

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w wybranych województwach Polski – analiza porównawcza

📌 Wyniki projektu badawczego zrealizowanego w latach 2014-2016



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU



UNIWERSYTET
ŁÓDZKI



UNIWERSYTET
WARMIŃSKO-MAZURSKI
W OLSZTYNIE



Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu



*Patronat Honorowy
nad projektem badawczym*



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

*Współpraca przy organizacji
konferencji*

Warszawa, 11 grudnia 2017

Bezpośrednie
inwestycje zagraniczne
w wybranych
województwach Polski

Sesja II

prof. dr hab. Roman Kisiel, dr hab. Wiesława Lizińska

Atrakcyjność inwestycyjna i klimat dla bezpośrednich
inwestycji zagranicznych

dr hab. Karolina Pawlak, dr Małgorzata Kołodziejczak,
dr Włodzimierz Kołodziejczak, dr Aldona Standar

Opinie jednostek samorządu terytorialnego na temat korzyści
i zagrożeń związanych z działalnością podmiotów z kapitałem
zagranicznym

prof. dr hab. Jerzy Różański, dr Dorota Starzyńska

Aktywność jednostek samorządu terytorialnego
w pozyskiwaniu kapitału zagranicznego

Atrakcyjność inwestycyjna i klimat dla bezpośrednich inwestycji zagranicznych

prof. dr hab. Roman Kisiel, dr hab. Wiesława Lizińska



UNIWERSYTET
WARMIŃSKO-MAZURSKI
W OLSZTYNIE



*Patronat Honorowy
nad projektem badawczym*



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

*Współpraca przy organizacji
konferencji*

Warszawa, 11 grudnia 2017

Zespół badawczy:

prof. dr hab. Roman Kisiel,

dr hab. Wiesława Lizińska

prof. UWM, dr hab. Renata Marks-Bielska

dr Karolina Babuchowska

mgr Izabela Serocka

Istota klimatu inwestycyjnego

- poprawa klimatu inwestycyjnego (jego poszczególnych składników) a napływ BIZ
- klimat inwestycyjny a wzrost gospodarczy

Złożoność klimatu inwestycyjnego

- ograniczenia generalizacji globalnego otoczenia biznesowego
- odmienność postrzegania klimatu przez inwestorów
- subiektywne i obiektywne miary warunków prowadzenia biznesu

Wyzwania stojące
przed władzami
w kształtowaniu
klimatu
inwestycyjnego

- znajomość czynników **stymulujących** napływ BIZ
- znajomość czynników stymulujących **długookresowy** wzrost BIZ
- uwzględnienie **szerszego kontekstu** procesu pozyskiwania BIZ
- liczba podmiotów, które uczestniczą w ich kształtowaniu na różnym poziomie **aktywności, obligatoryjności**, ale także **skuteczności**



- **sprawność procesu**
- **koszty**
- **efekty** → **kolejne, nowe inwestycje**

Znaczenie
władz lokalnych
w kształtowaniu
klimatu
inwestycyjnego

- kształtowanie czynników lokalizacji inwestycji
 - stosunków z inwestorami



efekty dokonywanych inwestycji

- **korzystne relacje między władzami i inwestorami ze wskazaniem na aktywną rolę władz szczebla lokalnego**
- **zmiana walorów lokalizacyjnych w czasie**

Problemy?

- **syndrom pasywnych gmin**
- adresowanie problemów i deficytów rozwojowych na **wyższy szczebel** administracji publicznej
- akcentowanie **niemożności** przełamania na poziomie lokalnym **negatywnych** uwarunkowań zewnętrznych rozwoju

Ocena atrakcyjności inwestycyjnej województw w opinii przedsiębiorstw i jednostek samorządu terytorialnego

Ocena na poziomie		Ocena atrakcyjności inwestycyjnej				
Województw	jednostek	bardzo wysoka	wysoka	średnia	niska	bardzo niska
Ogółem	inwestorzy zagraniczni	8,0%	31,9%	45,8%	10,0%	4,4%
	samorządy	9,1%	33,0%	42,9%	12,4%	2,7%
Kujawsko-Pomorskie	inwestorzy zagraniczni	3,9%	13,2%	56,6%	10,5%	15,8%
	samorządy	9,5%	31,6%	45,3%	11,6%	2,1%
Łódzkie	inwestorzy zagraniczni	5,6%	37,0%	46,3%	9,3%	1,9%
	samorządy	7,4%	37,2%	43,6%	8,5%	3,2%
Warmińsko-Mazurskie	inwestorzy zagraniczni	2,9%	23,5%	55,9%	17,6%	0,0%
	samorządy	13,9%	33,3%	36,1%	13,9%	2,8%
Wielkopolskie	inwestorzy zagraniczni	19,5%	53,7%	24,4%	2,4%	0,0%
	samorządy	5,5%	30,0%	46,4%	15,5%	2,7%

Ranking skuteczności instrumentów podnoszenia atrakcyjności inwestycyjnej w badanych województwach Polski w opinii samorządów

Miejsce	Kujawsko-Pomorskie	Łódzkie	Warmińsko-Mazurskie	Wielkopolskie
1	przychylnie nastawienie urzędników do inwestora i inwestycji			
2	ulepszanie stanu infrastruktury transportowej			wysoka jakość i sprawność obsługi w urzędach
3	wysoka jakość i sprawność obsługi w urzędach		uzbrajanie terenu pod inwestycję (sieć wodno-kanalizacyjna, energetyczna, telekomunikacyjna itd.)	ulepszanie stanu infrastruktury transportowej
4	dbanie o dobry stan środowiska naturalnego	stale poprawiamy wizerunek gminy	wysoka jakość i sprawność obsługi w urzędach	stale poprawiamy wizerunek gminy
5	dbanie o dobre warunki do spędzania wolnego czasu i wypoczynku	dbanie o dobry stan środowiska naturalnego	stale poprawiamy wizerunek gminy	uzbrajanie terenu pod inwestycję (sieć wodno-kanalizacyjna, energetyczna, telekomunikacyjna itd.)

Czy ponownie
wybraliby Państwo
województwo na
miejsce swojej
inwestycji?

Ponowny wybór województwa na miejsce inwestycji	Ogółem	Kujawsko- Pomorskie	Łódzkie	Warmińsko- Mazurskie	Wielkopolskie
tak	55,1%	41,1%	65,5%	40,6%	78,9%
nie	6,6%	6,8%	5,5%	15,6%	0,0%
trudno powiedzieć	38,4%	52,1%	29,1%	43,8%	21,1%

Ocena pomocy instytucji rządowych i samorządowych oraz otoczenia biznesu przed i po rozpoczęciu działalności w Polsce przez inwestorów zagranicznych wg przedsiębiorstw

- zarówno przed jak i po rozpoczęciu działalności gospodarczej inwestorzy zagraniczni ocenili najczęściej tę pomoc jako **bez znaczenia**
- jedynie w **woj. wielkopolskim lepiej** oceniono pomoc ze strony władz lokalnych
- wśród wszystkich wymienionych władz i instytucji we wszystkich województwach najlepiej oceniono pomoc ze **strony władz lokalnych**

Stosowane przez gminy sposoby wspierania rozwoju **współpracy gospodarczej** pomiędzy przedsiębiorstwami lokalnymi a przedsiębiorstwami z kapitałem zagranicznym

