

# SPÓŁKI Z UDZIAŁEM ZAGRANICZNYM W ŚRODOWISKU LOKALNYM

STUDIUM

Synteza wyników badania opinii  
inwestorów zagranicznych i przedstawicieli  
władz lokalnych

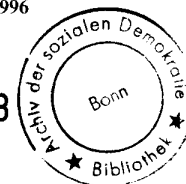
przeprowadzonego przez  
Centrum Badań Marketingowych INDICATOR

na zlecenie  
FUNDACJI im. FRIEDRICHA EBERTA  
Przedstawicielstwo w Polsce

Jan Błuszkowski  
Jan Garlicki

Warszawa, kwiecień 1996

C 97 - 00038



## Spółki z udziałem zagranicznym w środowisku lokalnym

Proces przekształceń ustrojowych w Polsce wiąże się z tworzeniem nowego układu podmiotów aktywności społeczno - ekonomicznej. Zakwestionowane zostało przekonanie o szczególnej roli państwa i rządu w bezpośrednim sterowaniu procesami gospodarczymi. W wiary pogłębiania liberalnych reform gospodarczych rolę tę w coraz większym stopniu przejmują konkretne instytucje i organizacje, społeczności lokalne i regionalne, grupy i środowiska zawodowe oraz jednostki dysponujące różnymi zasobami i kompetencjami. W rezultacie wzrasta znaczenie prywatnych przedsiębiorców, wśród których zwiększa się udział inwestorów zagranicznych.

Wielostronny wpływ na tempo i efekty reform gospodarczych ma kształtowanie się lokalnego kontekstu społecznej działalności firm, co szczególnie uwydatnia się w funkcjonowaniu spółek z udziałem kapitału zagranicznego. Obiegowe opinie na ten temat oscylują między dwiema skrajnościami: dostrzeganiem przede wszystkim uwarunkowań ich działalności w polityce państwa a przekonaniem, że najważniejsze i decydujące o wszystkim czynniki tkwią w środowisku lokalnym.

Weryfikacji tych obiegowych opinii dotyczyło badanie na temat działalności spółek z udziałem zagranicznym w środowisku lokalnym zrealizowane w czerwcu 1995 roku przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR na zlecenie Fundacji im. Friedricha Eberta.

Badanie przeprowadzono w 106 gminach. Dobrano je z regionów i województw o zróżnicowanym poziomie rozwoju społeczno - ekonomicznego oraz odmiennych uwarunkowaniach działalności inwestorów zagranicznych. W każdej objętej badaniem gminie przeprowadzono wywiady z przedstawicielem władz lokalnych oraz menedżerami dwu spółek z udziałem zagranicznym. Obu grupom respondentów zadawano identyczne pytania, dotyczące uwarunkowań i konsekwencji działalności spółek z udziałem zagranicznym w środowisku lokalnym. Uzyskano na tej podstawie obraz tych spółek

postrzegany przez zarządzających nimi menedżerów oraz liderów lokalnych. Rezultatem badania jest raport pt. *Lokalne uwarunkowania działalności spółek z udziałem zagranicznym*, który zostanie opublikowany przez FUNDACJĘ IM. FRIEDRICHA EBERTA i PAŃSTWOWĄ AGENCJĘ INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH.

### **Lokalizacja spółek**

Pierwsza część badania dotyczyła wyboru miejsca działalności gospodarczej przez inwestorów zagranicznych. Jej celem było rozpoznanie czynników decydujących o lokalizacji spółek z udziałem kapitału zagranicznego. Dotychczasowa wiedza na ten temat ma charakter intuicyjny i fragmentaryczny. Nie jest systematycznie zbierana i wykorzystywana. W sferze promocji Polski jako rynku inwestycji zagranicznych brakuje opracowania, które w sposób komunikatywny i atrakcyjny prezentowałoby nasz kraj w ujęciu makroregionalnym, wojewódzkim i lokalnym.

Niekorzystne skutki tego braku bardzo wyraźnie ujawniają się w odpowiedziach inwestorów zagranicznych. Wynika z nich, że **lokalizacja spółek z udziałem zagranicznym jest przede wszystkim wynikiem związku polskiego partnera z regionem**. Tego typu więź osobową wskazuje 36,3% badanych. Warto podkreślić, że czynnik ten ma charakter niezależny od decyzji i działań promocyjnych władz i instytucji wszystkich szczebli. Badani przedstawiciele gmin znacznie rzadziej (24,5%) zwracają uwagę na powiązania osobiste polskich partnerów z lokalnymi środowiskami, w których działają spółki z udziałem zagranicznym.

W sondażu ujawniono też wpływ związku partnera zagranicznego z regionem na wybór miejsca działalności spółek. Zwraca na to uwagę 23,1% inwestorów zagranicznych i 28,3% przedstawicieli władz gminnych. Wśród czynników lokalizacji spółek pojawia się korzystny wizerunek miejscowości. Część inwestorów (4,2%) wskazuje bowiem pozytywne doświadczenia innych firm z udziałem zagranicznym w danym regionie jako czynnik decydujący o lokalizacji swych inwestycji w Polsce. (tabela 1 i 2).

