

VEIKSNIAI, LEMIANTYS APSKAITĄ TVARKANČIŲ ASMENŲ LOJALUMĄ APSKAITOS PROGRAMAI

Giedrė Balkytė, Jadvyga Jurevičienė
Klaipėdos valstybinė kolegija

DOI: <https://doi.org/10.52320/svv.v1iX.411>

Anotacija

Skaitmeninių technologijų plėtra daro reikšmingą įtaką verslo procesų organizavimui, ypač finansų ir apskaitos srityje, kur verslo valdymo sistemos ir apskaitos programos tampa esminiu įrankiu duomenų valdymui, tikslumui ir sprendimų priėmimui užtikrinti. Atsižvelgiant į rinkoje esančią apskaitos programų įvairovę, programinės įrangos pasirinkimas reikalauja ne tik techninės analizės, bet ir vartotojo – apskaitos specialisto – pasitenkinimo bei lojalumo įvertinimo. Tyrimo tikslas – išanalizuoti veiksnius, lemiančius apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai. Tyrimas atliktas apklausiant Klaipėdos miesto ir rajono apskaitą tvarkančius asmenis. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą lemia tokie veiksniai: programos derinimas prie išmaniųjų sistemų ir programos naudojimo galimybės, programos aptarnavimo ir priežiūros kokybė bei greitis, galimybės dirbti namuose ir tvarkyti kelių įmonių apskaitą, programos ir aptarnavimo kaina. Tyrimo rezultatai gali būti aktualūs tiek programinės įrangos tiekėjams, tiek organizacijoms, siekiančioms užtikrinti sklandų apskaitos programos diegimą ar keitimą.

Pagrindiniai žodžiai: apskaitos programa, lojalumo veiksniai, apskaitą tvarkantis asmuo, verslo valdymo sistema.

Įvadas

Temos aktualumas. Įmonės Lietuvoje ir pasaulyje naudoja įvairias verslo valdymo sistemas (VVS). Dauguma organizacijų visame pasaulyje diegia VVS, nes įmonės išteklių planavimas didina veiklos efektyvumą ir gerina organizacijų veiklą (Jo, 2023). VVS naudojimas laikomas pagrindiniu konkurencinio pranašumo veiksniumi (Dezdar, 2017). Pagrindinė įmonių, diegiančių VVS, motyvacija yra ta, kad jos gaus daug naudos (Weli, 2018). Kanellou ir Spathis (2013) nuomone trys svarbiausi motyvai, paskatinę VVS diegimą buvo padidėjusi realaus laiko informacijos paklausa, informacijos generavimas sprendimų priėmimui ir programų integracijos poreikis. VVS reikšmingai pakeitė verslo duomenų rinkimo, saugojimo, platinimo ir naudojimo būdą (Sutton, 2006). Šis informacijos apdorojimo orientacijos pokytis turi įtakos apskaitos procesui. Al-Jabri (2015), Jo (2023), Laumer ir kt. (2017), Tenhiälä ir Helkiö, (2015) teigia, kad vienas iš parametru, kurį galima naudoti VVS sėkmei matuoti, yra vartotojų pasitenkinimas ir lojalumas. Pasitenkinimas yra būtinas lojalumo prognozavimo veiksnys (Ofosu-Boateng ir Agyei, 2020; Wang ir kt., 2018). Kai VVS vartotojai yra patenkinti visa sistema, tai reiškia sistemos sėkmę ir yra tiesiogiai susiję su įmonės veiklos rezultatais. Jei VVS vartotojai yra patenkinti, tai gali lemti stabilų informacinės sistemos naudojimą (Jo, 2023). Nguyen ir Nguyen (2020) teigia, kad vartotojo pasitenkinimo apibrėžimas yra vartotojo supratimas apie jų reikalavimų ir VVS funkcionalumo atitikties laipsnį. DeLone ir McLean (2003, 2016), Kalankesh ir kt. (2020) bei Laumer ir kt. (2017) teigia, kad vartotojų pasitenkinimas yra populiarus informacinės sistemos efektyvumo matas ir geriausias alternatyvus sistemos sėkmės matas informacinių sistemų tyrimuose. Shee ir Wang (2008) nuomone suvokiamas pasitenkinimas laikomas bet kurios informacinės sistemos patikimumo matu, kuris nulems, ar vartotojas ir toliau naudosis sistema. Kim (2019) bei Yen ir kt. (2015) nuomone pastaruoju metu lojalumas tapo pagrindiniu informacinių sistemų sėkmės matu. Watson ir kt. (2015), apibendrinę vartotojų lojalumo vertinimų praktiką ir identifikavę pagrindinius vartotojų lojalumo vertinimo principus, padarė išvadą, jog vartotojų lojalumą lemiantys veiksniai yra įsipareigojimas, pasitikėjimas, pasitenkinimas ir lojalumo iniciatyvos. Visi šie veiksniai yra tiesiogiai susiję su vartotojų lojalumu.

Tyrimo problema. Dėl nuolat kintančios verslo aplinkos ir technologijų pažangos Lietuvos įmonėse ir organizacijose naudojamos, atnaujinamos, diegiamos verslo valdymo sistemos ir apskaitos programos. Šių sistemų įvairovė, pasiūla ir pasirinkimas yra didelis, todėl galima iškelti probleminį klausimą – kokie veiksniai lemia apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai?

