Fundusze Europejskie Program Regionalny | Rzeczpospolita Polska | URZĄD MARSZAŁKOWSKI WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO | Unia Europejska Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

RYNEK WIELKIEJ BRYTANII

BRANŻA SPOŻYWCZA

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.
Spółka Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski BROKER EKSPORTOWY

Opracowanie powstało w ramach projektu *„Pomorski Broker Eksportowy. Kompleksowy system wspierania eksportu w województwie pomorskim."* Obejmuje charakterystykę rynku zagranicznego oraz analizy możliwości sprzedaży na rynek zagraniczny wykonanych w ramach pierwszego etapu usługi Brokera Zagranicznego w 2021 r. dla firmy produkującej soki mrożone.

Sierpień 2021

Spis Treści

1 Informacja o podmiocie 3

1.1 Przedmiot działalności 3

2 Charakterystyka rynku brytyjskiego 4

2.1 Wielka Brytania: charakterystyka ogólna 4

2.2 Rynek brytyjski: najważniejsze wskaźniki 6

2.3 Główne produkty eksportowane z rynku brytyjskiego i importowane na ten rynek 9

2.4 Import na rynek brytyjski soków owocowych 11

2.5 Import soków owocowych z Polski do Wielkiej Brytanii 12

2.6 Wartość rynku soków owocowych w Wielkiej Brytanii 13

2.7 Prognozy rynku brytyjskiego 14

3 Analiza możliwości sprzedaży oferty firmy na rynku brytyjskim 18

3.1 Środowisko biznesowe i prowadzenie działalności na rynku brytyjskim 18

3.2 Analiza oferty firmy 19

3.3 Analiza konkurencji na rynku brytyjskim 20

3.4 Przewaga konkurencyjna firmy na rynku brytyjskim 21

3.5 Sposoby wejścia na rynek brytyjski 23

3.6 Analiza nabywców 26

3.7 Wskazanie potencjalnych lokalizacji geograficznych dla działań firmy na rynku brytyjskim 28

3.8 Marketing i promocja dla sprzedaży na rynku brytyjskim 30

3.9 Uregulowania prawne 32

3.10 Rekomendowane wydarzenia gospodarcze 35

3.11 Brytyjskie normy kulturowe 36

Spis wykresów rysunków i tabel 40

Źródła 41

1 Informacja o podmiocie

1.1 Przedmiot działalności

Przedsiębiorstwo, które świadczy usługi cateringowe dla biurowców i dużych zakładów produkcyjnych w postaci gotowych dań jednodniowych, a także posiłki dla klientów indywidualnych w ramach abonamentu.

Aktualnie firma znajduje się w fazie wdrażania do produkcji i nowego wyrobu: soków mrożonych. Produkt ten będzie stricte przeznaczony na eksport.

Mrożony sok pomarańczowy będzie produktem eksportowym, kierowanym na brytyjski rynek.

Wydajność produkcji soku pomarańczowego na chwilę obecną wynosi 10 000 litrów / dobę. Istnieje możliwość zwiększenia wydajności o 200% w ciągu 14 dni.

Pomarańcze do produkcji soku będą importowane z różnych krajów w zależności od miesiąca. Wybierane będą te z rejonów najbardziej nasłonecznionych i najlepiej nawodnionych plantacji, z uwagi na konieczność pozyskiwania najbardziej słodkich i soczystych owoców, które są najodpowiedniejsze na sok.

2 Charakterystyka rynku brytyjskiego

Analiza została przeprowadzona w oparciu o dane zaczerpnięte z wtórnych źródeł danych, takich jak: statystyki i opracowania rządowe, samorządowe, branżowe, instytucji gospodarczych, organizacji, zrzeszeń; prace naukowe (publikacje naukowe, raporty badawcze instytucji naukowych); publikacje w massmediach (w tym prasa codzienna, czasopisma fachowe).

2.1 Wielka Brytania: charakterystyka ogólna

Ludność:	prawie 65 mln osób
Stolica:	Londyn
Obszar:	pow. całkowita 243.610 km2
Język urzędowy:	język angielski, dodatkowo w Walii i Szkocji językami urzędowymi są odpowiednio również walijski i szkocki.

SYTUACJA POLITYCZNA

Zjednoczone Królestwo jest monarchią parlamentarną z rządem odpowiedzialnym przed parlamentem.

Władza ustawodawcza spoczywa w rękach Parlamentu składającego się z dwóch izb: Izby Gmin Izby Lordów a także w rękach monarchy. Władza wykonawcza należy do rządu działającego pod przewodnictwem premiera. Od 2019 r. premierem rządu Wielkiej Brytanii jest członek Partii Konserwatywnej, Boris Johnson. Szefem opozycyjnej Partii Pracy od kwietnia 2020 r. jest Keir Starmer.

W Wielkiej Brytanii nie istnieje konstytucja w formie spisanej. O ustroju stanowi konstytucja w sensie materialnym tzn. ogół norm i zasad dotyczących sprawowania władzy.

GOSPODARKA

Wielka Brytania jest jedną z najbardziej konkurencyjnych i rozwiniętych gospodarek świata. Jest również jednym z najważniejszych na świecie centrów finansowych i handlowych.

Co charakteryzuje gospodarkę brytyjską:

- stabilny system prawny,
- nieograniczony dostęp do kapitału,
- strategiczna pozycja na rynku finansowym,
- atrakcyjny rynek nieruchomości (Londyn),
- wielowiekowe tradycje handlowe,
- duża konsumpcja wewnętrzna.

Największy udział w brytyjskim PKB mają usługi (w 2019 r. 80,2%). Szczególne znaczenie mają usługi finansowe, ubezpieczenia oraz usługi biznesowe. Przemysł i rolnictwo mają istotnie mniejszy udział w tworzeniu PKB: odpowiednio 19,2% i 0,6%.

Głównym obszarem koncentracji przemysłu i usług jest obszar od Londynu do Liverpoolu Manchesteru. Aktywnymi regionami gospodarczymi są również środkowa Szkocja (główny ośrodek Glasgow) i południowa Walia (Cardiff, Newport).

Cechy rynku brytyjskiego:

- 66 mln konsumentów
- wysoki poziom PKB per capita 43,7 tys. USD
- wysoki stopień zamożności społeczeństwa (PL – 17,4 tys. USD)
- różnorodność narodowościowa, religijna i kulturowa
- Zjednoczone Królestwo obejmujące Anglię, Walię, Szkocję, Irlandię Północną
- koncentracja populacji i zasobów głównie w aglomeracji londyńskiej (16 mln osób w promieniu 100km) - 2 miejsce na świecie (Global Cities).

BREXIT

Jedną z najistotniejszych kwestii determinującą obecną brytyjską sytuację gospodarczą jest wyjście Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. 01.01.2021r. **kraj opuścił unię celną i wspólny rynek UE i jest traktowany przez UE jako kraj trzeci.**

Obecnie stosunki gospodarcze pomiędzy UE a Wielką Brytanią regulowane są w oparciu o umowę o handlu i współpracy pomiędzy UE a UK (Trade and Cooperation Agreement, TCA), określającą nowe warunki handlu towarami oraz usługami pomiędzy UE i UK, która weszła w życie 1 maja 2021 r.

Zgodnie z umową wymiana handlowa pomiędzy UK i UE odbywa się bez dodatkowych ograniczeń taryfowych oraz częściowo pozataryfowych, jednak nie na dotychczasowych zasadach. Brak ograniczeń taryfowych jest uwarunkowany spełnieniem określonych kryteriów (zwłaszcza w odniesieniu do reguł pochodzenia towarów).

W porównaniu z okresem członkostwa Wielkiej Brytanii w UE zasady wymiany handlowej uległy istotnej zmianie i znacząco się skomplikowały.

Szczegóły omówiono w rozdz. 3.9 Uregulowania prawne.

PANDEMIA COVID-19

Wielka Brytania jest jednym z krajów najdotkliwiej dotkniętych pandemią COVID -19. Wg danych opublikowanych przez Office for National Statistics (ONS) PKB Wielkiej Brytanii w 2020 r. zmniejszył się o 9,9% w porównaniu do wyniku osiągniętego na koniec 2019 r. Był to rekordowy spadek PKD. Jak szacują niektórzy eksperci na podstawie danych historycznych, nawet od ponad 300 lat.

W porównaniu do państw najlepiej rozwiniętych, wchodzących w skład G7, gospodarka UK została dotknięta skutkami kryzysu w największym stopniu. Były one również bardziej odczuwalne niż w państwach strefy euro.

Ożywienie gospodarcze nastąpiło dopiero w maju bieżącego roku.

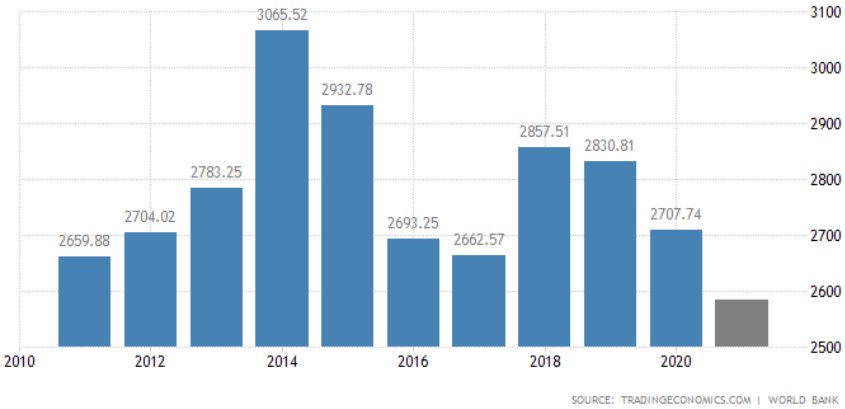
2.2 Rynek brytyjski: najważniejsze wskaźniki

PKB

Wielka Brytania należy do największych gospodarek przemysłowych i finansowych świata. Pod względem wartości produktu krajowego brutto zajmuje 2 miejsce w Europie i 7 miejsce na świecie. W 2020 PKB Wielkiej Brytanii osiągnął wartość 2 707,74 mld USD (na podstawie danych banku Światowego) co stanowi 2.4% PKB światowego.[1]

Struktura wytwarzania produktu krajowego brutto: ok. 80% to usługi (głownie finanse i handel) oraz ponad 19% przemysł.

Wykres 1 PKB Wielkiej Brytanii w latach 2010 - 2020

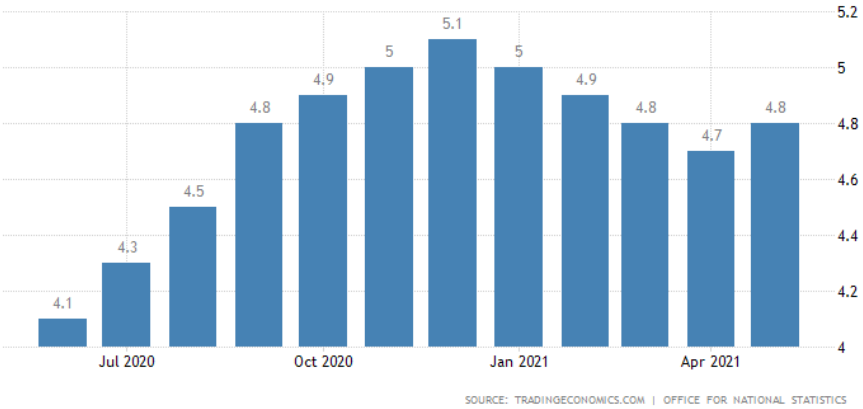


Źródło: tradingeconomics.com

RYNEK PRACY

W 2019 roku stopa bezrobocia spadła do 3,8% z 4,1% obserwowanych w 2018 roku. W związku z pogorszeniem się koniunktury gospodarczej w maju 2021 stopa osiągnęła przewidywany przez ekspertów poziom i wyniosła 4,8%. Wszystkie branże odnotowały kwartalne wzrosty liczby wakatów. Przewiduje się, że w 2021 roku wskaźnik ten obniży się do 4,4%.

Wykres 2 Stopa bezrobocia w Wielkiej Brytanii 07.2020-05.2021



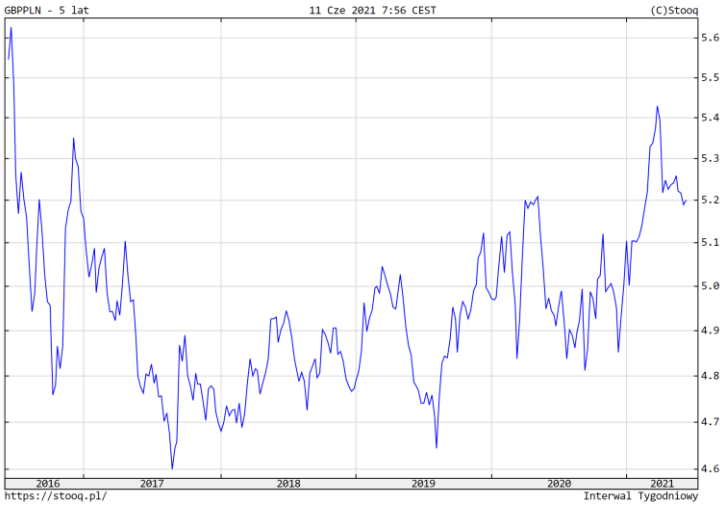
Źródło: tradingeconomics.com

[1] https://tradingeconomics.com/united-kingdom/gdp

RYZYKO WALUTOWE

Wielka Brytania jest jednym z najważniejszych eksporterów kapitału na świecie. Ujemny bilans płatniczy w rozliczeniach międzynarodowych wpływa na częstą dewaluację funta szterlinga. Od 2016 obserwuje się bardzo dużą zmienność waluty. W ciągu 5 ostatnich lat funt odnotowywał wahania w przedziale 25%: kurs min. 4,50 PLN i kurs max 5,7 PLN.

Wykres 3 Kurs GBP w latach 2016-2021

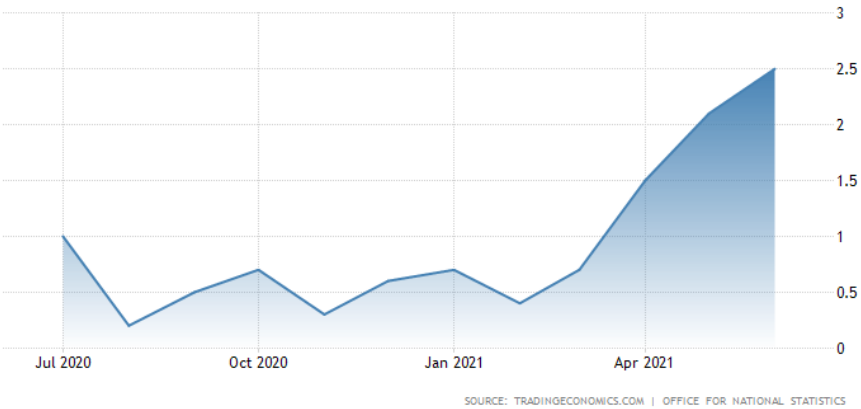


Źródło: https://stooq.pl/

INFLACJA

Na przestrzeni 5 ostatnich lat roczna stopa inflacji w Wielkiej Brytanii najwyższy poziom osiągnęła pod koniec 2017 roku (ponad 3%). W maju 2021 roku wyniosła 2,5% i jest to najwyższa stopa inflacji jaką odnotowano od sierpnia 2018r.

Wykres 4 Inflacja w Wielkiej Brytanii w okresie 07.2020-06.2021 (%)



Źródło: tradingeconomics.com

HANDEL ZAGRANICZNY

Wielka Brytania należy do najważniejszych uczestników handlu międzynarodowego. Wg danych Office for National Statistics (ONS) obroty handlowe Wielkiej Brytanii w 2020 r. wyniosły 1153 mld GBP (spadek o 18% w porównaniu do 2019 r.)