W celu szerszego określenia uwarunkowań wyboru środowiska lokalnego w badaniu rozpoznano również czynniki ograniczające ich lokalizację. Wypowiedzi inwestorów zagranicznych na ten temat świadczą o występowaniu różnego typu barier lokalnych podejmowania działalności gospodarczej. Przede wszystkim wynikają one - zdaniem ponad połowy (58,5%) badanych - ze słabości infrastruktury rynkowej (banków, łączności i komunikacji), wymagającej szybkiej modernizacji. Często też (41,5%) taką opinię wyrażają przedstawiciele władz lokalnych. Drugi typ ograniczeń ma charakter ekonomiczny, związany ograniczoną siłą nabywczą ludności (46,7%) lub wąskimi rozmiarami rynku lokalnego (35,4%). Następnie jedna czwarta (25,9%) inwestorów wymienia brak fachowej siły roboczej przygotowanej do nowych wymagań technologicznych i organizacyjnych oraz gwarantującej wysoką jakość wytwarzanych produktów i świadczonych usług.

Wymienione bariery mają charakter obiektywne, a ich usunięcie wykracza często poza granice lokalnych możliwości. Sondaż ujawnia jednak występowanie barier subiektywnych. W co siódmej badanej gminie (15,1%) menedżerowie skarżą się na niechęć władz lokalnych wobec inwestorów zagranicznych, a w co ósmej (12,3%) na nieprzychylnie nastawienie ludności do obcego kapitału. (tabela 3 i 4).

Bardzo krytycznie oceniane są przez menedżerów spółek działania władz lokalnych mające na celu pozyskiwanie inwestorów zagranicznych. Przeprowadzone badanie ujawnia brak takich działań w ponad połowie gmin. W jednej trzeciej (32,1%) inwestorzy zagraniczni stwierdzają, że władze lokalne nic nie robią, albo robią niewiele w tym zakresie, a w jednej piątej (22,6%) nie dostrzegają takich działań. Lokalizacja spółek z udziałem zagranicznym w tych gminach dokonuje się więc bez udziału władz lokalnych. W pozostałych gminach władze lokalne przygotowują materiały promocyjne (biuletyny, foldery, informatory) lub organizują targi i spotkania z inwestorami zagranicznymi. Zaledwie 5,7% menedżerów spółek informuje, że otrzymało od władz lokalnych konkretne oferty i propozycje współpracy oraz wydzierżawienia gruntów i nieruchomości (tabela 5 i 6)

Efektywność mechanizmu lokalizacji spółek zagranicznych może być mierzona poziomem satysfakcji menedżerów z wybranego środowiska lokalnego. Dokonany w toku

badania pomiar tej efektywności wypadła z reguły korzystnie, gdyż tylko 9,0% inwestorów zagranicznych uważa, że dokonała niekorzystnej lokalizacji swej spółki.

### Promocja środowisk lokalnych

W obiegowych opiniach często zwraca się uwagę na słabą promocję Polski jako rynku inwestycji zagranicznych. Sondaż potwierdza słuszność tych opinii. Ze spontanicznych odpowiedzi inwestorów zagranicznych na otwarte pytanie: *Z jakich źródeł czerpał(a) Pan(i) wiedzę, decydując się na lokalizację działalności gospodarczej w tym regionie?* wynika, że najczęściej są to nieformalne i prywatne źródła informacji typu: osoba lub firma polska będąca współnikiem spółki (wskazuje 42,9% badanych), osobiste kontakty rodzinne (34,0%), sporadyczne kontakty z polskimi firmami i instytucjami (25,9%) oraz inni inwestorzy zagraniczni (21,7%). Jedyne co szósty menedżer wskazuje zorganizowane źródła informacji o charakterze promocyjnym: oferty, foldery i informatory przygotowane przez władze lokalne (15,1%) oraz prasę zachodnią (7,5%) lub radio i telewizję zachodnią (6,6%) (tabela 7 i 8).

Mimo tych niedostatków działalności promocyjnej, objęci sondażem menedżerowie w zdecydowanej większości (63,2%) oceniają pozytywnie swą wiedzę o środowisku lokalnym w okresie tworzenia firmy i rozpoczynania działalności gospodarczej. U pozostałych samoocena wiedzy wypadła krytycznie. Odmienne jednak opinie na ten temat mają przedstawiciele władz gminnych. Dwie trzecie ocenia wiedzę inwestorów zagranicznych o środowisku lokalnym negatywnie, a tylko jedna trzecia - pozytywnie (tabela 9 i 10).

Uzyskane wyniki świadczą o potrzebie prowadzenia aktywnej promocji regionów i miejscowości jako lokalnych rynków inwestycji zagranicznych w Polsce. Przede wszystkim należy opracować strategiczne założenia działalności promocyjnej, określając jej cele i kierunki oraz środki i formy, dostosowane do lokalnych wymagań i oczekiwań zagranicznych odbiorców.

## Trudne początki

Przeprowadzony sondaż pokazuje, jak wiele trudności muszą pokonywać inwestorzy zagraniczni w początkowym okresie swej działalności. Przede wszystkim napotykają je w fazie tworzenia dobrych warunków technicznych i organizacyjnych dla rozpoczęcia działalności gospodarczej (sygnalizuje 39,6% menedżerów) oraz rekrutacji i zatrudnienia odpowiednich pracowników (39,2%). Jedna trzecia (34,4%) badanych ma kłopoty z przygotowaniem dokumentacji i formalną rejestracją firmy, a 17,5% z uzyskaniem zgody władz lokalnych na rozpoczęcie działalności. Inny rodzaj trudności powstaje w toku poszukiwania partnerów biznesowych w celu nawiązania różnych form współpracy w dziedzinie kooperacji, zaopatrzenia i handlu (17,9%). Ten ostatni rodzaj trudności znacznie częściej (54,7%) dostrzegają przedstawiciele władz gminnych (tabela 11 i 12).