Sposób wspierania	Ogółem	Kujawsko-Pomorskie	Łódzkie	Warmińsko-Mazurskie	Wielkopolskie
organizacja spotkań informacyjnych dla przedsiębiorstw	11,7%	9,5%	11,2%	16,3%	9,7%
organizacja konferencji gospodarczych	6,7%	6,0%	6,5%	8,2%	6,0%
tworzenie bazy danych przedsiębiorstw z gminy gotowych podjąć współpracę	7,1%	10,3%	9,3%	2,0%	6,7%
pomoc przedsiębiorstwom z gminy w wyszukiwaniu i nawiązywaniu kontaktów gospodarczych	17,0%	11,2%	15,9%	16,3%	24,6%
korzystanie z pomocy i włączanie się w programy realizowane przez agencje, agendy rządowe	4,1%	3,4%	2,8%	10,2%	2,2%
korzystanie z pomocy i wykorzystywanie programów realizowanych przez organizacje międzynarodowe	1,3%	2,6%	0,0%	2,0%	0,7%
brak działań o takim charakterze	43,0%	56,0%	50,5%	42,9%	47,8%

Wnioski:

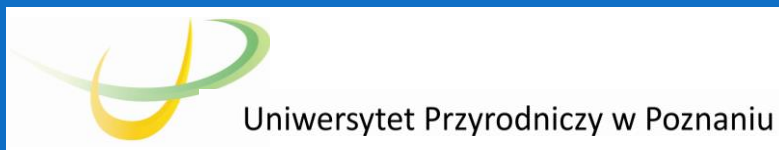
- generalnie władze lokalne badanych gmin oraz inwestorzy zagraniczni **odmiennie** postrzegają atrakcyjność inwestycyjną
- pomimo **istotnych różnic** w pozycjach w rankingach atrakcyjności inwestycyjnej atrakcyjność tę oceniono jako **średnią** – zarówno w opinii władz lokalnych, jak i inwestorów (3 województwa)
- trochę **odmiennie** postrzeganie atrakcyjności inwestycyjnej przez władze lokalne i inwestorów
- **relatywny** charakter tej oceny - **różni interesariusze**
- **zbliżona** ocena najskuteczniejszych instrumentów podnoszących atrakcyjność inwestycyjną (opinia władz lokalnych)
- jednak głównie były to instrumenty, które powinny być traktowane jak powszechnie **obowiązujący standard** (przychylnie nastawienie urzędników do inwestora i inwestycji, czy też wysoka jakość i sprawność obsługi w urzędach)

Cd.

- **potwierdzenie oceny** atrakcyjności inwestycyjnej w opinii inwestorów: ponowny wybór województwa jako miejsca inwestycji (ponad połowa z nich, w przypadku inwestorów z woj. wielkopolskiego aż 78,9%)
- przygotowanie władz lokalnych do współpracy z inwestorami - w większości były do **oceny dobre i dostateczne**
- jednak zdecydowana większość inwestorów zagranicznych postawę władz samorządowych w okresie kiedy rozpoczynali inwestycje określili jako **pasywną**
- przedstawiciele władz potwierdzili zainteresowanie pozyskaniem inwestora, co przejawiało się **wysoką samooceną** przygotowania władz do współpracy z inwestorami
- inwestorzy **nie potwierdzili** także znaczącego udziału w procesie pozyskiwania inwestycji innych instytucji otoczenia biznesu na poziomie regionalnym, czy też centralnym
- na tym tle jednak **pozytywnie** wyróżniały się **władze samorządowe**

Opinie jednostek samorządu terytorialnego na temat korzyści i zagrożeń związanych z działalnością podmiotów z kapitałem zagranicznym

prof. UPP dr hab. Karolina Pawlak, dr Małgorzata Kołodziejczak
dr Włodzimierz Kołodziejczak, dr Aldona Standar



*Patronat Honorowy
nad projektem badawczym*



*Współpraca przy organizacji
konferencji*

Warszawa, 11 grudnia 2017

Ocena korzyści,
jake działalność
przedsiębiorstw z
udziałem kapitału
zagranicznego
przynosi gminom
badanych
województw
(*wskaźnik ważności*)

Wyszczególnienie	Średnia	Województwo			
		kujawsko- pomorskie	łódzkie	warmińsko- mazurskie	wielkopo- lskie
wzrost zatrudnienia i wydajności pracy	2,24	2,21	2,01	2,36	2,41
ożywienie gospodarcze gminy	2,17	2,15	1,90	2,33	2,36
wzrost konkurencyjności gminy	1,93	1,97	1,70	1,91	2,12
podnoszenie kwalifikacji kadr w regionie	1,77	1,83	1,54	1,79	1,91
podniesienie standardu życia ludności	1,75	1,67	1,55	1,82	1,97
transfer nowoczesnych rozwiązań technicznych i technologicznych	1,62	1,70	1,29	1,79	1,79
transfer nowoczesnych technologii, wiedzy i umiejętności w obszarze organizacji i zarządzania	1,58	1,63	1,32	1,82	1,69
wzrost kooperacji przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym z firmami lokalnymi	1,49	1,62	1,20	1,55	1,63
rozwój kontaktów zagranicznych	1,49	1,49	1,38	1,67	1,54
zwiększenie rynków zbytu dla firm w regionie	1,40	1,49	1,14	1,52	1,50
podnoszenie skali zastosowań ekologicznie „czystych” technologii	1,27	1,40	1,18	1,18	1,27
poprawa poziomu konkurencji wewnętrznej poprzez ograniczenie monopolistycznej pozycji miejscowych podmiotów	0,96	1,02	0,83	1,03	0,98
inne	0,02	0,03	0,05	0,00	0,00

Warszawa, 11 grudnia 2017

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania jednostek samorządu terytorialnego.

Ocena zagrożeń,
jako działalność
przedsiębiorstw z
udziałem kapitału
zagranicznego
przynosi gminom
badanych
województw
(wskaźnik ważności)

Wyszczególnienie	Średnia	Województwo			
		kujawsko-pomorskie	łódzkie	warmińsko-mazurskie	wielkopolskie
tworzenie silnej konkurencji dla lokalnych przedsiębiorstw	1,47	1,52	1,26	1,67	1,51
ryzyko lokalnego monopolu firmy zagranicznej, eliminacja konkurencji	1,44	1,60	1,21	1,52	1,47
pogorszenie stanu środowiska naturalnego w wyniku wprowadzenia do kraju lokaty „brudnych technologii” niemożliwych do stosowania w krajach macierzystych	1,30	1,42	1,06	1,33	1,38
ryzyko stosowania nieuczciwej konkurencji w stosunku do firm lokalnych	1,29	1,45	1,07	1,15	1,36
ograniczenie zdolności rozwojowej miejscowych przedsiębiorstw poprzez osłabienie ich pozycji na rynku wewnętrznym oraz zmniejszenie dostępności do zewnętrznych źródeł finansowania (konkurowanie mniejszym poziomem ryzyka)	1,16	1,21	1,00	1,06	1,24
transfer wysoko kwalifikowanej kadry lokalnej do central firm zagranicznych	1,14	1,25	0,90	1,06	1,27
wykorzystanie silniejszej pozycji dla eksploatacji zasobów produkcyjnych regionu przyjmującego	1,13	1,23	0,91	1,27	1,17
przejmowanie miejscowych przedsiębiorstw dla pozyskania ich rynku	1,13	1,26	0,94	1,18	1,13
osłabienie rodzimych wzorców kulturowych i tradycji poprzez upowszechnianie wzorców bliższych inwestorom zagranicznym	0,95	0,99	0,82	0,85	1,04
wzrost bezrobocia w wyniku zastosowania kapitałochłonnych technologii	0,91	1,05	0,80	0,85	0,89
inne	0,02	0,04	0,05	0,00	0,00

Warszawa, 11 grudnia 2017

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania jednostek samorządu terytorialnego.

