacinių technologijų diegimo procesas, organizacijoje turi transformuoti investicijas į informacines technologijas į informacinių technologijų kuriamą pridėtinę vertę organizacijoje.

Jungtinių tautų publikacijoje dėl interneto naudojimo verslo plėtrai (2007) rašoma, kad internetas ir jo dėka atsiradusi elektroninė komercija leidžia įmonėms, o ypač smulkioms ir vidutinėms, lengviau prieiti prie naujų klientų, taip geografiniu požiūriu plečiant savo užimamą rinkos dalį, net jei fizinė įmonė lieka lokaliaje rinkoje dėl finansinių ir kitų trūkumų. Per savo tinklalapius įmonės gali pritraukti ne tik naujų klientų, tačiau ir potencialių investuotojų, skleidžiant informaciją apie savo įmonę, gaminamus produktus, naudojamas technologijas ar parduodamas prekes. Dar daugiau, internetas gali padėti smulkioms įmonėms, kurių veikla pagrįsta žiniomis ir intelektine nuosavybe, skleisti savo idėjas bei paslaugas pasauliniu mastu, kurios galbūt gali būti nepatrauklios jų šalyje, o patrauklios kitoje šalyje.

D. D. Phan (2003) savo straipsnyje teigia, kad galima išskirti pagrindinius elektroninio verslo sėkmės veiksnius. Tai yra tinkamas interneto technologijų integravimas įmonės strategijoje, išlaikytas konkurencinis pranašumas, pagrįstas veiklos efektyvumu bei strateginiu pozicionavimu. Įmonės konkurencingumo pagrindas neturi skirtis nuo tradicinio verslo konkurencingumo pagrindo, t.y. kaina, pelnas, kokybė, aptarnavimas bei funkcijos. Norint kad elektroninis verslas sėkmingai gyvuotų, jis turi turėti gerai prižiūrimą įmonės pozicionavimo strategiją bei gerą vadovų bei vadybininkų komandą, kurie turėtų gerą išsilavinimą elektroninio verslo srityje. Įmonės darbuotojai turėtų nuolat kelti savo kvalifikaciją, kadangi interneto technologijos nuolat keičiasi ir tobulėja. Elektroninio verslo strategija gali padėti įmonėms lengviau spręsti apie jų prekių/paslaugų pirkėjų elgesį bei personalizuoti kiekvieną savo klientą. Pastarasis autorius taip pat pabrėžia, jog dirbti elektroninėje erdvėje įmonės turėtų mokytis ne tik savo darbuotojus, bet ir šviesti savo klientus apie naudojimąsi įmonės internetinėmis paslaugomis, kadangi tai leidžia greičiau įsiskverbti į rinką bei greitai reaguoti į kainų pokyčius joje. Dar vienas elektroninio verslo sėkmės faktorių yra klientų ir partnerių lūkesčių patenkinimas bei gerų ir kokybiškų prekių/paslaugų teikimas. Įmonė norėdama, jog jos elektroninis verslas būtų pelningas turi gerai apgalvoti savo internetinio puslapio kūrimą - jo funkcijos turi atitikti klientų poreikius.

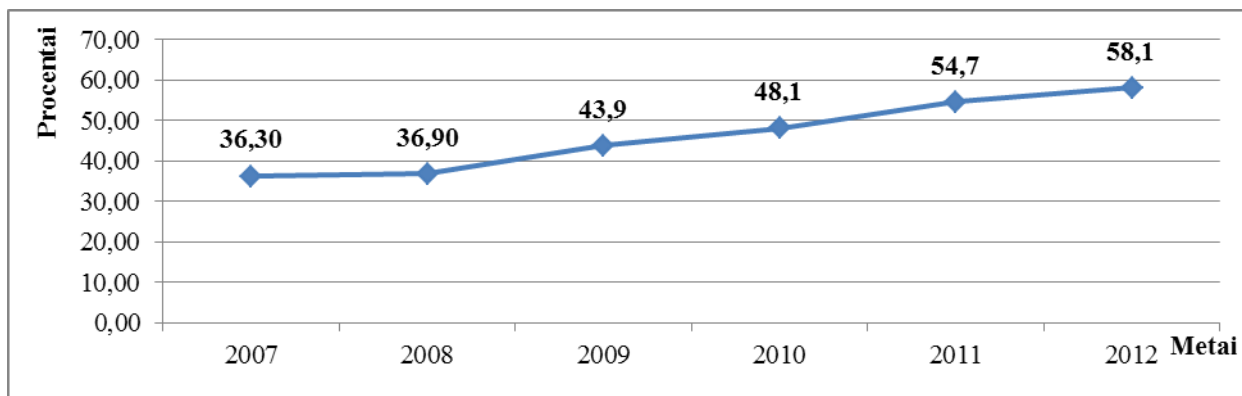
Apibendrinant galima teigti, jog informacinės technologijos daro vis didesnę įtaką tiek vartotojų, tiek verslo organizacijų veikloje. Elektroninio verslo strategija įmonėms gali suteikti daug privalumų, todėl elektroninis verslas tampa vis labiau neatsiejamas nuo tradicinio verslo. Norint įsigilinti į valstybės paramos poreikį verslo įmonėms, norinčioms plėtoti elektroninį verslą, reikia apžvelgti susidariusią situaciją Lietuvos elektroninio verslo rinkoje namų ūkių bei įmonių aspektu.

## 1.2. Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje ir pasaulyje

Elektroninio verslo plėtra pasaulyje prasidėjo 1990 m. pradžioje, kuomet atsirado internetas (Kedaitienė, Ramanauskienė, Ramanauskas, 2006). Pastarąjį dešimtmetį padidėjęs dėmesys informacinių technologijų pramonei paskatino pasaulinio internetinio tinklo plėtrą. Informacinės sistemos naudojančios intraneto ar interneto tinklą yra paplitusios bei naudojamos visame pasaulyje. Jas naudoja įvairios šalies valstybinės organizacijos, bankai bei kiti paslaugų teikėjai kaip strateginį verslo įrankį, savo veiklos stiprinimui rinkoje arba naujo produkto pateikimui į rinką. Dėl to verslas internete sparčiai auga (Saini, H., Saini, D., Gupta, 2009).

Lietuvoje elektroninio verslo pradžia laikomi 2000 m., kai buvo priimtas LR Elektroninio parašo įstatymas. Norint apžvelgti elektroninio verslo plėtrą Lietuvoje neužtenka remtis vien teoriniais literatūros šaltiniais. Itin gerai susidariusią situaciją gali atskleisti Lietuvos statistikos departamento pateikiami metiniai duomenys apie informacinės visuomenės vystymąsi šalyje. Pagal Lietuvos statistikos departamento (2013) pateikiamą informaciją Lietuvoje 2007 – 2012 m. laikotarpiu namų ūkių, turinčių kompiuterius, skaičius tiek mieste, tiek kaime didėjo visu nagrinėjamu laikotarpiu. Mieste namų ūkių, turinčių kompiuterį, skaičius 2007 – 2012 m. laikotarpiu padidėjo 22,10 proc., o kaime – 83,05 proc. Interneto prieigą turinčių gyventojų skaičius per nagrinėjamą laikotarpį taip pat sparčiai išaugo. Namų ūkių, turinčių interneto prieigą, mieste skaičius per visą analizuojamą laikotarpį padidėjo 24,60 proc., o kaime – 78,76 proc. 2012 m. I ketv. palyginus su 2011 m. I ketv., namų ūkių, turinčių interneto prieigą mieste sumažėjo 1,26 proc. punktais, o kaime – 0,25 proc. Tai galėjo lemti mažėjantis gyventojų skaičius tiek šalies miestuose, tiek kaimuose. 2007 – 2012 m. sparčiai padidėjęs kompiuterių bei interneto prieigų skaičius rodo, jog technologijos sparčiai plinta tarp Lietuvos vartotojų. Tai galėjo įtakoti 2004 – 2012 m. Lietuvoje Švietimo ir mokslo ministerijos vykdyta Visuotinio kompiuterinio raštingumo programa (Susisiekimo ministerija, 2012), kuri yra Lietuvos informacinės visuomenės plėtros 2011 – 2019 m. programos dalis. Lietuvos gyventojus vis labiau galima vadinti informacine visuomene, kuri domisi naujomis bei pažangiomis informacinėmis technologijomis.

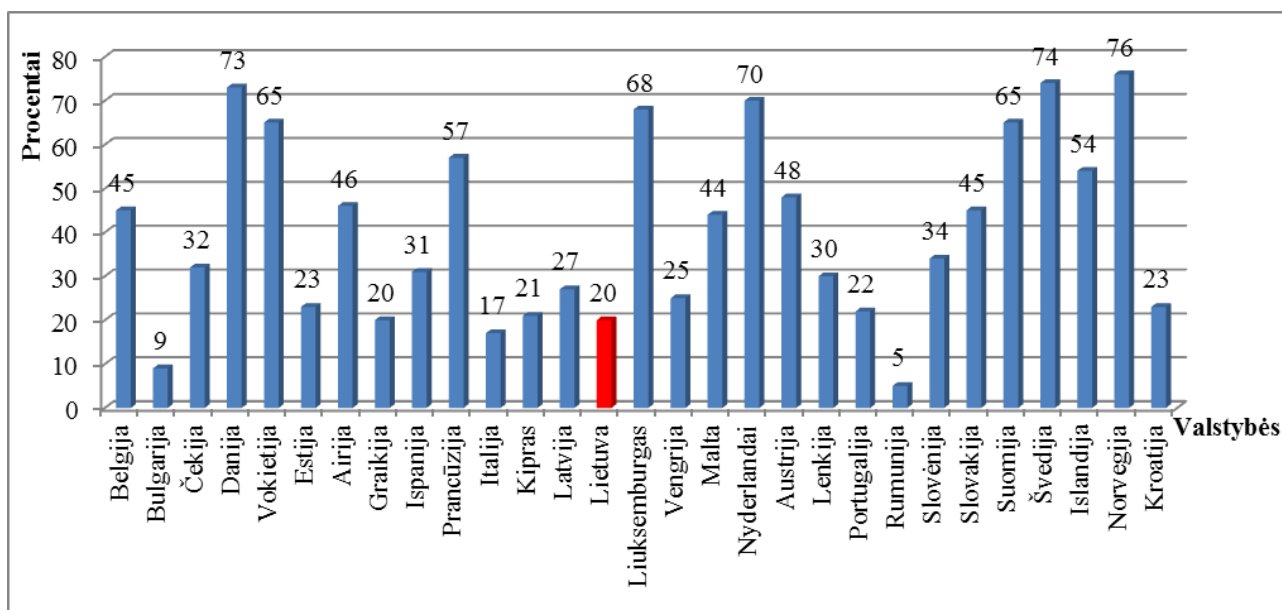
Augantis kompiuterių ir interneto prieigų skaičius Lietuvos namų ūkiuose (žr. 1 priedą), leidžia vartotojams ne tik naršyti po internetą pramogų tikslais, tačiau ir sutaupyti savo laiką bei lėšas apsipirkinėjant internete arba ieškant informacijos apie tam tikras prekes ar paslaugas. 1.3 pav. pateikiama informacija apie 16 – 74 m. amžiaus asmenis, kurie internete ieškojo informacijos apie prekes ir paslaugas 2007 – 2012 m. laikotarpiu.



**1.3 pav. 16 - 74 m. amžiaus asmenys, kurie ieškojo informacijos apie prekes ir paslaugas internete 2007 – 2012 m. Lietuvoje**

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento rodiklių duomenų baze.

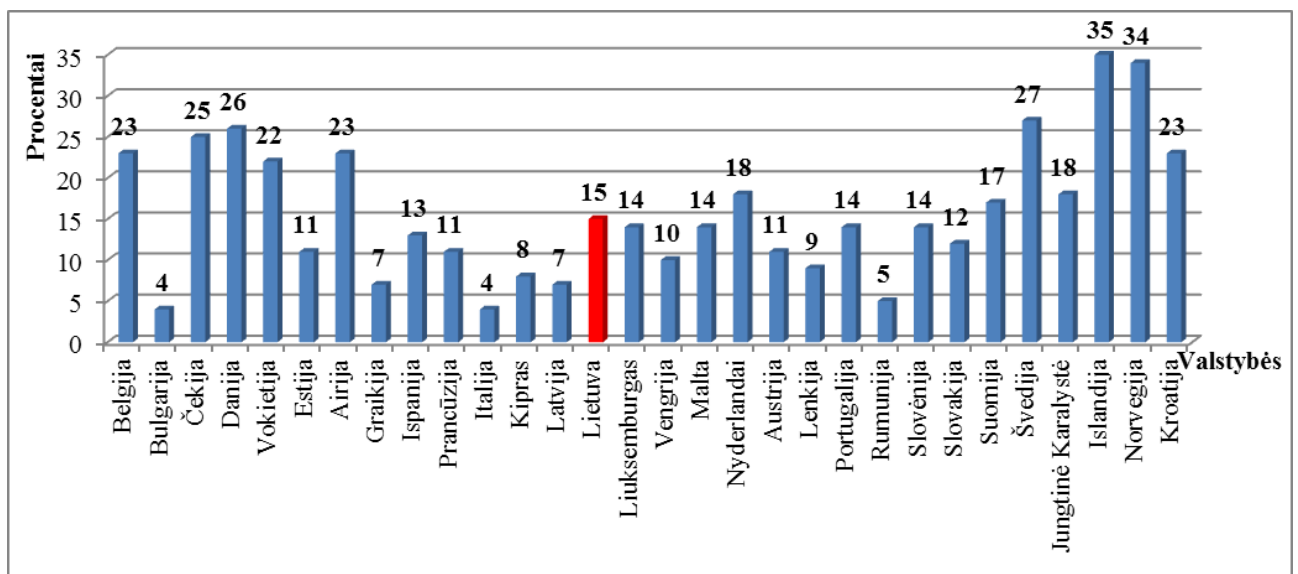
Kaip matyti iš 1.3 pav., 2007 – 2012 m. laikotarpiu vis daugiau 16 – 74 m. amžiaus asmenų ieškojo informacijos apie prekes ir paslaugas internete. 2012 m. palyginus su 2007 m. vartotojai informacijos apie prekes ir paslaugas ieškojo 60,06 proc. daugiau. Tai įtakojo didėjantis kompiuterių bei interneto prieigų skaičius šalyje bei didėjantis vartotojų poreikis naudotis informacinėmis technologijomis. Informacijos apie prekes ir paslaugas ieškojimas dažnai paskatina vartotojus nusipirkti internete rastą prekę ar paslaugą, todėl 1.4 pav. pateikiama Eurostat surinkta palyginamoji informacija apie Lietuvos ir kitų valstybių gyventojus, kurie 2012 m. nors kartą pirko internetu. Žiūrint į Lietuvos rodiklius, susijusius su informacine visuomene, ir palyginus juos su kitomis valstybėmis, galima pastebėti, kad Lietuvai dar yra daug kur tobulėti.



**1.4 pav. Gyventojų dalis, kuri per 2012 m. nors kartą pirko internetu, proc.**

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Eurostat statistiniais duomenimis.

Iš 1.4 pav. matyti, kad Lietuva kitų šalių kontekste neatrodo itin gerai. 2012 m. Lietuvoje nors kartą internetu apsipirko 20 proc. visų šalies gyventojų. Kai tuo tarpu Danijoje, Norvegijoje, Nyderlanduose ir Švedijoje šis rodiklis viršija 70 proc. Žemiausi rodikliai 2012 m. buvo Rumunijoje ir Bulgarijoje, atitinkamai 5 ir 9 proc. Pagal Eurostat pateikiamus statistinius duomenis, Europos Sąjungoje nors kartą per 2012 m. apsipirko 45 proc. gyventojų. Tai rodo, jog šis Lietuvos rodiklis yra žemiau Europos Sąjungos vidurkio. Europos Sąjungoje gyventojų, nors kartą apsipirkusių internetu rodiklis per 2008 – 2012 m. laikotarpį padidėjo 1,41 karto, o Lietuvoje - 3,33 karto. Didžiausi šio rodiklio pokyčiai analizuojamu laikotarpiu buvo Bulgarijoje, Lietuvoje ir Kroatijoje (žr. 2 priedą), o mažiausi – Islandijoje, Vokietijoje ir Norvegijoje. Kaip teigia V. Davidavičienė ir J. Tolvaišas (2011), pastebimas spartus interneto svetainių populiarumo tarp vartotojų bei elektroninės prekybos augimas, todėl, kad internetinės svetainės/elektroninės parduotuvės tampa vis labiau patikimos, saugios, interaktyvios bei paprastos naudotis. 1.5 pav. pateikiama informacija apie įmonių dalį įvairiose šalyse nuo bendro įmonių skaičiaus šalyse, kurios prekiavo internetu 2012 m.



1.5 pav. Įmonių, kurios 2012 m. prekiavo internetu, dalis nuo bendro įmonių skaičiaus, proc.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Eurostat statistiniais duomenimis.

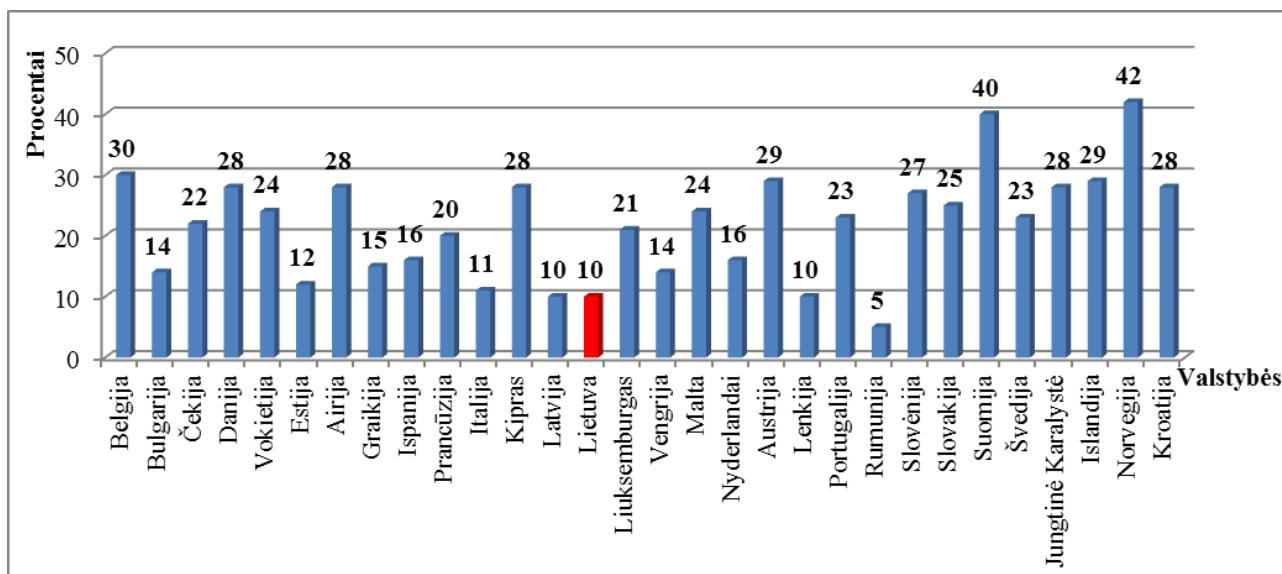
1.5 pav. matyti, kad daugiausia įmonių 2012 m. prekiavusių internetu buvo Islandijoje ir Norvegijoje, atitinkamai 35 ir 34 proc. nuo visų šalių įmonių. Lietuvos rodiklis 2012 m. sudarė 15 proc., kuris buvo aukštesnis nei Europos Sąjungos vidurkio rodiklis atitinkamu laikotarpiu, t.y. 14 proc. Norint geriau išanalizuoti įmonių, užsiimančių elektroniniu verslu, plėtrą šalyse, buvo apskaičiuoti 2010 – 2012 m. rodiklių pokyčiai, pagal pateiktus Eurostat duomenis (2013) (žr. 3 priedą). 3 priede galima matyti, jog kai tokiose valstybėse kaip Belgija, Graikija, Prancūzija, Lietuva, Malta, Nyderlandai, Austrija, Portugalija, Rumunija 2010 – 2012 m. laikotarpiu įmonių,



užsiimančių internete prekyba, sumažėjo. Šie pokyčiai gali būti susiję su ekonomikos recesija šalyse. Didžiausias sumažėjimas nustatytas Lietuvoje, t.y. 31,82 proc. punkto. O Islandijoje nustatytas didžiausias šio rodiklio padidėjimas – 2,19 karto. Islandijoje įmonių, prekiaujančių internetu, 2010 m. buvo 16 proc., o 2012 m. – 35 proc. G. Valodkienė ir V. Snieška (2012) teigia, kad visais ekonomikos ciklo tarpsniais ekonominį stabilumą išlaiko tos šalys, kurios nuolat investuoja į inovacinę įmonių veiklą, o ypač šių investicijų teigiama pusė tampa akivaizdi ekonomikos nuosmukio laikotarpiu. Autorių nuomone, kaip pagrindinius veiksnius nulemiančius įmonių konkurencingumą galima išskirti: MTTP, žmogiškojo kapitalo išteklius, patentus, aukštasias technologijas, kurių dėka vyksta inovacijų plėtra šalių pramonėse.