Tyrimo objektas – veiksniai, lemiantys apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti veiksnius, lemiančius apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą

apskaitos programai.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išnagrinėti veiksnius, lemiančius vartotojų lojalumą verslo valdymo sistemoms teoriniu aspektu.
2. Nustatyti apskaitą tvarkančių asmenų lojalumo apskaitos programai veiksnius.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, sisteminimas, lyginimas, apibendrinimas, anketinė apklausa.

1. Veiksnių, lemiančių vartotojų lojalumą verslo valdymo sistemoms, teoriniai aspektai

Sudhahar ir kt. (2006) teigia, kad lojalumo paslaugai pagrindą sudaro pačios paslaugos specifika, paslaugos kokybė, paslaugos įvaizdis bei teikiama suvokiama vertė. Kumar ir Shah (2004) palaiko nuomonę, kad vartotojų lojalumas gali būti apibrėžtas elgsenos ir nuostatų požymiais ir pagal tai vartotojų lojalumą skirsto į du tipus – elgsenos ir nuostatų lojalumą. Anot Kuusik (2007) požiūriu lojalumas yra gerokai stipresnis už elgsenos lojalumą. Požiūris į produktą rodo vartotojų nuostatas konkretaus produkto atžvilgiu.

Uncles ir kt. (2003), apibendrinę literatūroje išsakytas vartotojų lojalumo sampratas, pateikia tris vartotojų lojalumo tipų modelius:

1. Nuostatų lojalumas, kuris kartais sąlygoja ryšius su prekės ženklu.
2. Lojalumas, kurio pagrindas yra elgsena, pavyzdžiui, praeities elgsenos šablonas.
3. Pirkimas, sąlygojamas individualių bruožų, aplinkybių ir /ar pirkimo situacijos.

Dick ir Basu (1994) teigimu nuostatos gali būti išmatuotos, atliekant potencialių pirkėjų apklausą. Ar jiems patinka prekės ženklas, kiek jie jaučiasi jam įsipareigoję, ar rekomenduotų jį kitiems bei kokie jų teigiami jausmai ir nuomonė, lyginant prekės ženklą su konkurentais.

Lojalumą lemia vartotojo ištikimybė ar prierašumas tam tikram objektui (Rundle-Thiele, Mackay, 2001), vartotojo polinkis ir įsipareigojimas nekeisti paslaugos teikėjo (Yang ir kt., 2014), vartotojo pasitenkinimas teikiamu produktu, ilgalaikis pasitikėjimu grįsto ryšio užmezgimas, pakartotinis pirkimas ir organizacijos teikiamo produkto rekomendavimas savo aplinkai (Kahraman Arslan, 2020), taip pat kliento demonstruojama pirkimo elgsena, kuri apibrėžiama kaip neatsitiktinis pirkimas, pasikartojantis per laikotarpį (Gunawan, 2022).

Curran ir kt. (2010) nustatyti tokie vartotojų lojalumą lemiantys veiksniai: vartotojo patiriamos teikėjo pakeitimo išlaidos, kaina, vartotojo suvokiama vartojamoji vertė, ryšių tarp organizacijos ir vartotojo stiprumas, ankstesnė vartotojo patirtis. Vartotojų lojalumą lemiančius veiksnius conceptualiu lygmeniu tyrė Agrawal ir kt. (2012). Mokslininkai įvardijo ir apibūdino tokių veiksnių, kaip paslaugos kokybė, vartotojo pasitikėjimas, organizacijos įvaizdis, vartotojo pasitenkinimas, prierašumas, vartotojo suvokiama vartojamoji vertė, vartotojo emocijos, poveikį vartotojų lojalumui. Anot Calin (2013), neatsižvelgiant į paslaugos tipą, vartotojų lojalumą lemia vartotojo patiriamos teikėjo pakeitimo išlaidos, organizacijos ir vartotojo bendravimas, paslaugos prieinamumas, paslaugos inovatyvumas, papildomos paslaugos, vartotojo suvokiama prisiimama rizika, organizacijos žinios apie rinką ir konkurenciją.

Jo (2023) teigia, kad išitraukimas yra esminis lojalumo ir pasitenkinimo veiksnys. Išitraukimas yra subjektyvi teigiama proto būseną, kuri atsiranda, kai žmonės yra visiškai pasinėję į veiklą. Jei VVS nėra naudingos, paprastos ir malonios naudoti, vartotojams gali būti sunku sutelkti dėmesį į sistemą. Jis nustatė, kad suvokiama nauda, suvokiamas naudojimo paprastumas ir suvokiamas malonumas yra išitraukimo formavimosi veiksniai. Jo (2023) atskleidė išitraukimo svarbą lojalumui ir pasitenkinimui. Jei VVS yra lengvesnės, greitesnės ir malonesnės, darbuotojai gali labiau susikaupti ir sutelkti dėmesį į savo darbą. Išitraukimas reikšmingai tarpininkauja suvokiamo naudingumo, suvokiamo naudojimo paprastumo ir suvokiamo malonumo vaidmenims lojalumo ir pasitenkinimo srityse.