Największymi rynkami zbytu dla przedsiębiorstw z Wielkiej Brytanii jest rynek amerykański oraz rynki europejskie: niemiecki, irlandzki, holenderski i francuski.[2]

Głównymi partnerami w zakresie importu są Niemcy, Chiny, Stany Zjednoczone, Holandia i Francja.

Rysunek 1 Wymiana handlowa Wielkiej Brytanii wg kraju pochodzenia

Źródło: https://www.eulerhermes.com/en_GL/economic-research/country-reports/United-Kingdom.html#link_internal_4

W 2020 r. gospodarka Wielka Brytania odnotowała niewielki deficyt handlowy na poziomie 9,6 mld GBP (0,5% PKB). Międzynarodowy Fundusz Walutowy prognozuje pogłębienie deficytu w 2021 roku.[3]

Dane dotyczące handlu zagranicznego Wielkiej Brytanii wskazują na gwałtowny spadek jego wartość w styczniu 2021 r. w stosunku do grudnia 2020 r.[4] Eksperci oceniają, że jest to wynikiem dwóch głównych czynników:

- ograniczeń w związku z pandemią COVID-19,
- zakłóceń spowodowanych zakończeniem okresu przejściowego pomiędzy Wielką Brytanią a Unią Europejską w związku Brexitem.

WYMIANA HANDLOWA Z POLSKĄ

Wielka Brytania jest dla Polski jednym z kluczowych rynków międzynarodowych. W 2020 r. wartość handlu zagranicznego tego kraju z Polską wyniosła 60,2 mld PLN (18 mld EUR). W ubiegłym roku z powodu pandemii nastąpił pierwszy od 10 lat spadek obrotów handlowych. Pomimo tego Wielka Brytania zachowała 3. miejsce w polskim eksporcie z udziałem 5,7% w eksporcie ogółem (ponad 13,6 mld EUR). Natomiast import w 2020 r. zajął miejsce poza pierwszą dziesiątką głównych partnerów handlowych RP (4,8 mld EUR).

Tabela 1 Dynamika obrotów handlowych Polski z Wielką Brytanią w latach 2012-2020

porównanie r/r (%)	2011 rok bazowy	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Import	100	95	107,89	107,32	109,09	97,92	104,25	114,29	105,36	81.35
Eksport	100	110,23	104,12	104,95	114,15	101,65	108,13	104,51	101,44	96,45
Obroty	100	105,47	105,18	105,63	112,67	100,59	107,06	107,14	102,56	92

Źródło: https://www.gov.pl/web/wielkabrytania/

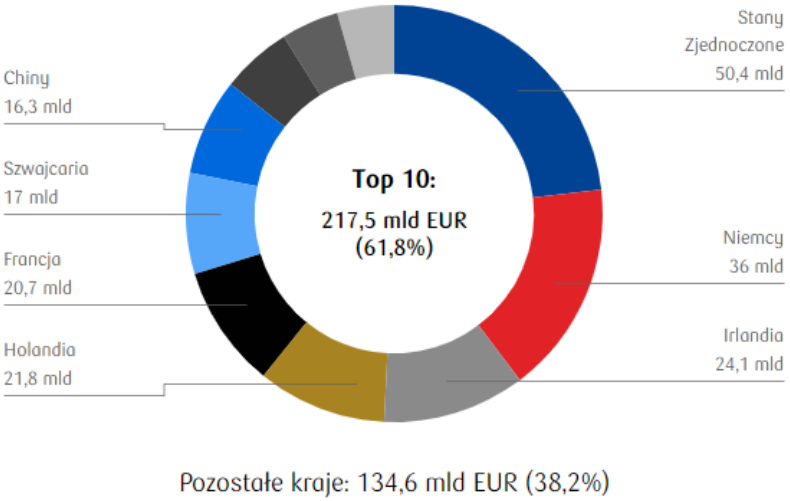
[2] https://www.eulerhermes.com/en_GL
[3] Wielka Brytania. Analiza Międzynarodowa (09.2020), https://wspieramyeksport.pl/
[4] https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/makroekonomia/trendy-gospodarcze/wielka-brytania-zalamanie-handlu-z-unia-europejska/

2.3 Główne produkty eksportowane z rynku brytyjskiego i importowane na ten rynek

EKSPORT

Pod względem wartości eksportu gospodarka Wielkiej Brytanii zajmuje 5. miejsce na świecie. W 2020 roku **wartość eksportu z Wielkiej Brytanii wyniosła 352,1 mld EUR** (nastąpił spadek w stosunku do 2019r. o 17,1%). W strukturze eksportu nieznacznie większą wartość miała wymiana usługami niż towarami. Głównymi partnerami eksportowymi są USA i Niemcy.

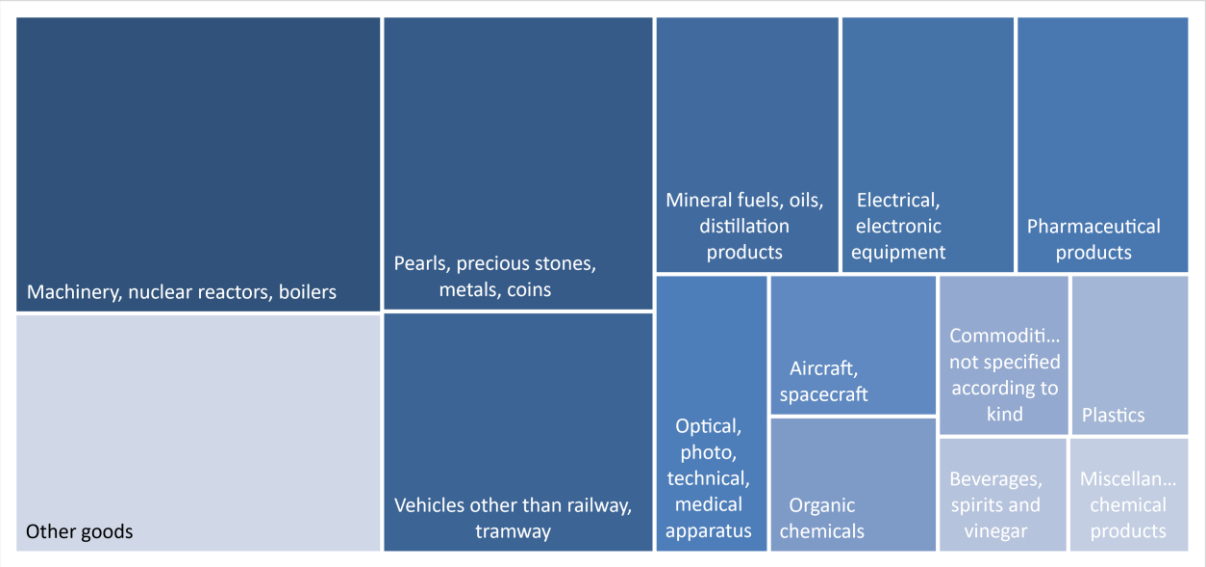
Wykres 5 Eksport towarów z Wielkiej Brytanii w podziale na kraje (2020r.)



Źródło: International Trade Centre marzec 2021

Poniżej przedstawiamy dane dotyczące eksportu w podziale na poszczególne kategorie produktów.

Wykres 6 Eksport towarów z Wielkiej Brytanii w podziale na kategorie produktów (2020r.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych tradingeconomics.com.

Najczęściej eksportowane z Wielkiej Brytanii dobra to:

- kotły (silniki), maszyny i urządzenia mechaniczne i ich części –17,33% wartości brytyjskiego eksportu,
- perły, kamienie szlachetne i półszlachetne, metale szlachetne, monety – 12,75%,

- pojazdy samochodowe – 10,43%,
- oleje ropy naftowej i oleje z minerałów bitumicznych, surowce – 7,61%,
- sprzęt elektryczny i elektroniczny – 7,717%.
- produkty medyczne i farmaceutyczne – 7,14%.

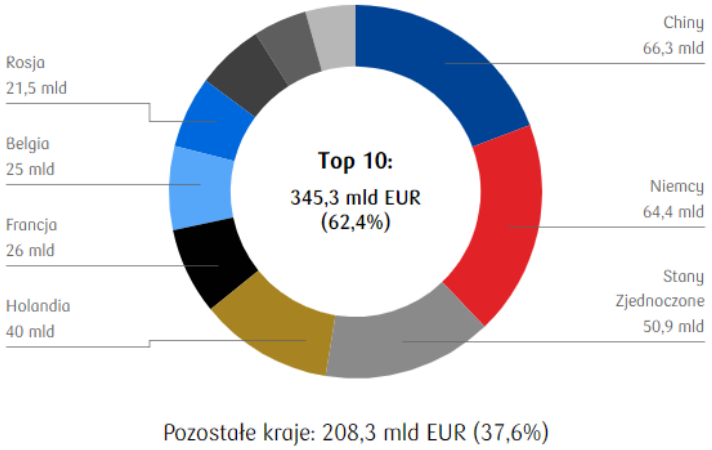
W eksporcie usług dominują usługi finansowe (19,2%), usługi turystyczne (13,1%), usługi transportowe (9,5%) oraz usługi teleinformatyczne (7%).

IMPORT

W 2020 roku **import Wielkiej Brytanii wyniósł 553,6 mld EUR** (spadek o 18,9% w stosunku do 2019r.). UK zajmuje pod tym względem 4. miejsce na świecie.

Pierwsze miejsce wśród partnerów Wielkiej Brytanii zajęły Chiny (11.9%). Kolejne Niemcy i Stany Zjednoczone. Znaczący udział w imporcie do tego kraju mają również Rosja, Belgia, Francja i Holandia.

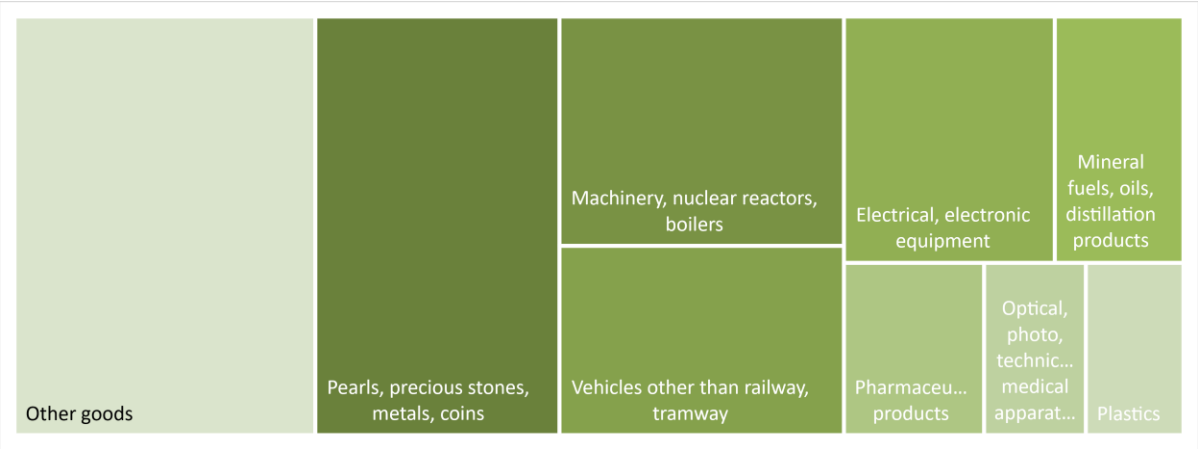
Wykres 7 Import towarów do Wielkiej Brytanii w podziale na kraje (2020r.)



Źródło: International Trade Centre marzec 2021

Do najczęściej importowanych grup towarów należą:

Wykres 8 Import towarów z Wielkiej Brytanii w podziale na kategorie produktów (2020r.)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych tradingeconomics.com.

Najczęściej importowane w gospodarce brytyjskiej dobra to:

- perły, kamienie szlachetne i półszlachetne, metale szlachetne, monety – 20,89% wartości brytyjskiego importu,
- kotły (silniki), maszyny i urządzenia mechaniczne i ich części – 13,35%,
- pojazdy samochodowe –11,00%,
- sprzęt elektryczny i elektroniczny – 10,60%,
- oleje ropy naftowej i oleje z minerałów bitumicznych, surowce – 6,46%,
- produkty medyczne i farmaceutyczne – 4,93%.

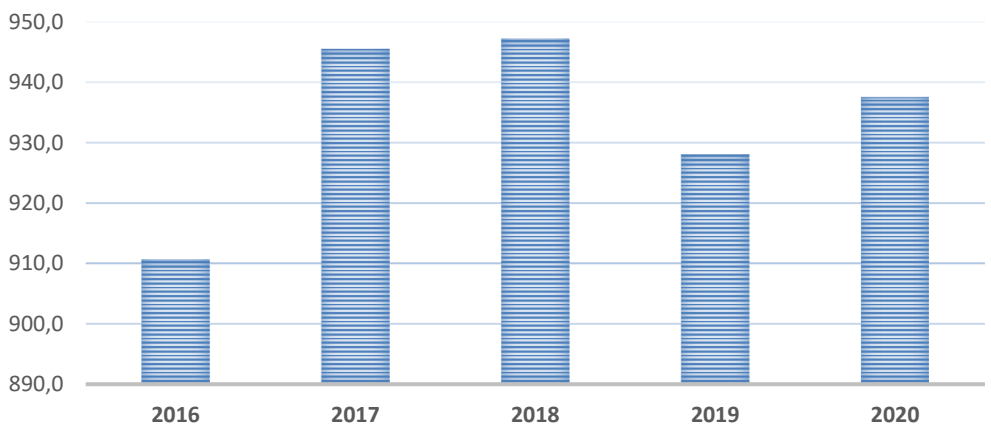
W imporcie usług dominujące znaczenie miały usługi turystyczne (26,4%), transportowe (12,8%), finansowe (8,9%) oraz usługi związane z własnością intelektualną (6,5%).

2.4 Import na rynek brytyjski soków owocowych

W nomenklaturze scalonej (ang. Combined Nomenclature, CN 2021), soki mrożone **zawarte są w Sekcji IV, Dziale 20 „Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozostałych części roślin" i identyfikowane kodem 2009**[5] „Soki owocowe (włączając moszcz gronowy) i soki warzywne, niesfermentowane i niezawierające dodatku alkoholu, nawet z dodatkiem cukru lub innej substancji słodzącej".

Wartość importu do Wielkiej Brytanii tych dóbr w roku 2020 wyniosła 937 mln EUR. Na przestrzeni lat 2016-2020 rosła dość dynamicznie, nawet w okresie rozwoju pandemii koronawirusa.

Wykres 9 Import do Wielkiej Brytanii soków owocowych w latach 2016 – 2020 [w tys. EUR]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych https://www.trademap.org.

W tabeli poniżej zaprezentowano geograficzną strukturę importu dóbr sklasyfikowanych kodem 2008 w latach 2018 – 2020. Dane przedstawiono w mln EUR.

