



Raport o eksporcie małych firm z Polski

Wspieranie wzrostu i odporności

Luty 2026



WPROWADZENIE

Technologie cyfrowe, w połączeniu z modelami platform marketplace w e-commerce, poszerzają możliwości gospodarcze dostępne dla niezależnych małych firm i przedsiębiorców na rynkach całego świata. Jest to szczególnie widoczne w Polsce, która ma szóstą co do wielkości populację w Europie i jest coraz lepiej połączona cyfrowo, dysponuje rosnącą bazą technologiczną napędzaną przez firmy przedsiębiorcze i wysoko wykwalifikowanych pracowników, prężnym sektorem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), który wykazuje otwartość na możliwości online, oraz produktami, które okazują się wartościowe dla konsumentów na całym świecie.

eBay, globalny lider handlu, wyrównuje szanse i wzmacnia pozycję małych firm w całej Polsce, umożliwiając im łącznie

dotarcie do konsumentów w ponad dwustu międzynarodowych rynkach eksportowych.¹ Coraz wyraźniej widać jego wartość dla przedsiębiorczych MŚP, pomagając im więcej eksportować, w tym na cenne rynki konsumenckie, które zazwyczaj nie są podstawowym kierunkiem dla tradycyjnych polskich eksporterów.

Analiza handlu transgranicznego w niniejszym raporcie opiera się na danych obejmujących transakcje na platformie marketplace eBay w 2024 r., o ile nie wskazano inaczej. Analizując aktywność małych firm na eBay, dane ograniczono do transakcji dokonywanych przez zarejestrowane firmy w Polsce, których roczna sprzedaż na platformie marketplace eBay wynosiła co najmniej EUR 9 240 (równowartość USD 10 000).² W raporcie tych sprzedawców określa się jako „małe firmy na eBay.”

Polska gospodarka cyfrowa nadal rośnie

W ciągu ostatniej dekady Polska przeszła szybką digitalizację. Odsetek gospodarstw domowych z dostępem do Internetu wzrósł z 75,8% w 2015 r. do 96,2% w 2025 r.³ W tym samym dziesięcioletnim okresie odsetek użytkowników Internetu deklarujących dokonywanie zakupów online wzrósł z 55% do 100% respondentów.⁴ Jednak mimo bardzo dużych postępów w zakresie łączności cyfrowej – wspieranych wzrostem inwestycji publicznych w infrastrukturę, co w wielu przypadkach pozwoliło przekroczyć średnie UE – Polska nadal pozostaje w tyle pod względem podstawowych kompetencji cyfrowych wśród ludności, wdrożenia 5G oraz adopcji zaawansowanych technologii cyfrowych przez MŚP, co wskazuje na dalszy potencjał wzrostu cyfrowego.⁵ Kluczowym atutem w dalszym rozwoju cyfrowym Polski jest imponująca pula utalentowanych i zmotywowanych programistów. Jest ona największa wśród wszystkich krajów Europy Środkowo-Wschodniej i niedawno została sklasyfikowana na trzecim miejscu na świecie przez HackerRank pod względem zdolności programistów do rozwiązywania zadań w różnych językach – najwyżej spośród wszystkich krajów europejskich.⁶

Wraz z przyspieszeniem digitalizacji w Polsce przyspiesza także e-commerce. Ponad 150 000 polskich firm sprzedaje online; e-commerce Business to Consumer (B2C) wzrósł pięciokrotnie w latach 2012–2022, udział sprzedaży detalicznej realizowanej online zwiększył się trzykrotnie, a liczba zarejestrowanych sklepów internetowych wzrosła 2,5-krotnie.⁷ Pod względem produktywności polski sektor handlu detalicznego jest na poziomie

porównywalnym z Europą Zachodnią i może zrobić kolejny krok dzięki dalszej digitalizacji procesów end-to-end.⁸ W perspektywie przyszłości oczekuje się, że e-commerce w Polsce będzie nadal rosł, napędzany przez kategorie detaliczne: modę, elektronikę oraz zdrowie i urodę.⁹

