



2020

Звіт FedEx про настрої клієнтів

ОПТИМІЗМ І МАЙБУТНІ МОЖЛИВОСТІ

Наше нещодавнє дослідження показує, що переважна більшість європейських компаній позитивно налаштовані щодо найближчих 12 місяців. Водночас багато з них налаштовані на зростання й використання міжнародних перспектив попри непередбачувані умови для ведення бізнесу.

Чотири ключові висновки:

84%

малих і середніх підприємств з оптимізмом дивляться на майбутнє їхнього бізнесу;

68%

малих і середніх підприємств бачать можливість збуту новим клієнтам на існуючих ринках і (або) нових ринках;



підприємства, які зростають динамічними темпами, з більшою ймовірністю мають або планують мати можливість електронної комерції

(66% проти 52% для всієї вибірки);

77%

клієнтів експортують на ринки за межами своєї країни.

Про це дослідження

У серпні 2020 року ми опитали загалом 2242 клієнтів із 31 країни та регіону, розбитих на 7 галузей промисловості, з майже рівномірним співвідношенням відправників посилок (43%) і вантажів (57%). Із тих, хто відповів на запитання про розмір свого підприємства, 92% мають менше ніж 250 співробітників (70% мають менше ніж 50 співробітників).

Короткий огляд

Пропонуємо вашій увазі наш звіт про настрої клієнтів за 2020 рік.

Для багатьох цей рік був важким, головними темами якого стали перебої в роботі та невизначеність у всіх сферах. Але попри це наше цьогорічне дослідження випромінює оптимізм.

Здивування цим фактом було би цілком природною реакцією. Зрештою, ми проводили опитування в розпал пандемії COVID-19, і торгові відносини між Великобританією та Європейським Союзом після її виходу з ЄС ще далеко не визначені.

Але згідно з нашим опитуванням понад 80% респондентів дивиться з оптимізмом на майбутнє свого бізнесу. Крім того, понад третина з вас упевнені в зростанні протягом наступних 12 місяців, тоді як майже чотири з десяти підприємств очікують стабільності в бізнесі.

Мабуть, цей феномен можна пояснити можливостями, на які націлені багато з вас, як-от залучення нових клієнтів, вихід на нові ринки або випуск нових продуктів. Також очевидно, що електронна комерція для багатьох стає локомотивом економічного зростання. Цей канал і без того демонстрував швидке розширення в секторі малих і середніх підприємств (МСП), але пандемія COVID-19 ще більше прискорила темпи його розвитку.

І відродно бачити, що багато людей продовжують мислити глобально, попри всі ті виклики, які приніс 2020 рік. Три чверті з вас — експортери, серед яких чимало тих, хто постачає продукцію в більш ніж один регіон.

Цей звіт дає вам змогу побачити, як почуються ваші колеги в більш широкому секторі малих і середніх підприємств, а також подивитися їхніми очима на потенційні можливості, які відкриваються попереду. А нам цей звіт дає ліпше уявлення про те, як ще ми можемо підтримати вас у майбутньому.

Дякуємо всім за участь. Ви допомогли нам побачити й показати, які ви оцінюєте перспективи на 2021 рік і подальший період.

Як підприємства пристосовувалися до роботи в умовах пандемії

Переважна більшість клієнтів ужили заходів для захисту свого бізнесу від наслідків COVID-19, причому 89% заявили, що забезпечують безпеку персоналу та клієнтів.

Однак підприємства пристосовувались і в інші способи. Трохи менше третини МСП (31%) почали застосовувати більше цифрових технологій у своїх внутрішніх робочих процесах, у той час як значна меншість вивчає способи розподілу ризиків. Нових постачальників шукають 17% МСП, а 12% зараз закуповують товари на нових ринках.

Також 15% малих і середніх підприємств стверджують, що переорієнтували свій бізнес, таким чином продемонструвавши свою здатність швидко відреагувати на мінливі обставини.