Didėjant rinkos dislokacijai valstybės parama elektroninio verslo plėtrai tampa ypač svarbia. Rinkos dislokacija yra reiškinys, kuris formuojasi elektroninės komercijos dėka. 1998 – 1999 m. laikotarpiu Kanadoje dar mažai įmonių dirbo elektroninėje erdvėje, todėl joms tapo sunkiau konkuruoti su JAV įmonėmis, kurios į elektroninę rinką įėjo greičiau. Nepaisant aukščiausios kokybės ryšių infrastruktūros, didelio procento gyventojų, kurie naudojami internetu, 1998 m. tik maža dalis Kanados verslo įmonių dirbo pasitelkiant internetą, todėl kanadiečiai pradėjo vis dažniau apsipirkinėti kitų šalių elektroninėse rinkose, o ypač JAV elektroninėje rinkoje. Tai greitai paskatino Kanados vyriausybę imtis tam tikrų priemonių – jie nusprendė didinti elektroninį raštingumą tarp verslo atstovų. Tokie Kanados vyriausybės veiksmai buvo sėkmingi ir 2001 m. daug didesnis procentas verslo įmonių jau dirbo ir elektroninėje erdvėje. Vis daugiau kanadiečių ėmė apsipirkinėti Kanados elektroninėje erdvėje (Jutla, Bodorik, Dhaliwal, 2002).

Pasak pastarųjų autorių, mažos ir vidutinės įmonės susiduria ne tik su makro lygmens problemomis, bet ir su vidinėmis įmonės problemomis. Mažoms ir vidutinėms įmonėms yra sunkiau konkuruoti, kadangi jos turi ribotus personalo, finansų, žinių, valdymo, rinkodaros, komercijos ir informacinių technologijų išteklius. Taip pat augantis globalizacijos mastas, kylantis iš augančios elektroninės komercijos, sukelia tam tikrų problemų smulkioms ir vidutinėms įmonėms – jos turi vis daugiau į savo veiklą įtraukti tarptautinės prekybos operacijų, kad išliktų konkurencingos ne tik savo šalyje, bet ir tarptautiniame lygmenyje. Kai kurios smulkios tiekėjų įmonės patiria nuostolių dėl to, jog stambūs jų klientai pradeda pirkti tarptautinėje elektroninėje rinkoje arba prisijungia prie tarptautinių pirkimų portalų. Tarptautinės prekybos žinių stoka, užsienio elektroninių rinkų neišmanymas apsunkina mažų įmonių galimybes konkuruoti su kitomis įmonėmis. 1.6 pav. pavaizduoti statistiniai duomenys apie įmonių, kurios 2012 m. treniravo ir tobulino savo darbuotojų informacinių ir ryšių technologijų (toliau – IRT) įgūdžius, skaičių įvairiose šalyse.



1.6 pav. Įmonių, kurios 2012 m. treniravo ir tobulino savo darbuotojų IRT įgūdžius, dalis nuo bendro įmonių skaičiaus, proc.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Eurostat statistiniais duomenimis.

Iš 1.6 pav. matyti, kad daugiausia įmonių, kurios skyrė lėšų savo darbuotojų IRT įgūdžiams formuoti ir tobulinti buvo Belgijoje, Suomijoje ir Norvegijoje. Šių valstybių analizuojamas rodiklis 2012 m. buvo lygus arba didesnis nei 30 proc. Mažiausi rodikliai yra pastebimi Rumunijoje, Latvijoje, Lietuvoje ir Lenkijoje, kur jis nesiekia arba yra lygus 10 proc. Eurostat duomenimis Europos Sąjungos rodiklis 2012 m. siekė 19 proc., o tai rodo, jog Lietuva smarkiai atsilieka nuo kitų Europos Sąjungos šalių.

Apibendrinant galima teigti, kad informacinės technologijos vis labiau plinta tarp vartotojų. Vartotojai dažnai ieško informacijos apie juos dominančias prekes ar paslaugas bei neretai jas nusiperka internetu. 2004 m. rugsėjo 15 d. LR Vyriausybės priimta Visuotinio kompiuterinio raštingumo programa (Susisiekimo ministerija, 2012) buvo rezultatyvi, todėl taip sparčiai Lietuvoje augo informacinių technologijų naudojimas namų ūkiuose. LR Vyriausybė skyrė finansinę paramą visuotinio kompiuterinio raštingumo didinimui šalyje, todėl galima teigti, jog tinkamai panaudotos piniginės lėšos duoda gerų rezultatų.

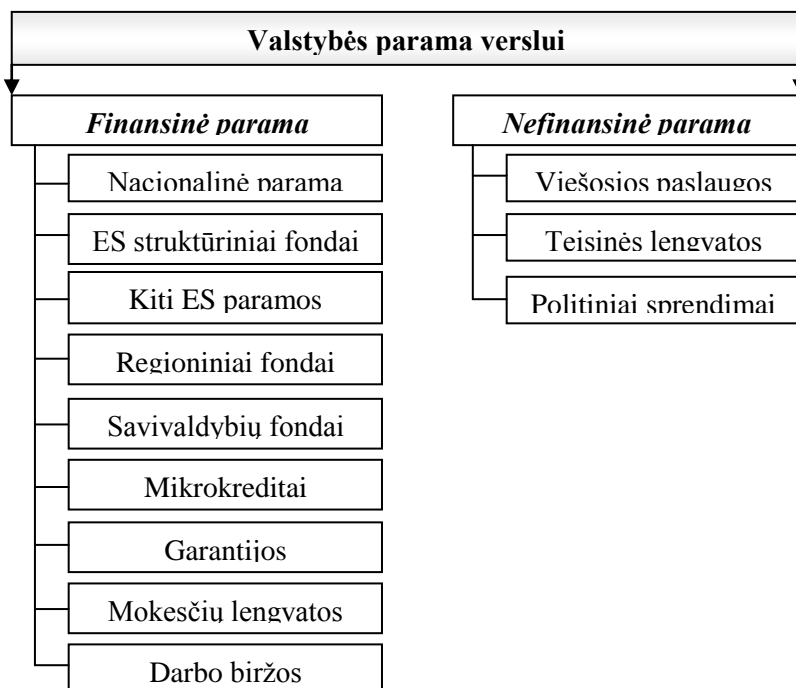
Elektroninė prekyba ir, apskritai, visas elektroninis verslas Lietuvoje įmonių aspektu analizuojamu laikotarpiu kito netolygiai. Pastebimas elektroninio verslo plėtros sumažėjimas, kuri galėjo būti įtakota arba vis dar yra įtakojama ekonomikos nuosmukio visame pasaulyje. Kadangi dėl recesijos verslo sąlygos tiek Lietuvoje, tiek visame pasaulyje pasidarė sudėtingesnės, įmonėms sunkiau išlikti konkurencingoms. Dėl rinkų globalizacijos įmonės konkuruoja ne tik su vietiniais konkurentais, tačiau ir su tarptautiniais konkurentais, todėl dažnai joms prireikia pagalbos iš šalies,

norint įsitvirtinti rinkoje. Todėl kitame poskyryje bus apžvelgiamos paramos formos elektroninio verslo plėtrai bei jų svarba teoriniu aspektu.

### 1.3. Valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai formos ir jų svarba

Didėjant konkurencijai įmonėms įėjimas tiek į tradicinę, tiek į elektroninę rinką tampa sudėtingu ir vis daugiau žinių reikalaujančiu procesu. Pasak M. Kučinskienės ir A. Fominienės (2010), subjektams trūksta žinių ir informacijos apie rinkas, galimus partnerius ir verslo plėtrą, taip pat gana dažnai jie susiduria su lėšų stoka naujai idėjai įgyvendinti. Šiandieninėmis sąlygomis verslo kūrimas reikalauja nemažų ne tik finansinių, bet ir žmogiškųjų išteklių, gebančių taikyti naujus strateginės vadybos metodus, efektyvius būdus užsibrėžtiems ketinimams įgyvendinti, spręsti ne vien tik „savęs įdarbinimo“ problemą, bet ir sukurti naujas darbo vietas.

Kaip teigia L. Smagurauskienė (2009), valstybės parama verslui gali būti skaidoma į dvi grupes – tiesioginę (finansinę) ir netiesioginę (nefinansinę) paramą (žr. 1.7 pav.). Tiesioginė parama teikiama per subsidijas, dotacijas ar kompensacijas, o netiesioginė parama – tai viešosios paslaugos lengvatinėmis sąlygomis, mokesčių lengvatos, paskolų garantijos, eksporto draudimas lengvatinėmis sąlygomis, teisinės lengvatos, palankūs politiniai sprendimai. Kaip teigia autorė, pagrindiniai valstybės paramos verslui finansiniai šaltiniai Lietuvoje yra nacionalinis biudžetas, savivaldybių biudžetai, ES ir kiti fondai.



1.7 pav. Valstybės paramos verslui formos

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis L. Smagurauskienės straipsniu „Finansinė verslo skatinimo sistema Lietuvoje“ (2009).

C. Liang (2010) savo straipsnyje aprašo Kinijos vyriausybės pastangas skatinant šalies elektroninio verslo plėtrą. Pasak autoriaus, pastaraisiais metais Kinijos vyriausybė visuose valdymo lygiuose ir regionuose įvairiomis finansinėmis subsidijomis bei kitomis priemonėmis rėmė ir skatino šalies elektroninio verslo plėtrą. Elektroninio verslo plėtros programos buvo pradėtos vykdyti įvairiuose šalies miestuose tam, kad šalis lengviau įveiktų pasaulinę finansų krizę. Vienas iš programoje dalyvavusių šalies miestų (Hang Zhou) pelnė „elektroninio verslo miesto“ vardą. Dar keli miestai tapo sėkmingais elektroninio verslo plėtros programos pavyzdžiais.

Be to visų regionų vyriausybės atkreipė dėmesį į elektroninio verslo plėtros poreikį kaimo vietovėse. Šalies centrinis komitetas ir Valstybės taryba nusprendė, jog būtina remti kaimo vietovėse vystomą elektroninę prekybą. Kinijos valstybės taryba ir ministerijos bei vietiniai valdžios organai nusprendė kaimo vietovėse skleisti daugiau informacijos apie elektroninio verslo naudą verslui. Kinijos Žemės ūkio ministerija sukūrė žemės ūkio informacinį portalą, kur siūlė ūkininkams įvairias elektroninio verslo platformas žemės ūkio produktų pardavimui (Liang, 2010).

Valstybės paramos formos elektroniniam verslui dar nėra tiksliai išskirtos, tačiau jos turėtų būti panašios kaip tradicinio verslo paramos formos. Pagal 2001 m. LR Vyriausybės patvirtintą Elektroninio verslo koncepciją, LR Ūkio ministerijai priskirtoms verslo plėtros programoms skiriamų LR valstybės biudžeto asignavimų naudojimo sritys išplėstos taip, kad tam tikrą dalį lėšų būtų galima naudoti atitinkamoms elektroninio verslo plėtros skatinimo priemonėms įgyvendinti (Elektroninio verslo koncepcija, 2001). Elektroninį verslą valstybė gali skatinti jį remdama ne tik finansiniais įrankiais, tačiau ir nefinansinėmis priemonėmis, todėl kitame skyrelyje bus aptartos nefinansinės elektroninio verslo plėtros skatinimo priemonės Lietuvoje.

### *1.3.1. Nefinansinė parama*

Pagal L. Smaguraskienę (2009) (žr. 1.7. pav.), nefinansinė parama verslo įmonėms susideda iš viešųjų paslaugų, teisinių lengvatų ir politinių Vyriausybės sprendimų. Valstybė atlieka didelį vaidmenį skatindama įmones savo veikloje kuo daugiau naudoti informacines technologijas. Valstybė turi sukurti palankią aplinką, kad įmonės būtų suinteresuotos diegti naujausias interneto ir ryšių technologijas savo veikloje. Sukurti palankias sąlygas reiškia, kad valstybė turi pasirūpinti tinkamomis politine ir teisine aplinkomis, rinkos ir socialiniais aspektais, kurie sąveikautų ne tik šalies viduje, bet ir tarptautiniame lygmenyje (Jungtinės tautos, 2007).

Valstybės politika yra priemonė, kurios pagalba vyriausybė gali sukurti palankią aplinką bei panaikinti įvairias kliūtis verslo įmonių adaptacijai su informacinėmis technologijomis. Vyriausybė turėtų atsižvelgti į šias rekomendacijas, skirtas sukurti palankią teisinę ir sureguliuotą aplinką elektroninio verslo plėtrai (Pasaulio bankas, 2005):

- tinkamos informacinių technologijų prieigos ir naudojimo aplinkos sukūrimas – rinkų liberalizavimas, plečiant ir gerinant tinklo infrastruktūrą. Liberalizmo ir konkurencijos didėjimas rinkose skatina investicijas informacinių ir ryšių technologijų veikloje;

- elektroninio saugumo politikos plėtojimas, sukuriant tinkamą teisinę ir reguliavimo aplinką. Vyriausybė turėtų sukurti reguliavimo sistemą, kuri būtų patikima, saugi, autentiška ir galinti kovoti su elektroniniais nusikaltėliais. Taip būtų sukuriamas pagrindas saugiai elektroninio verslo plėtrai bei greitai internetinių ginčų sprendimams;

- technologijų sklaidos didinimas – rinkos trūkumų šalinimas, elektroninės valdžios bei elektroninių viešųjų pirkimų programų kūrimas ir plėtojimas, skatinant įmonių pasitikėjimą naujomis technologijomis bei internetiniais sandoriais;

- mokymai ir įgūdžių tobulinimas naudojant informacines ir ryšių technologijas. Vyriausybė gali atlikti svarbų vaidmenį kuriant tinkamus visuomenės įgūdžius naudotis informacinėmis ir ryšių technologijomis, integruojant jas į mokyklų mokymo programas.

Jungtinių tautų komisija 2007 m. paruošė rekomendacijas dėl interneto naudojimo verslo plėtrai. Pagrindinės valstybės politikos kryptys šioje srityje turėtų būti (Jungtinės Tautos, 2007):

1. *Verslo aplinka.* Tai yra pagrindinis valstybės politikos formavimo reikalavimas, norint, kad elektroninis verslas plėstųsi. Verslo aplinka šalyje turi būti skaidri, atvira ir konkurencinga. Vyriausybė turi sukurti skaidrią ir visoms įmonėms vienodą įstatyminę bazę verslo vystymui ne tik šalies viduje, bet tarpatutiniu mastu. Kitaip sakant, vyriausybė turi parengti ir įgyvendinti tokią elektroninio verslo plėtros politiką, kad būtų patrauklu ir nesunku steigti verslo įmones, lengvai pašalinant susidariusias kliūtis, kad įmonės galėtų tapti pelningomis ir konkurencingomis įvairiose pasaulio rinkose.

2. *Tinklo infrastruktūros ir plačiajuosčio ryšio sistemų diegimas.* Plačiajuostis ryšys yra vienas iš pagrindinių informacinių ir ryšių technologijų plėtros komponentų. Jis padidina informacinių ir ryšių technologijų indėlį į ekonomikos augimą, palengvina inovacijų pritraukimą bei skatina verslo efektyvumą. Viešasis finansavimas ir kitos iniciatyvos privačioms investicijoms gali padėti išplėsti plačiajuosčio ryšio apimtį kaimo vietovėse, tačiau tai turėtų būti vykdoma neslopinant natūralios verslo konkurencijos. Smulkios ir vidutinės verslo įmonės turi būti užtikrintos, kad vyriausybės sukurta reguliavimo sistema užtikrins ir tinkamai subalansuos jų veiklos saugumą, privatumą ir apsaugos vartotojų interesus.

3. *Turinio plėtra.* Vyriausybė kartu su privačiu sektoriumi turi atlikti svarbų vaidmenį, palengvinant elektroninio turinio prieinamumą įvairiose technologinėse platformose, įskaitant ir informaciją iš viešųjų šaltinių. Intelektinės nuosavybės teisės turi būti suderintos su viešuoju interesu tam, kad būtų skatinami kūrybiškumas ir naujovės.

4. *Žmogiškojo kapitalo vystymas ir įgūdžių tobulinimas.* Naudojimosi informacinėmis ir ryšių technologijomis bei verslumo įgūdžių stoka, dažnai neleidžia greitai priimti efektyvių sprendimų iškilusioms problemoms spręsti. Vyriausybė kartu su švietimo įstaigomis turi formuoti reikiamus įgūdžius informacinės visuomenės vystymuisi rengiant atitinkamas mokymo programas tiek vartotojams, tiek verslo atstovams. Įgūdžių formavimas turi būti nuolatinis procesas, kuris gali būti paremtas profesiniu mokymusi ir viso gyvenimo mokymusi.

5. *Informacija.* Mažos įmonės gali turėti nepakankamai informacijos apie informacinių ir ryšių technologijų naudojimo naudą jų veiklai bei galimybes sumažinti veiklos sąnaudas. Verslo asociacijos ir vyriausybė turėtų skleisti informaciją apie technologijų prieinamumą bei jų naudą verslui, pateikiant atvejų tyrimų išvadas bei gerąją pasaulinę praktiką.

6. *E-valdžia.* Elektroninės valdžios portalų plėtra bei informacijos perkėlimas į elektroninę erdvę gali paskatinti įmones vis labiau naudotis informacinėmis technologijomis. Švietimas, valdžios sektoriaus informacija ir elektroninės paslaugos verslui ir gyventojams gali paskatinti naujų technologijų naudojimą. Visa tai turėtų būti vyriausybės prioritetas, norint paskatinti elektroninio verslo ir elektroninių paslaugų plėtrą.

Lietuvoje elektroninio verslo plėtros skatinimo 2010 – 2015 m. programa patvirtinta 2009 m. gruodžio mėn. 18 d. Informacinės visuomenės plėtros komiteto prie LR Vyriausybės direktoriaus įsakymu Nr. T-123 ir įsigaliojo nuo 2010 m. sausio mėn. 4 d. Programoje pristatoma, jog ši programa skirta sudaryti sąlygas spartesnei elektroninio verslo plėtrai Lietuvoje, suteikiant Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo subjektams naujų galimybių plėtoti verslą pasitelkus informacines ir ryšių technologijas, skatinant intelektinių produktų ir paslaugų rinkos plėtrą elektroninėje erdvėje. Programoje teigiama, kad efektyvus IRT naudojimas visuose ekonomikos sektoriuose gali veikti kaip veiksnys, didinantis tiek paties sektoriaus, tiek atskirų įmonių konkurencingumą. IRT poveikis jaučiamas ne tik vienoje specifinėje pramonės šakoje ar sektoriuje, bet ir nacionalinėje ekonomikoje. Programos tikslas – didinti SVV veiklos efektyvumą ir konkurencingumą bei teikiamų tiek viešųjų ir administracinių, tiek verslo elektroninių paslaugų apimtį, skatinant SVV subjektus naudoti inovatyvius elektroninio verslo sprendimus (Teisės aktų registras, 2012).

Programa orientuota į smulkaus ir vidutinio verslo informavimą apie elektroninio verslo plėtrą ir galimybes, kadangi, kaip teigiama programoje, smulkiojo ir vidutinio verslo subjektai lėčiau negu stambaus verslo subjektai savo veikloje pritaiko IRT, kaip ir visas kitas technologijas. Pagrindinės priežastys yra gebėjimų stoka ir žinių apie elektroninį verslą trūkumas bei menkas supratimas, kaip IRT turės įtakos didinant įmonės pelningumą. SVV subjektai taip pat susiduria su tokiais kliūtimis, kaip tarpusavio pasitikėjimo trūkumas ir sandorių saugumas, intelektinės

nuosavybės teisių apsaugos elektroninėje erdvėje problemos, sunkumai valdymo įgūdžių srityje, technologiniai gebėjimai, produktyvumas ir konkurencingumas (Teisės aktų registras, 2012).

Vienas iš Europos Sąjungos strateginių iššūkių yra tinkamos aplinkos elektroniniam verslui skatinimas ir elektroninio verslo plėtros programų parengimas, kurios padėtų spręsti rinkos problemas, pasireiškiančias tokiose sferose, kaip teisinių, organizacinių ir administracinių kliuvinių pašalinimas, įgūdžių formavimas, specializuotos informacijos pateikimas ir panašiai. Programoje rašoma, jog ES plačiai paplitusi praktika, kad valstybių finansinė pagalba skiriama mažesnes galimybes turinčioms grupėms bei geografiškai nutolusioms vietovėms yra efektyviai derinama su privataus sektoriaus investicijomis.