Tabela 2 Struktura importu soków owocowych do Wielkiej Brytanii wg kryterium geograficznego w latach 2018 – 2020

Kraj	2018	%	2019	%	2020	%

[5] NS 2021 Sekcja IV, Dział 20 Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozostałych części roślin, za: http://www.klasyfikacje.gofin.pl/cn2021/12,2,2,2866,przetwory-z-warzyw-owocow-orzechow-lub-pozostalych-czesci.html#D20

Świat	**947,23**	**100%**	**928,08**	**100%**	**937,51**	**100%**
Belgia	243,51	26%	232,81	25%	190,38	20%
Hiszpania	161,43	17%	192,92	21%	183,39	20%
Holandia	150,02	16%	145,80	16%	150,57	16%
Niemcy	125,24	13%	136,66	15%	123,40	13%
Irlandia	42,86	5%	48,65	5%	49,84	5%
Polska	59,43	6%	44,77	5%	48,60	5%
Brazylia	12,71	1%	4,20	0%	37,87	4%
Francja	23,83	3%	32,87	4%	37,16	4%
Austria	19,88	2%	7,72	1%	36,09	4%
Turcja	23,36	2%	13,27	1%	17,81	2%
Pozostałe	84,97	9%	68,42	7%	62,39	7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z portalu https://www.trademap.org

Wielka Brytania importuje najwięcej produktów tej kategorii z Belgii. Na drugim miejscu znajdują się producenci z Hiszpanii, a na trzecim z Holandii. Polska jest na 6 miejscu pod względem dostaw na rynek brytyjski soków owocowych klasyfikowanych kodem 2008. Warto zauważyć, że wartościowo sprzedaż od polskich producentów w analizowanym okresie utrzymywała się na stosunkowo zbliżonym poziomie.

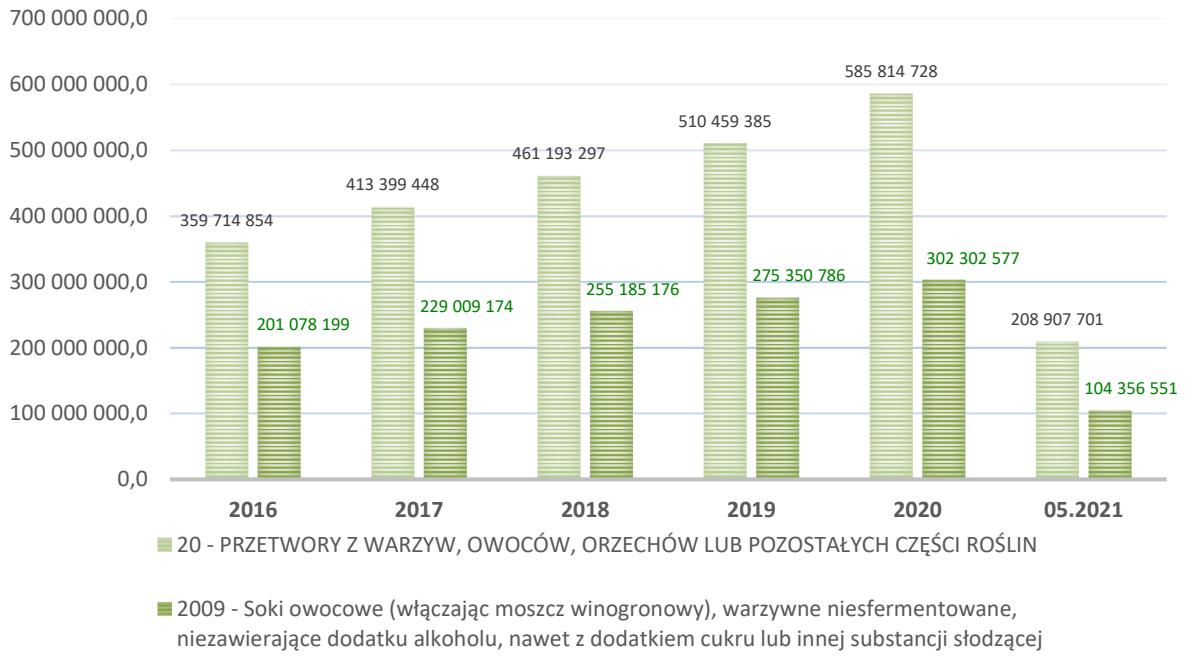
2.5 Import soków owocowych z Polski do Wielkiej Brytanii

Wg danych Głównego Urzędu Statystycznego wartość ogólna eksportu polskich przetworów z warzyw i owoców na rynek brytyjski w roku 2020 wyniosła ponad 585,8 mln zł. Kategoria soków owocowych, do której można zaliczyć produkty planowane do zaoferowania na rynku brytyjskim przez firmę miała aż 51% udział w tej wartości i wygenerowała 302,3 mln złotych sprzedaży.[6]

Co warto zaznaczyć, polskie soki i przetwory z warzyw i owoców cieszyły się na przestrzeni ostatnich lat bardzo wysokim zainteresowaniem. Dynamika zmian grupy wg CN 20 to kilkanaście procent przyrostu rok do roku. Soki owocowe, objęte kodem 2009, charakteryzowały się tempem wzrostu sprzedaży zagranicznej na poziomie około 10% r/r.

[6] http://swaid.stat.gov.pl

Wykres 10 Wartość eksportu polskich przetworów z roślin oraz soków owocowych na rynek brytyjski w latach 2016-2021 [w zł]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych http://swaid.stat.gov.pl.

2.6 Wartość rynku soków owocowych w Wielkiej Brytanii

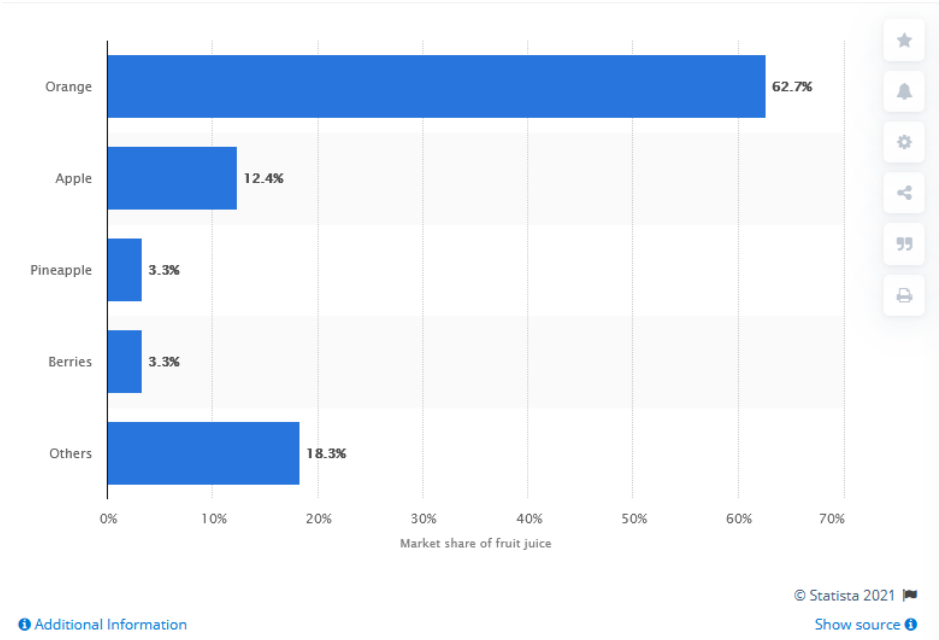
Wg danych Mintel i raportu *Fruit Juice, Juice Drinks and Smoothies UK,* sprzedaż soków owocowych w Wielkiej Brytanii w 2019 roku osiągnęła 2,5 mld GDP. Na przestrzeni ostatnich lat rynek ten kurczy się w tempie około 0,5% rocznie z uwagi na wprowadzony w 2018 roku podatek, który spowodował wzrost cen soków z zawartością cukru.[7]

Około 40% udziału w rynku posiadają tzw. fresh juices – soki niezawierające konserwantów ani innych niż naturalne cukrów, sprzedawane w opakowaniach szklanych i przechowywane w niskich temperaturach.

W ujęciu ilościowym, w roku 2019 Brytyjczycy wypili około 891 milionów litrów różnego rodzaju soków. Około 3,9 miliona osób pije soki dwa lub 3 razy w tygodniu. Najbardziej popularne marki to Innocent i Tropicana.

7 https://www.bgateway.com/assets/market-reports/Market-Report-Juice-and-Smoothie-Bar-October-2020.pdf

Wykres 11 Struktura brytyjskiego rynku soków owocowych wg smaku



Źródło: https://www.statista.com/statistics/283986/soft-drinks-market-share-of-fruit-juice-in-the-united-kingdom-uk-by-flavour/

Najczęściej wybierane przez Brytyjczyków soki to:

- pomarańczowy – 62,7% udziału w rynku,
- jabłkowy – 12,4%
- ananasowy – 3,3%
- pozostałe (suma dla soku jagodowego i pozostałych smaków) – 21,6%.

2.7 Prognozy rynku brytyjskiego

W ubiegłym roku gospodarka Wielkiej Brytanii skurczyła się w stopniu nienotowanym przez ostatnie trzy stulecia. Spowolnienie gospodarcze nastąpiło za sprawą trwającej od kilku kwartałów pandemii COVID-19, a także w związku z opuszczenie przez Wielką Brytanię strefy wspólnego handlu.

Blokady narodowe wynikające z COVID-19 w całej Europie i dostosowywanie się przedsiębiorstw do nowych relacji handlowych z UE, sprawiły, że w styczniu 2021 r. eksport do UE był niższy niż w 2020 r.

Oczekuje się, że całkowity wolumen przewozów między Wielką Brytanią a UE powróci w najbliższych miesiącach do normalnego poziomu. Według danych KUKE, już w maju bieżącego roku nastąpił wzrost wartości ubezpieczonego handlu o 28 proc. rok do roku. Przewiduje się, że w następnych miesiącach nastąpi dalsze podtrzymanie wysokiej dynamiki wzrostu eksportu.

Za wzrostem obrotów handlowych z Wielką Brytanią przemawia ogólny wzrost gospodarczy odnotowywany w UK. Jednak ze względu na trwającą pandemię COVID-19 i przewidywane w związku z nią kolejne ograniczenia sytuacja jest nadal niestabilna.

Jednym z głównych wyzwań w Wielkiej Brytanii jest złagodzenie skutków kryzysu gospodarczego wywołanego koronawirusem. Przewidywania rządowe wskazują na to, że gospodarka będzie odrabiać

straty nim spowodowane do połowy przyszłego roku. Eksperci szacują, że bezrobocie w 2021r wzrośnie do poziomu 6,2%. Jednocześnie przewidują, że w tym roku gospodarka brytyjska urośnie o 5% i następne 5,5%. w roku 2022.

Tabela 3 Prognozowane wskaźniki makroekonomiczne dla Wielkiej Brytanii (2021-2022)

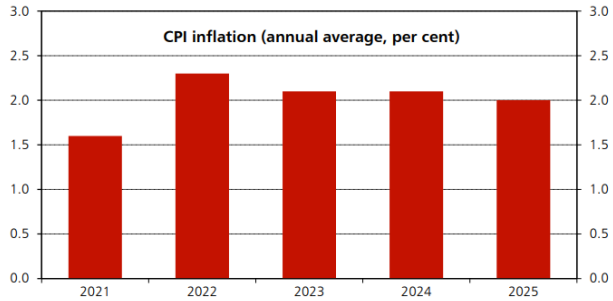
WSKAŹNIK	bieżący	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	Q2 2022	2022
GDP Growth Rate (%)	-1.60	1.5	1.1	1.4	1.2	0.9
Unemployment Rate (%)	4.80	4.8	5.1	4.9	4.7	4.6
Inflation Rate Mom (%)	0.50	0.4	0.2	0.3	0.4	0.4
Interest Rate (%)	0.10	0.1	0.1	0.1	0.1	0.5
Balance of Trade (GBP Million)	884.00	240	-2800	-2800	600	-800
Government Debt to GDP (% of GDP)	97.40	107	107	110	110	110
Government Budget (% of GDP)	-14.30	-10	-10	-4.4	-4.4	-4.4
Imports (GBP Million)	50759.00	49100	51500	52600	53400	55500
Exports (GBP Million)	51643.00	52000	52700	53200	53600	54700

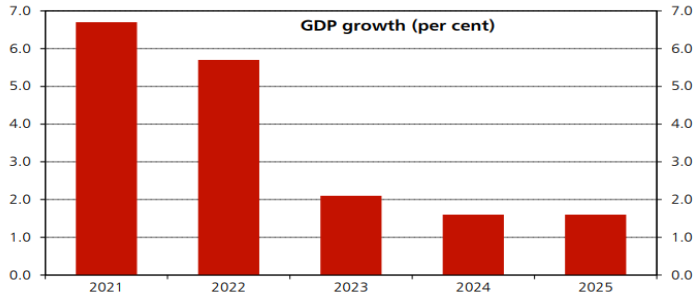
Źródło: https://tradingeconomics.com/united-kingdom/forecast

Rządowy plan odbudowy gospodarki zakłada:

- ochronę miejsc pracy i przeciwdziałanie wzrostowi bezrobocia, które na początku marca znalazło się na najwyższym poziomie od 5 lat (5,1%),
- zmniejszenie długu publicznego i wzmocnienie finansów publicznych poprzez:
  - od kwietnia 2023 r. podniesienie podatków od przedsiębiorstw do poziomu 25% (dla firm, które uzyskują dochód powyżej 250 tys. funtów),
  - do 2026 r. zamrożenie progu kwoty wolnej od podatku oraz progu dochodowego, powyżej którego płaci się wyższą stawkę podatkową,
- przyciągnięcie inwestycji do UK poprzez m.in. zachęty/ulgi podatkowe oraz inwestycyjne.\

Wykres 12 Średniookresowe prognozy PKB i inflacji CPI dla Wielkiej Brytanii (lata 2021-2025)





Źródło: Forecasts for the UK economy: a comparison of independent forecasts compiled by

the Macroeconomic Co-ordination & Strategy Team
www.gov.uk/government/organisations/hmtreasury/series/dataforecasts

PROGNOZY SEKTOROWE

Branża soków owocowych w Wielkiej Brytanii znajduje się pod silnym wpływem trendów konsumenckich, które wpływają na wewnętrzną i zewnętrzną konkurencję. Rosnąca świadomość zdrowotna wśród brytyjskich konsumentów zwiększyła sprzedaż i wspierała przychody w ciągu ostatnich pięciu lat. Coraz więcej klientów używa soków, aby włączyć do swojej diety więcej owoców i warzyw. Zainteresowanie konsumentów sokami 100%, rośnie więc w ciągu ostatnich kilku lat, czego przyczyn upatruje się w powiązaniu z trendem na rzecz zdrowego stylu życia i świadomego odżywiania[8].

Oczekuje się, że branża będzie się dalej rozwijać w ciągu najbliższych pięciu lat, choć w nieco wolniejszym tempie, niż w bieżącym okresie. Szacuje się, że przychody branży sokowej znacznie wzrosną, w łącznym rocznym tempie 7,9% w ciągu następnego roku. Oczekuje się, że rynek będzie rósł rocznie o 4,13% (CAGR 2021-2026)[9].

Do 2026 roku 31% wydatków i 14% konsumpcji wolumenowej w segmencie soków będzie przypisywana konsumpcji poza domem (np. w barach i restauracjach). Przewiduje się, że w segmencie soków wolumen wyniesie 1145,2 ml do 2026 r[10].

W kontekście analizowanych prognoz sektorowych dla rozwoju brytyjskiego rynku soków owocowych istotne znacznie ma również rosnący ostatnio trend na produkt mrożony[11]. Odbiorcy oczekują bowiem świeżego soku, bez konserwantów, sztucznych barwników i nieprzetworzonego, bogatego we wszystkie naturalnie występujące witaminy i minerały, przy czym obawiają się ich utraty w procesie pasteryzacji. Stąd, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom odbiorców, korzystniejszą alternatywą zaczyna być mrożenie świeżo wyciśniętego soku i w takiej formie dostarczanie go bezpośrednio do odbiorcy. Klient otrzymuje produkt zgodny z oczekiwaniami, świeży, bogaty we właściwości sok, w wygodny i tani sposób.

