

Vilniaus universitetas  
Komunikacijos fakultetas  
Knygotyros ir dokumentotyros institutas

**Milda Morkūnaitė**

Bibliotekų ir informacijos centrų vadybos studijų programos 2 kurso studentė

**UAB „PENKI KONTINENTAI“ INFORMACINĖS PASLAUGOS**

MAGISTRO DARBAS

Vadovė: doc. J. Zinkevičienė

Vilnius, 2006

_____ Bakalauro/magistro darbas
(bakalauranto (ės)/magistranto (-ės) vardas, pavardė) (nereikalingą žodį išbraukti)
tema _____
_____
parengtas gynimui.
_____
(data) (vadovo parašas)
Darbas įregistruotas _____ institute
_____
_____
(data) (raštvėdės parašas)
Bakalauro/magistro darbą ginti leidžiu
_____ (instituto direktoriaus parašas) _____
(data)
Recenzentu skiriu _____
_____
(data) (Dekano parašas)
Darbą recenzavimui gavau
_____
(data) (recenzento parašas)

## REFERATO LAPAS

### Morkūnaitė, Milda

Mo 199 UAB Penki kontinentai informacinės paslaugos : magistro darbas / Milda Morkūnaitė ; mokslinis vadovas doc . J . Zinkevičienė ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2006. – 65, [] lap . : lent. – Mašinr . – Santr . angl . – Bibliogr . : p . 59-61 (40 pavad.).

UDK 658.6 : 002.63 (474.5)

**Reikšminiai žodžiai:** informacinės paslaugos, informacinė veikla, vartotojai, dokumentai, tyrimas.

Magistro *darbo objektas* – UAB „Penki kontinentai“. *Darbo tikslas* – yra ištirti UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas. Pagrindiniai *darbo uždaviniai*: atskleisti informacinių paslaugų sampratą ir vietą informacinėje veikloje; išanalizuoti UAB „Penki kontinentai“ informacinę veiklą atliekant vieno atvejo tyrimą; atlikti tyrimą apie UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas ir jas išanalizuoti.

Naudojantis dokumentų ir duomenų analizės, sisteminimo ir klasifikavimo *metodais*, bei atlikus empirinį tyrimą daromos *išvados*, kad UAB „Penki kontinentai“ teikia daug įvairiausių informacinių paslaugų ir turi jau pastovių vartotojų ratą, tačiau paslaugų sektoriaus veiklą reikia tobulinti, kad paslaugos taptų kokybiškesnės ir jas naudotų daugiau vartotojų. Tai buvo pasiekta atidžiai išanalizavus visas bendrovės teikiamas paslaugas, kurių gausa ir kokybė iš dalies atitinka bendrovės paskirtį – teikti vartotojams kompleksines ir kokybiškas paslaugas. Tačiau dėl reklamos stokos dauguma informacijos vartotojų nežino apie UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas, o dėl chaotiškos bendrovės struktūros ir neaiškios atsakomybės už paslaugų kokybę – ne visada informacinės paslaugos būna kokybiškos.

UAB „Penki kontinentai“ savo informacines paslaugas teikia Vilniaus gyventojams, privatiems klientams ir vidinei „Penkių kontinentų“ įmonių grupei. Bendrovė teikia gausybę informacinių paslaugų, kurias sukuria ir pateikia kvalifikuoti specialistai. Dažniausiai siūloma tam tikrų informacinių paslaugų kompleksas, kad vartotojų poreikiai galėtų būti visapusiškai patenkinti.

Magistro darbas *gali būti naudingas* bendrovės darbuotojams, vadovams informacinių paslaugų vartotojams, taip pat mokslininkams, informacinių paslaugų ir informacinės veiklos tyrinėtojams.

## TURINYS

Santrumpų sąrašas .....	5
Įvadas.....	6
1. Organizacijos informacinė veikla teoriniu aspektu .....	9
1.1. Paslaugos .....	12
1.2. Vartotojai.....	17
1.3. Dokumentai .....	20
2. UAB „Penki kontinentai“ informacinė veikla: atvejo tyrimas.....	24
2.1. UAB „Penki kontinentai“ teikiamos informacinės paslaugos .....	25
2.2. UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų vartotojai ir dokumentai .....	32
3. UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų tyrimas .....	37
3.1. Tyrimo metodika .....	37
3.2. Rezultatų analizė .....	38
3.3. Tyrimo apibendrinimas.....	55
Išvados ir rekomendacijos.....	57
Bibliografinių nuorodų sąrašas.....	59
Priedai.....	62
1 priedas .....	62
Information Services of the Company Ltd. UAB „Penki kontinentai” (summary).....	64

**SANTRUMPŲ SĄRAŠAS**

CD – kompaktiniai diskai

d. – diena

kt. – kita

LR – Lietuvos Respublika

m. – metai

pan. – panašiai

Pvz. – pavyzdžiui

t.y. – tai yra

t.t. – taip toliau

Tūkst. – tūkstančiai

UAB – uždaroji akcinė bendrovė

Žr. – žiūrėti

## IVADAS

Šiuolaikiniame informacinių technologijų ir informacijos pasaulyje, kai kasdien informacijos poreikis tik auga ir plinta į visus gyvenimo sritis, ir kai kiekvienas asmuo tampa informacijos vartotoju, tai daug dėmesio skiriama informacijos greitesnio plitimo, gavimo, panaudojimo ir pačios informacijos paieškos procesams. Šiuo laikotarpiu, kai informacijos yra tiek daug, kad jau kuriamos specialios kompiuterinės programos, leidžiami specialūs leidiniai paieškai atlikti, o informacijos paieškai ir jos apdorojimui reikalingi kvalifikuoti specialistai, informacija tampa įvairiausiomis paslaugomis ir prekėmis.

Informacijos rinkimu, apdorojimu ir pateikimu vartotojui užsiima daug informacijos institucijų tarp kurių pagrindiniai yra bibliotekos ir informacijos centrai. Tokia veikla sietina su informacinės veiklos sąvoka. Tačiau ši sąvoka nėra vienareikšmiška ir visuotinai priimta. Nėra griežtos ribos, skiriančios organizacijos darbą nuo informacinės veiklos. Daugelis organizacijų negalėtų tiksliai nusakyti informacinės veiklos kryptių, nors savo veiklos ataskaitose, internetiniuose tinklapiuose, bei kituose šaltiniuose skelbiasi, kad tokia veikla užsiima. Todėl dažnai savo veiklą susijusią su informacija vienareikšmiškai priskiria prie informacinės veiklos. Viena iš priežasčių galėtų būti tai, kad teikdamos informacines paslaugas, siaurąją prasme, organizacijos vykdo informacinę veiklą, nes informacinės paslaugos yra pagrindinis informacinės veiklos objektas. Informacinės paslaugos pasižymi specifinėmis savybėmis: jos sunkiai išmatuojamos, sunku nustatyti jų vertę, sunkiai nustatomas poveikis vartotojui, nevienareikšmiškai apibrėžiamos, turi daug reikšmių. Tačiau organizuota ir tinkamai apdorota informacija, pateikta vartotojui laiku ir patogia forma įgalina jį efektyviai atlikti savo užduotis, priimti sprendimus, operatyviai reaguoti į aplinkos pokyčius, tobulinti savo žinias ir įgūdžius, keistis informacija su kolegomis taip optimizuojant organizacijos veiklą.

Magistro darbas yra skirtas atskleisti informacinių paslaugų, kaip pagrindinio informacinės veiklos objekto, ypatybes. Darbe analizuojamos informacinės paslaugos plačiąją prasme. Tiriama informacinių paslaugų samprata, jų ypatybės, vartotojai ir jas įvardinantys dokumentai, nustatoma vieta organizacijos informacinėje veikloje.

Informacijos srities kryptys dažnai tiriamos viešajam sektoriui priklausančiose organizacijose, tokiose kaip bibliotekos ir valstybiniai informaciniai centrai. Jie noriai teikia įvairius duomenis apie savo veiklą, struktūrą, paslaugas ir kt. Dėl daugelio duomenų konfidencialumo dažnai sudėtinga tirti privačiam sektoriui priklausančias organizacijas. Nors abiejų sektorių organizacijų veiklos struktūra yra gana panaši, tačiau jų statusai bei tikslai yra skirtingi, o tai keičia ir veiklos principus.

Darbo objektas yra informacinis centras UAB „Penki kontinentai“, kuris priklauso privačiam sektoriui. Šis informacinis centras per paskutinius metus labai išplėtė savo informacinę veiklą, tačiau ji dar nebuvo analizuota. Ji yra viena iš stambiausių ir seniausių Lietuvos informacinių technologijų bendrovių. UAB „Penki kontinentai“ buvo įkurta 1992 m., todėl turi ilgametę patirtį. Jai priklauso šešios Lietuvoje garsios ir specializuotos bendrovės, kurios užsiima skirtingų kryptių veiklomis, tarp kurių yra informacinių paslaugų teikimas. Tačiau informacinė veikla šioje įmonėje nėra analizuojama, nors daug metų ji teikia savo informacines paslaugas, jau turi nemažą vartotojų ratą, leidžia informacinius leidinius apie savo veiklą ir paslaugas.

Magistrinio darbo tikslas yra ištirti UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas, kurios yra aktualios ne tik bendrovės darbuotojams, tačiau ir patiems paslaugų vartotojams. Magistrinio darbo tikslams įgyvendinti yra pasirinkti tokie uždaviniai:

- atskleisti informacinių paslaugų sampratą ir vietą informacinėje veikloje;
- išanalizuoti UAB „Penki kontinentai“ informacinę veiklą atliekant vieno atvejo tyrimą;
- atlikti tyrimą apie UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas ir jas išanalizuoti.

Mokslo tiriamojo darbo tyrimas yra atliktas empiriniu metodu pateikiant „Infobalt 2005“ parodos lankytojams anonimines anketas, kurių rezultatai buvo analizuojami.

Magistrinis darbas „UAB Penki kontinentai“ informacinės paslaugos“ rašomas remiantis spausdintiniais (spausdintinės monografijos, moksliniai straipsniai iš spausdintinių monografijų ir serialinių leidinių) šaltiniais, elektroniniais šaltiniais (visa pranešimų sistema, duomenų bazės ir katalogai) ir spausdintine bei elektronine medžiaga iš parodos „Infobalt 2005“.

Taip pat dėkojama UAB „Penki kontinentai“ specialistams už bendradarbiavimą ir naudingos informacijos apie bendrovių struktūrą, veiklą, paslaugas, vartotojus ir dokumentus suteikimą.

Magistrinis darbas sudarytas iš 3 dalių. Pirmoje dalyje pristatoma informacinė veikla organizacinėje įmonėje teoriniu aspektu, jos pagrindinis objektas – paslaugos, jų problematika ir kryptys, taip pat vartotojai ir dokumentai, kurie yra sudėtinai informacinės veiklos objektai; antroje dalyje išsamiai ištiriamas UAB „Penki kontinentai“ pagrindinis informacinės veiklos objektas – informacinės paslaugos, jų vartotojai ir dokumentai; trečias skyrius skirtas atlikto UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų tyrimo analizei.

Šio magistrinio darbo pagalba vartotojas galės greičiau rasti išsamią, jam reikalingą informaciją apie bendrovę ir jos teikiamas informacines paslaugas. UAB „Penki kontinentai“ darbuotojai galės tiksliau susipažinti su bendrovės tikslais, misijomis, aiškia struktūra ir skyrių

teikiamoms informacinėms paslaugoms atsakomybe, o vadovams turėtų būti įdomūs tyrimo rezultatai. Prieduose pateikiamas tyrimo atlikinėjimo metu naudotų anketų pavyzdys.

Šio magistrinio darbo „UAB Penki kontinentai“ informacinės paslaugos“ paskirtis yra susipažinti su informacinės veiklos objektais, iš kurių pagrindinis yra informacinės paslaugos, taip pat plėsti žinias apie „UAB Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas, jų procesus, sužinoti vartotojų nuomonę apie bendrovės teikiamas informacines paslaugas bei jų įvertinimą. Šios žinios gali būti naudingos ne tik bendrovės darbuotojams ir vadovams, tačiau ir patiems informacinių paslaugų vartotojams, o taip pat mokslininkams, informacinių paslaugų ir informacinės veiklos tyrinėtojams.



## 1. ORGANIZACIJOS INFORMACINĖ VEIKLA TEORINIU ASPEKTU

Nuolat kintančioje aplinkoje su naujais pokyčiais susiduria visų tipų įstaigos ir organizacijos. Kiekviena įstaiga veikia tam tikros veiklos aplinkoje, todėl veiksniai, kurie lemia pokyčius įstaigoje, slypi joje. „Veiklos globalizavimas, technologijų pažanga, didėjantys vartotojų poreikiai geresnės kokybės paslaugoms ir produkcijai – visa tai nusako visų organizacijų ir individų kasdienybę.“ [28,77]

Informacinė veikla kartu su informacinėmis technologijomis tampa viena pagrindinių mokslų šakų, pagrindinių pažangos faktoriumi. Visuomenei besivystant susikaupusios žinios ir informacija tampa informacijos resursais, kurie leidžia taupyti praktiškai visus kitus visuomenės resursus, t.y. materialinius, intelektualinius, darbo ir kt. Pastebima tendencija, kad tradicinius informacijos vartotojus, kuriais buvo laikomi pagrinde mokslininkai, tyrinėtojai ir pedagogai, papildo verslininkai, studentai, bei visi kiti, kurie turi tam tikros informacijos poreikių. Pagrindinis informacijos produkcijos ir aptarnavimo uždavinys – tenkinti laisvos rinkos poreikius.

Pagal Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2001 m. rugpjūčio 10 d. Nr. 984 priimtą “Dėl Lietuvos informacinės visuomenės plėtros strateginiame plano patvirtinimo” nutarimą informacinė visuomenė įvardijama kaip “atvira, išsilavinusi, nuolat besimokanti ir žiniomis savo veiklą grindžianti visuomenė, kurios nariai – paprasti Lietuvos gyventojai ir visų lygių vadovai – gali, moka ir nori visose savo veiklos srityse efektyviai taikyti šiuolaikinių informacinių technologijų priemones, naudotis savo šalies ir viso pasaulio kompiuterizuotais informacijos ištekliais, o valstybės ir savivaldos institucijos, įstaigos, pasitelkdamos šias priemones ir išteklius, priimti sprendimus, užtikrinti gyventojams prieinamą ir patikimą viešąją informaciją”. [17]

Pastaraisiais metais Lietuvoje kuriama informacinė visuomenė paremta informacijos valdymu, perdavimu ir jos mainais. Vis svarbesnės tampa besikuriančios informacijos tarnybos, tenkinančios mokslo, politinės veiklos, valdymo procesų, ūkio raidos, gamybos ir kitų sričių poreikius. Tokių institucijų Lietuvoje yra gana nemažai – bibliotekos, knygynai, informaciniai centrai, archyvai. Tačiau daugėjant informacijos srautams, šių institucijų privalumas yra informacijos apdorojimo, klasifikavimo ir aptarnavimo specifiškumas. Priklausomai nuo sugebėjimo vykdyti organizacijoje informacinę veiklą, sprendžiasi institucijos vieta visuomenėje.

„Eidamos į rinkos ekonomiką, daugelis informacijos institucijų nesugebėjusios prisitaikyti prie susiklosčiusios situacijos. Netekusios valstybinio finansavimo, nesugebėjusios teikti naujo tipo informacijos tarnybos žlugo.“ [1,97] Dar visai neseniai informacijos

institucijos, vadovaujamos ministerijų ir žinybų, galėjo sau leisti dirbti senais metodais, nesusimąstydamos dėl produkcijos kokybės ar jos realizavimo. Tačiau prieš keletą metų Lietuvoje situacija pasikeitė ir šiuo metu pasiūla viršija paklausą, todėl vartotojas gali rinktis. Dabartinėje situacijoje organizacija, kuri akcentuoja vidinius resursus, yra pasmerkta žlugimui. Vienintelis kelias į sėkmę yra išorinės situacijos analizė. Todėl šiuo metu organizacijos, norėdamos prisitaikyti prie rinkos reikalavimų, privalo reorganizuotis ir tenkinti marketingo principus.

„Marketingo tikslai – užtikrinti sumanytą pelno lygį, aktyviai kontroliuoti rinką ir kainas. Kad to pasiektų, firmos kompleksiškai tiria rinką, prognozuoja vartotojų poreikius ir priklausomai nuo to prognozuoja paslaugų asortimentą, reklamuoja savo prekes, stimuliuoja jų realizavimą, užtikrina realizavimo kanalus ir aptarnavimo sistemą pardavus prekę.“ [1,98]

Informacinės paslaugos yra pagrindinis informacinės veiklos objektas, kuris turėtų nedelsiant reaguoti į vykstančius pokyčius. J. Rudžionienės straipsnyje [28] išskiriamos tokios pagrindinės jų atsiradimo priežastys:

- Didėjantis informacijos, lemiančios organizacijos sėkmę, vaidmuo;
- Informacijos, kaip labai plačiai vartojamo reikmens, kuriam būtinas marketingas, pripažinimas;
- Socialinis informacijos politikos klausimų, susijusių su informacijos privatumu, saugumu ir laisve, akcentavimas;
- Naujų technologijų naudojimas kaupiant, ieškant, keičiantis informacija, taip pat kuriant naujas informacines paslaugas;
- Informacijos protrūkis, kurio metu ypač būtinas informacijos tiekėjų bendradarbiavimas;
- Tradiciškai susidariusių ribų tarp bibliotekų, archyvų ir skaičiavimo centrų nykimas;
- Ypač dideli klientų reikalavimai, keliami teikiamos paslaugos kokybei;
- Reikalavimas parodyti bibliotekos ir informacijos tarnybų rentabilumą. [28,78]

Pasak Z. Atkočiūnienės [1] reikia suformuluoti informacinės veiklos kryptis naudojamas informacinei struktūrai, diegiant marketingo elementus į kasdieninę praktiką. Tai būtų:

- Firmos informacijos tarnyba „filtruoja“ pagrindinį informacijos srautą, patenkanti į firmą ir jį apdoroja;
- Aktyviai analizuoja situaciją ir yra būtina technologinė prekių gamybos ir realizavimo proceso grandis. Įrodo bendradarbiavimo tikslingumą bei atsako už galutinius rezultatus;
- Tiria realizavimo rinką;
- Organizuoja reklamą;

- Naudoja marketingo elementus informacinės tarnybos veiklai gaminant ir realizuojant savo informacinę produkciją ir paslaugas. [1,98]

Į firmą patekusio informacijos srauto, kuris patenka iš aplinkos, t.y. valstybės, medžiagų tiekėjų, konkurentų, rinkos infrastruktūros ir kitų šaltinių, informacijos tarnyba turi atrinkti informaciją, kuri reikalinga firmai ir padoroti ją taip, kad galima būtų naudoti sprendimams priimti. Taip pat, firma pateikia informaciją apie savo firmos galimybes, gaminamas ir teikiamas paslaugas. Firmoje egzistuoja ir vidinė aplinka, kurioje cirkuliuoja informaciniai srautai, formuojantys firmos informacinę sistemą.

Informacinė veikla – tai mokslo ir veiklos šaka, kuri gali kokybiškai ir operatyviai patenkinti informacijos vartotojų poreikius. Pagrindiniai informacinės veiklos procesai yra:

- Informacijos rinkimas. Tai visos informacijos rinkimas, kuri atitiktų įmonės veiklos profilį arba atm tikrą temą. Vėliau ji įvedama į tam tikrą informacijos masyvą ar duomenų bazę.
- Informacijos analitinis ir sintetinis apdorojimas – tai pirminių informacijos šaltinių vertimas antriniais, t.y. kai iš turimos informacijos (pirminių šaltinių) išrenkami pagrindiniai faktai, teorijos, koncepcijos, technologiniai ir informaciniai sprendimai, visa tai apibendrinama ir parengiami referatai, apžvalgos, informaciniai leidiniai, rodyklės ir t.t. Šie antriniai informacijos šaltiniai yra antriniai dokumentai. Prie analitinio ir sintetinio apdorojimo priskiriami ir pilnateksčiai vertimai iš kitų kalbų.
- Informacijos saugojimas – tai gautos ir apdorotos informacijos įvedimas į duomenų bazę orientuojantis į tai, kad informaciją būtų galima greitai surasti, o jeigu ji turi materialią išraišką, tai kad ji užimtų kuo mažiau vietos ir būtų ilgaamžiška.
- Informacijos paieška, tai procesas, kuris naudojamas reikalingai informacijai gauti iš tam tikro informacijos masyvo ar duomenų bazės. Tik šis informacinės veiklos procesas gali būti bandomas atlikti paprasto informacijos vartotojo be profesionalo pagalbos, pasitelkiant vieną iš interneto duomenų bazių įvedant atitinkamą užklausą. Informacijos paieškai atlikti reikia suvokti kokios informacijos reikia, suformuluoti užklausą atsižvelgiant koks turi būti paieškos rezultatas ir pasirinkti atitinkamą informacijos masyvą arba duomenų bazę.
- Informacijos paskleidimas, tai reikalingos informacijos, kuri buvo surasta naudojant užklausą tam tikra tema, paskleidimas vienam ar daugiau vartotojų.
- Vartotojų informacinis aptarnavimas, tai visų minėtų (informacijos rinkimo, apdorojimo, saugojimo, paieškos ir paskleidimo) visuma.

Šių institucijų informacijos srityje pagrindinis uždavinys yra teikti profesionalias paslaugas vartotojams. Tam kad teikti šias paslaugas iš pradžių reikia žinoti vartotojų

poreikius ir prioritetus, t.y. gerai pažinoti patį vartotoją. Paslaugų ir vartotojų abipusį ryšį stiprina informaciniai leidiniai, kurie reprezentuoja įmonę ir jos paslaugas, bei suteikia išsamesnės informacijos apie paslaugas, informaciją arba nurodo iš kur ją gauti. Tad galima teigti, kad informacinės paslaugos, kartu su jų vartotojais ir jas įvardinančiais dokumentais, yra pagrindinis informacinės veiklos objektas.

### 1.1. Paslaugos

Norint suvokti veiklos savitumą, pirmiausia reikia patikslinti, kas yra paslauga ir kuo ji skiriasi nuo materialios prekės. Kad suformuluoti paslaugos apibrėžimą reikia atsižvelgti į keletą aplinkybių:

- Reikia apibrėžti paslaugų sektorių, nustatyti jo vietą ir vaidmenį ūkio struktūroje, poveikį makroekonomikos procesams: augimui, užimtumui, investiciniam aktyvumui ir pan.
- Reikia suvokti paslaugos esmę tam, kad būtų galima priimti teisingus vadybos bei marketingo sprendimus firmoje.

