

# Eksporterzy z sektora MŚP w Europie – badanie z 2016 roku



# Wstęp

Małe i średnie firmy są siłą napędową dobrobytu, nawet w najbardziej rozwiniętych gospodarkach, ale jaką część swojego sukcesu zawdzięczają eksportowi? - W czwartej edycji badania na temat firm europejskich z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, firma UPS wskazuje, że europejskie MŚP eksportują coraz więcej, i że te, które prowadzą działalność eksportową, rozwijają się szybciej. Jednakże cały czas istnieją bariery przeszkadzające firmom w prowadzeniu takiej działalności.

W Unii Europejskiej firmy nazywane małymi i średnimi przedsiębiorstwami (MŚP) generują ponad połowę wartości dodanej w gospodarce. Według najnowszego dorocznego badania Komisji Europejskiej dotyczącego sektora MŚP, firmy te odpowiadają za 67% całkowitego zatrudnienia w UE i stanowią ponad 99% wszystkich firm spoza sektora finansowego.<sup>1</sup>

I firmy te rozwijają się. Według najnowszych danych liczbowych UE wskaźnik wzrostu MŚP w Europie zwiększył się ponad dwukrotnie do poziomu 3,3% (w porównaniu z 2,2% wzrostem PKB w 28 państwach członkowskich UE), natomiast zatrudnienie w MŚP także wzrasta w porównaniu do spadku zanotowanego w poprzednich latach.<sup>2</sup> Wyniki badania na temat europejskich firm z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, przeprowadzonego przez firmę UPS w 2016 r., potwierdzają to ożywienie, zwłaszcza w przypadku eksporterów: w porównaniu z ubiegłym rokiem udział

eksportu MŚP wzrósł na wszystkich rynkach. Zwiększył się także odsetek eksporterów notujących wyższe przychody. Na przykład w Polsce 23% MŚP stanowią eksporterzy, to wzrost z poziomu 14% w 2015 roku oraz 9% w 2014 r.

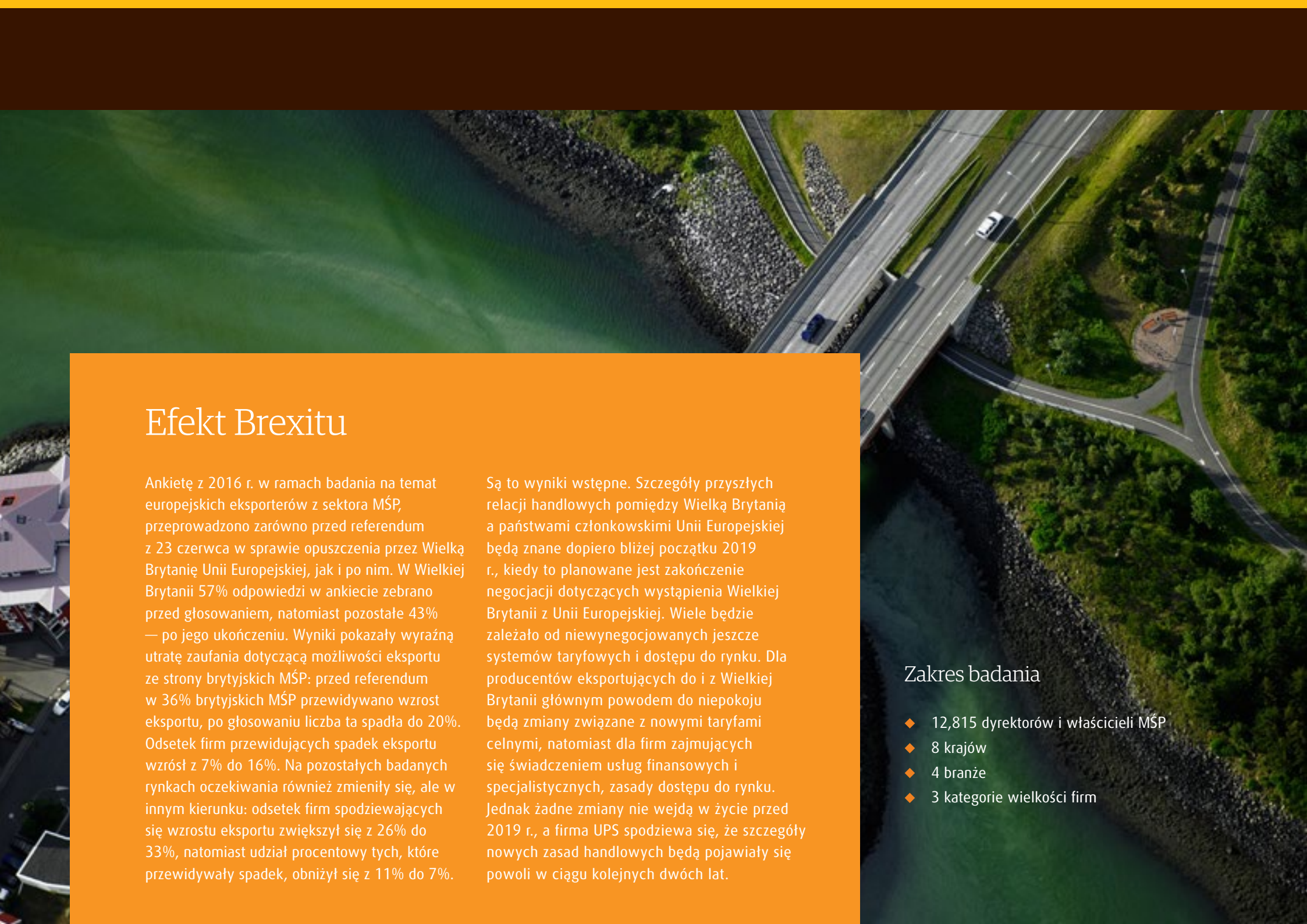
Eksportujące MŚP zwykle osiągają wyższe wskaźniki wzrostu niż te skupiające się na rynku lokalnym. W 2016 r. trend ten nie tylko został potwierdzony, ale także stał się bardziej wyraźny. Jednym z powodów może być popyt zewnętrzny, który pozostaje najważniejszym źródłem wzrostu dla gospodarki UE od 2008 r. Według Komisji Europejskiej eksport towarów i usług był jedynym źródłem wzrostu gospodarczego w latach 2008–2013. Najnowsze statystyki pokazują, że eksport jest wciąż najważniejszą siłą napędową wzrostu. Wyniki badania UPS potwierdzają szanse wzrostu dla eksporterów z sektora MŚP: na każdym rynku, w którym w 2016 r. przeprowadzono badania, odsetek firm eksportowych notujących zwiększoną sprzedaż, w porównaniu z trzema poprzednimi latami, był znacznie wyższy niż odsetek firm nieprowadzących działalności eksportowej, które zanotowały wzrost. Pełne szczegóły znajdują się na stronie 8.

Według MŚP eksport hamują praktyczne aspekty związane z wysyłką towarów za granicę. Głównym powodem do niepokoju dla MŚP, niezależnie od tego, czy eksportują do innych państw członkowskich UE czy poza nie, jest ryzyko uszkodzenia lub utraty przesyłanego towaru. Znacznie ważniejsza dla firm przesyłających towar poza UE jest odprawa celna i związane z nią przepisy, które nie

dotyczą eksporterów prowadzących działalność w obrębie jednolitego rynku europejskiego, z minimalną liczbą barier administracyjnych i celnych. Więcej szczegółów na ten temat znajduje się na stronie 10.

Badanie dotyczące europejskich firm z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, przeprowadzone przez firmę UPS, ma na celu pomóc tym firmom wykorzystać szansę na zwiększenie eksportu. Pośród ponad 12 000 właścicieli i dyrektorów małych i średnich przedsiębiorstw w ośmiu państwach UE: Belgii, Francji, Niemczech, Włoszech, Holandii, Polsce, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii, przeprowadzono poszerzoną ankietę, która miała na celu nie tylko zidentyfikowanie trendów i szans związanych z eksportem, ale także wciąż istniejących barier przeszkadzających w jego zwiększeniu. MŚP są ograniczane przez bariery eksportowe. W badaniu z 2016 r. pojawił się nowy wskaźnik: 'Plan eksportowy/gotowość eksportowa', dzięki któremu firmy będą mogły lepiej wskazać obszary wymagające poprawy efektywności oraz skorzystać z wyższego wzrostu wynikającego z eksportu w określaniu priorytetów w obszarach, w których konieczne może być ulepszenie wydajności oraz wykorzystanie wyższego wzrostu wynikającego z działalności eksportowej. Badanie przeprowadzone przez firmę UPS ma pomóc małym i średnim przedsiębiorstwom poprzez wskazanie, gdzie leżą możliwości rozwoju, jakie wyzwania należy przezwyciężyć, aby rozwijać eksport, i jak w tym wszystkim pomóc mogą sprawdzeni partnerzy dysponujący odpowiednimi rozwiązaniami logistycznymi.