Platformy handlowe typu marketplace stanowią szczególnie powszechny i wart uwagi element e-commerce w Polsce. Sprzedaż realizowana za pośrednictwem platform online zbliża się do 60% całego e-commerce¹⁰ i odpowiada za większość wzrostu.¹¹ Biorąc pod uwagę sprawdzoną wartość cyfrowych platform marketplace w umożliwianiu mniejszym firmom odnoszenia sukcesu online oraz fakt¹², że ponad 99% firm w Polsce to MŚP, z których większość stanowią mikrofirmy zatrudniające mniej niż 10 pracowników¹³, tak wysoki poziom komfortu z cyfrowymi platformami marketplace wskazuje na dalszy postęp online polskich MŚP.





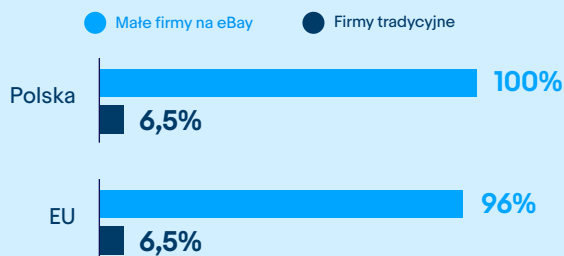
E-commerce napędza eksport małych firm

E-commerce rośnie nie tylko w Polsce – rośnie również sprzedaż transgraniczna w e-commerce, w której istotny udział mają małe firmy. Badanie ankietowe przeprowadzone przez e-Izbę (Chamber of Digital Economy) wykazało, że 100% ankietowanych przedstawicieli firm zgodziło się, iż rozwijanie transgranicznego e-commerce jest bardziej opłacalne kosztowo niż sprzedaż cyfrowa na rynku krajowym i zapewnia większą stabilność przychodów.¹⁴ Nic dziwnego, że w centrum tego zjawiska znajdują się cyfrowe platformy handlowe typu marketplace, w tym eBay ze swoim globalnym zasięgiem. Na eBay przedsiębiorcze polskie małe firmy funkcjonują jako „Micro Multinational Enterprises” (mikroprzedsiębiorstwa o charakterze „mikrowielonarodowym”), dostarczając zróżnicowaną gamę produktów globalnym nabywcom. W dalszej części tej sekcji przedstawiono ustalenia na podstawie najnowszych dostępnych danych handlowych z platformy marketplace eBay, aby zilustrować poziom aktywności eksportowej małych firm na eBay w Polsce.

E-commerce napędza eksport małych firm

W Polsce każda mała firma na eBay była eksporterem w 2024 r.¹⁵ Ten odsetek eksporterów przekraczał wynik małych firm na eBay z całej Unii Europejskiej (UE). Na uwagę zasługuje także porównanie tej skrajnie wysokiej skuteczności eksportowej z firmami w tradycyjnej gospodarce, gdzie eksporterami jest 6,5% tradycyjnych polskich firm oraz 6,5% tradycyjnych firm z UE.¹⁶

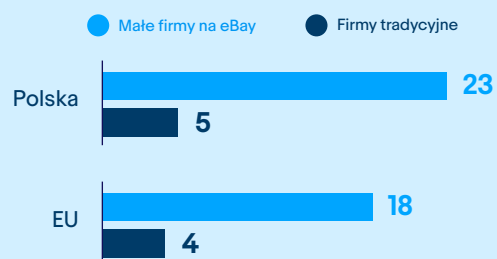
Udział przedsiębiorstw prowadzących eksport