Elektroninio verslo plėtros skatinimo 2010 – 2015 m. programoje išvardytos Lietuvoje vykdytos elektroninį verslą remiančios iniciatyvos:

1. LR Ūkio ministerijos ir Europos Komisijos pagal PHARE 2002 programą buvo numatytos lėšos elektroninio verslo projektams – tiesioginė parama įmonėms. Remiamų projektų tikslas – skatinti įmonių inovatyvią veiklą, naujų idėjų, metodų ir technologijų taikymą versle, elektroninio verslo sprendimų integravimą į esamus verslo procesus. Projektų vykdytojai – privačios įmonės, vykdančios inovatyvią veiklą, kuriančios naujus produktus, diegiančios elektroninio verslo sprendimus;

2. Infobalt asociacijos (bendradarbiaujant su Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo plėtros agentūra (toliau – LSVVPA) bei keturiais partneriais) 2001 – 2002 m. vykdė projektą, kurio tikslas – padėti smulkioms ir vidutinėms įmonėms. LSVVPA subsidijuojama elektroninio verslo skatinimo programa buvo skirta teikti mokymo apie elektroninį verslą paslaugas ir praktines konsultacijas, kuriant naujus įmonių interneto tinklalapius;

3. projektas „E. verslo vystymo Baltijos šalyse rėmimas“, kuris buvo iš dalies finansuojamas iš PHARE Access 1999 programos. Įgyvendinus projektą 2002 m. buvo parengta mokymo programa „Verslas ir e. verslas. Integravimas, galimybės, metodai“, skirta verslininkams, tarnautojams ir kitokią socialinę padėtį užimantiems žmonėms;

4. LSVVPA iniciatyva 2007 m. buvo parengta elektroninio verslo praktinio vadovo verslininkams elektroninė versija, kurio tikslas – sudominti verslininkus elektroninio verslo galimybėmis, suteikiant jiems praktinės informacijos apie pagrindinius elektroninio verslo žingsnius nuo koncepcijos suformulavimo, savo galimybių įvertinimo iki verslo elektroninėje erdvėje pradžios;

5. Informacinės visuomenės plėtros komiteto prie LR Vyriausybės užsakymu 2006 m. buvo parengta metodinė medžiaga „Elektroninio verslo teikiamos galimybės, praktikoje naudojami specializuoti elektroninio verslo sprendimai“. Šiuo leidiniu siekiama pristatyti elektroninio verslo sampratą, modelius ir galimybes, kurias teikia elektroninis verslas, supažindinti su rinkodaros

galimybėmis elektroniniame versle, elektroninės prekybos procesais, internetinių svetainių kūrimu ir investicijų į elektroninį verslą įvertinimu;

6. 2006 m. buvo įsteigta VšĮ „Technopolis“ – Elektroninių paslaugų kompetencijos centras. Pagrindinis šio projekto tikslas – sukurti viešą infrastruktūrą, kuri leistų SVV ir viešajam sektoriui vystyti elektronines paslaugas Kauno regione;

7. Kauno technologijos universitetas 2005 – 2006 m. vykdė projektą UNEXC. Projekte buvo keičiamasi žiniomis apie elektroninio verslo tyrimų centrų vaidmenį įgyjant žinių ir patirties. Keitimasis gera patirtimi vykdytas siekiant sudaryti prielaidas kurti ir vykdyti sėkmingas, didelės apimties smulkių ir vidutinio dydžio įmonių elektroninio verslo paramos iniciatyvas ir programas. Projekto metu parengtos elektroninio verslo paramos programos strateginės gairės.

Apibendrinant galima teigti, jog visos paminėtos iniciatyvos buvo skirtos tik informacijos apie elektroninį verslą sklaidai arba tam tikrų elektroninio verslo sprendimų atskirose įmonėse rėmimui. Programoje taip pat minima, jog LR Ūkio ministerija 2009 –2012 m. periodui parengė priemonę „E-verslas LT“, kuria siekiama finansiškai paremti SVV įmones bei taip padidinti jų produktyvumą. Šios priemonės tikslas – skatinti labai mažas, mažas ir vidutines įmones diegti informacines technologijas ir sudaryti palankias sąlygas jų darbo našumui ir eksportui didinti. Remiamos veiklos: įmonės investicijos į materialųjį ir nematerialųjį turtą, kurio reikia elektroninio verslo diegimo projektui toje įmonėje įgyvendinti, taip pat projektui įgyvendinti būtinoms samdomų konsultantų paslaugoms įsigyti. Ši parama yra orientuota į mikrolygmens įmonės elektroninio verslo sprendimus (žr. 1.3.2 poskyrį).

### *1.3.2. Finansinė parama*

Finansinė parama įmonėms susideda iš nacionalinės paramos, ES struktūrinių ir kitų fondų paramos, regioninių bei savivaldybių fondų, mikrokreditų, garantijų, mokesčių lengvatų bei darbo biržos vykdomų programų (žr. 1.7 pav.). Apžvelgus įvairius literatūros šaltinius galima pastebėti, kad Lietuvoje elektroninio verslo plėtrai skiriama valstybės finansinė parama yra gauta iš ES struktūrinių fondų.

ES struktūrinių fondų parama pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „E-verslas LT“ skirta įmonių investicijoms į materialųjį ir nematerialųjį turtą, kurio reikia elektroninio verslo diegimo projektui toje įmonėje įgyvendinti bei padidinti įmonių produktyvumą. Priemonės tikslas - skatinti juridinius asmenis, priskirtinus prie labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių (toliau - MVI), diegti informacines technologijas ir sudaryti palankias sąlygas jų darbo našumui ir eksportui didinti. Remiamos veiklos: įmonės investicijos į materialųjį ir nematerialųjį turtą, kurio reikia elektroninio verslo diegimo projektui toje įmonėje įgyvendinti. Už priemonę



atsakinga Ūkio ministerija. Priemonės įgyvendinančioji institucija – viešoji įstaiga Lietuvos verslo paramos agentūra. Projektų atrankos būdas – projektų konkursas.

Projektus pagal priemonę įgyvendina privatieji juridiniai asmenys, vykdančys gamybos ir/ar paslaugų veiklas ir neteikiantys elektroninio verslo sprendinių kūrimo ir/ar diegimo paslaugų, priskirtini prie MVI, kaip nustatyta Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme, arba privatieji juridiniai asmenys, vykdančys gamybos ir/ar paslaugų veiklas ir neteikiantys elektroninio verslo sprendinių kūrimo ir/ar diegimo paslaugų bei vienijantys laisvųjų profesijų, kaip apibrėžta Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčio įstatyme, atstovus, jei tokie privatieji juridiniai asmenys atitinka Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme nustatytus MVI keliamus reikalavimus turimų darbuotojų skaičiui ir finansiniams duomenims, atitinkantys už priemonės įgyvendinimą atsakingos institucijos nustatytas paramos teikimo sąlygas. Finansavimas nėra teikiamas pareiškėjui, jei jis yra priskiriamas sunkumų turinčios įmonės kategorijai.

Paraiškoje pagal priemonę „E-verslas LT“ turi būti pagrįstas planuojamų diegti elektroninio verslo procesų reikalingumas, įvertinta jų įtaka įmonės apyvartos, eksporto apimčių ir darbo našumo augimui, taip pat turi būti atlikta alternatyvų analizė: įvertinti du projekto įgyvendinimo scenarijai – su finansavimu ir be finansavimo.

Pagal priemonę „E-verslas LT“ tinkamos finansuoti yra šios išlaidos (Lietuvos verslo paramos agentūra, 2012):

- kompiuterinės įrangos įsigijimas, lizingas (finansinė nuoma). Lizingo būdu įsigyta kompiuterinė įranga iki projekto įgyvendinimo pabaigos nuosavybės teise turi priklausyti projekto vykdytojui;
- standartinės programinės rinkoje esančios įrangos įsigijimas, įskaitant jos programavimą ir/ar konfigūravimą įmonės poreikiams;
- patentų ir licencijų įsigijimo išlaidos;
- tiesioginėms projekto veikloms vykdyti reikalingos įrangos, prietaisų ir įrenginių įsigijimo išlaidos;
- programinės įrangos sukūrimas.

Didžiausia paramos suma pagal priemonę „E-verslas LT“ – 150 tūkst. Lt vienam projektui. Parama gali sudaryti iki 50 proc. projekto investicijų vertės be PVM. Įmonės, kurioms skiriama parama pagal šią priemonę, turi apdrausti ilgalaikį materialųjį turtą, kuriam įsigyti ar sukurti vykdant projektą buvo naudotas finansavimas ne mažiau kaip penkerius metus nuo projekto įgyvendinimo pabaigos. Būtina sąlyga įmonėms, ketinančioms pasinaudoti parama pagal priemonę „E-verslas LT“ – įsipareigoti ir pasiekti rodiklius: eksportas ir apyvarta nuo projekto pradžios iki 3

metų po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 15 procentų, darbo našumo per 3 metus po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 30 procentų.

Paraiškoms pagal priemonę „E-verslas LT“ yra taikomi ne tik tinkamumo, bet taip pat naudos ir kokybės vertinimo kriterijai, išreikšti balais. Jei projekto naudos ir kokybės vertinimo metu projektui suteikiama mažiau kaip 30 balų, projektas nefinansuojamas. Maksimalus balų skaičius – 100. Daugiau balų skiriama projektams, kuriuose diegiami elektroninio verslo sprendimai, siejantys kuo daugiau vidinių įmonės procesų, projektams, didinantiems produkcijos, priskirtinos aukštųjų ar vidutiniškai aukštų technologijų sektoriams, eksportą, projektams, kuriuos įgyvendinant bus sukurta naujų ir/ar išsaugotos esamos darbo vietos ir panašiai.

Iš viso paskelbti trys kvietimai teikti paraiškas finansavimui gauti pagal priemonę „E-verslas LT“ (žr. 1.2. lentelę).

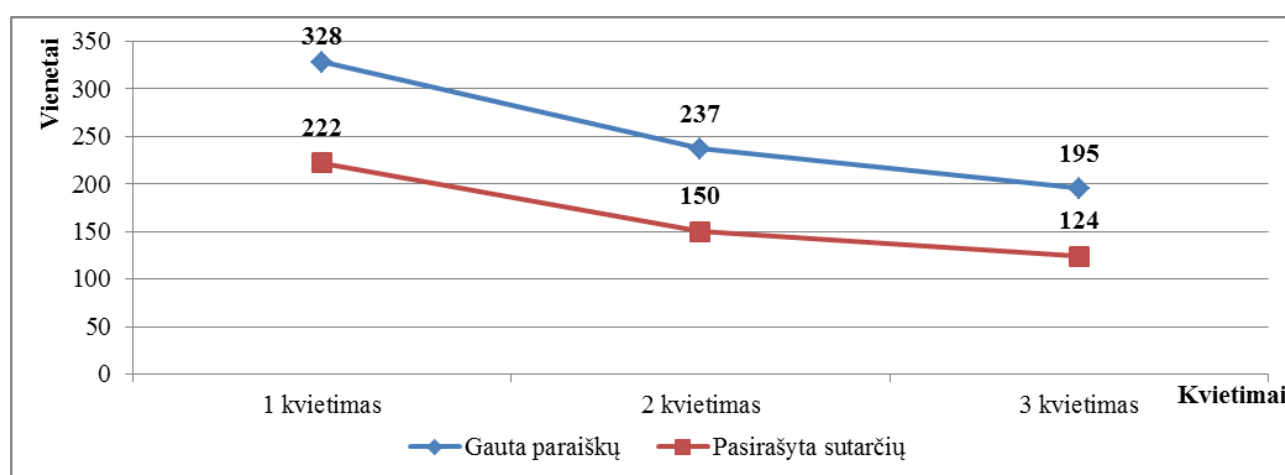
1.2 lentelė

**Kvietimai teikti paraiškas finansavimui gauti pagal priemonę „E-verslas LT“**

	<b>1 kvietimas</b>	<b>2 kvietimas</b>	<b>3 kvietimas</b>
<b>Terminas</b>	2009.02.24	2010.11.11	2011.10.10
<b>Būsena</b>	Pasibaigęs	Pasibaigęs	Pasibaigęs

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos verslo paramos agentūros duomenimis.

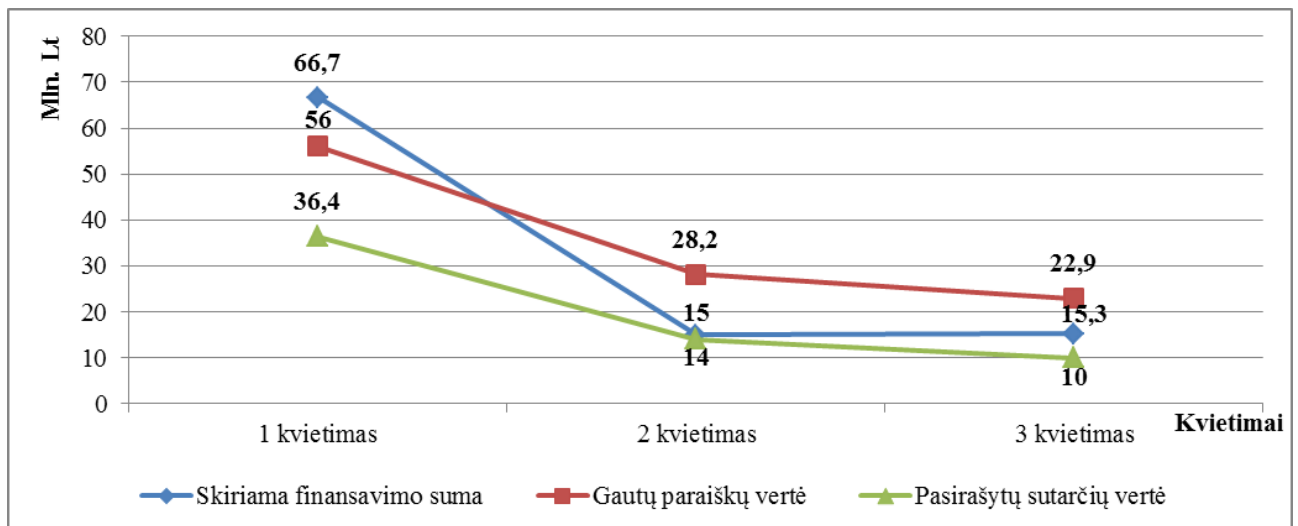
Kaip matyti iš 1.2 lentelės, visi trys kvietimai teikti paraiškas šiuo metu jau yra pasibaigę ir ketvirtasis kvietimas teikti paraiškas nėra paskelbtas. 1.8 pav. pateikta gautų paraiškų ir pasirašytų sutarčių dinamika visų trijų kvietimų metu.



1.8 pav. **Gautos paraiškos ir pasirašytos sutartys pagal elektroninio verslo finansavimo priemonę „E-verslas LT“ visų trijų kvietimų metu, vnt.**

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ES struktūrinės paramos statistiniais duomenimis.

Pirmojo kvietimo metu pagal priemonę „E-verslas LT“ gauta daugiausiai įmonių paraiškų, t.y. 328 vienetai. Tačiau pasirašyta sutarčių buvo 106 vienetais mažiau nei buvo gauta paraiškų. Kitais dviem kvietimais pasirašytų sutarčių skaičius taip pat buvo mažesnis nei gautų paraiškų kiekis. Tai galėjo lemti tai, jog ne visos gautos paraiškos atitiko keliamus paraiškų reikalavimus arba prašoma parama neatitiko siūlomo finansavimo pobūdžio. Pagal Lietuvos verslo paramos agentūros Verslo projektų valdymo skyriaus vedėjo D. Jakubausko (2012), pagrindinės priežastys, dėl kurių paraiškos buvo atmestos – įmonės turi finansinių sunkumų, projektai skirti ne gamybinei ar paslaugų veiklai, o prekybinei veiklai optimizuoti, kas nėra tinkama finansuoti. Taip pat dalis projektų neatitiko elektroninio verslo apibrėžimo. Antrojo ir trečiojo kvietimo metu tiek gautų paraiškų, tiek pasirašytų sutarčių skaičius mažėjo. 1.9. pav. pateikta informacija apie visų trijų kvietimų metu skirtą finansavimą pagal priemonę „E-verslas LT“. Daugiausiai lėšų skirtų priemonei „E-verslas LT“ buvo skirta pirmojo kvietimo metu pateiktiems projektams finansuoti.



1.9 pav. Gautų paraiškų, pasirašytų sutarčių ir skirto finansavimo, pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“, vertė, mln. Lt

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis ES struktūrinės paramos statistiniais duomenimis.

Dar viena labai svarbi elektroninio verslo skatinimo priemonė – tai mokesčių lengvatos. Tarp autorių vyrauja skirtingos nuomonės apie elektroninio verslo apmokestinimą – vieni teigia, jog elektroninis verslas iš viso neturėtų būti apmokestintas, kiti mano, kad jis taip pat kaip tradicinis verslas turi mokėti atitinkamus mokesčius. E. V. Bartkus (2010) mano, kad svarbiausia šiuo metu parama verslui būtų mokesčių lengvatos ir valstybės garantijos paskoloms. Mokesčių našta ūkio subjektams turi įtakos ne tik valstybės biudžeto pajamoms, bet taip pat investicijoms, paklausai ir pasiūlai, kainoms ir kitiems aspektams. Visa tai turi tiesioginę įtaką įmonių ekonominei veiklai bei gamybiniais pajėgumams (Abuselidze, 2010). 2004 m. gegužės 1 d. Lietuvoje įsigaliojo

apmokestinimo schema, kuri taikoma specialiai elektroniniu būdu teikiamoms paslaugoms (Rotomskis, Štitalis, 2007). Kaip teigia pastarieji autoriai (2007), po šių pokyčių Lietuvoje nebuvo detaliau nagrinėjami naujosios schemos pranašumai ir trūkumai. Naujai susiklostę santykiai tarp mokesčių institucijų ir elektronine komercija užsiimančių pardavėjų nėra pakankamai ištirti, kad būtų galima numatyti galimus ginčus ir užkirsti jiems kelią.

Kuomet internetas buvo pirminiuose formavimo etapuose, buvo susirūpinta, kad paslaugų, teikiamų internetu, apmokestinimas gali sustabdyti interneto plėtrą bei inovacijų diegimą. Reaguodamas į šį visuomenės susirūpinimą, JAV Kongresas 1998 m. priėmė Laisvo nuo mokesčių interneto aktą. Šis aktas visose valstijose numatė trijus metus nepriiminėti jokių papildomų mokesčių, susijusių su elektroninės komercijos apmokestinimu bei internetinių prieigų kūrimu. Toks leidimas leido internetui sparčiai vystytis (Gilder, 2008). S. Bach, M. Hubbert ir W. Muller (2000) mano, jog elektroniniam verslui neturėtų būti taikomos jokios išskirtinės mokesstinės lengvatos nei yra taikomos tradiciniam verslui. Atvirkščiai, elektroninio verslo atstovai turi sugebėti konkuruoti su tradicinio verslo atstovais vien dėl savo elektroninio verslo teikiamų pranašumų. Tačiau autoriai taip pat pabrėžia, kad elektroninis verslas neturėtų būti apkraunamas pernelyg dideliais mokesčiais.

M. G. Simkin, G. W. Bartlett, J. P. Shim (2002) teigia, kad daugelis mokslininkų pritaria idėjai, jog internetas turėtų būti nemokamas, t.y. internetas turėtų būti laisva nuo mokesčių zona. Vienas jų argumentų yra tai, kad internetas buvo sukurtas, siekiant laisvai ir nemokamai keisti informacija elektroniniu būdu. Todėl pardavimų internetu apmokestinimas pažeidžia šį pagrindinį interneto naudojimo tikslą. Vien JAV turi virš 7600 valstijų, kurios taiko skirtingus mokesčius verslo įmonėms. Todėl, jeigu visos internetinės operacijos būtų apmokestintos skirtingų valstijų, atsirastų galimybė mokesčių dubliavimuisi ir diskriminacijai, kas padarytų didelę žalą elektronei komercijai bei visam elektroniniam verslui. Šiuo metu beveik visos pramonės šakos vienaip ar kitaip yra susijusios su elektroniniu verslu, todėl nustačius jį apsunkinančius mokesčius gali sulėtėti inovacijos, darbo vietų kūrimas bei visas ekonomikos augimas.

LR Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (2013) skelbia, kad Lietuvoje yra numatytos mokesčių lengvatos įmonėms, kurios investuoja į mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą. Įmonės, užsiimančios elektroniniu verslu, taip pat gali pretenduoti į šias mokesčių lengvatas:

1. Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (toliau - MTEP) lengvata (LR pelno mokesčio įstatymas 17<sup>1</sup> straipsnis);
2. Pagreitinta MTEP naudojamo ilgalaikio turto amortizacija (LR pelno mokesčio įstatymas 18 straipsnis);
3. Investicinio projekto lengvata (LR pelno mokesčio įstatymas 46<sup>1</sup> straipsnis).

Šių lengvatų nauda įmonėms – pelno mokesčio mažinimas.

Pasak A. Sanayei ir L. Rajabion (2009), elektroninio verslo plėtrai reikia visokių valstybės paramos priemonių. Tačiau vien paramos sėkmingai elektroninio verslo plėtrai neužtenka, verslininkai turi turėti sumanių idėjų, kad verslas veiktų sėkmingai. Pastarieji autoriai teigia, kad smulkios ir vidutinės įmonės turėtų sutelkti dėmesį į verslo transformaciją iš tradicinio verslo į elektroninį verslą.

Apibendrinant galima teigti, kad elektroniniam verslui reikalinga tiek finansinė, tiek nefinansinė valstybės parama. Dažniausiai Vyriausybės organizuoja įvairius mokymus, konferencijas, kad būtų plečiamas šalies elektroninis verslas bei finansuoja įvairius elektroninio verslo projektus, kurie ne tik pagerintų besikreipiančių įmonių veiklą, bet ir padėtų kurti naujas darbo vietas, gerinti šalies ekonomiką. Kaip matyti iš apžvelgtos literatūros, valstybės parama elektroninio verslo plėtrai yra tikrai reikalinga, ypač Lietuvoje, kadangi ji atsilieka nuo kitų ekonomiškai stipresnių šalių. Norint pagerinti Lietuvos ekonomiką, pagreitinti jos augimą bei sudaryti geresnį įvaizdį tarptautinėse rinkose valstybė turi skatinti elektroninio verslo plėtrą. Vien teoriniai samprotavimai realaus efekto neduoda, todėl 2 skyriuje bus aprašomas atliktas empirinis tyrimas, kuris padės patvirtinti arba paneigti išsikeltas tyrimo hipotezes. 1.4 poskyryje bus aptarta tyrimo metodologija.