Branże, w jakich
gminy poszukują
inwestora
zagranicznego
(procent
odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Średnia	Województwo			
		kujawsko- pomorskie	łódzkie	warmińsko- mazurskie	wielkopo- lskie
przetwórstwo przemysłowe	42,4	40,1	43,9	40,6	44,2
budownictwo	5,7	6,1	4,9	5,3	6,1
rolnictwo, leśnictwo i rybactwo	5,1	7,3	7,1	7,7	0,5
kultura, rozrywka i rekreacja	5,0	4,2	4,1	5,3	6,2
transport i gospodarka magazynowa	4,5	3,9	4,9	5,3	4,4
handel hurtowy i detaliczny	4,3	5,6	5,1	3,4	2,6
opieka zdrowotna i pomoc społeczna	3,8	4,4	2,9	4,3	3,8
hotelarstwo i usługi gastronomiczne	3,4	4,1	2,7	6,3	2,5
naprawa pojazdów samochodowych i motocykli	3,4	2,5	2,7	1,0	5,6
bez znaczenia lub inne	3,4	3,2	4,9	5,3	1,6
wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną i powietrze do układów klimatyzacyjnych	2,5	3,9	3,3	1,0	1,1
dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami, rekultywacja	2,4	1,4	1,2	0,5	5,1
edukacja	2,4	2,0	1,8	1,4	3,6
informacja i komunikacja	2,2	2,0	1,8	2,4	2,5
działalność finansowa i ubezpieczeniowa	2,2	2,5	1,6	2,9	2,0
działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	2,0	1,9	2,0	2,4	1,8
obsługa rynku nieruchomości	1,9	1,5	1,2	2,9	2,5
usługi administrowania i działalność wspierająca	1,5	1,4	1,2	1,0	2,0
górnictwo i wydobywanie	0,9	0,5	0,4	1,0	1,8
nie poszukujemy inwestora zagranicznego	1,1	1,5	2,2	0,0	0,2

Warszawa, 11 grudnia 2017

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badania jednostek samorządu terytorialnego.

Aktywność jednostek samorządu terytorialnego w pozyskiwaniu kapitału zagranicznego

prof. zw. dr hab. Jerzy Różański
dr Dorota Starzyńska
dr Bogna Kaźmierska-Józwiak



*Patronat Honorowy
nad projektem badawczym*



*Współpraca przy organizacji
konferencji*

Warszawa, 11 grudnia 2017

Zespół badawczy w składzie:

- prof. zw. dr hab. Jerzy Róžański
- dr Magdalena Jasiniak
- dr Jadwiga Kaczmarska-Krawczak
- dr Bogna Kaźmierska-Jóźwiak
- dr Dorota Starzyńska

Wprowadzenie

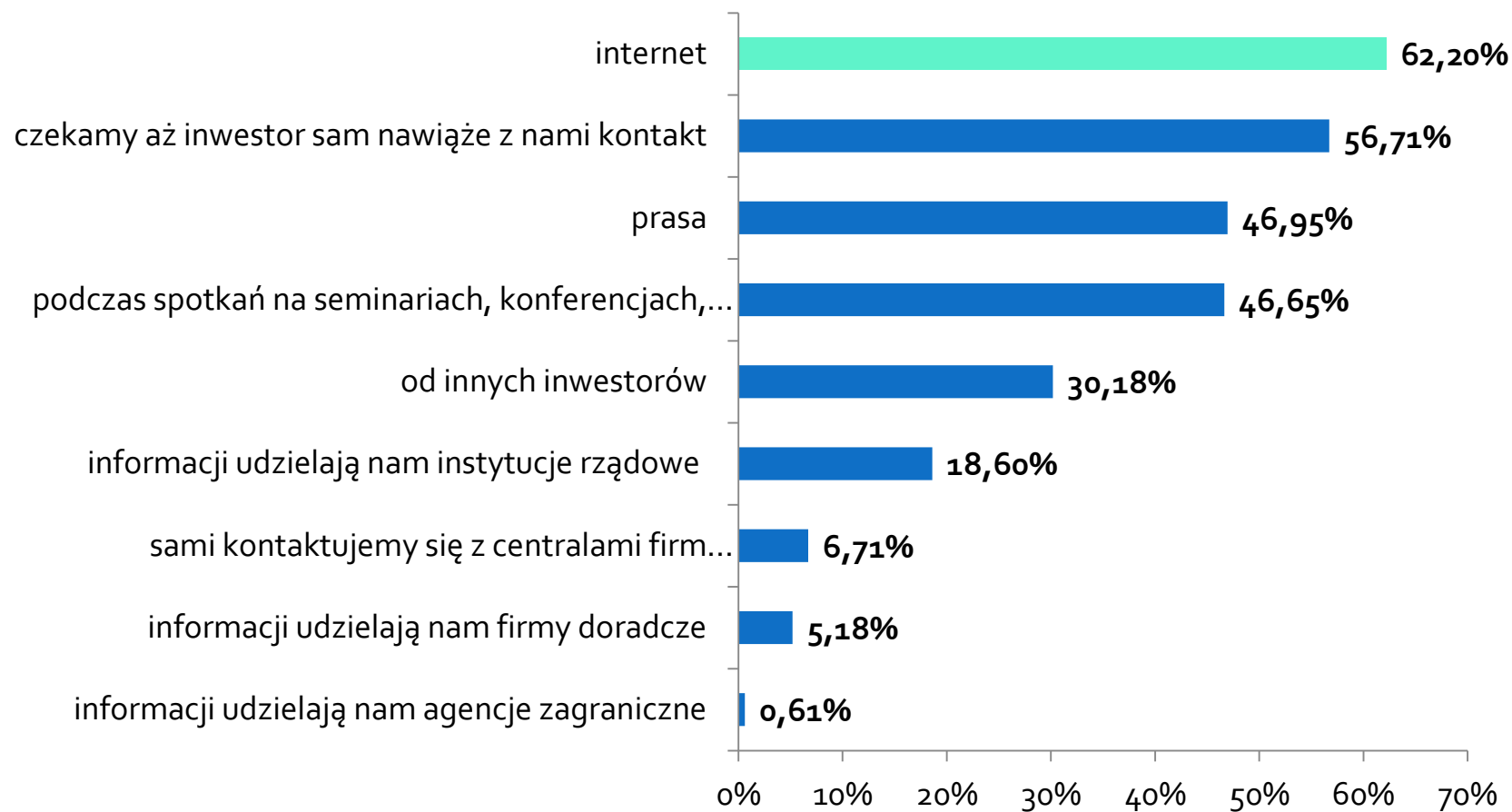
- Istota zaangażowanie władz lokalnych w proces pozyskiwania inwestorów zagranicznych.
- Aktywna polityka władz lokalnych jako czynnik sprzyjający napływowi i rozwojowi inwestycji zagranicznych.