Kolejnym ważnym czynnikiem, koniecznym do pokreślenia w kontekście prognoz rozwoju rynku, są również identyfikowane obecnie obawy konsumentów, dotyczące zawartości cukru w sokach, nawet tych naturalnie występujących. Aby przeciwdziałać negatywnym trendom i stymulować spożycie 100% soków owocowych, Europejskie Stowarzyszenie Soków Owocowych rozpoczęło kampanię promocyjną wykorzystującą zweryfikowane informacje naukowe na temat korzyści zdrowotnych płynących ze spożywania soków owocowych, o nazwie „Sok owocowy ma znaczenie". Głównym założeniem prowadzonych kampanii informacyjnych ma być szerzenie przekonania, że korzyści płynące z włączenia do diety odpowiedniej ilości warzyw i owoców przewyższają ryzyko ewentualnego przekroczenia dziennej dawki zapotrzebowania na cukier. Mała szklanka 100% soku owocowego (150

[8] Ibis world, Produkcja soku w Wielkiej Brytanii – raport z badania rynku
9 Market Reserch, Sok w Wielkiej Brytanii
10 Statista
11 CBI Ministerstwo spraw zagranicznych, Jakie trendy stwarzają szanse lub zagrożenia na europejskim rynku przetworów owocowych i warzywnych

ml) dostarcza 62 kalorii, zaledwie 3% dziennego zalecenia kalorycznego dla osoby dorosłej. Soki 100% nie zawierają więcej kalorii niż równoważne całe owoce, ale zapewniają podobny poziom witamin, minerałów i związków bioaktywnych roślin[12].

[12] Fruit Juice Science Centre, Korzyści z owoców i warzyw

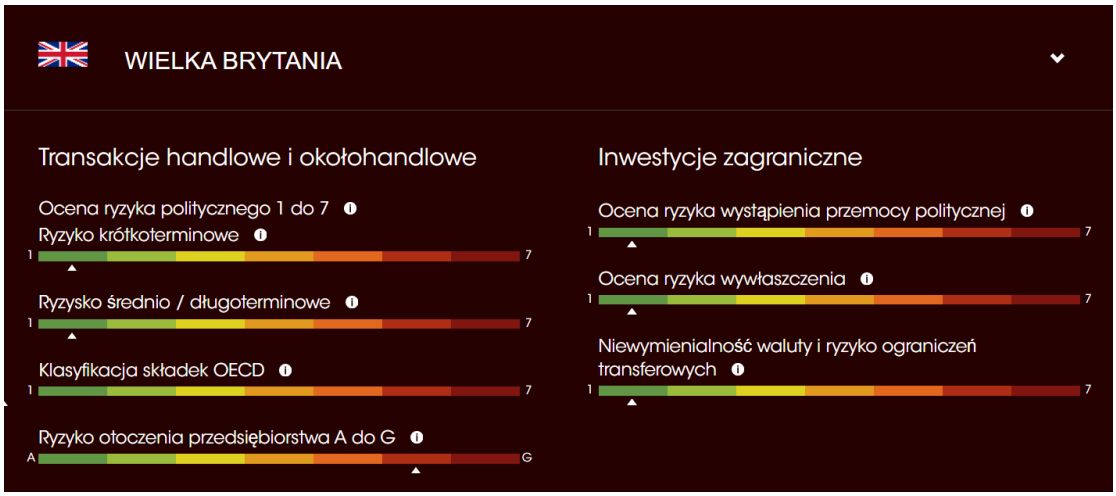
3 Analiza możliwości sprzedaży oferty firmy na rynku brytyjskim

3.1 Środowisko biznesowe i prowadzenie działalności na rynku brytyjskim

Poniżej przedstawione są informacje dotyczące Wielkiej Brytanii pod kątem oceny ryzyka handlowego i politycznego. We wszystkich ocenianych rodzajach ryzykach, w skali od 1 do 7, UK uzyskało kategorię 1 obejmującą kraje, dla których ryzyko oceniane jest jako najniższe.

W podanej analizie najniższą ocenę wystawiono dla ryzyka związanego z otoczeniem przedsiębiorstwa. Wpływ na to miał globalny kryzys gospodarczy spowodowany pandemią COVID-19 i spadek wskaźników gospodarczych i finansowych.

Wykres 13 Ocena Analizy ryzyka Wielkiej Brytanii (2021)



Źródło: https://credendo.com/pl/country-risk/united-kingdom

Wielka Brytania ma otwarty, przejrzysty i przyjazny dla biznesu system, który zachęca do zakładania firm lub rozszerzania działalności na tamtejszy rynek.

Zjednoczone Królestwo jest na **8 miejscu globalnej czołówki pod względem ogólnej łatwości prowadzenia działalności gospodarczej** według rankingu "Doing Business" opublikowanego przez Bank Światowy w 2020r.[13] Ranking "Doing Business" porównuje warunki prowadzenia biznesu w 190 krajach świata. Dla porównania Niemcy są na 22 miejscu a Polska na miejscu 40.

Wielka Brytania jest na 18 miejscu pod względem łatwości założenia firmy. Założenie działalności i zarejestrowanie firmy jest proste i szybkie w wykonaniu. Do otwarcia działalności wymagane są średnio 4 procedury co trwa 4,5 dnia. Średnie dla krajów OECD o wysokim dochodzie wyniosły odpowiednio 4,9 i 9,2.

Brytyjskie firmy regulują swoje zobowiązania terminowo i stosują powszechnie przyjęte metody transakcyjne. Standardem jest odroczenie płatności na okres 30-60 dni. Małe i średnie firmy preferują zazwyczaj rozliczenia w funtach.

Nie powinno być również problemów z rozpatrywaniem sporów handlowych przez brytyjskie sądy.

[13] World Bank Doing Business 2020

Uznają one prawo własności do przedmiotu transakcji aż do chwili realizacji zapłaty jednak zalecane jest dodatkowe uregulowanie tych kwestii w kontrakcie.

W Wielkiej Brytanii obowiązuje dość liberalne prawo w zakresie promocji sprzedaży i reklamy, ale jednocześnie konsumenci objęci są bardzo rozbudowanym systemem ochrony.

3.2 Analiza oferty firmy

Poniżej przedstawiono analizę SWOT słabych i mocnych stron oferty firmy w kontekście produktu firmy, soku mrożonego, oraz szans i zagrożeń dla działalności przedsiębiorstwa. Analiza SWOT stanowi jedną z podstawowych metod analizy strategicznej przedsiębiorstwa.

Mocne strony oferty firmy	Słabe strony oferty firmy
Atrakcyjna cena surowca (pomarańczy) i niskie koszty produkcji	Brak doświadczenia eksportowego
Konkurencyjna cena produktu	Brak doświadczenia w zakresie sprzedaży i transportu soku mrożonego
Duże możliwości produkcyjne oraz łatwość zwiększenia produkcji	Nieznajomość firmy na rynku brytyjskim, brak rekomendacji/referencji z rynku brytyjskiego
Mała konkurencja dla soku mrożonego (w Polsce brak producentów)	Brak doświadczenia we współpracy z firmami pochodzącymi z rynku brytyjskiego
Duże zapotrzebowanie na świeży sok pomarańczowy w branży hotelowej (4 i 5*hotele)	Wysokie koszty energii od czerwca 2021 (mrożenie)
Produkt premium pożądany przez rynek odbiorców	Trudno przewidywalny koszt transportu (paliwo, wynagrodzenia)
Elastyczność i krótki czas realizacji zamówienia	
Stale rozwijane zaplecze technologiczne - nowoczesne wyciskarki przemysłowe	
Bardzo dobra kondycja finansowa firmy	
Wykwalifikowana kadra menedżerska, niska rotacja zespołu pracowników	
Dogodna lokalizacja zakładu – bliskość infrastruktury transportowej: drogowej, morskiej, lotniczej	

Wskazano również szanse i zagrożenia dla działalności firmy na rynku brytyjskim

Szanse rozwoju firmy na rynku brytyjskim	Zagrożenia rozwoju firmy na rynku brytyjskim
Duży i chłonny rynek odbiorców	Brexit i jego konsekwencje – wzrost działań administracyjnych związanych ze sprzedażą na rynek brytyjski
Prognozowany, długookresowy wzrost rozwoju gospodarczego UK	Wzrost trendów izolacjonistycznych w Wielkiej Brytanii, niechęć do współpracy

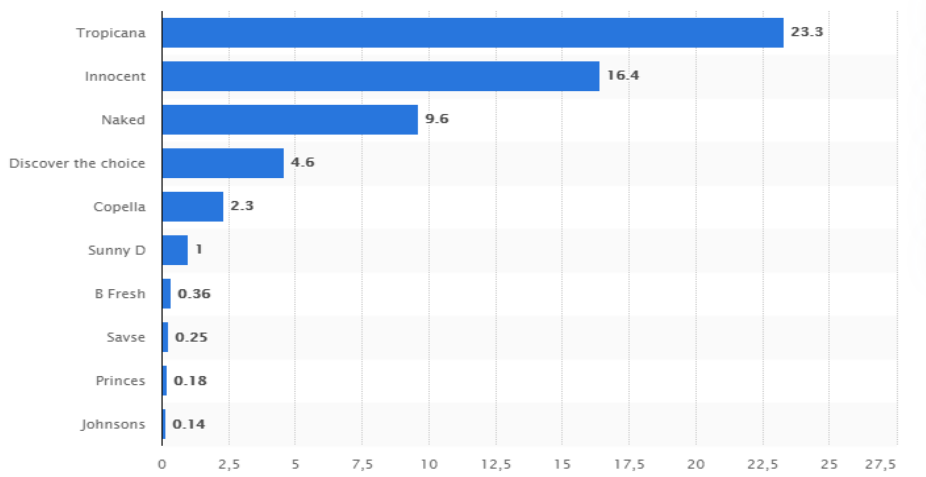
Prognozy rozwoju rynku soków powiązane ze wzrostem znaczenia świadomego odżywiania i konieczności zwiększenia ilości spożywanych warzyw i owoców	Przywiązanie do lokalnych producentów i obecnych dostawców
Identyfikowane zainteresowanie produktem mrożonym, zastępującym produkt pasteryzowany	Rozwój rynku w kierunku ograniczenia spożywania cukrów, w tym również występujących naturalnie i zastępowanie spożywania soków wodą
	Różnice kulturowe i językowe
	Stosunkowo wysokie koszty działań na rynku zagranicznym w tym marketingu i promocji

Dokonując podsumowania przeprowadzonej analizy z pewnością należy uznać, iż silne strony przedsiębiorstwa dominują nad słabymi, jednak zagrożenia rozwoju firmy na rynku brytyjskim przewyższają szanse zaistnienia na nim. Do silnych stron należą przede wszystkim ustabilizowana pozycja firmy, przejawiająca się w doskonałe kondycji finansowej, dużych możliwościach produkcyjnych i konkurencyjnej cenie planowanego do eksportu produktu. Do słabych stron należy przede wszystkim brak doświadczenia eksportowego oraz kontaktów handlowych na brytyjskim rynku. Z zagrożeń najsilniejszymi są konsekwencji Brexitu, w powiązaniu do mocnego przywiązania Brytyjczyków do lokalnych bądź rozpoznawalnych marek. Szansą są wciąż niezaspokojony popyt i dobre perspektywy rozwoju branży rynku soków, w tym również produktu mrożonego.

3.3 Analiza konkurencji na rynku brytyjskim

W 2020 roku wiodącą marką soków i smoothie pod względem przychodów ze sprzedaży detalicznej w Wielkiej Brytanii (UK) była Tropicana. Firma wygenerowała sprzedaż w wysokości około 23 milionów funtów brytyjskich. To prawie 70 proc. więcej niż drugi czołowy konkurent Innocent, który w tym roku osiągnął przychód około 16 milionów funtów brytyjskich.

Wykres 14. Przychody ze sprzedaży detalicznej wiodących marek soków i smoothie w Wielkiej Brytanii (UK) w 2020 r. (w mln GBP)



Źródło: Statista

Wg brytyjskiego portalu thegrocer.co.uk w roku 2020 najważniejszymi producentami soków byli:[14]

- **Tropicana** - https://tropicana.co.uk/
- **Innocent** - https://www.innocentdrinks.co.uk/
  Naked Juice - https://www.nakedjuice.com/
- **Sunny Delight** - https://sunnyd.com/
- **The Juice Works** - https://www.thejuiceworks.co.uk/
- **Projuice** - https://www.projuice.co.uk/
  Big Jucie - https://www.bigjuiceltd.com/ Powyższa analiza potwierdza, iż rynek producentów soków jest bardzo konkurencyjny, zdominowany przez brytyjskim przedstawicieli światowych koncernów napojowych PepsiCo i Coca-Cola, posiadających szeroko rozbudowaną ofertę napojów bezalkoholowych, w tym soków. Identyfikuje się również występowanie podmiotów z brytyjskim kapitałem, które również posiadają ugruntowaną pozycję rynkową i generują milionowe przychody. Poza dużymi graczami, na rynku funkcjonuje również liczna grupa mniejszych podmiotów, działających na lokalnym rynku o zawężonej, mocno zindywidualizowanej ofercie np. produkcji koktajli, mrożonych saszetek soków i smoothies, koncentratów i przecierów, mrożonych herbata itp.

Wśród żadnego jednak ze zidentyfikowanych konkurentów w Wielkiej Brytanii, nie odnaleziono w ofercie świeżo wyciśniętego na zimno soku pomarańczowego, zamrożonego bezpośrednio po przygotowaniu, przeznaczonego dla odbiorcy zbiorowego, w tym klientów branży HoReCa. Producenci klienta zbiorowego zazwyczaj, w celu nadania swoim sokom przedłużonej świeżości i przydatności do spożycia wykorzystują proces pasteryzacji. Taka forma przetworzenia produktu nie wymaga specjalnych warunków temperaturowych dla ich transportu, przez co jest dużo tańsza niż przewożenie w chłodni soku zamrożonego. Jednak dla niektórych odbiorców pasteryzacja pozbawia sok najważniejszych wartości odżywczych. Szukanie alternatywnego skutecznego sposobu przechowywania i transportu świeżo wyciskanego soku będzie oferta soku mrożonego firmy.. Wśród analizowanych konkurentów dostępne są oferty mrożonych herbat, koktajli oraz tubek z przecierami owocowymi dla klienta indywidulanego.

Bardzo charakterystycznym trendem dostrzeganym na rynku konkurencji, z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności są kierunki dążenia do zrównoważonego rozwoju. Wszyscy zidentyfikowani konkurencji na swoich stronach internetowych, podkreślają szereg działań podejmowanych, w celu ograniczania negatywnego wpływu ich działalności na środowisko naturalne.

3.4 Przewaga konkurencyjna firmy na rynku brytyjskim

Celem firmy jest sprzedaż soku świeżo wyciskanego bez dodatków, mrożonego w butelkach 2 i 3 litrowych na rynek HoReCa – hoteli, restauracji, cateringów. Konkurencja w tym sektorze jest mała (w Polsce jest tylko jedna firma oferująca podobny produkt - Florida Naturals). W powyższej analizie konkurentów na rynku brytyjskim również nie odnaleziono podmiotów oferujący tożsamy produkt dla odbiorców rynku HoReCa. Wiąże się to przede wszystkim z niższą opłacalnością usługi, wynikającą z

[14] https://www.thegrocer.co.uk/top-products/soft-drinks-juices-and-smoothies-top-products-2020/651412.article

wyższych kosztów transportu soku mrożonego w chłodni, w porównaniu z kosztami transportu produktu pasteryzowanego.