МСП з оптимізмом дивляться в майбутнє

Бізнес досягає успіхів завдяки впевненості, і усвідомлення того, що нашим клієнтам її не бракує, тішить нас. А в контексті нинішньої невизначеності така впевненість демонструє неабияку силу духу, що панує серед підприємств малого й середнього бізнесу.

Наше опитування показало, що 84% наших клієнтів МСП з оптимізмом дивляться на майбутнє свого бізнесу.

Якщо зануритись трохи глибше, 35% наших клієнтів розраховують на зростання в найближчі 12 місяців. Не менш приємним є той факт, що 38% клієнтів очікують, що їхній бізнес залишиться стабільним на протязі аналогічного періоду. За сьогоднішніх обставин це неабияке досягнення.

«Наш звіт про настрої клієнтів підкреслює стійкість, яку малі й середні підприємства демонструють перед обличчям негараздів, — каже Бренда МакВільямс, віце-президент із комунікацій, бренду й маркетингових операцій FedEx Express. — Той факт, що так багато підприємств з оптимізмом дивляться у 2021 рік, є надзвичайно позитивним знаком. І ця впевненість, скоріше за все, стане для них хорошою підмогою впродовж наступних 12 місяців, коли вони намагатимуться скористатися новими можливостями, які з'являються на ринку».



84%

наших клієнтів МСП
оптимістично налаштовані щодо
майбутнього їхнього бізнесу





58%

клієнтів бачать
можливість для
зростання на існуючих
ринках шляхом
продажу товарів
новим клієнтам.

“

МСП бачать можливості для зростання

На додаток до загального оптимістичного настрою, багато клієнтів серед МСП підтверджують таке бачення шляхом визначення конкретних можливостей для свого бізнесу.

Понад дві третини (68%) бачать можливість продавати товари новим клієнтам. Якщо ретельніше подивитися на цифри, 58% клієнтів бачать можливості для зростання на існуючих ринках, у той час як майже третина (30%) знайшла можливості для виходу на нові ринки.

Однак МСП націлені не тільки на нових клієнтів. Майже дві третини (61%) бачать можливість продавати більше продукції існуючим клієнтам.

Між іншим деякі МСП прагнуть до інновацій і розширення своєї пропозиції протягом наступних 12 місяців. Двадцять сім відсотків клієнтів бажають запустити або продавати новий продукт, у той час як 23% хочуть продавати більше через онлайн-канали.

«Амбітні компанії мають бути неупередженими щодо появи можливостей у тому чи іншому місці та відповідним чином позиціонувати себе, зокрема через свою продукцію, канали збуту або міжнародний потенціал, щоби діяти швидко в слушний момент», — говорить Бренд МакВільямс.

«Швидша доставка, більше можливостей для заощадження коштів, простіша процедура повернення товарів і доставка в означений час — усі відмінні способи виділитися з-поміж конкурентів».



Трохи менше ніж 1 із 10 опитаних нами клієнтів очікують зростання на понад 20% протягом наступних 12 місяців. Їм притаманні спільні характеристики, які вирізняють їх з-поміж інших:

Підприємствами, що динамічно зростають:

- з більшою ймовірністю мають або планують мати можливість електронної комерції (66% проти 52% для всієї вибірки);
- з більшою ймовірністю будуть експортерами (82% проти 77%);
- з більшою ймовірністю бачать можливості для розширення на існуючих ринках і для продажів новим клієнтам (66% проти 58%);
- з більшою ймовірністю бачать можливості для продажів новим клієнтам на нових ринках (50% проти 30%).

МСП розглядають електронну комерцію як локомотив зростання

Пандемія COVID-19 дала сильний поштовх електронній комерції. Половина опитаних нами компаній, які мають можливість електронної комерції, за останні шість місяців збільшили продажі через цей канал.

Наше опитування також показує, що компанії, які мають можливість електронної комерції, налаштовані оптимістичніше щодо майбутнього зростання, причому 43% очікують, що їхній бізнес зросте протягом наступних 12 місяців. Для порівняння, лише 31% підприємств не мають можливості електронної комерції.