Surasti universalų paslaugos apibrėžimą yra sudėtinga dėl paslaugų įvairovės. Pasak B. Vengrinės [34] – paslaugos sąvoka turi daugelį reikšmių, apimančių veiklą nuo asmeninės paslaugos iki paslaugos kaip produkto sudėtinės dalies. Rinkoje siūlomos prekės – paslaugos derinys priartina paslaugą prie materialiosios prekės ir tiesiogine, ir perkeltine prasme. Todėl visapusišką paslaugos apibrėžimą yra sunku suformuluoti, nes visada atsiranda reiškinių, kurie gali būti visuotinai pripažįstami paslaugomis, tačiau šie reiškiniai gali būti pripažinti ir kitų prekių savybėmis. Tačiau vis tiek daugelis bando suformuluoti tradicinį paslaugos apibrėžimą. Jie minimi B. Vengrienės knygoje [34]:

- Paslauga yra veiksmas arba veiksmų serija, pasireiškianti asmenų kontaktu arba kontaktu su fiziniu įrengimu ar mašina, suteikianti pasitenkinimą vartotojui (Lethinen J., 1983);
- Paslauga yra bet kokia yra bet kokia nauda ar veikla, kurią viena pusė gali pasiūlyti kitai, pasižymi neapčiuopiamumu bei tuo, kad nėra nuosavybės rezultatas. Jos išraiška gali būti susieta ar nesusieta su fiziniu produktu (Kotler P. ir Blogom P.M., 1984);
- Paslauga – tai veikla, nauda ar pasitenkinimas, pateikdami pardavimui kaip tokie arba kartu su parduodama preke (JAV marketingo asociacija, 1960);
- Paslauga yra veiksmas ar serija veiksmų, kurie būdami neapčiuopiamos prigimties pasireiškia sąvoka tarp vartotojo ir paslaugų darbuotojo, pastarajam pasiūlius fizinius išteklius, prekes ar sistemas vartotojo problemoms spręsti (Grönroos CH., 1989);
- Paslauga yra tai, kas gali būti perkama ar parduodama, bet ko neįmanoma užsimesti sau ant kojos (Gummesson E., 1987). [34, 20]

Šį sąrašą galima tęsti toliau, tačiau V. Kindurys [20] teigia, kad: „Tik vartotojas gali suprasti tikrąją paslaugų produkto prigimtį. Paslaugų kūrėjas ir teikėjas gali apibrėžti produkto funkcijas, psichologinę jo naudą, kuri siūloma reklamoje. Tuo tarpu vartotojas iš paslaugos produkto paima tai, kas jam tuo momentu reikalinga.“ [20,83]

Visuose apibrėžimuose išryškėja tam tikros paslaugų savybės. „Dažniausiai yra akcentuojama, kad:

- Paslauga – tai veikla arba veikimo procesas;
- Paslauga yra neapčiuopiama;
- Paslauga – tai santykiai tarp teikėjo ir paslaugos vartotojo arba kliento, tam tikras jų tarpusavio kontaktas.“ [34,21]

Teikiant paslaugą būtent veikla tampa kliento poreikių tenkinimo priemone, todėl paslauga paprastai yra neapčiuopiama ir nepasiduodanti daiktų pažinimo logikai. Paslauga negali būti sveriamą, pervežama ar sandėliuojama. Teikėjo ir vartotojo santykių sąveika tampa paslaugos atsiradimo bei jos egzistavimo sąlyga, kuri ne visada būna akivaizdi. Būna situacijų, kai vartotojas, kaip asmuo, ir paslaugų firma ištiesai ir tiesiogiai tarpusavyje nekontaktuoja, tačiau paslauga vartotojui yra teikiama per vartotojui priklausančias materialines priemones.

Dar viena svarbi paslaugų savybė yra kliento poreikių patenkinimas, nes paslauga – tai procesas, susijęs su asmens prigimties, būsenų ir galimybių keitimu, jam pačiam to reikalaujant. Taip pat svarbu tai, kad paslauga yra tokia veikla, kurią gali atlikti tik kitas asmuo, o ne paslaugos vartotojas. Paslaugos sau pačiam neatliekamos, tad ši aplinkybė parodo skirtumą tarp savitarnos ir paslaugos.

Apibendrinant paslaugų sąvokos sampratą galima padaryti tokias išvadas:

- Dėl paslaugų įvairovės iki šiol nėra vieno universalus paslaugų apibrėžimo, specialistai formuluoja apibrėžimą priklausomai nuo tikslo, akcentuojant vieną ar kitą paslaugos aspektą.
- Pagrindinės paslaugos savybės – tai veikla tenkinanti vartotojo poreikius, procesas, kuriame dalyvauja paslaugos teikėjas ir vartotojas, kaip atskiri, savarankiški proceso dalyviai ir yra neapčiuopiama – formuoja paslaugos apibrėžimą.

Nepaisant paslaugų įvairovės, vis tiek paslaugos pasižymi tam tikromis bendromis savybėmis, tai:

- Neapčiuopiamumas – paslauga suvokiama subjektyviai ir vartotojas ją aprašo remdamasis tokiomis sąvokomis kaip savijauta, patirtis, įspūdis, saugumas,

patikimumas. Nors nemažai paslaugų turi gana apčiuopiamų elementų, vis dėlto ne jie sudaro paslaugos esmę, o esmė lieka neapčiuopiama.

- Gamybos ir vartojimo vienovė – paslauga, kaip procesas, yra gaminama ir vartojama vienu metu, tai labai sukomplikuoja kokybės kontrolę paslaugų firmos vadyboje.
- Kliento dalyvavimas – klientas turi dalyvauti, kaip ir pardavimo taip ir gamybos procese, kaip pilnateisis paslaugų proceso dalyvis.
- Neįmanomas kaupimas bei sandėliavimas – paslauga yra procesas, kurio neįmanoma kaupti, kaip daiktus. Kadangi paslauga yra nemateriali ir suvartojama jos teikimo momentu, todėl jos rezervų neįmanoma kaupti be vartotojo dalyvavimo.
- Nėra nuosavybės perdavimo – paslaugos yra nematerialios, todėl jas suvartojus paslaugą – jos nebelieka, tad ir perduoti toliau neįmanoma.
- Heterogeniškumas – paslaugą kuria ir tiekėjas ir vartotojas, o ji yra šios sąveikos rezultatas, tad kiekvienam vartotojui ar klientui paslauga nėra visiškai tokia pati kaip kad kitam. [34, 23-27]

Šie paslaugų skirtumai leidžia patikslinti paslaugų veiklos sferą ir jos ekonominį lauką. Be to, skirtingoms paslaugų grupėms šios savybės būdingos nevienodu laipsniu. Tam didelę įtaką turi naujos informacinės technologijos, kurios pakeičia savybių reiškimosi būdus ir formas.

Iš visos paslaugų įvairovės galima išskirti informacines paslaugas, kurios yra neatsiejamos nuo mūsų gyvenimo. Informacijos paslauga, tai „naudinga veikla, leidžianti tenkinti vartotojų informacijos poreikius. Tradicinės informacinės paslaugos teikiamos oro uostuose, geležinkelio stotyse. Bibliotekų informacinės paslaugos – tai konsultacijos, kaip ieškoti informacijos, referavimas, indeksavimas ir kita.“ [29,69] Informacines paslaugas teikia ir kitos paslaugų firmos, kurios teikia mokamas paslaugas verslo sektoriui.

Pastaraisiais metais Lietuvoje sparčiai vystosi informacinės technologijos, o kartu ir informacinė visuomenė. Ji sėkmingai naudojasi naujosiomis technologijomis, pajuto didžiulę elektroninių paslaugų teikiamą naudą, tokią kaip sutaupytas laikas, pinigai, greitas informacinių paslaugų gavimas ir kitus privalumus. Šiuolaikiniai piliečiai, norintys suspėti su nauju gyvenimo ritmu ir kriterijais, yra priversti ieškoti vis naujos informacijos darbui, mokslams, savišvietai ir kt. Dauguma kreipiasi informacijos į „visažinį“ internetą, tačiau ne visada rezultatai būna tokie kokių buvo tikėtasi. Taip atsiranda rinkos paklausa informacinėms paslaugoms.

Organizuota ir tinkamai apdorotos informacinės paslaugos, pateiktos vartotojui laiku ir patogiai forma, įgalina jį efektyviai atlikti savo užduotis, priimti sprendimus, operatyviai

reaguoti į aplinkos pokyčius, tobulinti savo žinias ir įgūdžius, keistis informacija su kolegomis taip optimizuojant organizacijos veiklą. Informacinė paslauga – tai paslauga, teikianti tam tikros rūšies informaciją ar jos išteklių prieigą vartotojui.

Informacijos išteklių valdymas ir panaudojimas tampa daugelio organizacijų, visuomenės, valstybės ir net viso pasaulio raidą lemiančiu veiksniumi. „Informacijai tampant preke, jos kūrimo, organizavimo, paskleidimo ir panaudojimo procesuose ima reikštis ekonominiai faktoriai, o informacinės visuomenės varikliu tampa informacijos ir žinių bei jų technologijų rinka.“ [15,107] Šiuo metu informacinėje visuomenėje yra daugiau ne tik kompiuterių, bet ir žmonių, kurių asmeninė ir profesinė veikla yra susijusi su informacijos kūrimu, saugojimu, apdorojimu ir paskleidimu. Dėl šio faktoriaus randasi naujos darbo vietos, naujos profesijos, iškyla nauji reikalavimai specialistams, naujų žinių ir įgūdžių paklausa. Visose srityse ir veiklose sėkmę lemia, jau ne tik profesinės, tačiau ir informacinės kvalifikacijos.

Pasak Z. Bigelio [6] – vertinant informacijos sklaidą, svarbu išanalizuoti ir įvertinti visus interneto naudojimo procesus:

- Teisingą užklausų formavimas siekiant rasti relevantiškus informacijos šaltinius;
- Intelektualios informacijos paieška;
- Relevantiškos informacijos radimas (atrinkimas) ar gavimas;
- Teisingas gautos informacijos suvokimas;
- Informacijos apdorojimas;
- Apdorotos informacijos pritaikymas sprendimams priimti ar kitai veiklai. [6,84]

Tokių procesų suvokimas ir pritaikymas ne visada įveikiamas visuomenei, ypač ieškant rimtiems veiklos sprendimams, tad visuomenė pradeda ieškoti ir reikalauti kokybiškų informacinių paslaugų iš paslaugų firmų. Taip pat, daug patogiau ir greičiau, kai tos paslaugos gaunamos kompleksiskai, t.y. visas paslaugas vienoje vietoje. „Verslo subjektui, norinčiam išspręsti tam tikrą problemą būtų nepalyginamai patogiau gauti visas reikalingas paslaugas iš vieno kompetentingo šaltinio.“ [26,62]

Informacijos vadyba akcentuoja informacijos kaip organizacijos strateginių išteklių traktavimą prilyginant juos kitiems ekonominiams ištekliams, tokiems kaip gamtiniai ištekliai, darbas, finansai, kurių efektyvus eksploatavimas lemia organizacijos sėkmę.

Informacijos valdymo praktikos įsitvirtinimą organizacijose sąlygojo tokie veiksniai:

1. *Informacijos masyvų didėjimas* organizacijose, kurį sąlygojo verslo santykių ir procesų sudėtingėjimas. Nesutvarkytos informacijos lavina lėtino organizacijų darbą ir privertė ieškoti efektyvių jos valdymo būdų.

2. *Informacijos ir komunikacijos technologijų plėtra* įgalino spartesnę informacijos perdavimą ir tokiu būdu suintensyvino ir pagreitino verslo komunikacijos procesus.
3. *Dinamiška aplinka* – šis veiksnys yra informacijos ir komunikacijos technologijų, kurios paspartino informacijos apykaitos procesus verslo, mokslo tiriamojoje, švietimo veikloje, plėtros pasekmė. Verslo įmonės buvo priverstos taikytis prie besikeičiančių technologijų, prekių, išradimų, senstančių žinių kaleidoskopo.
4. *Informacijos intensyvumas* – informacijos srautai, ateinantys iš aplinkos, organizacijoje generuojamos informacijos mastai, sąlygojo informacijos valdymo prasiskverbimą į bet kokią veiklą, susijusią su sprendimų priėmimu. Paprastai išskiriamos tam tikros veiklos sritys, kurios pasižymi ypač aukštu informacijos intensyvumu, – tai darbas švietimo institucijose, operuojančiose greitai senstančiais intelektualiais produktais, strateginių sprendimų priėmimas, rinkodara, didžiąja dalimi priklausantys nuo aplinkos ir vidinės organizacijos informacijos rinkimo ir analizės ir pan.
5. *Informacijos virsmas ištekliu ir preke* buvo sąlygotas visų minėtų veiksnių kompleksiško poveikio verslo procesams. Apibrėžtų apdorojimo procesų būtinybė, informacijos gyvybingumo ciklas (kūrimas/įsigijimas, priežiūra ir naudojimas, senėjimas) apibrėžė informaciją kaip svarbų organizacijos išteklių. Informacijos poveikis organizacijos sėkmei ir konkurenciniam pranašumui paskatino vertinti informaciją kaip prekę, turinčią apibrėžtą kainą.

Galima išskirti pagrindinius paslaugų teikėjų ir vartotojų komunikacijos, informacijos apie paslaugas skleidimo bei jų pardavimo tikslus:

1. suteikti informaciją ir sudominti klientus ar vartotojus teikiama paslauga ir įmone;
2. išryškinti teikiamų paslaugų pranašumus bei skirtumus, palyginti su konkurentų tokia pačia paslauga;
3. parodyti teikiamos paslaugos naudingumą vartotojams ar klientams;
4. suformuluoti ir išlaikyti paslaugų įmonės įvaizdį ir reputaciją;
5. įtikinti klientus pirkti teikiamą paslaugą ir ją vartoti. [20,113]

Informacijos amžiuje pagrindinis akcentas skiriamas informacijai ir jos valdymui, todėl jis tapo esminiu ir svarbiausiu ekonomikos vystymosi veiksniu. Į šią sritį investicijos augo greičiau, negu vyko ekonomikos augimas. Didžiųjų verslo įmonių kapitaliniai įdėjimai į informacijos technologijų vystymą per metus išauga apie 15%, tai įtakojo ir kitokią požiūrį į informaciją, nes ji pradėta laikyti pagrindiniu verslo resursu, kurį reikia efektyviai valdyti.



## 1.2. Vartotojai

Pažinti savo įmonės klientus ar vartotojus yra labai svarbu, nes nuo to priklauso ar paslauga bus reikalinga ir bus perkama. „Paslaugų įmonės tikslinė rinka – tai konkretūs realūs jos paslaugų vartotojai (klientai), kuriuos reikia kuo išsamiau ir konkrečiau apibūdinti.“ [20,59] Klientų pasirinkimas priklauso nuo paslaugų įmonės tikslų, galimybių ir turimų išteklių gausos. Žinoma, galima orientuotis į visą rinką, tačiau paslaugos sferos raidos rezultatai įrodė, kad tiksliau ir racionaliau būtų rinką išskaidyti segmentus ir pasirinkti savo segmentą – tam tikrą rinkos dalį.

Segmentavimas reikalingas norint nustatyti siauresnę ir tikslesnę rinkos dalį, kurią aptarnaus įmonė. Tai leidžia aiškiau nustatyti vartotojų poreikius, pageidavimus, lūkesčius, rinkos imlumą ir organizuoti tikslesnę adresinę reklamą. Taip pat padeda parengti ir pačios įmonės rinkos strategiją.

Rinkos segmentavimas yra sudėtingas procesas, nes yra daug rinkos skaidymo būdų, todėl prieš segmentuojant reikia gerai pažinoti savo vartotojus.

Pradžioje geriausia išskaidyti rinką į dvi dalis, tai: individualūs vartotojai ir organizacijos klientai. Nors šie du segmentai yra panašūs, tačiau jei yra ir skirtingi, nes paslaugų įmonės dažniausiai taiko skirtingas paslaugas ar jų paketus individualiems vartotojams ir organizacijų klientams. Tad dažnai skiriasi pritraukimo, prezentacijos ir reklamos apie paslaugas programos. Tačiau pagrindinės paslaugos dažniausiai yra siūlomos abiem segmentams.

Pagrindiniai paslaugų segmentai nėra giminingi, todėl jie gali būti grupuojami į smulkesnius segmentus. „Vakarų šalių marketingo specialistai analizuodami įvairių paslaugų rinkas skiria tris specifines vartotojų (klientų) grupes:

1. Vartotojai (klientai), ypač jautrūs aptarnavimui;
2. Vartotojai, pasirenkantys paslaugų teikėjus priklausomai nuo savo poreikių;
3. Vartotojai, kurie orientuojasi į savitarną paslaugų sferoje.“ [20,59]

Vienoks ar kitoks vartotojų segmentavimas paslaugų sferoje naudingas esminiams vartotojų lūkesčių skirtumams atskleisti ir paslaugų teikimo siūlymams tobulinti. Be to, išsiaiškinus rinkos segmentus, kurie naudojami įmonės paslaugomis, išaiškėja ir laisvos rinkos dalis, kuri dėl vienokių ar kitokių priežasčių nesinaudoja įmonės paslaugomis. Todėl, ištyrus ir išsiaiškinus priežastis ir pageidavimus, galima plėsti savo veiklą ir užimti kitą rinkos segmentą.

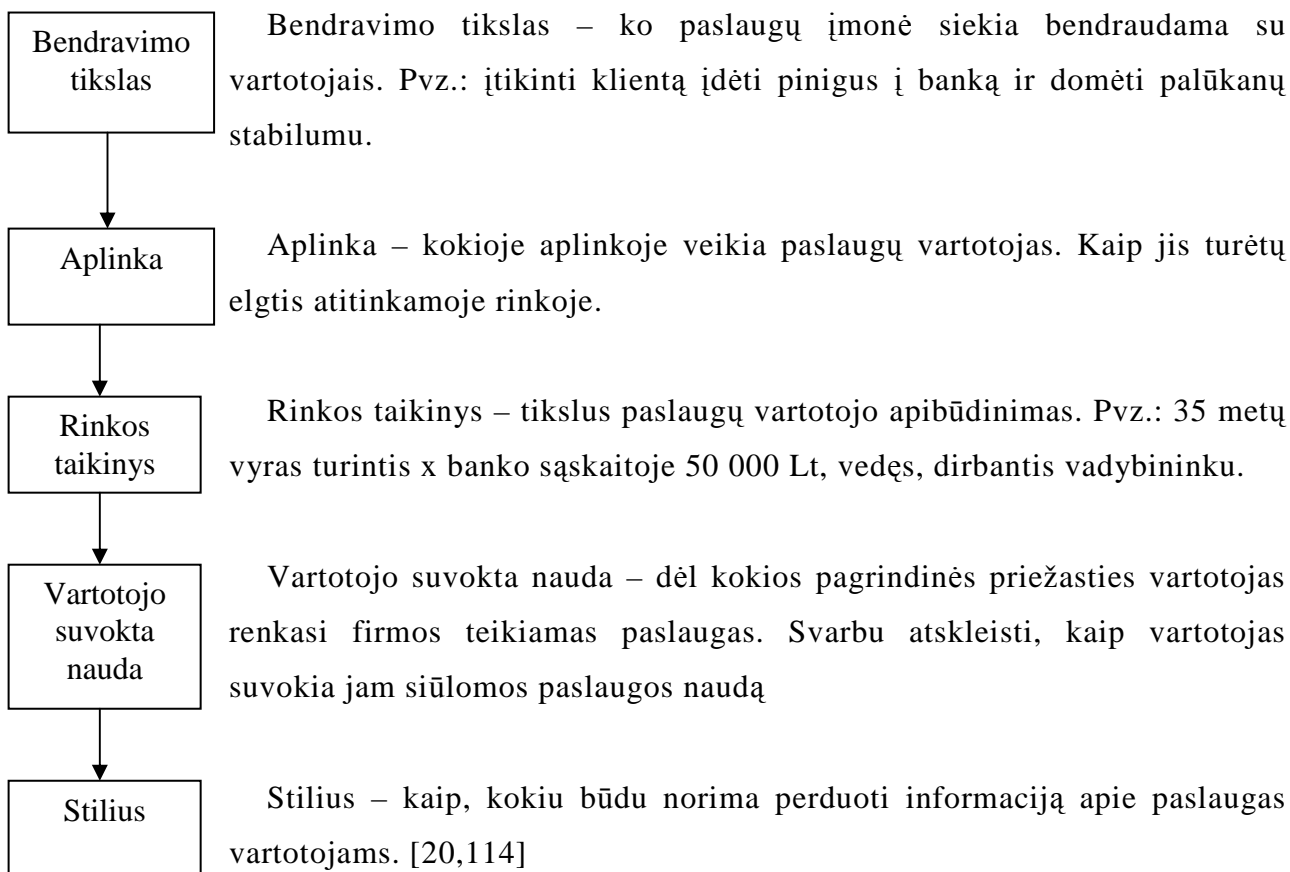
Paslaugų įmonė gali užimti ne tik vieną rinkos segmentą, ji gali turėti keletą tikslinių rinkų, kurių skaičius priklauso nuo įmonės dydžio ir kitų veiksnių.

Norint pagerinti paslaugų įmonės padėtį ir pašalinti iškilusius nesklandumus, gali labai padėti žinojimas apie įmonės ir potencialius vartotojus. Norint to pasiekti įmonės daro rinkos tyrimus ir naudojami visa prieinama informacija. Patartina žinoti vartotojų amžių, lytį, gyvenimo tikslus, šeimyninį statusą, profesiją, gyvenamąją vietą, laisvalaikio ypatybes, ar turi vaikų ir kitas detales galėsiančias padėti atpažinti potencialaus ar jau esamo vartotojo poreikius. Be to, reikia sužinoti kodėl vartotojas naudojami įmonės paslaugomis, ar įmonės paslaugos iš tiesų unikalios. Taip pat negalima siūlyti įmonės paslaugų abstrakčiam vartotojui, nes vartotojai yra skirtingi – vyrai, moterys, jaunuoliai, subrendę žmonės, studentai, moksleiviai, pensininkai – ir jiems reikia skirtingų paslaugų. Dažniausiai paslaugų vartotojai būna griežti, tad nereikia perdėtai kalbėti apie paslaugą, o vartotojų išsakytus nepasitenkinimą ir paslaugų trūkumus reikia pripažinti ir į jį atsižvelgti.

Vytautas Kindurys siūlo tokią bendravimo su klientais 1 schemą:

1 schema

*Paslaugų teikėjų komunikacijos su klientais schema*



Veikiant pagal tokią schemą tyrimas bus gerai sukoordinuotas, o rezultatai bus vaisingi ir jais remiantis įmonės veiklos pokyčiai gali nulemti sėkmę.

Šiuolaikinė visuomenė dažniausiai vadinama informacine arba einančia jos link, nes informacija jau prasiskverbė į visas veiklos sferas. Spartus informacijos augimas ir didėjanti jos įvairovė, informacijos ir komunikacijos technikos ir technologijų plėtra, informacijos kaip prekė traktuotė, žinių ir informacijos industrijos susiformavimas, informacijos ir jos technologijų poveikis visoms veiklos sritims, visi šie veiksniai ir paskatino visuomenės virsmą informacine. Informacija pakeitė mokymosi, darbo pobūdį ir kasdieninio gyvenimo stilių.

Visuomenėje yra pastebimiausi technologiniai pokyčiai, todėl jie neretai laikomi svarbiausiais. Informacinių technologijų invazija sukėlė tikrą perversmą visose žmogaus veiklos srityse ir kasdieniniame gyvenime. Kaip teigia A. Glosienė: „Mobilios komunikacijos, elektroninis paštas, elektroninis duomenų pateikimas, Multimedia, virtuali realybė – tai metodai ir priemonės, naudojami ne vien universitetuose, karinėse ir vyriausybės informacijos tarnybose, bet ir mokyklose, ligoninėse, bankuose, verslo įmonėse, bibliotekose, muziejuose ir namuose. Devinto dešimtmečio pabaigoje pasaulyje yra apie 55 milijonų interneto vartotojų, o 2000 metais – apie 500 milijonų vartotojų.“ [15, 106] Pastaraisiais metais kompiuterinio raštingumo įgūdžiai diegiami vaikams ikimokyklinio auklėjimo įstaigose, mokyklose ir namuose. Dėl tokio spartaus plitimo jaunimas nebegali įsivaizduoti nei savo tolesnio gyvenimo, nei studijų, nei profesinės karjeros be kompiuterio. Tačiau tuo dar neapsistoja gyvenimo sričių tobulėjimas. Be paliovos yra atnaujinama ir tobulinama informacijos, bei komunikacijos technika ir technologija, o taip pat ir programinė įranga, Multimedia keičia tradicinį skaitymo ir apskritai naudojimosi informacija būdą. Tad natūraliai iškyla nuolatinis informacijos poreikis.