Znając dostępną na rynku konkurencję oraz mocne strony oferty firmy, poniżej zaprezentowano aspekty, które stanowić mogą przewagę na brytyjskim rynku.

Zindywidualizowana oferta, wprost realizująca oczekiwania odbiorców – rynek branży hoteli, restauracji i cateringu posiada precyzyjnie określone potrzeby i oczekiwania. Oferując swoim klientom produkt premium w postaci świeżo wyciskanego soku pomarańczowego 100%, poszukują dostawców dostarczających taki produkt bez możliwości stosowania zamienników gorszej jakości. Wśród identyfikowanej konkurencji dostarczającej rozwiązania dla branży HoReCa dominuje pasteryzacja, jako sposób przedłużania trwałości soku. Produkt pasteryzowany nie spełnia jednak oczekiwań odbiorców. Stąd oferta firmy zakładająca dostarczanie oczekiwanego przez klientów soku w postaci mrożonej, stanowić będzie przewagę nad rozwiązaniami najczęściej stosowanymi wśród konkurencji.

Dbałość o wysoką jakość - to bardzo ważna cechy na wymagającym rynku brytyjskim. Wysoka jakość produktów może być cechą decyzyjną, przekonującą odbiorców do podjęcia współpracy i korzystania z oferty firmy. Świeżo wyciskany sok pomarańczowy, bez żadnych dodatków jest produktem premium. Dzięki mrożeniu może być bezpiecznie przechowywany przez dłuższy czas bez straty na jego jakości. Przeznaczony na rynek brytyjski mrożony sok pomarańczowyfirmy, produkowany będzie z najsłodszych i najbardziej soczystych owoców z rejonów najbardziej nasłonecznionych i najlepiej nawodnionych plantacji: od listopada do kwietnia z Egiptu, lipiec – sierpień z RPA, a od września do lutego z krajów europejskich głównie z Grecji i Hiszpanii. Wszystkie plantacje eksportujące pomarańcze muszą posiadać certyfikację upraw. Sok pozyskiwany będzie metodą wyciskania na zimno – najlepszy sposób wyciskania, pozwalający zachować wartości odżywcze i witaminy. Następnie od razu pakowany w 2 litrowe opakowania typu kanister wykonane z politereftalanu etylenu (PET) z atestem do żywności, następnie zamrażany szokowo. Kanistry pakowane będą w kartony po 10 szt. i dalej transportowane na palety. Wszystkie czynności realizowane będą w ciągu mroźniczym. Z mroźni soki na paletach ładowane są na samochody ciężarowe typu mroźnia i dystrybuowane będą klienta. Całość zorganizowanego procesu oraz wysoka jakość używanych surowców, zagwarantuje najwyższą jakość soku 100%, dostarczanego do klienta docelowego.

Konkurencyjna cena – przewagę na rynku będzie definiowała cena produktu. Końcowi odbiorcy z rynku HoReCa analizują produkty pod kątem opłacalności (czas wyciskania soku na miejscu, ilość odpadu, koszty utylizacji odpadu, ilość osób zaangażowanych do wyciskania soku – cena ich pracy, dostępność sprzętu do wyciskania i jego wydajność). Z uwagi na ten fakt sam proces wyciskania na miejscu, nie jest opłacalny. Dlatego też poszukują dostawców oczekiwanego produktu na zewnątrz. Firmy konkurencyjnie mogą dostarczać sok w formie pasteryzowanej, co nie realizuje potrzeb rynku, natomiast dostawa świeżego soku niepasteryzowanego, realizowana jest w cenie nieakceptowanej przez odbiorców. Produkt firmy sok 100% wyciskany najwyżej jakości bez dodatków będzie oferowany w niższej cenie. Firma dzięki niskiemu kosztowi produkcji, niskiej cenie pomarańczy i małej marży jest w stanie zaoferować produkt atrakcyjny cenowo.

Organizacja łańcuch dostaw – jest jednym z ważnych czynników budowania przewagi konkurencyjnej, gdyż jej efektywne zorganizowanie wpływa na cenę produktu oraz terminowość dostaw, które mają kluczowe znaczenie przy obsłudze branży HoReCa.

Określone powyżej potencjalne przewagi konkurencyjne przedsiębiorstwa stanowią kombinację czynników zarówno jakościowych i cenowych. Wg raportu „Konkurencyjność polskiego eksportu w wymiarze jakościowo-cenowym", polscy producenci eksportujący towary do Wielkiej Brytanii wysokim stopniu wykorzystywali dotychczas przewagi jakościowe, jednak na przestrzeni lat 2004 – 2018 zauważalny jest wzrost głównego konkurowania ceną[15]. Takie zestawienie czynników wyróżniających ofertę firmy pod względem zarówno jakości, jak i niższej ceny daje duże szanse powodzenia na planowanym do ekspansji rynku zagranicznym.

3.5 Sposoby wejścia na rynek brytyjski

Poniżej przedstawiono analizę możliwych sposobów wejścia na rynek brytyjski i kanałów sprzedaży produktów, jak również rekomendację typów partnerów biznesowych.

Brytyjski rynek jest bardzo rozwinięty i konkurencyjny ze względu na łatwość prowadzenia działalności i otwartości na konkurencję zagraniczną. Jest to rynek klienta, a wybór dostawców jest bardzo duży.

Szanse na zaistnienie mają tylko firmy, które są w stanie się wyróżnić i zagwarantować produkt wysokiej jakości, wsparty niezawodną obsługą.

Aby wejść na rynek, produkty i usługi muszą być konkurencyjne na skalę światową. Istotne jest, aby wykazać wyraźną przewagę konkurencyjną.

Brytyjscy partnerzy doceniają zaangażowanie na rynku w perspektywie długoterminowej. Wizyty są ważne, ponieważ partnerzy oczekują wiarygodności i zaangażowania partnera. Dobry kontakt osobisty jest istotny dlatego należy dokładać starań w celu wczesnego nawiązania i rozwijania dobrych relacji z partnerem.

MOŻLIWE SPOSOBY WEJŚCIA NA RYNEK BRYTYJSKI

Przy internacjonalizacji przedsiębiorstwa stosuje się dwie podstawowe strategie wejścia na rynek:

- Tradycyjną obejmującą:
  - eksport bezpośredni: bezpośredni kontakt z klientami,
  - eksport pośredni: agenci, przedstawiciele, pośrednicy, hurtownie, dystrybutorzy,
  - ekspansję organizacyjną: file, przedstawicielstwa, spółki, inwestycje zagraniczne.
- Nowoczesną obejmującą:
  - E-commerce, online shop,
  - platformy marketplace.

REKOMENDACJE

W przypadku firmy wybór sposobu wejścia na rynek brytyjski uzależniony jest od trzech głównych czynników:

- **Charakteru oferowanego produktu/usługi**
  Proponowana przez przedsiębiorcę oferta koncentruje się na dostarczaniu świeżo wyciskanego 100% soku pomarańczowego, niepasteryzowanego, stanowiącego produkt premium dla branży odbiorców hoteli, restauracji i cateringów.

[15] *Konkurencyjność polskiego eksportu w wymiarze jakościowo-cenowym*, Polski Instytut Ekonomiczny, 2020.

- **Doświadczenie zagraniczne**
  Przedsiębiorstwo nie posiada doświadczenia w handlu zagranicznym ani współpracy z partnerami z rynku brytyjskiego. Z tego względu w procesie wyboru sposobu wejścia na rynek Wielkiej Brytanii należy uwzględnić ryzyko z tym związane.
- **Wielkość przedsiębiorstwa**
  Małe i średnie firmy, ze względu na niedostatek kapitału i kadry menedżerskiej skłonne są włączać do udziału lokalnego partnera (pośrednika).

Biorąc powyższe pod uwagę **przedsiębiorstwo w pierwszej kolejności powinno skoncentrować się na bezpośrednich kontaktach z klientami**, w systemie B2B.

Kontakt z klientem można ustanowić za pomocą list mailingowych, telefonicznie, podczas spotkań branżowych, kontaktach z izbami handlowymi i różnymi organizacjami branżowymi, obecnością na targach, strategicznym wysyłaniu materiałów informacyjnych oraz poprzez aktywność w mediach społecznościowych i innych serwisach internetowych. **Bezpośrednia sprzedaż do klientów** indywidualnych daje firmie dużą kontrolę nad działaniami marketingowymi oraz wyborem klienta i projektów. We współpracy bezpośredniej klient-odbiorca otrzyma najatrakcyjniejszą ofertę cenową (nieobarczoną prowizjami firm pośredniczących), niemniej jednak ten rodzaj współpracy wymaga od firmy największego zaangażowania w nawiązywanie nowych kontaktów i rozwijanie tych już posiadanych (np. w celu uzyskania rekomendacji).

W przypadku wyboru tej formy wejścia na rynek należy skoncentrować działania na wybranej, docelowej grupie klientów mających siedzibę w Wielkiej Brytanii, w tym przede wszystkim hoteli, restauracji i cateringów.

Przy tej formie wchodzenia na rynek firma będzie mogła wykorzystać atuty, którymi dysponuje:

- najwyższa jakość produktu w postaci soku 100% niepasteryzowanego,
- konkurencyjna cena,
- zorganizowany system terminowej i sprawnej dostawy,
- prowadzenie produkcji z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju.

Dostęp do klienta na rynku brytyjskim, gdzie firma nie jest jeszcze znana, wymagać będzie dużych nakładów czasu na promocję przy potencjalnie początkowo ograniczonych efektach sprzedaży. Dobra znajomość języka stanowić będzie atuty firmy. **Rekomenduje się dodatkowo pozyskanie pracownika – native speakera (przedstawiciela handlowego) na rynku docelowym do bezpośredniego kontaktu z potencjalnymi odbiorcami oraz przygotowanie materiałów marketingowych w języku angielskim, np. w postaci profesjonalnego filmu promocyjnego z angielskojęzycznym lektorem.**

Zalety tej formy wejścia na rynek:

- poszczególne etapy eksportu będą kontrolowane przezfirmę,
- bezpośredni kontakt firmy z zagranicznymi odbiorcami,
- zdobycie doświadczenia i poznanie rynku brytyjskiego,
- wzrasta poziom kwalifikacji i pracowników handlowych firmy,
- silniejsze przestawienie się na standardy zagraniczne co ułatwi dalszą ekspansję,
- możliwość zaoferowania najkorzystniejszej oferty cenowej klientowi, dzięki czemu firma będzie miała większe pole negocjacji, a klient będzie mógł docenić stosunek jakości do ceny,

- budowanie rozpoznawalności przedsiębiorstwa na rynku zagranicznym.

Wady tej formy wejścia na rynek:

- spore ryzyko niepowodzenia,
- ograniczone doświadczenie biznesowe i mniejsze tempo wzrostu,
- konieczność samodzielnego wyszukiwania nowych odbiorców i stałe zaangażowanie w podtrzymywanie istniejących relacji, może doprowadzić do konieczności zwiększenia kosztów na działalność handlową firmy.

Hurtownie i dystrybutorzy: z uwagi na charakter produktu eksportowego, jaki będzie mrożony sok, firma ofertę swoją może skierować na rynek poprzez eksport pośredni, przy zaangażowaniu hurtowni i dystrybutorów. Zapewniają oni dostęp do rynku, wykorzystując istniejącą sieć dystrybucji i wiedzę na jego temat, a firma dzięki temu osiąga oszczędności na kosztach sprzedaży i promocji na zagranicznym rynku. Należy rozpatrzyć współpracę z hurtownią lub dystrybutorem działającym w całym regionie Wielkiej Brytanii.

Zalety tej formy wejścia na rynek:

- niski poziom ryzyka,
- niski poziom kosztów dystrybucji,
- pomnożone szanse sprzedaży produkcji,
- monitorowanie rynku jest prowadzone przez hurtowników,
- brak kosztów transportowych,
- koszty promocji produktów ponosi hurtownik.

Wady tej formy wejścia na rynek:

- brak kontroli,
- długie oczekiwanie na płatność za produkty,
- wysoka konkurencja pośród innych towarów, które oferuje hurtownik,
- mniejsze szanse na „przebicie się” ze swoją ofertą na rynku,
- ceny na produkty są ustalane przez hurtowników,
- narzędzia promocyjne są wybierane wyłącznie przez hurtowników.

Podsumowując, firma powinna skoncentrować się na podjęciu współpracy z bezpośrednimi odbiorcami swoich produktów, w tym hoteli, restauracji i cateringów. W ten sposób w najlepszym stopniu będzie mogła wykorzystać atuty, którymi dysponuje: zindywidualizowaną, wysokiej jakości ofertą w połączeniu z atrakcyjną ceną. Ten rodzaj współpracy będzie najbardziej intratny pod względem finansowym oraz korzystny pod względem budowania doświadczenia.

Współpraca z hurtowniami i dystrybutorami może być dodatkowym kanałem, w prawdzie mniej opłacalnym finansowo, niemniej dość mocno rozwiniętym na rynku brytyjskim, przez co skutecznym na większą skalę.

3.6 Analiza nabywców

Planowany do eksportowania świeżo wyciśnięty, zamrożony 100% sok pomarańczowy, kierowany będzie do odbiorców branży HoReCa na rynku brytyjskim.

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA NABYWCÓW BRYTYJSKICH

W identyfikowanej grupie docelowej, wyróżnić można kilka zasadniczych preferencji i upodobań, wśród których kluczowe są:

- lojalność wobec dotychczasowych dostawców/odbiorców jest bardzo wysoka, w tym przede wszystkim do lokalnych dostawców/odbiorców,
- cena jako istotny czynniki, mogący decydować o wyborze klienta,
- budowanie relacji biznesowej z kontrahentem następuje stopniowo– od spotkań zapoznawczych, poprzez prezentację profilu działalności, próbne transakcje, aż do ustanowienia długotrwałej współpracy,
- wyróżniające się trendy: ekotrendy - organic, clean label, cruelty free, zero waste, działania prośrodowiskowe, społeczna odpowiedzialność biznesu,
- uwzględnianie ryzyka oszustwa gospodarczego – kluczowym aspektem jest posiadanie referencji potwierdzających wiarygodność jako partnera biznesowego, firmy brytyjskie weryfikują kontrahentów przed nawiązaniem relacji handlowych, ubezpieczając swoje należności,
- uwzględnianie ryzyka walutowego – oczekiwanie elastycznego podejścia do waluty rozliczeniowej - praktycznym rozwiązaniem jest posiadanie lokalnego konta rozliczeniowego w Wielkiej Brytanii.

WIELKOŚĆ SEKTORA HORECA

Branża HoReCa to przede wszystkim branża gastronomiczna i usług noclegowych. Oznacza restauracje, kawiarnie, puby, bary, catering, hotele, kempingi i inne miejsca noclegowe, w których świadczone są usługi wyżywienia i napojów dla gości.

W 2019 r. sektor ten przyniósł 59,3 miliarda funtów wartości dodanej brutto do brytyjskiej gospodarki, co stanowi około 3,0% całkowitego wyniku gospodarczego Wielkiej Brytanii.