Z uzyskanego rozpoznania badawczego wynika, że tylko część inwestorów zagranicznych otrzymuje pomoc w pokonywaniu powyższych trudności. Kto przede wszystkim, jakie instytucje i organizacje lokalne oraz osoby udzielają tej pomocy? Ankietowani inwestorzy wskazują najczęściej władze gminne (43,9%) lub urzędników gminnych (30,2%). Spółki z udziałem zagranicznym otrzymują też pomoc, której źródłem jest ich lokalne otoczenie gospodarcze - polscy przedsiębiorcy prywatni (21,7%), menedżerowie przedsiębiorstw państwowych (19,3%), a także inne spółki z udziałem zagranicznym (17,0%). Ponadto korzystają one z pomocy organizacji ponadlokalnych - 25,9% respondentów wskazuje agencje rządowe (np.: Państwową Agencję Inwestycji Zagranicznych i Polską Agencję Rozwoju Regionalnego), a 20,8% organizacje przedsiębiorców (np.: izby i towarzystwa gospodarcze i kluby biznesu).

Przedstawiciele władz gminnych mają znacznie korzystniejsze opinie na temat pomocy udzielanej inwestorom zagranicznym. Własną pomoc wskazuje 89,6% badanych, a pomoc urzędników gminy - 77,4%. Prawie dwie trzecie (61,3%) wymienia pomoc organizacji przedsiębiorców, 47,2% - pomoc udzielaną przez polskich przedsiębiorców, a 36,8% - przez przedsiębiorstwa państwowe (tabela 13 i 14).

## Czego brakuje spółkom?

Przede wszystkim badano, czego brakuje firmom zagranicznym w dziedzinie usług biznesowych. Lista wskazywanych przez ich menedżerów braków zawiera kilka ważnych pozycji. W środowiskach lokalnych najsilniej odczuwany jest brak firm informujących o partnerach gospodarczych (wskazuje 56,6% badanych) oraz informacji o polskiej gospodarce w ogóle (43,9%) i o środowisku lokalnym w szczególności (41,0%). Ponadto inwestorzy zagraniczni zwracają uwagę na niedostatki informacji o firmach świadczących usługi biznesowe (37,7%). Obok tego sygnalizują trudności nawiązania współpracy z firmami konsultingowymi (36,8%) i reklamowymi (26,4%). Niewielka część (0,9%) narzeka na usługi prawne. Warto podkreślić pełną zbieżność opinii inwestorów zagranicznych i władz lokalnych dotyczącą braków w lokalnych usługach biznesowych (tabela 15 i 16).

Ocenie poddano także jakość usług telekomunikacyjnych w środowisku lokalnym. Inwestorzy zagraniczni najczęściej są niezadowoleni z międzymiastowej łączności telefonicznej (46,2%) oraz lokalnej łączności telefonicznej (44,5%). Międzynarodową łączność telefoniczną negatywnie ocenia 28,3% badanych. Na łączność faksową narzeka 22,6% respondentów. Władze lokalne znacznie rzadziej dostrzegają braki w sferze usług telekomunikacyjnych. Międzymiastową łączność telefoniczną negatywnie oceniono w 28,3% gmin, lokalną łączność telefoniczną - 28,3%, międzynarodową łączność telefoniczną - 17,9%, a łączność faksową - 13,2%.

## Stosunki z władzami lokalnymi

Sondaż ujawnia blokadę w załatwianiu różnych rodzajów spraw spółek zagranicznych w urzędach lokalnych. Zarejestrowano wysoki stopień zbieżności opinii w tym zakresie między inwestorami zagranicznymi a władzami lokalnymi. Obie grupy badanych najczęściej wskazują dwie blokady. Pierwsza dotyczy spraw wynikających z niejasności przepisów (wskazuje 59,9% inwestorów i 58,5% przedstawicieli władz). Druga odnosi się do usprawnienia współpracy z urzędami skarbowymi (wskazuje 43,4% inwestorów i 34,9% władz). Zbieżność opinii menedżerów spółek i władz gminnych świadczy o istnieniu napięć z powodu niespójności i luk prawnych między szczeblem centralnym a szczeblem lokalnym, świadczących o potrzebie opracowania nowych przepisów dotyczących funkcjonowania podmiotów gospodarczych z udziałem zagranicznym (tabela 17 i 18).

Postulat doskonalenia prawa i zagwarantowania stabilności prawnej funkcjonowania spółek z udziałem zagranicznym w Polsce wyraźnie wyartykułowany został w propozycjach menedżerów tych spółek dotyczących poprawy współpracy z władzami lokalnymi. O potrzebie uproszczenia i odbiurokratyzowania trybu załatwiania spraw w urzędach lokalnych mówi większość (60,8%) inwestorów zagranicznych, co wymaga, ich zdaniem nowych regulacji prawnych. Warto zwrócić uwagę, że również większość (53,8%) przedstawicieli władz lokalnych zgłasza postulaty uproszczenia i odbiurokratyzowania procedur załatwiania spraw firm zagranicznych w urzędach gminnych (tabela 19 i 20).