Žinoma, šie tikslai nėra griežtai taikomi visoms įmonėms ir organizacijoms, jie varijuoja priklausomai nuo paslaugų verslo rūšies, o specifiniai paslaugų tikslai pagrinde priklauso nuo rinkos situacijų.

„Informacijos poreikis – tai žinių poreikis, būtinas konkrečioms kūrybinėms problemoms spręsti. Tai būtina individo egzistavimo visuomenėje sąlyga.“ [36,64] Informacijos poreikis dažniausiai iškyla atsiradus probleminei situacijai bet kurios sferos veikloje: profesinėje, neprofesinėje, netgi buitinėje. Tačiau vartotojams reikalingos tik visai visuomenei naudinga, tikslinga ir kryptinga profesinė informacinė veikla, nesvarbu, kokioje srityje ji besireikštų.

Informacijos vartotojas – tai fizinis asmuo ar jų grupė, kuriai reikia tam tikros tikslinės informacinės paslaugos arba jų komplekso, patenkinti savo veiklos poreikiams. Nors informacijos vartotojų pagrindinis tikslas yra patenkinti savo informacijos poreikius, tačiau vis dėlto vartotojai nėra vienodi, o jų pasitenkinimui reikalingos nevienodos paslaugos.

Informacija apie paslaugas matoma visur ir jos yra begalo daug. Paslaugų vartotojai paslaugas mato kiekviename gyvenimo žingsnyje: važiuodami į darbą pastebi reklaminius stendus ir firmų ženklus gatvėse, pašto dėžutėse randa reklaminę medžiagą, mato reklamą laikraščiuose, per televiziją, radiją, internete ir kitur. Kadangi vartotojus supa didelis informacijos srautas, dėl to vartotojai dalies reikalingos informacijos tiesiog nepastebi. „Informacija pasiekia vartotoją, jeigu yra garantuojamos keturios sąlygos:

1. kai įmonės siūloma paslauga yra vertinga arba naudinga vartotojui;
2. vartotojas nori gauti paslaugą konkrečiu momentu;
3. vartotojas suvokia, kad pajėgus sumokėti už trokštamą paslaugą;
4. vartotojas pamato arba išgirsta informaciją apie norimą paslaugą. [20,113]

Tik šių sąlygų garantavimas gali vartotoją pastūmėti pasirinkti įmonės siūlomą paslaugą. Tačiau be reklamos ir informacijos apie paslaugas, sėkmingą įmonės veiklą gali įtakoti ir konkurentai, kurie taip pat yra suinteresuoti parduoti savo paslaugas ir vykdo šias sąlygas. Be to, nereikia pamiršti, kad vykdant šias keturias sąlygas pateikiama informacija yra tik didžiulio informacijos srauto dalis.

### 1.3. Dokumentai

Informacinėje visuomenėje vieni iš svarbiausių yra dokumentai, jų ruošimas ir tvarkymas. Dokumentacija egzistuoja kiekvienoje šiuolaikinėje įmonėje ar organizacijoje. Tvaringa dokumentacija gali lemti sėkmingą įmonės veiklą, tad šiai sričiai yra skiriama daug dėmesio.

Šiuolaikinėje informacinėje visuomenėje dokumentai gali atlikti tris funkcijas:

1. įmonės ar organizacijos veiklos procesų įforminimas;
2. įmonės ar organizacijos veiklos ir paslaugų prezentacija (informavimas);
3. įmonės ar organizacijos veiklos administravimas.

Dokumentai organizacijos ar įmonės veikloje gali atlikti tiek vieną kažkurią funkciją, tiek ir visas funkcijas vienu metu. Dokumentai organizacijoje nurodo veiklos procesus, kurie vyksta organizacijos viduje ir organizacijos ryšius su išorine aplinka. Kai kurie dokumentai atlieka ir informacinę funkciją, kuri pasireiškia, kai dokumentas, kuriame aprašoma organizacijos veikla, pristatomos organizacijos paslaugos ar paskelbiami organizacijos pasiekimai, tampa pasiekiamas visuomenei. Šias dvi funkcijas dažnai apjungia pagrindinė trečia funkcija – veiklos administravimas.

Norint analizuoti dokumentus, kurie įvardina informacines paslaugas organizacijoje, reikia išsiaiškinti pačio dokumento sąvoką. „Dokumentas, tai medžiaginė laikmena su joje įrašyta informacija, skirta saugoti ir vartoti.“ [5,23] Tai reiškia, kad dokumentu laikoma įvairi dalykinė medžiaga, kuri yra užfiksuota kažkokioje laikmenoje ir turi juridinę galią.

Apimant visus šiuolaikinius dokumentavimo procesus galima teigti, jog dokumentas yra ne tik rašytinis patvirtinimas, kuris turi juridinę galią, tačiau ir užfiksuotas bet kokiose laikmense. Jo žinios gali būti naudojamos valdymo, mokslo, technikos ir kultūros srityse.

„XXI amžiuje pasikeitė ir informacinė aplinka: nuo tradicinės iki virtualios, drauge pakito ir dokumento materialinė forma – nuo rankraštinės ar spausdintos iki skaitmeninių formų. Tai iš esmės pakeitė ir dokumentavimo objektus, t.y. užfiksuotą informaciją – dokumentus. Dokumentą sudaro trys pagrindinės dalys:

- informacija,
- materialinė laikmena,
- jos fiksavimo ir identifikavimo technologija.“ [39,268]

Iš šių pagrindinių dokumento dalių net dvi dalys gali būti pakeistos. Materialinė dokumento forma gali būti pakeista į skaitmeninę formą, o jis nėra susietas su konkrečia materialia forma – jis egzistuoja elektroninėje aplinkoje. Taip pat linijinė dokumento struktūra gali keistis į skaitmeninę struktūrą.

Kadangi tradicinių dokumentų srautas sparčiai auga, todėl tapo sudėtinga juos valdyti ir įvertinti. Elektroninių dokumentų atsiradimas padėjo išvengti chaoso valdant dokumentinę informaciją.

Informacinių technologijų invazija į kasdieninio gyvenimo aspektus pakeitė ir socialinę bei ekonominę dokumento aplinką. Dėl gerokai sumažėjusių informacijos dokumentavimo sąnaudų, daugelis dokumentų apdorojimo procesų tapo paprastesniais ir spartesniais. Į dokumentavimo procesus dabar yra įraukiama ir nemaža visuomenės dalis, kuri turi galimybę pereiti prie moksliskai grįstų dokumentinės informacijos srautų valdymo.

Dokumentacijos valdymo proceso sėkmę ir vientisumą nulemia patirties įvertinimas, tolesnės plėtros gairių numatymas, teorinių žinių apie dokumentinę informaciją ir apie patį dokumentą kaupimas bei gilinimas.

Dokumentai yra labai skirtingi ir jų yra labai daug. Todėl „dokumentai gali būti skirstomi pagal keturis požymius:

- platinimo būdus,
- laikmenos formas,
- fiksuojamos informacijos rūšį,

- turinį.

Pirmieji trys požymiai nėra susiję su dokumento turiniu, todėl pagal juos klasifikuoti dokumentus yra paprasčiau negu pagal paskutinį turinio požymį. Dokumentų srautas funkcionuoja socialinėje aplinkoje, tad „dokumentų funkcionavimą galima apibūdinti trimis egzistavimo etapais:

- dokumento sukūrimu,
- dokumento platinimu,
- dokumento panaudojimu.

Visi šie etapai yra glaudžiai susiję. Jų visuma sudaro dokumentų srautus. Gali būti milijoniniai fondai, bet nepanaudojami dokumentai nėra srautas.“ [38,15]

Tik gerai suformuotas duomenų srautas patenka vartotojui per informacijos įstaigas. Tarp vartotojo ir dokumentų srautų tarpininkais gali būti bibliotekos, informacijos centrai ir kitos įstaigos. Jie skirstomi į skirtingus lygius, tad duomenų srautai į juos patenka nevienodai. Dažnai bibliotekose ir informacijos centruose yra analizuojami ir apdorojami dokumentų srautai, ko rezultate gaunamas informacinių duomenų srautas. „Informacinis leidinys, tai leidinys, pateikiantis susistemintas žinias apie dokumentus (skelbtuosius, neskelbtuosius, neskelbiamus) arba pirminiuose šaltiniuose esančių žinių analizės ir apibendrinimo rezultata, leidžiamas mokslinė ir informacinė veikla užsiimančios organizacijos“. [10,199]

Informacinių dokumentų paskirtis išskiriama į du tikslus:

- Vartotojus orientuoti dokumentų sraute,
- Vartotojus orientuoti žinių sraute.

Tokius tikslus įgyvendina įvairūs informaciniai leidiniai, reklaminiai leidiniai, rodyklės, žinynai, katalogai, sąrašai, elektroniniai katalogai, elektroniniai reklaminiai leidiniai ir kiti leidiniai, kuriuose išdėstomos jau susistemintos dokumentų žinios apie gaminius, paslaugas, renginius ir kitokią įmonės atliekamą veiklą.

Siekiant orientuoti vartotojus dokumentų sraute, dokumentai apdorojami suteikiant jiems bendrą charakteristiką, t.y. parengiami įvairūs informaciniai dokumentai, atliekantys orientacinę funkciją dokumentų sraute. Bendroji charakteristika atsispindi perengtuose informaciniuose dokumentuose, kaip bibliografinis aprašas, anotacija, bibliografinės rodyklės, elektroniniai katalogai, bibliografinė apžvalga ir daug kitų dokumentų, kurie dar vadinami bibliografiniais arba dokumentiniais.

Siekiant vartotojus orientuoti žinių sraute, iš dokumentų išrenkami faktai, koncepcijos, idėjos, teorijos, hipotezės, kurie gali atitikti informacijos vartotojų poreikius. Tokia informacija atsispindi referatuose, faktografinėse pažymose, ekspresinformacijose ir kituose informaciniuose dokumentuose, kurie dar būna vadinami faktografiniais.

Nors abeji vartotojų ir paruoštų informacinių dokumentų tikslai yra gana skirtingi, tačiau šis dokumentų skirstymas į bibliografinius ir faktografinius yra sąlyginis, nes vis tiek visi šie dokumentai glaudžiai tarpusavyje susiję ir dažnai papildo vienas kitą ar net atlieka tas pačias funkcijas.

## 2. UAB „PENKI KONTINENTAI“ INFORMACINĖ VEIKLA: ATVEJO TYRIMAS

UAB „Penki kontinentai“ – viena stambiausių ir seniausių Lietuvos informacinių technologijų bendrovių, įsikūrusi 1992 m., turinti ilgametę informacinių technologijų intelektualios programinės įrangos kūrimo patirtį. [32]

UAB „Penki kontinentai“ ne tik veikia kaip atskiras informacijos centras, jam priklauso ir jungia 6 bendroves. Šią bendrovių grupę sudaro:

1. UAB „Penki kontinentai“ (www.5ci.lt)
2. UAB „Penkių kontinentų komunikacijos centras“ (www.5ci.lt, www.penki.lt, www.skynet.lt)
3. UAB „Penkių kontinentų bankinės technologijos“ (www.bs2.lt)
4. UAB „Lietaus dizainas“ (www.lietus.lt)
5. UAB „Ashburn International“ (www.ashburn.lt)
6. UAB „Skaitmeninio sertifikavimo centras“ (www.ssc.lt)

### *Bendrovės veiklos kryptys:*

- specializuotos bankinės įrangos tiekimas, įdiegimas, integracija ir jai skirtos taikomosios programinės įrangos kūrimas;
- konsultacijos bankinės įrangos klausimais ir mokymai;
- vietinių ir visuotinių kompiuterinių tinklų (taip pat ir bevielių) projektavimas bei įrengimas;
- įvairios interneto ryšio paslaugos;
- optinio kabelio linijų per „Skynet“ tinklą tiesimas namų internetui;
- el. komercijos sistemų ir informacinių interneto portalų kūrimas;
- prekyba žymių užsienio įmonių kompiuterine, telekomunikacine ir programine įranga;
- kompiuterių garantinės ir pogarantinės paslaugos;
- įvairių sričių ir lygių mokymo kursai specializuotame mokymo centre;
- prekyba specialiaja kompiuterine, mokomąja ir grožine literatūra;
- interneto kavinių, informacinių centrų paslaugos;
- verslo informacijos analizė (LBIC). [32]

UAB „Penki kontinentai“ tikslas –panaudojant moderniausias technologijas siekiama teikti klientams kompleksinius, orientuotus į kliento poreikius sprendimus ir paslaugas.



Bendrovės užduotis – parodyti klientams, kaip jie gali išgauti papildomą pelną, geriau kontroliuoti savo verslą, pagerinti savo verslo rinkodarą ir komunikaciją, taikydami elektroninius sprendimus. [32]

Kaip matoma, ne visos bendrovės priklausančios UAB „Penki kontinentai“ bendrovių grupei užsiima informacine veikla. Todėl nagrinėjamos dvi UAB „Penkių kontinentų“ bendrovių grupei priklausančios bendrovės, tai:

1. UAB „Penki kontinentai“, kuriam priklauso šie informacines paslaugas teikiantys centrai ir skyriai:
  - a. Interneto kavinė „Despina“,
  - b. Elektroninė informacinė miesto tarnyba,
  - c. Mokymo centras,
  - d. Elektroninis knygynas books.lt,
  - e. Informacijos centras.
2. UAB „Penkių kontinentų komunikacijos centras“, kuriam priklauso:
  - a. Marketingo ir reklamos skyrius,
  - b. Elektroninės žiniasklaidos skyrius,
  - c. Internetinio ryšio teikėja „Skynet“.

Šie skyriai teikia įvairias informacines paslaugas įvairiems vartotojams. Informacinės paslaugos yra aprašinėjamos ir įvardinamos UAB „Penki kontinentai“ sudarinėjamuose ir leidžiamuose dokumentuose. Bendrovės informacinės paslaugos, jų vartotojai ir dokumentai analizuojami sekančiuose poskyriuose.

## **2.1. UAB „Penki kontinentai“ teikiamos informacinės paslaugos**

UAB „Penki kontinentai“ kuria ir teikia daug įvairių paslaugų, tai parodo penkių kontinentų bendrovių grupės struktūra, kurią sudaro 6 bendrovės. Iš visų paslaugų įvairovės – informacines paslaugas teikia dvi bendrovės, tai UAB „Penki kontinentai“ ir UAB „Penkių kontinentų komunikacijų centras“. Nors bendrovėse informacinių paslaugų tiekimo atsakomybė yra išskirstyta struktūriškai, tačiau informacinių paslaugų kūrimo ir tiekimo tendencijos yra persipynusios tiek tarpusavyje, tiek ir tarp bendrovių sudėtinių skyrių ir centrų, nes bendrovėje vyrauja matricinė valdymo struktūra, o visas bendrovės jungia UAB „Penki kontinentai“, kurie taip pat vykdo informacinę veiklą.

UAB „Penki kontinentai“ informacinio centro internetiniame tinklapyje [32] teigiama, kad: UAB „Penki kontinentai“ teikia įvairias interneto paslaugas – prijungia prie interneto įvairiais būdais (per telefono liniją, per skirtąją liniją, bevieliu ryšiu, optinio kabelio tinklu

„Skynet“), kuria įvairius interneto projektus (internetu leidybos sistemas, pramoginius, verslo informacijos), siūlo reklamuotis internete. Kad paprastas vartotojas nevaržomas galėtų nardyti po platų interneto vandenyną, „Penki kontinentai“ pristato interneto kavines – vietas, kur galima ne vien tik panaršyti internetu, pasitikrinti elektroninį paštą, bet ir nusiskenuoti nuotraukas ar tekstus, įsirašyti į kompaktinius diskus norimą informaciją bei bendrauti su visu pasauliu.

Firma turi didelę elektroninės komercijos sistemų kūrimo patirtį. Šiuo metu veikia jos sukurtos elektroninės komercijos sistemos [www.books.lt](http://www.books.lt), [www.dovana.com](http://www.dovana.com), [www.lietuvosdraudimas.lt](http://www.lietuvosdraudimas.lt), kuriomis naudojantis per internetą galima įsigyti prekių ir draudimo polisų atsiskaitant bankų mokamosiomis kortelėmis.

Firma turi Mokymo centrą, kuriame dėstomi įvairių sričių kompiuteriniai kursai (internetu, programavimo, dizaino, tinklų administravimo) ir pradedantiesiems, ir profesionalams. „Wincor Nixdorf“ firmos darbuotojus yra įgaliojusi rengti bankinės įrangos specialistus.“ Ši informacija yra klaidinanti, nes ne visas išvardintas paslaugas teikia tik UAB „Penki kontinentai“, kai kurias paslaugas teikia UAB „Penkių kontinentų komunikacijų centras“. Jei šis pristatomasis straipsnis gali būti apie visų UAB „Penkių kontinentų“ bendrovių grupių informacinę veiklą, tačiau tai nėra nurodyta. Juk tik gerai išanalizavus visų bendrovių struktūrą ir jų teikiamas paslaugas pamatomas aiškus bendrovių veiklos vaizdas. Kitu atveju, atsiranda bendrovių veiklos ir paslaugų dubliavimasis, o vartotojui – neaiškumas, kuris skyrius kuo užsiima. Tad reikia ištirti bendrovių teikiamas informacines paslaugas pagal bendrovių struktūrą.

Šių bendrovių teikiamų paslaugų įvairovė išskirstoma į skyrių ir centrų teikiamas paslaugas. UAB „Penki kontinentai“ priklauso interneto kavinė „Despina“, kuri veikia 13 val. per parą ir už tam tikrą mokestį yra teikiamos įvairios interneto paslaugos:

- Interneto naršymas – tai populiariausia paslauga, kuria naudojasi įvairiausių poreikių turinys vartotojai. Vartotojai gali ieškoti sau reikalingos informacijos naršydami po internetą, tikrinti ir siųsti savo elektroninius laiškus, bendrauti su kolegomis ir draugais iš viso pasaulio ir t.t. Tai neretai užtrunka ilgiau nei tikėtasi, o kad ši paslauga nebūtų žalinga vartotojų sveikatai, interneto kavinėje yra įrengtos 24 darbo vietos su akių nevarginančiais skystųjų kristalų monitoriais, o patalpoje yra įrengtas kondicionierius. Interaktyvų bendravimą mėgstantys vartotojai gali naudotis web kameromis bei ausinėmis su mikrofonais.
- Darbas su savo nešiojamuoju kompiuteriu prisijungiant USB jungtimi – ši paslauga skirta tiems vartotojams, kurie turi nešiojamąjį kompiuterį su jame esančia naudinga informacija, tačiau neturinčio internetinio ryšio;

- Žaidimas kompiuteriniais žaidimais – ši paslauga skirta interaktyvius žaidimus mėgstantiems vartotojams, kurie neturi galimybės žaisti žaidimus keliose vienu metu naudojant internetinį ryšį;
- Informacijos įrašymas į norimą laikmeną (kompaktiniuose ar optiniuose diskuose) – ši paslauga labai populiari, nes atsisiustą reikalingą informaciją, savo mėgiamą muziką, filmus ir kitą informaciją galima įrašyti ir gauti muzikinį, pramoginį ar informacinį kompaktinį diską;
- Informacijos perrašymas iš vaizdajuostės į kompaktinį diską ir atvirkščiai – ši paslauga skirta tiems, kurie greitai ir kokybiškai turi pakeisti informacijos laikmeną ar formatą.

Internetinėje kavinėje „Despina“ galima naudotis ne tik teikiamomis interneto paslaugomis, čia teikiamos dokumentų tvarkymo ir spaudos paslaugos, tai:

- Nespalvotas lazerinis spausdinimas;
- Spalvotas rašalinis spausdinimas;
- Nuotraukų skanavimas arba dokumentų skanavimas su teksto atpažinimu;
- Laminavimas;
- Kopijavimas A4 ir A3 lapų formatų;
- Įrišimo paslaugos.

Interneto kavinėje „Despina“ pastoviams klientams yra taikomos nuolaidos ir siūloma įsigyti aboneta, kuris leidžia vartotojams sutaupyti. Interneto kavinėje „Despina“ galima sudaryti sutartis šviesolaidiniam internetui SkyNet įsivesti ar atsiskaityti už SkyNet paslaugas.<sup>1</sup>

Interneto kavinė „Despina“ be visų interneto paslaugų prižiūri ir kuruoja elektroninį knygyną „Books.lt“, kuris prekiauja kompiuterine, mokomąja ir grožine literatūra, vaizdajuostėmis, CD ir DVD iš viso pasaulio, pristatant užsakytą literatūrą į bet kurią užsakovo nurodytą vietą Lietuvoje. Literatūra pateikiama interaktyviame elektroniniame kataloge. Vartotojas gali ieškoti sau reikalingos literatūros kataloge suskirstytame pagal kategorijas arba pasinaudojant paieškos mechanizmu pagal raktinį žodį, nurodant knygos autorių, leidimo metus, kainą ir kitus požymius.

Elektroniniame knygyne „Books.lt“ pateikiamas platus literatūros asortimentas iš įvairių ir garsių pasaulio leidyklų, pvz. „Cambridge University Press“, „Longman“, „Penguin“, „Piter Press“, BHV ir kitų leidyklų. Šis elektroninis knygynas suteikia galimybę sužinoti viską apie siūlomą prekę, nes pateikiamas išsamus jos aprašymas su nuotrauka, galima stebėti prekių

---

<sup>1</sup> *Interneto kavinė Despina [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.despina.lt/>>*

populiarumo statistiką, skaityti kitų pirkėjų nuomones apie prekes. Čia galima gauti informacijos apie leidyklas ir autorius, kurių knygomis prekiaujama.<sup>2</sup>

Kitas UAB „Penki kontinentai“ struktūrinis padalinys yra Elektroninė miesto informacijos tarnyba, kuri yra įsikūrusi kartu su interneto kavine „Despina“. Elektroninė miesto informacijos tarnyba yra pirmoji informacijos tarnyba Vilniuje, kuri buvo įkurta 2001 m. Elektroninė miesto informacijos tarnybos pagrindinė veiklos kryptis yra informacinės paslaugos individualiems ir verslo klientams. Tarnyba teikia verslo ir miesto informaciją vietiniams gyventojams ir turistams, bei rengia vaizdo konferencijas. Prie visų šių paslaugų Elektroninei miesto tarnybai priskiriama ir interneto kavinės paslaugos, už kurias atsakomybė dubliuojasi su internetine kavine „Despina“.<sup>3</sup>

Dar vienas UAB „Penki kontinentai“ struktūrinis padalinys yra Mokymo centras, kuris anot informacijos pagrindiniame tinklapyje [32] buvo įkurtas 1998 metais, o pagal Mokymo centro puslapį<sup>4</sup> – 1995 metais. Pateiktos informacijos skirtumai jau parodo bendrovių veiklos nedarnumą arba neatsakingą darbą.