<sup>1</sup><http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16341/attachments/2/translations>, <sup>2</sup>Należy zauważyć, że wyżej wymienione badanie przeprowadzone przez Komisję Europejską pokazało, że w latach 2008-2013 eksportujące MŚP w przeciwieństwie do mikroprzedsiębiorstw odnotowały spadki wartości dodanej. Mogą to wyjaśniać różnice w czasie pomiędzy raportem UE a badaniem przeprowadzonym na zlecenie UPS, a także różnice pomiędzy wartością dodaną (raport UE) a dochodem (badania UPS).



## Efekt Brexitu

Ankieta z 2016 r. w ramach badania na temat europejskich eksporterów z sektora MŚP, przeprowadzono zarówno przed referendum z 23 czerwca w sprawie opuszczenia przez Wielką Brytanię Unii Europejskiej, jak i po nim. W Wielkiej Brytanii 57% odpowiedzi w ankiecie zebrano przed głosowaniem, natomiast pozostałe 43% — po jego ukończeniu. Wyniki pokazały wyraźną utratę zaufania dotyczącą możliwości eksportu ze strony brytyjskich MŚP: przed referendum w 36% brytyjskich MŚP przewidywano wzrost eksportu, po głosowaniu liczba ta spadła do 20%. Odsetek firm przewidujących spadek eksportu wzrósł z 7% do 16%. Na pozostałych badanych rynkach oczekiwania również zmieniły się, ale w innym kierunku: odsetek firm spodziewających się wzrostu eksportu zwiększył się z 26% do 33%, natomiast udział procentowy tych, które przewidywały spadek, obniżył się z 11% do 7%.

Są to wyniki wstępne. Szczegóły przyszłych relacji handlowych pomiędzy Wielką Brytanią a państwami członkowskimi Unii Europejskiej będą znane dopiero bliżej początku 2019 r., kiedy to planowane jest zakończenie negocjacji dotyczących wystąpienia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. Wiele będzie zależało od niewynegocjowanych jeszcze systemów taryfowych i dostępu do rynku. Dla producentów eksportujących do i z Wielkiej Brytanii głównym powodem do niepokoju będą zmiany związane z nowymi taryfami celnymi, natomiast dla firm zajmujących się świadczeniem usług finansowych i specjalistycznych, zasady dostępu do rynku. Jednak żadne zmiany nie wejdą w życie przed 2019 r., a firma UPS spodziewa się, że szczegóły nowych zasad handlowych będą pojawiały się powoli w ciągu kolejnych dwóch lat.

### Zakres badania

- ◆ 12,815 dyrektorów i właścicieli MŚP
- ◆ 8 krajów
- ◆ 4 branże
- ◆ 3 kategorie wielkości firm



# Metodologia

Przeprowadzone w 2016 r. przez firmę UPS badanie na temat firm europejskich z sektora MŚP prowadzących działalność eksportową, to najnowsza odsłona długoterminowego projektu. Jego głównym celem jest odwzorować i zrozumieć potencjał sektora MŚP w największych europejskich gospodarkach.

Pod koniec 2013 roku firma UPS zamówiła w Wielkiej Brytanii i Niemczech badanie ilościowe „Growth Through Export Trade” (Wzrost gospodarczy dzięki eksportowi). Jego celem było pozyskanie dokładnej wiedzy na temat firm z sektora MŚP eksportujących do UE i poza nią. Na początku 2014 roku badanie zostało rozszerzone i objęło kolejne rynki: Polskę, Francję, Włochy, Belgię i Holandię. Celem było określenie czynników sprzyjających eksportowi i dostrzeganych barier oraz kanałów biznesowych używanych w sektorze eksportowym. W 2015 r. firma UPS ponownie poszerzyła zakres badania o dodatkowy zestaw pytań skierowanych wyłącznie do MŚP, które prowadzą działalność eksportową obecnie lub najprawdopodobniej rozpoczną ją w ciągu kolejnych 12 miesięcy. W 2016 r. badane rynki w ramach projektu poszerzono o Hiszpanię, natomiast MŚP, dla których przeprowadzono ankietę, działające we wszystkich rynkach, niezależnie od tego, czy zajmują się eksportem, czy dopiero mają to w planach, przeanalizowano pod kątem ich gotowości do działalności eksportowej według unikatowego, specjalnie przeznaczonego do tego indeksu UPS. Dzięki indeksowi, ankietę z 2016 r. po raz pierwszy zawierała odpowiedź firm, które określają siebie jako „otwarte na działalność eksportową”, ale jeszcze się nią nie zajmują.

W ankiecie przeprowadzonej między 14 czerwca a 24 sierpnia 2016 roku wzięło udział 12 815 właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw oraz dyrektorów generalnych i dyrektorów handlowych. Wywiady przeprowadzono w następujących krajach: Belgia (1111), Francja (1250), Niemcy (1249), Włochy

(1667), Holandia (1999), Polska (1790), Hiszpania (1247) i Wielka Brytania (2502). Firmy, które wzięły udział w badaniu, zostały wybrane przez firmę Dun & Bradstreet i należą do następujących branż: przemysł produkcyjny i motoryzacyjny (IM&A), handel detaliczny, branża high-tech i sektor medyczny. Nie uwzględniono takich podbranż jak producenci artykułów tekstylnych, mleczarskich oraz chemicznych, a także kawiarni, barów oraz restauracji i pewnych branż głównych, takich jak rolnictwo, górnictwo oraz budownictwo.

Wielkość prób dla poszczególnych pytań pokazano u dołu wszystkich wykresów. Maksymalny margines błędów wyników opartych na próbach dużej wielkości (1600+) wynosi +/- 2,5. W przypadku wyników opartych na próbach mniejszej wielkości margines błędów wynosi od +/-5 (dla 400 prób) do +/-7 (dla 200 prób).

Wszystkie firmy uwzględnione w ankiecie zatrudniały od jednego do 250 pracowników oraz zajmowały się wtedy działalnością eksportową (towar wysłany za granicę w poprzednich 12 miesiącach) lub najprawdopodobniej miały ją rozpocząć w ciągu kolejnych 12 miesięcy, ewentualnie rozważały eksport swojej oferty.

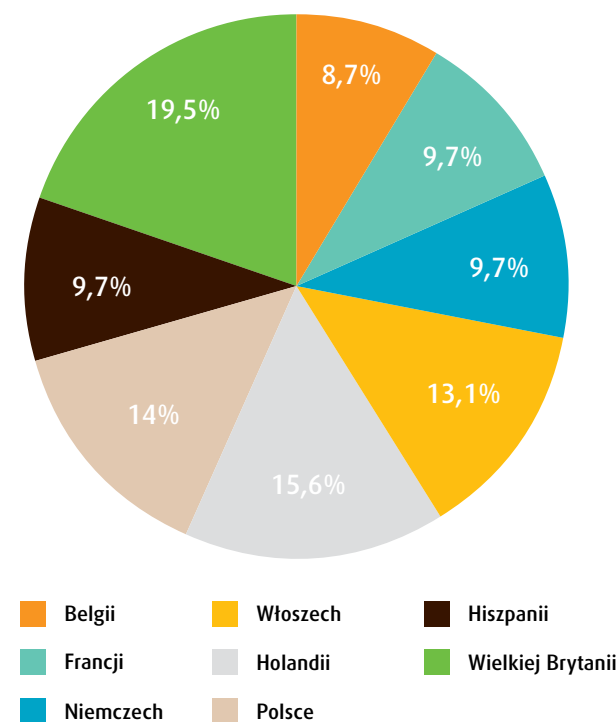
Do przeprowadzenia dokładniejszego wywiadu z określeniem wielkości firmy wybrano 200 firm obecnie zajmujących się działalnością eksportową w każdym z ośmiu krajów. W każdym kraju wybrano 100 mikroprzedsiębiorstw zatrudniających 1-9 pracowników, 50 małych firm zatrudniających 10-49 pracowników i 50 średnich firm zatrudniających 50-250 pracowników. Branże przemysłowe były także w równym stopniu reprezentowane w pogłębionej ankiecie przez 50 firm z każdego z czterech wybranych sektorów, w każdym z krajów.

W ramach ankiety na każdym rynku wybrano także

50-100 firm „otwartych na działalność eksportową”, które przedstawiły swoje plany związane z eksportem.

Wreszcie należy zauważyć, że wywiady w ramach ankiety przeprowadzono zarówno przed, jak i po referendum w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. Pozwoliło to uzyskać dane dotyczące zmiany wzorca odpowiedzi po tym, jak w Wielkiej Brytanii zagłosowano za opuszczeniem struktur europejskich.