Czynniki oceny aktywności JST w pozyskiwaniu kapitału zagranicznego

- Źródła informacji o potencjalnych inwestorach zagranicznych według jednostek samorządu terytorialnego
- Agendy (osoby) odpowiedzialne za obsługę inwestorów zagranicznych w urzędach gmin
- Skuteczność instrumentów promocji gmin poszczególnych województw stosowanych przez jednostki samorządu terytorialnego
- Skłonność samorządów do prowadzenia działań na rzecz pozyskania inwestora zagranicznego wspólnie z urzędem/mi z sąsiedniego terenu
- Przeszkody skutecznej promocji gmin według jednostek samorządu terytorialnego
- Skłonność samorządów do korzystania z doświadczeń innych miast, gmin, które skutecznie zabiegają o inwestora zagranicznego
- Ocena pomocy instytucji rządowych i samorządowych oraz otoczenia biznesu w promocji gminy na rzecz „przyciągnięcia” inwestorów zagranicznych według jednostek samorządu terytorialnego

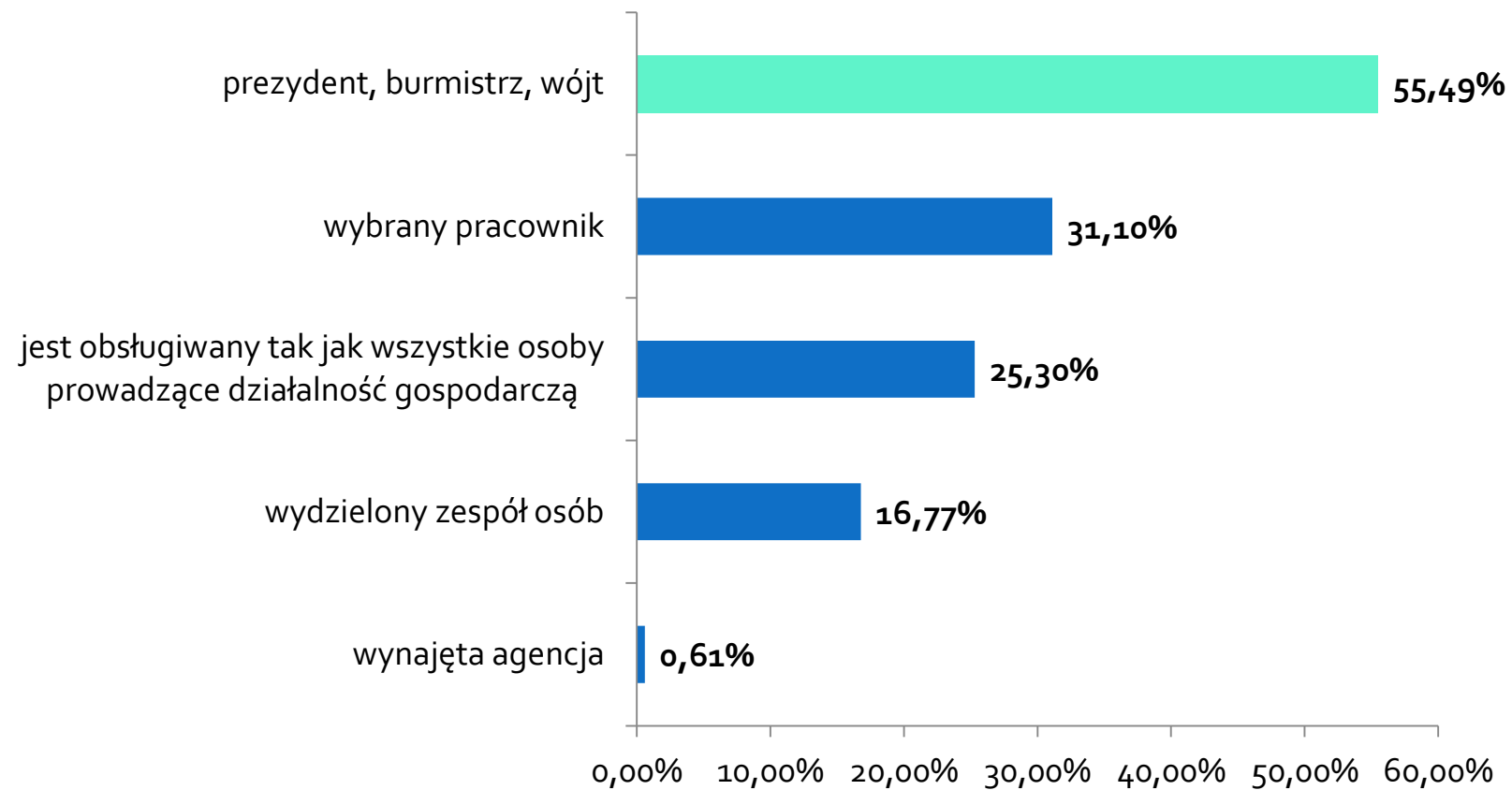
Źródła informacji o potencjalnych inwestorach zagranicznych według jednostek samorządu terytorialnego

(Uwaga: odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną opcję)

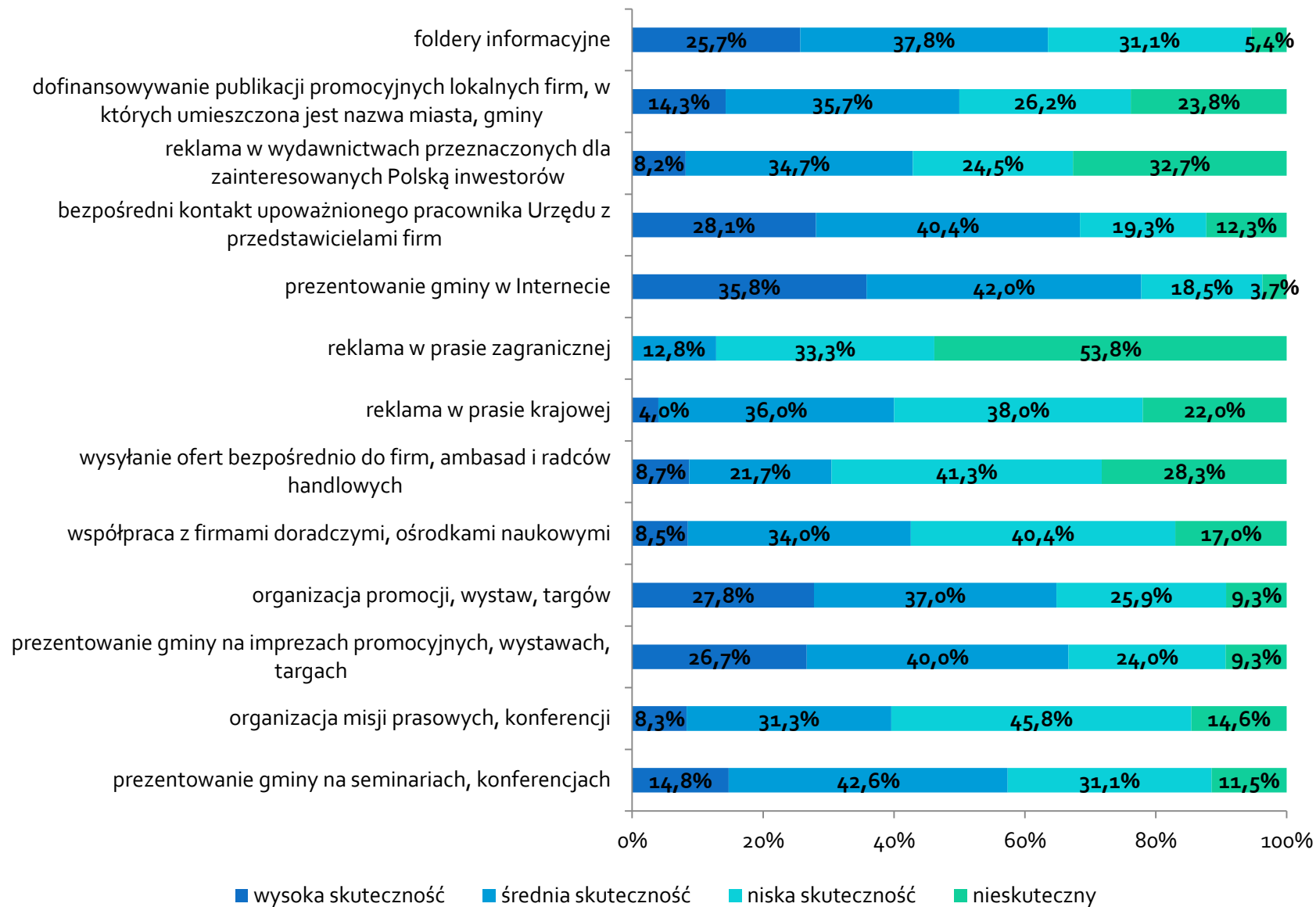


Agendy (osoby) odpowiedzialne za obsługę inwestorów zagranicznych w urzędach gmin