Średnia liczba międzynarodowych rynków docelowych

Średnia liczba rynków międzynarodowych, do których pojedyncza firma dociera w skali roku, stanowi kluczowy miernik aktywności i zasięgu eksportowego. Eksport na nowy rynek międzynarodowy tradycyjnie wiąże się z nowymi „kosztami wejścia”, przez co mniejsze firmy z mniejszymi budżetami eksportują na mniej rynków niż większe podmioty dysponujące większymi zasobami finansowymi.¹⁷ eBay w dużej mierze przełamuje tę utrwaloną zależność między wielkością a zasięgiem i znacząco otwiera przed małymi firmami większą liczbę rynków eksportowych. Małe firmy na eBay w Polsce docierały średnio do 23 różnych rynków eksportowych każda w 2024 r.¹⁸, co drastycznie przewyższa średnią 5 rynków eksportowych dla tradycyjnych polskich eksporterów oraz 4 rynki eksportowe dla tradycyjnych eksporterów z UE.¹⁹ Wyniki Polski na eBay ponownie przewyższyły średnią dla całej UE wśród małych firm na eBay, która wynosiła 18 rynków eksportowych.

Średnia liczba międzynarodowych rynków docelowych



Udział małych firm na eBay docierających do dziesięciu lub więcej różnych rynków międzynarodowych

Jako kolejny miernik skali eksportu małych firm na eBay obliczono odsetek podmiotów, które eksportowały do dziesięciu lub więcej rynków międzynarodowych. Podobnie jak w poprzednim punkcie danych, ustalenia pokazują, że małe firmy na eBay przeczą tradycyjnemu modelowi eksportu: 72% małych firm na eBay w Polsce osiągnęło próg 10 rynków eksportowych.²⁰ Ponownie wynik polskich małych firm na eBay przewyższył wynik dla całej UE (59%).

Polskie małe firmy globalnymi sprzedawcami na eBay

Choć jest to niestandardowy miernik skali i zasięgu aktywności eksportowej, obliczono zasięg kontynentalny małych firm na eBay.²¹ Firmę, która w ciągu roku zrealizowała sprzedaż na czterech lub więcej kontynentach, klasyfikujemy jako „Globalnego Sprzedawcę”.²² Uderzające 39% małych firm na eBay w Polsce osiągnęło próg „Globalnego Sprzedawcy” w 2024 r. Dla porównania, 30% małych firm na eBay z całej UE osiągnęło próg „Globalnego Sprzedawcy”.

Społeczność małych firm eBay to wirtualny gigant eksportowy

Jeśli spojrzeć na łączny eksport małych firm na eBay w Polsce, całkowita liczba osiągniętych rynków międzynarodowych wynosi imponujące 204 rynki.²³ Wyniki te wypadają korzystnie na tle zasięgu eksportowego największych światowych marek konsumenckich.²⁴ Łącznie społeczność małych firm na eBay w Polsce wykazuje zasięg prawdziwie globalnego giganta eksportowego.



Najważniejsze kategorie produktów eksportowanych przez małe firmy na eBay w Polsce²⁵

1. Części samochodowe
2. Dom i ogród
3. Biznes, biuro i przemysł
4. Wyposażenie wnętrz
5. Zdrowie i uroda
6. Komputery i oprogramowanie
7. Odzież, obuwie i akcesoria
8. Artykuły sportowe
9. Sprzęt AGD
10. Zabawki i gry



Mariusz Fiałkowski

Amadi
Grudziądz, Polska

Zainspirowani działalnością dziadka, Mariusz i jego żona założyli mały sklep z galanterią skórzaną, wytwarzający ręcznie robione skórzane etui na telefony. Każdy produkt jest inny i wyjątkowy, wykonany z pasją Mariusza i z dbałością o szczegóły. Te wysokiej jakości, ręcznie wytwarzane w Polsce produkty stanowią większość ich działalności i są wysyłane do kupujących na całym świecie.

„eBay otworzył mojej firmie okno na świat. Możliwości rozwoju są ogromne!”