Rozmowy prowadzono w:  
Procent całej próby (12 815)



# Wielkość firm i branże



**Przemysł produkcyjny i motoryzacyjny (IM&A)** obejmuje producentów towarów stosowanych w przemyśle, takich jak dźwigi i wyciączarki metalu, oraz urządzeń domowych, takich jak kuchnie, urządzenia sanitarne, narzędzia ogrodnicze. Obejmuje również dealerów pojazdów nowych i używanych oraz łodzi, producentów pojazdów silnikowych, motocykli, rowerów, opon i silników, a także sprzedawców hurtowych i detalicznych.



**Branża handlu detalicznego** obejmuje wszystkie rodzaje sprzedaży detalicznej od kwiaciarni do sprzedawców artykułów papierniczych, a także sprzedawców hurtowych i producentów dóbr konsumpcyjnych, takich jak odzież, meble, urządzenia i żywność.



**Branża high-tech** obejmuje producentów wyposażenia nadawczego i komunikacyjnego, komputerów i półprzewodników oraz producentów oprogramowania i podmioty świadczące usługi w zakresie programowania komputerowego.



**Sektor medyczny** obejmuje szeroką gamę producentów przyrządów medycznych, protez i preparatów farmaceutycznych, w tym produktów biofarmaceutycznych, a także usługodawców, takich jak okuliści i kręgarze.

W niniejszym raporcie zastosowano następujące określenia wielkości firm stosowane w UE: mikroprzedsiębiorstwo — 1 - 9 pracowników, małe przedsiębiorstwo — 10 - 49 pracowników, średnie przedsiębiorstwo — 50-250 pracowników.

Wykresy przedstawiają najważniejsze wnioski uzyskane na podstawie wszystkich wyników badania. Suma liczb może być mniejsza niż 100% w przypadku przedstawienia tylko danych częściowych lub przekraczać 100%, jeśli dozwolona była więcej niż jedna odpowiedź.



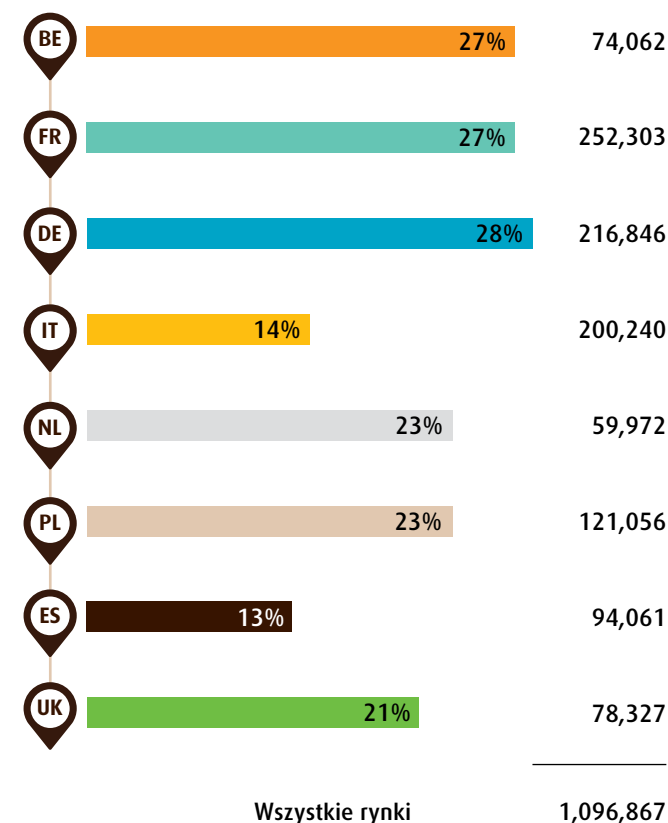
# Streszczenie

Odpowiedzi ponad 12 000 właścicieli i dyrektorów małych i średnich przedsiębiorstw w ośmiu krajach europejskich pokazują, że wielkość firmy nie stanowi przeszkody w eksporcie do Europy lub poza nią. Mimo że w 2016 r. faktem pozostaje to, iż większość MŚP nie zajmuje się działalnością eksportową, odsetek tych, które ją prowadzą, ogólnie wzrósł — w niektórych przypadkach zdecydowanie. Takie MŚP donoszą także o pozytywnych rokowaniach dotyczących eksportu, a większość z nich na wszystkich rynkach oczekuje, że wartość eksportu będzie stała lub będzie się zwiększała. Najważniejsze fakty:

- ◆ Odsetek MŚP prowadzących działalność eksportową wzrósł na wszystkich rynkach, przy czym najbardziej prawdopodobne jest to, że MŚP będą eksportowały do Niemiec.
- ◆ Referendum w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z UE wpłynęło na wszystkie rynki, przy czym oczekiwania eksportowe w tym kraju zmalały, natomiast wzrosły w każdym innym kraju.
- ◆ UE pozostaje najważniejszym rynkiem eksportowym dla MŚP w UE, podczas gdy rynek USA pozostaje drugim pod względem znaczenia. Jednak odsetek firm eksportujących do innych krajów rośnie na wszystkich rynkach z wyjątkiem włoskiego i brytyjskiego.
- ◆ Większość MŚP zajmujących się eksportem przewiduje, że ich przychody z tej działalności wzrosną w nadchodzącym roku, aczkolwiek zaufanie dotyczące wzrostu nieznacznie zmalało.
- ◆ Potwierdzono powiązanie działalności eksportowej z wyższymi przychodami. Stało się ono także bardziej wyraźne. Obecnie w ponad połowie MŚP zajmujących się działalnością eksportową twierdzi się, że ich przychody wzrosły w ciągu trzech poprzednich lat.
- ◆ Nastąpił nieznaczny spadek odsetka MŚP zajmujących się eksportem i korzystających przy tym z internetowych kanałów sprzedaży.
- ◆ Najważniejsze powody do niepokoju dla eksporterów to uszkodzenie lub utrata przesyłanego towaru. W miarę jak sprzedaż przez Internet staje się bardziej powszednia, zagrożenia w cyberprzestrzeni tracą dla importerów na znaczeniu.
- ◆ Według indeksu gotowości do działalności eksportowej UPS w bliskiej przyszłości eksportować najprawdopodobniej zaczną MŚP we Francji, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Na rynku włoskim i hiszpańskim zainteresowanie działalnością eksportową jest najmniejsze wśród firm, które nie zajmują się tego typu działalnością.

## Charakterystyka eksportu MŚP

Udział procentowy MŚP prowadzących eksport i szacowana liczba prowadzących eksport MŚP w każdym z badanych krajów



# Wzrost wartości europejskiej gospodarki eksportowej

Wyniki badania firm z sektora MŚP w Europie zakładają, że w ośmiu badanych krajach istnieje ponad milion MŚP aktywnie zajmujących się taką działalnością (przy założeniu, że uwzględniony w badaniu odsetek MŚP zajmujących się eksportem jest reprezentatywny). Odsetek MŚP zajmujących się eksportem wzrósł na każdym rynku, dla którego istnieją dane w ujęciu rocznym (Hiszpania nie jest reprezentowana, ponieważ jest to nowy kraj uwzględniony w ankiecie w 2016 r.). Skłonność MŚP do prowadzenia działalności eksportowej różni się zdecydowanie w zależności od rynku, ale na wszystkich badanych rynkach odsetek MŚP zajmujących się eksportem wzrósł. W 2015 r. odsetek MŚP zajmujących się eksportem wzrósł również na czterech rynkach z siedmiu (do nieznacznego spadku doszło w Belgii i Francji, a do bardziej gwałtownego — we Włoszech), natomiast w 2016 r. skłonność do prowadzenia działalności eksportowej ogólnie wzrosła.



Niemieckie MŚP mają największą skłonność do prowadzenia działalności eksportowej, 28% wszystkich badanych firm wysłało towar za granicę w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Niemcy to drugi kraj po Francji pod względem liczby MŚP zajmujących się działalnością eksportową.



Na wszystkich rynkach z wyjątkiem włoskiego i hiszpańskiego ponad jedna piąta MŚP deklaruje obecnie, że zajmuje się działalnością eksportową.