(Uwaga: odpowiedzi nie sumują się do 100%, gdyż ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną opcję)

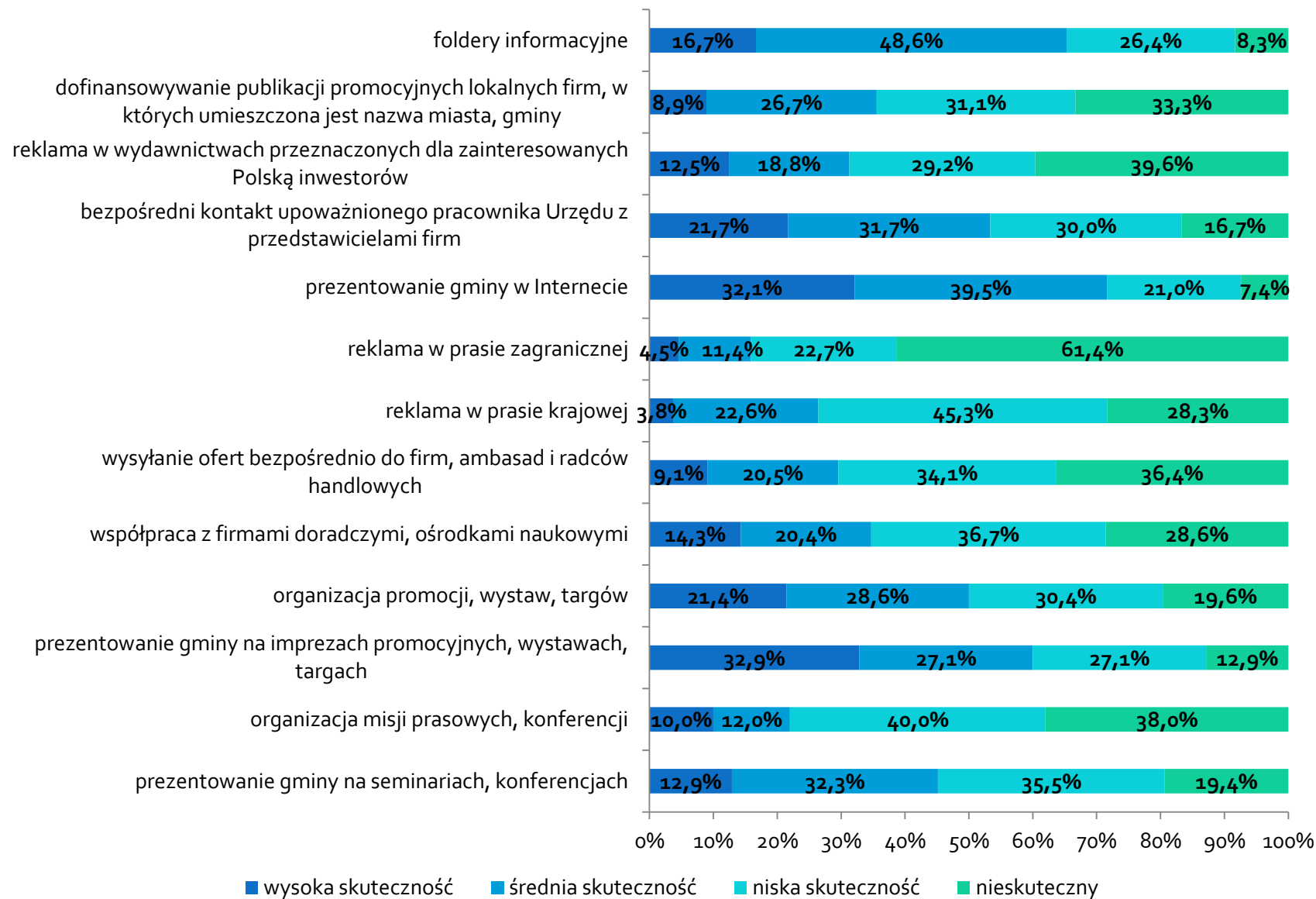


Skuteczność instrumentów promocji gmin województwa kujawsko-pomorskiego stosowanych przez jednostki samorządu terytorialnego