Odwiedź sklep
Mariusza



Zróżnicowanie rynków eksportowych i platform marketplace sprzyja odpornemu wzrostowi

Dywersyfikacja jest dobrze rozumianą strategią biznesową i strategią polityki gospodarczej służącą ograniczeniu ryzyka, wspieraniu stabilności oraz lepszemu radzeniu sobie z szerokim zakresem zewnętrznych wstrząsów.²⁶ Ułatwienie sprzedaży na większej liczbie rynków eksportowych zwiększa dywersyfikację rynków eksportowych. Większa różnorodność eksportu przynosi liczne korzyści, w tym zmniejszenie podatności na zewnętrzne spowolnienia gospodarcze oraz niekorzystne wstrząsy w relacjach wymiany.²⁷ Na poziomie krajowym wzrost zróżnicowania eksportu był dodatnio skorelowany z wyższym wzrostem gospodarczym i niższą zmiennością eksportu.²⁸

Działanie na kilku platformach e-commerce, a nie na jednej lub dwóch, jest kolejną strategią dywersyfikacji służącą ograniczeniu ryzyka i wspieraniu wzrostu. Operowanie na wielu platformach zmniejsza ryzyko, że firma będzie zależna od jednego dostawcy platformy online w sytuacji²⁹, gdy kluczowy rynek lub region obsługiwany przez tę platformę doświadczy spowolnienia gospodarczego, a także ogranicza podatność firmy na polityki, infrastrukturę lub możliwości pojedynczego dostawcy usług marketplace.³⁰ Co istotne, dywersyfikacja platform jest osiągalną strategią redukcji ryzyka i wzrostu dla firm każdej wielkości – nawet bardzo małe przedsiębiorstwa okazują się sprawne w równoczesnym działaniu na wielu platformach e-commerce.³¹

Dane eksportowe eBay pokazują, jak polskie małe firmy wykorzystują platformę do zwiększania sprzedaży poza najważniejszymi rynkami dla tradycyjnych eksporterów. Porównanie Top 10 rynków eksportowych dla tradycyjnych firm³² w Polsce z Top 10 rynków eksportowych dla polskich małych firm na eBay³³

pokazuje, że połowa czołowych rynków eksportowych na eBay uzupełnia ogólną listę Top 10, w tym dodaje ważnego partnera handlowego w regionie Pacyfiku – Australię. Zdolność globalnej platformy marketplace eBay wyrównującej szanse do rozwijania eksportu poza tradycyjną europejską bazą Polski podkreśla silny wzrost eksportu do geograficznie zróżnicowanej grupy rynków, w tym do Meksyku, Argentyny, Zjednoczonych Emiratów Arabskich, Algierii oraz Dominikany.³⁴

Top tradycyjnych rynków eksportowych polskich firm vs. Top rynków eksportowych na eBay

Top 10 rynków eksportowych dla firm tradycyjnych

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| 1. Niemcy | 6. Niderlandy |
| 2. Czechy | 7. Rosja |
| 3. Francja | 8. Szwecja |
| 4. Zjednoczone Królestwo | 9. Stany Zjednoczone |
| 5. Włochy | 10. Słowacja |

Top 10 rynków eksportowych dla małych firm na eBay

- | | |
|--------------------------|---------------|
| 1. Niemcy | 6. Austria |
| 2. Francja | 7. Hiszpania |
| 3. Włochy | 8. Szwajcaria |
| 4. Stany Zjednoczone | 9. Belgia |
| 5. Zjednoczone Królestwo | 10. Australia |

eBay pogrubione są tymi, których nie ma w Top 10 dla firm tradycyjnych.



Silny wzrost „Nowicjuszy” wspiera vitalność gospodarczą

Powstawanie nowych przedsiębiorstw jest często postrzegane jako kluczowy czynnik tworzenia miejsc pracy i wzrostu gospodarczego. W szczególności narodziny przedsiębiorstw „zwiększają konkurencyjność populacji przedsiębiorstw danego kraju”, stymulując innowacje i ułatwiając adopcję nowych technologii.³⁵ Badanie Europejskiego Banku Centralnego z 2022 r. wykazało, że wzrost produktywności jest istotnie wyższy w firmach młodych w porównaniu z dojrzałymi podmiotami o ugruntowanej pozycji: roczny wzrost produktywności dla firm młodszych niż sześć lat wynosi około 8%, wobec zaledwie 2,5% dla firm starszych niż 20 lat. Badacze stwierdzili również, że niewielki odsetek „młodych supergwiazd” napędza większość zagregowanego wzrostu produktywności dzięki innowacyjnym modelom biznesowym i wdrażaniu przełomowych pomysłów, których starsze firmy nie adoptują.³⁶