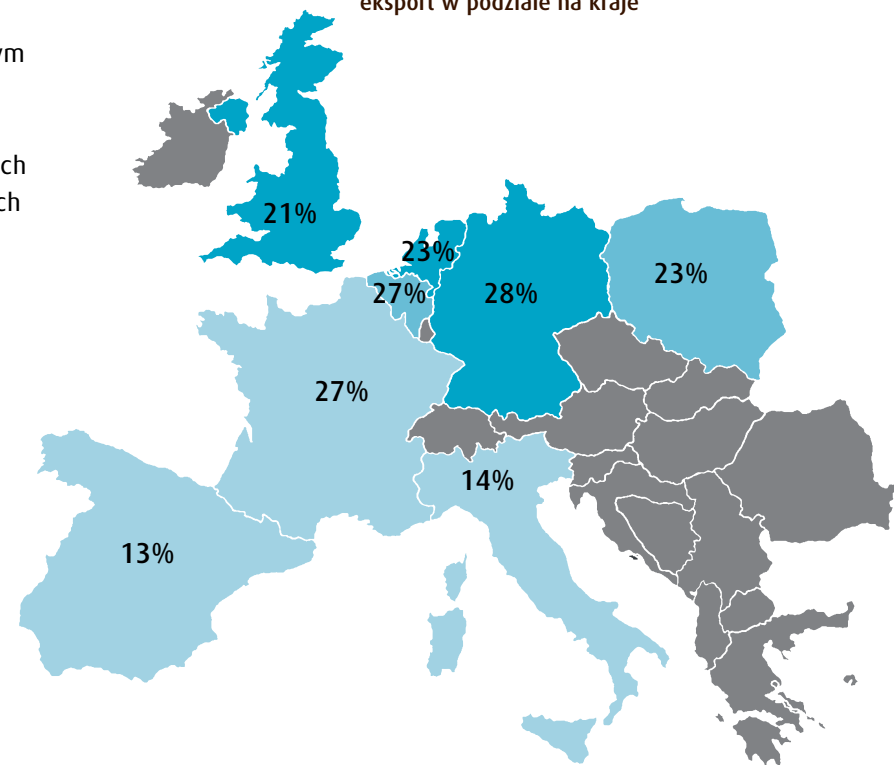
Wzrost eksportu na wszystkich rynkach zmienił pozycję względną Wielkiej Brytanii. Wcześniej kraj ten był drugim po Niemczech pod względem wielkości rynku eksportowego dla MŚP, ale obecnie spadł on ponownie na szóste miejsce.



Im większe jest MŚP, tym bardziej prawdopodobne staje się to, że zajmie się działalnością eksportową. Na każdym badanym rynku odsetek MŚP zajmujących się działalnością eksportową wzrasta wraz z wielkością firmy. Przeciętnie 36% średnich przedsiębiorstw zajmuje się działalnością eksportową w porównaniu z 27% małych i 20% mikroprzedsiębiorstw. Wyniki ankiety z 2016 r. nie wykazały znacznych różnic pomiędzy przeciętną skłonnością do prowadzenia działalności eksportowej firm z różnych sektorów, jednak istnieją pewne różnice na poziomie krajów: w Belgii, Niemczech, Holandii i Polsce producenci przemysłowi należą do branży, w której istnieje najwyższe prawdopodobieństwo podjęcia działalności eksportowej. Wyniki dla branży stanowią zmianę w porównaniu z ubiegłym rokiem: w 2016 r. nieznacznie zwiększa się prawdopodobieństwo, że producenci będą informowali o swojej działalności eksportowej, natomiast odsetek sprzedawców detalicznych zajmujących się eksportem wzrasta ponad dwukrotnie.

## Charakterystyka eksportu MŚP

Odsetek procentowy MŚP prowadzących eksport w podziale na kraje



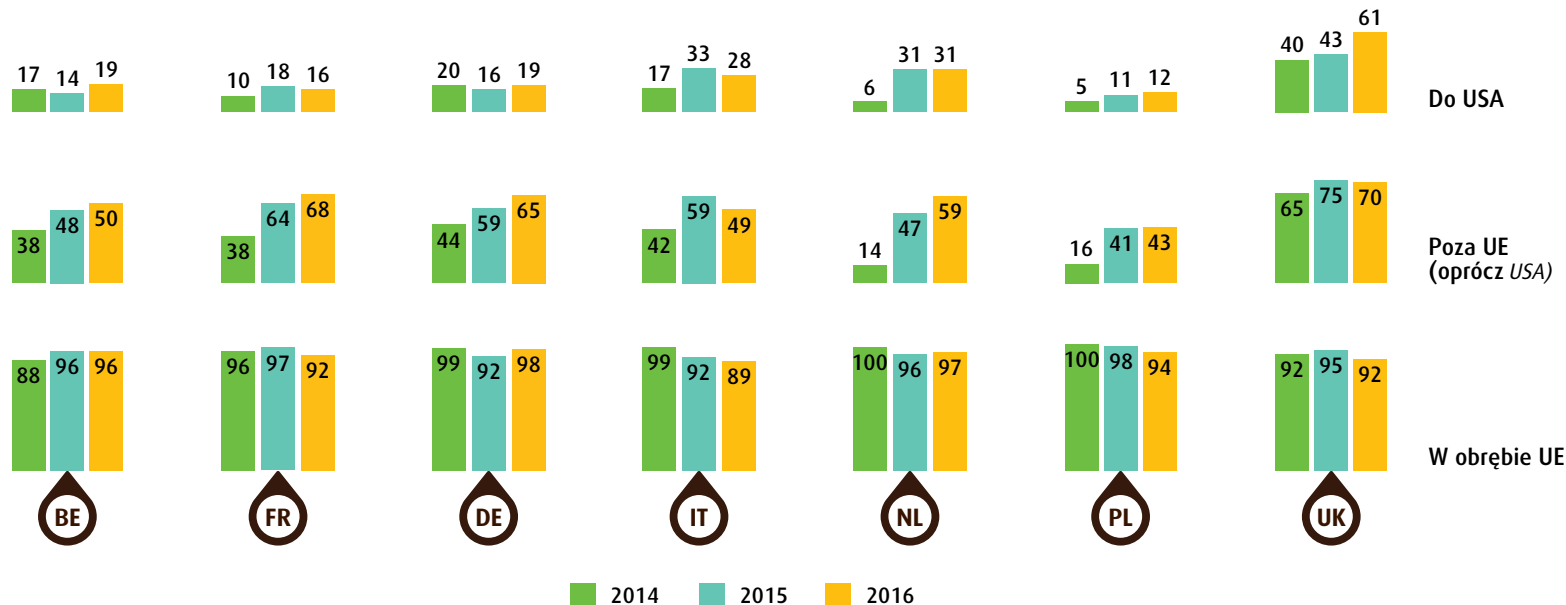
# Zmienia się struktura eksportu

Z roku na rok w niewielkim stopniu zmienia się udział MŚP, które deklarują działalność eksportową do miejsc docelowych w UE i USA (oprócz zwiększającego się odsetka brytyjskich MŚP eksportujących do USA, który wynosi obecnie 61% w porównaniu z 43% w 2015 r.). Sytuacja wygląda inaczej, jeśli chodzi o resztę świata. W większości przypadków rosnący odsetek firm mówi o eksporcie na inne rynki, a jedyne znaczące spadki można zaobserwować wśród włoskich (49% w porównaniu z 59% w 2015 r.) oraz brytyjskich MŚP (70% w porównaniu z 75% w 2015 r.). Ogólna tendencja jest taka, że coraz więcej MŚP w Europie eksportuje swoje dobra do nowych miejsc poza granice UE i USA.

„W 2016 r. próbę danych poszerzono o wszystkie MŚP obecnie zajmujące się eksportem w miejsce wszystkich obecnie zajmujących się eksportem MŚP spoza UE”.

## Wzorce eksportowe

Odsetek przesyłek dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w każdym z badanych krajów i regionów, do których były wysłane w ciągu ostatnich 12 miesięcy.





# MŚP zajmujące się eksportem według rynku docelowego

W przypadku MŚP w Europie działalność eksportowa prowadzona jest głównie w granicach kontynentu. We wszystkich ośmiu badanych rynkach MŚP eksportują wyraźnie więcej do UE niż do jakichkolwiek innych rynków docelowych. Mimo, że najważniejszym rynkiem spoza UE dla eksporterów z Europy nadal ogólnie pozostają Stany Zjednoczone, a tuż za nimi kraje europejskie spoza UE, to znaczenie poszczególnych rynków spoza UE różni się w dużym stopniu w zależności od kraju i odzwierciedla historyczne wzorce handlowe.



Ogólnie największe rynki eksportowe spoza UE dla MŚP w ośmiu badanych krajach to: USA, państwa europejskie spoza EU oraz Azja z wyłączeniem Chin.



USA to największy rynek eksportowy poza Unią Europejską. Wielka Brytania wyróżnia się jako rynek, na którym istnieje najwyższe prawdopodobieństwo tego, że MŚP będą eksportowały do USA. W tym kraju odsetek MŚP prowadzących działalność handlową ze Stanami Zjednoczonymi jest niemal dwukrotnie wyższy niż w Holandii, będącej drugim co do wielkości rynkiem skoncentrowanym na Stanach Zjednoczonych. Belgia, Francja, Niemcy, Polska i Hiszpania prowadzą ograniczoną działalność handlową z USA, a odsetek MŚP prowadzących we wszystkich przypadkach działalność handlową z USA wynosi poniżej 20%.