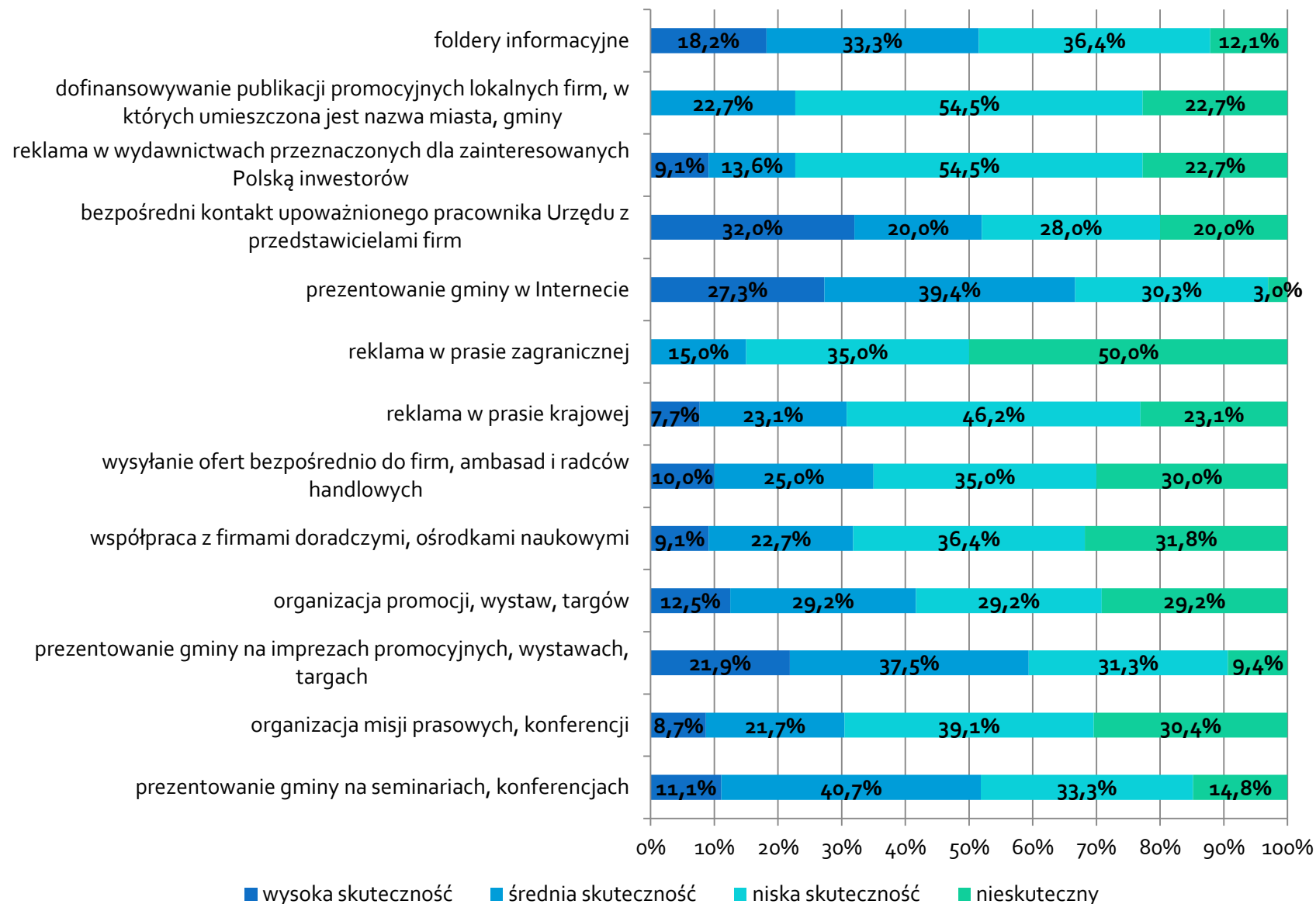
Warszawa, 11 grudnia 2017

Skuteczność instrumentów promocji gmin województwa łódzkiego stosowanych przez jednostki samorządu terytorialnego



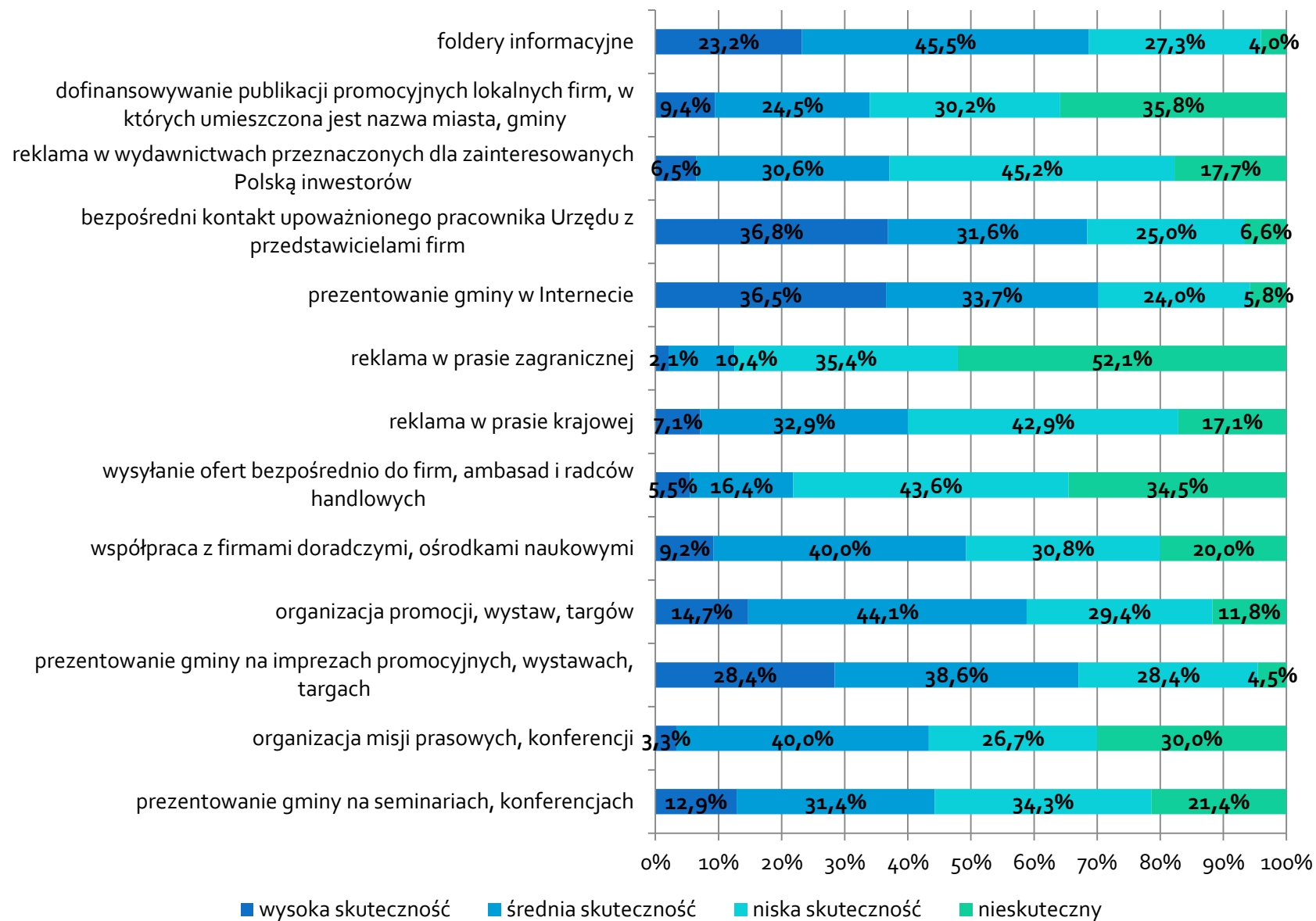
Warszawa, 11 grudnia 2017

Skuteczność instrumentów promocji gmin województwa warmińsko-mazurskiego stosowanych przez jednostki samorządu terytorialnego