Lashayo ir Mhina (2023) tyrė veiksnius, darančius įtaką VVS sistemų naudotojų pasitenkinimui ir lojalumui: informacijos kokybė, sistemos kokybė, suvokiamas naudingumas, socialinė įtaka ir pasitenkinimas. Jie nustatė, kad socialinė įtaka (kolegų spaudimas) buvo svarbiausias veiksnys, daręs įtaką tiek darbuotojų pasitenkinimui, tiek lojalumui VVS. Suvokiamas naudingumas rodo vidutinę įtaką

darbuotojų pasitenkinimui. Kiti rezultatai patvirtino, kad be pasitenkinimo ir įprasto naudojimo, lojalumas egzistuoja ir efektyviam VVS sistemų naudojimui.

Weli (2018) tyrė veiksnius apskaitos požiūriu, darančius įtaką buhalterio pasitenkinimui naudojant VVS:

- apskaitos nauda (paspartino informacijos rinkimo ir kasdienių operacijų procesus, užduočių atlikimą, pateikė atnaujintą ir tikslesnę informaciją, finansinių ataskaitų kokybę);
- veiklos nauda (pagerino sistemos integraciją, sumažino klaidų, pagerino finansinės analizės įgūdžius, suteikė lankstumo pasiekti finansinę informaciją, pagerino vidinę komunikaciją);
- individuali nauda (padėjo atlikti daugiau darbų, greičiau atlikti užduotis, padidino darbo produktyvumą);
- vadovybės nauda (pagerino valdymo kontrolę, padidino įmonės pinigų srautus).

Weli (2018) nustatė, kad visi naudos elementai yra susiję su vartotojų pasitenkinimu. VVS buvo naudingos apskaitos darbui kasdienėje informacijos apdorojimo veikloje iki ataskaitų rengimo. VVS gali integruoti visus verslo procesus. Respondentų nuomonė apie pasitenkinimą VVS naudojimui rodo pakankamai aukštą pasitenkinimo sistemos stabilumu, atitikimu įmonės reikalavimams, tinkamos informacijos prieinamumu ir VVS mokymosi paprastumu vertę. Tai paaiškina VVS vartotojų pasitenkinimą, kurį galima įvertinti pagal tai, kaip VVS reaguoja į įmonės poreikius, kaip lengva mokytis ir naudoti sistemą.

Zakarya ir kt. (2023, 2024) pasitenkinimui VVS diegimu prognozuoti išskiria šiuos veiksnius: organizacinius veiksnius (pokyčių valdymas ir verslo procesų pertvarkymas), valdymo veiksnius (laikas ir biudžetas), socialinius veiksnius (aukščiausioji vadovybė, tiekėjų santykiai, konsultacijų parama ir bendravimas), techninius veiksnius (sistemos kokybė ir informacijos kokybė) ir pasitenkinimo veiksnius (naudotojų pasitenkinimas, suvokiamas naudingumas, suvokiamas naudojimo paprastumas, vidinė parama, rezultatų demonstruojamumas ir suderinamumas).

Kim ir Kim (2018) bei Ofosu-Boateng ir Agyei (2020) teigimu informacinės sistemos galima matuoti pagal vartotojų aktyvų, ilgalaikį sistemos naudojimą ir norą priimti teigiamas tokių vartotojų rekomendacijas kitiems. Pagrindiniai lojalumo veiksniai yra pasitikėjimas, pasitenkinimas, emocijos, suvokiama vertė ir paslaugų kokybė.

Calisir ir Calisir (2004) teigia, kad vartotojų pasitenkinimas matuojamas pagal sistemos naudojimo paprastumo ir dizaino suvokimą. Manoma, kad naudojimo paprastumas ir sistemos generuojamos informacijos kokybė yra veiksnys, lemiantis vartotojų pasitenkinimo sistema lygį.

Lin (2010) teigia, kad informacijos kokybė yra esminis veiksnys matuojant informacinių sistemų sėkmę, o informacijos kokybė ir sistemos kokybė daro įtaką darbuotojų pasitenkinimui.

Anot Yen ir kt. (2015), vertinant sistemos kokybės poveikį darbuotojų lojalumui, sistemos kokybė netiesiogiai (per suvokiamą naudą ir suvokiamą darbo krūvį) daro įtaką lojalumui.