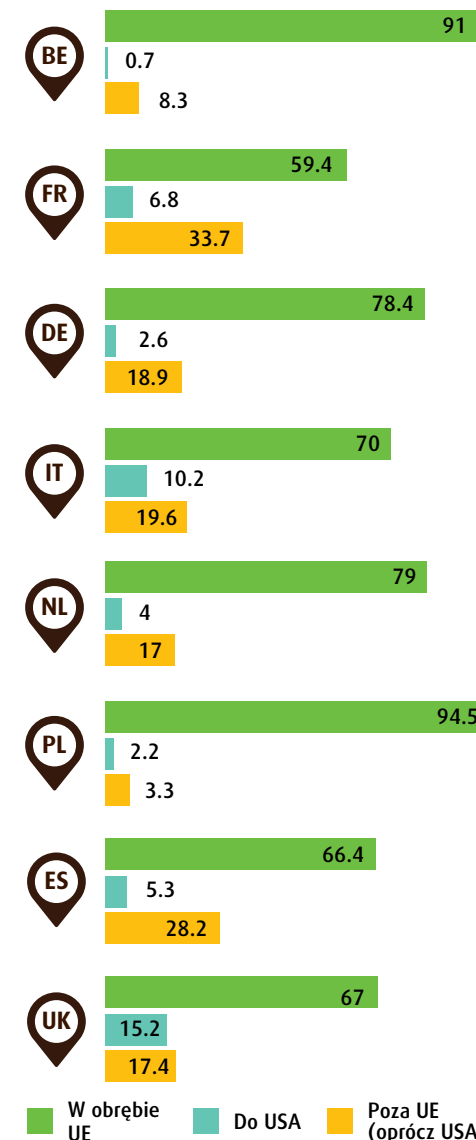
Chiny i Bliski Wschód pozostają stosunkowo nieistotnymi rynkami eksportowymi dla MŚP: jedynie 13% badanych MŚP eksportuje do Chin i tylko 12% z nich wysyła swoje towary na Bliski Wschód.



Wysoki odsetek MŚP w Belgii i Francji eksportuje do Afryki (odpowiednio 25% i 29%). Jest to odzwierciedlenie powiązań historycznych tych krajów z państwami Afryki Zachodniej i Środkowej, przy czym zaskakujące wydaje się to, że jedynie 13% brytyjskich MŚP eksportuje na ten kontynent.

## Modele eksportu

Odsetek wysyłanych towarów dla MŚP w każdym ze zbadanych krajów i regionów, które były eksportowane w ciągu poprzednich 12 miesięcy.



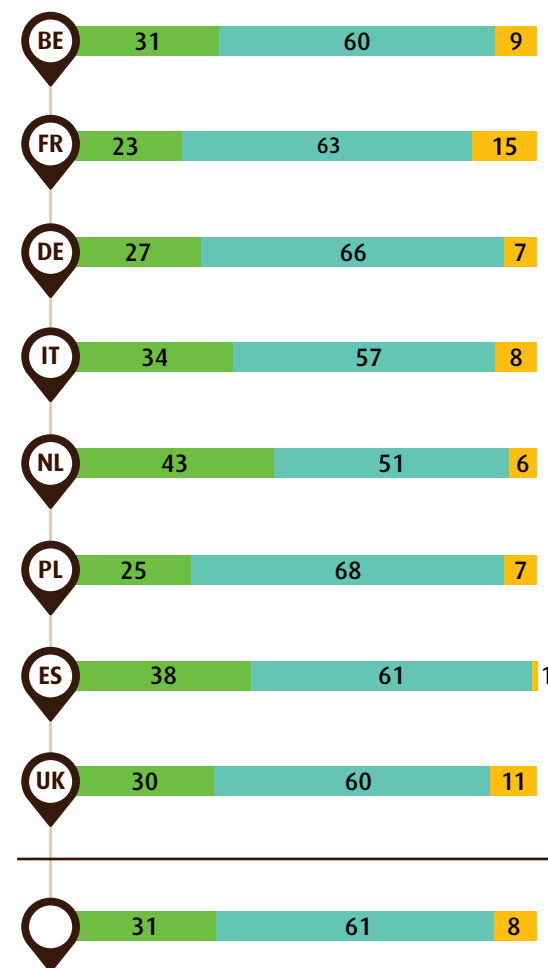
## Według przedstawicieli MŚP eksport napędza wzrost gospodarczy

Przeprowadzone przez firmę UPS w 2016 r. badanie na temat europejskich firm z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, potwierdza wnioski wyciągnięte na przestrzeni poprzednich dwóch lat, że tego typu działalność wiąże się dla MŚP ze zwiększeniem przychodów. W całej próbie ponad połowa MŚP zajmujących się eksportem przyznała, że przychody wzrosły przez poprzednie trzy lata w porównaniu z zaledwie 31% firm, które stwierdziły, że „nie są otwarte” na działalność eksportową: stanowi to niewielki wzrost (rzędu dwóch punktów procentowych) w firmach notujących wzrost w porównaniu z 2015 r. Tylko 12% eksporterów oświadczyło, że obrót spadł, w porównaniu z 17% firm „nieotwartych”. Na poziomie krajów wyniki znacząco nie różniły się, chociaż najbardziej korzystny związek pomiędzy eksportem a wzrostem przychodów zanotowano w Wielkiej Brytanii, w której 59% eksporterów zanotowało zwiększone przychody, natomiast odsetek eksporterów, którzy dostrzegli wzrost w ciągu trzech lat, wynosił ponad 50% na wszystkich rynkach z wyjątkiem Francji (44%) i Włoch (45%). Na każdym poszczególnym rynku w przypadku eksporterów będących MŚP istniało zauważalnie większe prawdopodobieństwo zanotowania wzrostu niż w przypadku tych, które opisywały siebie jako „nieotwarte” na działalność eksportową.

W firmach również wierzy się, że wielkość ich eksportu raczej wzrośnie niż zmaleje. Większość firm (61%) oczekuje, że wielkość eksportu pozostanie na stałym poziomie, ale w obszarach, w których oczekują zmiany, z większym prawdopodobieństwem przewidują raczej wzrost (31%) aniżeli spadek (8%). Jednak stanowi to spadek zaufania z poziomu zanotowanego w 2015 roku, kiedy to zgodnie z oczekiwaniami 37% firm wielkość ich eksportu miała wzrosnąć.

### Oczekiwania eksporterów dotyczące kolejnych 12 miesięcy

■ Wzrost ■ Bez zmian ■ Spadek



# Handel internetowy sprzyja wzrostowi eksportu

Według badania firmy UPS z 2015 r. eksporterzy z sektora MŚP z większym prawdopodobieństwem będą prowadzili sprzedaż przez Internet niż poprzez jakikolwiek inny kanał po roku, w którym użycie internetowych kanałów sprzedaży gwałtownie wzrosło, a na wielu rynkach podwoiło się. Jednak wydaje się, że w 2016 r. wzrost liczby kanałów sprzedaży internetowej został zahamowany.

Na wszystkich badanych rynkach z wyjątkiem Niemiec i Włoch\* odsetek MŚP zajmujących się eksportem, które twierdzą, że korzystają z kanałów internetowych, jest niższy niż w 2015 r.<sup>1</sup> W większości przypadków MŚP zajmujące się eksportem z większym prawdopodobieństwem będą korzystały z kanałów internetowych do sprzedaży na swoich rynkach krajowych niż te, nieprowadzące takiej działalności.

W kategorii firm otwartych na działalność eksportową, ale jeszcze jej nieprowadzących, wykorzystanie kanałów internetowych było na zauważalnie niższym poziomie (jedynie 31% tych firm korzystało z takich kanałów), co sugeruje, że przejście od otwartości do eksportu, a ostatecznie sprzedaży za granicą z większym prawdopodobieństwem będzie wiązało się ze zwiększeniem inwestycji w obecność firm w Internecie.

\* Pytania dotyczące wykorzystywania Internetu zostały zmienione w ankietach z 2016 r. w stosunku do roku 2015. W 2015 r. firmy pytano o wykorzystywane przez nie kanały sprzedaży z uwzględnieniem własnych i zewnętrznych stron internetowych. W 2016 r. pytano je już tylko o to, czy korzystały z kanału internetowego do prowadzenia działalności w swoim kraju czy może działalności eksportowej.