Mokymo centro tikslas yra šviesti visuomenę ir priartinti ją prie naujausių technologijų. Šiam tikslui įgyvendinti Mokymo centras teikia mokymo kursų paslaugas pradedantiems kompiuterių vartotojams, besitobulinantiems programuotojams ir dizaineriams. Mokymo centre siūlomi virš 30 rūšių kursai pradedant nuo kompiuterio naudojimo pagrindų ir baigiant specializuotais IT kursais ir kurie gali būti dėstomi tiek individualiai, tiek grupėse. Mokymo centro siūlomų kursų programos apima interneto, kompiuterinio dizaino bei grafikos kursus, tinklalapių kūrimo, duomenų bazių bei kitus programavimo kursus, t.y. kompiuterio vartojimo pagrindų, biuro programų, darbo internetu pradmenų, kompiuterinės grafikos ir dizaino, tinklalapių kūrimo ir dizaino, programavimo, duomenų bazių ir elektroninio marketingo . Mokymo centro siūlomi kursai:

- *Kompiuterio naudojimo pagrindų, MS Office ir interneto*, tai kompiuterio naudojimo pagrindų kursai suaugusiems, į kuriuos įeina MS Office: MS Word, MS Excel, MS Outlook, MS PowerPoint programos, taip pat profesionaliu lygmeniu mokoma dirbti su MS Excel programa. Taip pat galima išmokti kurti duomenų bazes su MS Access – tai

<sup>2</sup> Books.lt [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.books.lt/index.asp?mid=43&lang=1&opened=000030&sr=1&showsk=1>>

<sup>3</sup> Elektroninė miesto tarnyba.lt [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ic.lt/Default.asp?DL=L&EditionID=33&TopicID=3>>

<sup>4</sup> Penkių kontinentų mokymo centras [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://training.Sci.lt/>>

skirta pradžiamoksliams. Be abejo teikiami kursai apie MS Windows vartotojui, bei darbas internetu.

- *Kompiuterinės grafikos ir dizaino, tinklalapių kūrimo ir priežiūros*, tai kursai orientuoti mokėti kurti ir prižiūrėti internetinius tinklapius su „MS Front Page“ arba „DreamWeaver“ programų pagalba. Taip pat mokoma dizaino ir grafikos meno su „Grafikos Mix“ (Adobe Photoshop, Adobe Page Maker, Adobe ImageReady arba CorelDraw), Adobe PageMaker, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDraw, Adobe ImageReady programomis.
- *Programavimo*, tai darbas su MS Visual Basic ir MS Visual C++ programomis, taip pat ir PHP programavimas. Turbo Pascal programavimo kursai skirti moksleiviams.

Norintiems mokytis savarankiškai yra skirta speciali mokomoji literatūra, kurią vartotojas gali įsigyti iš elektroninio knygyno „Books.lt“. Mokymo kursai gali būti vykdomi tiek Mokymo centro, tiek ir užsakovo norimoje vietoje. Be to, mokymo centre teikiamos ir specialistų konsultacijos.

Visi išklausę ir išlaikę pateiktus testus – gauna „Penkių kontinentų“ Mokymo centro sertifikatus.

UAB „Penki kontinentai“ struktūrinis padalinys Informacijos centras, kuris apdoroja ir pritaiko spaudos sistemai [www.press.lt](http://www.press.lt) didžiulį srautą informacijos: įvairių spausdintinių ir elektroninių žurnalų bei laikraščių straipsnius. Teikia Lietuvos spaudos monitoringo paslaugas. Virtuali leidybos sistema leidžia žurnalistams, kalbos redaktoriams ir vyr. redaktoriams dirbti skirtingose patalpose, miestuose ar net šalyse. Tai ypač praverčia parodų, konferencijų metu.

UAB „Penkių kontinentų komunikacijų centras“ pagrindė orientuojasi į internetinio ryšio SkyNet tiekimą vartotojams ir reklamos kūrimą bei viešinimą. Taip pat teikia skaitmeninės TV studijos paslaugas ir virtualios naujienų tarnybos paslaugas, kurios priklauso UAB „Penkių kontinentų komunikacijų centro“ elektroninės žiniasklaidos skyriui.

Internetinio ryšio teikėjos SkyNet paslaugos<sup>5</sup>:

- Interneto ryšio paslaugos:
  - ✓ Interneto srautas ADSL prieiga;
  - ✓ Pačiajuostis ryšys naudojant optinį kabelį;
  - ✓ Interneto srautas skirtąją linija;

---

<sup>5</sup> SkyNet [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.skynet.lt/page.asp?DL=L&TopicID=43>>

- ✓ Interneto srautas bevieliu interneto ryšiu.
- Tinklų sujungimas;
- Interneto serveris;
- Domenų (vardų) registravimas;
- Interneto telefonija, tai telefono paslaugų pakaitalas naudojant internetinį ryšį, kompiuterį ir ausines su mikrofonu;
- Informacijos apsauga naudojant specialius kodavimo raktus;
- Interneto tinklo kameros;
- Kompiuterinių sistemų auditas ir priežiūra;
  - ✓ programinės įrangos pasirinkimas, licencijavimas ir instaliavimas;
  - ✓ kompiuterinės įrangos profilaktika, plėtra;
  - ✓ IT sistemos optimizavimas ir administravimas.

Išskirtinė yra interneto telefonijos paslauga, nes prieš užsiregistruojant prašoma vartotojo užpildyti anketą, kurios tikslas yra nustatyti vartotojo prioritetus, dėl kurių galima būtų parinkti jam individualų paslaugos planą. Šis paprastas apklausos metodas parodo bendrovės rūpinimusi savo vartotojais.

Platus internetinių paslaugų pasirinkimas parodo, kad bendrovė žino ko vartotojui ir yra pasiruošusi teikti įvairiausias kokybiškas, kokių tik prireiktų vartotojui.

Dar vienas UAB „Penkių kontinentų komunikacijų centro“ struktūrinis padalinys užsiiminėjantis informacine veikla yra Marketingo ir reklamos skyrius, kuris teikia įvairias reklamos paslaugas privatiems ir juridiniams asmenims ir reklamos paslaugas visoms tik „Penkių kontinentų“ įmonių grupės narėms. Todėl galima išskirti išorines reklamos ir vidines reklamos paslaugas. Pagrindinės išorinės reklamos paslaugos:

- Tiksliniai straipsniai internete ir spaudoje yra skirti pagrinde įmonių veiklai reklamuoti;
- Reklama ACM lauko ekranuose yra labai veiksminga ir skirta įmonių veiklai reklamuoti ar įvykiams pažymėti;
- Reklama populiariose interneto svetainėse: reklaminės antraštės, bėganti eilutė, tikslinė nuoroda. Ši reklama gali būti naudojama tiek privačių tiek juridinių asmenų;
- Video reklamos kūrimas. [32]

Įmonėms, kurios dar neturi savo internetinio tinklapio, tačiau nusprendė interaktyviai paviešinti savo įmonės veiklą, tai bendrovė siūlo reklamos paslaugų kompleksą:

- Susikurti interneto svetainę su internetinio tinklapio [www.lietus.lt](http://www.lietus.lt) komanda;
- Įregistruoti domeną (URL adresą) <http://domain.search.lt> portale;

- Užregistruoti įmonės interneto svetainę paieškos sistemoje www.search.lt portale;
- Sekti svetainės lankomumą, pakabinant joje skaitiklį iš www.top100.lt;
- Reklamuotis populiariose interneto svetainėse;
- Įrašyti įmonės reklaminį vaizdo klipą;
- Transliuoti renginius internetu. [32]

Marketingo ir reklamos skyriaus teikiamos vidinės reklamos paslaugos visoms „Penkių kontinentų“ įmonių grupės narėms:

- Reklaminė spauda (lankstinukai, skrajutės);
- Reklama internete (media hostingas, baneriai,);
- Suvenyrų užsakymas ir paskirstymas po klientų aptarnavimo skyrius;
- Reklaminių užsakymų koordinavimas;
- Įmonių grupės įvaizdžio kūrimas ir palaikymas;
- Naujų prekių ir paslaugų įvedimas į rinką;
- Rėmimo, labdaros projektų koordinavimas.

Visos šios paslaugos yra priskiriamos Marketingo ir reklamos skyriui, nors pastebima, kad be komandų iš kitų portalų priklausančių UAB „Penki kontinentai“ pagalbos, paslaugos nebūtų teikiamos. Tad galima daryti prielaidą, kad tam tikrą dalį Marketingo ir reklamos skyriaus teikiamų paslaugų gaminama ar teikiama yra pačio skyriaus, o kita dalis yra atliekama kitų portalų administratorių komandų, kurios yra neaiškios iki tol kol vartotojas neužsakys paslaugos ir nesusisieks tiesiogiai su personalu. Neaiškus personalo atsakomybės pasidalinimas gali suteikti neužtikrintumo jausmą paslaugų vartotojui.

Skaitmeninė TV studija teikia įvairaus pobūdžio medžiagos filmavimo, montavimo, informacinių ar reklaminių reportažų kūrimo ir gamybos paslaugas. Taip pat siūlo vaizdo medžiagos skaitmeninio apdorojimo paslaugas. UAB „Penki kontinentai“ internetinėje svetainėje yra išvardintos visos TV studijos paslaugos, t.y.:

- Video reportažų ir reprezentacinių CD-DVD kūrimas ir gamyba;
- Tiesioginės vaizdo transliacijos internetu;
- Vaizdo medžiagos įvedimas į kompiuterį, kodavimas ir įrašymas į DVD, CD, HDD;
- Vaizdo medžiagos įrašymas iš DVD, CD, HDD;
- Vaizdo medžiagos perrašymas į DVCAM, DV;
- Vaizdo medžiagos perrašymas į S-VHS, VHS, Digital 8;
- DVD disko meniu ruošimas;
- El. knygos MMB (Mix Media Book);

- Video banerių gamyba.

Nors interneto tinklapyje<sup>6</sup> yra išvardintos viso paslaugos su įkainiais, kurie yra prieinami visiems interneto vartotojams, tačiau šios paslaugos yra labiau orientuotos į UAB „Penki kontinentai“ bendrovių grupės klientus ir pačios bendrovės reklamos kūrimo reikmėms.

TV studija taip pat daro ir viešina įvairius informacinius reportažus, kuriuos galima pamatyti naršant TV studijos tinklapyje ir informaciniame portale Penki.lt.

Virtuali naujienų tarnyba, tai visą parą veikiantis informacinis [www.penki.lt](http://www.penki.lt) portalas. Šis, elektroninis redakcijos administruojamas informacinis naujienų tinklalapis, yra pateikiamas lietuvių, anglų ir rusų kalbomis. Tinklalapį [www.penki.lt](http://www.penki.lt) sudaro dvi didžiulės kategorijos – skaitytojui pateikiama informacija bei paieškos galimybė, kurios yra „Sužinok“ rubrikoje, t.y. naujienos, analitiniai straipsniai, apžvalgos, komentarai, renginiai, orų prognozė, valiutų kursai, TV programa. Naujienos dažniausiai pristatomos su papildoma vaizdo, garso arba grafine informacija. Antra kategorija – „Ieškok“, t.y. multimedijos archyvas (fotografijos, vaizdo ir garso reportažai), lietuviškų tinklalapių TOP 100, domenų informacija ir tinklalapių katalogas.

## **2.2. UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų vartotojai ir dokumentai**

Informacinių paslaugų pritaikymas vartotojams priklauso nuo organizacijos tikslų ir ypatybių, žinių apie vartotojus bei jų dalyvavimo veiklos procese masto. Jei vartotojų grupė yra ir jos dydis tiksliai apibrėžti (pvz., kompanijos darbuotojai arba universiteto studentai), galima išstudijuoti reprezentacinę imtį. „Pagrindinius tyrimus galima gauti iš rinkos tyrimų. Tikslinės auditorijos tyrimas gali nustatyti bendrus elementus ir reikalavimus bei poreikių ir interesų įvairovės laipsnį.“ [7,143]

Analizuojant UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis besinaudojančius vartotojus susidurta su privačiajam sektoriui būdingu reiškiniu – duomenų konfidencialumu. Taip pat konkrečių statistinių duomenų nebuvo suteikta, nes kai kurių paslaugų, tokių kaip informacijos centro, elektroninės informacinės miesto tarnybos ar elektroninių paslaugų vartotojų skaičių yra sudėtinga nustatyti. Kodėl nebuvo suteikta kitų skyrių ir centrų statistinių duomenų yra neaišku. Galima daryti prielaidą, kad tikslūs duomenys nebuvo suteikti arba dėl to, kad jie yra konfidencialūs, arba dėl to, kad tikslių statistinių duomenų apie vartotojus bendrovės ir jų skyriai iš viso nerenka. Informacinių paslaugų vartotojų kiekio duomenys buvo pateikti tik pagal bendrovių skyrius.

<sup>6</sup>FilmStudio [interaktyvus]. Vilnius: UAB Penki kontinentai [žiūrėta 2005 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.filmstudio.lt/index.asp>>



Interneto kavinė „Despina“ turi apie 100 pastovių vartotojų, kurie nuolatos naudojami interneto paslaugomis. Per mėnesį interneto kavinės paslaugomis naudojami maždaug 1000 vartotojų. Kokie yra interneto vartotojai ir kokiomis paslaugomis jie dažniausiai naudojami duomenų nėra pateikta, nes tikriausiai tokių duomenų interneto kavinės personalas neregistruoja.

Iš Elektroninės informacinės miesto tarnybos, kurios paskirtis teikti verslo ir miesto informaciją vietiniams gyventojams, vartotojų duomenų negauta. Kadangi ši tarnyba yra vienoje patalpoje su interneto kavine „Despina“, o internetinių paslaugų pateikimo vartotojų veikla, kuri priklauso interneto kavinei priskiriama ir Elektroninei informacinei miesto tarnybai, todėl jos veikla dubliuojasi ir yra sunku nustatyti atsakomybės už paslaugas ir veiklą ribas. Taip pat sunku atskirti ir vartotojų besinaudojančių Elektroninės miesto tarnybos paslaugomis kieki.

Apie elektroninio knygyno „Books.lt“, kuri kuruoja interneto kavinės „Despina“ personalas, vartotojus duomenų nesuteikta. Galima daryti prielaidą, kad šio knygyno vartotojų duomenys yra konfidencialūs, nes tikrai turėtų būti kažkokia statistika parodanti kiek parduodama literatūros iš „Books.lt“ elektroninio katalogo. Elektroniniame „Books.lt“ kataloge yra pateikiama statistika parodo kiek naujų knygų yra gaunama ir įvedama kasdien, ir kiek tos literatūros buvo nupirkta. Vartotojų kiekio statistika lieka konfidenciali.

Kaip pastebima, trijų struktūrinių vienetų, t.y. interneto kavinė „Despina“, Elektroninė informacinė miesto tarnyba ir elektroninis knygynas „Books.lt“ – veikla yra persipynusi. Personalo darbuotojai turi prižiūrėti ir teikti įvairias paslaugas, o kartu laviruoti tarp įvairių sričių užduočių. Tai parodo didelį įvairaus darbo krūvį, dėl kurio yra sunku nustatyti priklausomybės ir atsakomybės ribas.

Mokymo centro paslaugomis, kas mėnesį naudojami maždaug 100 vartotojų. Šie duomenys yra tik apie grupėse lankantiems kompiuterinius kursus vartotojus. Apie vartotojus, kurie lanko kompiuterinius kursus individualiai, duomenų negauta.

Marketingo ir reklamos skyriuje pagrindinė veikla yra orientuota į įmonių grupės nares, o išorinių klientų duomenų nebuvo suteikta arba jų iš viso nėra sukaupta.

„Penkių kontinentų komunikacijos centro“ elektroninės žiniasklaidos skyriuje videomontažo studija aptarnauja apie 150 vartotojų per mėnesį. Virtualiame visą parą veikiančiame informaciniame [www.penki.lt](http://www.penki.lt) portale, kuris kasdien teikia naujausią informaciją apie įvykius Lietuvoje ir pasaulyje lietuvių, rusų ir anglų kalbomis, pagal reitingų lentelę, kuri fiksuoja iš viso besilankančių vartotojų kieki, per 6 mėnesius apsilankė virš 600 tūkst. informacijos vartotojų. Kiekvieną dieną šiame portale apsilanko virš 4 tūkst. informacijos

virtotojų iš visos Lietuvos ir užsienio. Detalesnių duomenų apie virtotojus informacijos taip pat nėra, nes nėra atliekami išsamūs portalo rinkos tyrimai.

Kiek yra Informacijos centro paslaugų virtotojų duomenų nebuvo pateikta. Ši skyrių planuojama uždaryti.

Internetiniu ryšiu SkyNet naudojasi iš viso apie 50 tūkst. virtotojų. Tikslaus virtotojų skaičiaus bendrovė nedeklaruoja ir išsamesnių duomenų neteikia. Aišku tik tai, kad visi virtotojai, yra iš Vilniaus miesto, nes kituose miestuose bendrovė neteikia internetinio ryšio paslaugų.

Pagal šiuos duomenis galima daryti prielaidą, kad informacinės paslaugos yra orientuotos į Vilniaus miesto gyventojų poreikių tenkinimą. Informacijos paslaugos, geografiniu požiūriu, yra orientuotos visai rinkai. Reklamos ir marketingo paslaugos yra orientuotos į vidinės UAB „Penkių kontinentų“ įmonių grupės poreikių tenkinimą, nors paslaugos su kainoraščiais skelbiamos interneto svetainėje [32] viešai.

Atliekant UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų tyrimą buvo išanalizuoti ir bendrovės informacinių paslaugų virtotojai. Analizėje pateikiama jų statistika, nuomonė apie bendrovės teikiamas informacines paslaugas, jų trūkumus, paslaugų įvertinimai ir paskirtis. Taip pat informacinių paslaugų naudojimosi trukmės statistika, virtotojų amžius, išsilavinimas ir kt. (žr. 3 skyrių)

UAB „Penki kontinentai“ turi nemažai dokumentų, kuriuose apibudinama bendrovės veikla. Pagal tiesioginę dokumentų paskirtį dokumentus galima išskirti į dvi pagrindines rūšis, tai dokumentai skirti vidiniam bendrovės personalui ir dokumentai skirti išorinei bendrovės paslaugų rinkai.

Svarbiausi vidinei UAB „Penki kontinentai“ veiklai yra bendrovės įstatai, skyrių nuostatai, protokolai ir ataskaitos. Juose reglamentuojama bendrovės struktūra, esminiai nutarimai, atsiskaitomybės, užduočių sprendimai, pokyčiai ir naujovės.

Bendrovės klientams ir potencialiems klientams yra leidžiami įvairūs informaciniai leidiniai, bendriniai paslaugų aprašai ir kompaktiniai diskai, kuriuose pristatoma įvairi informacija apie paslaugas, renginius, akcijas ir kita virtotojams aktuali informacija. Taip pat interneto tinklapyje virtotojams pateikiamas elektroninis literatūros katalogas, kuriame virtotojai gali išsirinkti reikiamą literatūrą.

Dokumentus analizuojant pagal informacijos pateikimo formą galima išskirti 3 pagrindines dokumentų rūšis:

1. Rankraštiniai dokumentai, tai dokumentai parašyti ranka arba autoriaus originalas. [5,73] Jiems priklauso bendrovės protokolai, kurie pildomos susirinkimų ir

konferencijų metu iškeltos užduotys ir priimti sprendimai. Bendrovės personalas protokoluota įvairius susirinkimus, tačiau ne visada. Šie dokumentai skirti bendrovės personalui. Apie jų kiekį duomenų negauta.

2. Spausdintiniai dokumentai, tai spausdinimo būdu gautas ir poligrafiniu požiūriu savarankiškai įformintas dokumentas. [10,195]. Jiems priskiriami:
  - Bendrovės įstatatai, kuriuose reglamentuojama bendrovės veikla.
  - Skyriaus nuostatai. Juose detaliau reglamentuojama skyrių veikla.
  - Ataskaitos. Pagrindinės yra metinės ataskaitos, kuriose yra pateikiama informacija apie per metus vykdytą veiklą, paslaugas, rinką, finansus ir kita bendrovei svarbiausia informacija. Taip pat daromos ataskaitos po svarbių įmonei renginių ir kitų įvykių. Šie dokumentai irgi yra skirti bendrovės personalui. Apie jų kiekį duomenų negauta.
  - Informaciniai leidiniai. Bendrovė leidžia daug įvairių skrajukių, lankstinukų, brošiūrų ir bendrinius paslaugų aprašus, kurie skirti vartotojų informavimui apie bendrovės veiklą, paslaugas, akcijas ir kita vartotojams naudinga informacija. Neretai informaciniai leidiniai bendrovei atlieka ir reklaminę misiją. Pagrindinis reklaminis – informacinis leidinys yra naujienų žurnalas „Penki“, kuriame aprašomos visų bendrovių teikiamos paslaugos, renginiai ir veikla. Šis informacinis leidinys leidžiamas periodiškai – kas mėnesį. Taip pat kas mėnesį leidžiamos Skynet interneto skrajutes, kuriose pristatomos optinio internetinio ryšio paslaugos ir akcijos. Dar yra ir neperiodinių informacinių leidinių, kurie leidžiami tik pasikeitus bendrovės veiklai arba atsiradus naujoms paslaugoms, bei jas modifikavus. Apie jų kiekį duomenų negauta.
  
3. Elektroniniai dokumentai, tai dokumentai kompiuterinėje laikmenoje, kuriuos naudojant reikalingos kompiuterinės technikos priemonės. [10,212] Bendrovė turi ir elektroninių dokumentų, kurie orientuoti į vartotojus, tai:
  - Elektroninis katalogas virtualiame „Books.It“ knygyne, kuriame vartotojas gali išsirinkti jam reikalingą literatūrą naudojant įvairias rubrikas.
  - Kompaktiniai diskai. Jie yra leisti norint supažindinti vartotojus apie bendrovės produktus, servisą ir aptarnavimą ir įmonės dalyvavimą parodose. Daugiausia CD gaminama UAB „Penkių kontinentų bankinės technologijos“ veiklai pristatyti Yra išleistas CD apie Mix media book technologiją ir jos galimybes. Dabar planuojama leisti kompaktinį diską apie elektroninės

žiniasklaidos paslaugas. Taip pat yra pagaminta ir išleista daug kitų CD, kurie buvo gaminti bendrovės klientų užsakymu apie jų paslaugas ir produktus.

Kaip pastebima, UAB „Penki kontinentai“ leidžia daug įvairių dokumentų apie bendrovės atliekamą veiklą. Kadangi jie nėra tiražuojami ir nėra sekami jų kiekiai bendrovės personalas tiksliai nežino kiek kokių dokumentų turi. Pagrindė informaciniai leidiniai yra platinami parodų ir renginių metu arba paslaugų teikimo vietose, t.y. bendrovės padalinių patalpose, todėl šie leidiniai pasiekia ribotą vartotojų kiekį. Iš to galima daryti prielaidą, kad apie bendrovės paslaugas sužino pagrindė tie vartotojai, kurie jau naudojami jos paslaugomis.

### 3. UAB „PENKI KONTINENTAI“ INFORMACINIŲ PASLAUGŲ TYRIMAS

#### 3.1. Tyrimo metodika

Vienas pagrindinių informacinės veiklos objektų yra informacinės paslaugos. Kad geriau susipažinti su UAB „Penki kontinentai“ informacine veikla, tyrimui pasirinktas pagrindinis informacinės veiklos objektas – bendrovės teikiamos informacinės paslaugos. Šis objektas buvo pasirinktas dėl to, kad paslaugos yra tikslingiausias ir atviriausias objektas visuomenei. Visuomenėje informacinės paslaugos yra paplitusios, todėl nemaža jų dalis yra paslaugų vartotojai, o tai leidžia tapti ir naudojamų paslaugų lygintojais ir vertintojais. Be to analizuojant bendrovės informacinės paslaugas – vienaip ar kitaip išanalizuojami ir tų paslaugų vartotojai, kurie yra neatsiejami nuo informacinės veiklos objektų.