Nguyen ir Nguyen (2020) atliktame tyrime daugiausia dėmesio buvo skiriama veiksniams, turintiems įtakos buhalterių pasitenkinimui, siekiant pagerinti apskaitos informacijos kokybę: apskaitos nauda, VVS kokybė, vadovybės įsipareigojimas ir vartotojų pasitenkinimas. Nguyen ir Nguyen (2020) tyrimo rezultatai parodė, kad apskaitos nauda, VVS kokybė ir vadovybės įsipareigojimas teigiamai paveikė buhalterių pasitenkinimą. Buhalterių pasitenkinimo suvokimas didėja dėl apskaitos naudos: padidėjęs verslo lankstumas, didesnė apskaitos programų integracija, geresnė ataskaitų kokybė, geresnis sprendimų priėmimo procesas, pagrįstas savalaikiu ir patikima apskaitos informacija, ir trumpesnis operacijų apdorojimo laikas. VVS kokybė taip pat lemia buhalterių pasitenkinimą: VVS patikimumas, reagavimo laikas, lankstumas, integracija ir patogus priejimas. Vadovybės įsipareigojimas turi įtakos buhalterio pasitenkinimui. Vadovybės įsipareigojimas diegiant VVS turi du pagrindinius aspektus: reikiamų išteklių (personalo ir finansų) suteikimą ir vadovavimo VVS diegimo procesų valdymui ir kontrolei užtikrinimą. Vadovams įsipareigojus, VVS veikia stabiliai, greičiau renka duomenis ir apdoroja rezultatus sumažinant klaidų skaičių, todėl galutinių vartotojų pasitenkinimas padidėja. Buhalterių pasitenkinimas pagerėja, kai įmonės sukuria daugiau apskaitos naudos, pagerina VVS kokybę ir vykdo vadovybės įsipareigojimus (Nguyen ir Nguyen, 2020).

2. Tyrimo metodologija

Tyrimo metodai. Tyrimui atlikti buvo pasirinktas kiekybinis tyrimas. Atliekant tyrimą naudotas anketinės apklausos metodas. Anketinės apklausos metu gauti duomenys buvo analizuojami ir interpretuojami, daromos išvados.

Tyrimo instrumentas. Tyrimui atlikti buvo suformuota anketa, kurią sudarė 32 uždaro, pusiau uždaro ir atviro tipo klausimai.

Tyrimo imtis. Tyrime dalyvavo Klaipėdos miesto ir rajono įmonių apskaitą tvarkantys asmenys. Duomenys apdoroti Microsoft Excel.

Tyrimo etika. Atliekant tyrimą laikytasi tyrimo etikos reikalavimų: tyrimo dalyviams tiksliai ir aiškiai paaiškintas tyrimo tikslas, tyrimo naudingumas, leista apsispręsti dėl savanoriško dalyvavimo tyrime, išsaugotas tiriamųjų anonimiškumas ir konfidencialumas. Tyrimo duomenys panaudoti apibendrinti ir tik moksliniais tikslais.

3. Tyrimo rezultatai

Siekiant išanalizuoti veiksnius, lemiančius apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai, tyrime dalyvavo įvairių nuosavybės formų įmonėse ir organizacijose dirbantys apskaitą tvarkantys asmenys. Bendra informacija pateikta 1 lentelėje.

1 lentelė. Informacija apie įmones

Nuosavybės forma	proc.	Pagrindinė veiklos rūšis	proc.	Darbuotojų skaičius	proc.
AB	3	gamyba	20	neturi samdomų darbuotojų	0
UAB	78	prekyba	36	iki 10 darbuotojų	28
individuali įmonė	7	statyba	11	10-100 darbuotojų	46
mažoji bendrija	3	paslaugos	30	100-200 darbuotojų	16
viešoji, valstybės, savivaldybės įmonė	9	kita	3	200 darbuotojų ir daugiau	10

Šaltinis: sudaryta autorių pagal atlikto tyrimo duomenis, 2025

Didžioji dalis apskaitą tvarkančių asmenų dirba uždarosiose akcinėse bendrovėse, didesnė dalis įmonių vykdo prekybos veiklą ir daugumoje įmonių dirba nuo 10 iki 100 darbuotojų.

Tyrimo duomenys rodo, kad 38 procentai apskaitą tvarkančių asmenų dirba tik viena apskaitos programa, tačiau 62 proc. moka dirbti 2-6 apskaitos programomis. Poreikis dirbti keliomis apskaitos programomis atsirado pakeitus darbo vietą, pradėjus dirbti papildomai ar savarankiškai bei įmonei pakeitus apskaitos programą.

Dabar įmonėje naudojamą apskaitos programą keisti kita programa rekomenduotų 20 proc. apskaitą tvarkančių asmenų. Jei tektų keisti dabar įmonėje naudojamą apskaitos programą, apskaitą tvarkančių asmenų nuomonės buvo įvairios. Komentarai į tyrimo anketos klausimą „Jūsų nuomonė apie galimą programos keitimą“ pateikti 2 lentelėje.