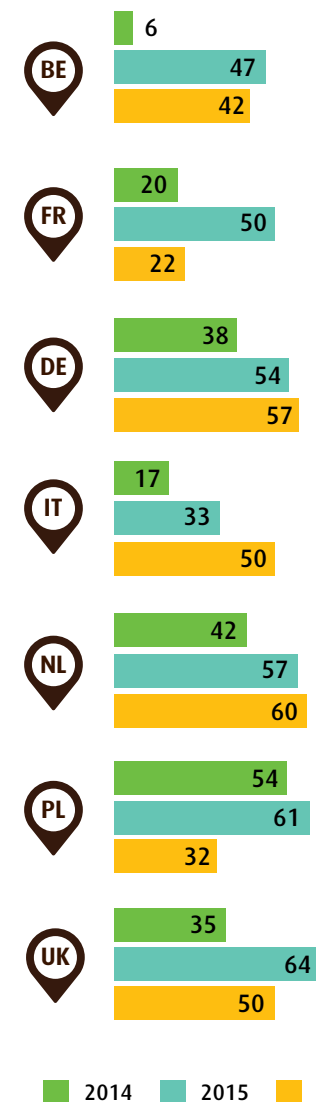
## Ograniczenia związane z kanałami internetowymi

Wykorzystywanie internetowych kanałów sprzedaży zyskuje na znaczeniu, odkąd firma UPS w 2013 r. rozpoczęła przeprowadzanie ankiet wśród eksportujących MŚP, ale obecnie wydaje się, że w tym zakresie prawdopodobnie doszło do stabilizacji. Istnieje kilka powodów, dla których MŚP postanawiają nie inwestować w kanały internetowe. Niektóre z nich pojawiły się w ankietach.

- + Firmy mające tylko niewielką liczbę dużych klientów B2B obsługiwanych osobiście nie mają poczucia konieczności rozwijania kanałów internetowych.
- + Niektóre kategorie produktów nie nadają się do sprzedaży przez Internet. Należą do nich produkty regulowane, takie jak artykuły farmaceutyczne, których nie wolno legalnie sprzedawać w Internecie, a także produkty zindywidualizowane oraz bardzo wysokiej wartości.
- + Na niektórych rynkach, np. afrykańskich, dostęp do Internetu jest stosunkowo ograniczony, w związku z czym nie są one jeszcze uważane za odpowiednie do inwestycji internetowych.

## ROK DO ROKU – Obecni eksporterzy

Odsetek MŚP korzystających z kanału online podczas sprzedaży za granicę



# Zmienia się postrzeganie barier w eksporcie

Eksporterzy najwięcej uwagi poświęcają kwestiom praktycznym związanym z wysyłaniem towaru poza granice. Największym powodem do niepokoju dla MŚP, niezależnie od tego, czy eksportują do UE czy poza nią, jest ryzyko uszkodzenia lub utraty swoich przesyłek. Rzeczy nienamagalne, takie jak problemy językowe, sprzedaż oraz marketing, lądują na samym dole listy rzeczy, którymi zaprzatają sobie głowę w odniesieniu do handlu zarówno w UE, jak i poza nią.

Jednak wątpliwości, jakie mają MŚP zajmujące się eksportem, różnią się w zależności od tego, czy przedsiębiorstwa te znajdują rynki docelowe w Unii czy poza nią: znacznie ważniejsza dla firm wysyłających towary poza UE jest odprawa celna i związane z nią przepisy, co odzwierciedla przekonanie ze strony eksporterów, że jednolity rynek europejski funkcjonuje na ich korzyść poprzez obniżanie liczby barier administracyjnych i celnych.

W skali krajowej, istotny jest fakt, że niektóre MŚP zwracają większą uwagę na bariery eksportowe. W przypadku eksportu w obrębie UE firmy we Francji, Włoszech, a zwłaszcza w Polsce z większym prawdopodobieństwem oceniają problemy jako niepokojące niż zrobią to MŚP w innych krajach. Jeśli chodzi o eksport poza UE, dla firm francuskich, włoskich, polskich i hiszpańskich większym powodem do niepokoju są bariery w eksporcie, a firmami, które z większym prawdopodobieństwem niż inne podadzą takie wątpliwości, są przedsiębiorstwa w Polsce.

Jak zauważyła firma UPS, w ciągu ostatnich dwóch lat zmniejszyła się liczba powodów do niepokoju w związku z bezpieczeństwem handlu internetowego: kiedy nieznacznie inną próbę eksporterów będących MŚP zapytano o główne powody do niepokoju w 2014 r., jako drugi poważny powód podawano bezpieczeństwo w Internecie w odniesieniu do eksportu wewnątrz UE, ale do 2015 r. przyczyna ta spadła na czwarte miejsce pod względem częstotliwości podawania. W 2016 r. trend ten zostaje podtrzymany: bezpieczeństwo w Internecie znajduje się niemal na samym dole listy powodów do niepokoju i na poziomie kraju jedynie w Polsce firmy podają je jako poważny powód, ale tylko względem eksportu poza UE. Wyniki te odzwierciedlają błyskawiczne przejście w kierunku sprzedaży przez Internet, co staje się normą dla eksporterów z sektora MŚP.





### 3 główne obawy związane z eksportem na terytorium UE

|                                                                                     | 1                          | 2                             | 3                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|
|    | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Koszty                     |
|    | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Szybkość dostawy           |
|    | Odprawa celna              | Konkurencja na rynku lokalnym | Ryzyko uszkodzenia/ utraty |
|    | Odprawa celna              | Niezawodność dostawy          | Koszty                     |
|   | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Bezpieczeństwo E-Commerce  |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Koszty                     |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Koszty                     |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy          | Koszty                     |

### 3 najważniejsze problemy związane z eksportem poza UE

|                                                                                       | 1                          | 2                    | 3                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
|    | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Regulacje prawne     | Odprawa celna        |
|    | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Niezawodność dostawy | Odprawa celna        |
|    | Regulacje prawne           | Odprawa celna        | Koszty               |
|    | Koszty                     | Regulacje prawne     | Niezawodność dostawy |
|   | Odprawa celna              | Niezawodność dostawy | Regulacje prawne     |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Koszty               | Niezawodność dostawy |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Szybkość dostawy     | Koszty               |
|  | Ryzyko uszkodzenia/ utraty | Regulacje prawne     | Odprawa celna        |

# Przyszłe priorytety i bieżąca wydajność

W przeprowadzonym przez firmę UPS w 2016 r. badaniu na temat europejskich firm z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, firmy zajmujące się eksportem poproszono o określenie czterech kluczowych priorytetów biznesowych na bliską przyszłość i ocenę swojej wydajności w tym zakresie. Wyniki były niezwykle spójne dla wszystkich ośmiu rynków: spełnienie wymagań klientów i utrzymanie poziomu innowacji to dwie podawane jako najważniejsze kwestie na siedmiu rynkach z ośmiu badanych (wyjątek stanowiła Wielka Brytania, w której wydajność podawano jako najważniejsze wyzwanie, a spełnianie wymogów klienta i utrzymanie innowacyjności znalazły się na drugim i trzecim miejscu). Wyniki były bardzo zbliżone dla firm, które określiły się jako otwarte na działalność eksportową, mimo że jeszcze jej nie rozpoczęły. Dokładnie te same priorytety były podawane przez firmy na poziomie branż: we wszystkich branżach spełnianie wymogów klienta podawano jako najbardziej znaczący priorytet, natomiast utrzymywanie innowacyjności znalazło się na drugim miejscu.

Wyniki te pozostają także z roku na rok spójne. W 2015 r. (kiedy zadawane w ankiecie pytania były nieco inne) firmy na sześciu rynkach z siedmiu badanych postrzegały innowacyjność i zadowolenie klienta jako najważniejsze lub drugie pod względem ważności na listach priorytetów (wyjątek stanowiły firmy we Włoszech, które podały przepływy pieniężne jako drugi pod względem znaczenia priorytet).

Zasadne jest tutaj wyciągnięcie wniosku, że eksporterzy bardziej koncentrują się na klientach niż na procesach. Takie problemy jak struktura łańcucha dostaw i zarządzanie nim, zarządzanie przepływami pieniężnymi i śledzenie poczynań konkurencji znalazły się o wiele niżej na liście priorytetów.

Firmy poproszono także o ocenę swojej wydajności w tym zakresie. W ogóle nie budzi zdziwienia to, że na wszystkich uwzględnionych przez nie rynkach najlepszą wydajność osiągały w obszarach, które równocześnie były ich najważniejszymi priorytetami: należały do nich spełnianie oczekiwań klientów oraz utrzymanie innowacyjności. Jedynym wyjątkiem od tego była Wielka Brytania, w której firmy nie uważały, że ich najwyższy priorytet, a mianowicie wydajność, jest jednym z trzech pod względem ważności problemów dotyczących wyników.

Wyniki te poddano dalszej analizie, dzięki czemu stworzono indeks gotowości do działalności eksportowej ze strony MŚP opracowany przez firmę UPS, którego szczegóły podane są na kolejnych stronach.