Większą skłonność firm-Nowicjuszy do przyjmowania narzędzi i modeli biznesowych cyfrowych potwierdzają polscy przedsiębiorcy. Badanie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) z 2024 r. wykazało, że przedsiębiorcy prowadzący firmy młodsze niż 3,5 roku częściej niż podmioty o ugruntowanej pozycji uważali, że adopcja technologii cyfrowych jest ważna, a większość uważała, że korzystanie z narzędzi cyfrowych do sprzedaży produktów i usług jest „konieczne” dla sukcesu firmy.³⁷

Platforma marketplace e-commerce zapewniająca wyrównywanie szans wywołuje taki efekt, bez względu na podmiot, ułatwiając wejście na rynek i udział w nim. W niniejszym raporcie klasyfikujemy małą firmę na eBay jako „Nowicjusza”, gdy sprzedawca osiągnął status małej firmy w 2024 r. i sprzedawał na eBay nie dłużej niż cztery lata. Solidne 32% polskich małych firm na eBay stanowili „Nowicjusze”.

ZAKOŃCZENIE

eBay wyrównuje szanse w zakresie sukcesu eksportowego i pomaga coraz bardziej biegłym cyfrowo polskim MŚP odnosić sukcesy na globalnej scenie. Platformy stanowią centralny element ekosystemu e-commerce w Polsce, a nawet najmniejsze firmy dostrzegają, że działanie na wielu platformach może poszerzać możliwości wzrostu i ograniczać ryzyko dzięki dywersyfikacji. Wartość eBay jako platformy wzrostu eksportu i dywersyfikacji jest wyraźna. Każda mała firma na eBay w Polsce jest eksporterem,

a wiele z nich każdego roku sprzedaje klientom na dziesiątkach cennych rynków. Łącznie wyeksportowały na imponujące 204 rynki – globalny zasięg przewyższający większość największych korporacji międzynarodowych. Wreszcie, pełna połowa Top 10 rynków eksportowych na eBay zwiększa różnorodność listy tradycyjnych Top rynków eksportowych Polski, pokazując, w jaki sposób platforma marketplace eBay tworzy nowe możliwości wzrostu dla małych firm oraz wspiera dywersyfikację i odporność eksportu polskiej gospodarki jako całości.