Pagrindiniai tyrimo „UAB Penki kontinentai“ informacinės paslaugos“ tikslai:

- Išanalizuoti UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų vartotojus;
- Ištirti bendrovės teikiamų paslaugų prieinamumą, populiarumą ir paskirtį;
- Įvertinti bendrovės teikiamas informacines paslaugas;
- Įvardinti pagrindinius bendrovės paslaugų plėtrai trukdančius veiksnius.

Šiems tikslams pasiekti pasirinkta Litexpo rūmuose vykusi „Infobalt 2005“ paroda, kurioje rinkosi tam tikra, suinteresuotų informacinėmis technologijomis ir paslaugomis, vartotojų grupė.

Tyrimas atliktas anketinės analizės metodu. Šis metodas pasirinktas neatsitiktinai. UAB „Penki kontinentai“ teikia labai daug įvairių informacinių paslaugų. Norint analizuoti kodėl visuomenė naudojami bendrovės teikiamomis paslaugomis ir kodėl ne, reikėjo įvairių visuomenės grupių, amžiaus ir profesijų respondentų. Tampa aišku, kad apklausa elektroniniais laiškais atkrenta, nes reikalinga didelė respondentų grupė, kurios adresai yra neaiškūs, nes tai gali būti bet kuris asmuo, kuris nepriklauso bendrovės personalui. Taip pat, yra žinoma, kad tokio tipo anketas respondentai retai užpildo ir atsakytų anketų būna labai nedaug. Be to, elektroniniai adresai yra saugomi LR įstatymais, o nusiuntus adresatui, kuris nepageidauja tokio tipo laiškų – jis turi teisę paduoti į teismą elektroninio laiško siuntėją.

Atlikinėti tyrimą internetiniuose portaluose irgi nebūtų geras pasirinkimas, nes internetiniuose portaluose dažniausiai pateikiamas tik vienas klausimas su keliais galimais atsakymų variantais, o šiam tyrimui reikia išanalizuoti daug įvairių informacinių paslaugų

savybių ir kitų peripetijų. Be to, atlikus tyrimą internetiniame tinklapyje nieko nežinotume apie pačius respondentus, kurių dalis būtų minėtų paslaugų vartotojai.

Pasirinkus tyrimo atlikimo vietą „Infobalt 2005“ parodoje, kurioje lankėsi įvairaus amžiaus ir profesijų atstovai besidomintys, bei naudojantys kasdieninėje veikloje informacines technologijas ir informacines paslaugas, kiti metodai irgi neturėtų teigiamo tyrimo analizės rezultato. Todėl anketavimo metodas geriausiai atitiko tyrimo keliamus reikalavimus.

Anketą sudarė devyni klausimai, kuriais siekta nustatyti, kaip dažnai respondentai naudojami UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis, kokioje veikloje dažniausiai naudoja šias informacines paslaugas, kaip jie įvertina bendrovės teikiamas informacines paslaugas ir pan. Šeši anketos klausimai buvo uždari, trys – atviri, skirti komentarams ir pasiūlymams bendrovės informacinei veiklai tobulinti. Keturi papildomi klausimai buvo skirti vartotojų demografinėms savybėms – amžiui, lyčiai, profesijai, išsilavinimui – išsiaiškinti.

Tyrimo imtis pasirinkta laiko termino atžvilgiu. Tyrimas buvo atliekamas antrą „Infobalt 2005“ parodos dieną nuo 11 val. iki 16 val. per patį parodos darbymetį. Per 5 valandas buvo apklausi 67 respondentai.

### 3.2. Rezultatų analizė

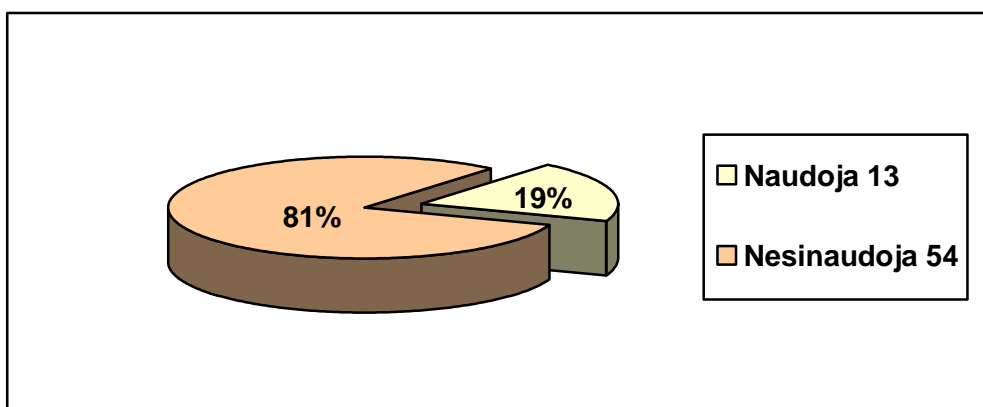
Pirmas klausimas *Ar naudojate UAB „Penki kontinentai“ teikiamomis informacinėmis paslaugomis?* turėjo du galimus atsakymus:

1. Taip;
2. Ne.

Išanalizavus atsakymus galima daryti išvadą, jog „UAB Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis naudojasi pakankamai daug vartotojų, nes beveik 20% (penktadalis) visų respondentų atsakė teigiamai (žr. 2 diagramą):

2 diagrama

*Kiek naudojasi bendrovės paslaugomis*

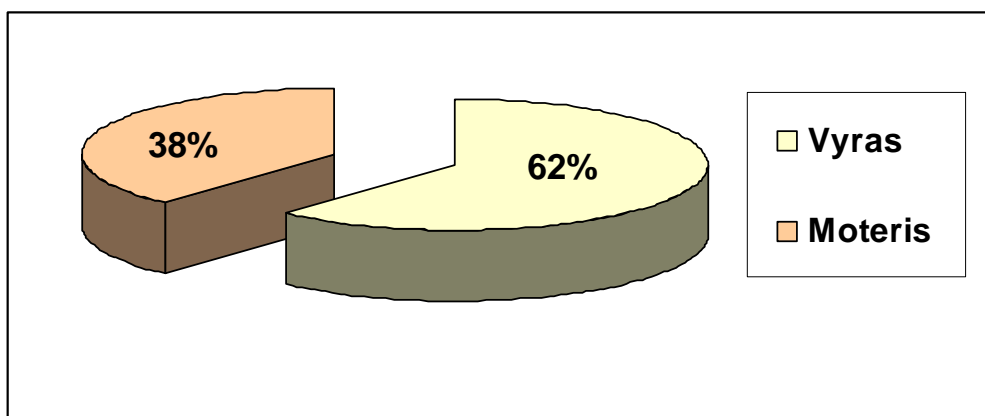


Šie duomenys parodo, kad bendrovė jau yra užėmusi savo rinkos dalį, o bendrovės paslaugos yra gana populiarios ir naudingos.

Iš visų teigiamai atsakiusių respondentų pastebima, kad bendrovės paslaugomis pagrįde naudojami vyrai, kurių yra net 62% (žr. 2 diagramą):

3 diagrama

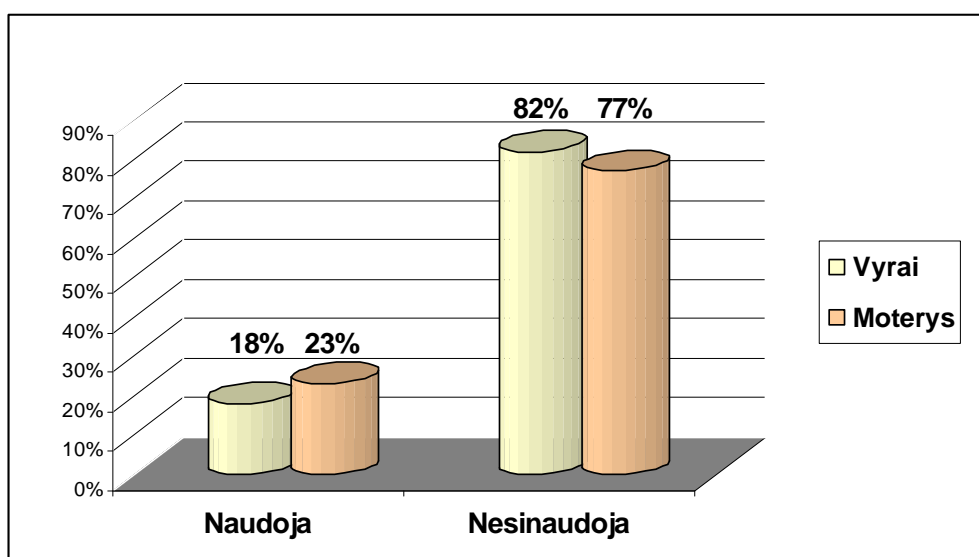
*Bendrovės paslaugomis besinaudojančių respondentų lytis*



Bendrovės paslaugomis rečiau naudojasi moterys, kurios sudaro 38% iš bendrovės paslaugomis besinaudojančių respondentų. Tačiau, šie duomenys imti tik iš besinaudojančiųjų bendrovės paslaugomis respondentų, o tam gali įtakoti tai, kad vyriškos lyties respondentų buvo apklausta daugiau. Todėl, kad rezultatai būtų išsamesni, reikia sulyginoti visų apklaustų respondentų duomenis ir juos sulyginoti. Tai puikiai atsispindi ketvirtoje diagramoje:

4 diagrama

*Bendrovės paslaugomis naudojimosi palyginimas pagal lytį*

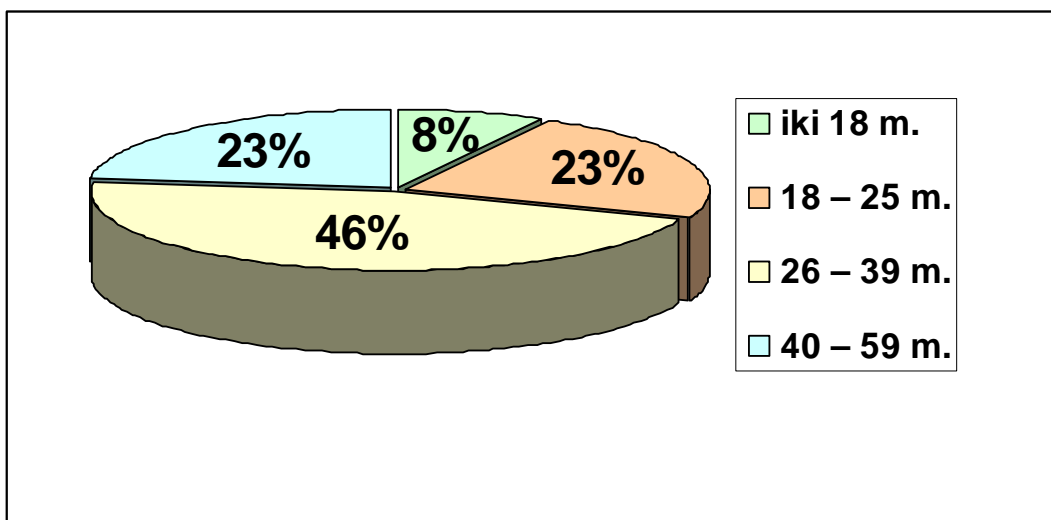


Imant iš bendro visų respondentų skaičiaus, juos išskirstant pagal lytį ir procentaliai išskiriant besinaudojančiųjų informacinėmis paslaugomis, gaunami kitokie rezultatai. Pastebima, kad šiuo atveju, iš visų apklaustų respondentų daugiau paslaugomis naudojasi moterys, kurių yra 23%, negu vyrai, kurių yra 18%.

Iš teigiamai atsakusių respondentų 54% bendrovės informacinėmis paslaugomis naudojasi *nuolat* ir 46% atsakė, kad paslaugomis naudojasi *retai*. Į pateiktą galimą atsakymą *naudojasi tik 1 kartą* neatsakė nei vienas respondentas, tad galima teigti, kad bendrovės teikiamos informacinės paslaugos yra paklausios.

Bendrovės informacinėmis paslaugomis besinaudojančių respondentų amžiaus analizė parodė tai, ko ir buvo tikėtasi, kad pagrindinę (46%) vartotojų auditoriją sudaro vidutinio amžiaus žmonės. Jaunesnio ir vyresnio amžiaus respondentų yra po 23%, o nepilnamečių vartotojų, kuriems dar nėra 18 metų tesudaro 8% teigiamai atsakusių respondentų. (žr. 5 diagramą):

5 diagrama

*Bendrovės paslaugomis besinaudojančių respondentų amžius*

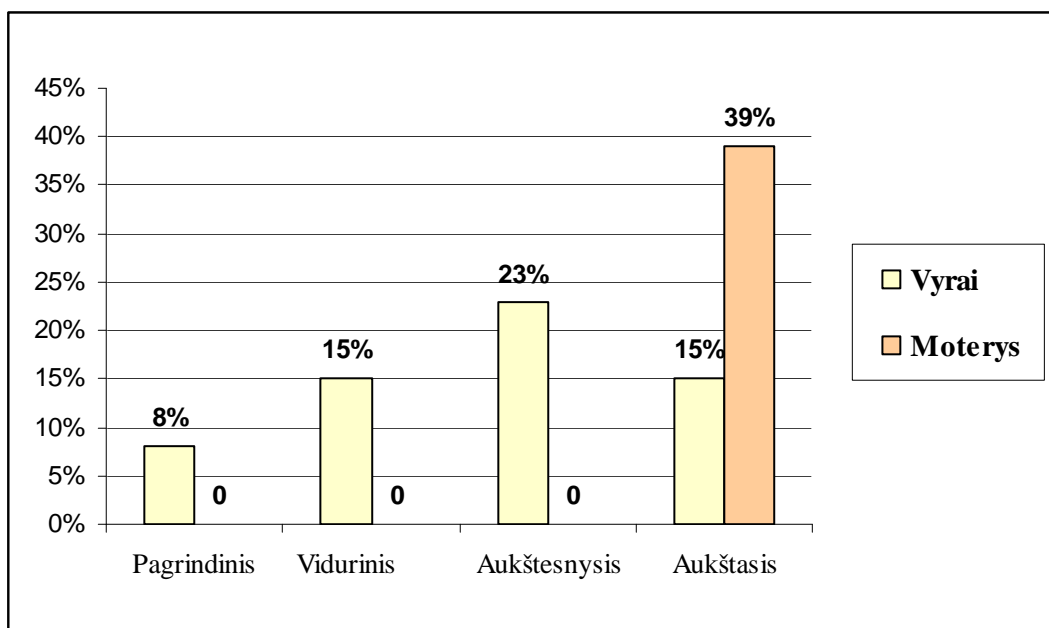
Išsamiau išanalizavus UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis besinaudojančių respondentų išsilavinimą pastebima, kad aukštąjį išsilavinimą turi daugiausiai moterys. Tuo tarpu vyrų išsilavinimas yra įvairus: 8% respondentų vyrų turi tik pagrindinį išsilavinimą, 15% turi vidurinį išsilavinimą, šiek tiek daugiau – 23% turi aukštesnįjį išsilavinimą ir tik 15% respondentų vyrų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą.

Nors vyrų su aukštuoju išsilavinimu yra gana nedaug, tačiau sudėjus su moterų duomenimis gaunama, kad daugiau nei pusė (54%) respondentų naudojančių bendrovės informacines paslaugas turi aukštąjį išsilavinimą. (žr. 6 diagramą):



6 diagrama

*Bendrovės paslaugomis besinaudojančiųjų respondentų išsilavinimas pagal lytį*

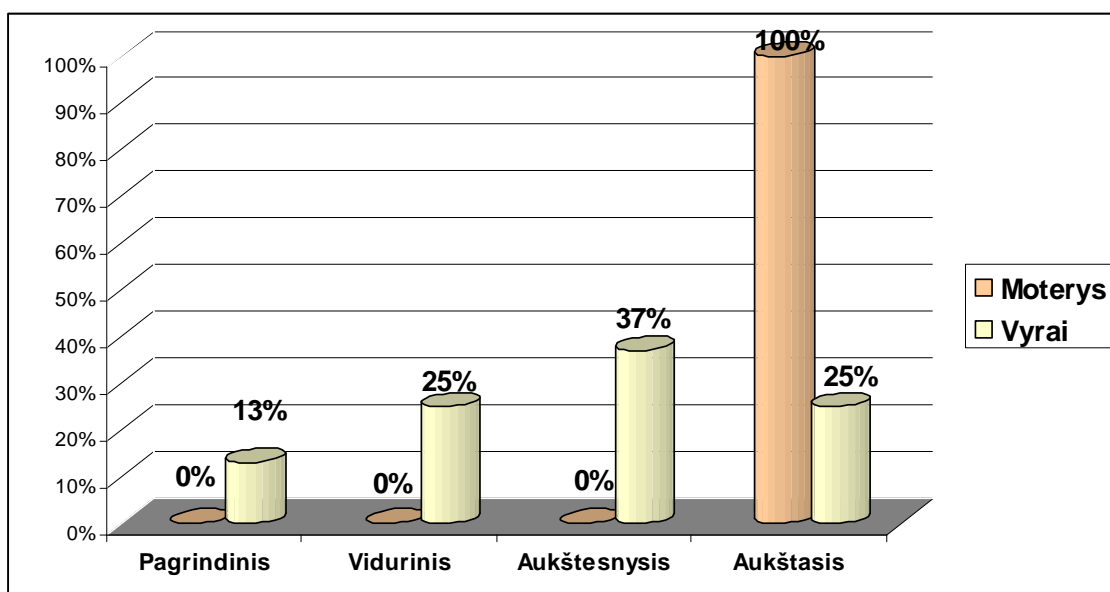


Galima daryti prielaidas, kad bendrovės paslaugomis naudojasi išsilavinę ir kompetentingi vartotojai. Kuo vartotojų išsilavinimas ir patirtis mažesnė, tuo mažiau naudojasi bendrovės teikiamomis informacinėmis paslaugomis.

Kad rezultatai būtų dar išsamesni, reikia išanalizuoti vyrų ir moterų išsilavinimą atskirai, o gautus rezultatus sulygtinti. (žr. 7 diagramą):

7 diagrama

*Paslaugų vartotojų išsilavinimas pagal lytį*

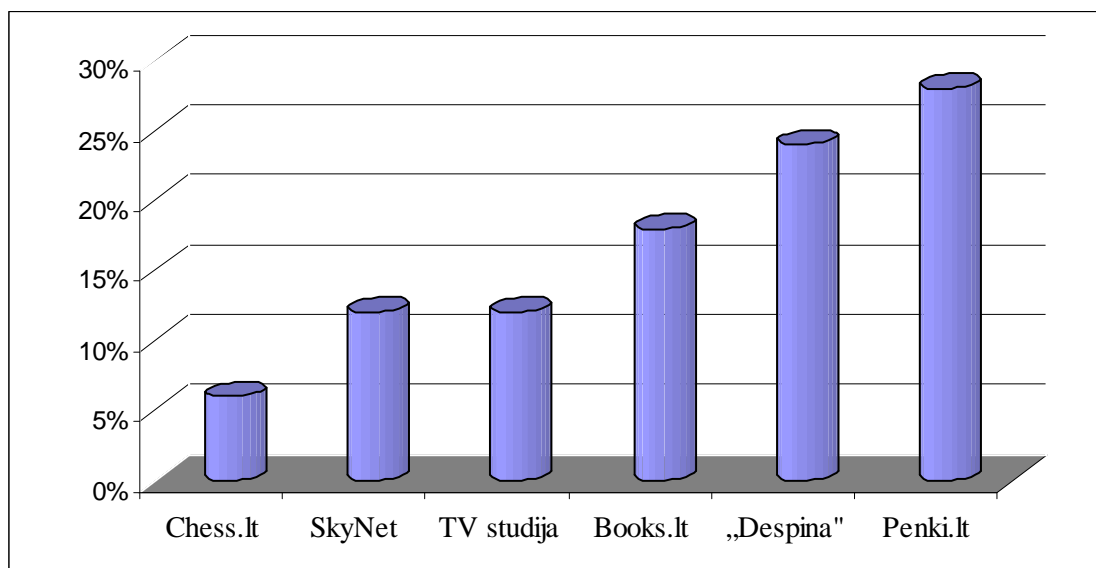


Pagal analizės gautus rezultatus akivaizdu, kad visos respondentės moterys yra baigusios auštuosius mokslus universitetuose. Vyrų rezultatuose dominuoja aukštesnysis išsilavinimas, kurį turi 37% respondentų vyrų. Aukštąjį išsilavinimą turi tiek pat, kiek turi ir vidurinį išsilavinimą, t.y. po 25% vyrų respondentų.

Respondentų, kurie naudojami bendrovės paslaugomis, profesijos yra pačios įvairiausios: IT specialistai, inžinieriai, žurnalistai, buhalterės, administratorius, bibliografas, mokytoja, taip pat pasitaikė vienas prekiautojas knygomis, studentas ir net moksleivis.

Antras klausimas *Kokiomis bendrovės paslaugomis naudojasi?* buvo atviras. Mažiausiai – 6% respondentų pažymėjo, kad naudojami šachmatininkų portalu *Chess.lt*, 12% respondentų naudojami *SkyNet* šviesolaidinio tinklo paslaugomis, tiek pat – 12% naudojami „UAB Penki kontinentai“ TV studijos teikiamomis paslaugomis. Daugiau – 18% respondentų lankosi elektroniniame knygyne *Books.lt* ir naudojami jo paslaugomis. Internetinės kavinės „*Despina*“ paslaugomis naudojami 24% respondentų, o 28% naudojami elektroninės žiniasklaidos portalu *Penki.lt* (žr. 8 diagramą):

8 diagrama

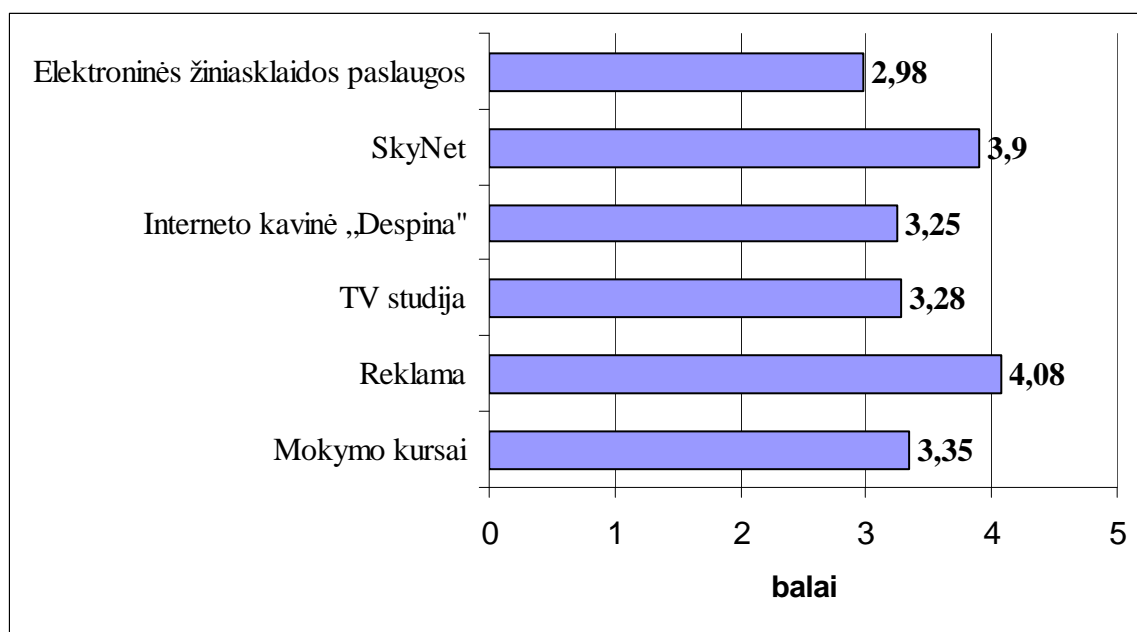
*Kokiomis paslaugomis respondantai dažniausiai naudojami*

Diagramoje pastebima, kad šiuo metu lyderis yra elektroninės žiniasklaidos paslaugos ir nuo jos šiek tiek atsilieka internetinės kavinės paslaugos. Tačiau analizuojant, kaip bendrovės teikiamas paslaugas įvertino respondantai, pastebimi keli paradoksai.

