

Maždaug pusė mažų ir vidutinių bendrovių Baltijos šalyse savo verslo skaitmenizavimą laiko prioritetu, tačiau mažiau nei trečdalis jų savo produktus ar paslaugas siūlo internetiniais kanalais, rodo SEB atlikta Baltijos šalių mažų ir vidutinių įmonių (MVI) apklausa. Tiesa, SEB banko atlikto verslo klientų tyrimo duomenimis, tokių bendrovių per dvejus metus padaugėjo kone pusantro karto ir pagal šį rodiklį lenkiame kaimynes Estiją bei Latviją.

Lietuvos įmonės įvertino skaitmeninių kanalų naudą

SEB banko atliktas tyrimas atskleidžia, kad skaitmeninių kanalų reikšmę savo veiklai įmonės ima pripažinti – penktadalis (20 proc.) apklaustų Lietuvos įmonių teigia, kad verslo skaitmenizavimas jų strategijoje yra itin reikšmingas, kai prieš metus teigiamai į šį klausimą atsakė 15 proc. SEB verslo klientų.

Panašus augimas pastebimas visose trijose Baltijos šalyse.

„Viena vertus, koronaviruso protrūkis buvo ir tebėra milžiniškas iššūkis valstybėms, gyventojams ir verslui, kita vertus, ne visi pandemijos sukelti pokyčiai buvo neigiami, ir matyti, kad šalies įmonės aktyviai siekia prie jų prisitaikyti bei pasinaudoti atsiveriančiomis galimybėmis. SEB banko atlikto verslo klientų tyrimo duomenimis, 32 proc. mažų ir vidutinių Lietuvos bendrovių šių metų viduryje siūlė galimybę klientams įsigyti savo prekių ir paslaugų internetu. Tokių bendrovių per dvejus metus padaugėjo kone pusantro karto, nes 2018 m. prekybą internetu vykdė 22 proc. apklaustų įmonių. Smagu matyti, kad Lietuva tampa skaitmeniniu Baltijos šalių tigras, mat prekių ir paslaugų prieinamumu internetu lenkiame kitą Baltijos šalių bendrovės – galimybę pirkti elektroninėje erdvėje savo klientams siūlo tik 22 proc. Latvijos bei 27 proc. mažų ir vidutinių Estijos įmonių“, – komentuoja SEB banko valdybos narė, SEB Baltijos šalių tarnybos mažmeninės bankininkystės vadovė Sonata Gutauskaitė-Bubnelienė.

Tiesa, tik internetu prekiaujančių bendrovių Lietuvoje yra kiek mažiau nei Latvijoje ir Estijoje – didžiąją dalį (70-100 proc.) prekių ir paslaugų internetu parduoda 22 proc. apklaustų Lietuvos mažų ir vidutinių įmonių. Latvijoje tokios bendrovės sudaro 25 proc., Estijoje – 32 proc. Mažiau nei dešimtadalį prekių ir paslaugų skaitmeniniais kanalais parduoda 38 proc. Lietuvos įmonių, 35 proc. Estijos ir 41 proc. Latvijos bendrovių.

Prekiauti internetu įmonėms vis dar nedrąsu

Elektroninės prekybos apimtys Lietuvoje bei visame pasaulyje sparčiai augo ir iki šiol, tačiau šiemet dėl pasikeitusių aplinkybių fiksuojamas itin ženklus augimas. Tai rodo ir SEB banko duomenys: palyginti su tuo pačiu praėjusių metų laikotarpiu, per pirmuosius aštuonis šių metų mėnesius atsiskaitymų apyvarta per SEB banką interneto parduotuvėse augo 35 proc.

„Girdėti svarstymų, ar pasauliui įveikus virusą, nepradėsime internetu pirkti mažiau, tačiau, vertindami pastarųjų kelerių metų elektroninės prekybos augimą manome, kad šis pokytis yra ilgalaikis ir prekybos internetu mastai toliau didės. Šalies įmonėms būtina į tai atsižvelgti planuojant savo veiklą ir plėtros galimybes, mat mūsų verslo klientų apklausa atskleidžia, kad jie išnaudoja toli gražu ne visą elektroninės prekybos potencialą. Nemažai įmonių vis dar delsia savo veiklą perkelti į elektroninę erdvę, nors galimybių kurti ir plėsti elektroninę prekybą šiandien yra daugiau nei bet kada iki šiol“, – pažymi S. Gutauskaitė-Bubnelienė.

Pasak jos, paties karantino įkarščio metu SEB bankas rinkai pasiūlė elektroninės prekybos mokėjimų įrankį, leidžiantį greitai ir patogiai iš pirkėjų gauti mokėjimus internetu, tad naują paslauga susidomėjo ne tik didžiosios įmonės, bet ir smulkusis verslas. Šiuo metu iš visų SEB elektroninės prekybos įrankiu

besinaudojančių įmonių 79 proc. sudaro būtent pastarosios. Dauguma jų užsiima mažmenine prekyba.

Tai patvirtina ir SEB atlikta verslo klientų apklausa: labiausiai skaitmenizuoti sektoriai Lietuvoje yra mažmeninės prekybos ir informacijos bei komunikacijos – kad klientai jų paslaugų ar prekių gali įsigyti internetu, atsakė 39 proc. mažmeninės prekybos ir 46 proc. informacijos bei komunikacijos paslaugų įmonių. Atitinkamai Latvijoje – 18 proc. ir 53 proc., o Estijoje skaitmeninius kanalus pardavimams naudoja 45 proc. mažmeninės prekybos ir 50 proc. informacijos bei komunikacijos paslaugų įmonių.

„Nors skambės vartotojiškai, įtempčiausias prekybininkams metas – Kalėdos, artėja, o nežinia dėl pandemijos ir galimų ribojimų verslui pasirengimą šventinei prekybai dar labiau komplikuoja. Perfrazuojant vieną posakį, svarbu, kad šventės verslininkų neužkluptų netikėtai, todėl neturintys elektroninės parduotuvės verslai jau dabar turi pradėti ruoštis, kad galėtų užtikrinti kokybišką prekybą ir saugų atsiskaitymą“, – elektroninės prekybos privalumus aiškina SEB Baltijos šalių tarnybos mažmeninės bankininkystės vadovė S. Gutauskaitė-Bubnelienė.

Daugiau apie SEB elektroninės prekybos mokėjimus galima sužinoti čia.