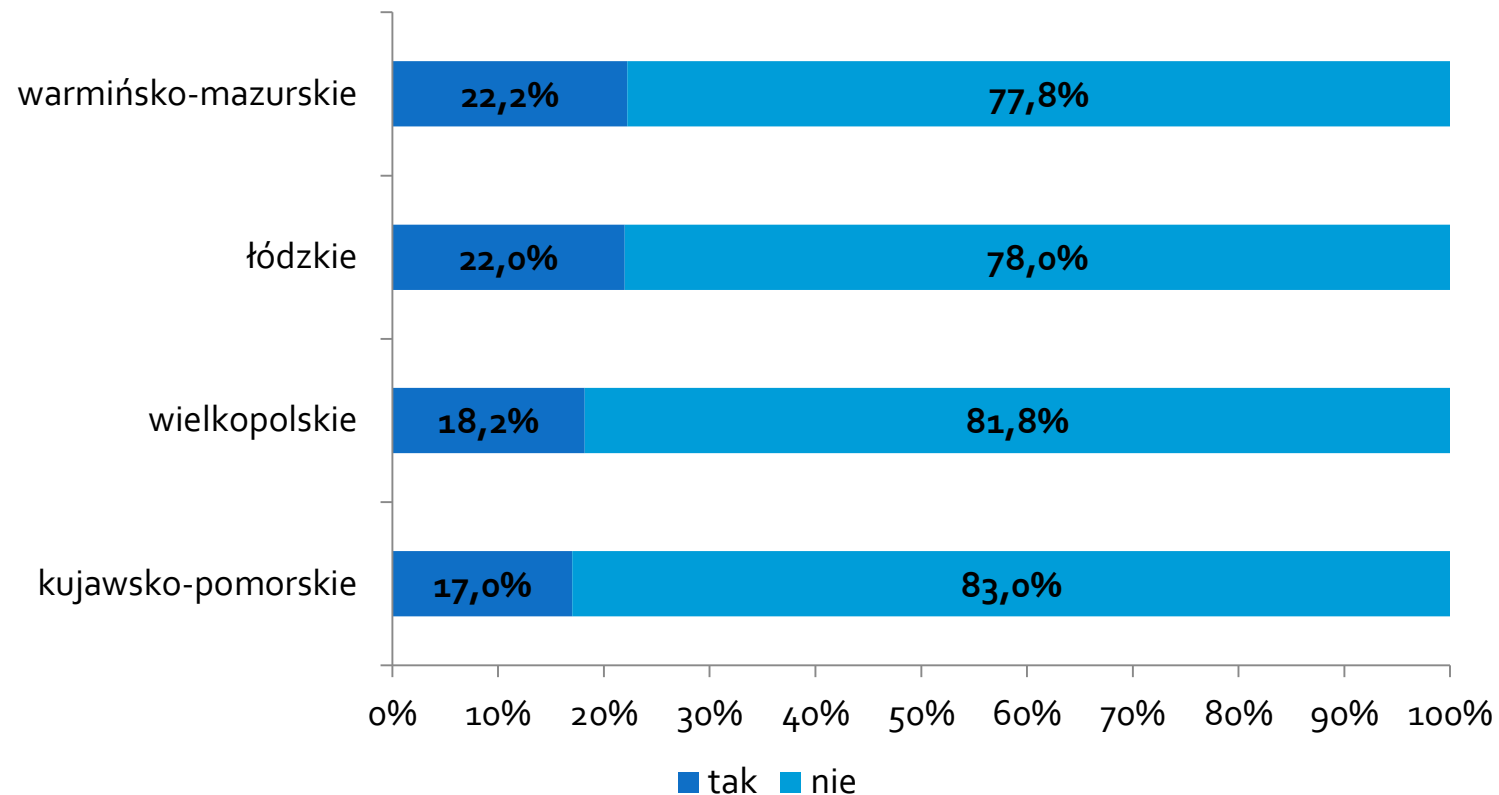
Warszawa, 11 grudnia 2017

Skuteczność instrumentów promocji gmin województwa wielkopolskiego stosowanych przez jednostki samorządu terytorialnego



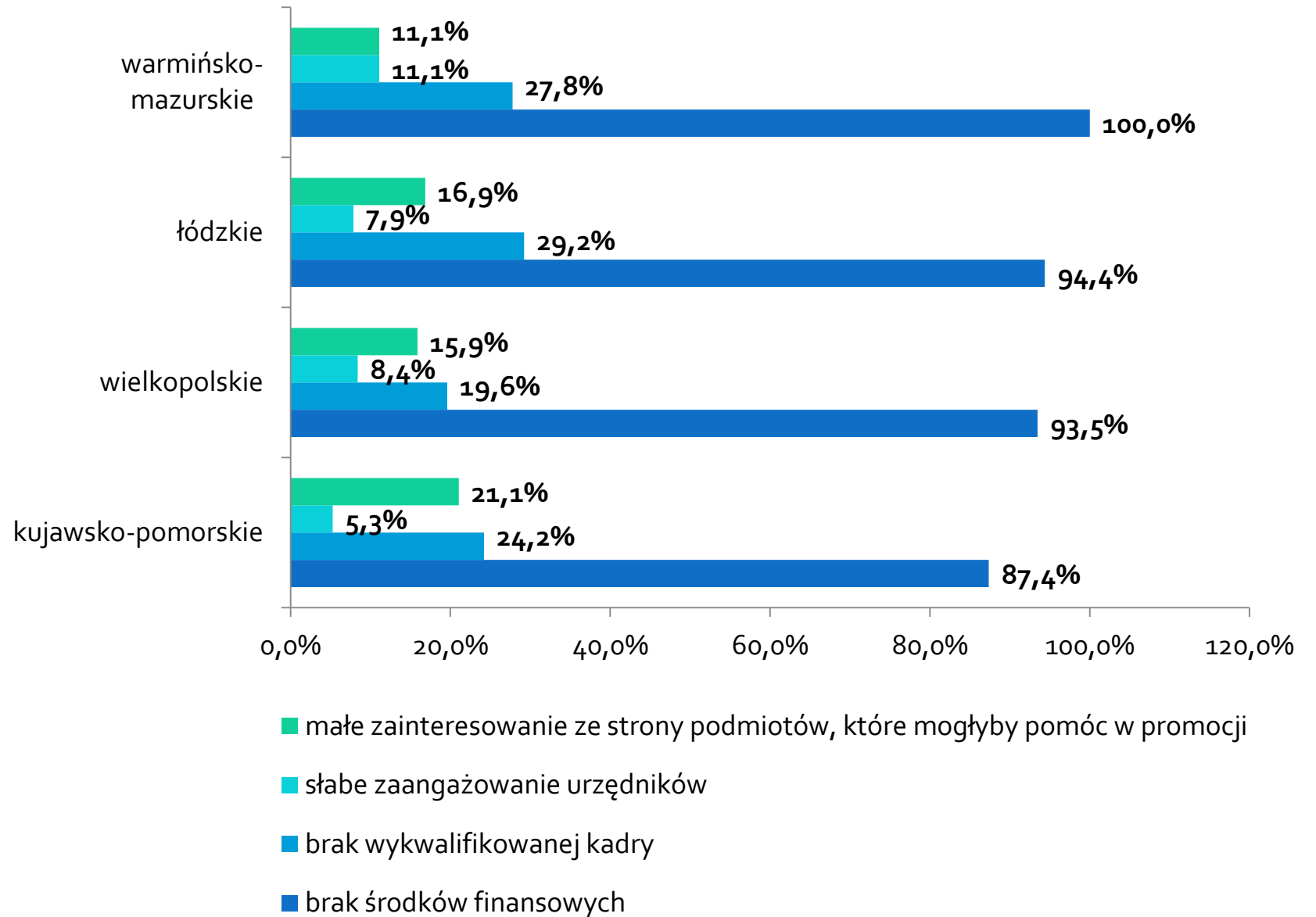
Warszawa, 11 grudnia 2017

Skłonność samorządów do prowadzenia działań na rzecz pozyskania inwestora zagranicznego wspólnie z urzędem/mi z sąsiedniego terenu