Znaczna część (23,6%) inwestorów zagranicznych krytykuje dowolność stosowania prawa przez władze lokalne. Zwraca uwagę na potrzebę usunięcia tych ograniczeń działalności firm zagranicznych ze strony miejscowych władz, które nie wynikają z przepisów prawa lub decyzji władz centralnych. Postulat ten formuluje także 17,0% przedstawicieli władz gminnych.

## Przeważają korzyści

Niemal wszyscy (96,7%) menedżerowie uważają, że działalność spółek z udziałem zagranicznym przynosi dla społeczności lokalnych większe korzyści niż zagrożenia. Tak samo sądzi zdecydowana większość (88,7%) przedstawicieli władz gminnych.

Według opinii inwestorów zagranicznych i władz lokalnych korzyści te dotyczą: zwiększenia liczby miejsc pracy (wskazuje 88,7% inwestorów i 85,8% władz), ożywienia gospodarczego środowiska lokalnego (87,3% inwestorów i 86,8% władz), wprowadzenia nowoczesnych technologii (86,3% inwestorów i 79,2% władz) oraz rozwoju kontaktów z zagranicą (85,3% inwestorów i 88,7% władz) (tabela 21 i 22).

Większość inwestorów zagranicznych (59,9%) uważa, że ich działalność nie przynosi zagrożeń dla środowiska lokalnego. Tak sądzi mniej (45,3%) przedstawicieli władz lokalnych. Najczęściej wymieniają oni: napływy „brudnych technologii” (21,7%) i przywóz odpadów do Polski (19,8%) oraz bankructwo miejscowych przedsiębiorstw wskutek konkurencji z firmami zagranicznymi (17,0%). Na to ostatnie zagrożenie zwraca uwagę 15,1% inwestorów zagranicznych.

W opinii obu grup badanych inwestorzy zagraniczni mają wiele korzyści związanych z ich działalnością w środowisku lokalnym. Przede wszystkim uzyskują oni: dobre perspektywy rozwojowe (77,4% władz i 69,3% inwestorów), tanią siłę roboczą (80,2% władz i 56,6% inwestorów), duże zyski (51,9% władz i 27,8%) oraz łatwy zbył towarów (47,2% i 25,5%).

Przewaga korzyści nad zagrożeniami w działalności spółek z udziałem zagranicznym w środowisku lokalnym stanowi podstawę optymistycznej oceny ich perspektywy rozwojowych w Polsce. Wyraża ją 73,1% badanych inwestorów zagranicznych i 74,6% przedstawicieli władz lokalnych.

Tabela 1. Lista rankingowa czynników decydujących o lokalizacji spółek z udziałem zagranicznym (w %) *opinie inwestorów zagranicznych*

| Miejsce na liście rankingowej | Rodzaje czynników  | Ocena czynników |               |            |          |       |
|-------------------------------|--|-----------------|---------------|------------|----------|-------|
|                               |  | bardzo ważny    | średnio ważny | mало ważny | nieważny | razem |
| 1                             | związek polskiego partnera z regionem  | 36,3            | 17,5          | 21,2       | 25,0     | 100,0 |
| 2                             | korzystne położenie i połączenia komunikacyjne miejscowości                      | 29,2            | 31,1          | 19,3       | 20,3     | 100,0 |
| 3                             | duża podaż i niska cena siły roboczej  | 25,9            | 29,7          | 19,8       | 24,5     | 100,0 |
| 4                             | możliwość przejęcia wolnych obiektów produkcyjnych, magazynowych, biurowych itp. | 24,5            | 32,1          | 14,6       | 28,8     | 100,0 |
| 5                             | związki partnera zagranicznego z regionem (pochodzenie, wcześniejsze kontakty)   | 23,1            | 19,3          | 17,5       | 40,1     | 100,0 |
| 6                             | możliwość znalezienia nowych rynków zbytu (bliskość granic)                      | 22,6            | 24,5          | 17,5       | 35,4     | 100,0 |
| 7                             | duży rynek zbytu w regionie  | 13,7            | 23,6          | 23,6       | 39,2     | 100,0 |
| 8                             | mala konkurencja ze strony lokalnych firm  | 11,3            | 24,1          | 23,6       | 41,0     | 100,0 |
| 9                             | duża podaż i łatwy dostęp do surowców w regionie                                 | 10,4            | 19,8          | 26,9       | 42,9     | 100,0 |
| 10                            | niskie ceny surowców w regionie  | 7,1             | 18,4          | 21,2       | 53,3     | 100,0 |
| 11                            | pozytywne doświadczenia innych spółek z udziałem zagranicznym w tym regionie     | 4,2             | 13,2          | 22,2       | 60,4     | 100,0 |

N = 212

\* ułożona według kryterium częstotliwości przypisywania im bardzo ważnego znaczenia