Šeštame klausime *Įvertinkite UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas nuo 0 iki 5 balų* buvo nurodytos balų reikšmės: 5 – puikiai, 4 – gerai, 3 – vidutiniškai, 2 – blogai, 1 – labai blogai; 0 – nesinaudoju, nežinau. Diagramoje parodoma respondentų įvertinusių informacines paslaugas balų vidurkis (žr. 9 diagramą):

9 diagrama

*UAB „Penki kontinentai“ paslaugų įvertinimas 5 balų sistemoje*

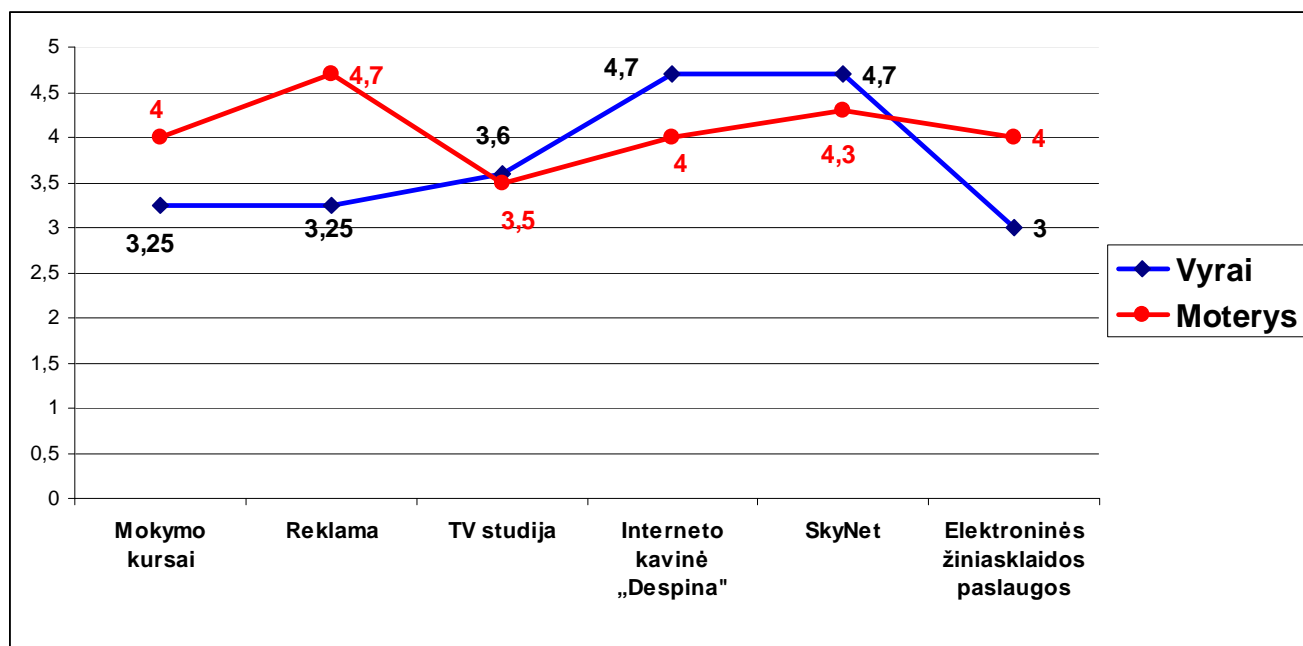


Kaip pastebime, antrame klausime *Kokiomis bendrovės paslaugomis naudojasi?* turinti didžiausią elektroninės žiniasklaidos paslaugomis besinaudojančių respondentų kiekį, vertinimo skalėje jos balų vidurkis yra pats mažiausias ir yra įvertintas prasčiau nei vidutiniškai, t.y. neigiamai, nes surinko tik 2,98 balo. Čia galima padaryti prielaidą, kad žemų balų įvertinimą galėjo lemti prieš 2 savaites iki „Infobalt 2005“ parodos įvykusio incidento priežastys. Buvo mėginta išsilaužti į „Penki kontinentai“ įmonių grupės kompiuterių tinklą ir apie savaitę kai kurių informacinių paslaugų teikimas buvo laikinai sustabdytas. Kita prielaida, kad elektroninės žiniasklaidos paslaugos yra arba nekokybiškos, arba dar nepasiekusios kitų įmonių teikiamų paslaugų kokybės.

Geriausiai, daugiau nei vidutiniškai, įvertintos UAB „Penki kontinentai“ reklamos teikiamos paslaugos – 4,08 balo, kuriomis nei vienas respondentas tiesiogiai nesinaudoja. Todėl galima daryti prielaidą, kad respondentai nenuoširdžiai atsakinėjo į klausimą, arba, kas labiau tikėtina, kad respondentai vertino reklamos paslaugas atsižvelgdami į gerus aplinkinių atsiliepimus apie bendrovės teikiamų reklamos paslaugų daromą įtaką ir naudingumą.

Dažnai pastebima, kad moterys linkusios vertinti geriau negu vyrai. Todėl buvo atlikta vyrų ir moterų paslaugų įvertinimo analizė (žr. 10 diagramą):

Vyrių ir moterų paslaugų įvertinimo palyginimas

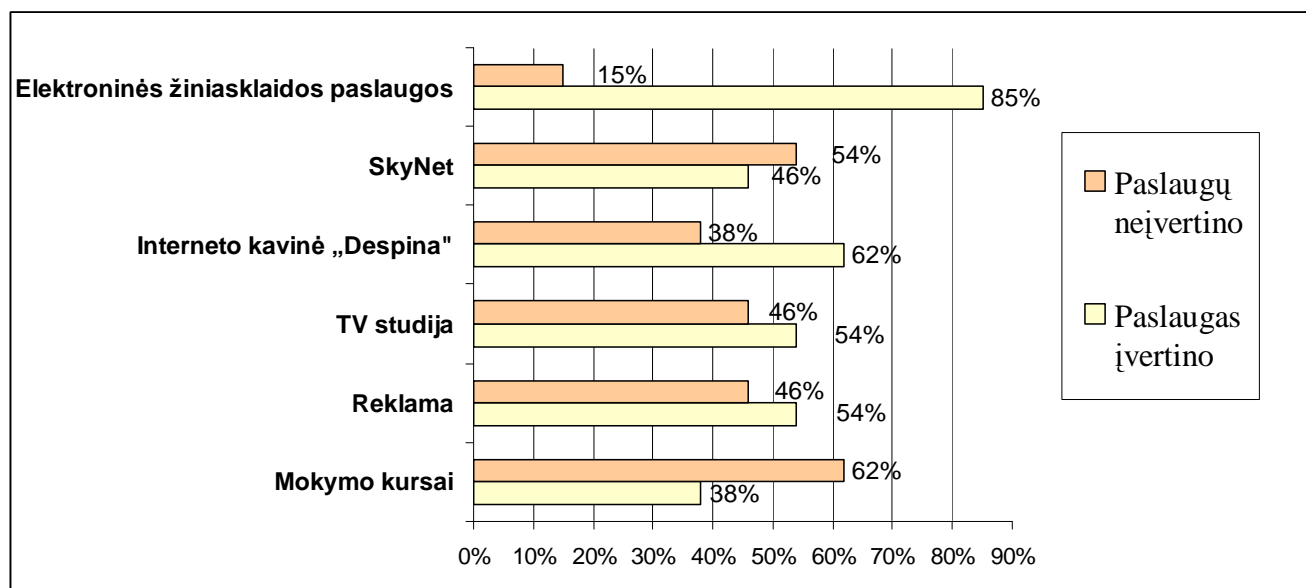


Pagal 10 diagramoje pateiktus rezultatus galima teigti, kad šiuo atveju sunku yra nustatyti vyrų ir moterų įvertinimo strategijas. Diagramoje matomos vyrų ir moterų įvertinimų kreivės, kurios persipina, tuo parodydamos, kad vienas paslaugas geriau vertina vyrai, o kitas moterys. Panašiausiai abiejų lyčių respondentai įvertino TV studijos teikiamas paslaugas suteikdami joms po 3,5 ir 3,6 balo. Taip pat panašiai įvertintos ir SkyNet paslaugos, kurias vyrai įvertino 4,7, o moterys – 4,3 balo. Interneto kavinės paslaugas abiejų lyčių respondentai įvertino 0,7 balo skirtumu.

Respondentų nuomonės labiausiai išsiskyrė reklamos paslaugų įvertinime, nes vyrų ir moterų įvertinimo vidurkius skiria beveik 1,5 balo. Prieštarinai įvertinti ir mokymo kursai, kurių įvertinimo vidurkių skirtumas sudaro 1,25 balo. Taip pat vyrų ir moterų nuomonės išsiskyrė vertinant mokymo kursų paslaugas, nes vertinimo skirtumas sudaro 1 balą.

Reikia paminėti, kad į balų vidurkių skaičiavimus nebuvo įtraukti respondentų atsakymai pažymėti nuliu (0), kuris reiškia *nesinaudoju* arba *nežinau tokios paslaugos*. Galima teigti, kad įvertinę tam tikras bendrovės teikiamas paslaugas respondentai, yra tų paslaugų vartotojai ar bent jau žinantys apie tų bendrovės paslaugų specifiškumą, kokybę ir turintys nuomonę, o respondentai, neįvertinę bendrovės paslaugų ir pažymėję atsakymą nuliu, nesinaudoja ir neturi jokios nuomonės apie šias paslaugas. Respondentų proporcingumas, kiek įvertino ir kiek neįvertino bendrovės paslaugas, matomas diagramoje. (žr. 11 diagramą):

*Paslaugas įvertinusių ir neįvertinusių palyginimas*



Diagramoje pastebimas didžiausias skirtumas elektroninės žiniasklaidos paslaugų sferoje, čia elektroninės žiniasklaidos paslaugas įvertino net 85% respondentų ir tik 15% respondentų nežino arba nesinaudoja bendrovės paslaugomis. Mažiausias skirtumas matomas šviesolaidinio interneto tiekimo (SkyNet), TV studijos ir reklamos paslaugų sferose.

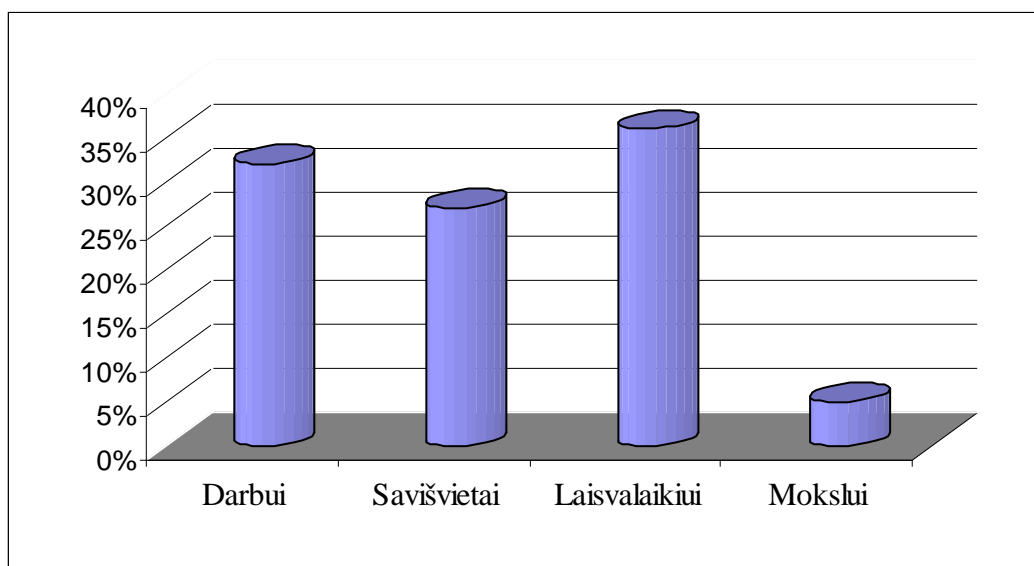
Trečias klausimas *Kam naudojate UAB „Penki kontinentai“ teikiamas paslaugas?* turėjo 3 pateiktus galimus variantus ir ketvirtą variantą, kuriame respondentas galėtų įrašyti kitą paskirtį:

1. Darbui;
2. Savišvietai;
3. Laisvalaikiui;
4. Kita....

Respondentų atsakymų analizės rezultatai atsispindi 12 diagramoje.

12 diagrama

*Naudojamų paslaugų paskirtis*

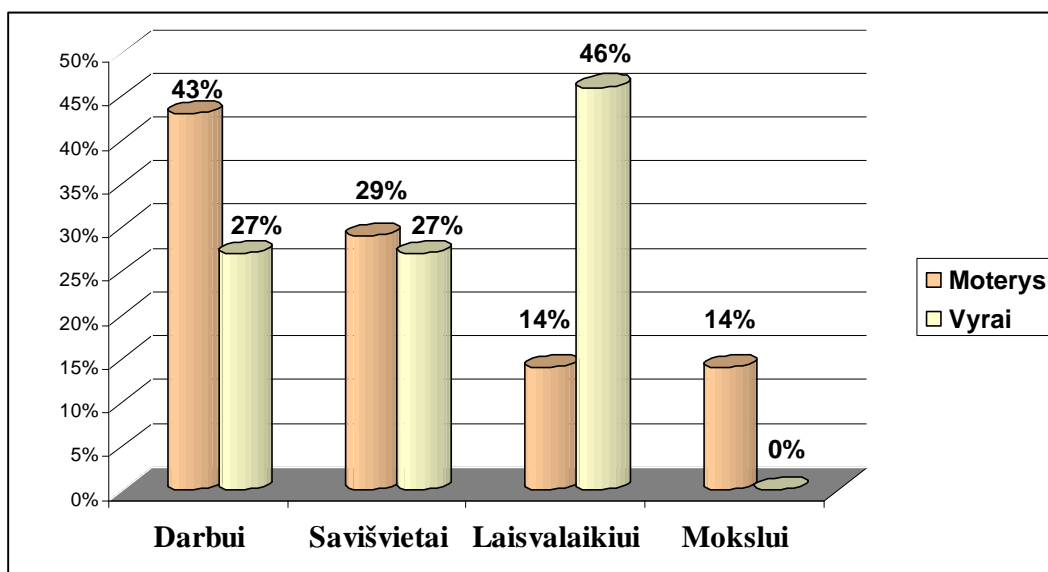


Išanalizavus respondentų atsakymus, galime teigti, kad UAB „Penki kontinentai“ teikiamos informacinės paslaugos dažniausiai naudojamos laisvalaikiui (36%) ir darbo reikmėms (32%). Šiek tiek mažiau (27%) respondentų nurodė, kad bendrovės paslaugas jie naudoja savišvietai ir tik 5% respondentų ketvirtame (atvirame) variante nurodė, kad jų paslaugų naudojimo paskirtis yra mokslas.

Norint detaliau išigilinti į bendrovės teikiamų informacinių paslaugų paskirties aspektus, galima sugrupuoti paslaugų naudojimo paskirtį pagal lytį (žr. 13 diagramą):

13 diagrama

*Paslaugų naudojimo paskirtis pagal lytį*



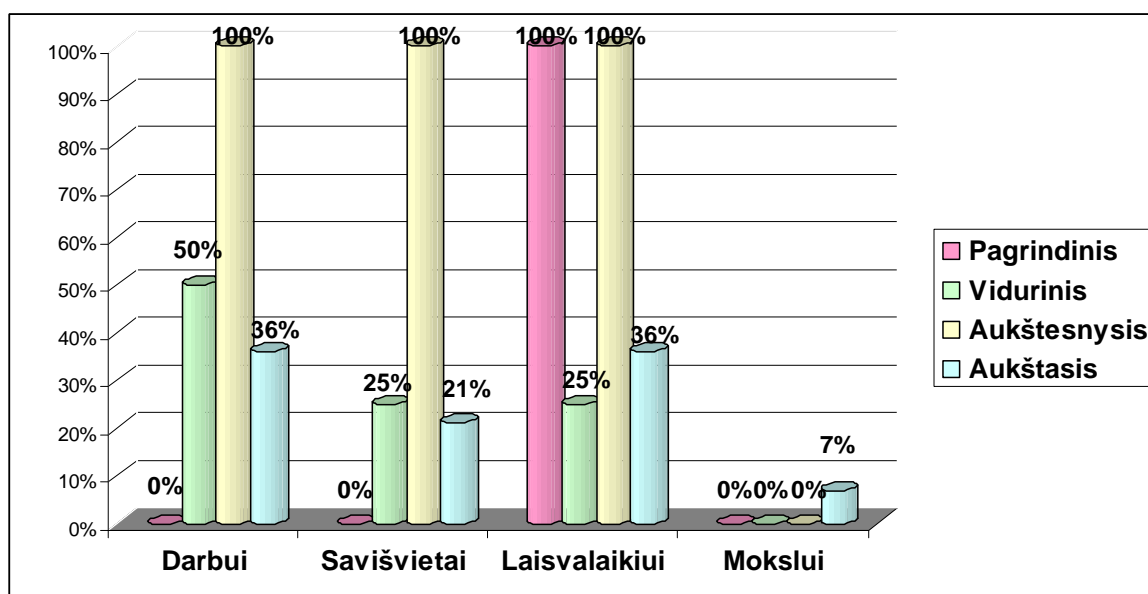
Pagal pateiktą analizę išryškėja lyčių diferenciacija pagal paslaugų naudojimo paskirtį. 12 diagramoje buvo pateikti analizės rezultatai, kuriuose dominavo laisvalaikio paskirtis. 13 diagramoje pastebima, kad informacines paslaugas laisvalaikiui pagrinde naudoja vyrai. Iš visų vyrų respondentų, kurie naudojami UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis, net 47% vyrų paslaugas naudoja laisvalaikiui. 27% respondentų vyrų paslaugas naudoja darbo reikalams ir tiek pat naudoja savišvietai. Kad bendrovės teikiamas informacines paslaugas naudotų mokslo reikmėms vyrai nepaminėjo.

Moterys bendrovės teikiamas paslaugas daugiausiai naudoja darbo reikmėms, tai sudaro net 43% respondenčių moterų. 29% respondenčių teigė, kad paslaugas naudoja savišvietai. 14% respondenčių informacines paslaugas naudoja tenkinti laisvalaikio ir mokslo reikmėms.

Pagal 13 diagramoje pateiktus analizės rezultatus galima daryti išvadas, kad moterys UAB „Penki kontinentai“ informacines paslaugas pagrinde naudoja darbo reikalams, o vyrai dažniausiai tenkinti laisvalaikio ir pramogų poreikius.

Analizuojant paslaugų naudojimo paskirtį pagal išsilavinimą, gauti rezultatai nustebino, nes visi aukštesnį išsilavinimą (7 diagramoje minima, kad aukštesnį išsilavinimą turi tik respondentai vyrai) turintys respondentai teigė, kad bendrovės teikiamas informacines paslaugas naudoja tiek darbo, tiek savišvietos, tiek laisvalaikio reikmėms tenkinti. Kiekvienas jų pažymėjo šias tris paskirtis (žr. 14 diagramą):

14 diagrama

*Paslaugų naudojimo paskirtis pagal išsilavinimą*

14 diagramos rezultatuose matoma, kad pagrindinį išsilavinimą turintys respondentai bendrovės teikiamas informacines paslaugas naudoja vien tik laisvalaikio reikmėms. Vidurinį

išsilavinimą turintys respondentai daugiausiai naudoja darbo reikalams. Savišvietos ir laisvalaikio poreikiams tenkinti bendrovės paslaugas naudoja po ketvirtadalį respondentų, o mokslo reikalams informacinių paslaugų nenaudoja nei vienas iš respondentų. Aukštesnį išsilavinimą turintys respondentai, kaip jau minėta, naudoja šias paslaugas tiek darbui, tiek savišvietai, tiek laisvalaikiui vienodai. Diagramoje akivaizdu, kad be pagrindinį išsilavinimą turinčių respondentų, kurie kaip galima teigti dar nėra baigę mokyklos, darbo reikmėms tenkinti paslaugomis mažiausiai naudojasi aukštąjį išsilavinimą turintys respondentai, kurių yra 36%. Tiek pat respondentų su aukštuoju išsilavinimu paslaugas naudoja laisvalaikiui. Savišvietos poreikiams tenkinti naudojasi 21% respondentų turinčių aukštąjį išsilavinimą. Keistas faktas yra tame, kad 7% respondentų turinčių aukštąjį išsilavinimą bendrovės informacines paslaugas naudoja mokslo poreikiams tenkinti, kai tuo tarpu, respondentai turintys žemesnius išsilavinimus, nei vienas nepaminėjo, kad naudotų paslaugas mokslo reikalams.

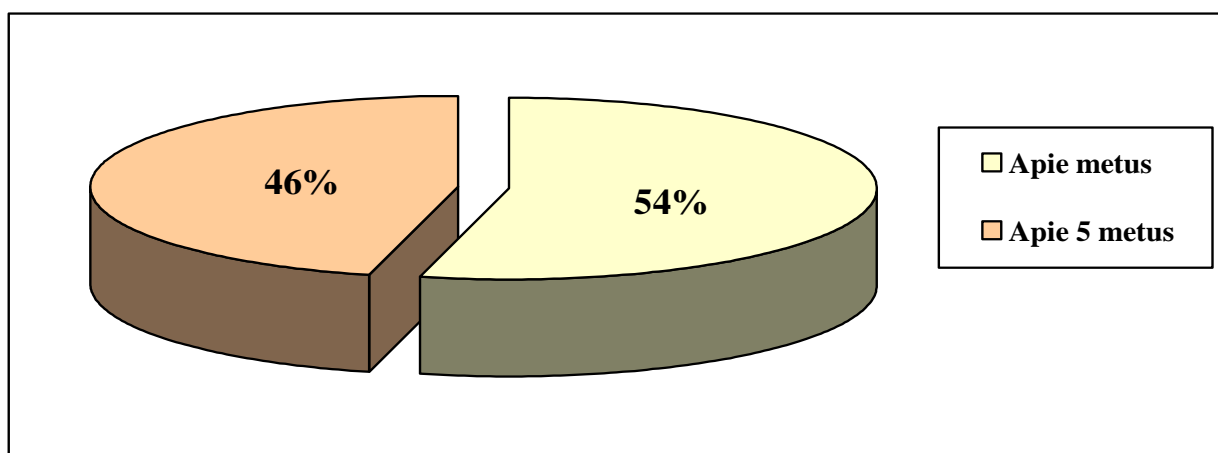
Aktualu išanalizuoti ir respondentų informacinių paslaugų vartojimo laikotarpį. Tam anketoje buvo pateiktas klausimas *Kiek laiko naudojate ŠIOS įmonės paslaugomis?* kuris turėjo keturis galimus atsakymų variantus:

1. Apie mėnesį;
2. Apie metus;
3. Apie 5 metus;
4. Apie 10 metų.

Respondentų atsakymų rezultatai akivaizdžiai atsispindi 15 diagramoje.