#### 1.4. Empirinio tyrimo metodologija

**Duomenų rinkimo metodai.** Empirinis tyrimas gali atskleisti ir surasti naujus reiškinius ir faktus, kurių svarba išaiškinta teoriniais tyrimais (Tidikis, 2003). Atlikta mokslinės literatūros analizė, parodė, jog valstybės parama elektroninio verslo plėtrai kelia daug klausimų, todėl būtina atlikti išsamų empirinį tyrimą, kuris padėtų atsakyti į daugelį rūpimų klausimų bei paneigti arba patvirtinti išsikeltas tyrimo hipotezes. Norint išsamiai išnagrinėti pasirinktą magistro baigiamojo darbo temą bei į ją pažvelgti dviem aspektais – verslo įmonių bei valstybės, buvo pasirinkta tyrimą atlikti pasitelkus du empirinių tyrimų metodus – *anketinę apklausą ir interviu*.

Anketinis metodas – tai vienas populiariausių sociologinio tyrimo metodų. Pateikus keletą klausimų galima gauti daugybę informacijos. Tačiau svarbu, kad gaunami duomenys būtų patikimi. Jei klausimai neatitinka tikrovės, neturi aiškios hipotetinės prasmės, atsakymas gali būti ne tik nepatikimas, o netgi ir iškraipantis tikrovę ir tiriamojo reiškinio esmę. Be to, vien tik anketų duomenys ne visada gali visapusiai ir iš esmės atskleisti tiriamąjį reiškinį (Tidikis, 2003). Tyrimui atlikti buvo pasirinkta respondentams pateikti anonimines anketas. Anketų klausimai buvo tiek uždari, tiek atviri.

Kaip teigia R. Tidikis (2003), interviu yra vienas iš efektyvių kokybinio tyrimo metodų. Reikiamos žodinės informacijos gaunama tiesioginiu kryptingu interviu su respondentu. Pokalbio

kryptį ir turinį sąlygoja tyrimo problema. Ji sprendžiama apklausiant respondentą. Tai individualus pokalbis, garantuojantis didesnę patikimumą negu anketinis metodas ar kiti apklausos būdai. Interviu paskirtis ir tikslai gali būti įvairūs, jis naudojamas (Tidikis, 2003):

- tyrimo pradžioje norint patikslinti tyrimo problemą, hipotezes bei jų formulavimą;
- platesnių apklausų metodikai parengti;
- kaip savarankiškas informacijos rinkimo metodas, kai esti ribota arba maža atranka;
- kaip papildomas metodas išsamesnei informacijai gauti kartu su anketavimu, stebėjimu ir kitais metodais;
- kontroliniuose tyrimuose kitais metodais gautiems duomenims patikslinti ir jų patikimumui patikrinti.

Šiame magistro baigiamajame darbe interviu metodas buvo pasirinktas kaip papildomas metodas išsamesnei tyrimo informacijai gauti kartu atliekant anketinę apklausą. Yra išskiriama keletas interviu rūšių. Interviu rūšis klasifikuojant pagal interviu vedimo būdą ir formą, galima išskirti tokias interviu rūšis (Tidikis, 2003):

- standartizuotas (struktūrizuotas, formalizuotas) interviu;
- nestruktūrizuotas (laisvasis) interviu;
- pusiau standartizuotas interviu.

Tyrimui atlikti pasirinktas standartizuotas interviu, kadangi tokio interviu metu standartizuotos procedūros padeda tyrėjui kontroliuoti apklausos sąlygas ir eigą, gretinti ir palyginti gautus rezultatus. Standartizuojami ne tik formalizuoto interviu klausėjo klausimai ir respondento atsakymai, o ir klausėjas kaip asmuo, jo elgsena ir net interviu vedimo sąlygos.

**Respondentų atranka.** Tiriamieji:

- kiekybinis tyrimas (anketinė apklausa) – Šiaulių rajono įmonės;
- kokybinis tyrimas (interviu) – VšĮ Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro, verslo filialo, direktorė Kristina Duseikaitė.

Tiriamoji aibė anketinei apklausai buvo sudaryta iš Šiaulių rajone veikiančių įmonių. LR Statistikos departamento duomenimis 2013 m. pradžioje Šiaulių rajone veikiančių ūkio subjektų buvo 845 vienetai. Nustatant generalinės aibės imtį panaudota Panijoto formulė, kai populiacijos dydis yra žinomas (Kardelis, 2002):

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}}, \text{ kur}$$

$n$  – imties dydis (respondentų skaičius, kuriuos būtina apklausti);

$\Delta$  – leidžiamos imties paklaidos dydis (duomenų patikimumui išlaikyti naudojamas dydis - 5 proc.);

$N$  – generalinė aibė (įmonių, veikiančių Šiaulių rajone, skaičius).

$$n = \frac{1}{0,05^2 + \frac{1}{845}} = \frac{1}{0,0025 + 0,0012} = \frac{1}{0,0037} = 270 \text{ respondentų.}$$

Pagal atliktus skaičiavimus, patikimiems apklausos duomenims gauti reikalinga apklausti 270 Šiaulių rajone įsikūrusių ir veikiančių įmonių.

Prieš atliekant magistro baigiamojo darbo tyrimą, buvo išsikeltos dvi **tyrimo hipotezės**, kurios atlikus tyrimą bus patvirtintos arba paneigtos:

1. Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojami valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai.
2. Valstybinės įstaigos nepakankamai informuoja verslininkus apie teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai.

Atlikus tyrimą bus galima šias hipotezes arba patvirtinti, arba paneigti.

#### **Klausimynų sudarymas.**

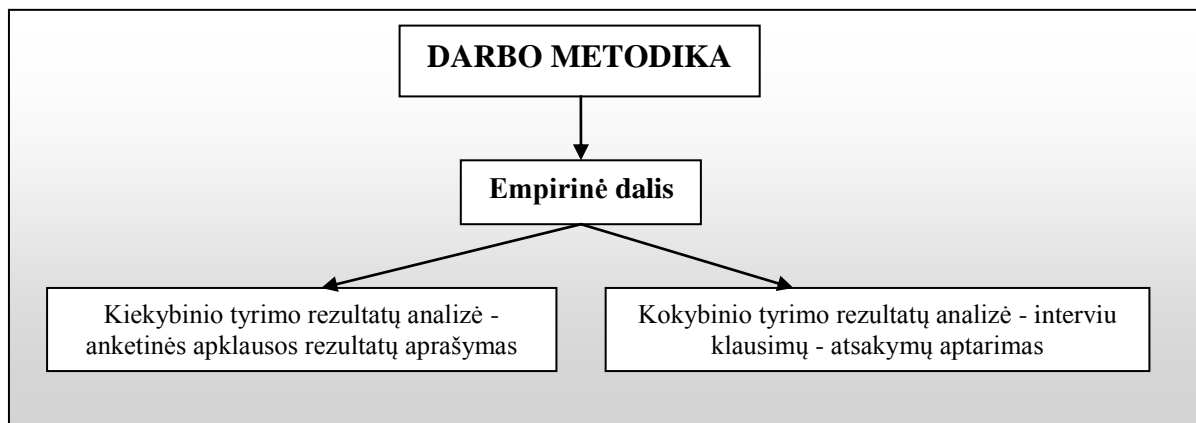
*Anketos klausimų sudarymas.* Apklausiai atlikti sudaryta anketa iš 18 klausimų. 1 – 5 klausimai skirti nustatyti apklausoje dalyvaujančių įmonių charakteristikas. 6 – 18 klausimai skirti įvykdyti magistro baigiamojo darbo tikslą - išanalizuoti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei pateikti jos tobulinimo galimybes. Kaip jau buvo minėta, pasirinkta tiriamoji aibė – Šiaulių rajono įmonės.

*Interviu klausimų sudarymas.* Interviu klausimai sudaryti siekiant patvirtinti arba paneigti išsikeltas tyrimo hipotezes.

**Tyrimo proceso organizavimas.** Anketinė įmonių apklausa buvo atliekama nuo 2013 m. vasario mėn. 25 d. iki 2013 m. kovo mėn. 10 d. Anketa sukurta internetiniame tinklapyje [www.apklausa.lt](http://www.apklausa.lt). Pasirinktoms įmonėms elektroniniu paštu buvo siunčiamas kvietimas dalyvauti internetinėje apklausoje su anketos nuoroda. Iš viso išsiųsta 300 užklausų dalyvauti apklausoje. Internetinę anketą užpildė 94 respondentai, t.y. 34,82% apskaičiuotos tiriamosios aibės. Šio magistro baigiamojo darbo empirinis tyrimas turėtų būti vertinamas kaip žvalgybinio pobūdžio, kuris preliminariai leidžia įvertinti esamą situaciją. Interviu iš Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro direktorės buvo imamas 2013 m. vasario mėn. 28 d. Interviu truko apie vieną valandą.

## 2. VALSTYBĖS PARAMOS ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI EMPIRINIS TYRIMAS

2.1 pav. pateikiama magistro baigiamojo darbo empirinės dalies metodika.



2.1 pav. **Magistro baigiamojo darbo empirinės dalies metodika**

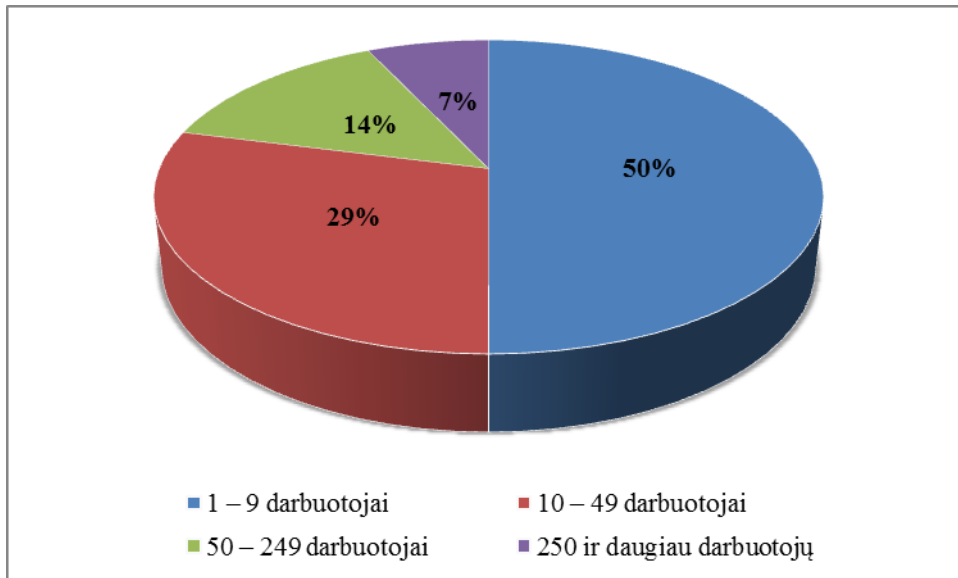
Šaltinis: sudaryta autorės.

Kaip jau buvo minėta 1.4 poskyryje, šio magistro baigiamojo darbo empirinis tyrimas susideda iš dviejų dalių – kiekybinio tyrimo (anketinės apklausos) ir kokybinio tyrimo (interviu). 2.1 ir 2.2 poskyriuose bus pateikiami ir aptariami gauti atliktų tyrimų rezultatai. Tiriamoji teritorija – Šiaulių rajonas.

### 2.1. Kiekybinio tyrimo rezultatai

Kiekybinis tyrimas buvo atliekamas rengiant Šiaulių rajono verslo įmonių anketinę apklausą. Anketos klausimais (žr. 4 priedą) siekta sužinoti apklausoje dalyvaujančių įmonių charakteristikas (1 - 5 klausimai), įmonių požiūrį į valstybės teikiamą paramą elektroniniam verslui (6 – 17 klausimai) bei paramos tobulinimo galimybes (18 klausimas). Pirmu klausimu buvo siekiama sužinoti kokio tipo įmonės dalyvauja apklausoje priklausomai nuo jų dydžio (žr. 2.2 pav.). Įmonės buvo suskirstytos į keturias grupes: 1 – 9 darbuotojai (mikroįmonė), 10 – 49 darbuotojai (smulki įmonė), 50 – 249 darbuotojai (vidutinė įmonė) ir 250 ir daugiau darbuotojų (stambi įmonė).

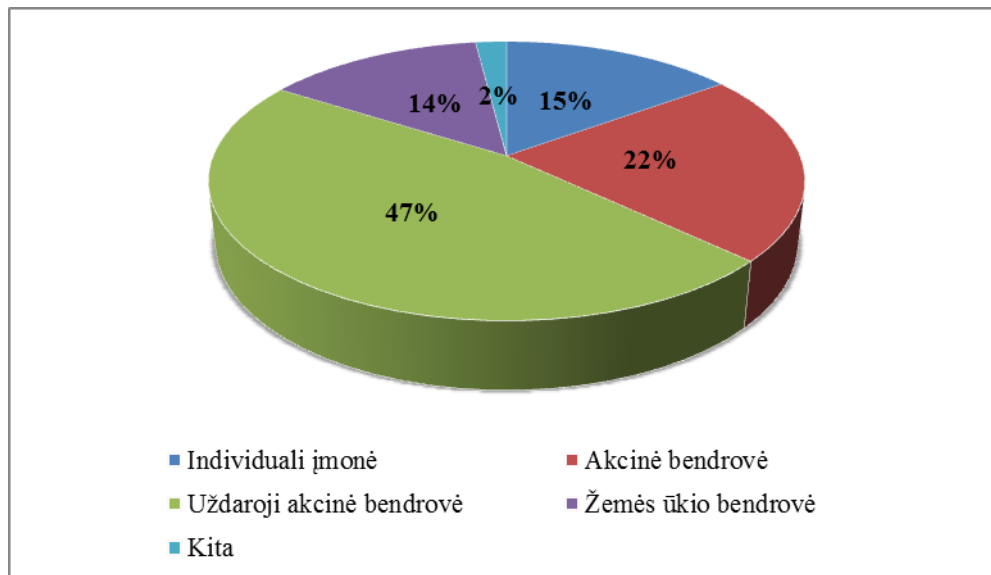




2.2 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių

Šaltinis: sudaryta autorės.

Daugiausiai apklausoje dalyvavo mikroįmonės tipo įmonių, t.y. jos sudarė 50% respondentų. 29% respondentų sudarė smulkios įmonės, 14% - vidutinės įmonės, 7% - stambios įmonės. Tokių rezultatų buvo galima tikėtis, kadangi didžiąją dalį šalies įmonių sudaro smulkaus ir vidutinio verslo įmonės. Antras anketos klausimas buvo skirtas sužinoti apklausoje dalyvaujančių įmonių tipui pagal valdymo formą (žr. 2.3 pav.).

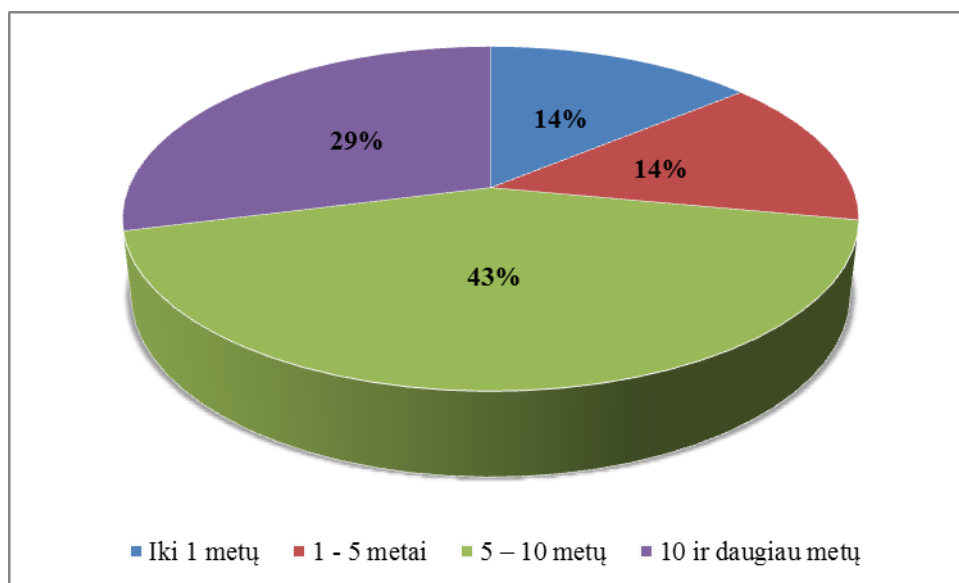


2.3 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal valdymo formą

Šaltinis: sudaryta autorės.

Kaip matyti iš 2.3 pav., didžiąją dalį apklausoje dalyvavusių įmonių sudarė uždarnosios akcinės bendrovės – 47%. 22% apklaustųjų sudarė akcinės bendrovės. Akcinės bendrovės bei uždarnosios akcinės bendrovės yra pačios populiariausios įmonių formos Lietuvoje, todėl atliktos apklausos rezultatai tik dar kartą tai patvirtina. Maždaug po lygiai, t.y. atitinkamai 14% ir 15% sudarė žemės ūkio bendrovės ir individualios įmonės.

Trečiuoju anketos klausimu buvo siekiama sužinoti respondentų gyvavimo rinkoje laikotarpį. Šis klausimas svarbus tuo, jog jis padeda sužinoti ar įmonės yra senos rinkos dalyvės, ar dar visai neseniai į ją įsiskverbusias. Tikėtina, kad seniau veikiančios įmonės yra konservatyvesnės elektroninio verslo atžvilgiu.

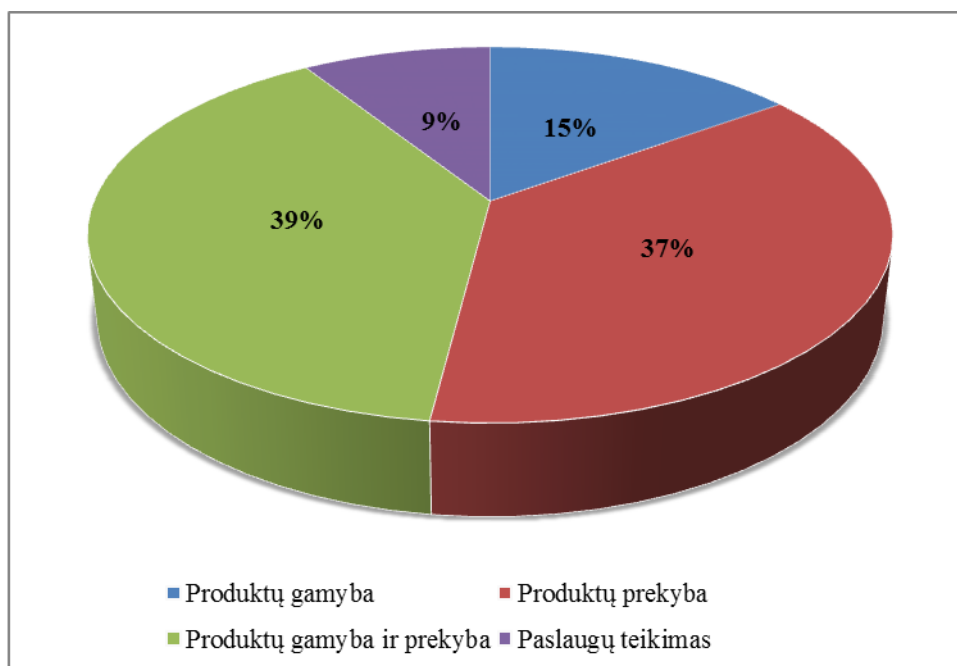


2.4 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal gyvavimo rinkoje laikotarpį

Šaltinis: sudaryta autorės.

Įmonių amžius buvo suskirstytas į keturias grupes: veikiančios iki 1 metų, veikiančios 1 – 5 metus, veikiančios 5 – 10 metų ir veikiančios 10 ir daugiau metų (žr. 2.4 pav.). Didžiausią dalį (43%) respondentų sudarė įmonės, kurios savo veiklą vykdo 5 – 10 metų. 29% sudarė įmonės rinkoje veikiančios 10 ir daugiau metų, o po 14% sudarė įmonės savo veiklą rinkoje vykdančios iki 1 metų ir nuo 1 iki 5 metų.