Tabela 2. Lista rankingowa czynników decydujących o lokalizacji spółek z udziałem zagranicznym<sup>†</sup> (w %) *opinie władz lokalnych*

| Miejsce na liście rankingowej | Rodzaje czynników   | Ocena czynników |               |            |          |       |
|-------------------------------|---|-----------------|---------------|------------|----------|-------|
|                               |   | bardzo ważny    | średnio ważny | mало ważny | nieważny | razem |
| 1                             | korzystne położenie i połączenia komunikacyjne miejscowości                       | 48,1            | 33,0          | 10,4       | 8,5      | 100,0 |
| 2                             | możliwość przejęcia wolnych obiektów produkcyjnych, magazynowych, biurowych, itp. | 46,2            | 31,1          | 11,3       | 11,4     | 100,0 |
| 3                             | duża podaż i niska cena siły roboczej   | 43,4            | 34,0          | 14,2       | 8,4      | 100,0 |
| 4                             | możliwość znalezienia nowych rynków zbytu (bliskość granic)                       | 34,0            | 27,4          | 20,8       | 17,8     | 100,0 |
| 5                             | duży rynek zbytu w regionie   | 29,2            | 26,4          | 24,5       | 19,9     | 100,0 |
| 6                             | związki partnera zagranicznego z regionem (pochodzenie, wcześniejsze kontakty)    | 28,3            | 23,6          | 29,2       | 18,9     | 100,0 |
| 7                             | związek polskiego partnera z regionem   | 24,5            | 36,8          | 25,5       | 13,2     | 100,0 |
| 8                             | mala konkurencja ze strony lokalnych firm   | 19,8            | 37,7          | 30,2       | 12,3     | 100,0 |
| 9                             | pozytywne doświadczenia innych spółek z udziałem zagranicznym w tym regionie      | 17,9            | 40,6          | 19,8       | 21,7     | 100,0 |
| 10                            | duża podaż i łatwy dostęp do surowców w regionie                                  | 16,0            | 29,2          | 28,3       | 26,5     | 100,0 |
| 11                            | niskie ceny surowców w regionie   | 9,4             | 24,5          | 32,1       | 34,0     | 100,0 |

N = 106

<sup>†</sup> ułożona według kryterium częstotliwości przypisywania im bardzo ważnego znaczenia

Tabela 3. Czynniki ograniczające lokalizację spółek z udziałem zagranicznym  
*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje czynników  | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | słabość infrastruktury rynkowej (banków, łączności, komunikacji) | 58,5                            |
| 2   | ograniczona siła nabywca ludności                                | 46,7                            |
| 3   | wąskie rozmiary rynku lokalnego                                  | 35,4                            |
| 4   | brak fachowej siły roboczej                                      | 25,9                            |
| 5   | niechęć władz lokalnych wobec inwestorów zagranicznych           | 15,1                            |
| 6   | nieprzychylnie nastawienie ludności do obcego kapitału           | 12,3                            |
| 7   | niekorzystna lokalizacja   | 9,0                             |

N = 212

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka czynników

Tabela 4. Czynniki ograniczające lokalizację spółek z udziałem zagranicznym  
*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje czynników  | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | ograniczona siła nabywca ludności                                | 45,3                            |
| 2   | słabość infrastruktury rynkowej (banków, łączności, komunikacji) | 41,5                            |
| 3   | wąskie rozmiary rynku lokalnego                                  | 38,7                            |
| 4   | brak fachowej siły roboczej                                      | 15,1                            |
| 5   | nieprzychylnie nastawienie ludności do obcego kapitału           | 12,3                            |
| 6   | niekorzystna lokalizacja   | 11,3                            |
| 7   | niechęć władz lokalnych wobec inwestorów zagranicznych           | 2,8                             |

N = 106

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka czynników

Tabela 5. Działania władz lokalnych mające na celu pozyskiwanie inwestorów zagranicznych

*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje działań   | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|---|---------------------------------|
| 1   | nic nie robią albo robią niewiele                                       | 32,1                            |
| 2   | inwestorzy zagraniczni nie dostrzegają takich działań władz lokalnych   | 22,6                            |
| 3   | przygotowują oferty, biuletyny, foldery, informatory, publikacje        | 21,7                            |
| 4   | organizują targi, wystawy i spotkania z inwestorami zagranicznymi       | 15,1                            |
| 5   | składają propozycje współpracy, wydzierzawienia gruntów i nieruchomości | 5,7                             |
| 6   | są przychylnie i otwarte na każdą propozycję                            | 5,7                             |
| 7   | przyznają ulgi inwestycyjne i podatkowe                                 | 3,3                             |

N = 212

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka działań

Tabela 6. Działania władz lokalnych mające na celu pozyskiwanie inwestorów zagranicznych

*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje działań   | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|---|---------------------------------|
| 1   | przygotowują oferty, biuletyny, foldery, informatory, publikacje        | 56,6                            |
| 2   | organizują targi, wystawy i spotkania z inwestorami zagranicznymi       | 55,6                            |
| 3   | przyznają ulgi inwestycyjne i podatkowe                                 | 19,8                            |
| 4   | składają propozycje współpracy, wydzierzawienia gruntów i nieruchomości | 18,9                            |
| 5   | tworzą agendy i biura d/s inwestycji zagranicznych                      | 7,5                             |

N = 106

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka działań

Tabela 7. Źródła informacji o środowisku lokalnym, z których korzystali inwestorzy zagraniczni przed podjęciem działalności w Polsce

*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje źródeł   | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | osoba/firma polska będąca współnikiem                  | 42,9                            |
| 2   | prywatne kontakty z Polakami                           | 42,5                            |
| 3   | wcześniejsze kontakty handlowe lub kooperacja z Polską | 41,0                            |
| 4   | kontakty z rodziną z Polski                            | 34,0                            |
| 5   | sporadyczne kontakty z polskimi firmami i instytucjami | 25,9                            |
| 6   | inni inwestorzy zagraniczni                            | 21,7                            |
| 7   | władze lokalne (oferty, foldery, informatory)          | 15,1                            |
| 8   | prasa, radio i telewizja polska                        | 14,2                            |
| 9   | prasa zachodnia  | 7,5                             |
| 10  | telewizja i radio zachodnie                            | 6,6                             |