15 diagrama

*Kiek laiko vartotojai naudojami bendrovės paslaugomis*



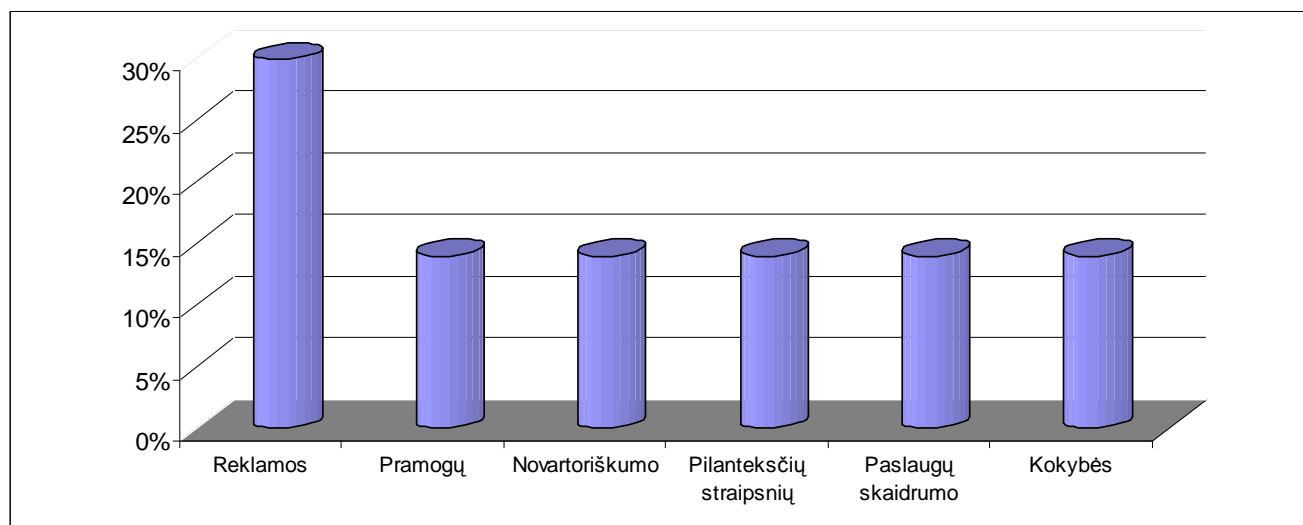


Išanalizavus respondentų atsakymus, diagramoje pastebime, kad vyrauja tik dviejų atsakymų tipai. Pirmas ir ketvirtas galimų atsakymų variantai respondentų atsakymuose neegzistuoja. 46% respondentų teigia, kad naudojami bendrovės paslaugomis apie metus, o net 54% respondentų – apie penkis metus. Galima daryti išvadą, kad respondentai, kurie naudojami UAB „Penki kontinentai“ teikiamomis informacinėmis paslaugomis, yra gerai susipažinę su teikiamomis paslaugomis, jų specifika ir kokybe, todėl jų atsakymai, bei pasiūlymai yra labai naudingi ir reikšmingi.

Norint išanalizuoti kokių UAB „Penki kontinentai“ vartotojams informacinių paslaugų trūksta buvo pateiktas respondentams penktas atviras klausimas *Kokių informacinių paslaugų ŠIAI įmonei, Jūsų manymu, trūksta?*, kuriame respondentai galėjo laisvai pateikti savo pasiūlymus. Respondentų atsakymų rezultatai matomi 16 diagramoje.

16 diagrama

*Ko trūksta bendrovės veiklai*



Išnagrinėjus atsakymus pastebima, kad 14% respondentų trūksta pramoginių informacinių paslaugų ir 14% respondentų pasigenda pilnateksčių straipsnių elektroniniam žiniasklaidos portale. Kiti respondentai atkreipė dėmesį ne į informacinių paslaugų trūkumą, bet į bendrovės veiklos specifikos tobulinimo ypatumus. Daugiausiai respondentų (30%) siūlo daugiau reklamuoti bendrovės teikiamų paslaugų sferą. Visi kiti respondentų pasiūlymai pasiskirstė tolygiai kartu su pirmaisiais pasiūlymais. Skatinti pramogų skaidrumą, novatoriškumą ir kokybę siūlo irgi po 14% respondentų.

Pagal respondentų pateiktų atsakymų analizę galima daryti išvadą, kad visų pirma reikia sutvarkyti bendrovės vidinę sistemą. Paslaugų prastą žinomumą, kokybę, novatoriškumą ir

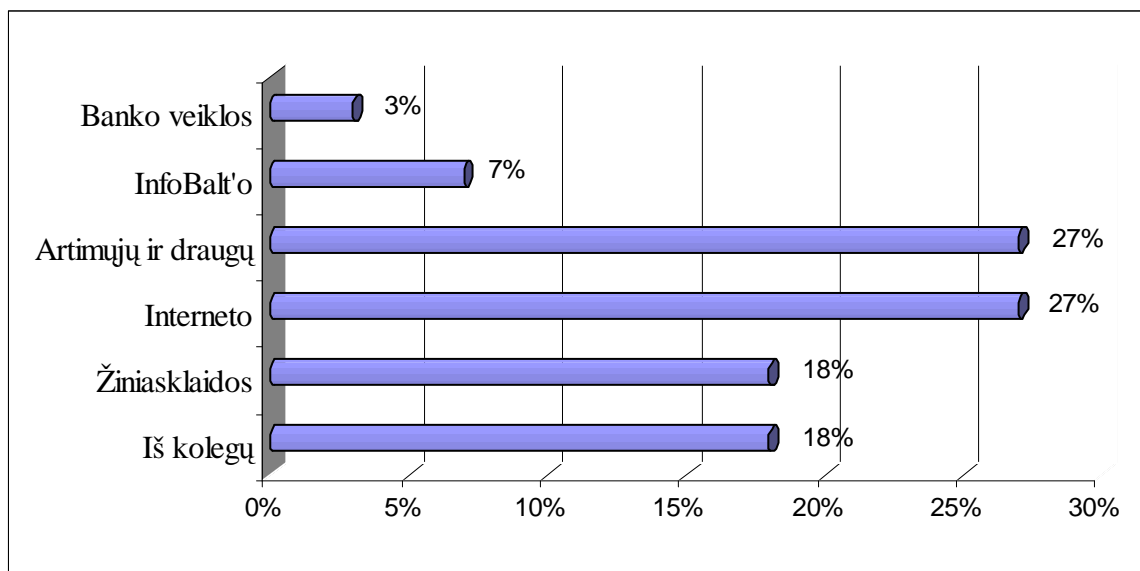
skaidrumo trūkumą gali lemti nekvalifikuotas bendrovės kolektyvas, ir/arba kolektyvas, kuris nėra suinteresuotas bendrovės veiklos sėkme. Taip pat bendrovės vidinės nerašytos taisyklės, neteisingi veiklos prioritetai, specifinė atmosfera ir/arba per mažas dėmesys problemoms gali nulemti net kvalifikuoto ir suinteresuoto personalo veiklą taip, kad jos rezultatai visuomenės akyse matosi daug prasčiau negu turėtų būti.

Septintas klausimas *Iš kur sužinojote apie įmonės teikiamas paslaugas?* turėjo keturis galimus atsakymų variantus ir viena atvirą atsakymo variantą:

1. Iš kolegų;
2. Žiniasklaidos;
3. Interneto;
4. Artimųjų;
5. Kita....

Penktame – atvirame variante 3% respondentų teigė, kad apie UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas sužinojo iš bankinės veiklos ir net 7% respondentų nurodė, kad apie bendrovės paslaugas sužinojo „Infobalt“ parodų metu (žr. 17 diagramą):

17 diagrama

*Iš kur sužinota apie bendrovės paslaugas*

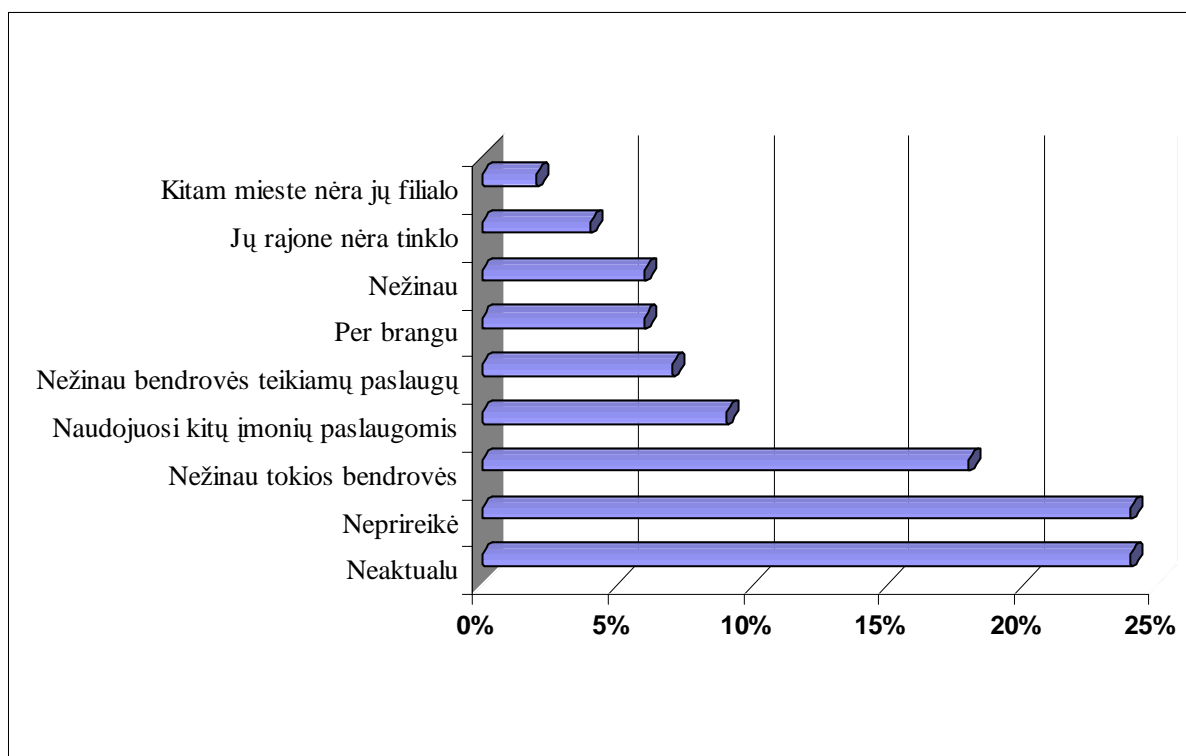
Iš pateiktų keturių galimų atsakymų respondentų atsakymai suteikia įdomios ir netikėtos informacijos. Iš interneto apie bendrovės paslaugas sužinojo lygiai tiek pat respondentų, kiek ir iš artimųjų ar draugų. O iš žiniasklaidos sužinojo irgi tiek pat respondentų, kiek iš kolegų. Iš šių analizės rezultatų galima daryti išvadą, kad reklama internete ir žiniasklaidos priemonėse

yra tiek pat efektyvi, kaip ir reklama „iš lūpų į lūpas“, t.y. bendraujant su artimaisiais, kolegomis ir draugais. Analizuojant kodėl taip yra, galima daryti kontraversiškas prielaidas: pirma, tokia yra bendrovės veiklos reklamavimo politika, nes reklamos „iš lūpų į lūpas“ metodas pripažintas, kaip vienas iš efektyviausių reklamos metodų. Antra, viešoji reklama per žiniasklaidos priemones ir internetą yra neefektyviai organizuojama, todėl ji yra kalbų ir apkalbų lygio. Ir trečia prielaida, kad visuomenėje kalbama apie Penkių kontinentų bendrovės veiklą tiek daug, jog nevalingai kalbos tapo šios bendrovės reklamos metodu.

Ketvirtas klausimas *Jei nesinaudojate UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis, tai kodėl?* skirtas tiems respondentams, kurie pirmajame klausime *Ar naudojate UAB „Penki kontinentai“ teikiamomis informacinėmis paslaugomis?* atsakė neigiamai. Tai atviras klausimas, kad respondentai patys pagalvotų ir nors trumpai, bet kuo nuoširdžiau atsakytų (žr. 18 diagramą):

18 diagrama

*Kodėl nesinaudoja bendrovės paslaugomis*



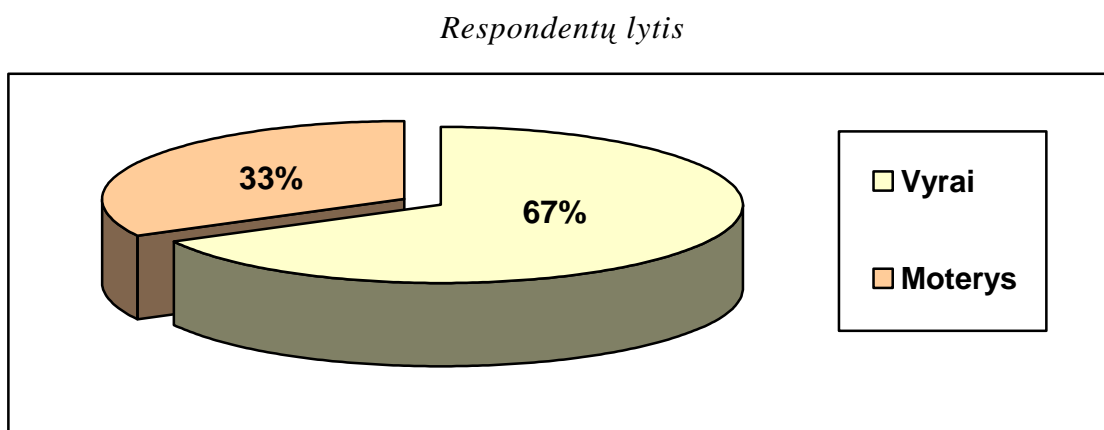
Šioje diagramoje pastebima, kad mažiausias respondentų kiekis pateikė aiškias asmenines priežastis. 2% respondentų teigė, kad nesinaudoja paslaugomis, nes jų gyvenamam mieste nėra „UAB Penki kontinentai“ filialo, kuris teiktų interneto paslaugas, o be interneto negali naudotis ir elektroninėmis, virtualiomis paslaugomis. 4% respondentų teigia, kad jų

mikrorajonuose dar neteikiamos šviesolaidžio interneto SkyNet paslaugos, todėl ir nesinaudoja bendrovės paslaugomis. Iš šių atsakymų galima daryti prielaidą, kad respondentai tiesiog nežino daugiau bendrovės paslaugų.

6% respondentų šiuo klausimu neturėjo nuomonės ir lygiai tiek pat teigė, kad nesinaudoja bendrovės paslaugomis, nes jos tiesiog yra per brangios. 7% respondentų atsakė, kad nežino bendrovės teikiamų paslaugų ir 18% teigė, kad iš viso nežino tokios bendrovės. 9% apklaustųjų teigė, kad naudojami kitų firmų (konkurentų) paslaugomis. 24% respondentų įvardino priežastį, kad jiems tiesiog neaktualios bendrovės paslaugos ir lygiai tiek pat sakė, kad nesinaudoja bendrovės paslaugomis, nes jų iki šiol dar neprireikė.

Keturi sekantys klausimai skirti vartotojų demografinėms savybėms – amžiui, lyčiai, profesijai, išsilavinimui – išsiaiškinti. Dešimtas klausimas buvo skirtas ištirti respondentų lytį (žr. 19 diagramą):

19 diagrama

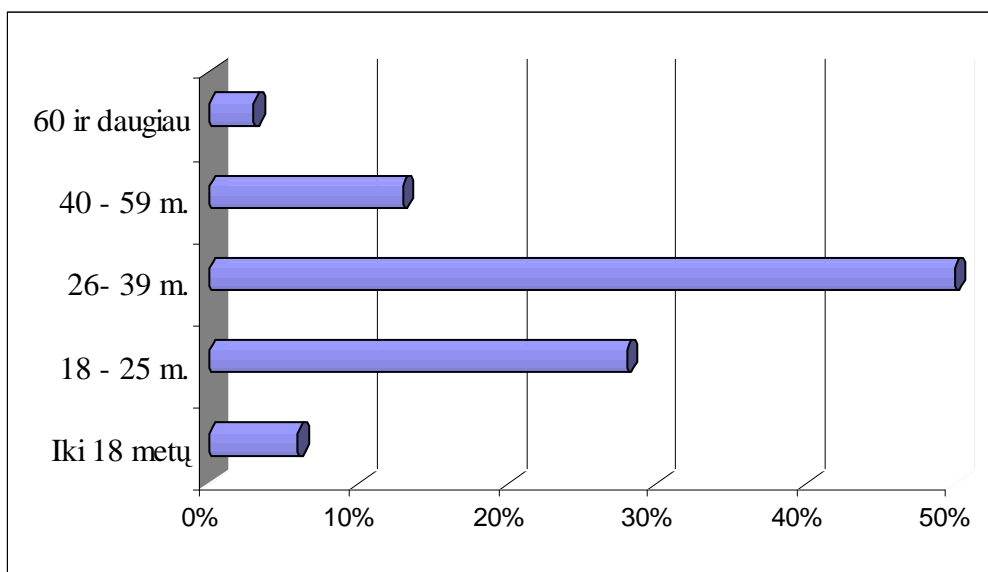


Diagramoje pastebima, kad tarp respondentų dominuoja vyriškos lyties respondentų grupė. Į anketos klausimus atsakė 45 vyrai ir 22 moterys, kurios sudarė 33% visų respondentų skaičiaus.

Norint ištirti kokio amžiaus respondentų grupė dominuoja, ištiriamas vienuoliktas anketos klausimas *Amžius* (žr. 20 diagramą):

20 diagrama

Respondentų amžius

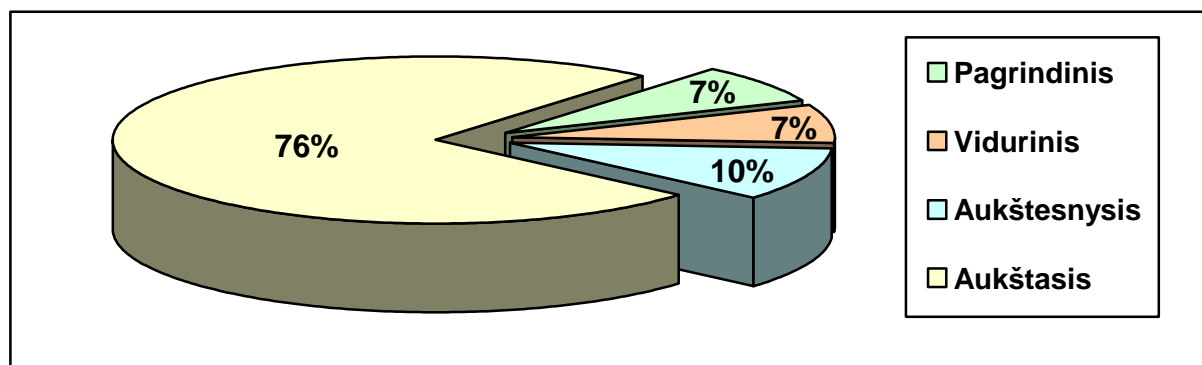


Ištyrus rezultatus pastebima, kad dominuoja vidutinio amžiaus grupė (nuo 26m. iki 39m.), kuri sudaro net 50% visų respondentų skaičiaus. Sekanti gana didelė jaunesnė (studentų amžiaus) grupė, kuri sudaro 28%. Dar mažiau – 13% respondentų sudarė vyresnio amžiaus grupė, kuriems yra nuo 40m. iki 59m. 6% respondentų yra nepilnamečiai, kuriems yra iki 18m. Kaip ir buvo tikimasi pensinio amžiaus respondentų buvo mažuma ir sudarė tik 3% visų respondentų.

Taip pat aktualus yra ir respondentų išsilavinimo klausimas. Į jį respondantai maloniausiai atsakinėjo. 5 respondantai pažymėjo, kad turi pagrindinį išsilavinimą, išanalizavus gali teigti, kad tai yra moksleiviai, kurie dar nebaigė 12 klasių. 5 respondantai pažymėjo, kad turi vidurinį išsilavinimą – tai studentai. Aukštesnį išsilavinimą pažymėjo 7 respondantai, o aukštąjį išsilavinimą turi teigia net 50 respondentų (žr. 21 diagramą):

21 diagrama

Respondentų išsilavinimas

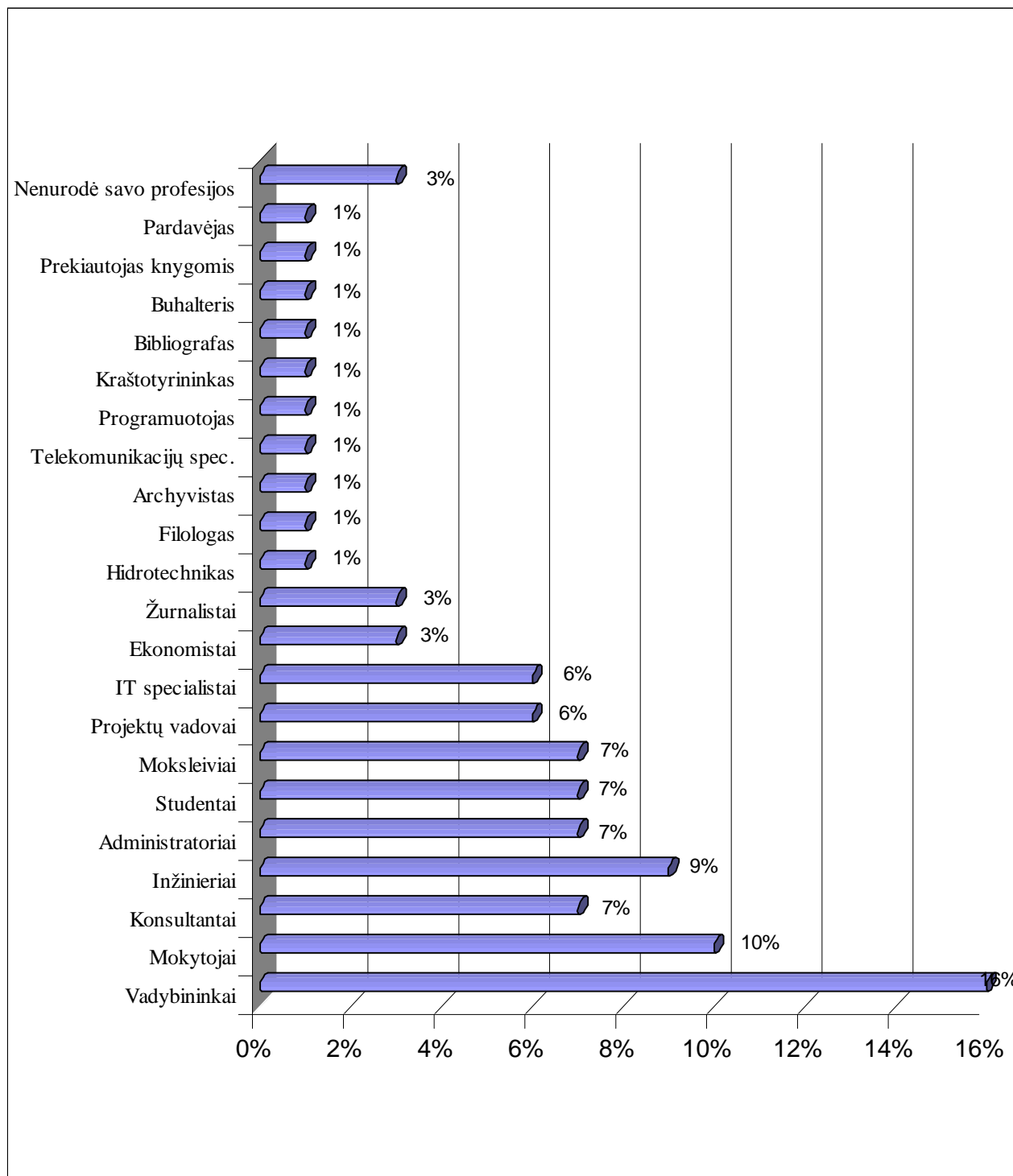


Diagramoje puikiai atsispindi dominuojančios grupės padėtis. Net 76% respondentų turi aukštąjį išsilavinimą. Tai parodo ne tik puikų respondentų išsilavinimą, tačiau ir kvalifikaciją, mentalitetą ir informacijos reikalingumo reikšmę.