RESOURCES

- ¹ Obejmuje kraje i terytoria.
- ² Kurs wymiany z 2024 r.
- ³ Główny Urząd Statystyczny (Statistics Poland), „Information Society in Poland”. Dane za 2015 r. dostępne pod adresem: <https://stat.gov.pl/en/topics/science-and-technology/information-society/information-society-in-poland-results-of-statistical-surveys-in-the-years-20102015,1,2.html>. Dane za 2025 r. dostępne pod adresem: <https://stat.gov.pl/en/topics/science-and-technology/information-society/information-society-in-poland-in-2025,2,15.html>.
- ⁴ Dane dotyczące zakupów online w 2015 r. dostępne pod adresem: Gemius for e-Commerce Polska, „Polish E-commerce Market – E-commerce in Poland 2015”. Digital4EU (archiwum), październik 2015. Dostępne pod adresem: <https://ec.europa.eu/futurium/en/content/polish-e-commerce-market-e-commerce-poland-2015-gemius-e-commerce-polska-report.html>; Dane dotyczące zakupów online w 2025 r. dostępne pod adresem: Chamber of Digital Economy; Mobile Institute, „Omni-commerce: Buying Comfortably”. Streszczenie, 2025. Dostępne pod adresem: <https://eizba.pl/wp-content/uploads/2025/07/Omni-commerce-Buying-comfortably-2025-abstract.pdf>.
- ⁵ Komisja Europejska, „Poland 2025 Digital Decade Country Report”. 2025. Dostępne pod adresem: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/poland-2025-digital-decade-country-report>.
- ⁶ Intellias, „Software Development in Poland: Everything You Need to Know”. Intellias Blog, lipiec 2025. Dostępne pod adresem: <https://intellias.com/software-development-poland/>.
- ⁷ Ministerstwo Rozwoju i Technologii (Poland), „E-commerce in Poland”. lipiec 2024. Dostępne pod adresem: <https://www.trade.gov.pl/en/news/e-commerce-in-poland/>.
- ⁸ McKinsey & Company we współpracy z Forbes Polska, „Digital Poland: Capturing the Opportunity to Join Leading Global Economies”. 2016. Dostępne pod adresem: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20Poland/Digital%20Poland.ashx>.
- ⁹ Strategy& (część sieci PwC), „Development Prospects for the E-commerce Market in Poland, 2018–2027”. 2022. Dostępne pod adresem: <https://www.strategyand.pwc.com/pl/en/publications/2022/development-prospects-for-the-e-commerce-market-in-poland-in-2018-2027.html>.
- ¹⁰ Katarína Šimčíková, „Where to Sell in Poland: Key Marketplaces Driving 9.6% Market Growth”. Ecommerce Bridge EU, sierpień 2025. Dostępne pod adresem: <https://www.ecommercebridge.com/polands-e-commerce-boom-23-marketplaces-drive-9-6-market-growth/>.
- ¹¹ Strategy& (część sieci PwC), „Development Prospects for the E-commerce Market in Poland, 2018–2027”. 2022. Dostępne pod adresem: <https://www.strategyand.pwc.com/pl/en/publications/2022/development-prospects-for-the-e-commerce-market-in-poland-in-2018-2027.html>.
- ¹² Canadian SME, „Five Reasons to Use an Online Marketplace for Small Business”. grudzień 2023. Dostępne pod adresem: <https://canadiansme.ca/5-reasons-to-use-an-online-marketplace-for-small-business/>.
- ¹³ Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Rynku Wewnętrznego, Przemysłu, Przedsiębiorczości oraz MŚP (DG GROW), „2025 SME Country Fact Sheet: Poland”. 2025. Dostępne pod adresem: <https://webgate.ec.europa.eu/circabc-ewpp/d/d/workspace/SpacesStore/ba82fea0-c292-4940-af2c-2e3dfbf01711/download>.