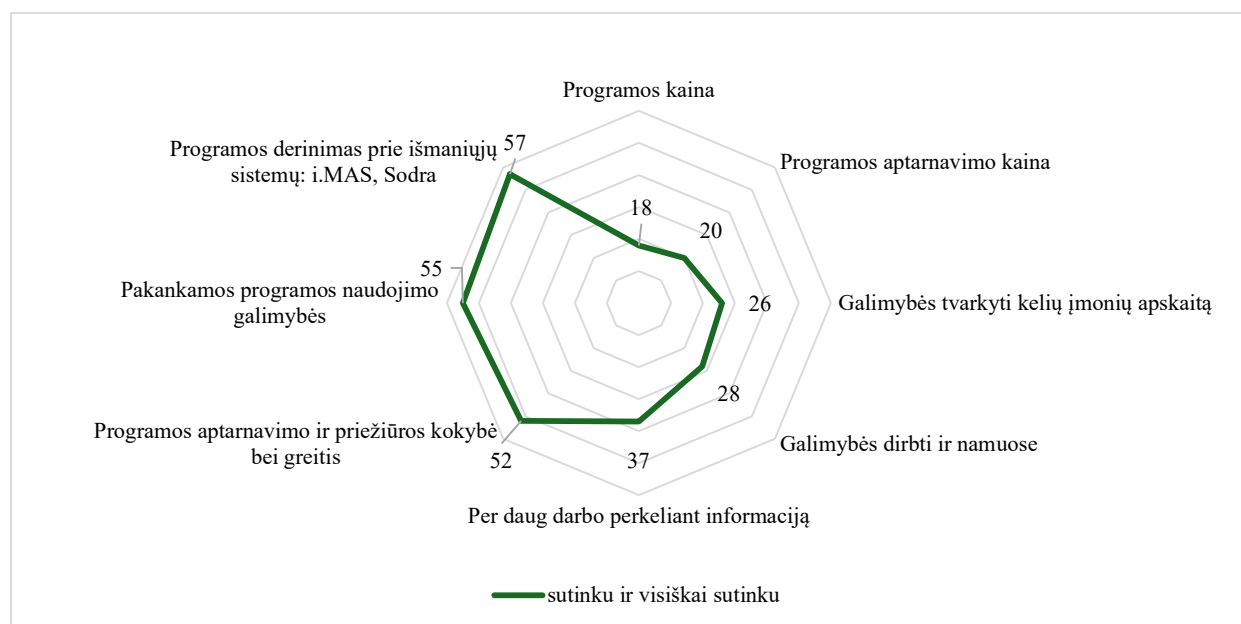
2 lentelė. Apskaitą tvarkančių asmenų nuomonė apie galimą programos keitimą

Komentarai
„tokia mintis keltų stresą“; „ir vėl tektų mokintis“; „tektų ieškoti papildomų konsultacijų“; „užtruktų daugiau laiko tam pačiam darbui padaryti ir ataskaitoms parengti“; „būtų daug darbo perkeliant informaciją“; „išeičiau iš darbo, jei įmonė pakeistų programą“; „ieškočiau darbo, kuriame įmonė naudotų programą, su kuria jau dirbau“; „įmonei reiktų programos su daugiau galimybių (dabartinėje programoje trūksta banko išrašų importo funkcijos)“; „reiktų, kad dirbtų su el. parduotuve“; „jau seniai reiktų keisti įmonės programą į kitą“; „programos keitimo nesureikšminu“; „jau norėčiau ko nors naujo“.

Šaltinis: sudarytas autorių pagal atlikto tyrimo duomenis, 2025

Apskaitą tvarkančių asmenų komentaruose apie programos keitimą atsispinti prisirišimas prie programos, ankstesnė asmeninė vartotojo patirtis, nepasitenkinimas įsisavinant naujos programos valdymą bei noras keisti programą, išmokti dirbti programomis, turinčiomis daugiau naudojimo galimybių.

Dabar įmonėje naudojamos apskaitos programos keisti kita programa nesutiktų 57 proc. apskaitą tvarkančių asmenų ir net 78 proc. apskaitą tvarkančių asmenų dabar naudojamą apskaitos programą rekomenduotų kitiems. Atlikus tyrimo duomenų analizę nustatyti veiksniai, lemiantys apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai. Apskaitą tvarkantys asmenys nurodė, kad nekeistų apskaitos programos ir liktų lojalūs, jei juos tenkintų įmonėje įdiegtų programų kokybė, suderinamumas ir naudojimo galimybės (1 pav.).



1 pav. Kodėl nekeistumėte apskaitos programos?
Šaltinis: sudarytas autorių pagal atlikto tyrimo duomenis, 2025

Apskaitą tvarkantys asmenys, kaip svarbų veiksni (57 atsakymai), nurodė programos derinimą prie išmaniųjų sistemų, t. y. jiems būtų aktuali galimybė pateikti duomenis į i.MAS sistemą – i.SAF, i.VAZ posistemius, mokestines deklaracijas Valstybinei mokesčių inspekcijai, pateikti ataskaitas Sodrai, metinių finansinių ataskaitų rinkinį Juridinių asmenų registrui ir ataskaitas kitoms institucijoms. Tai atitinka Nguyen ir Nguyen (2020) tyrimų rezultatus, kad VVS patikimumas, reagavimo laikas, lankstumas, integracija ir patogus priejimas yra svarbūs veiksniai, prisidedantys prie VVS vartotojų pasitenkinimo. Tai atitinka ir Weli (2018) tyrimo rezultatus, kad didžiausia apskaitos nauda yra pagalba buhalteriu atliekant finansinių ataskaitų teikimo veiklą.