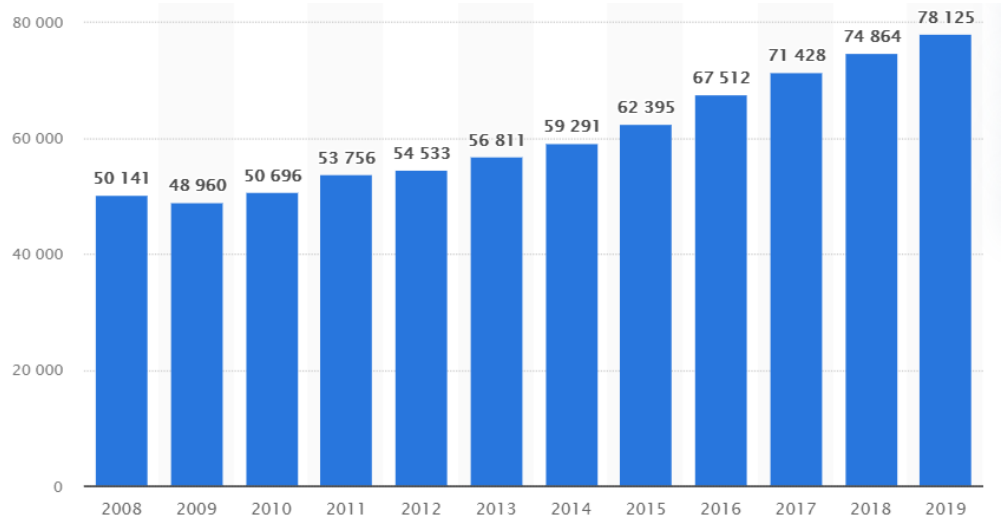
W ciągu trzech miesięcy do września 2020 r. w sektorze HoReCa w Wielkiej Brytanii było 2,38 mln miejsc pracy, co stanowi 6,9% całkowitego zatrudnienia w Wielkiej Brytanii.

Na dzień 1 stycznia 2020 r. w Wielkiej Brytanii istniało 223 045 firm hotelarskich, co stanowi 3,7% wszystkich firm w Wielkiej Brytanii. Spośród nich 137 225 to pracodawcy, 10% ogółu Wielkiej Brytanii. Firmy hotelarskie stanowią 3-5% firm w każdym kraju i regionie[16].

Potencjał odbiorców całej branży HoReCa potwierdzają osiągane obroty sektora spożywczego i napojów, sięgające prawie 80 mln GBP w 2019 r. (wykres 15) oraz obroty przedsiębiorstw wyłącznie z branży napojów, wynoszące prawie 24 mln GBP (wykres 16).

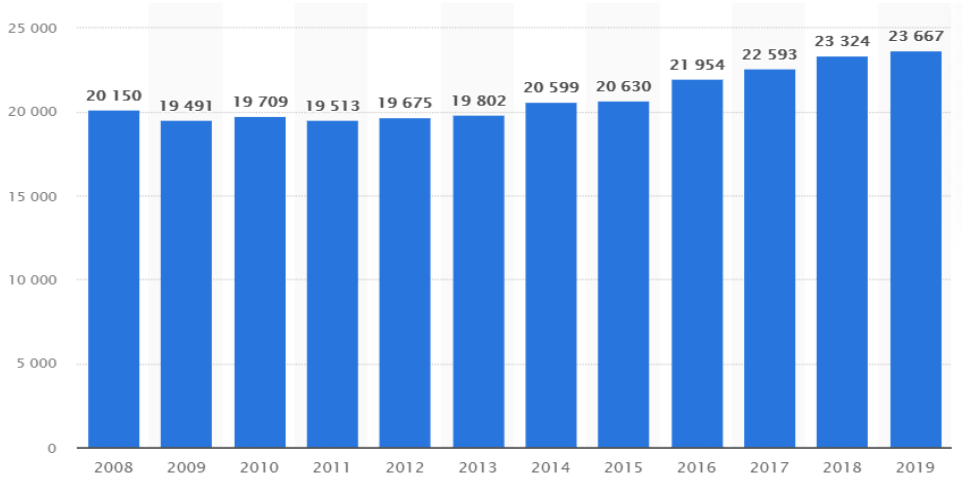
[16] House on Commons, Hospitality industry and Covid-19, 2021

Wykres 15. Obroty przedsiębiorstw z branży spożywczej i napojów w Wielkiej Brytanii (UK) w latach 2008-2019 (w mln GBP)



źródło: Statista

Wykres 16. Obroty przedsiębiorstw z branży napojów w Wielkiej Brytanii (UK) w latach 2008-2019(w mln GBP)



źródło: Statista

W celu zagwarantowania skutecznego dotarcia do końcowych nabywców, którymi są podmioty z branży hotelarskiej, restauracyjnej i cateringu, istotne jest również nawiązanie współpracy z hurtowniami, zaopatrującym brytyjski rynek HoReCa.

WPŁYW COVID-19 NA BRANŻĘ HORECA [17]

Sektor żywności i zakwaterowania jest jednym z sektorów najbardziej dotkniętych pandemią. Ograniczenia w handlu znacząco wpłynęły na obroty biznesu hotelarskiego. Bieżące koszty stałe i

[17] Tamże

narastanie zadłużenia przy utrzymujących się niskich przychodach stanowią poważny problem dla sektora.

W związku z zamknięciem obiektów, produkcja gospodarcza w sektorze HoReCa spadła o 90% w kwietniu 2020 r. w porównaniu z lutym 2020 r. Produkcja wzrosła w lecie 2020 r., wzmocniona przez złagodzenie ograniczeń dotyczących koronawirusa i programu „ Eat Out, aby pomóc" w sierpniu, ale nadal była poniżej poziomów sprzed pandemii. Produkcja ponownie spadła od września, ponieważ liczba przypadków Covid-19 wzrosła i nałożono kolejne ograniczenia.

Na początku marca (22 lutego – 7 marca 2021 r.) ONS poinformował, że jedynie 43% firm z branży hotelarskiej prowadziło handel, w porównaniu do 74% we wszystkich branżach. 55% firm hotelarskich tymczasowo wstrzymało handel, w porównaniu do 24% we wszystkich branżach. Prawie 1 na 5 firm hotelarskich (19%) ma „negatywne przekonanie", że ich firma przetrwa kolejne 3 miesiące.

Od stycznia do marca 2020 r. do lipca-września 2020 r. liczba pracowników sektora spadła o 6% (147 tys.). Jednak pandemia nie spowodowała jeszcze oczekiwanego wzrostu bezrobocia.

W celu ratowania branży i odbudowy sektora po pandemii, uruchomiono liczne systemy wsparcia, takie jak Program utrzymania pracy związany z koronawirusem (CJRS), pożyczki biznesowe, odrębne programy dotacji i ulgi w zakresie stawek biznesowych, obniżone stawki VAT, wakacje dla firma, kampanie społeczne np. „Eat Out to Help Out".

Biorąc pod uwagę dużą liczbę niepewności związanych z ograniczeniami COVID-19, prognozowanie trendów w hotelach jest niezwykle trudne. Dostępność szczepionki, którą można szybko i powszechnie podawać, jest kluczem do powrotu do zdrowia w połączeniu z zaufaniem konsumentów do podróżowania.

Chociaż prognozy na 2021 r. wykazują pewną ulgę w porównaniu z gwałtownymi spadkami w 2020 r., jest to dalekie od „biznesu jak zwykle", a wskaźniki obłożenia pokoi w całej Wielkiej Brytanii prognozowane są na najniższym poziomie od rozpoczęcia usług benchmarkingu hoteli. Szacuje się, że w najgorszych perspektywach obłożenie hoteli w 2021 r. wyniesie 55% w całej Wielkiej Brytanii, a powrót do poziomów sprzed COVID-19 może zająć cztery lata[18].

3.7 Wskazanie potencjalnych lokalizacji geograficznych dla działań firmy na rynku brytyjskim

W skład Wielkiej Brytanii zalicza się Anglię, Walię i Szkocję położone na wyspie Wielka Brytania oraz Irlandię Północną, leżąca w północnej części wyspy Irlandia.

Rysunek 2. Podział administracyjny Wielkiej Brytanii

[18] PWC, Prognoza hoteli w Wielkiej Brytanii 2020 – 2021

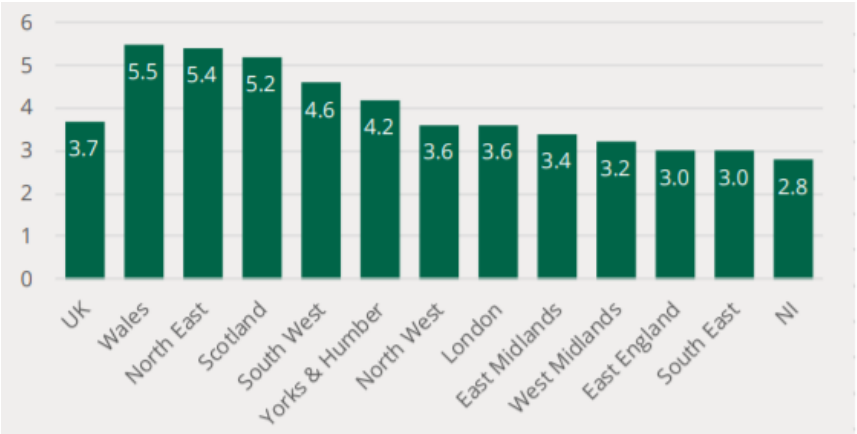
Źródło: https://www.england.pl/informacje/informacje-ogolne-o-anglii

Firmy branży HoReCa stanowią 3-7% firmy prowadzących działalność na terenie całej Wielkiej Brytanii, stąd ich rozmieszczenie jest rozporoszone po całym kraju. Niemniej jednak z uwagi, że największa liczba mieszkańców skupiona jest w największych aglomeracjach miejskich, tam też zlokalizowane są największe sieci hoteli, restauracji i cateringów.

Rozmieszczenie firm HoReCa w rejonach Wielkiej Brytanii (2020 r.) zaprezentowano na poniższym wykresie. Średnia wartość populacji przedsiębiorstw HoReCa w całej Wielkiej Brytanii wynosi 3,7%.

Najliczniejsza grupa potencjalnych odbiorców zlokalizowana jest w rejonie Walii (5,5% populacji przedsiębiorstw), Szkocji (5,2%), natomiast w Anglii najliczniejsze są rejony North East (5,4%) i South West (4,6%). Z uwagi również na duży potencjał największego miasta Wielkiej Brytanii, trzeciego co do wielkości w Europie - Londynu i jego okolic, region ten również należy uznać za obszar potencjalnie atrakcyjny dla oferty eksportowej firmy (3,6%).

Wykres 17. Procentowa populacja przedsiębiorstw HoReCa w kraju i regionach(2020 r.)



Źródło: House on Commons, Hospitality industry and Covid-19

W celu graficznego zaprezentowania lokalizacji przedsiębiorstw branży HoReCa w Anglii poniżej zamieszczono podział administracyjny regionu.

Rysunek 3. Podział administracyjny Anglii

Poza wskazanymi powyżej rejonami z największym potencjałem populacyjnym przedsiębiorstw HoReCa w Anglii (North East i South East) atrakcyjne są również obszary Yorkshire and the Humber (4,2%) oraz North West (3,6%). Trzy wskazane regiony: North East, North West oraz Yorkshire and the Humber, decydują o największej atrakcyjności dla oferty Two Squres północnego regionu Anglii. Wśród kluczowy miast północnego obszaru wymienić można: Manchester, Leeds, Liverpool, Sunderland, York.

Najmniejszy potencjał rozmieszczenia przedsiębiorstw branży HoReCa identyfikuje się w Irlandii Północnej (2,8% populacji przedsiębiorstw).

Z uwagi na powyższe rekomendujemy skupienie działań eksportowych głównie na terenie Walii, Szkocji i Anglii obszarze północnym i południowym oraz w obszarach najludniejszych miast.

3.8 Marketing i promocja dla sprzedaży na rynku brytyjskim

Forma marketingu i promocji w dużym stopniu zależy od wyboru sposobu działania na rynku zagranicznym i decyzji strategicznych firmy wchodzącej na rynek zagraniczny.

Metody komunikacji w eksporcie muszą być odpowiednio dobrane do grupy docelowej, do której adresowany jest przekaz - zasady są podobne jak na rynku krajowym, z uwzględnieniem specyfiki lokalnej. Marketing i promocja są także uzależnione od budżetu i zasobów poświęconych na dany rynek.

W pierwszej kolejności konieczne jest:

- Określenie koncepcji marketingu-mix (Price) Cena, (Product) Produkt, (Promotion) Promocja, (Place) dystrybucja, miejsce sprzedaży.

Zazwyczaj działania z tym związane są trudne ale jednocześnie bardzo istotne z punktu widzenia dalszych działań eksportera. Dzięki temu możemy skonfrontować walory i słabsze strony własnego produktu z produktami konkurencyjnymi, które już znajdują się na rynku brytyjskim. Tego typu badania muszą być prowadzone bezpośrednio na rynku (*field research*).

- Dokonanie wyboru sposobu penetracji rynku (eksport pośredni, bezpośredni, strategia organizacyjna itp.)
  Metody komunikacji w eksporcie muszą być odpowiednio dobrane do grupy docelowej, do której adresowany jest przekaz - zasady są podobne jak na rynku krajowym, z uwzględnieniem specyfiki lokalnej. Bardzo ważnym elementem jest wybór kontrahenta, który będzie decydował o tym, jakie dokładnie działania marketingowe i promocyjne należy podjąć.

REKOMENDACJE

Biorąc pod uwagę wskazaną grupę docelową odbiorców oraz wybraną formę penetracji rynku poprzez bezpośrednie spotkania B2B przedstawiamy poniżej rekomendowane działania w zakresie marketingu i reklamy.

1. Pierwszym krokiem jest ustalenie zakresu oferty na dany rynek oraz przygotowanie wszelkich materiałów informacyjnych.
   - Należy przygotować ofertę składającą się z katalogu, cennika i wszelkich informacji na temat produktu, dostosowaną do docelowej grupy odbiorców.
   - Materiały informacyjne powinny w sposób prosty, ale skuteczny przekazać przewagi produktów firmy takich jak stosowana technologia, jakość, cena.
   - Materiały promocyjne powinny odnosić się i wpisywać w obowiązujące na brytyjskim rynku trendy i oczekiwania odbiorców:
     - podkreślać dbałość o zrównoważony rozwój oraz prowadzenie produkcji i dystrybucji w sposób możliwe jak najmniej obciążający środowisko naturalne, w tym poprzez dążenie do ograniczania ilości odpadów,
     - gwarantować „czystość etykiety", podkreślając brak w składzie sztucznych dodatków, barwników, cukrów i substancji słodzących.
   - W komunikacji z potencjalnymi kontrahentami i przy tworzeniu materiałów multimedialnych w języku obcym ważne jest, aby przekaz był zaprezentowany w brytyjskiej odmianie języka angielskiego.

2. Następnie należy ustalić działania marketingowe mające na celu umożliwienie dostępu do odbiorcy.
   Kontakt z potencjalnymi klientami można zainicjować poprzez kontakty z organizacjami branżowymi i izbami handlowymi, za pomocą maili do strategicznych odbiorców lub telefonicznie, podczas spotkań branżowych np. podczas trwania targów, przez strategiczne wysyłanie materiałów informacyjnych oraz poprzez aktywność w serwisach internetowych specjalizujących się w branży. Materiały promocyjne i informacyjne mogą być bezpośrednio wysyłane mailem do potencjalnych kontrahentów.
3. Obecnie podstawą komunikacji w kanałach elektronicznych jest strona internetowa firmy - pierwsze źródło informacji o firmie i jej produktach. Strona internetowa powinna być:

- Podzielona na funkcjonalne zakładki o firmie: nazwa, branża, zakres działalności, kontakt (telefony, e-maile, okienko korespondencyjne, osoby kontaktowe, zakres ich kompetencji, oferta itp.)
- Sporządzona w języku angielskim na poziomie języka ojczystego (na rynku brytyjskim ma to szczególnie istotne znaczenie)
- Łatwa w obsłudze
- Atrakcyjna graficznie (z uwzględnieniem specyfiku rynku docelowego np. w doborze symboli graficznych, kolorystyki itp.)
- Zawierać wszystkie istotne informacje o biznesie

4. Kolejnym elementem komunikacji internetowej z rynkiem eksportowym powinna być poczta elektroniczna (e-mail) - łatwy i tani sposób komunikowania się z klientami i kontrahentami, który często przyspiesza działania handlowe (warto umieszczać firmowe adresy e-mailowe na wszystkich materiałach promocyjnych firmy kierowanych na rynki eksportowe).
5. Ważne jest również budowanie świadomości marki poprzez aktywność w social mediach: portale społecznościowe typu Facebook, LinkedIn.