Kad dar geriau pažinti respondentus – paskutinis atviras klausimas *Profesija*, kurios neužpildė tik 2 respondentai (žr. 22 diagramą):

22 diagrama

*Respondentų profesijos*



Išanalizavus visus paskutinio klausimo rezultatus, galima daryti išvadą, kad tarp respondentų dominuoja vadybininkų profesija. Taip pat nemažai yra mokytojų, inžinierių, administratorių, konsultantų ir kitų profesijų respondentų. Visos kitos profesijos yra nurodytos diagramoje.

### 3.3. Tyrimo apibendrinimas

Tyrimo rezultatai rodo, kad UAB „Penki kontinentai“ informacinėmis paslaugomis naudojasi net apie penktadalis visų apklaustųjų respondentų. Iš visų teigiamai atsakiusių respondentų bendrovės paslaugomis pagrinde naudojasi vyrai, kurie sudarė 62% bendrovės paslaugomis besinaudojančių respondentų Nors tokius rezultatus galėjo įtakoti tai, kad iš visų atsitiktine tvarka apklaustų respondentų 67% buvo vyrai. Tai įrodė padarius bendro respondentų skaičiaus ir besinaudojančiųjų paslaugomis skaičiaus išskirstymo pagal lytį analizę.

Netikėti rezultatai parodė, kad vyrai dažniausiai naudoja bendrovės teikiamas paslaugas laisvalaikiui, kai tuo tarpu moterys naudojasi bendrovės paslaugomis darbo reikmėms tenkinti. Taip pat įdomus faktas, kad iš respondentų besinaudojančiųjų bendrovės paslaugomis, visos moterys turi aukštąjį išsilavinimą, o iš vyrų respondentų dominuoja vyrai turintys aukštesnį išsilavinimą.

Dauguma respondentų nuolat naudojasi bendrovės paslaugomis ir šiek tiek mažiau respondentų retai naudoja paslaugas savo veikloje. Net 54% respondentų teigė kad naudojasi bendrovės paslaugomis apie penkis metus, o likę respondentai teigė, kad naudojasi apie metus. Tai parodo, kad respondentai gerai susipažinę su teikiamomis paslaugomis, jų specifika ir kokybe, todėl jų atsakymai, bei pasiūlymai yra labai naudingi ir reikšmingi. O bendrovės teikiamos paslaugos turi paklausą ir yra reikalingos.

Bendrovės informacinėmis paslaugomis besinaudojančių respondentų dominuojantis amžius, kaip ir tikėtasi, yra vidutinis, t.y. nuo 26 iki 39 metų ir šiek tiek mažiau – jaunesnio amžiaus respondentai. Todėl nestebina, kad populiariausios yra elektroninės žiniasklaidos portalo *Penki.lt* paslaugos, kurios respondentų buvo įvertintos neigiamai ir internetinės kavinės „*Despina*“ paslaugos, kurios buvo įvertintos teigiamai, t.y. penkiabalėje sistemoje daugiau nei trys balai. Geriausiai įvertintos bendrovės teikiamos reklamos paslaugos, kuriomis nesinaudojo nei vienas iš respondentų.

Daugiausiai respondentų siūlo atkreipti dėmesį ne į tai, kokių bendrovei trūksta paslaugų, o į paslaugų pateikimo kokybę, jų reklamavimą ir tobulinimą. Šios pastabos buvo labai netikėtos ir labai reikšmingos moksliniam darbui, taip pat į jas turėtų atsižvelgti ir bendrovės

informacines paslaugas teikiančių skyrių vadovai. Svarbu ir tai, kad 25% respondentų, kurie nesinaudoja bendrovės paslaugomis teigia tai, kad iš viso nežino tokios bendrovės arba jos teikiamų paslaugų. Gana nedaug respondentų nurodė, kad naudojami konkurentų paslaugomis.

Atliktas tyrimas atskleidė kontraversiškus, įdomių ir diskusinių faktų, iš kurių galima daryti daug prielaidų, kurios gali orientuotis daugelyje krypčių.

Svarbu dar ir tai, kad analizuojant paslaugas, norint to ar nenorint, buvo išanalizuoti vartotojai, jų amžius, lytis ir išsilavinimas, kuriais remiantis buvo analizuojama paslaugų panaudojimas, įvertinimai ir paskirtys. O rezultatai suteikė daug naudingos medžiagos apie bendrovės paslaugų vartotojų poreikius, nuomonę ir orientacijas.

Turėtą prielaidą, kad „UAB Penki kontinentai“ informacinės paslaugos yra dar mažai paplitusios, bet yra kokybiškos ir paklausios, tyrimo rezultatai iš esmės paneigia. Vartotojų yra tikrai nemažas procentas, tad bendrovės paslaugos yra naudojamos ir yra paklausios, tačiau nekokybiškos, ar bent jau nesiekia kokybės reikalingos vartotojui. Nepaisant to, platesnio masto apibendrinimams reikia išsamesnių ir gilesnių socialinių tyrimų, apimant įvairesnes vartotojų ir potencialių vartotojų grupes.



## IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Magistriniame darbe pristatyta informacinė veikla organizacinėje įmonėje, jos samprata, informacinės veiklos pagrindinis objektas – informacinės paslaugos, jų procesai ir problematika. Pristatyti ir kiti informacinės veiklos objektai, t.y. vartotojai ir dokumentai. Pristatyta UAB „Penki kontinentai“ veikla ir organizacinė struktūra, taip pat išsamiai ištirti jos informacinės veiklos objektai, t.y. informacinės paslaugos, vartotojai ir dokumentai. Darbe išsamiai pristatytos ir išanalizuotos informacinės paslaugos, jų įvairovė ir gausa, kurios yra viena iš pagrindinių bendrovės veiklos sričių ir pagrindinis informacinės veiklos objektas. Taip pat išanalizuoti bendrovės vartotojai pagal duomenis, kuriuos pateikė UAB „Penki kontinentai“ skyrių vadovai. Ištirti bendrovės dokumentai, kurių rūšių nėra daug, tačiau bendra jų apimtis šiuo metu yra jau sunkiai suskaičiuojama.

Mokslo tiriamajame darbe daug dėmesio skirta atliktam UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų tyrimui ir jo analizei. Atlikto tyrimo ir viso darbo rezultatai rodo, kad:

1. UAB „Penki kontinentai“ užima svarbią vietą Lietuvoje informacinių paslaugų kontekste, nes bendrovės informacinės paslaugos teikiamos kelis metus ir jau yra viena iš stambiausių tokios veiklos įmone Lietuvoje.
2. Bendrovės teikiamomis informacinėmis paslaugomis naudojasi gana didelė Lietuvos rinkos dalis iš bandančių žengti koją kojon su laiku, besidominčių informacinėmis technologijomis, informacija ir jos apdorojimo galimybėmis.
3. Nors bendrovės paslaugomis naudojasi daug vartotojų, tačiau jie nėra visiškai patenkinti teikiamų paslaugų kokybe arba jų prieinamumu.
4. UAB „Penki kontinentai“ daugiausiai orientuojasi į Vilniaus miesto gyventojus. Tik kelios informacinės paslaugos yra prieinamos visiems Lietuvos ir kitų šalių gyventojams, nes jos yra interaktyvios ir pateikiamos lietuvių, rusų ir anglų kalbomis.

Darbe išanalizuotos UAB „Penki kontinentai“ teikiamos informacinės paslaugos, kurių įvairovė ir gausa patvirtina bendrovės tikslą – teikti vartotojams kompleksinius, orientuotus į vartotojo poreikius, sprendimus ir kokybiškas paslaugas.

Šio magistrinio darbo pagalba vartotojas gali greičiau rasti išsamią, jam reikalingą informaciją apie bendrovę ir bendrovės teikiamas informacines paslaugas. Bendrovės darbuotojai gali tiksliau susipažinti su bendrovės tikslais, misijomis, struktūra, esama padėtimi bendrovės skyriuose, informacinėmis paslaugomis ir jų vartotojais, o bendrovės vadovai gali rasti įdomius tyrimo rezultatų aspektus.

UAB „Penki kontinentai“ vartotojams siūlo daug informacinių paslaugų. Šiuo aspektu ji skatina informacinės visuomenės plėtrą Lietuvoje. Remiantis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2001 m. rugpjūčio 10 d. Nr. 984 priimtu “Dėl Lietuvos informacinės visuomenės plėtros strateginiame plano patvirtinimo” nutarimu, bendrovė taikydamą šiuolaikiškas technologijas priima sprendimus, užtikrina visuomenei prieinamą ir patikimą viešąją informaciją, bei kitas informacines paslaugas. Pastaraisiais metais informacinės visuomenės reikalavimai informacinėms paslaugoms labai išaugo. Nors UAB „Penki kontinentai“ teikia daug įvairių informacinių paslaugų, atliktame tyrime pastebėta, kad šios paslaugos ne visada atitinka vartotojų reikalavimus. Todėl siūlau:

1. Suderinti „Penkių kontinentų“ įmonių grupės struktūrinę veiklą, kad ji nesidubliuotų. Tokiu atveju būtų aiškesnė ne tik struktūra, pareigos ir atsakomybė bendrovės viduje, tačiau tai pakeltų ir teikiamų paslaugų kokybę. Vartotojas net tik būtų daugiau patenkintas paslaugomis, tačiau aiškiau ir greičiau galėtų suprasti kitas bendrovės teikiamas paslaugas ir galimybes. Tai padėtų pritraukti dar dalį laisvos rinkos.
2. Bendrovė turėtų dažniau atlikti rinkos ir vartotojų poreikių tyrimus. Nuodugniai išanalizavus tyrimų rezultatus, bei juos suderinus su UAB „Penki kontinentai“ tikslais ir prioritetais, kurtų ir teiktų kokybiškas informacines paslaugas, kurios toliau formuotų informacinę visuomenę ir leistų plėtoti sėkmingą informacinę veiklą.
3. UAB „Penki kontinentai“ personalas turi profesionaliau atsižvelgti į internetiniame tinklapyje talpinamą informaciją ir ją kokybiškiau valdyti, kad vartotojas lengvai rastų jį dominančią informaciją.
4. Norint toliau plėsti bendrovės veiklą ir turėti dar didesnę rinkos dalį, reikia daugiau dėmesio skirti reklamai. Ji turėtų reklamuoti ne tik bendrovės firminį ženklą, tačiau ir pristatyti bendrovės teikiamas paslaugas, bei jų privalumus.

Jei atsižvelgtų į šiuos punktus UAB „Penki kontinentai“ galės tobulinti savo informacinę veiklą ir plėsti teikiamų informacinių paslaugų spektrą, kas gali lemti sėkmingą įmonės veiklą. Tik gerai organizuota informacijos valdymo sistema leidžia vadovams kontroliuoti ir valdyti verslo proceso rezultatus.

## BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. ATKOČIŪNIENĖ, Zenona Ona. Informacijos resursų naudojimas rinkos poreikių valdymo procese. *Komunikacijos ir informacijos procesai* : straipsnių rinkinys. Vilnius: Vilniaus universiteto I-kla, 1996. 97-100 p.
2. ATKOČIŪNIENĖ, Zenona Ona ir MARKEVIČIŪTĖ, Lina. Informacijos valdymo modeliavimas kokybės vadybos sistemose. *Informacijos mokslai*. 2005. Nr. 32. 49-62 p.
3. ATKOČIŪNIENĖ, Zenona Ona, MARKEVIČIŪTĖ, Lina, MATKEVIČIENĖ, Renata, STONKIENĖ, Marija. *Kokybės komunikacija ir informacija* : mokomoji knyga. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2004. – 173 p.
4. ATKOČIŪNIENĖ, Zenona Ona. *Informacijos resursai* : mokomoji priemonė bibliotekininkystės ir informologijos specialybės studentams. Vilnius: VU I-kla, 1998. – 118 p.
5. Bibliotekininkystės ir bibliografijos terminų žodynas: Sąs.2. Dokumentas ; Leidinys ; Leidyba Vilnius: LNB, 1991. 155 p.
6. BIGELIS, Zigmantas. IST4BALT projekto informacijos sklaidos centras. *Infobalt laikas*. Vilnius: Infobalt, 2005. Nr. 10. 84-86 p.
7. BORGMAN, Christine L. *Nuo Gutenbergo iki globalios informacijos infrastruktūros*. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003. – 327 p.
8. BRAZAITIENĖ, Tatjana ir BRAZAITIS, Zenonas. Paslaugų plėtra, konkurencija ir valdymas informacinis aspektas. *Informacijos mokslai*. 2004. Nr. 29. 87–101 p.
9. CLAUDIO, U. *Teams, markets and systems* : business innovation and information technology. CiburraCambridge : Cambridge Univ. Press, 1996. – 250 p.
10. ČEPYTĖ, Julija. Nauja rusiškoji leidinių klasifikacija. *Knygotyra: mokslo darbai*. 2004. T 43. 193–215 p.
11. Daug laiko – daug „infobalto“. *Infobalt laikas*. Vilnius: Infobalt, 2005. Nr. 10. 53 p.
12. ES ITT rinkos tendencijos ir Lietuvos ITT rinka 2003–2004 m. 2005–2006 metų prognozės. *Infobalt laikas*. Vilnius: Infobalt, 2005. Nr. 10. 60 p.
13. GLOSIENĖ, Audronė. ir MANŽUCH, Zinaida. Skaitmeninio ir skaitmeninto kultūros paveldo valdymo strategijos atminties institucijose. *Informacijos mokslai*. 2003, Nr. 25. p. 19–31.
14. GLOSIENĖ, Audronė. *Biblioteka informacijos politikos kontekste* [interaktyvus]. [žiūrėta 2005 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą:  
<<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-mok/15/str2.html>>

15. GLOSIENĖ, Audronė. Viešoji biblioteka informacinėje visuomenėje. *Viešoji biblioteka : tradicija ir modernumas*. Vilnius: Žara, 1998. 106-125 p.
16. GUSTIENĖ, Teresė. Lietuvos nacionalinės bibliotekos informacinė veikla. *Bibliotekininkystė*. 1998. 46-48 p.
17. *Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės* [interaktyvus]. [žiūrėta 2005 m. spalio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt/>>
18. JEWELL, Briuce R. *Integruotos verslo studijos*. Vilnius: The Baltic Press, 2002. – 487 p.
19. KARDELIS, Kęstutis. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai : vadovėlis*. Kaunas : Technologija, 1997. – 207 p.
20. KINDURYS, Vytautas. *Paslaugų marketingas : mokomoji knyga studentams ir verslininkams*. Vilnius: Lietuvos sporto informacijos centras, 2003. – 193 p.
21. *Knygotyra: enciklopedinis žodynas*. Vilnius: Alma littera, 1997. – 413 p.
22. *Lietuvos žinių visuomenės plėtros pažangos apžvalga*. Vilnius: Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2005. – 24 p.
23. MIELDAŽYTĖ, Laura. Informacinės visuomenės plėtros perspektyvos 2007–2013 metų programavimo periodu. *Infobalt laikas*. Vilnius: Infobalt, 2005. Nr. 10. 64-65 p.
24. PAKALKIENĖ, Andželika. Paslaugų tyrimas, analizė ir vertinimas Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešojoje bibliotekoje. *Šiandien aktualu*. 2004. Nr. 2(31). 134-152 p.
25. *Paroda „Infobalt 2005“* [interaktyvus]. [žiūrėta 2005 m. spalio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.infobalt.lt>>
26. PEČIŪRA, Linas ir RAKAUSKAS, Arminas. Lietuvos žinių visuomenės plėtros pažanga. *Infobalt laikas*. Vilnius: Infobalt, 2005. Nr. 10. 61-63 p.
27. PETUCHOVAITĖ, Ramunė. *Viešųjų bibliotekų paslaugų bendruomenei plėtra : sėkmingos praktikos Lietuvoje ir tarptautinių veiksnių studija*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2004. – 133 p.
28. RUDŽIONIENĖ, Jurgita. Socialinis kontekstas kaip informacinės veiklos efektyvumo veiksnys. *Informacijos mokslai*. 1998. Nr. 8. 77-89 p.
29. SAKALAUSKAITĖ, E.. Informacijos ištekliai ir jų valdymo optimizavimo metodai. *Informacijos mokslai*, Nr. 8, 1998. 68-75 p.
30. SIMANAUSKAS, Leonas. Informacijos vertinimas. *Informacijos mokslai*, 1997. Nr. 7 ?
31. TIDIKIS, Rimantas. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės univ. Leidybos centras, 2003. – 626 p.

32. *UAB Penki kontinentai* [interaktyvus]. [žiūrėta 2005 m. spalio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.5ci.lt/>>
33. VAŠKEVIČIENĖ, A.. *Paieška internete*. Kaunas: Smaltija, 2001. – 223 p.
34. VENGGRIENĖ, Birutė. *Paslaugų ekonomika*. Vilnius: VU I-kla, 1998. – 208 p.
35. VITKIENĖ, Elena. *Paslaugų marketingas*. KU leidykla, 2004. – 127 p.
36. VOVERIENĖ, Ona. *Informatikos teorija ir metodologija*. Vilnius: Lietuvos TSR aukštojo ir specialiojo vidurinio mokslo ministerijos Leidybinė–redakcinė taryba, 1985. – 122 p.
37. VOVERIENĖ, Ona. *Informatikos teorinės minties raida Lietuvoje 1957-1990 metais : istoriografinė apybraiža*. Vilnius: VU I-kla, 1996. – 208 p.
38. ZINKEVIČIENĖ, Julija. *Dokumentotyros pagrindai : mokomoji priemonė*. Vilnius : VU I-kla, 1998. – 62 p.
39. ZINKEVIČIENĖ, Julija. Knygos vaidmens kaita visuomenėje. *Knygotyra : mokslo darbai*. 2005. T. 44. 267–275 p.
40. ZINKEVIČIENĖ, Julija. *Užsienio ir tarptautinių organizacijų informacijos tarnybos Lietuvoje*. Vilnius: VU I-kla, 2004. – 68 p.

## PRIEDAI

1 priedas

### Atlikto tyrimo anketos pavyzdys

#### UAB „Penki kontinentai“ informacinės paslaugos Anketa

Gerbiamas respondente,

VU Komunikacijos fakulteto 2 kurso magistrantūros studentė Milda Morkūnaitė atlieka tyrimą, siekdama išanalizuoti UAB „Penki kontinentai“ informacinių paslaugų prieinamumą, populiarumą ir patogumą naudotis. Maloniai prašau atsakyti į klausimus. Anketa anoniminė. Visi duomenys bus naudojami tik šiame mokslo tiriamajame darbe.

**1. Ar naudojate UAB „Penki kontinentai“ teikiamomis informacinėmis paslaugomis?**

- a) Taip
- b) Ne

**2. Jei TAIP, tai kokiomis?**

.....

**3. Kam naudojate UAB „Penki kontinentai“ teikiamas paslaugas?**

- a) Darbui
- b) Savišvietai
- c) Laisvalaikiui
- d) Kita.....

**4. Jei NE, tai kodėl?**

.....

**5. Kokių informacinių paslaugų ŠIAI įmonei, Jūsų manymu, trūksta?**

.....

**6. Įvertinkite UAB „Penki kontinentai“ teikiamas informacines paslaugas nuo 0 iki 5 balų (5 – puikiai, 4 – gerai, 3 – vidutiniškai, 2 – blogai, 1 – labai blogai; 0 – nesinaudoju, nežinau):**

Paslauga	Balai
Mokymo kursai	
Reklama	
Skaitmeninės TV studijos paslaugos	
Interneto kavinės paslaugos	
Interneto tiekimas	
Elektroninės žiniasklaidos paslaugos	

**7. Iš kur sužinojote apie įmonės teikiamas paslaugas?**

- a) Iš kolegų
- b) Žiniasklaidos
- c) Interneto
- d) Artimųjų ir draugų
- e) Kita.....

**8. Kiek laiko naudojātės ŠIOS įmonės informacinėmis paslaugomis?**

- a) Apie mėnesį
- b) Apie metus
- c) Apie 5 metus
- d) Apie 10 metų

**9. Kaip dažnai naudojātės ŠIOS įmonės informacinėmis paslaugomis?**

- a) Nuolat
- b) Retai
- c) Naudojasi tik 1 kartą

Maloniai prašau pateikti informaciją apie save

**10. Lytis:**

- a) Vyras
- b) Moteris

**11. Amžius:**

- a) iki 18 m.
- b) 18 – 25
- c) 26 – 39
- d) 40 – 59
- e) 60 ir daugiau

**12. Jūsų išsilavinimas:**

- a) Pagrindinis
- b) Vidurinis
- c) Aukštesnysis
- d) Aukštasis

**13. Profesija:.....**

**Ačiū už atsakymus**

**INFORMATION SERVICES OF THE COMPANY LTD. UAB „PENKI KONTINENTAI”**

Milda Morkūnaitė

**SUMMARY**

In the modern world of information technologies and information much attention is drawn to the tendencies of quicker spread, access to and application of information as well as its search. Now as there is so much information that even software is created, special publications are issued to facilitate search for information, skilled specialists are necessary for information search and its processing, information becomes a service and product.

Many information institutions are involved in information collection, processing and submission to users, most of them are libraries and information centres. Information providing organisations perform information activity as information services is the principle object of information activity.

Master's theses deal with information services, as main peculiarity of information activity object. Theses analyse information services in their broad sense. They submit a study of information services concept, their peculiarities, users and documents, determine place of organisation in information activity.

Object of the theses is information centre UAB “Penki kontinentai”. During the last years this information centre expanded its information activity much, however, it has not been analysed yet. The company is one of the greatest and oldest information technology companies in Lithuania that has been established in 1992.

Objective of the master's theses is to investigate information services provided by UAB “Penki kontinentai” which are of great importance both to the company's employees and its users. In order to achieve objectives of the master's theses the following tasks were set: to define the concept of information services; to analyse information activity of UAB “Penki kontinentai” by study of a single case; to investigate information services provided by UAB “Penki kontinentai” and to analyse them.

Scientific research has been based on empirical method and has been carried out by submission anonymous questionnaires to the visitors of the exhibition “InfoBalt 2005” and analysis of results.

Master's theses present information activity in the organisational company, its concept, main object of information activity – information services, their processes and problems. They also submit other objects of information activity, i.e. users and documents. They analyse activity and organisational structure of UAB “Penki kontinentai” as well as study in detail



objects of its information activity, i.e. information services, users and documents. Theses submit in detail and analyse information services, their variety and abundance, they are one of the main spheres of company's activity and main object of information activity. Theses also analyse company's users according to data submitted by managers of departments of UAB "Penki kontinentai". The paper also presents the study of company documents, which do not make a lot, however, total their volume is difficult to assess now. Study of information services of UAB "Penki kontinentai" is analysed in the thesis. A sample of questionnaires used for the research is given in the annex.

Results of the master's theses were positive and presumptive. Theses analyse information services of UAB "Penki kontinentai", their variety and abundance prove the objective of the company to render complex, user-oriented solutions and high quality services to the users.