N = 212

\* procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka źródeł

Tabela 8. Źródła informacji o środowisku lokalnym, z których korzystali inwestorzy zagraniczni przed podjęciem działalności w Polsce

*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje źródeł   | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | kontakty z rodziną z Polski  | 41,5                            |
| 2   | agendy rządowe, urzędy wojewódzkie prowadzące działalność promocyjną | 36,8                            |
| 3   | władze lokalne (oferty, foldery, informatory)                        | 34,0                            |
| 4   | wcześniejsze kontakty handlowe lub kooperacja z Polską               | 23,6                            |
| 5   | prasa, radio i telewizja polska                                      | 15,1                            |
| 6   | firmy konsultingowe  | 6,6                             |

N = 106

\* procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka źródeł

Tabela 9. Wiedza inwestorów zagranicznych o środowisku lokalnym w okresie rozpoczynania działalności

*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp.   | Poziom wiedzy   | % wskazujących |
|-------|-----------------|----------------|
| 1     | bardzo mała     | 9,0            |
| 2     | mała            | 22,6           |
| 3     | pogłębiona      | 36,3           |
| 4     | bardzo duża     | 26,9           |
| 5     | trudno określić | 4,7            |
| 6     | brak odpowiedzi | 0,5            |
| razem |                 | 100,0          |

N = 212

Tabela 10. Wiedza inwestorów zagranicznych o środowisku lokalnym w okresie rozpoczynania działalności

*opinie władz lokalnych*

| Lp.   | Poziom wiedzy   | % wskazujących |
|-------|-----------------|----------------|
| 1     | bardzo mała     | 13,2           |
| 2     | mała            | 40,6           |
| 3     | pogłębiona      | 25,5           |
| 4     | bardzo duża     | 8,5            |
| 5     | trudno określić | 12,2           |
| razem |                 | 100,0          |

N = 106



Tabela 11. Trudności w tworzeniu spółek z udziałem zagranicznym  
*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje trudności  | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | stworzenie dobrych warunków technicznych i organizacyjnych dla rozpoczęcia działalności gospodarczej | 39,6                            |
| 2   | rekrutacja i zatrudnienie odpowiednich pracowników   | 39,2                            |
| 3   | przygotowanie dokumentacji i formalna rejestracja firmy  | 34,4                            |
| 4   | przekonanie własnych pracowników do celów firmy (stworzenie dobrego zespołu ludzi oddanych firmie)   | 29,4                            |
| 5   | znalezienie partnerów biznesowych  | 17,9                            |
| 6   | uzyskanie zgody władz na rozpoczęcie działalności  | 17,5                            |

N = 212

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka rodzajów trudności

Tabela 12. Trudności w tworzeniu spółek z udziałem zagranicznym  
*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje trudności  | %<br>wskazujących <sup>*)</sup> |
|-----|--|---------------------------------|
| 1   | znalezienie partnerów biznesowych  | 54,7                            |
| 2   | stworzenie dobrych warunków technicznych i organizacyjnych dla rozpoczęcia działalności gospodarczej | 40,6                            |
| 3   | przygotowanie dokumentacji i formalna rejestracja firmy  | 38,7                            |
| 4   | przekonanie własnych pracowników do celów firmy (stworzenie dobrego zespołu ludzi oddanych firmie)   | 32,1                            |
| 5   | rekrutacja i zatrudnienie odpowiednich pracowników   | 24,5                            |
| 6   | uzyskanie zgody władz na rozpoczęcie działalności  | 10,4                            |

N = 106

\* - procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka rodzajów trudności

Tabela 13. Rola instytucji i organizacji lokalnych w uruchomieniu działalności gospodarczej przez spółki z udziałem zagranicznym (w %)  
*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje osób, instytucji i organizacji lokalnych  | Ocena roli       |                     |            |       |
|-----|---|------------------|---------------------|------------|-------|
|     |   | udzielili pomocy | stwarzali trudności | brak oceny | razem |
| 1   | wójt, burmistrz, prezydent  | 43,9             | 6,1                 | 50,0       | 100,0 |
| 2   | lokalni przedsiębiorcy polscy   | 21,7             | 5,2                 | 73,1       | 100,0 |
| 3   | kościół   | 6,6              | 1,4                 | 92,0       | 100,0 |
| 4   | urzędnicy gminy   | 30,2             | 12,3                | 57,5       | 100,0 |
| 5   | przedsiębiorstwa państwowe  | 19,3             | 6,1                 | 74,6       | 100,0 |
| 6   | inne spółki z udziałem zagranicznym   | 17,0             | 1,9                 | 81,1       | 100,0 |
| 7   | organizacje przedsiębiorców (np. izby i towarzystwa gospodarcze, kluby biznesu)                       | 20,8             | 0,5                 | 78,7       | 100,0 |
| 8   | agencje rządowe (np. Państwowa Agencja Inwestycji zagranicznych, Polska Agencja Rozwoju Regionalnego) | 25,9             | 4,2                 | 69,9       | 100,0 |