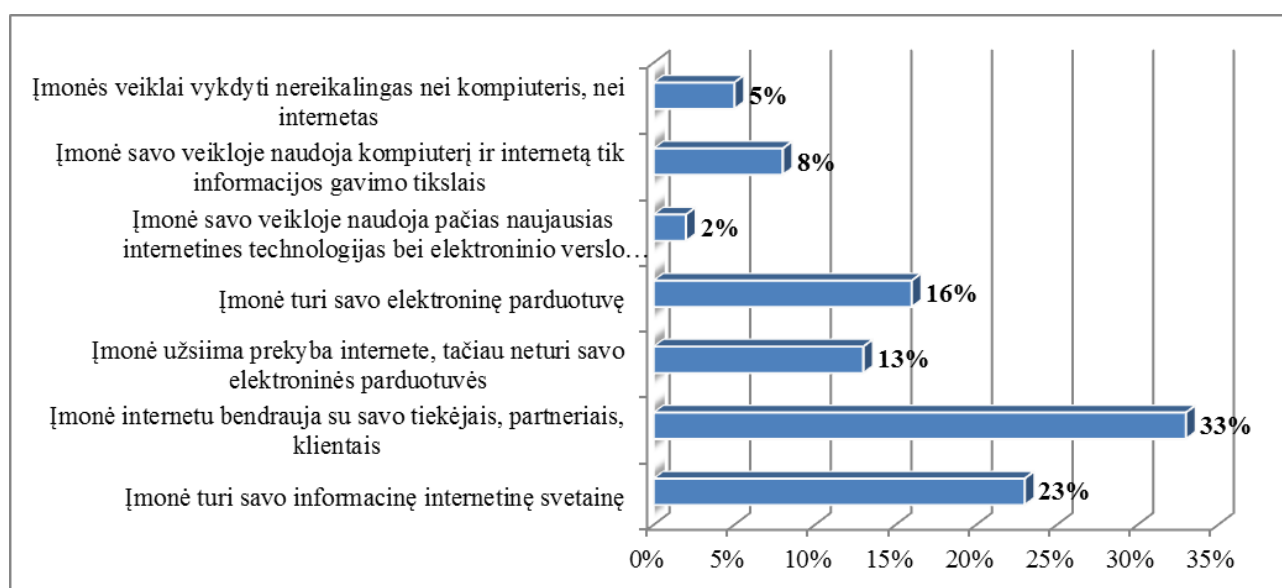
Ketvirtuoju klausimu buvo siekiama atskleisti respondentų vykdomos veiklos pobūdį. Įmonių buvo prašoma pasirinkti vieną iš galimų variantų arba įrašyti savo variantą (žr. 2.5 pav.).



2.5 pav. Įmonių pasiskirstymas pagal veiklos rūšį

Šaltinis: sudaryta autorės.

Daugiausiai respondentų savo veiklą apibūdina kaip produktų gamyba ir prekyba (39%) bei produktų prekyba (37%). Šie rezultatai leidžia daryti prielaidą, kad tokie respondentai yra arba gali būti elektroninės komercijos dalyviais. Kadangi elektroninė komercija yra elektroninio verslo dalis, valstybė savo parama turėtų skatinti jos paplitimą šalyje bei tarptautinėje rinkoje. Penktuoju anketos klausimu buvo siekiama sužinoti respondentų ryšį su informacinėmis technologijomis (žr. 2.6 pav.).



2.6 pav. Įmonių naudojimas informacinėmis technologijomis

Šaltinis: sudaryta autorės.

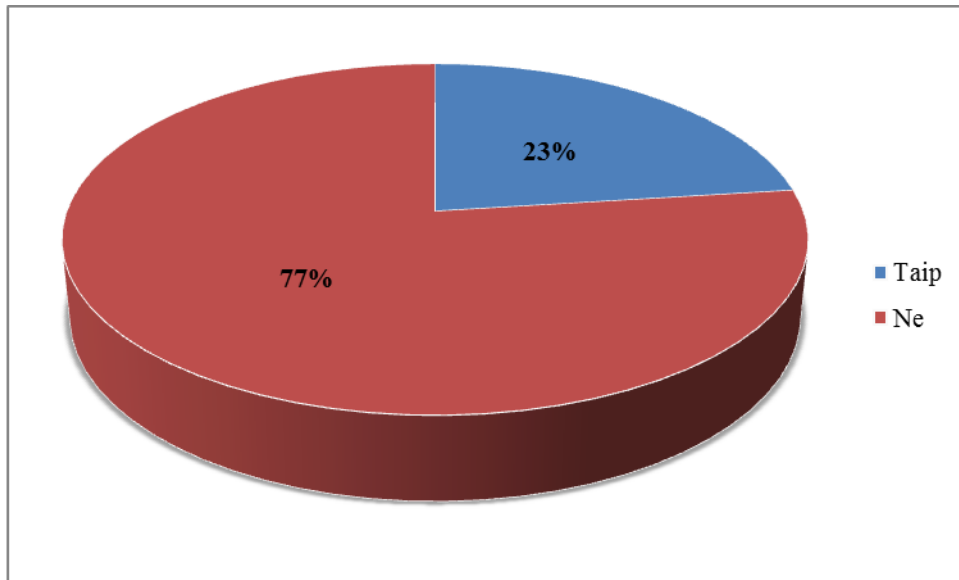
Didžiausia dalis respondentų šeštajame anketos klausime pažymėjo, jog „įmonė internetu bendrauja su savo tiekėjais, partneriais ar klientais“, t.y. 33%. Įmonės internete dažniausiai bendrauja elektroniniu paštu arba Skype programos pagalba. Nors daugiau nei pusė respondentų užsiima prekybine veikla, tačiau tik 16% jų turi savo elektronines parduotuves. Tai rodo, jog Šiaulių rajone šiuo metu dar yra mažai įmonių, kurios savo prekybinę veiklą perkelia į elektroninę erdvę. Taip pat galima pastebėti, kad tarp respondentų buvo tik 2% įmonių, kurios savo veikloje naudoja pačias naujausias internetines technologijas (pvz., debesų kompiuterija) bei elektroninio verslo valdymo sistemas. Tai rodo, jog rinkoje vis dar tebevyrauja įmonės, kurios savo veiklą vykdo tradiciškai, nediegiant įmonėse naujovių, kurios galėtų ne tik palengvinti įmonių darbą, bet ir padidinti darbo našumą bei veiklos efektyvumą.

Tarp respondentų pasitaikė 5% įmonių, kurios savo veikloje visiškai nenaudoja nei kompiuterio, nei interneto. Toks atsakymų patikimumas kelia abejonių, kadangi galima suabejoti ar įmanoma šiuolaikinėje visuomenėje ir verslo rinkoje išsilaikyti visiškai nenaudojant informacinių technologijų (dažniausiai įmonių buhalterija yra tvarkoma kompiuterinių programų pagalba). 23% respondentų šiame klausime pažymėjo, kad įmonė turi savo informacinę internetinę svetainę. Tai rodo, kad Šiaulių rajone tik nedidelė dalis įmonių yra orientuotos į verslo perkėlimą į elektroninę erdvę. Informacija apie įmonę internete dažnai padeda vartotojams patiems atrasti jiems reikalingą verslo subjektą, o įmonėms sulaukti naujų klientų.

Kaip jau buvo minėta, pirmieji penki anketos klausimai buvo skirti sužinoti apklausoje dalyvavusių respondentų charakteristikas. Apibendrinant šiuos klausimus galima teigti, kad anketinėje apklausoje daugiausiai respondentų sudarė mikroįmonių tipo įmonės, kuriose dirba 1 – 9 darbuotojai. Pagal valdymo formą, daugiausiai respondentų sudarė uždarnosios akcinės bendrovės, o pagal gyvavimo rinkoje laikotarpį – įmonės, kurioms yra 5 – 10 metų. Skirstant įmones pagal veiklos rūšį, didžiausia dalis respondentų savo veiklą apibūdino kaip produktų gamyba ir prekyba arba produktų prekyba. Tolimesni anketos klausimai yra tiesiogiai susiję su magistro baigiamojo darbo tema.

Norint pagrįsti arba paneigti išsikeltą pirmąją hipotezę, reikia apžvelgti tolimesnių klausimų rezultatus. Šeštuoju ir septintuoju anketos klausimais buvo siekiama sužinoti ar respondentai žino apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei apie kokias valstybės paramos formas jie yra girdėję (žr. 4 priedą). Pusė respondentų atsakė, kad žino apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai. Daugiausiai respondentai įvardijo tokias paramos formas kaip informacijos teikimas, seminarai bei parama iš ES struktūrinių fondų.

Aštuntasis anketos klausimas buvo skirtas sužinoti kiek respondentų yra pasinaudoję valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai (žr. 2.7 pav.).

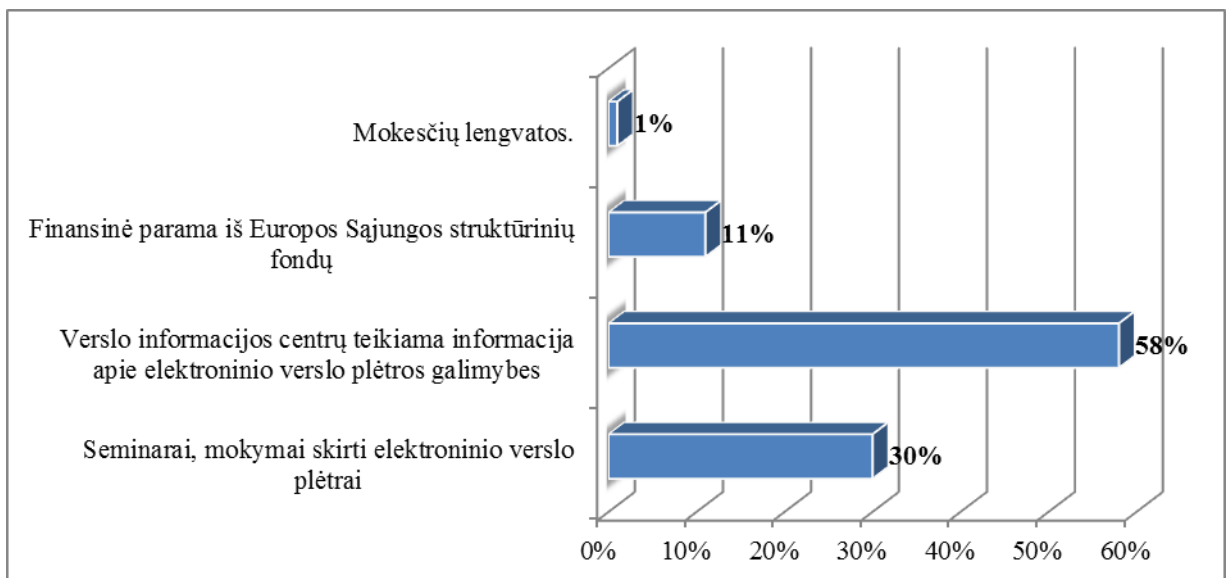


2.7 pav. Įmonės pasinaudojusios valstybės parama elektroninio verslo plėtrai

Šaltinis: sudaryta autorės.

Kaip matyti iš 2.7 pav., 77% respondentų iki šiol nėra pasinaudoję valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai ir tik 23% respondentų yra pasinaudoję tokio tipo parama. Tokie rezultatai rodo, kad Šiaulių rajono įmonės nėra linkusios plėtoti elektroninį verslą pasinaudojant valstybės teikiama parama. Galima daryti prielaidą, kad Šiaulių rajono įmonės yra labiau orientuotos į tradicinių verslų vystymą.

Devintuoju anketos klausimu buvo siekiama sužinoti kokiomis valstybės paramos formomis yra pasinaudoję respondentai, kurie į aštuntąjį anketos klausimą atsakė teigiamai.

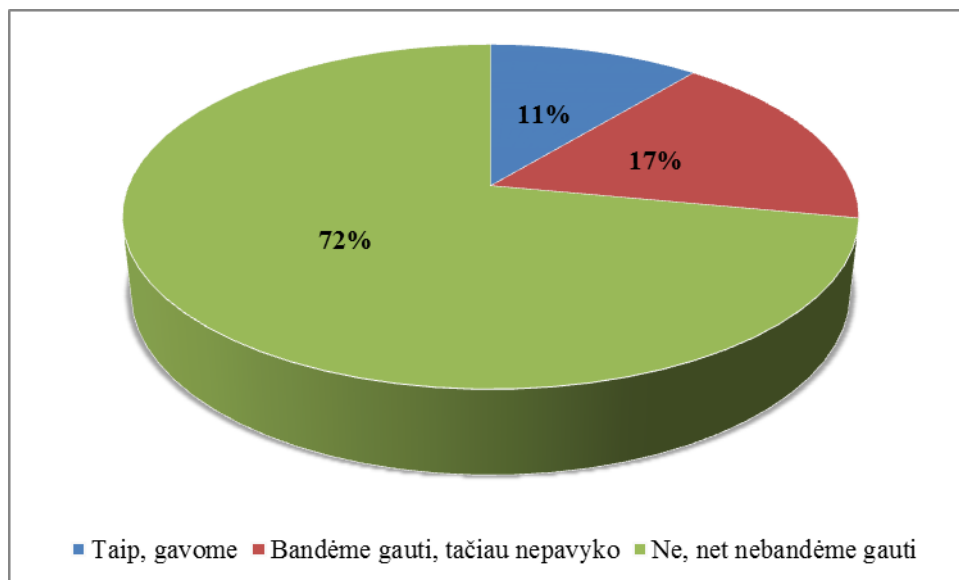


2.8 pav. Valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai formos, kuriomis yra pasinaudoję respondentai

Šaltinis: sudaryta autorės.

Iš 2.8 pav. matyti, kad respondentai, kurie teigė pasinaudoję valstybės parama elektroninio verslo plėtrai, daugiausiai naudojami verslo informacijos centrų teikiama informacija apie elektroninio verslo plėtros galimybes, t.y. 58% respondentų. Tai rodo, kad dalis Šiaulių rajono įmonių domisi elektroninio verslo plėtros galimybėmis ir ieško apie tai informacijos. Finansinė parama iš ES struktūrinių fondų bei mokymais, seminarais pasinaudojo atitinkamai 11% ir 30% respondentų. Nefinansinė parama elektroninio verslo plėtrai, t.y. seminarai, įvairūs mokymai, leidžia įmonių darbuotojams tobulintis norint dirbti elektroninio verslo rinkoje. Remiantis literatūros analize, finansinė parama įmonėms yra vienas svarbiausių faktorių, leidžiančių sėkmingai įgyvendinti projektus bei plėsti verslą. Norint kad tai įvyktų, finansinė parama turi būti panaudota tikslingai, siekiant užsibrėžtų tikslų.

Šio magistro baigiamojo darbo 1.3.2 skyrelyje buvo rašoma apie finansinę valstybės paramą elektroninio verslo plėtrai ir elektroninio verslo paramos priemonę „E-verslas LT“. Todėl dešimtas anketas klausimas buvo skirtas sužinoti ar respondentai žino apie tokią elektroninio verslo paramos priemonę, kuri Lietuvoje vykdoma nuo 2009 m. 44% respondentų atsakė, jog yra girdėję apie elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“, o 56% atsakė, kad nėra girdėję apie tokią paramos priemonę. Todėl vienuoliktą anketos klausimu buvo siekta sužinoti ar respondentai yra gavę finansinę paramą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“ (žr. 2.9 pav.).

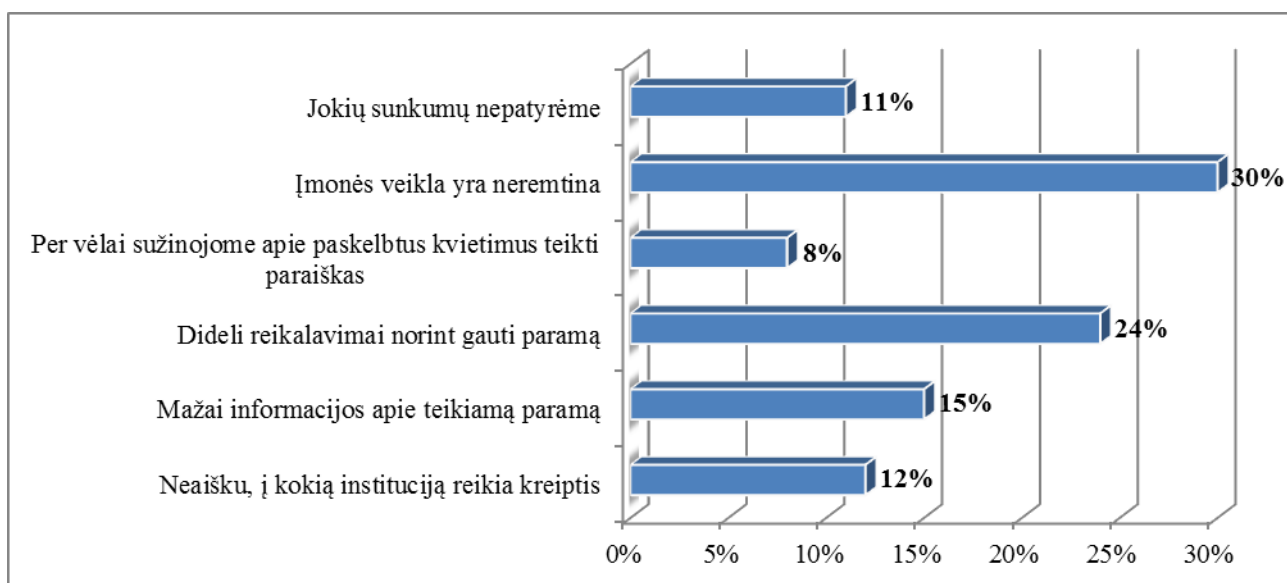


2.9 pav. Respondentų pasinaudojimas elektroninio verslo skatinimo priemone „E-verslas LT“

Šaltinis: sudaryta autorės.

Iš 2.9 pav. matyti, kad didžiausia dalis (72%) respondentų atsakė, jog nėra gavę finansinės paramos pagal priemonę „E-verslas LT“. Tai rodo, kad respondentai yra vienaip ar kitaip girdėję

apie elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“, tačiau retai pasiryžta pasinaudoti valstybės teikiama parama. Tik 11% respondentų atsakė, kad yra gavę finansavimą pagal priemonę „E-verslas LT“. Iš atsakymų į šį klausimą galima susidaryti nuomonę, kad Šiaulių rajono įmonės vangiai bando gauti valstybės paramą naujiems projektams įgyvendinti. 17% respondentų į klausimą atsakė, kad bandė gauti valstybės finansavimą pagal šią elektroninio verslo skatinimo priemonę, tačiau dėl tam tikrų priežasčių jiems nepavyko gauti paramos. Respondentų, kurie gavo arba bandė gauti finansavimą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“, toliau buvo klausta su kokiomis problemomis susidūrė bandant gauti finansavimą.



2.10 pav. Respondentų patirti sunkumai bandant gauti finansavimą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“

Šaltinis: sudaryta autorės.

Daugiausiai respondentų (30%) į dvyliktąjį anketos klausimą atsakė, kad įmonės veikla yra neremtiną, todėl jie negalėjo gauti finansavimo pagal pastarąją priemonę. Tai yra viena didžiausių problemų, su kuria susiduria įmonės norėdamos gauti valstybės paramą, kadangi dažnai tam tikros paramos priemonės yra sukurtos siauram įmonių ratui. Toks įmonių suskirstymas turi ir privalumų, ir trūkumų. Privalumas yra tai, kad finansinė parama yra skiriama toms įmonėms, kurioms, valstybės nuožiūra, parama yra reikalingiausia, o trūkumas – valstybės nuožiūra neretai gali būti klaidinga ir įmonės, kurioms iš tikrųjų parama yra labai reikalinga, tos paramos negauna.

24% respondentų į pastarąjį klausimą atsakė, kad vienas iš sunkumų bandant gauti paramą buvo dideli reikalavimai įmonėms. Įmonės turi turėti tam tikrus finansinius duomenis bei negali būti priskirtos sunkumų turinčioms įmonėms. Paraiškoms pagal priemonę „E-verslas LT“ yra taikomi ne tik tinkamumo, bet taip pat naudos ir kokybės vertinimo kriterijai. Jei projekto naudos ir kokybės

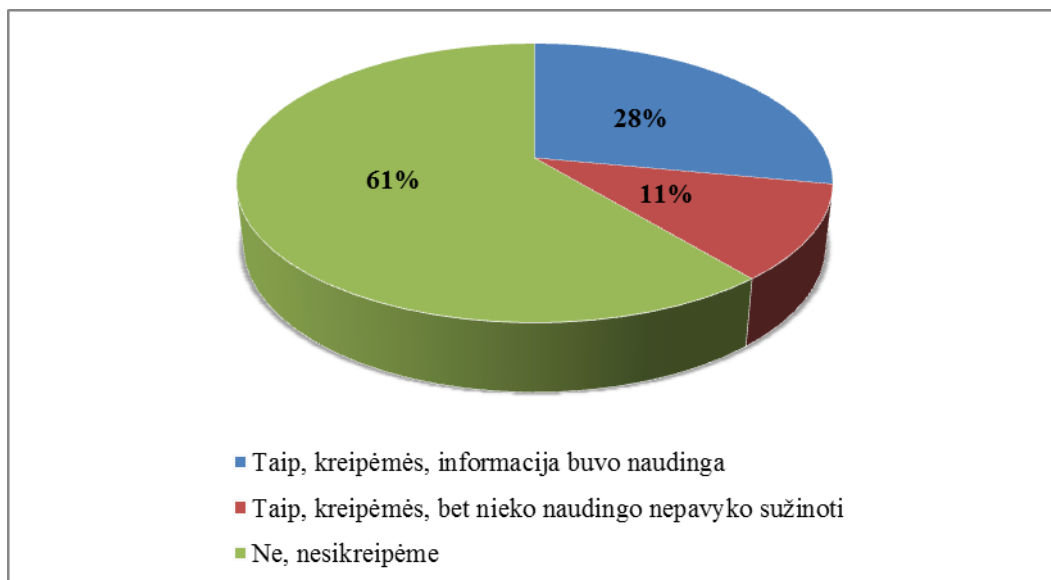
vertinimo metu projektui suteikiama mažiau kaip 30 balų, projektas nefinansuojamas. Daugiau balų skiriama projektams, kuriuose diegiami elektroninio verslo sprendimai, siejantys kuo daugiau vidinių įmonės procesų, projektams, didinantiems produkcijos, priskirtinos aukštųjų ar vidutiniškai aukštų technologijų sektoriams, eksportą, projektams, kuriuos įgyvendinant bus sukurta naujų ir/ar išsaugotos esamos darbo vietos. Dažnai įmonės net nebando gauti finansavimo dėl vėlesnių įsipareigojimų, kuriuos turi įvykdyti finansavimą gavusi įmonė. Būtina sąlyga įmonėms, ketinančioms pasinaudoti parama pagal priemonę „E-verslas LT“ – įsipareigoti ir pasiekti rodiklius: eksportas ir apyvarta nuo projekto pradžios iki 3 metų po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 15 procentų, darbo našumo per 3 metus po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 30 procentų.