3 główne mechanizmy skłaniające MŚP do prowadzenia eksportu

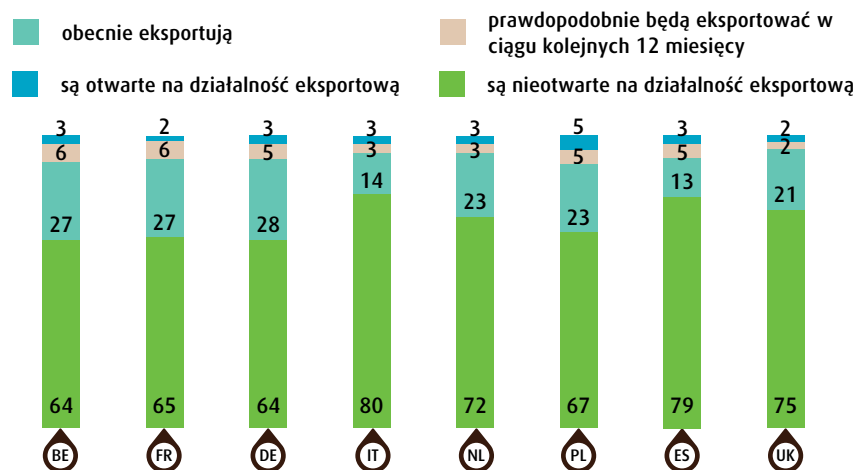
|    | 1         | 2         | 3                      |
|----|-----------|-----------|------------------------|
| BE | Popyt     | Innowacja | Doświadczenie klientów |
| FR | Popyt     | Innowacja | Przepływ gotówki       |
| DE | Popyt     | Innowacja | Efektywność            |
| IT | Popyt     | Innowacja | Przepływ gotówki       |
| NL | Innowacja | Popyt     | Efektywność            |
| PL | Innowacja | Popyt     | Doświadczenie klientów |
| ES | Popyt     | Innowacja | Doświadczenie klientów |
| UK | Popyt     | Innowacja | Doświadczenie klientów |

# Eksporterzy przyszłości

Przeprowadzone w 2016 r. przez firmę UPS badanie na temat europejskich firm z sektora MŚP, które prowadzą działalność eksportową, pomogło zidentyfikować MŚP, które obecnie zajmują się eksportem oraz te które „prawdopodobnie” zajmą się nim w ciągu kolejnych 12 miesięcy bądź uważają się za „otwarte na działalność eksportową”. Mimo iż wyniki potwierdzają, że większość MŚP nie eksportuje swoich produktów, ponad 20% firm, w sześciu z ośmiu rynków, decyduje się na eksport, a niektóre firmy rozważają eksport w niedalekiej przyszłości. Spośród firm niezajmujących się eksportem część z nich przywoływała koszty inwestycji lub koszty administracyjne związane z przejściem na eksport, natomiast inne przedsiębiorstwa miały bardziej podstawowe powody, w tym brak popytu ze strony klientów poza krajami, w których firmy te funkcjonują, lub przekonanie, że ich produkty nie nadawały się do eksportu (firmy w tej kategorii podawały jako przykład żywność, artykuły farmaceutyczne i usługi).

Na poziomie kraju wyższe liczby MŚP faktycznie prowadzących działalność eksportową odpowiadają wyższemu poziomowi zainteresowania przyszłą działalnością eksportową ze strony firm, które się nią nie zajmują. Firmy w Belgii, Francji i Niemczech mają najbardziej przychylne podejście do działalności eksportowej oraz charakteryzują się zarówno działalnością eksportową na największą skalę, jak i najwyższym zainteresowaniem rozpoczęcia takiej działalności. W przypadku firm we Włoszech i Hiszpanii prawdopodobieństwo prowadzenia obecnie działalności eksportowej jest najmniejsze i są one także w najmniejszym stopniu otwarte na działalność eksportową w przyszłości.

“% MSP które...



# Indeks gotowości do działalności eksportowej

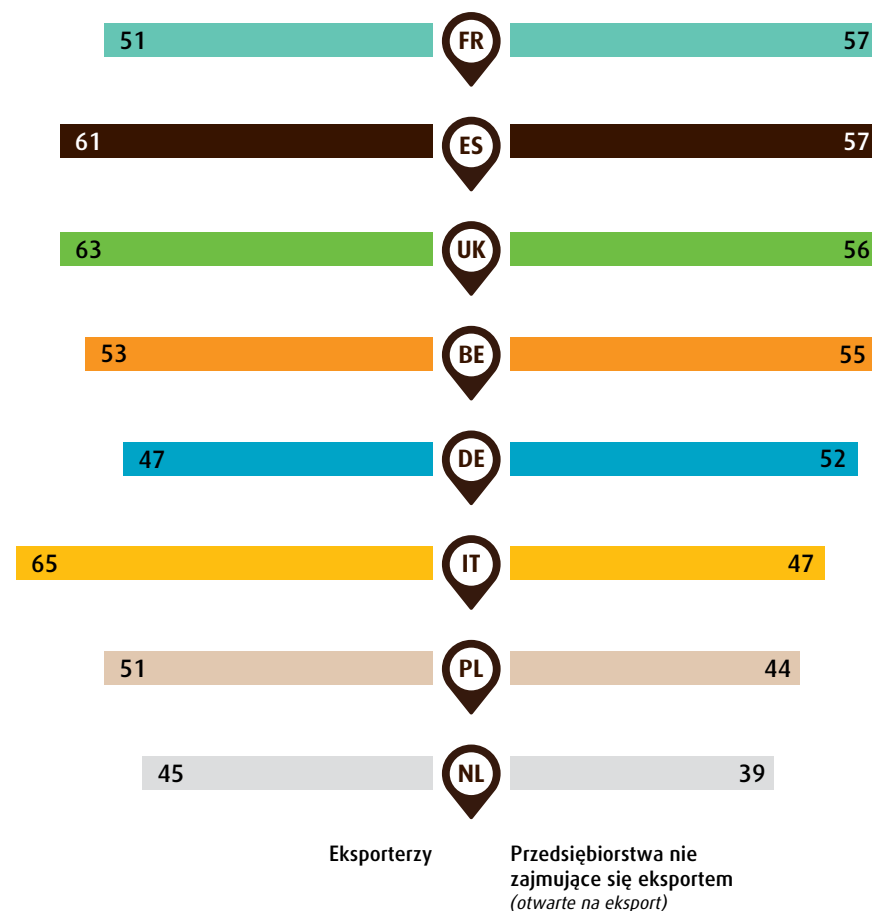
Wykorzystując wyniki dotyczące otwartości na eksport przedstawione szczegółowo na poprzedniej stronie, firma UPS opracowała indeks gotowości do działalności eksportowej mający na celu ukazanie, do jakiego stopnia firmy w danym kraju niezajmujące się działalnością eksportową są gotowe do wkroczenia na rynek eksportowy i w jakie nowe umiejętności musiałyby zainwestować, żeby dokonać takiego przejścia. Wszystkie firmy odpowiedziały na pytania na temat swoich dalekosiężnych priorytetów biznesowych i bieżącej oceny swoich wyników w tym zakresie. Wyniki te połączono i stworzono ważoną skalę otwartości na działalność eksportową w oparciu o raporty firm, w których dokonywały samooceny swoich wyników.

⊕ Na podstawie indeksu stwierdzono, że trzy najważniejsze kwestie, którymi będą musiały zająć się firmy zainteresowane przejściem na działalność eksportową, to handel elektroniczny, uzyskanie wiedzy na temat wzrostu na nieznanych rynkach oraz nabywanie wiedzy rynkowej.

⊕ W skali kraju największy deficyt umiejętności objawił się pośród MŚP we Włoszech (dotyczył on poprawy jakości obsługi klienta). Znaczne luki w umiejętnościach dało się zauważyć w Polsce (w zakresie handlu internetowego), Wielkiej Brytanii (w zakresie poprawy jakości obsługi klienta) i Holandii (w zakresie wiedzy rynkowej).

⊕ Na poziomie branży MŚP twierdzące, że mają najwięcej do nauczenia się w zakresie przejścia na działalność eksportową, pochodziły z sektora handlu detalicznego i high-tech.

Luka w gotowości do eksportu między przedsiębiorstwami eksportującymi a nie zajmującymi się działalnością eksportową





## Gotowość do eksportu: pułapka zaufania?

Uderzające jest to, że zdaniem niektórych MŚP niezajmujących się eksportem, radzą sobie one lepiej w obszarach krytycznych dla działalności eksportowej niż te MŚP, które faktycznie się nią obecnie zajmują. W Belgii, Niemczech i Francji od 2% do 6% firm otwartych na działalność eksportową uważa, że są lepiej wyposażone niż faktyczni eksporterzy. Ponieważ wyniki te opierają się na raportach firmowych, w których dokonują one samooceny, powód tej rozbieżności jest nieuchwytny. Może być tak, że firmy niezajmujące się jeszcze eksportem mają tendencję do niedoceny tego, jak dobre wyniki osiągnęłyby dzięki handlowi transgranicznemu w realnym świecie, co zwykle wymaga posiadania specjalistycznych umiejętności i doświadczenia.