Ці цифри допомагають продемонструвати, чому багато підприємств вважають електронну комерцію важливим каналом, а також показують, чому більш ніж 1 із 10 МСП (12%) заявили, що планують запустити свою першу пропозицію електронної комерції упродовж наступних шести місяців.

«Пандемія COVID-19 змінила ситуацію, — каже Кріс Годж, менеджер із маркетингу в електронній комерції FedEx Express. — Вона швидко прискорила розвиток електронної комерції в секторі МСП, і не тільки через зміни в поведінці споживачів. Це також пов'язано з більш чітким розумінням того, якими крихкими можуть бути існуючі системи в умовах кризи та як важливо зміцнювати й розширювати зв'язки між підприємствами та клієнтами».

«Ми на власному досвіді побачили зростання електронної комерції. Ми адаптували та додали свої інструменти й послуги, щоби допомогти компаніям повною мірою скористатися їхніми перевагами. Найголовнішим для нас було подбати про два найважливіших аспекти — простоту й гнучкість — і нам справді цікаво дізнатися, як далеко можуть зайти наші клієнти».



МСП мислять глобально

Наше дослідження показує, що більшість клієнтів мають міжнародні зв'язки. Подивіться на цю інфографіку, і ви зрозумієте, наскільки важлива транскордонна торгівля для успіху сьгоднішніх МСП і як диверсифікація ринку може стати невід'ємним елементом отримання прибутків, керування ризиками та стійкості бізнесу.



77%

клієнтів експортують на ринки за межами своєї країни.

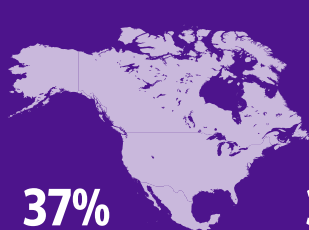
— Із них:

95%

відправляють товари на інші європейські ринки (ЄС і країни за межами ЄС);

58%

відправляють товари на ринки за межі Європи;



37%

відправляють товари в Північну Америку;



34%

відправляють товари в Азіатсько-Тихоокеанський регіон;



27%

відправляють товари на Близький Схід;



24%

відправляють товари в Латинську Америку та країни Карибського басейну;



20%

відправляють товари в Африку.

— І багато підприємств експортують не в один регіон

35%

відправляють товари на європейські ринки й на ринки США.

22%

відправляють товари на європейські ринки, ринки Азіатсько-Тихоокеанського й Північно-Американського регіону.

Глобальні можливості

Глобальні можливості — Латинська Америка та країни Карибського басейну



Хав'єр Орчі, менеджер із маркетингу FedEx Express

Латинська Америка та країни Карибського басейну сильно постраждали від COVID-19, але багато ринків успішно відновлюються, а деякі, наприклад Бразилія, перевершили всі очікування.

Це гарна новина для підприємств у регіоні та для європейських МСП, які бажають торгувати з ними. Останнім часом спостерігається найбільше зростання в електронній комерції та B2C, тому ці сектори мають хороший потенціал для розширення європейських МСП.

Зокрема, серед країн регіону безліч можливостей європейським МСП може запропонувати Мексика. Важливе місце в економіці цієї країни займає виробництво автозапчастин і авіакосмічна галузь. І хоча останнім часом ці сектори постраждали, конкретно автомобільна промисловість починає відновлюватися.

Глобальні можливості — Азіатсько-Тихоокеанський регіон

Масахиро Кійосава, керівний директор із маркетингу NPAC, FedEx Express

Азія може стати великим ринком, на якому слід зосередитися європейським МСП. Європейські товари залишаються популярними в Азії, і зараз відкриваються великі можливості для продажу в Китаї, Японії, особливого адміністративного районі Гонконг (КНР), й Південній Кореї.

До товарів, які користуються попитом, належать предмети розкоші, меблі, світильники, модний одяг, сумки та взуття. Слід зазначити, що покупці зацікавлені не лише у великих брендах, але й у дрібніших виробниках і дизайнерах, зокрема це стосується моди.