Dalis respondentų (15%) į klausimą atsakė, kad sunkumas, su kuriuo jie susidūrė bandant gauti finansavimą – tai informacijos apie finansavimo priemonę stoka. Informacija apie finansavimo priemonės dažnai yra skelbiama tik atitinkamų institucijų puslapiuose, o žiniasklaidoje šios informacijos nepakanka. Dėl to verslininkai gali tiesiog praleisti kvietimus, kurie kviečia gauti finansavimą. 8% respondentų atsakė, kad per vėlai sužinojo apie paskelbtus kvietimus teikti paraiškas finansavimui gauti. Tai rodo, kad valstybė turėtų geriau informuoti visuomenę apie skelbiamus kvietimus teikti paraiškas finansavimui gauti. Informacija apie skelbiamus kvietimus teikti paraiškas finansavimui gauti turėtų būti skelbiama viešoje erdvėje, kad nereikėtų jos ieškoti patiems verslininkams. Valstybė turėtų būti suinteresuota, kad jos įmonės gautų kuo didesnę paramą tam, kad verslas šalyje plėtotųsi, o tai sukurtų naujų darbo vietų, gerintų šalies ekonomikos rodiklius, sukurtų didesnę bendrąją vidaus produktą.

Tryliktas anketos klausimas respondentų klausė apie elektroninio verslo sąlygų pagerinimą gavus finansinę paramą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“. 78% respondentų atsakė, kad gautas finansavimas pagal pastarąją priemonę pagerino jų verslo sąlygas, 19% atsakė, kad pagerino tik iš dalies ir 3% atsakė, jog visiškai nepagerino. Tokie rezultatai rodo, kad valstybės parama elektroniniam verslui yra labai naudinga ir reikalinga. Įmonės norėdamos įgyvendinti tam tikrus projektus, reikalaujančius specialių žinių, įgūdžių ar technologijų, susiduria su daugeliu problemų. Todėl gautas finansavimas gali padėti įgyvendinti projektus, kurie sukuria papildomas darbo vietas įmonėse, padeda įmonėms įsilieti į tarptautinę rinką arba tapti konkurencingesnėms.

Kadangi valstybės parama elektroniniam verslui gali būti ne tik finansinė, bet ir nefinansinė, respondentų buvo klausta ar jie kada nors yra kreipęsi į Šiaulių rajono verslo informacijos centrą norėdami gauti informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes ir valstybės teikiamą paramą (žr. 2.11 pav.).





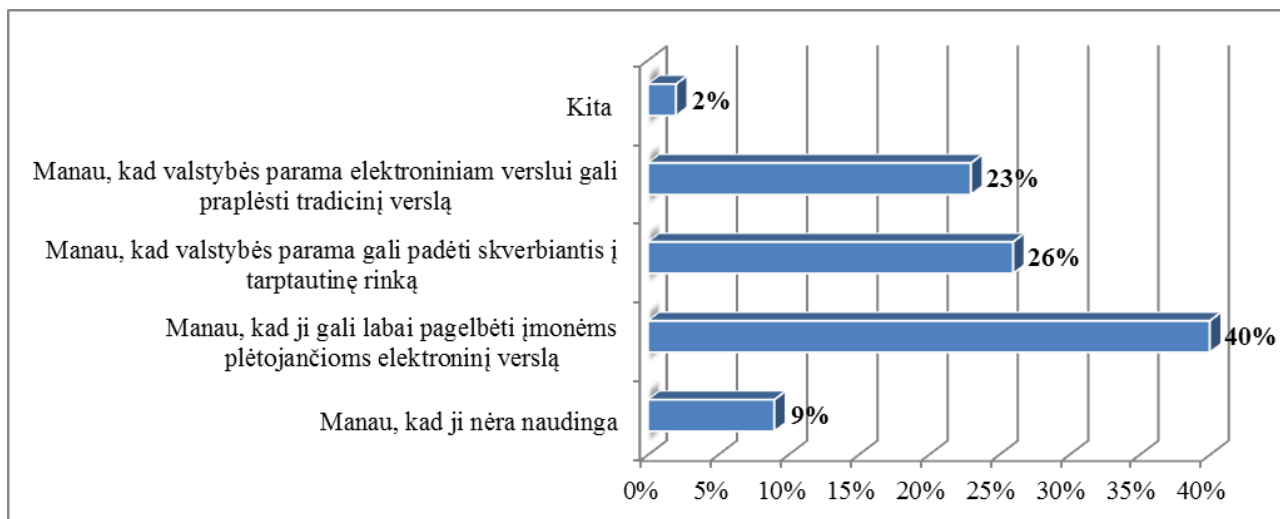
2.11 pav. **Respondentų kreipimasis į Šiaulių rajono verslo informacijos centrą dėl elektroninio verslo plėtros galimybių ir valstybės teikiamos paramos**

Šaltinis: sudaryta autorės.

Kaip matyti iš 2.11 pav., daugiausiai respondentų, t.y. 61%, į keturioliką anketos klausimą atsakė, kad niekada nėra kreipęsi informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes ir valstybės paramą į Šiaulių rajono verslo informacijos centrą. Daugelis Šiaulių rajono įmonių nėra linkusios naudotis Šiaulių rajono verslo informacijos centro paslaugomis, kadangi centras yra įsikūręs Kuršėnų mieste, o tai nėra patogiu kituose tolimesniuose miestuose, miesteliuose ir kaimuose įsikūrusioms įmonėms. 39% respondentų atsakė, kad kreipėsi informacijos į Šiaulių rajono verslo informacijos centrą – vieniems suteikta informacija apie elektroninio verslo plėtros ir paramos galimybes pasirodė naudinga, kitiems ne.

Penkioliktu anketos klausimu buvo siekiama sužinoti ar respondentai ketina ateityje pasinaudoti valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai. 50% respondentų atsakė, kad artimiausiu metu neketina pasinaudoti valstybės teikiama parama, nes nežino kokią paramą šiuo metu suteikia valstybė elektroninio verslo plėtrai. 11% respondentų atsakė, kad neketina, nes jų nedomina elektroninio verslo plėtra jų įmonėse. 39% respondentų ketina artimiausiu metu pasinaudoti valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai. Tokie rezultatai rodo, kad dalis Šiaulių rajono įmonių yra nenovatoriškos bei nelinkusios diegti naujovių savo veikloje. Toks subjektų požiūris į paramą elektroniniam verslui bei į patį elektroninį verslą ateityje įmones gali paversti nekonkurencingomis, kadangi į rinką kasdien įsilieja naujų, vartotojams patrauklesnių įmonių, kurios gali pasiūlyti kokybiškesnes paslaugas ar produktus.

Šešioliktas anketos klausimas respondentų klausė jų nuomonės apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai (žr. 2.12 pav.).

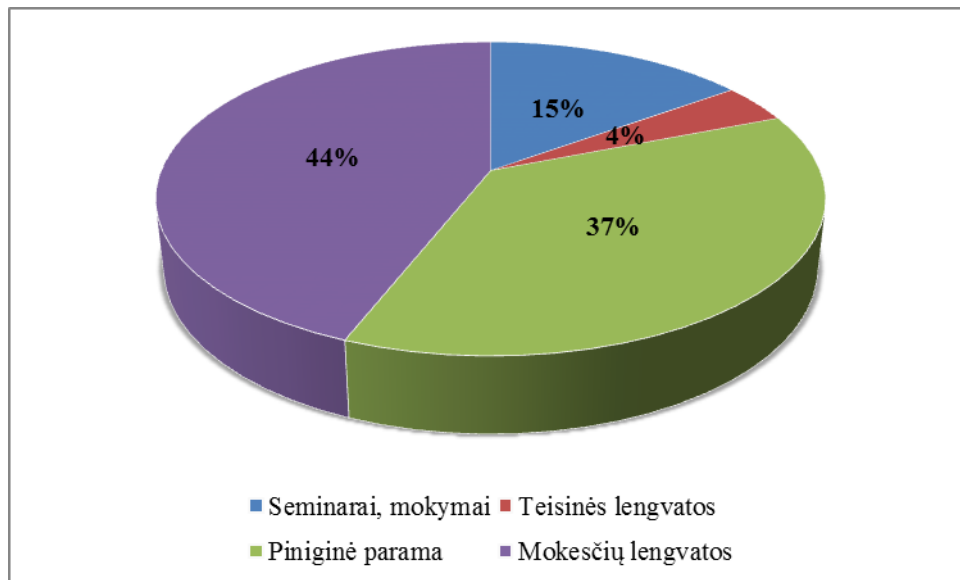


2.12 pav. Respondentų nuomonė apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai

Šaltinis: sudaryta autorės.

Į šešioliką anketos klausimą daugiausiai respondentų, t.y. 40%, atsakė, kad valstybės parama gali labai pagelbėti įmonėms plėtojantioms elektroninį verslą. Valstybės parama, tiek finansinė, tiek nefinansinė, suteikia galimybę įmonėms praplėsti arba patobulinti, atnaujinti bei modernizuoti savo veiklą. 26% respondentų mano, kad valstybės parama gali padėti įmonėms skverbiantis į tarptautinę rinką. Labiau ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse, kur internetas ir pats elektroninis verslas egzistuoja ilgiau nei Lietuvoje, pastarasis yra labiau išsiplėtojęs, todėl Lietuvos įmonėms, bandančioms įsilieti į tarptautinę rinką, dažnai iškyla įvairių sunkumų. Daugelis Lietuvos verslininkų neturi pakankamai žinių, įgūdžių arba technologijų, kurie palengvintų ir padėtų įmonėms dirbti tarptautinėje rinkoje. Todėl būtent valstybės parama, tiek finansinė, tiek nefinansinė, gali padėti verslininkams sėkmingai dirbti globaliu mastu. 23% respondentų mano, kad valstybės parama elektroniniam verslui gali praplėsti tradicinį verslą. Naujausios technologijos naudojamos įmonių veikloje gali pagerinti tradicinio verslo sąlygas, pagerindamos bendravimą su klientais ir tiekėjais. Tik 9% respondentų atsakė, kad valstybės parama elektroniniam verslui nėra naudinga. Tokie rezultatai rodo, kad valstybės parama elektroninio verslo plėtrai yra labai naudinga ir reikalinga, kadangi tai gali padėti sėkmingai vystyti verslą.

Septynioliktu anketos klausimu buvo siekiama sužinoti kokių valstybės paramos priemonių daugiausiai reikia respondentams (žr. 2.13 pav.).

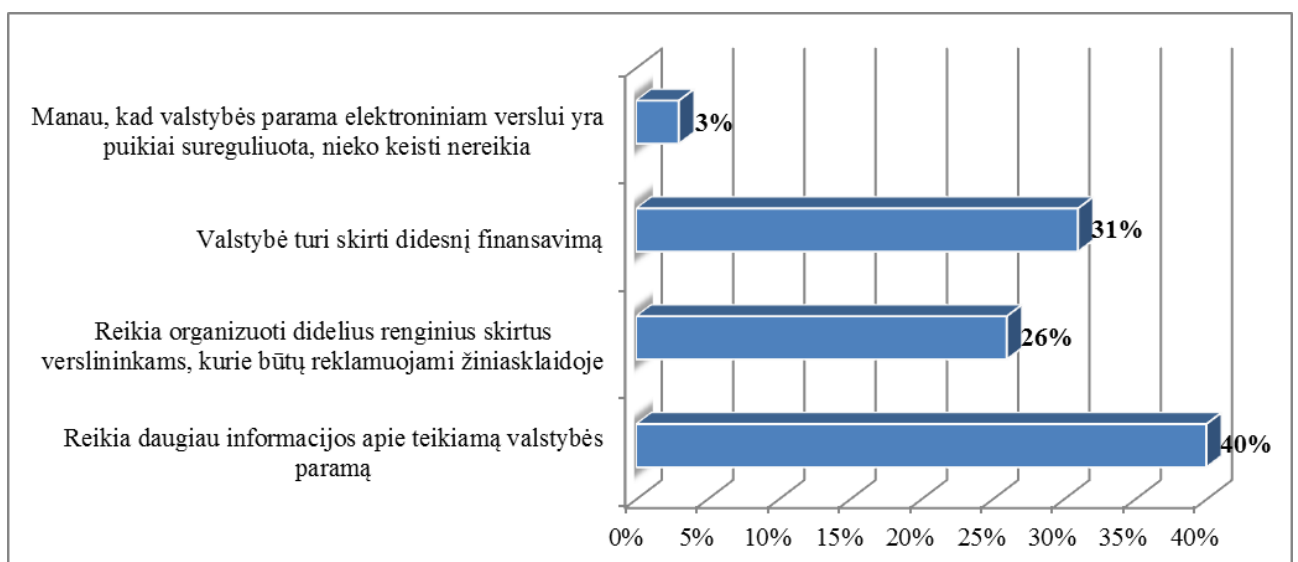


2.13 pav. Respondentų pasirinktos valstybės paramos priemonės elektroninio verslo plėtrai

Šaltinis: sudaryta autorės.

Daugiausiai respondentų mano, kad reikalingiausios valstybės paramos elektroniniam verslui priemonės yra mokesčių lengvatos ir piniginė parama, atitinkamai 44% ir 37%. Šios paramos priemonės yra priskiriamos finansinei paramai, todėl galima teigti, kad finansinė valstybės parama įmonėms yra daug reikalingesnė nei nefinansinė valstybės parama.

Aštuonioliktas anketos klausimas buvo skirtas sužinoti respondentų nuomonę kaip būtų galima patobulinti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai.



2.14 pav. Valstybės teikiamos paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimas

Šaltinis: sudaryta autorės.

Iš 2.14 pav. matyti, kad didžiausia dalis respondentų (40%) atsakė, kad reikia daugiau informacijos apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai. Tai tik patvirtina prieš tai buvusių klausimų rezultatus. Viešojoje erdvėje dažnai pasirodanti informacija apie valstybės teikiamą paramą elektroniniam verslui paskatintų verslininkus pasidomėti šia parama ir galbūt pabandyti ją pasinaudoti. 31% respondentų atsakė, kad valstybė turi skirti didesnę finansavimą. Didesnis finansavimas įmonėms suteiktų galimybes įgyvendinti įvairius projektus, kurie pagerintų jų veiklos sąlygas bei padėtų tapti konkurencingesnėmis. Dalis respondentų (26%) mano, kad reikia organizuoti renginius skirtus verslininkams, kurie būtų viešai ir daug reklamuojami, kurie kvieštų verslininkus susipažinti su verslo naujovėmis, elektroninio verslo plėtros galimybėmis bei valstybės tam teikiama parama.

**Kiekybinio tyrimo apibendrinimas.** Apibendrinant kiekybinio tyrimo rezultatus galima teigti, kad dalis Šiaulių rajono įmonių nesidomi elektroninio verslo plėtros galimybėmis bei valstybės teikiama parama tai plėtrai organizuoti. Daugelis respondentų net nežino apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai, o to pasekoje – nėra ja nė karto pasinaudoję. Daugiausiai apklausoje dalyvavusių respondentų buvo smulkios ir vidutinės įmonės, kurios rinkoje savo veiklą vykdo ilgiau nei penkerius metus. Valstybė didžiausią dėmesį skiria smulkių ir vidutinių įmonių rėmimui, todėl galima teigti, kad Šiaulių rajono verslininkai per mažai domisi bei naudojami valstybės teikiama parama elektroniniam verslui. Remiantis atliktos anketinės apklausos rezultatais, galima patvirtinti tyrimo pradžioje išsikeltą hipotezę - Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojami valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai.

## 2.2. Kokybinio tyrimo rezultatai

Kokybinis tyrimas buvo atliekamas interviu metodu. Interviu iš Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro direktorės K. Duseikaitės buvo imamas 2012 m. vasario mėn. 28 d. Interviu truko apie vieną valandą laiko. Tyrimui atlikti pasirinktas standartizuotas interviu, kadangi tokio interviu metu standartizuotos procedūros padeda tyrėjui kontroliuoti apklausos sąlygas ir eigą, gretinti ir palyginti gautus rezultatus. Interviu metu respondentei pateikti 10 klausimų. Interviu metodas pasirinktas kaip papildomas metodas išsamesnei informacijai gauti kartu su anketavimu. Ši tyrimo dalis negali būti vertinama kaip savarankiškas tyrimas, o skirtas kiekybinio tyrimo rezultatams validuoti.

Pirmasis interviu klausimas skirtas sužinoti ar Šiaulių rajono verslo informacijos centre galima gauti informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes. Respondentė atsakė, kad Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centre įmonės ir fiziniai asmenys gali gauti

informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes. Centras teikia informaciją apie elektroninio verslo plėtros privalumus, skatina naujų technologijų ir mokslo naujovių diegimą versle, propaguoja pažangias ekonomines idėjas.

Antruoju klausimu siekta sužinoti ar dažnai įmonės kreipiasi į Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centrą, norėdamos gauti informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes. Respondentė atsakė, kad Šiaulių rajono įmonės itin retai kreipiasi į centrą norėdamos gauti informacijos, susijusios su elektroninio verslo plėtra. Tai tik patvirtina kiekybinio tyrimo rezultatus – Šiaulių rajono įmonės vangiai domisi elektroninio verslo plėtra.

Trečiasis ir ketvirtasis interviu klausimai buvo skirti sužinoti ar Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centras skatina elektroninio verslo plėtrą rajone bei kokiomis priemonėmis tai atlieka. Respondentė atsakė, kad Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centras skatina elektroninio verslo plėtrą rajone. Centras tai daro konsultuojant įmones bei fizinius asmenis elektroninio verslo plėtros ir paramos klausimais. Konsultacijos vyksta centre arba elektroninėmis priemonėmis.

Penktasis interviu klausimas respondentės klausė ar Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centre yra organizuojami renginiai, seminarai, mokymai skirti elektroninio verslo plėtrai skatinti. Respondentė atsakė, kad tokie renginiai, seminarai ar mokymai skirti elektroninio verslo plėtrai skatinti nėra organizuojami. Tai rodo, kad valstybinės įstaigos per mažai skiria dėmesio elektroninio verslo plėtros skatinimui.

Šeštuoju klausimu buvo siekiama sužinoti ar centras teikia informaciją apie finansinę paramą elektroniniam verslui. Respondentė atsakė, kad centras teikia informaciją apie valstybės teikiamą finansinę paramą elektroniniam verslui skatinti, tačiau įmonės labai retai kreipėsi į centrą norėdamos gauti tokios informacijos. Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centre buvo galima sužinoti apie elektroninio verslo plėtros skatinimo priemonę „E-verslas“, tačiau šia finansavimo priemone visų kvietimų metu susidomėjo tik penkios Šiaulių rajono įmonės. Tai vėlgi rodo Šiaulių rajono įmonių neaktyvumą bandant gauti finansavimą, kuris galėtų pagerinti verslo sąlygas.

Dešimtas interviu klausimas klausė respondentės jos asmeninės nuomonės apie Šiaulių rajono verslo įmones ir jų susidomėjimą elektroninio verslo plėtra. Respondentė sakė, jog „puiku, kad įmonės žengia koją kojon su šiuolaikinėmis technologijomis ir savo klientams gali pasiūlyti papildomų paslaugų“.

**Kokybinio tyrimo apibendrinimas.** Apibendrinant interviu galima teigti, kad interviu metu atsakymai į klausimus nebuvo labai išsamūs, tačiau galima susidaryti nuomonę, kad Šiaulių rajono įmonės yra nelinkusios kreiptis į centrą informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes bei valstybės teikiamą paramą elektroniniam verslui. Tačiau taip pat galima teigti, kad

valstybės įstaigos per mažai informuoja įmones apie savo teikiamą informaciją. Atlikus kokybinį tyrimą galima patvirtinti kiekybinio tyrimo rezultatus bei abi išsikeltas hipotezes:

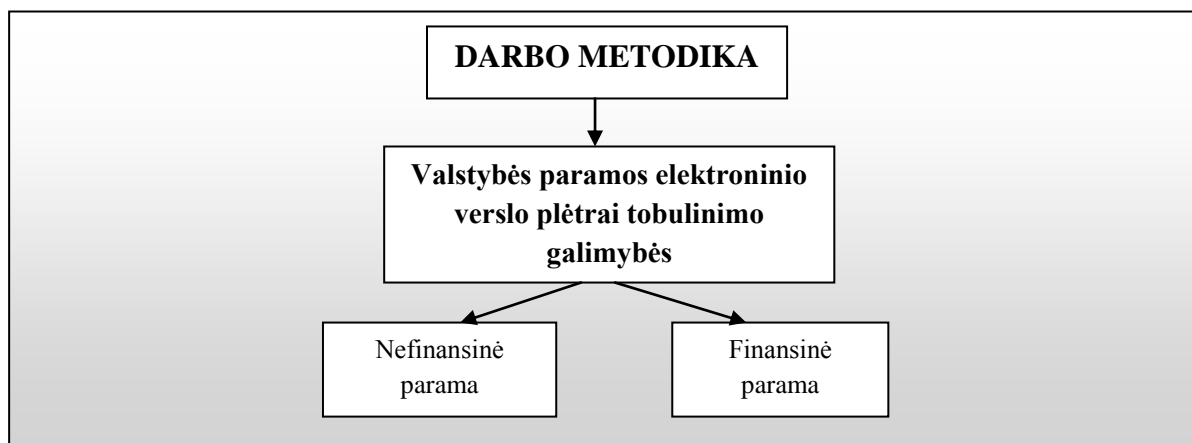
1. Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojami valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai.