## Pokonywanie luk w gotowości do działalności eksportowej

W zależności od kraju przedsiębiorstwa nie zajmujące się eksportem mogą pokonać tę lukę na różne sposoby

- IT** Poprawiając doświadczenia klientów
- PL** Wykorzystując handel internetowy
- UK** Poprawiając doświadczenia klientów
- NL** Zdobywając informacje o potrzebach i oczekiwaniach klientów
- ES** Wprowadzając innowacje i utrzymując wysoką jakość produktów



# Wnioski

Europejskie MŚP zajmujące się eksportem nadal stanowią rozwijającą się część gospodarki ogółem i w znacznym stopniu przyczyniają się do zwiększenia wzrostu gospodarczego na kontynencie. Według najnowszych statystyk UE nastąpił ogólnie gwałtowny wzrost tempa rozwoju MŚP, a zatrudnienie w tym sektorze również rośnie. Dane firmy UPS pokazują, że współczynnik MŚP zajmujących się eksportem wzrósł na wszystkich siedmiu rynkach, dla których istnieją roczne dane, i że w przypadku eksporterów będących MŚP związek pomiędzy eksportem a wyższym poziomem wzrostu stanowi dalsze podkreślenie faktu, że eksport jest najpotężniejszą siłą napędową rozwoju w sektorze MŚP.

Jednak po raz pierwszy od czterech lat, odkąd firma UPS gromadzi dane na temat wyników eksportowych MŚP, nastąpiła znaczna zmiana trendów. Znaczenie internetowych kanałów sprzedaży, które mocno zaznaczyło się w ostatnich dwóch latach, obecnie ponownie spadło, co sugeruje, że w przypadku MŚP istnieje naturalna granica co do użytkowania kanałów internetowych (znaczna mniejszość firm twierdzi, że sprzedaż internetowa nie pasuje do ich profilu działalności). Jednak dla większości MŚP, które wykorzystują kanały internetowe, znowu pojawiają się oznaki, że sprzedaż internetowa staje się normą: stosunkowo maleje znaczenie problemu bezpieczeństwa w sieci, ponieważ zarówno firmy, jak i klienci coraz bardziej oswiają się ze sprzedażą przez Internet.

Pojawiły się również zmiany dotyczące względnych orientacji eksportowych poszczególnych rynków. Jeśli chodzi o gospodarki nastawione na eksport, Wielka Brytania spadła z prawie czołowego miejsca na liście takich gospodarek na niemalże ostatnią pozycję. Na zmianę tego trendu wpłynęły wyniki referendum w tym kraju. Głosowanie w sprawie wystąpienia Wielkiej Brytanii z UE miało wpływ na eksporterów w sektorze MŚP we wszystkich ośmiu badanych krajach. W Wielkiej Brytanii doszło do obniżenia oczekiwań co do przyszłego wzrostu wynikającego z eksportu, ale w innych obszarach zanotowano coś przeciwnego.

Podane zmiany trendów sugerują, że rynek eksportowy dla MŚP nadal przechodzi proces dojrzewania, który po raz pierwszy został zidentyfikowany przez firmę UPS w ubiegłorocznych danych. Działalność eksportowa była kiedyś domeną dużych firm z możliwościami inwestowania w tworzenie własnych transgranicznych systemów handlu, ale obecnie uległo to zmianie. Mniejsze firmy mogą teraz uzyskiwać dostęp do rynków eksportowych na jeszcze łatwiejszych warunkach dzięki usługom firm zewnętrznych oraz zwiększającej się łatwości sprzedaży internetowej niezależnie od granic państwowych. MŚP zajmujące się eksportem pozostają w mniejszości — prawie jedna czwarta MŚP to eksporterzy — lecz to właśnie ta spora mniejszość według prognoz będzie coraz większa.







## O UPS

Mimo że UPS prowadzi działalność w ponad 20 krajach i terytoriach na świecie, to funkcjonuje podobnie jak MŚP. Dzieje się tak, ponieważ UPS jest mocno nastawiony na klientów i posiada bliskie więzi ze społecznościami, wśród których świadczy swoje usługi. Pracują dla nas kurierzy, którzy w europejskich miastach odbierają paczki z tej samej ulicy od 30 lat i znają swoich klientów z imienia.

UPS utworzył globalną sieć logistyczną, w ramach której każdego dnia dostarczanych jest średnio 18,3 milionów paczek i dokumentów przechodzących przez niespełna 2.000 placówek funkcjonujących w każdym zakątku globu. Paczki te transportowane są przez flotę przewozową, na którą składa się 237 samolotów odrzutowych, ponad 110.000 samochodów, ciężarówek, ciągników i motocykli, łącznie z ponad 7.700 pojazdów na paliwa alternatywne.

Wykorzystując tę sieć, MŚP mogą myśleć perspektywnie i konkurować z większymi firmami bez konieczności tworzenia globalnej infrastruktury. MŚP mogą do woli korzystać z technologii logistycznych i usług UPS, której pasują do ich potrzeb biznesowych. UPS zrealizował miliony doręczeń paczek zagranicznych, więc posiada rozwiązania idealnie dopasowane do potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących taką działalność.

UPS wierzy, że eksport może pomóc w rozwoju MŚP, otwierając przed nimi nowe rynki. Doświadczenie na nowych rynkach prowadzi do innowacji produktowych, co z kolei napędza wzrost przedsiębiorstwa. Spółki, które są w stanie sprawnie eksplorować nowe rynki i nisze oraz szybko reagować na zmiany w krajobrazie handlu, niezawodnie odniosą sukces.

### Narzędzia i usługi UPS dla MŚP:

#### Usługa doradztwa w zakresie opakowań

UPS posiada w Europie specjalistyczne laboratorium testowania paczek, w którym eksperci oferują usługi doradztwa w zakresie opakowań. W ten sposób UPS pomaga małym i średnim przedsiębiorstwom zaprojektować wytrzymałe opakowania, które są odporne na obciążenia występujące w transporcie zagranicznym, co minimalizuje ryzyko zniszczenia i utraty towaru.

#### Usługi przewozu paczek i frachtu

UPS jest w stanie dokonać przewozu przesyłki każdego rodzaju, od kopert z doręczeniem na następny dzień po ładunki drobnicowe wymagające specjalistycznego sprzętu, by załadować je na statek.

#### Technologia API

Interfejsy programowania aplikacji (API) UPS pozwalają eksporterom na łatwą i bezpośrednią integrację wysyłki, fakturowania oraz międzynarodowych technologii odprawy celnej z ich stroną internetową lub systemem realizacji zamówień. Może to pomóc małym i średnim przedsiębiorstwom w zwiększeniu wydajności i zapewnianiu klientom dodatkowych korzyści dzięki lepszym doświadczeniom.

#### Usługi pośrednictwa celnego

Dzięki swoim placówkom celnym zlokalizowanym na terenie najważniejszych rynków świata UPS obsługuje globalne ośrodki handlu, w których małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzą swoją działalność. Usługi pośrednictwa celnego świadczone są konsekwentnie, niezawodnie i w elastyczny sposób.

#### UPS Access Point™

Założona przez UPS sieć lokalizacji UPS Access Point™ umożliwia szybki, wydajny i dogodny odbiór paczek z placówek detalicznych, takich jak salony prasowe lub sklepy spożywcze. Usługa UPS Access Point™ pomaga sprzedawcom detalicznym podnieść poziom zakupów online i obsługi klienta dzięki alternatywnej metodzie doręczania przesyłek.

#### Rozwiązania bez użycia dokumentacji papierowej

Faktura elektroniczna UPS zwiększa wygodę i zapewnia spokój ducha, pozwalając małym i średnim przedsiębiorstwom na przysyłanie dokumentacji handlowej do UPS środkami elektronicznymi, co zmniejsza ryzyko zatrzymania towarów na cle w wyniku brakującej lub błędnie sporządzonej dokumentacji.

**ups Wspólnie Tworzymy Rozwiązania™**

UPS Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Prądzyńskiego 1/3, 01-222 Warszawa, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego – rejestru przedsiębiorców przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000036680, wysokość kapitału zakładowego: 5 027 000,00 zł. REGON 010771280

© 2017 United Parcel Service of America, Inc.

Nazwa UPS, znak UPS i kolor brązowy są znakami towarowymi firmy United Parcel Service of America, Inc. Wszelkie prawa zastrzeżone.