Podstawową zasadą w komunikacji z klientem w eksporcie jest zasada czytelności przekazu.

Koniecznie jest aby informacja była napisana w języku angielskim na poziomie natywnym, bez błędów.

3.9 Uregulowania prawne

Wielka Brytania opuściła Unię Europejską 1 lutego 2020 r. po zawarciu Umowy o wystąpieniu stając się tym samym państwem trzecim.

W relacjach z tym państwem przestały obowiązywać swobody przepływu osób, towarów, kapitału i usług. Powróciły kontrole graniczne między UE a Wielką Brytanią.

01.01.2021 roku została wprowadzona w życie „Umowa o handlu i współpracy między Unią Europejską i Europejską Wspólnotą Energii Atomowej, z jednej strony, a Zjednoczonym Królestwem Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, z drugiej strony". Od tego dnia UK znajduje się poza jednolitym rynkiem i unią celną UEo oraz przestaje być związana unijnym prawem.

Umowa stanowi podstawowe porozumienie w sprawie pakietu umów regulujących przyszłe relacje UE I UK, na który składają się:

1. Umowa o handlu i współpracy
2. Umowa o współpracy w zakresie bezpiecznego i pokojowego wykorzystania energii jądrowej
3. Umowa w sprawie procedur bezpieczeństwa na potrzeby wymiany i ochrony informacji niejawnych

Umowa o handlu i współpracy obejmuje nie tylko handel towarami i usługami, ale również inne dziedziny takie jak:

- inwestycje,
- konkurencja,
- pomoc państwa,
- przejrzystość podatkowa,
- transport lotniczy i drogowy,

- energia i zrównoważony rozwój,
- rybołówstwo,
- ochrona danych i koordynacja systemów zabezpieczenia społecznego.

Przewiduje ona zerowe stawki celne i zerowe kontyngenty na wszystkie towary, które spełniają odpowiednie reguły pochodzenia. Zmiany w systemie celnym obejmą liberalizację ok. 87% ceł importowych do Wielkiej Brytanii.

Dla pozostałych dóbr wprowadzone zostaną stawki celne dla ochrony najbardziej narażonych sektorów, jak rolnictwo, sektor motoryzacyjny czy ceramiczny.

DOSTĘP TOWARÓW I USŁUG DO RYNKU BRYTYJSKIEGO od 01.01.2021r. – PODSTAWOWE ZMIANY

- 1 stycznia 2021 r. Wielka Brytania przestała uczestniczyć w unii celnej UE (za wyjątkiem szczególnych rozwiązań dotyczących Irlandii Północnej). W związku z tym formalności celne wymagane na mocy prawa Unii będą miały zastosowanie do wszystkich towarów wprowadzanych na obszar celny UE z Wielkiej Brytanii lub wywożonych z tego obszaru do UK.
- Towary przywożone z Wielkiej Brytanii lub wywożone do Wielkiej Brytanii muszą zostać objęte procedurą celną i w tym celu konieczne jest złożenie zgłoszenia celnego do procedury celnej, np. dopuszczenia towarów do obrotu w UE, wywozu lub tranzytu.
- Importerzy towarów do UK będą musieli przedłożyć pełne zgłoszenia celne i zapłacić taryfy celne w odpowiedniej wysokości już w chwili przekroczenia granicy przez importowane towary.
- Aby towary będące przedmiotem wymiany handlowej mogły być traktowane preferencyjnie na mocy umowy handlowej między UE a Wielką Brytanią (tj. niepodlegające obciążeniom celnym), konieczne jest wykazanie ich pochodzenia (udowodnienie, że pochodzą od stron takiej umowy). Oświadczenia o pochodzeniu sporządzane w ramach systemu REX. Unijni eksporterzy, którzy dotychczas tego nie uczynili, będą musieli zarejestrować się w bazie zarejestrowanych eksporterów REX.
- W przypadku towarów podlegających kontroli sanitarnej i fitosanitarnej (SPS) wymagane będzie posiadanie kompletnej deklaracji bezpieczeństwa, która będzie przedstawiana w punkcie kontroli granicznej.
- Przedsiębiorcy UE zamierzający przywozić z Wielkiej Brytanii lub wywozić do Wielkiej Brytanii muszą posiadać numer rejestracyjny i identyfikacyjny przedsiębiorcy EORI (Economic Operators Registration and Identyfication) - numery EORI wydane przez Wielką Brytanię nie będą już ważne w UE.
- Przy wprowadzaniu wyrobów akcyzowych z Wielkiej Brytanii na terytorium UE trzeba będzie dopełnić formalności celnych, tj. złożyć zgłoszenie celne przywozowe. Przedsiębiorcy z Wielkiej Brytanii nie będą już mogli korzystać z systemu EMCS (System Przemieszczania oraz Nadzoru Wyrobów Akcyzowych) na potrzeby przemieszczania do UE wyrobów akcyzowych w procedurze zawieszenia poboru akcyzy.
- Wszystkie produkty wywożone z UE do Wielkiej Brytanii muszą spełniać wymagania określone w przepisach i normach brytyjskich, będą podlegać wszelkim stosownym kontrolom służb UK.
- Wszystkie produkty przywożone z Wielkiej Brytanii do UE będą musiały być zgodne z przepisami i normami unijnymi oraz będą podlegać wszelkim stosownym kontrolom celem przestrzegania uregulowań dotyczących bezpieczeństwa, zdrowia, środowiska oraz innych celów polityki publicznej.

- W przypadku gdy na mocy unijnych przepisów wymaga się certyfikacji przez jednostkę notyfikowaną UE – np. w odniesieniu do niektórych wyrobów medycznych, maszyn lub wyrobów budowlanych – produktów posiadających certyfikat wydany przez organy z siedzibą w Wielkiej Brytanii nie będzie już można sprzedawać na jednolitym rynku. Należy dopilnować by produkty wprowadzane z UK do obrotu w UE były prawidłowo oznakowane i etykietowane (vice versa)
- Zmianie uległ sposób rozliczania podatku VAT od transakcji realizowanych pomiędzy Polską a Wielką Brytanią. Powstał obowiązek zapłaty podatku VAT z tytułu importu towarów.
- Jednostki notyfikowane z Wielkiej Brytanii tracą swój status jednostek notyfikowanych UE i zostaną usunięte z systemu informacyjnego Komisji Europejskiej dotyczącego notyfikowanych organizacji. Wydane przez nich certyfikaty nie będą uznawane przez państwa członkowskie UE
- Producent lub importer mający swą siedzibę w Wielkiej Brytanii jest traktowany jako podmiot gospodarczy z państwa trzeciego. Podmiot gospodarczy mający siedzibę na terenie UE, który przed zakończeniem okresu przejściowego był uznawany za unijnego dystrybutora produktów pochodzących z Wielkiej Brytanii, staje się importerem.
- Oznakowania:
  - Na produktach importowanych z Wielkiej Brytanii konieczne będzie podanie nazwy kraju pochodzenia -zgodne z wymogami UE.
  - Oznakowanie produktów w UE: znaki jakości dla produktów UE, logo produktów rolnych i rybołówstwa, ekoprojekt, etykiety energetyczne i etykiety środowiskowe, oznakowanie chemikaliów.
- W Wielkiej Brytanii przestały obowiązywać standardy unijne oznaczone symbolem CE. Oznaczenia unijne w zakresie standardów będą respektowane w UK do końca 2021 roku. Obowiązuje brytyjski system UKCA (UK Conformity Assessment).
- Z dniem 1 stycznia 2021 r. przewoźnicy drogowi z siedzibą w Wielkiej Brytanii stracili licencję wspólnotową.

W łańcuchu dostaw przedsiębiorstwa należy uwzględnić wydłużone terminy wynikające z tych dodatkowych formalności i procedur celnych.

Czynności, które musi podjąć przedsiębiorca eksportujący do Zjednoczonego Królestwa:

- Rejestracja w usłudze "e-Klient" i otrzymanie numeru EORI.
- Uzyskanie pozwolenia celnego – jeżeli przepisy wymagają, że zastosowanie procedury wymaga zgody organu celnego.
- Wybór formy zgłoszenia celnego (elektroniczne, ustne, itp.).
- Wybór sposobu składania zgłoszenia w eksporcie - np. poprzez agencję celną, przewoźnika, agencję logistyczną lub samodzielnie

Czynności, które musi podjąć przedsiębiorca importujący ze Zjednoczonego Królestwa:

- Rejestracja w usłudze "e-Klient" i otrzymanie numeru EORI
- Wybór odpowiedniej procedury celnej (przywóz, procedury specjalne)
- Uzyskanie pozwolenia celnego (jeśli zastosowanie procedury wymaga zgody UC)
- Wybór formy zgłoszenia celnego (elektroniczne, ustne, itp.)
- Wybór sposobu składania zgłoszenia importowego – pośrednio lub samodzielnie
- Ustalenie klasyfikacji i wartości towaru do wprowadzenia w zgłoszeniu celnym

- Opłacenie należności celnych i podatkowych (chyba, że towar objęty jest procedurą specjalną).

UREGULOWANIA DOTYCZĄCE PRODUKTU

Wśród najważniejszych warunków niezbędnych w celu eksportu produktów spożywczych podkreślić należy konieczność uzyskania numeru **GB EORI** (*Economic Operator Registration and Identyfication*). Jest to indywidualny numer identyfikacyjny nadawany każdemu podmiotowi, który prowadzi wymianę handlową z krajami spoza UE. Dzięki temu kodowi możliwe jest śledzenie i rejestrowanie informacji o charakterze celnym na terenie Unii Europejskiej. Wprowadzony od 1 stycznia 2021 r. obowiązek posiadania numeru EORI obejmuje także **sprzedaż online.**

Kolejnym warunkiem niezbędnym w celu eksportu produktów spożywczych jest zagwarantowanie ich **zgodności z wymogami w zakresie etykietowania żywności**. Wiąże się to także z uzyskaniem odpowiedniej **dokumentacji** którą należy posiadać przy przewożeniu towarów, w przypadku eksportu zwierząt lub produktów pochodzenia zwierzęcego. Oprócz tego, konsekwencją opuszczenia przez Wielką Brytanię struktur UE jest wznowienie **działalności punktów kontroli granicznej (BCP)**, przez którą obecnie będą musiały przechodzić wszystkie towary. Dodatkowo, przedsiębiorcy muszą zadbać o zgodność z nowymi wymogami fitosanitarnymi w odniesieniu do wielu produktów.

W przypadku, kiedy przedsiębiorca planuje sprzedawać produkty rolno-spożywcze do Wielkiej Brytanii, zobowiązany jest on przede wszystkim spełnienia określonych wymogów odnośnie eksportu żywności, napojów lub produktów rolnych z UE do Wielkiej Brytanii oraz do ustalenia jakie dokumenty, pozwolenia i zaświadczenia są wymagane. Oprócz tego, przedsiębiorcy zamierzający eksportować produkty rolno-spożywcze do Wielkiej Brytanii, zobowiązani są z **wyprzedzeniem powiadomić** o tym fakcie brytyjskie władze.

W przypadku eksportu zwierząt oraz produktów pochodzenia zwierzęcego, odpowiednie **nowe wymogi sanitarne i fitosanitarne** będą wprowadzane przez cały 2021 rok. Związane to będzie także z wprowadzeniem **nowych eksportowych świadectw zdrowia**. Podobnie w przypadku roślin: również i one będą musiały spełniać nowe wymogi sanitarne, fitosanitarne oraz posiadać odpowiednie świadectwa. Organem, w którego kompetencjach leży informowanie czy w przypadku konkretnego produktu takie świadectwo jest wymagane jest **Państwowa Inspekcja ds. Ochrony Roślin i Nasiennictwa** lub **miejscowy organ kontroli fitosanitarnej.** Państwowa Inspekcja ds. Ochrony Roślin i Nasiennictwa jest także organem upoważnionym do wydawania odpowiednich świadectw fitosanitarnych niezbędnych w celu rozpoczęcia eksportu do Wielkiej Brytanii. Ważnym elementem eksportu produktów roślinnych jest również ustalenie czy rośliny wymagają **laboratoryjnego badania próbek** pod kątem obecności szkodników i chorób lub inspekcji w okresie wegetacyjnym.

3.10 Rekomendowane wydarzenia gospodarcze

Biorąc pod uwagę grupę potencjalnych odbiorców produktów firmy wśród rekomendowanych wydarzeń branżowych wymienić można:

HRC - HOTEL, RESTAURANT & CATERING – od ponad 86 lat to największe i najbardziej prestiżowe wydarzenie biznesowe w Wielkiej Brytanii dla profesjonalistów z branży hotelarskiej i gastronomicznej. Wydarzenie zrzesza ponad 500 dostawców z branży żywności, napojów, sprzętu kuchennego i technologii. Co roku odwiedzane jest przez ponad 40 000 uczestników.

Termin: 21 -23 marca 2022

Lokalizacja: Londyn

W 2022 targi HRC łączą siły z innym kluczowym wydarzeniem branżowych na brytyjskim rynku **THE PUB SHOW –** zrzeszającym wszystkich dostawców pubów, barów i restauracji.

Połączenie w jednym miejscu i czasie dwóch wydarzeń, zagwarantuje najlepszą okazję do dotarcia do wiodących właścicieli, operatorów i decydentów największych i najpopularniejszych pubów, barów, restauracji i hoteli w Wielkiej Brytanii.

IFEX 2022 - MIĘDZYNARODOWE TARGI ŻYWNOŚCI I NAPOJÓW – uznane i popularne targi prezentujące najnowsze produkty spożywcze i napoje, sprzęt gastronomiczny, wyposażenie wnętrz, technologię i usługi dla branży spożywczej, detalicznej i hotelarskiej. Targi skupiają ponad 200 wystawców, corocznie odwiedzane przez ponad 7000 odbiorców.

Termin: 29 -31 marca 2022

Lokalizacja: Belfast

NATURAL & ORGANIC PRODUCTS – największe w kraju targi naturalnej i organicznej żywności i napojów, zrzeszające corocznie ponad 600 uznanych na świecenie marek i dostawców z branży rolnictwa i przemysłu spożywczego. Dają możliwość nawiązania kontaktów z kluczowymi dostawcami i klientami całego sektora naturalnej żywności i rolnictwa.

Termin: brak wyznaczonej konkretnej daty

Lokalizacja: Londyn

3.11 Brytyjskie normy kulturowe

Obecnie nie ma istotnych różnic kulturowych w kontaktach biznesowych pomiędzy Polską a Wielką Brytanią. Jednak należy uwzględnić preferowany przez brytyjskich partnerów model współpracy biznesowej i budowania relacji osobistych.

Przy budowaniu realizacji biznesowych należy mieć na uwadze, że Wielką Brytanię zamieszkuje obecnie wielu mieszkańców z innych krajów świata i dlatego warto dostosować nasze relacje do potrzeb konkretnych partnerów, z którymi nawiązujemy kontakty biznesowe. Nasz przyszły rozmówca może preferować arabski lub amerykański styl negocjacji.