2. Valstybinės įstaigos nepakankamai informuoja verslininkus apie teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai.

Atlikus literatūros apžvalgą bei empirinį tyrimą, matyti, jog valstybės parama elektroninio verslo plėtrai nėra gerai sureguliuota ir reikalauja tobulinimo. Todėl kitame skyriuje bus pateikiamos valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gairės.

### 3. VALSTYBĖS PARAMOS ELEKTRONINIO VERSLO PLĖTRAI TOBULINIMO GAIRĖS

Remiantis atlikta mokslinės literatūros apžvalga bei empirinio tyrimo rezultatais, galima teigti, kad valstybės parama elektroninio verslo plėtrai nėra gerai sureguliuota ir reikalauja tobulinimo. Šiame magistro baigiamojo darbo skyriuje bus pateikiamos galimos valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gairės (žr. 3.1 pav.).



3.1 pav. Magistro baigiamojo darbo trečiosios dalies metodika

Šaltinis: sudaryta autorės.

Nefinansinės valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gairės:

- *seminarai verslininkams.* Valstybinės įstaigos turėtų organizuoti seminarus verslininkams, kuriuose būtų kalbama apie elektroninio verslo privalumus, jo suteikiamas verslo plėtros galimybes, remiantis pavyzdžiais. Verslininkai turėtų būti informuojami, kad elektroninis verslas gali padėti jų įmonėms įeiti į tarptautinę rinką, sumažinti veiklos kaštus bei padidinti veiklos pelningumą. Stagnatiškas verslo vykdymas ateityje gali sužlugdyti daugelį tokių veiklų, todėl verslininkai turėtų stengtis įsiliesti į informacinės visuomenės formavimą šalyje. Taip įmonės būtų skatinamos diegti informacines technologijas savo veikloje, kas paskatintų elektroninio verslo plėtrą šalyje. Tokie seminarai turėtų būti organizuojami ne tik didžiuosiuose šalies miestuose, tačiau ir rajonuose, kadangi iš atlikto tyrimo matyti, jog rajono verslininkai dažnai nežino apie elektroninio verslo teikiamus privalumus.

- *mokymai darbuotojams.* Smulkios ir vidutinės įmonės dažnai neturi lėšų apmokyti savo darbuotojus dirbti su naujausiomis informacinėmis technologijomis bei technika. Todėl valstybė turėtų organizuoti tokius mokymus, arba juos kompensuoti, kuriuose įmonių darbuotojai galėtų pasisemti atitinkamų žinių ar įgyti tam tikrų įgūdžių darbui su informacinėmis technologijomis.

Tokie darbuotojai ne tik būtų labiau vertinami darbdavių, bet ir lengviau galėtų judėti darbo rinkoje. Įmonės turėdamos kvalifikuotų darbuotojų, mokančių dirbti su informacinėmis technologijomis, lengviau pasirūžtų savo veikloje diegti informacines technologijas bei pradėti arba plėsti elektroninį verslą.

- *politiniai sprendimai.* Valstybės politika turi būti orientuota į verslininkų bei visos visuomenės skatinimą naudotis informacinėmis technologijomis. Politiniai sprendimai turi skatinti elektroninio verslo plėtrą, kadangi tai gali būti naudinga ne tik verslininkams, bet ir pačiai valstybei. Valstybės atstovai turi priimti atitinkamus sprendimus palengvinančius elektroninio verslo vystymą šalyje.

- *teisinės lengvatos.* Elektroninio verslo įmonės arba įmonės, kurios nori papildomai užsiimti elektroniniu verslu galėtų sulaukti įvairių teisinių lengvatų, kurios padėtų elektroninio verslo plėtrai. Teisinės lengvatos padėtų lengviau įsisteigti įmonėms užsiimančioms elektroniniu verslu.

- *informacijos sklaida.* Atliktas tyrimas parodė, kad informacijos stoka apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai yra vienas svarbiausių rodiklių, kuris įtakojo įmonių pasinaudojimą parama. Valstybinių įstaigų internetiniai portalai nesulaukia didelio verslininkų susidomėjimo. Todėl apie valstybės teikiamą nefinansinę paramą, organizuojamus seminarus ar mokymus verslininkai turėtų būti informuojami per viešąsias žiniasklaidos priemones (televizijos, radijo reklamos, informacija populiariausiuose internetiniuose portaluose) arba informuojant juos asmeniškai.

Finansinės valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gairės:

- *mokesčių lengvatos.* Iš atlikto tyrimo matyti, kad ši valstybės paramos verslui priemonė respondentams atrodė svarbiausia lyginant su kitomis priemonėmis (seminarai, mokymai, teisinės lengvatos, piniginė parama). Valstybės atstovų sukurtos ir patvirtintos mokesčių lengvatos elektroniniam verslui leistų jam plėstis ne tik šalies viduje, bet ir tarptautinėje rinkoje. Įmonės galėtų mokėti mažesnius mokesčius, o tai lemtų didesnę įmonių veiklos pelningumą. Didesnis įmonės pelnas leistų panaudoti lėšas tolimesnei elektroninio verslo plėtrai, veikloje diegiant naujas informacines technologijas ir taip sėkmingai konkuruojant ne tik su šalies, bet ir su užsienio konkurentais. Tai ypač svarbu smulkioms ir vidutinėms įmonėms, kadangi jos turi mažiau apyvartinių lėšų, kurios leistų ne tik plėsti, bet ir tobulinti įmonės veiklos procesus.

- *informacijos sklaida.* Informacija apie valstybės skiriamą finansinę paramą elektroniniam verslui taip pat turėtų būti skelbiama per įvairias žiniasklaidos priemones. Kvietimų laikotarpis teikti paraiškas finansavimui gauti yra apribotas, todėl verslininkai dažnai nespėja pateikti paraiškų dėl per vėlai pamatytos informacijos apie teikiamą valstybės paramą.



- *pagalba teikiant paraiškas finansavimui gauti.* Įmonės neretai susiduria su paraiškų finansavimui gauti pildymo ir pateikimo sunkumais, todėl jos atsisako bandyti gauti finansinę paramą. Paraiškų pildymas ir pateikimas turėtų būti paprastesnis (bent jau pirmuose etapuose), kad įmonės nebijotų bandyti gauti finansinę paramą.

- *mažesni reikalavimai gavus ir panaudojus paramą.* Verslininkus dažnai išgąsdina dideli reikalavimai, kurie yra nustatyti gavus ir panaudojus suteiktą finansinę paramą. Kaip jau buvo minėta 1.3.2 skyrelyje, įmonės gavusios finansinę paramą iš ES struktūrinių fondų privalo prisiimti tokius įsipareigojimus: eksportas ir apyvarta nuo projekto pradžios iki 3 metų po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 15 procentų, darbo našumo per 3 metus po projekto įgyvendinimo turi padidėti mažiausiai 30 procentų. Tokie įsipareigojimai sustabdo daugelį verslininkų nuo bandymo gauti finansinę paramą, nes jie nėra garantuoti galėsiantys pasiekti tokius rodiklius.

Apibendrinant galima teigti, kad tiek nefinansinės valstybės paramos, tiek finansinės valstybės paramos priemonės elektroninio verslo plėtrai reikalauja tobulinimo. Tačiau abiejoms valstybės paramos rūšims yra būdinga viena tobulinimo kryptis – tai informacijos sklaidos didinimas. Informacijos apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai trūkumas neleidžia verslininkams ja tinkamai pasinaudoti. Informacija turėtų būti pateikiama per įvairias žiniasklaidos priemones, kad kuo daugiau verslininkų išgirstų apie valstybės teikiamą paramą. Valstybė taip pat turi ne tik teikti paramą elektroniniam verslui, tačiau skatinti įmones savo veikloje diegti informacines technologijas, taip atnaujinant bei tobulinant savo vykdomą veiklą.

## IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Šio magistro baigiamojo darbo tikslas – išanalizuoti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei pateikti jos tobulinimo galimybes. Tikslas buvo pasiektas įgyvendinus darbo uždavinius: išnagrinėjus mokslinę literatūrą, išskirti pagrindines valstybės paramos teikiamos elektroninio verslo plėtrai priemones; atlikus tyrimą išsiaiškinti verslininkų bei valstybės atstovų požiūrį į valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai; remiantis atliktu tyrimu, pateikti valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gaires. Išanalizavus literatūrą bei atlikus kiekybinį ir kokybinį tyrimus, galima daryti tokias *išvadas*:

1. Valstybės parama elektroninio verslo plėtrai gali būti suskaidyta į dvi pagrindines dalis – finansinę ir nefinansinę valstybės paramą. Nefinansinė valstybės parama apima viešąsias paslaugas, teisinės lengvatas ir politinius sprendimus. Finansinė valstybės parama – tai Europos Sąjungos struktūrinių fondų, regioninių bei savivaldybių fondų išmokos, mikrokreditai, garantijos, mokesčių lengvatos ir darbo biržos vykdomos programos. Magistro baigiamajame darbe valstybės parama elektroninio verslo plėtrai teoriniu aspektu analizuota Lietuvos mastu, aprašytos Lietuvoje naudojamos valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai priemonės. Finansinė valstybės parama elektroninio verslo plėtrai Lietuvos įmonėms buvo teikiama iš ES struktūrinių fondų pagal finansavimo priemonę „E-verslas LT“. Buvo paskelbti trys kvietimai teikti paraiškas finansavimui gauti. Iš viso įmonėms, plėtojančioms elektroninį verslą, suteikta 60,4 mln. Lt paramos. Mokesčių lengvatos – tai dar viena finansinės valstybės paramos verslui priemonė. Mokesčių lengvatų skirtų tik elektroniniam verslui Lietuvoje nėra, tačiau įmonės, kurios užsiima elektroniniu verslu, gali pretenduoti į pelno mokesčio lengvatą, jei jos investuoja į mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą. 2001 – 2007 m. Lietuvoje buvo vykdomos įvairios iniciatyvos (nefinansinė valstybės parama), skirtos skatinti elektroninio verslo plėtrą šalyje. Smulkioms ir vidutinėms įmonėms organizuoti mokymai apie elektroninį verslą bei teikiamos praktinės konsultacijos, kuriant naujus įmonių interneto tinklalapius. Parengta elektroninio verslo praktinio vadovo verslininkams elektroninė versija, kurio tikslas – sudominti verslininkus elektroninio verslo galimybėmis, suteikiant jiems praktinės informacijos apie pagrindinius elektroninio verslo žingsnius nuo koncepcijos suformulavimo, savo galimybių įvertinimo iki verslo elektroninėje erdvėje pradžios. Sukurta metodinė medžiaga, kurioje buvo pristatoma elektroninio verslo samprata, modeliai ir galimybės, kurias teikia elektroninis verslas, rinkodaros galimybės elektroniniame versle, elektroninės prekybos procesai, internetinių svetainių kūrimas ir investicijų į elektroninį verslą įvertinimas.

2. Empirinė magistro baigiamojo darbo dalis susidėjo iš dviejų dalių – kiekybinio ir kokybinio tyrimų. Kiekybinis tyrimas buvo atliekamas internetinės apklausos metodu, o kokybinis

tyrimas – interviu metodu. Interviu metodas pasirinktas kaip papildomas metodas išsamesnei informacijai gauti kartu su anketavimu. Ši tyrimo dalis dėl savo ribotumo negali būti vertinama kaip savarankiškas tyrimas, o skirtas kiekybinio tyrimo rezultatams validuoti. Internetinė apklausa buvo vykdoma apklausiant Šiaulių rajono įmones, o interviu buvo imamas iš Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro direktorės. Tiek internetinės apklausos, tiek interviu rezultatai leido patvirtinti išsikeltas tyrimo hipotezes. 1. Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojasi valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai. Dalis Šiaulių rajono įmonių nesidomi elektroninio verslo plėtros galimybėmis bei valstybės teikiama parama tai plėtrai organizuoti. Daugelis respondentų net nežino apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai, o to pasekoje – nėra ja nė karto pasinaudoję. Daugiausiai apklausoje dalyvavusių respondentų buvo smulkios ir vidutinės įmonės, kurios rinkoje savo veiklą vykdo ilgiau nei penkerius metus. Valstybė didžiausią dėmesį skiria smulkių ir vidutinių įmonių rėmimui, todėl galima teigti, kad Šiaulių rajono verslininkai per mažai domisi bei naudojasi valstybės teikiama parama elektroniniam verslui. 2. Valstybinės įstaigos nepakankamai informuoja verslininkus apie teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai. Interviu metu atsakymai į klausimus nebuvo labai išsamūs, tačiau galima susidaryti nuomonę, kad Šiaulių rajono įmonės yra nelinkusios kreiptis į centrą informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes bei valstybės teikiamą paramą elektroniniam verslui. Tačiau taip pat galima teigti, kad valstybinės įstaigos per mažai informuoja įmones apie savo teikiamą informaciją.

3. Išanalizavus literatūrą ir atlikus tyrimą galima teigti, kad tiek nefinansinės valstybės paramos, tiek finansinės valstybės paramos priemonės elektroninio verslo plėtrai reikalauja tobulinimo. Nefinansinė valstybės parama galėtų būti tobulinama rengiant įmonėms kuo daugiau seminarų ir mokymų, kurie paskatintų įmones užsiimti elektroniniu verslu. Valstybės politika turėtų būti orientuota į elektroninio verslo plėtrą šalyje, kadangi tai gali padėti augti šalies ekonomikai. Valstybė turėtų priimti atitinkamus politinius sprendimus bei sukurti teisinių lengvatų, kurios skatintų įmones vystyti elektroninį verslą. Finansinė valstybės parama galėtų būti tobulinama mokesčių lengvatų aspektu, kadangi jos verslininkams yra viena svarbiausių paramos priemonių. Taip pat reikėtų palengvinti paraiškų teikimą finansavimui gauti bei sumažinti įsipareigojimus, kuriuos įmonės turi prisiimti ir įvykdyti gavus ir panaudojus paramą. Abiejoms valstybės paramos rūšims yra būdinga viena tobulinimo kryptis – tai informacijos sklaidos didinimas. Informacijos apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai trūkumas neleidžia verslininkams ja tinkamai pasinaudoti. Informacija turėtų būti pateikiama per įvairias žiniasklaidos priemones, kad kuo daugiau verslininkų išgirstų apie valstybės teikiamą paramą. Valstybė taip pat turi ne tik teikti paramą elektroniniam verslui, tačiau skatinti įmones savo veikloje diegti informacines technologijas, taip atnaujinant bei tobulinant savo vykdomą veiklą.

Remiantis atliktu tyrimu galima pateikti tokius *pasiūlymus*:

*studentams bei autoriams, rašantiems mokslinius darbus šia ar panašia tema:*

- apskaičiuota tyrimo imtis buvo 270 respondentų, tačiau internetinėje apklausoje sudalyvavo 94 respondentai, todėl empirinį tyrimą reikėtų vertinti kaip žvalgybinio pobūdžio. Siekiant mokliškai pagrįstų duomenų, ateityje tyrimai šia tema turėtų būti pratęsti;

- tyrimas gali būti praplėstas pasirenkant kitą tiriamąją teritoriją. Šiame magistro baigiamajame darbe tiriamoji teritorija buvo Šiaulių rajonas, tačiau tyrimas gali būti atliekamas kito rajono, Lietuvos, Europos ar pasaulio mastu;

*verslininkams:*

- verslininkai turėtų būti aktyvesni siekiant pasinaudoti valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai. Jie turi patys labiau domėtis kokią paramą šiuo metu teikia valstybė. Verslininkai turi suprasti, kad šiuolaikinėje rinkoje kiekvieną dieną darosi sunkiau išsilaikyti toms įmonėms, kurios neinvestuoja į savo tobulėjimą. Internetinės technologijos bei elektroninis verslas turėtų būti daugelio įmonių prioritetinės vykdomos veiklos savybės;

*valstybės atstovams:*

- valstybė turėtų daugiau investuoti į savo įmonių, plėtojančių elektroninį verslą paramą, kadangi tai padėtų įmonėms vykdyti savo veiklą tarptautinėje rinkoje. Didesnis paslaugų ar prekių eksportas pagerintų šalies ekonominę būklę. Valstybė taip pat turėtų dažniau viešinti informaciją apie teikiamą valstybės paramą elektroninio verslo plėtrai, kad kuo daugiau įmonių susidomėtų šia parama ir ja pasinaudotų.

## LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. ALNA business solutions [interaktyvus] [žiūrėta 2012-10-06]. Prieiga per internetą: <p://www.alna.lt/abs/sprendimai/everslas/>.
2. Abuselidze, G. 2010. The influence of tax burden on economic activity and production capacity. *I'st international scientific conference „Problems of tax policy“* [interaktyvus] [žiūrėta 2013-02-02]. Prieiga per internetą: <http://www.mruni.eu/mru\_lt\_dokumentai/katedros/finansu\_ir\_mokesciu\_katedra/informacija/Ist\_International\_Scientific\_Conference\_Problems\_of\_Tax\_Policy.pdf#page=11>.
3. Bartkus, E. V. 2010. Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros prognozės Lietuvoje ekonominės krizės pradžioje. *Ekonomika ir vadyba: 2010.15* [interaktyvus] [žiūrėta 2013-02-02]. Prieiga per internetą: <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-390.pdf>.
4. Bach, S.; Hubbert, M.; Muller, W. 2000. *Taxation of e-commerce: persistent problems and recent developments* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw\_01.c.38734.de/v\_00\_4\_13.423141.pdf>.
5. Chaffey, D. 2004. *E-business and E-commerce management*. Second Edition. London.
6. Chaffey, D. 2007. *Define E-business and E-commerce* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-10-01]. Prieiga per internetą: <http://www.davechaffey.com/E-business/C1-Introduction/Ebusiness-E-commerce-defined>.
7. Čyras, G.; Uturytė-Vrubliauskienė, L. 2009. Elektroninio ir mobiliojo verslo lyginamoji analizė. *Verslas, vadyba ir studijos'2009: mokslo darbai* [interaktyvus]. Vilnius: Technika. [žiūrėta 2012-10-06]. Prieiga per internetą: <https://www.bme.vgtu.lt/index.php/bme/article/download/bme.2010.14/14+Elektroninio+ir+mobiliojo+verslo+lyginamoji+analiz%>.
8. Davidavičienė, V.; Gatautis R.; Paliulis N.; Petrauskas R. 2009. *Elektroninis verslas*. Vilnius: Technika.
9. Davidavičienė, V.; Tolvaišas, J. 2011. Elektroninės prekybos interneto svetainių Lietuvoje vertinimas. *Informacijos mokslai, Vol. 55* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <http://www.ceeol.com/asp/issuedetails.aspx?issueid=deabea11-84b4-4c05-af7a-761f989bbca8&articleId=aee8ca42-c117-4a38-b12b-03a82dee50bf>.
10. Elektroninio verslo koncepcija, 2001 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/owa-bin/owarepl/inter/owa/U0052755.pdf>.
11. Elliot, S. 2011. *Transdisciplinary perspectives on environmental sustainability: a resource base and framework for IT-enabled business transformation* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02].

- Prieiga per internetą:  
<<http://ftp.misq.org/skin/frontend/default/misq/pdf/appendices/2011/ElliotAppendices.pdf>>.
12. Eurostat. Information society statistics [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information\\_society/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database)>.
13. E-verslas LT. IDUS verslo konsultacijos [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.idus.lt/es-parama-verslui/e-verslas-lt>>.
14. Fillis, I.; Wagner, B. 2005. E-business development. An exploratory investigation of the small firm. *International Small Business Journal*, Vol. 23, Issue 6 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://udec.edu.mx/BibliotecaInvestigacion/Documentos/2009/Junio/CCOMP.E-business%20Development\\_An%20Exploratory%20Investigation%20of%20the%20Small%20Firm.pdf](http://udec.edu.mx/BibliotecaInvestigacion/Documentos/2009/Junio/CCOMP.E-business%20Development_An%20Exploratory%20Investigation%20of%20the%20Small%20Firm.pdf)>.
15. Gilder, J. L. V. 2008. *Taxation of e-commerce* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://csus-dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.9/1175/VanGilder-Spring2008.pdf?sequence=1>>.
16. Gordijn, J.; Wieringa, R. 2010. *A value-oriented approach to E-business process design* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://e3value.few.vu.nl/docs/bibtex/pdf/ValueProcess03.pdf>>.
17. Groucutt, J.; Griseri, P. 2004. *Mastering E-business*. London.
18. Informacinės visuomenės plėtros komiteto prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2009 m. gruodžio mėn. 18 d. įsakymas Nr. T-123 Dėl elektroninio verslo plėtros skatinimo 2010-2015 metų programos patvirtinimo. Valstybės žinios, 2009, Nr. 152-6875.
19. Jutla, D.; Bodorik, P.; Dhaliwal, J. 2002. Government support for the e-readiness of small and medium sized enterprises. *Proceedings of the 35th Hawaii international conference on system sciences* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.hicss.hawaii.edu/HICSS\\_35/HICSSpapers/PDFdocuments/ETEPO02.pdf](http://www.hicss.hawaii.edu/HICSS_35/HICSSpapers/PDFdocuments/ETEPO02.pdf)>.
20. Kanungo, S. 2009. Two organizational case studies of IT-enabled value. *Systems research and behavioral science* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-211796280/two-organizational-case-studies.html>>.
21. Kardelis, K. 2002. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas: Judex.
22. Kassim, Y.; Underwood, J.; Raphael, B. 2010. Evaluating IT as source of competitive advantage in engineering and construction organisations. *Advancing project management for the 21st Century* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.irbnet.de/daten/iconda/CIB18292.pdf>>.

