Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijai 2021 m. birželio 30 d., 21-124VK

DĖL PRIEMONĖS „E-KOMERCIJOS MODELIS COVID-19“

Lietuvos verslo konfederacijos (toliau – LVK) ekspertai susipažino su priemonės „E-komercijos modelis COVID-19“ (toliau – priemonė) įgyvendinimo plano projektu ir projektų atrankos kriterijų projektu bei teikia jiems pastabas.

Pirma, norėtume padėkoti už skiriamą dėmesį ir operatyvumą sprendžiant opų e-komercijos sprendimų taikymo labai mažose, mažose ir vidutinėse įmonėse (toliau – MVĮ) klausimą.

Antra, tarp remiamų veiklų įrašyta „komercijos modelių diegimas MVĮ, perorientuojant procesus ir juos skaitmeninant per <...> klientų savitarnos sprendimus produktų ir paslaugų elektroninėse prekybos platformose, įskaitant gamybos ir paslaugų užsakymų valdymo sprendimus; išteklių valdymo sistemos integravimo į produktų ir paslaugų elektroninės prekybos platformas sprendimus.“ Tuo tarpu tarp netinkamų finansuoti išlaidų įrašyta "integracijos su <u>išorine</u> elektroninės prekybos platforma išlaidos;" Tai mūsų supratimu viena kitai prieštaraujančios nuostatos. Norint padėti MVĮ naudotis e-komercijos platformomis, t.y. susikurti savo mini parduotuves platformose, jiems yra būtinos integracijos su įvairiomis platformomis. Pažymėtina, kad 50 tūkst. Eur parama vienos MVĮ e-komercijos programinei įrangai (Amazon, Shopify, WooCommerce, pigu.lt) yra netgi per daug.

Trečia, jei vis dėl to sumanymas yra padėti MVĮ kurtis savo e-parduotuves (nes priemonė nefinansuoja integracijos su **išorinėmis** platformomis) tai 50 tūkst. Eur parama yra ženkliai per maža. Iš priemonės aprašymo mums nėra aišku tai visgi kuriuo keliu bandoma MVĮ skatinti judėti. Nei vienas kelias nėra blogas, tik tiek, kad savo e-parduotuvę išvystyti yra ženkliai brangiau ir kompleksiškiau.

Ketvirta, atsižvelgiant į tai kas buvo aptarta LVK e-komercijos diskusijose, ši priemonė visiškai nepadeda opiausiose vietose, t.y. žinių generavime. Atitinkamai manome, kad draudimas paramą naudoti rinkos tyrimams ir strategijoms yra ženklus priemonės minusas, kuris skatina investuoti tik į įrankius, bet ne į planus kaip juos tikslingiausiai panaudoti, kad gauti maksimalią grąžą. Einant šiuo keliu kyla rimta rizika, kad MVĮ investuos į kažkokią tai platformą ar e-parduotuvę, bet klientų taip ir nesulauks. E-komercijos sprendimai neturėtų būti atsiejami nuo e-rinkodaros sprendimų.

Penkta, susidaro įspūdis, kad pačios e-komercijos šioje priemonėje yra gan mažai, ir kur kas dažniau dėmesio skiriama „back-end“, t.y. techniniams sprendimams: „IT technologijomis/technologiniais įrenginiais susiję sprendimai, skirti sklandžiai komunikacijai su klientais, pardavimų informacijos valdymui, duomenų apsikeitimui, pasiūlymų, sutarčių kitų dokumentų rengimui ir kt.“ Manome, kad reikia pirmiausia kelti fundamentalius klausimus apie tai, ką šia priemone bandoma pasiekti ir tada pagal tai jau sudėlioti proporcingas finansavimo galimybes.

Šešta, ši priemonė visiškai nepadeda opiausiose vietose, t.y. žinių generavime. Atsižvelgiant į *Connected Commerce Council* tyrimo Europos MVĮ – transformacija, inovacijos ir atsparumas COVID-19 pandemijos sąlygomis“ išvadas, taip pat LVK diskusijose ekspertų išsakytus argumentus, priemone siekiama spręsti problemas, kurios nėra esminės. MVĮ susiduria su iššūkiais, susijusiais su verslo strategijos planavimu ir skaitmeninių įrankių integravimu komercinėje veikloje, t.y. nežinomybe ir informacijos stoka. Šiuo atveju svarbiausias veiksnys išlieka žinios ir laikas, kurį MVĮ gali skirti toms žinioms įgyti. Nors galimai svarbu numatyti lėšų tam tikrų sprendimų techniniam įgyvendinimui, žiniomis ir patirtimi nepagrįsti sprendimai gali lemti įgyvendintas už projektines lėšas sprendimus, kuriais juos diegiančios MVĮ nepasinaudos.

Septinta, remiantis į minėto tyrimo rėmuose vykdytos MVĮ apklausos rezultatais (žr. 1 paveikslą), priemonė iš principo sprendžia tik dvi iš MVĮ įvardytų problemų. MVĮ buvo paklausta „kokios priežastys paskatina netaikyti skaitmeninių priemonių savo įmonėje?“. Iš MVĮ apklausos matome, kad priemonė nepadeda palengvinti dažniausiai MVĮ įvardytos problemos, ir kitų dažnai įvardytų problemų (pažymėta raudonai). Priemonė sprendžia tik su kaštais susijusias problemas (pažymėta žaliai):

1 paveikslas. MVĮ apklausos rezultatai. *Šaltinis: Connected Commerce Council tyrimo „Smulkaus ir vidutinio verslo skaitmenizacija ekonomikos atsigavimo perspektyvoje – kaip galime padaryti daugiau?“ pristatymo skaidrės, parengtos Dr. Maksim Belitski. Žymėjimas – LVK.*

Do any of the following keep/discourage you from using new digital tools?

Answer	Total	Digitally Advanced	Digitally Uncertain
Information Deficit	53%	57%	45%
Costs	43%	44%	43%
Protecting company and employee data privacy	25%	28%	18%
Unsure of return on investment	27%	26%	29%
Digital tools are too expensive	23%	24%	21%
Lack of digital skills and knowledge how to use digital tools	22%	23%	23%
Concerns digital tools won't help my business	21%	22%	21%
They won't work with my current apps or services	19%	21%	16%
Not knowing what digital tools are available	20%	21%	16%
Not knowing where to start	20%	20%	19%
Digital tools are difficult to use	18%	20%	14%
Lack of fast internet access	18%	19%	13%
I do not have time	16%	17%	15%
Other from new	1%	0%	3%
None of these apply	13%	11%	19%

Aštunta, matytume reikšmingą pridėtinę vertę jei paramos gavėjams per šią priemonę būtų pasiūlytas kokybiškas seminarų ciklas apie e-komercija ir galimus variantus.

Atsižvelgiant į argumentus, išdėstytus šiame rašte bei išsakytus LVK diskusijoje „Smulkaus ir vidutinio verslo skaitmenizacija ekonomikos atsigavimo perspektyvoje – kaip galime padaryti daugiau?“, stipriai abejojame šios priemonės, kaip ji yra suplanuota šiai dienai, veiksmingumu.

Dėkojame už bendradarbiavimą.

Pagarbiai

Generalinė direktorė Eglė Radišauskienė

Originalas nebus siunčiamas. Vilius Kriaučiūnas, el.p.: vilius@lvk.lt, tel. +370 5 212 1111