Kultura brytyjska jest mocno oparta na tradycji, przestrzeganiu odgórnie ustalonych praw i subtelnych reguł w kontaktach z drugim człowiekiem. Znajduje to swoje odzwierciedlenie również w życiu zawodowym.

RELACJE OSOBISTE

- Sposób prowadzenia biznesu jest o wiele bardziej sformalizowany. Uścisk dłoni jest akceptowany podczas pierwszego spotkania lub po długim czasie od poprzedniego, ale nie gdy współpraca ma charakter regularny.
- Należy ograniczyć do minimum kontakt fizyczny – poklepywanie czy ekspresywne gesty nie są mile widziane
- Do kontrahenta zwracamy się formalnym tytułem podczas rozmów, ale w codziennych relacjach pracownik-przełożony należy używać tylko imion.
- Konwersacja powinna koncentrować się wokół pogody, brytyjskiej kultury, sportu. Należy wystrzegać się pytań osobistych i żartów na temat rodziny królewskiej. Tradycyjnie, każda rozmowa zaczyna się od „How do You do?" – jak się masz? Na które to pytanie odpowiada się jednym zdaniem, koniecznie pozytywnie. Taka schematyczna konwersacja służy za uniwersalny sposób nawiązywania wstępnego porozumienia. Jest to kluczowe w kraju, który od zawsze ma do czynienia z mieszanką narodowościową.
- Podobnie jak inne nacje, Brytyjczycy stosują alkohol do zbliżenia pomiędzy osobami. Częste są wspólne spotkania pracowników i przełożonych w pubie. Jest to miejsce gdzie reguły i zasady są tymczasowo odkładane na bok.

NEGOCJACJE

- Negocjacje prowadzą w twardy i rzeczowy sposób. Brytyjczycy we współpracy biznesowej są energiczni, stanowczy i stają się wytrawnymi negocjatorami. Wszystko dzięki długiej tradycji handlu.
- Brytyjczycy realistycznie podchodzą do cen i innych warunków kontraktu. W związku z tym nie należy przesadzać ani z ceną wyjściową, ani z długością samych negocjacji.
- Oprócz ceny istotny jest również czas dostawy.
- Słowne ustalenia są przez Brytyjczyka przedkładane nad pisemne. Tego samego oczekują od swoich partnerów.
- Rozmowy są prowadzone najczęściej po angielsku, gdyż znajomość innych języków nie jest bardzo powszechna.
- Nie tolerują błędów w piśmie. Korespondencja handlowa, opisy na stronie internetowej firmy itp. powinny być przygotowane bardzo starannie (nie translacja).

Podsumowując:

- Firmy brytyjskie są bardzo konkretne w działaniu i oczekują realnych i szybkich wyników (jeżeli wysyłają ofertę oczekują odpowiedzi niemal natychmiast).
- Dokładnie sprawdzają potencjalnych partnerów i nie tolerują braku kompetencji oraz nierzetelności.
- Oczekują ścisłej realizacji kontraktowych uzgodnień oraz dotrzymywania terminów.
- Warto pamiętać o różnicach dotyczących standardów np. innego systemu miar.

Cechy różniące Polaków i Brytyjczyków

- Half empty – half full
- Problemy – Szanse
- Świętowanie sukcesów

- Nawiązywanie kontaktów: bezpośredniość a relacje (blunt/streight) v. small talk.
- Nie palimy mostów – no worries
- Can do attitude. Just do it. Lesson lernt.
- Mental Toughness.

WIZERUNEK POLSKICH PRODUKTÓW W WIELKIEJ BRYTANII[19]

- Badania pokazują że Polacy są dobrymi ambasadorami swojego kraju zagranicą, kształtują w istotny sposób wizerunek naszego kraju i naszych rodaków. Polacy są lubiani przez Brytyjczyków w relacjach personalnych oraz akceptowani jako członkowie brytyjskiego społeczeństwa.
- Polska marka jest wciąż raczej rozmyta i niewyraźna. Polskie produkty można co prawda spotkać dziś wszędzie, nadal brakuje jednak marki lub kilku marek wiodących, z którymi Polska kojarzyłaby się za granicą.
- Według Anholt-Gfk Roper Nation Brands Index, polskie produkty/marki plasują się dopiero na 26 na 50 krajów branych pod uwagę w badaniu.[20]

Według najnowszych źródeł Elcano Global Presence Index z 2020 roku Polska zajmuje 28 miejsce na świecie i 10 w Europie pod względem tzw. soft power (miękkiej siły). Wielka Brytania zajmuje odpowiednio 4 i 3 pozycję.[21]

W kontekście stosunków międzynarodowych obszarem zainteresowania jest problematyka soft power, czyli miękkiej siły, która jako metoda tworzenia pewnej docelowo dominującej narracji, ma przekonywać o słuszności przyjętych twierdzeń o danym podmiocie. W efekcie odpowiedzialna jest ona za oddziaływanie i kształtowanie postrzegania rzeczywistości, od czego mogą zależeć wybory konsumenckie w skali mikro, a w skali makro – kondycja gospodarki.[22] W przeciwieństwie do hard power, soft power to siła kooptacji, czyli zdolność przyciągania, sprawiania, aby ludzie robili i niewymuszenie chcieli robić to, co jest zgodne z przyjętymi celami podmiotu. Zasoby soft power są trojakiej natury; składają się na nią atrakcyjność kultury, głoszona hierarchia wartości oraz polityka zagraniczna danego państwa.[23]

Miękka siła Polski, a co za tym idzie postrzeganie marek polskich na świecie, opiera się na narodowej kulturze, nauce oraz turystyce, natomiast w dużo mniejszym stopniu na technologii. Porównując pozycję marki polskiej i brytyjskiej w wymiarze soft power w skali światowej, można zauważyć, że marka brytyjska przeważa w aspektach technologicznych.

[19] *Wizerunek Polski i Polaków w Wielkiej Brytanii*, J. Fomina, J. Frelak, Warszawa 2011
[20] https://infowire.pl/generic/release/341340/spadaja-wskazniki-reputacji-krajow-z-pierwszej-dziesiatki-swiatowego-rankingu-anholt-gfk
[21] Fundación Real Instituto Elcano – Madrid, https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es/country/iepg/global/PL/PL/2020
[22] *Soft Power Today. Measuring the Influences and Effects, 2017, British Council,* https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/3418_bc_edinburgh_university_soft_power_report_03b.pdf
[23] *Ograniczenia rozwoju miękkiej siły Polski*, A. Makowska, 2020.

Wielka Brytania 2020 — 806,9 — WARTOŚĆ INDEKSU — 103,5 — Polska 2020

WKŁAD OBECNOŚCI	ZMIENNY	WKŁAD OBECNOŚCI
29,4%	DELIKATNA OBECNOŚĆ	29,7%
1,3%	MIGRACJE	0,7%
1,2%	TURYSTYKA	4,0%
1,2%	SPORTY	1,6%
4,7%	KULTURA	9,4%
3,3%	INFORMACJA	1,4%
5,0%	TECHNOLOGIA	1,4%
3,2%	NAUKA	5,7%
3,8%	EDUKACJA	3,6%
5,7%	WSPÓŁPRACA NA RZECZ ROZWOJU	1,8%

Źródło: oft Power Today. Measuring the Influences and Effects, 2017, British Council, https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/3418_bc_edinburgh_university_soft_power_report_03b.pdf

Porównanie siły ekonomicznej obu Państw przynosi informację, że równocześnie potencjał wytwórczy stanowi duży atut marek polskich. Na siłę ekonomiczną Polski, a w konsekwencji postrzegania polskich producentów, wpływa atrakcyjność ekonomiczna w obszarze przemysłu, usług oraz towarów podstawowych.

Spis wykresów rysunków i tabel

WYKRES 1 PKB WIELKIEJ BRYTANII W LATACH 2010 - 2020 6
WYKRES 2 STOPA BEZROBOCIA W WIELKIEJ BRYTANII 07.2020-05.2021 6
WYKRES 3 KURS GBP W LATACH 2016-2021 7
WYKRES 4 INFLACJA W WIELKIEJ BRYTANII W OKRESIE 07.2020-06.2021 (%) 7
WYKRES 5 EKSPORT TOWARÓW Z WIELKIEJ BRYTANII W PODZIALE NA KRAJE (2020R.) 9
WYKRES 6 EKSPORT TOWARÓW Z WIELKIEJ BRYTANII W PODZIALE NA KATEGORIE PRODUKTÓW (2020R.) 9
WYKRES 7 IMPORT TOWARÓW DO WIELKIEJ BRYTANII W PODZIALE NA KRAJE (2020R.) 10
WYKRES 8 IMPORT TOWARÓW Z WIELKIEJ BRYTANII W PODZIALE NA KATEGORIE PRODUKTÓW (2020R.) 10
WYKRES 9 IMPORT DO WIELKIEJ BRYTANII SOKÓW OWOCOWYCH W LATACH 2016 – 2020 [W TYS. EUR] 11
WYKRES 10 WARTOŚĆ EKSPORTU POLSKICH PRZETWORÓW Z ROŚLIN ORAZ SOKÓW OWOCOWYCH NA RYNEK BRYTYJSKI W LATACH 2016-2021 [W ZŁ] 13
WYKRES 11 STRUKTURA BRYTYJSKIEGO RYNKU SOKÓW OWOCOWYCH WG SMAKU 14
WYKRES 12 ŚREDNIOOKRESOWE PROGNOZY PKB I INFLACJI CPI DLA WIELKIEJ BRYTANII (LATA 2021-2025) 15
WYKRES 13 OCENA ANALIZY RYZYKA WIELKIEJ BRYTANII (2021) 18
WYKRES 14. PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY DETALICZNEJ WIODĄCYCH MAREK SOKÓW I SMOOTHIE W WIELKIEJ BRYTANII (UK) W 2020 R. (W MLN GBP) 20
WYKRES 15. OBROTY PRZEDSIĘBIORSTW Z BRANŻY SPOŻYWCZEJ I NAPOJÓW W WIELKIEJ BRYTANII (UK) W LATACH 2008-2019 (W MLN GBP) 27
WYKRES 16. OBROTY PRZEDSIĘBIORSTW Z BRANŻY NAPOJÓW W WIELKIEJ BRYTANII (UK) W LATACH 2008-2019(W MLN GBP) 27
WYKRES 17. PROCENTOWA POPULACJA PRZEDSIĘBIORSTW HORECA W KRAJU I REGIONIE (2020 R.) 29
WYKRES 18 CZY INFORMACJA, ŻE DANY PRODUKT ZOSTAŁ WYPRODUKOWANY W POLSCE NA OGÓŁ ZACHĘCA PANA(IĄ) DO ZAKUPU, CZY RACZEJ ZNIECHĘCA? ..... **BŁĄD! NIE ZDEFINIOWANO ZAKŁADKI.**

RYSUNEK 1 WYMIANA HANDLOWA WIELKIEJ BRYTANII WG KRAJU POCHODZENIA 8
RYSUNEK 2. PODZIAŁ ADMINISTRACYJNY WIELKIEJ BRYTANII 28
RYSUNEK 3. PODZIAŁ ADMINISTRACYJNY ANGLII 30

TABELA 1 DYNAMIKA OBROTÓW HANDLOWYCH POLSKI Z WIELKĄ BRYTANIĄ W LATACH 2012-2020 8
TABELA 2 STRUKTURA IMPORTU SOKÓW OWOCOWYCH DO WIELKIEJ BRYTANII WG KRYTERIUM GEOGRAFICZNEGO W LATACH 2018 – 2020 11
TABELA 3 PROGNOZOWANE WSKAŹNIKI MAKROEKONOMICZNE DLA WIELKIEJ BRYTANII (2021-2022) 15

Źródła

Analiza została przeprowadzona w oparciu o dane zaczerpnięte z wtórnych źródeł danych, takich jak: statystyki i opracowania rządowe, samorządowe, branżowe, instytucji gospodarczych, organizacji, zrzeszeń; prace naukowe (publikacje naukowe, raporty badawcze instytucji naukowych); publikacje w massmediach (w tym prasa codzienna, czasopisma fachowe).

1. Business Gateway https://www.bgateway.com: *Market Report Juice and Smoothie Bar, October 2020.*
2. DnB Business Directory https://www.dnb.com/: Tropicana Products Company Profile, Innocent Company Profile.
3. Europejska Grupa Ubezpieczycieli https://credendo.com/pl/country-risk/united-kingdom: *Analiza Ryzyka. Wielka Brytania.*
4. Fruit Juice Science Centre https://fruitjuicesciencecentre.eu/en: *Korzyści z owoców i warzyw.*
5. House on Commons, *Hospitality industry and Covid-19*, 2021.
6. IBIS World https://www.ibisworld.com/ **(źródło płatne):** *Produkcja soku w Wielkiej Brytanii – raport z badania rynku.*
7. Indeks globalnej obecności https://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/ *Polska.*
8. Informator rządowy https://www.gov.pl/web/wielkabrytania/*: Polska w Wielkiej Brytanii*
9. Informator rządowy www.gov.uk/government/
10. International Trade Centre marzec 2021 https://www.intracen.org/: *Eksport towarów z Wielkiej Brytanii w podziale na kraje (2020 r.), Import towarów do Wielkiej Brytanii w podziale na kraje (2020 r.).*
11. Market Research https://www.marketresearch.com/: *Sok w Wielkiej Brytanii.*
12. Ministerstwo spraw zagranicznych, *Jakie trendy stwarzają szanse lub zagrożenia na europejskim rynku przetworów owocowych i warzywnych.*
13. Multimedialna agencja informacyjna https://infowire.pl/: *Spadają wskaźniki reputacji krajów z pierwszej dziesiątki światowego rankingu Anholt-GfK*.
14. Obserwator finansowy https://www.obserwatorfinansowy.pl/: *Trendy gospodarcze. Wielka Brytania załamanie handlu z Unią Europejską*.
15. *Ograniczenia rozwoju miękkiej siły Polski*, A. Makowska, 2020.
16. Polski Instytut Ekonomiczny https://pie.net.pl/: *Konkurencyjność polskiego eksportu w wymiarze jakościowo*-cenowym, 2020.
17. Portale branżowe:
    - Stooq https://stooq.pl/: *Kurs GBP w latach 2016-2021.*
    - https://wspieramyeksport.pl/: *Wielka Brytania. Analiza Międzynarodowa.*
18. PWC https://www.pwc.pl/: *Prognoza hoteli w Wielkiej Brytanii 2020 – 2021.*
19. *Soft Power Today. Measuring the Influences and Effects,* 2017, British Council.
20. Statista https://www.statista.com/ **(źródło płatne)**
21. SWAID Bazy wiedzy http://swaid.stat.gov.pl/: *Wartość eksportu polskich przetworów z roślin oraz soków owocowych na rynek brytyjski w latach 2016-2021.*
22. The Grocer https://www.thegrocer.co.uk/: *Napoje bezalkoholowe: soki i koktajle: uderzenie w marki soków.*

23. Trade Map https://www.*trademap*.org/: *Struktura importu soków owocowych do Wielkiej Brytanii wg kryterium geograficznego w latach 2018 – 2020, Import do Wielkiej Brytanii soków owocowych w latach 2016 – 2020.*
24. Trading Economic https://tradingeconomics.com/: *Stopa bezrobocia w Wielkiej Brytanii 07.2020-05.2021, Inflacja w Wielkiej Brytanii w okresie 07.2020-06.2021 (%),* PKB Wielkiej Brytanii w latach 2010 – 2020.
25. *Wizerunek Polski i Polaków w Wielkiej Brytanii*, J. Fomina, J. Frelak, Warszawa 2011.
26. World Bank Doing Business 2020.