Tyrimo dalyviams svarbus veiksnys būtų pakankamos programos naudojimo galimybės (55 atsakymai): reikalingos darbui programos funkcijos, galima informacijos analizė, geras eksportas į kitas programas, finansų, prekybos, sandėliavimo, projektų ir paslaugų operatyvus valdymas, greitai formuojamos ataskaitos, nesudėtingas koregavimas ir klaidų taisymas, prekių etikečių formavimas, banko išrašų įkėlimas į programą, nesudėtingas algų modulis. Tai atitinka Lashayo ir Mhina (2023) tyrimo rezultatus, kad VVS techninės charakteristikos iš dalies lemia tolesnį VVS naudojimą ir rekomendacijas vartotojams ir kad vartotojams įtakos turi dabartinės sistemos teikiamos informacijos kokybė: tikslumas, išsamumas, aktualumas ir nuoseklumas. Tai atitinka ir Weli (2018) tyrimo rezultatus, kad respondentų suvokimas apie pasitenkinimą VVS naudojimu rodo pakankamai aukštą pasitenkinimo sistemos stabilumu, atitikimu įmonės reikalavimams, tinkamos informacijos prieinamumu ir VVS mokymosi paprastumu vertę.

Taip pat svarbus veiksnys „programos aptarnavimo ir priežiūros kokybė bei greitis“ (52 atsakymai): greitas programos aptarnavimas, programų teikėjų personalo kvalifikacija ir aptarnavimo

efektyvumas, bendradarbiavimas, paslaugos prieinamumas ir operatyviai suteikiamos konsultacijos, programų versijų atnaujinimai ir kt.

Keičiant programą yra galimybė duomenis perkelti importuojant, tačiau apskaitą tvarkantys asmenys veiksni „per daug darbo perkeliant informaciją“ išskyrė, kaip svarbų (37 atsakymai). Galima daryti prielaidą, kad jiems nepakanka informacinių technologijų įgūdžių ir, turėję ankstesnę asmeninę patirtį, įvertina duomenų perkėlimo apimtis ir galimus iššūkius. Tai atitinka Jo (2023) tyrimo rezultatus, kad informacinių ir ryšių technologijų įgūdžiai daro didelę įtaką lojalumui ir pasitenkinimui. Kuo aukštesnis informacinių ir ryšių technologijų įgūdžių lygis, tuo lengviau vartotojai pritaiko VVS.

Tyrimo dalyviai nurodė pastaruoju metu aktualų lojalumo veiksni „galimybė dirbti ir namuose“ (28 atsakymai). Tai susiję su programų perėjimu prie inovatyvių sistemų: debesų technologijos, integracijos su mobiliuoju telefonu. Tai atitinka Weli (2018) tyrimo rezultatus, kad operatyvinėje veikloje didelė nauda yra galimybė pasiekti programas dėl integruotos sistemos prieinamumo.

Kadangi, kaip svarbus veiksnys, pasirinktas „galimybė tvarkyti kelių įmonių apskaitą“ (26 atsakymai), tikėtina, kad dalis tyrimo dalyvių buvo ir apskaitą tvarkančių įmonių darbuotojai. Apskaitą tvarkantiems asmenims taip pat svarbūs veiksniai „programos aptarnavimo kaina“ (20 atsakymų) ir „programos kaina“ (18 atsakymų).

Išvados

1. Išnagrinėjus veiksnius, lemiančius vartotojų lojalumą verslo valdymo sistemoms teoriniu aspektu, galima teigti, kad vartotojų lojalumas ir pasitenkinimas verslo valdymo sistemomis priklauso nuo daugelio tarpusavyje susijusių veiksnių. Išitraukimas, kylantis iš suvokiamo naudingumo ir naudojimo paprastumo, veikia kaip svarbus tarpinis elementas tarp pasitenkinimo ir lojalumo. Lojalumą lemiantys veiksniai: informacijos ir sistemos kokybė, suvokiamas naudingumas bei pasitenkinimas. Pasitenkinimui reikšmingi veiksniai: apskaitos nauda, veiklos nauda, individuali nauda ir vadovybės įsipareigojimas bei vartotojų pasitenkinimas.

2. Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma apskaitą tvarkančių asmenų išlieka lojalūs dabar naudojamai apskaitos programai – ją keisti kita rekomenduotų tik penktadalis respondentų, o didžioji dalis esamą programą rekomenduotų kitiems. Tyrimo dalyvių atsakymai atskleidė, kad apskaitos programos keitimo atžvilgiu jų požiūriai yra įvairūs: dalis apskaitą tvarkančių asmenų išreiškė prisirišimą prie esamos sistemos, nerimą dėl papildomo darbo ir mokymosi poreikio, kiti – norą naudotis modernesne programa, turinčia daugiau funkcinių galimybių.

Empirinė analizė parodė, kad apskaitą tvarkančių asmenų lojalumą apskaitos programai lemia veiksniai: programos derinimas prie išmaniųjų sistemų, pakankamos programos naudojimo galimybės, programos aptarnavimo ir priežiūros kokybė bei greitis, galimybė dirbti ir namuose, galimybė tvarkyti kelių įmonių apskaitą bei priimtina programos ir jos aptarnavimo kaina. Tai leidžia teigti, kad apskaitos programos lojalumui svarbus ne tik technologinis, bet ir praktinis sistemos pritaikomumo bei naudotojų patogumo aspektas.