N = 212

Tabela 14. Rola instytucji i organizacji lokalnych w uruchomieniu działalności gospodarczej przez spółki z udziałem zagranicznym (w %) *opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje instytucji i organizacji lokalnych  | Ocena roli       |                     |            |       |
|-----|---|------------------|---------------------|------------|-------|
|     |   | udzieliły pomocy | stwarzały trudności | brak oceny | razem |
| 1   | wójt, burmistrz, prezydent  | 89,6             | -                   | 10,4       | 100,0 |
| 2   | lokalni przedsiębiorcy polscy   | 47,2             | 9,4                 | 43,4       | 100,0 |
| 3   | kościół   | 15,1             | 1,9                 | 83,0       | 100,0 |
| 4   | urzędnicy gminy   | 77,4             | 1,9                 | 20,7       | 100,0 |
| 5   | przedsiębiorstwa państwowe  | 36,8             | 8,5                 | 54,7       | 100,0 |
| 6   | inne spółki z udziałem zagranicznym   | 36,8             | 7,5                 | 54,7       | 100,0 |
| 7   | organizacje przedsiębiorców (np. izby i towarzystwa gospodarcze, kluby biznesu)                       | 61,3             | -                   | 38,7       | 100,0 |
| 8   | agencje rządowe (np. Państwowa Agencja Inwestycji zagranicznych, Polska Agencja Rozwoju Regionalnego) | 45,3             | 2,8                 | 51,9       | 100,0 |

N = 106

Tabela 15. Ocena usług biznesowych w środowisku lokalnym *opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje braków   | % wskazań/* |
|-----|--|-------------|
| 1   | wyspecjalizowanych firm informujących o partnerach gospodarczych | 56,6        |
| 2   | informacji o polskiej gospodarce                                 | 43,9        |
| 3   | informacji o środowisku lokalnym                                 | 41,0        |
| 4   | informacji o firmach świadczących usługi biznesowe               | 37,7        |
| 5   | firm konsultingowych   | 36,8        |
| 6   | firm marketingowych  | 36,8        |
| 7   | firm reklamowych   | 26,4        |
| 8   | planów rozwoju gospodarczego                                     | 0,9         |
| 9   | usług prawnych   | 0,9         |
| 10  | innych   | 4,3         |
| 11  | nie wybrał nic   | 12,3        |

N = 212

/\* procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka braków

Tabela 16. Ocena usług biznesowych w środowisku lokalnym *opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje braków   | % wskazań/* |
|-----|--|-------------|
| 1   | wyspecjalizowanych firm informujących o partnerach gospodarczych | 56,6        |
| 2   | informacji o środowisku lokalnym                                 | 44,3        |
| 3   | informacji o polskiej gospodarce                                 | 39,6        |
| 4   | firm marketingowych  | 36,8        |
| 5   | firm konsultingowych   | 35,8        |
| 6   | informacji o firmach świadczących usługi biznesowe               | 34,9        |
| 7   | firm reklamowych   | 25,5        |
| 8   | brak bezpośredniego kontaktu między zainteresowanymi             | 1,9         |
| 9   | brak kredytów, partnerów z kapitałem                             | 1,9         |
| 10  | brak precyzyjnej znajomości prawa                                | 1,9         |
| 11  | stabilizacja przepisów   | 0,9         |
| 12  | brak specjalistów w dziedzinie prawa gospodarczego               | 0,9         |
| 13  | innych   | 3,8         |
| 14  | nie wybrał nic   | 7,5         |

N = 106

/\* procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka braków

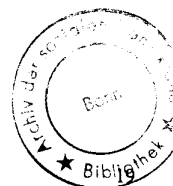


Tabela 17. Sprawy, których nie mogą załatwić inwestorzy zagraniczni w urzędach lokalnych

| <i>opinie inwestorów zagranicznych</i> |  |            |
|--|--|------------|
| Lp.                                    | Rodzaje spraw  | % wskazań* |
| 1                                      | sprawy wynikające z niejasności przepisów  | 59,9       |
| 2                                      | usprawnienie współpracy z urzędami skarbowymi  | 43,4       |
| 3                                      | sprawy związane z telekomunikacją  | 40,6       |
| 4                                      | niedotrzymywanie terminów przez urzędników   | 31,6       |
| 5                                      | częste i uciążliwe kontrole  | 31,6       |
| 6                                      | sprawy celne   | 23,6       |
| 7                                      | przerwy w dostawach energii  | 23,1       |
| 8                                      | sprawy związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej                               | 19,8       |
| 9                                      | sprawy związane z uzyskaniem tytułu własności  | 17,5       |
| 10                                     | trudności związane z uzyskaniem zezwolenia na pracę cudzoziemców                       | 10,8       |
| 11                                     | usprawnienie transportu  | 10,4       |
| 12                                     | trudności z uzyskaniem zezwolenia na reklamę uliczną                                   | 9,9        |
| 13                                     | trudności związane z występującą korupcją  | 7,5        |
| 14                                     | trudności związane z uzyskaniem ulg podatkowych z racji zatrudnienia niepełnosprawnych | 7,5        |
| 15                                     | sprawy regulacji kosztów remontowych   | 5,7        |