23. Kedaitienė, A.; Ramanauskienė, J.; Ramanauskas, J. 2006. *E-business development in Lithuania: where we are and what is the future?* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://angele.home.mruni.eu/wp-content/uploads/2008/04/e-business-usa-2006-05-07.pdf>>.
24. Kučinskienė, M.; Fominienė, A. 2010. Verslo inkubavimo proceso transformacijos didėjančios konkurencijos sąlygomis. *Verslo ir teisės aktualijos* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://vta.ttvam.eu/index.php/vta/article/view/40/65>>.
25. Liang, C. 2010. The present situation of and prospects for e-business in China. *Journal of interactive advertising, Vol. 11, Nr. 1* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://jiad.org/article141>>.
26. LR Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra. Mokesčių lengvatos [interaktyvus] [žiūrėta 2013-02-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.mita.lt/lt/verslui/mokesciu-lengvatos/>>.
27. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004 m. rugsėjo mėn. 15 d. nutarimas Nr. 1176 Dėl visuotinio kompiuterinio raštingumo programos. Valstybės žinios, 2004, Nr. 140-5124.
28. Lietuvos statistikos departamentas. Mokslas ir technologijos [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1366>>.
29. Lietuvos verslo paramos agentūra [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[www.lvpa.lt](http://www.lvpa.lt)>.
30. Martinsons, M. G.; Davison, R. M.; Martinsons, V. 2009. How culture influences IT-enabled organizational change and information systems. *Communications of the ACM, Vol. 52, Nr. 4* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.business.unr.edu/faculty/kuechler/788/culture&ITenabledOrgChange.pdf>>.
31. McKie, S. 2001. *E-business best practices. Leveraging technology for business advantage*. USA.
32. Mikalajūnas, A.; Pabedinskaitė, A. 2010. Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje. *Business, management and education 2010* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME\\_2010/005/pdf/Art-Mikalajunas\\_Pabedinskaite.pdf](http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Mikalajunas_Pabedinskaite.pdf)>.
33. Paliulis, N.; Pabedinskaitė, A.; Šaulinskas, L. 2007. *Elektroninis verslas: raida ir modeliai*. Vilnius: Technika.
34. Paliulis, N. K.; Sabaitytė, J. 2010. *Potencialių verslo sričių ir elektroninio verslo potencialo sąsaja* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-10-01]. Prieiga per internetą: <[http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME\\_2010/005/pdf/Art-Paliulis-Sabaityte-Potencialiu.pdf](http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Paliulis-Sabaityte-Potencialiu.pdf)>.
35. Paliulis, N. K.; Sabaitytė, J. 2011. E. verslo modelių panaudojimas verslo plėtrai. *Contemporary issues in business, management and education '2011* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-

- 02]. Prieiga per internetą: <[http://leidykla.vgtu.lt/conferences/CIBME\\_2011/pdf/2011-paliulis-sabaityte.pdf](http://leidykla.vgtu.lt/conferences/CIBME_2011/pdf/2011-paliulis-sabaityte.pdf)>.
36. Phan, D. D. 2003. E-business development for competitive advantages: a case study. *Information & Management*, Vol 40 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www-e.uni-magdeburg.de/evans/Journal%20Library/E-business/E-business%20for%20competitive%20advantage.pdf>>.
37. Rogojanu, A.; Badea, L. 2008. E-business in the context of global competition. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, Vol. 17, Issue 2 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/138.pdf>>.
38. Rotomskis, I.; Štitalis, D. 2007. Elektroninės komercijos apmokestinimas pridėtinės vertės mokesčiu. *Informacijos mokslai*, Nr. 42-43 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<https://mms.mruni.eu/DownloadFile.aspx?FileID=255>>.
39. Saini, H.; Saini, D.; Gupta, N. 2009. E-Business system development: review on methods, design factors, techniques and tools with an extensive case study for secure online retail selling industry. *Indian Journal of Science and Technology*, Vol. 2 Nr. 5 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.indjst.org/archive/vol.2.issue.5-6/may09sainis.pdf>>.
40. Sanayei, A., Rajabion, L. 2009. Critical successful factors contributing to e-commerce adoption among Iranian SMEs. *International Journal of Information Science and Management*, Vol. 7, Nr. 2 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.srlst.com/ijist/ijism-Vol7No2/ijism72-57-65.pdf>>.
41. Simkin, M. G.; Bartlett, G. W.; Shim, J. P. 2002. Pros and cons of e-commerce taxation. *International business & economics research journal*, Volume 1, Number 2 [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.journals.cluteonline.com/index.php/IBER/article/viewFile/3894/3938>>.
42. Smagurauskienė, L. 2009. Finansinė verslo skatinimo sistema Lietuvoje. *Annales Geographicae* 42(1-2) [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.geo.lt/geo/uploads/media/55\\_66.pdf](http://www.geo.lt/geo/uploads/media/55_66.pdf)>.
43. Suan, K. A.; Wahidah, H. 2012. A study on implication of adopting e-business technology by SMEs. *Proceedings of international conference on computer and information technology* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.taibahu.edu.sa/iccit/alliccitpapers/pdf/p366-ang.pdf>>.
44. Susisiekimo ministerija, 2012. *Lietuvos informacinės visuomenės plėtros 2011-2019 m. programos 2011 m. įgyvendinimo ataskaita* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.transp.lt/files/uploads/IVPP\\_atask\\_2011.pdf](http://www.transp.lt/files/uploads/IVPP_atask_2011.pdf)>.



45. Tidikis, R. 2003. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas.
46. Ulevičius, L. 2001. *E-verslas. Atmintinė*. Kaunas: Smaltija.
47. United Nations, 2007. Internet use for business development. *An introductory set of training modules for policy makers* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.unescap.org/idd/pubs/internet-use-for-business-development.pdf>>.
48. Ūkio ministerija, VP2-2.1-ŪM-02-K priemonė „E-verslas LT“ [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.ukmin.lt/uploads/documents/imported/lt/veikla/veiklos\\_sritys/es\\_strukturiniai\\_fondai/2007-2013/VPP/Everslas\\_vpp\\_20111109.pdf](http://www.ukmin.lt/uploads/documents/imported/lt/veikla/veiklos_sritys/es_strukturiniai_fondai/2007-2013/VPP/Everslas_vpp_20111109.pdf)>.
49. Valodkienė, G.; Snieška, V. 2012. Tarptautinis konkurencingumas ir jį lemiantys veiksniai ekonomikos nuosmukio laikotarpiu. *Economics and management: 2012 17 (2)* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://erem.ktu.lt/index.php/Ekv/article/viewFile/2188/1698>>.
50. Watad, M. 2010. The organizational dynamics of knowledge and IT-enabled innovations. *Journal of Technology Research* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.aabri.com/manuscripts/10524.pdf>>.
51. World Bank, 2006. *Information and Communications for Development. Global Trends and Policies* [interaktyvus] [žiūrėta 2012-11-02]. Prieiga per internetą: <<http://www.ictliteracy.info/rf.pdf/ICT%20for%20Development.pdf>>.

**Baniulė T.** Valstybės parama elektroninio verslo plėtrai ir jos tobulinimas / Elektroninio verslo vadybos magistro baigiamasis darbas. Vadovas prof. dr. M. Kiškis. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Socialinės politikos fakultetas, 2013. – 66 p.

## SANTRAUKA

Magistro baigiamajame darbe nagrinėjama valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai ir jos tobulinimo tema. Darbo tikslas – išanalizuoti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei pateikti jos tobulinimo galimybes. Pirmoji baigiamojo darbo dalis nagrinėja teorinius elektroninio verslo bei valstybės paramos elektroniniam verslui aspektus. Tam, kad būtų galima nuspręsti ar reikalinga valstybės parama Lietuvos įmonėms, plėtojančioms elektroninį verslą, apžvelgta susidariusi elektroninio verslo situacija šalyje. Valstybės parama elektroninio verslo plėtrai nagrinėjama dviem aspektais – kaip nefinansinė parama ir kaip finansinė parama. Antroje magistro darbo dalyje aprašomas atliktas tyrimas, kuris susideda iš dviejų dalių – kiekybinio ir kokybinio tyrimo. Suformuluotos dvi tyrimo hipotezės: 1. Šiaulių rajono įmonės nepakankamai aktyviai naudojami valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai; 2. Valstybinės įstaigos nepakankamai informuoja verslininkus apie teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai. Kiekybinis tyrimas buvo atliekamas rengiant internetinę Šiaulių rajono įmonių apklausą nagrinėjama tema. Kokybinis tyrimas atliekamas interviu metodu. Interviu buvo imamas iš Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro direktorės. Atlikus tyrimą ir apibendrinus rezultatus, išsikeltos tyrimo hipotezės buvo patvirtintos. Trečioji magistro darbo dalis skirta pateikti valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai tobulinimo gaires. Išnagrinėjus pasirinktą magistro baigiamojo darbo temą, pateikiamos išvados ir pasiūlymai.

**Pagrindiniai žodžiai:** elektroninis verslas, elektroninio verslo plėtra, valstybės parama, finansinė valstybės parama, nefinansinė valstybės parama.

**Baniulė T.** State support for electronic business development and its improvement / Master's thesis of Electronic business management. Supervisor prof. dr. M. Kiškis. – Vilnius: Mykolas Romeris university, Faculty of social politics, 2013. – 66 p.

## SUMMARY

Master's thesis analyses a state support for electronic business development and its improvement. The aim of the master's thesis is to analyse a state support for electronic business development and to provide the opportunities for its improvement. The first part of the thesis research the theoretical electronic business and government support for electronic business aspects. In order to determine the need of state support for Lithuanian companies that do electronic business, there was taken a review of electronic business situation in the country. A state support for electronic business was analysed in two ways – as a non-financial support and as financial support. The second part of the thesis described the research which consists of two parts – the quantitative and qualitative research. Before the research there were formulated two hypotheses: 1. The companies of Šiauliai district are not sufficiently active in using a state support for the development of electronic business; 2. State institutions do not sufficiently inform entrepreneurs about state support for electronic business development. The quantitative research was conducted by an online survey of companies in Šiauliai district. The qualitative research was carried out by interview method. The interview was taken from the Tourism and business information center of Šiauliai district director. When the research was done, the research hypotheses were confirmed. The third part of the master's thesis is to provide state support for the development of electronic business improvement guidelines. Master's thesis ends with conclusions and recommendations.

**Key words:** electronic business, electronic business development, state support, financial state support, non-financial state support.

## PRIEDAI

### 1 priedas. Namų ūkiai, turintys asmeninį kompiuterį, interneto prieigą

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Miestas	Kompiuteris	52,5	54,1	59,5	61,3	63,5	64,1
	Interneto prieiga	50,4	53,5	61,5	62,2	63,6	62,8
Kaimas	Kompiuteris	23,6	34,5	37,3	39	40,8	43,2
	Interneto prieiga	22,6	33	40,8	40,7	40,5	40,4

Tyrimo laikotarpis – pirmasis metų ketvirtis.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas.

### 2 priedas. Gyventojai, kurie per paskutinius 12 mėn. pirko internetu, proc.

	2008	2012
Belgija	21	45
Bulgarija	3	9
Čekija	23	32
Danija	59	73
Vokietija	53	65
Estija	10	23
Airija	36	46
Graikija	9	20
Ispanija	20	31
Prancūzija	40	57
Italija	11	17
Kipras	9	21
Latvija	16	27
Lietuva	6	20
Liuksemburgas	49	68
Vengrija	14	25
Malta	22	44
Nyderlandai	56	70
Austrija	37	48
Lenkija	18	30
Portugalija	10	22
Rumunija	4	5
Slovėnija	18	34
Slovakija	23	45
Suomija	51	65
Švedija	53	74
Islandija	47	54
Norvegija	63	76

Kroatija	7	23
----------	---	----

Šaltinis: Eurostat duomenų bazė.

### 3 priedas. Įmonės, kurios prekiauja internete, proc.

	2010	2012
Belgija	26	23
Bulgarija	4	4
Čekija	20	25
Danija	25	26
Vokietija	22	22
Estija	10	11
Airija	21	23
Graikija	9	7
Ispanija	12	13
Prancūzija	12	11
Italija	4	4
Kipras	7	8
Latvija	6	7
Lietuva	22	15
Liuksemburgas	14	14
Vengrija	8	10
Malta	16	14
Nyderlandai	22	18
Austrija	14	11
Lenkija	8	9
Portugalija	19	14
Rumunija	6	5
Slovėnija	10	14
Slovakija	7	12
Suomija	16	17
Švedija	24	27
Jungtinė Karalystė	14	18
Islandija	16	35
Norvegija	34	34
Kroatija	22	23

Šaltinis: Eurostat duomenų bazė.

## 4 priedas. Anketa pateikta Šiaulių rajono įmonėms

### ANKETA

Gerbiamas, respondente,

Mykolo Romerio universiteto magistrantė Toma Baniulė atlieka tyrimą apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai ir jos tobulinimą. Tyrimo tikslas - išanalizuoti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai bei pateikti jos tobulinimo galimybes. Tyrimo rezultatai padės sužinoti ar Lietuvos Vyriausybė skatina šalies elektroninio verslo plėtrą, kokiomis priemonėmis tai atlieka bei kaip būtų galima patobulinti šiuos procesus.

Anketa yra anoniminė, o tyrimo rezultatai bus panaudoti tik rašant magistro baigiamąjį darbą. Iš anksto dėkoju už Jūsų laiką ir išsamius atsakymus!

1. Įmonės darbuotojų skaičius:

- 1 – 9 darbuotojai;
- 10 – 49 darbuotojai;
- 50 – 249 darbuotojai;
- 250 ir daugiau darbuotojų.

2. Įmonės tipas:

- individuali įmonė;
- akcinė bendrovė;
- uždaroji akcinė bendrovė;
- žemės ūkio bendrovė;
- kita (įrašykite) .....

3. Kiek metų Jūsų įmonei?

- iki 1 metų;
- 1 - 5 metai;
- 5 – 10 metų;
- 10 ir daugiau metų.

4. Įmonės veikla susijusi su (galimi keli atsakymo variantai):

- produktų gamyba;

- produktų prekyba;
- produktų gamyba ir prekyba;
- paslaugų teikimu;
- kita (įrašykite) .....

5. Pažymėkite Jums tinkantį atsakymą (galimi keli atsakymo variantai):

- įmonė turi savo informacinę internetinę svetainę (aprašoma įmonė, jos teikiamos paslaugos/parduodamos prekės, prekių katalogai, pateikiami kontaktai);
- įmonė internetu (elektroniniu paštu, skype, kt.) bendrauja su savo tiekėjais, partneriais, klientais;
- įmonė užsiima prekyba internete, tačiau neturi savo elektroninės parduotuvės (per tarpininkus, pvz., Ebay);
- įmonė turi savo elektroninę parduotuvę;
- įmonė savo veikloje naudoja pačias naujausias internetines technologijas (pvz., debesų kompiuterija) bei elektroninio verslo valdymo sistemas;
- įmonė savo veikloje naudoja kompiuterį ir internetą tik informacijos gavimo tikslais;
- įmonės veiklai vykdyti nereikalingas nei kompiuteris, nei internetas.

6. Ar žinote apie valstybės teikiamą paramą elektroniniam verslui?

- taip;
- ne.

7. Kokias žinote valstybės paramos formas elektroniniam verslui (įrašykite)?

.....

8. Galbūt esate pasinaudoję valstybės teikiama parama elektroniniam verslui?

- taip;
- ne.

Jei atsakėte ne, pereikite prie 10 klausimo.

9. Kokia valstybės paramos elektroninio verslo plėtrai forma esate pasinaudoję (galimi keli atsakymo variantai)?

- seminarai, mokymai skirti elektroninio verslo plėtrai;
- verslo informacijos centrų teikiama informacija apie elektroninio verslo plėtros galimybes;
- finansinė parama iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų;

- mokesčių lengvatos;
- kita (įrašykite) .....

10. Ar esate girdėję apie elektroninio verslo skatinimo priemonę „E-verslas LT“?

- taip;
- ne.

11. Galbūt esate gavę valstybės paramą pagal elektroninio verslo skatinimo priemonę iš ES struktūrinių fondų „E-verslas LT“?

- taip, gavome;
- bandėme gauti, tačiau nepavyko;
- ne, net nebandėme.

Jei atsakėte ne, pereikite prie 14 klausimo.

12. Kokių iškilo sunkumų, bandant gauti finansavimą pagal priemonę „E-verslas LT“ (galimi keli atsakymo variantai)?

- neaišku, į kokią instituciją reikia kreiptis;
- mažai informacijos apie teikiamą paramą;
- dideli reikalavimai norint gauti paramą;
- per vėlai sužinojome apie paskelbtus kvietimus teikti paraiškas;
- įmonės veikla yra neremtiną;
- jokių sunkumų nepatyrėme.

13. Ar gauta finansinė parama pagerino elektroninio verslo sąlygas?

- taip, labai pagerino;
- taip, bet tik iš dalies;
- ne, visiškai nepagerino.

14. Ar kada nors kreipėtės į Šiaulių raj. verslo informacijos centrą, norint gauti informacijos apie elektroninio verslo plėtrą ir valstybės teikiamą paramą?

- taip, kreipėmės, informacija buvo naudinga;
- taip, kreipėmės, bet nieko naudingo nepavyko sužinoti;
- ne, nesikreipėme.



15. Ar ketinate pasinaudoti valstybės teikiama parama elektroninio verslo plėtrai?

- taip, ketiname artimiausiu metu;
- ne, nes nežinome kokią paramą valstybė suteikia;
- ne, mūsų įmonės nedomina elektroninio verslo plėtra.

16. Kokia Jūsų nuomonė apie valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai? Pažymėkite Jums labiausiai tinkančius variantus (galimi keli atsakymo variantai):

- manau, kad ji nėra naudinga;
- manau, kad ji gali labai pagelbėti įmonėms plėtojančioms elektroninį verslą;
- manau, kad valstybės parama gali padėti skverbiantis į tarptautinę rinką;
- manau, kad valstybės parama elektroniniam verslui gali praplėsti tradicinį verslą;
- kita (įrašykite) .....

17. Kokios valstybės paramos priemonės Jums atrodo reikalingiausios?

- seminarai, mokymai;
- teisinės lengvatos;
- piniginė parama;
- mokesčių lengvatos;
- kita (įrašykite) .....

18. Kaip manote, kaip būtų galima patobulinti valstybės teikiamą paramą elektroninio verslo plėtrai (galimi keli atsakymo variantai)?

- reikia daugiau informacijos apie teikiamą valstybės paramą;
- reikia organizuoti didelius renginius skirtus verslininkams, kurie būtų reklamuojami žiniasklaidoje;
- valstybė turi skirti didesnę finansavimą;
- manau, kad valstybės parama elektroniniam verslui yra puikiai sureguliuota, nieko keisti nereikia;
- kita (įrašykite) .....

## **5 priedas. Interviu klausimai pateikti Šiaulių rajono turizmo ir verslo informacijos centro direktorei**

- Ar Šiaulių rajono verslo informacijos centre galima gauti informacijos apie elektroninio verslo plėtros galimybes?

Ar dažnai įmonės į Jus kreipiasi, norėdamos gauti tokios informacijos?

- Ar Šiaulių rajono verslo informacijos centras skatina elektroninio verslo plėtrą Šiaulių rajone?

Jei taip, kokiomis priemonėmis siekiama skatinti elektroninio verslo plėtrą?

- Ar Šiaulių rajono verslo informacijos centre buvo ir yra organizuojami renginiai skirti elektroninio verslo plėtrai skatinti?

Jei taip, kokie tai renginiai ir kada jie buvo organizuoti?

Ar šie renginiai sulaukė įmonių atstovų susidomėjimo?

- Ar Šiaulių rajono verslo informacijos centras teikia įmonėms informaciją apie finansinę paramą elektroniniam verslui?

Jei taip, ar Šiaulių rajono įmonės dažnai kreipiasi į centrą tokios informacijos?

- Ar pas Jus centre buvo galima gauti informacijos apie elektroninio verslo finansavimo priemonę „E-verslas LT“?

Jei taip, ar daug įmonių dėmesio susilaukė ši elektroninio verslo finansavimo priemonė?

- Kokia Jūsų asmeninė nuomonė apie Šiaulių rajono verslo įmones ir jų susidomėjimą elektroninio verslo plėtra?