- ¹⁴ Chamber of Digital Economy, „Cross-border E-commerce: Brands across borders”. Streszczenie, 2024. Dostępne pod adresem: https://eizba.pl/wp-content/uploads/2024/03/e-Chamber_report_2024_Cross-border_e-Commerce_Brand_across_borders_2024_abstract.pdf.
- ¹⁵ Dane eBay odzwierciedlają odsetek małych firm na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku.
- ¹⁶ Źródło całkowitej liczby przedsiębiorstw: Eurostat Business Demography Data (obejmuje przedsiębiorstwa bez zatrudnienia) – przemysł, budownictwo i usługi rynkowe (z wyłączeniem administracji publicznej i obrony; obowiązkowych ubezpieczeń społecznych; działalności organizacji członkowskich). Dostępne pod adresem: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/bd_1_form/default/table?lang=en&category=bsd.bd; Źródło całkowitej liczby przedsiębiorstw eksportujących: Eurostat Data (Trade by number of partner countries and NACE Rev. 2 activity). Dostępne pod adresem: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ext_tec04/default/table?lang=en&category=ext_go_ext_tec; Udział = (całkowita liczba przedsiębiorstw eksportujących) / (całkowita liczba przedsiębiorstw).
- ¹⁷ Roberts, Mark J.; Tybout, James R. „Directions in Development: What Makes Exports Boom?” World Bank, 1997; Bernard, Andrew; Wagner, Joachim, „Export Entry and Exit by German Firms”. Review of World Economics, 2001; Bernard, Andrew; Jensen, J. Bradford, „Entry, Expansion, and Intensity in the U.S. Export Boom, 1987-1992”. Review of International Economics, 2004.
- ¹⁸ Dane eBay odzwierciedlają średnią liczbę rynków międzynarodowych osiągniętych przez małe firmy na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku.
- ¹⁹ Średnia liczba międzynarodowych rynków docelowych osiągnięta przez eksporterów = ((liczba przedsiębiorstw handlujących z 1 krajem)*1 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 2 krajami)*2 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 3 do 5 krajami)*4 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 6 do 9 krajami)*7,5 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 10 do 14 krajami)*12 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 15 do 19 krajami)*17 + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 20 lub większą liczbą krajów)*25) / ((liczba przedsiębiorstw handlujących z 1 krajem) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 2 krajami) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 3 do 5 krajami) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 6 do 9 krajami) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 10 do 14 krajami) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 15 do 19 krajami) + (liczba przedsiębiorstw handlujących z 20 lub większą liczbą krajów)). Źródło dla: (i) liczby przedsiębiorstw handlujących z 1 krajem; (ii) liczby przedsiębiorstw handlujących z 2 krajami; (iii) liczby przedsiębiorstw handlujących z 3 do 5 krajami; (iv) liczby przedsiębiorstw handlujących z 6 do 9 krajami; (v) liczby przedsiębiorstw handlujących z 10 do 14 krajami; (vi) liczby przedsiębiorstw handlujących z 15 do 19 krajami; (vii) liczby przedsiębiorstw handlujących z 20 lub większą liczbą krajów – z wykorzystaniem najnowszych dostępnych danych krajowych: OECD Trade by enterprise characteristics (TEC) data: Dataset IV – TEC by number of partner countries. Dostępne pod adresem: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TEC4_REV4.