Literatūra

1. Agrawal, R., Gaur, S., & Narayanan, A. (2012). Determining customer loyalty: Review and model. *The Marketing Review*, 12(3), 275–289. <https://doi.org/10.1362/146934712X13420906885430>
2. Al-Jabri, I. M. (2015). Antecedents of user satisfaction with ERP systems: Mediation analyses. *Kybernetes*, 44(1), 107–123. <https://doi.org/10.1108/K-05-2014-0101>
3. Balkytė, G., Jurevičienė, J. (2021). *Kompiuterizuotos apskaitos programų pasirinkimo kriterijai. Studijos – verslas – visuomenė: dabartis ir ateities įžvalgos*, 6, 4–17. <https://doi.org/10.52320/svv.viVI.188>
4. Calin, G. (2013). Factors influencing customers' behaviour towards trusted service providers: An investigation of four service settings. *Annals of the Faculty of Economics*, 1(1), 1753–1764. <https://ideas.repec.org/a/ora/journal/v1y2013i1p1753-1764.html>
5. Calisir, F., & Calisir, F. (2004). The relation of interface usability characteristics, perceived

- usefulness, and perceived ease of use to end-user satisfaction with enterprise resource planning (ERP) systems. *Computers in Human Behavior*, 20(4), 505–515. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2003.10.004>
6. Curran, J., Varki, S., & Rosen, D. (2010). Loyalty and its antecedents: Are the relationships static? *Journal of Relationship Marketing*, 9(4), 179–199. <https://doi.org/10.1080/15332667.2010.522469>
 7. DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
 8. DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2016). Information systems success measurement. *Foundations and Trends in Information Systems*, 2(1), 1–116. <https://doi.org/10.1561/29000000005>
 9. Dezdar, S. (2017). An integrative model for realising benefits from enterprise resource planning implementation. *International Journal of Business Information Systems*, 24(4), 423–451. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2017.085013>
 10. Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113. <https://doi.org/10.1177/0092070394222001>
 11. Gunawan, I. (2022). Customer loyalty: The effect of customer satisfaction, experiential marketing, and product quality. *Kinerja: Jurnal Manajemen, Organisasi dan Industri*, 1(1), 35–42. <https://www.semanticscholar.org/reader/79325f7d23e4ee78155ea68ffe3a2db282cd0bc5>
 12. Yang, C.-C., Chen, P.-S., & Chien, Y.-H. (2014). Customer expertise, affective commitment, customer participation, and loyalty in B&B services. *International Journal of Organizational Innovation*, 6(4), 174–183. <https://research.ebsco.com/c/tgncgv/viewer/pdf/i44huvefg5>
 13. Yen, H.-J., Hu, P., Hsu, S., & Li, E. (2015). A multilevel approach to examine employees' loyal use of ERP systems in organizations. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), 144–178. <https://doi.org/10.1080/07421222.2015.1138373>
 14. Jo, H. (2023). Examining the key factors influencing loyalty and satisfaction toward the smart factory. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(4), 567–582. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2021-0124>
 15. Jo, H. (2023). Key factors influencing loyalty and satisfaction toward ERP: Mediating role of flow. *Journal of the Knowledge Economy*, 14(3), 2138–2155. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-00981-4>
 16. Kahraman Arslan, I. (2020). The importance of creating customer loyalty in achieving sustainable competitive advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.01.002>
 17. Kalankesh, L. R., Nasiry, Z., Fein, R. A., & Damanabi, S. (2020). Factors Influencing User Satisfaction with Information Systems: A Systematic Review. *Galen medical journal*, 9, e1686. <https://doi.org/10.31661/gmj.v9i0.1686>
 18. Kanellou, A., & Spathis, C. (2013). Accounting benefits and satisfaction in an ERP environment. *International Journal of Accounting Information Systems*, 14(3), 209–234. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2012.12.002>
 19. Kim, B. (2019). Understanding key antecedents of consumer loyalty toward sharing-economy platforms: The case of Airbnb. *Sustainability*, 11(19), 5195. <https://doi.org/10.3390/su11195195>
 20. Kim, D., & Kim, B. (2018). An integrative view of emotion and the dedication-constraint model in the case of coffee chain retailers. *Sustainability*, 10(11), 4284. <https://doi.org/10.3390/su10114284>
 21. Kumar, V., & Shah, D. (2004). Building and sustaining profitable customer loyalty for the 21st century. *Journal of Retailing*, 80(4), 317–329. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2004.10.007>
 22. Kuusik, A. (2007). Affecting customer loyalty: Do different factors have various influences in different loyalty levels? *University of Tartu, Faculty of Economics and Business Administration Working Paper Series*, 58–2007(11), 3–29. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1025989>
 23. Lashayo, D. W., & Mhina, J. R. (2023). Investigation of factors influencing satisfaction and loyalty toward use of enterprise resource planning systems: A case of Tanzania higher education institutions. *Business Education Journal*, 9(1), 1–26. <https://doi.org/10.54156/4m9t7t39>
 24. Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the

- manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European Journal of Information Systems*, 26(4), 333–360. <https://doi.org/10.1057/s41303-016-0029-7>
25. Lin, H.-F. (2010). An investigation into the effects of IS quality and top management support on ERP system usage. *Total Quality Management*, 21(3), 335–349. <https://doi.org/10.1080/14783360903561761>
 26. Nguyen, T., & Nguyen, Q. (2020). The effects of accounting benefit, ERP system quality and management commitment on accountants' satisfaction. *Accounting*, 12, 127–136. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.10.005>
 27. Ofosu-Boateng, I., & Agyei, S. (2020). Effect of customer satisfaction and marketing communication mix on customers' loyalty in the Ghanaian banking industry. *European Journal of Marketing and Management Studies*, 5(4), 23. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v5i4.891>
 28. Rundle-Thiele, S., & Mackay, M. M. (2001). Assessing the performance of brand loyalty measures. *Journal of Services Marketing*, 15(7), 529–546. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006210>
 29. Shee, D., & Wang, Y.-S. (2008). Multi-criteria evaluation of the web-based e-learning system: A methodology based on learner satisfaction and its applications. *Computers & Education*, 50(3), 894–905. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2006.09.005>
 30. Sudhahar, J., Duraipandian, I., Britto A. P., & Selvam, M. (2006). Service loyalty measurement scale: A reliability assessment. *American Journal of Applied Sciences*, 3(4), 1814–1818. <https://doi.org/10.3844/ajassp.2006.1814.1818>
 31. Sutton, S. G. (2006). Enterprise systems and the re-shaping of accounting systems: A call for research. *International Journal of Accounting Information Systems*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2006.02.002>
 32. Tenhiälä, A., & Helkiö, P. (2015). Performance effects of using an ERP system for manufacturing planning and control under dynamic market requirements. *Journal of Operations Management*, 36(1), 147–164. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2014.05.001>
 33. Uncles, M. D., Dowling, G. R., & Hammond, K. (2003). Customer loyalty and customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing*, 20(5), 294–316. <https://doi.org/10.1108/07363760310483676>
 34. Wang, D., Zha, Y., Bi, G., & Chen, Y. (2018). A meta-analysis of satisfaction-loyalty relationship in e-commerce: Sample and measurement characteristics as moderators. *Wireless Personal Communications*, 103(3), 941–962. <https://doi.org/10.1007/s11277-018-5488-9>
 35. Watson, G. F., IV, Beck, J. T., Henderson, C. M., & Palmatier, R. W. (2015). Building, measuring, and profiting from customer loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(6), 790–825. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0439-4>
 36. Weli, W. (2018). The accountant satisfaction in using ERP systems. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 12(1), 27–34. <https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.4242>
 37. Zakarya, M., Abdel Gaber, S., & Yehia, E. (2024). Predictive analysis of critical success factors for enterprise resource planning systems implementation. *International Journal of Computer Applications*, 186(13), 8–12. <https://doi.org/10.5120/ijca2024923501>
 38. Zakarya, M., Abdel, S., & Yehia, E. (2023). A comprehensive study of critical success factors for the implementation of enterprise resource planning systems. *International Journal of Computer Applications*, 185(1), 13–19. <https://doi.org/10.5120/ijca2023923281>

FACTORS DETERMINING THE LOYALTY OF ACCOUNTING PERSONNEL TO THE ACCOUNTING PROGRAM

Giedrė Balkytė, Jadvyga Jurevičienė

Summary

The development of digital technologies has a significant impact on the organisation of business processes, especially in the field of finance and accounting, where business management systems and accounting programs become an essential

tool for data management, accuracy and decision-making. In view of the variety of accounting software available on the market, the choice of software requires not only technical analysis, but also an assessment of the satisfaction and loyalty of the user, an accounting professional. Due to the constantly changing business environment and technological progress, business management systems and accounting programs are used, updated and implemented in Lithuanian companies and organisations. The wide variety, range, and choice of these systems raise the question of what factors determine the loyalty of accounting personnel to the accounting program.

The object of the research is the factors that determine the loyalty of accounting handling persons to the accounting programme.

The research aims to analyse the factors that determine the loyalty of accounting personnel to the accounting program.

Tasks of research:

1. Examine the factors that determine the loyalty of users to business management systems from a theoretical point of view.
2. Identify the factors of loyalty of accounting handling persons to the accounting program.

Methods of research: analysis of scientific literature, systematization, comparison, generalization, and questionnaire survey.

After analysing, from a theoretical perspective, the factors that determine consumer loyalty to business management systems, it can be said that consumer loyalty and satisfaction with business management systems depend on many interrelated factors. Engagement, stemming from perceived utility and ease of use, acts as an important intermediate element between satisfaction and loyalty. Factors determining the loyalty: quality of information and system, perceived usefulness and satisfaction. Factors relevant to satisfaction: accounting benefits, operating benefits, individual benefits and management commitment, as well as consumer satisfaction. The survey results found that most accountants remain loyal to the current accounting programme, with only a fifth recommending it be replaced, while the vast majority would recommend it to others. The responses of the participants in the survey revealed that they have different views with regard to changing the accounting programme: some accountants expressed attachment to the existing system, concerns about the need for additional work and training, while others expressed a desire for a more modern programme with more functional capabilities. Empirical analysis has shown that the loyalty of accountants is determined by the following factors: adaptation of the program to smart systems, sufficient use of the application, quality and speed of service and maintenance of the program, ability to work at home, ability to keep records of several companies, and an acceptable price for the program and its servicing. This suggests that not only the technological but also the practical aspect of the system's adaptability and user-friendliness is important for the loyalty of the accounting program.

Keywords: accounting program, loyalty factors, accounting handling person, business management system.