Насправді цікаво те, що багато країн регіону ростуть як ринки імпорту. Це відкриває безліч можливостей, але, звичайно, ключовим у регіоні як і раніше залишається експорт. Виходячи з цього, азіатські країни можуть і надалі залишатися ключовими партнерами з імпорту для європейських МСП, купуючи сировину чи дешевші промислові товари для використання як складових їхньої продукції.





Глобальні можливості — США

Амар Сакаан, директор із маркетингу FedEx Express

Багато компаній хочуть відправляти товари безпосередньо покупцям, щоб уникнути витрат на посередництво. Тому європейським МСП, які ще не перейшли на електронну комерцію, слід подумати про це.

На сьогодні спостерігається зростання обсягів європейського експорту сировини в США на авіаційному ринку, а також певних

продуктів, як-от хімікати й інші товари, що вимагають особливого поводження.

Окрім ціни, ключовими чинниками під час обслуговування клієнтів на ринку є впевненість і надійність. Тому найбільші можливості серед європейських МСП, імовірно, отримають ті, хто зможе задовольнити ці потреби.

Як FedEx може допомогти клієнтам відправляти товари за межі ЄС

Найчастіші виклики, з якими стикаються МСП



Надійні терміни доставки



Митне оформлення



Вартість доставки



Невизначеність через Brexit

Рішення FedEx

Повний набір варіантів доставки із зазначенням часу й дня, включно з доставкою на наступний день.

Статус уповноваженого економічного оператора (АЕО) для прискореного оформлення відправлень і команда з тисяч фахівців, які допомагають забезпечити дотримання митних правил.

Економічні варіанти доставки для надання найвигідніших рішень.

Часто оновлюваний центр знань із посібниками, поясненнями й актуальною інформацією щодо змін у процесах доставки.

Прогноз на 2021 рік: докладні висновки

Охорона здоров'я — найнадійніший сектор.

Хоча дослідження цього року показує, що в цілому сектор, у якому працює бізнес, не має великого відношення до його впевненості в майбутньому році, охорона здоров'я дійсно лідирує як сектор, у якому більшість МСП налаштовані оптимістично щодо зростання або стабільності їхнього бізнесу. На противагу йому найменшу впевненість демонструє сектор моди й одягу.

Клієнти, які користуються послугами вантажних перевезень, очікують зростання електронної торгівлі.

Трохи більше ніж половина клієнтів із сектора вантажних перевезень (51%) мають або планують мати об'єкт електронної комерції, а 61% із них очікують, що їхній прибуток від електронної торгівлі зросте протягом наступних 12 місяців.

Оптимізм не залежить від розміру.

Великі компанії не більше (й не менше) впевнені в собі, ніж малі.



Що думають малі й середні підприємства на 4 основних ринках?

				
Відсоток компаній, які...	ВЕЛИКОБРИТАНІЯ	НІМЕЧЧИНА	ФРАНЦІЯ	ІСПАНІЯ
з оптимізмом дивляться на майбутнє свого бізнесу.	87%	91%	84%	71%
очікують, що їхній бізнес зросте або залишиться на тому самому рівні впродовж наступних 12 місяців.	80%	74%	73%	63%
мають або планують мати можливість електронної комерції.	38%	60%	47%	57%
бачать можливості для продажу продукції новим клієнтам на існуючих і (або) нових ринках.	50%	79%	80%	71%

Наступні кроки для вашого бізнесу

Результати нашого звіту показують, що попри невизначеність умов торгівлі в усьому світі, європейські компанії демонструють вражаючий рівень оптимізму й істотну стійкість.

Ця впевненість може привести до успіху. А той факт, що багато компаній бачать можливості продавати товари новим клієнтам і розвивати свої операції електронної комерції, є відображенням потенціалу, який залишається і на внутрішньому, і на міжнародному ринках.

FedEx володіє знаннями й досвідом, які допоможуть вам у досягненні ваших цілей і максимальному використанні всіх пропонованих нами можливостей доставки. Щоби дізнатися більше, відвідайте сайт [fedex.com](https://www.fedex.com).