RESOURCES

- 20 Dane eBay odzwierciedlają odsetek eksportujących małych firm na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku do 10 lub większej liczby rynków międzynarodowych.
- 21 Na potrzeby tej analizy sprzedaż przypisywano nabywcom na jednym z sześciu kontynentów: Ameryka Północna, Ameryka Południowa, Europa, Azja, Afryka oraz Australia. Gdy mała firma na eBay eksportowała do nabywcy w kraju na danym kontynencie, przypisywano jej eksport na ten kontynent. Dodatkowo, gdy sprzedaż eksportowa była realizowana do kraju na tym samym kontynencie co sprzedawca, sprzedaż ta była liczona jako eksport na ten kontynent (np. sprzedaż od polskiego sprzedawcy na eBay do nabywcy w Hiszpanii jest eksportem na rynek europejski).
- 22 Dane eBay odzwierciedlają odsetek eksportujących małych firm na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku na cztery lub więcej kontynentów.
- 23 Dane eBay odzwierciedlają łączną liczbę różnych rynków międzynarodowych (krajów i terytoriów), które łącznie osiągnęły małe firmy na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku.
- 24 Zob.: Heineken. „Our Global Presence”. styczeń 2026. Dostępne pod adresem: <https://www.theheinekencompany.com/our-global-presence>; Tefi Alonso. „How Diageo Became One of the World’s Largest Alcohol Producers”. Strategy Factory by Cascade, listopad 2022. Dostępne pod adresem: <https://www.cascade.app/strategy-factory/studies/diageo-strategy-study>; Nike, Inc. „We Are Global”. styczeń 2026. Dostępne pod adresem: https://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/10/100529/nike-gs09/global.html; Volkswagen Group. „Green Finance Framework”. październik 2022. Dostępne pod adresem: <https://www.volkswagen-group.com/en/publications/corporate/volkswagen-group-green-finance-framework-2022-2112>.
- 25 Dane eBay odzwierciedlają 10 najważniejszych kategorii produktów eksportowanych (na podstawie sprzedaży) przez małe firmy na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku.
- 26 Na przykład: Brenton, Paul; Gillson, Ian; Sauv , Pierre. „Economic Diversification: Why Trade Matters”. Trade for Development News, Enhanced Integrated Framework, czerwiec 2019. Dostępne pod adresem: <https://enhancedif.org/en/news/economic-diversification-why-trade-matters>; Hess, Heiko. „Export Diversification and Economic Growth”. Commission on Growth and Development Working Paper Series, Working Paper No. 21, 2008. Dostępne pod adresem: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8f34a43f2d2879cf20714f90667eaa50407fc25c>; Zhu, Min. „Diversification and Structural Transformation for Growth and Stability”. Hosting remarks at IMF conference, 2013. Dostępne pod adresem: <https://www.imf.org/external/np/seminars/eng/2013/spr/pdf/zhu.pdf>.
- 27 OECD; World Trade Organization. „Aid for Trade at a Glance 2019: Economic Diversification and Empowerment”. Rozdział 5, 2019. Dostępne pod adresem: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4trade19_chap5_e.pdf.
- 28 McIntyre, Alasdair; Li, Xin; Wang, K.; Yun, H. „Economic Benefits of Export Diversification in Small States”. IMF Working Paper No. 2018/086, kwiecień 2018. Dostępne pod adresem: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/04/11/Economic-Benefits-of-Export-Diversification-in-Small-States-45795>.
- 29 Trade Commissioner Service, Government of Canada. „Spotlight on Market Diversification”. listopad 2023. Dostępne pod adresem: https://www.tradecommissioner.gc.ca/guides/spotlight-pleins_feux/spotlight-diversification-pleins-feux-diversification.aspx?lang=eng.
- 30 Schiglinski, Vitaly. „Dangerous Dependence on One Supplier”. instinctools, czerwiec 2016. Dostępne pod adresem: <https://www.instinctools.com/blog/dangerous-dependence-on-one-supplier/>.
- 31 Lim, Jamilah. „Asia Pacific’s Golden Age in Cross-Border E-commerce Has Begun: Here Are the Opportunities”. Tech Wire Asia, 15 grudnia 2021. Dostępne pod adresem: <https://techwireasia.com/2021/12/asia-pacifics-reaching-the-pinnacle-in-cross-border-trade/>.
- 32 GlobalEdge (2026) „Global Insights”. Dostępne pod adresem: <https://globaledge.msu.edu/countries/poland/tradestats>. Uwaga: Jest to portal utworzony przez International Business Center oraz Eli Broad College of Business w Michigan State University.
- 33 Dane eBay odzwierciedlają 10 najważniejszych rynków eksportowych (kraje i terytoria) jako rynków docelowych (na podstawie sprzedaży) dla małych firm na eBay w Polsce w 2024 r. (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tym roku.
- 34 Dane eBay odzwierciedlają 5 najważniejszych pozaunijnych rynków wzrostu eksportu (kraje i terytoria) jako rynków docelowych (na podstawie bezwzględnego wzrostu sprzedaży w okresie 2020–2024) dla małych firm na eBay w Polsce (tj. z roczną sprzedażą na platformie marketplace eBay na poziomie co najmniej EUR 9 240 / USD 10 000), które eksportowały w tych latach.
- 35 Eurostat. „Business Demography Statistics”. październik 2025. Dostępne pod adresem: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Business_demography_statistics.
- 36 Europejski Bank Centralny. Barreira, Rodrigo; Botelho, Vasco; Lopez-Garcia, Paloma. „Firm Productivity Dynamism in the Euro Area”. ECB Economic Bulletin, wydanie 1/2022. Dostępne pod adresem: https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2022/html/ecb.ebbox202201_03-1bbbd0b0a9.en.html.
- 37 Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). „Global Entrepreneurship Monitor: Poland 2024”. Redakcja: Anna Tarnawa, 2024. Dostępne pod adresem: https://en.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/GEM-Poland-2024-Report_WCAG-22.11.2024.pdf.

ebay

 [ebaypolicy.eu](https://www.ebaypolicy.eu)