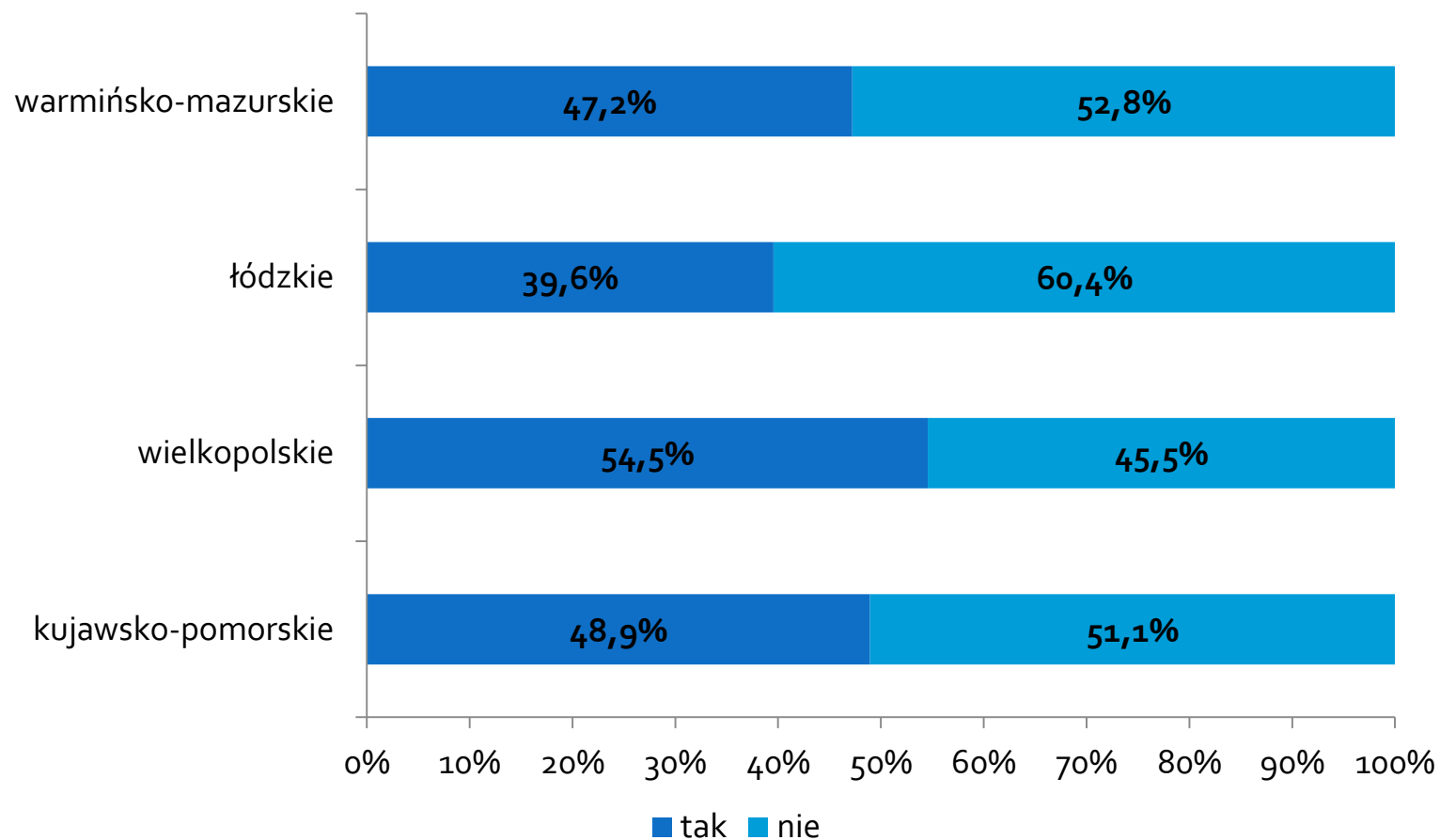
Przeszkody skutecznej promocji gmin według jednostek samorządu terytorialnego

Warszawa, 11 grudnia 2017



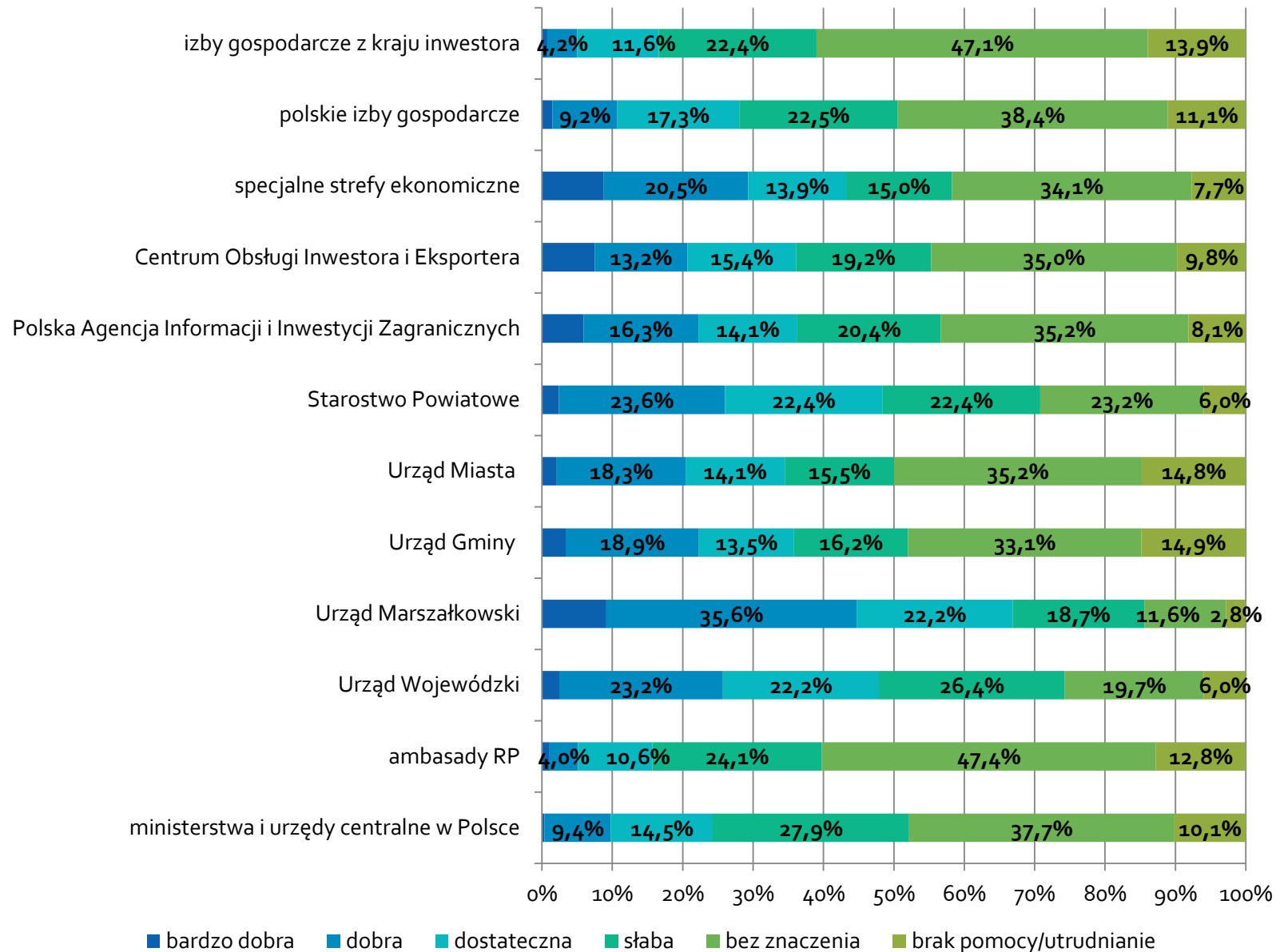
Skłonność samorządów do korzystania z doświadczeń innych miast, gmin, które skutecznie zabiegają o inwestora zagranicznego

Warszawa, 11 grudnia 2017



Ocena pomocy instytucji rządowych i samorządowych oraz otoczenia biznesu w promocji gminy na rzecz „przyciągnięcia” inwestorów zagranicznych według jednostek samorządu terytorialnego

Warszawa, 11 grudnia 2017



Podsumowanie

- Wciąż słaba aktywność jednostek samorządowych w pozyskiwaniu inwestorów zagranicznych.
- W większości przypadków dla badanych JST podstawowym źródłem wiedzy o potencjalnych inwestorach jest Internet.
- W badanych JST na poziomie powiatu, a zwłaszcza gminy często brakuje komórki organizacyjnej wyspecjalizowanej w kontaktach z inwestorem zagranicznym i jego kompleksowej obsłudze.
- Niska jest skuteczność regionalnych jednostek otoczenia biznesu w promocji gminy na rzecz „przyciągania” inwestorów zagranicznych.
- Oprócz Internetu, najważniejszą rolę odgrywa bezpośredni kontakt pracownika gminy z inwestorem zagranicznym.
- Badane JST są świadome tego, że ich aktywność jest dość niska.