N= 212

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka spraw

Tabela 18. Sprawy, których nie mogą załatwić inwestorzy zagraniczni w urzędach lokalnych

| <i>opinie władz lokalnych</i> |  |            |
|-------------------------------|--|------------|
| Lp                            | Rodzaje spraw  | % wskazań* |
| 1                             | sprawy wynikające z niejasności przepisów  | 58,5       |
| 2                             | usprawnienie współpracy z urzędami skarbowymi  | 34,9       |
| 3                             | sprawy związane z telekomunikacją  | 32,1       |
| 4                             | sprawy związane z uzyskaniem tytułu własności  | 31,1       |
| 5                             | sprawy związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej                               | 23,6       |
| 6                             | sprawy celne   | 20,8       |
| 7                             | niedotrzymywanie terminów przez urzędników   | 18,9       |
| 8                             | częste i uciążliwe kontrole  | 15,1       |
| 9                             | trudności związane z uzyskaniem ulg podatkowych z racji zatrudnienia niepełnosprawnych | 11,3       |
| 10                            | trudności związane z uzyskaniem zezwolenia na pracę cudzoziemców                       | 10,4       |
| 11                            | usprawnienie transportu  | 10,4       |
| 12                            | przerwy w dostawach energii  | 10,4       |
| 13                            | trudności związane z występującą korupcją  | 5,7        |
| 14                            | trudności z uzyskaniem zezwolenia na reklamę uliczną                                   | 5,7        |
| 15                            | sprawy regulacji kosztów remontowych   | 4,7        |

N = 106

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka spraw

Tabela 19. Propozycje zmian we współpracy spółek z udziałem zagranicznym i władz lokalnych

*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Propozycje zmian  | % wskazań* | % wskazań* w 1993 r. |
|-----|---|------------|----------------------|
| 1   | uproszczyć i odbiurokratyzować tryb załatwiania spraw   | 60,8       | 62,3                 |
| 2   | usprawnić obustronny przepływ informacji  | 58,5       | 50,9                 |
| 3   | podnieść kwalifikacje pracowników zajmujących się obsługą firm z udziałem kapitału zagranicznego                            | 52,4       | 44,0                 |
| 4   | wyodrębnić we władzach komórki zajmujące się firmami zagranicznymi  | 32,1       | 16,3                 |
| 5   | usunąć ograniczenia działalności ze strony władz miejscowych nie wynikające z przepisów prawa lub decyzji władz centralnych | 23,6       | 25,1                 |

N = 212

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka propozycji

Tabela 20. Propozycje zmian we współpracy spółek z udziałem zagranicznym i władz lokalnych

*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Propozycje zmian  | % wskazań* |
|-----|---|------------|
| 1   | usprawnić obustronny przepływ informacji  | 81,1       |
| 2   | podnieść kwalifikacje pracowników zajmujących się obsługą firm z udziałem kapitału zagranicznego                            | 55,7       |
| 3   | uproszczyć i odbiurokratyzować tryb załatwiania spraw   | 53,8       |
| 4   | wyodrębnić we władzach komórki zajmujące się firmami zagranicznymi  | 28,3       |
| 5   | usunąć ograniczenia działalności ze strony władz miejscowych nie wynikające z przepisów prawa lub decyzji władz centralnych | 17,0       |

N = 106

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka propozycji zmian

Tabela 21. Korzyści dla środowiska lokalnego wynikające z działalności inwestorów zagranicznych

*opinie inwestorów zagranicznych*

| Lp. | Rodzaje korzyści                           | % wskazań* |
|-----|--|------------|
| 1   | zwiększenie liczby miejsc pracy            | 88,7       |
| 2   | ożywienie gospodarcze środowiska lokalnego | 87,3       |
| 3   | wprowadzenie nowoczesnych technologii      | 86,3       |
| 4   | rozwój kontaktów z zagranicą               | 85,3       |
| 5   | poprawa zaopatrzenia rynku lokalnego       | 68,4       |
| 6   | podniesienie standardu życiowego ludności  | 67,9       |
| 7   | inne                                       | 5,7        |

N = 212

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka korzyści

Tabela 22. Korzyści dla środowiska lokalnego wynikające z działalności inwestorów zagranicznych

*opinie władz lokalnych*

| Lp. | Rodzaje korzyści                           | % wskazań* |
|-----|--|------------|
| 1   | rozwój kontaktów z zagranicą               | 88,7       |
| 2   | ożywienie gospodarcze środowiska lokalnego | 86,8       |
| 3   | zwiększenie liczby miejsc pracy            | 85,8       |
| 4   | wprowadzenie nowoczesnych technologii      | 79,2       |
| 5   | podniesienie standardu życiowego ludności  | 62,3       |
| 6   | poprawa zaopatrzenia rynku lokalnego       | 55,7       |
| 7   | inne                                       | 10,4       |
| 8   | trudno powiedzieć                          | 0,9        |

N = 106

\*/ procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wskazywała jednocześnie kilka korzyści

## PAŃSTWOWA AGENCJA INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH

Głównym zadaniem Państwowej Agencji Inwestycji Zagranicznych jest promocja Polski w celu zwiększenia napływu zagranicznych inwestycji. PAIZ jest spółką akcyjną Skarbu Państwa. Jej działalność finansuje fundusz PHARE Unii Europejskiej i rząd polski.

W ramach ustalonego przez rząd polski i Unię Europejską programu promocyjnego INVESTPROM pomagamy w rozwoju promocji sektorowej (branżowej) i regionalnej, m.in.:

- opracowujemy strategie promocyjne dla regionów;
- prowadzimy promocję konkretnych projektów, np. Specjalnych Stref Ekonomicznych;
- organizujemy szkolenia nt. inwestycji zagranicznych dla władz lokalnych i agencji rozwoju regionalnego;
- organizujemy seminaria inwestycyjne oraz inne imprezy promocyjne.

Zajmujemy się także tworzeniem w polskim społeczeństwie pozytywnego wizerunku inwestycji zagranicznych, badamy ich zaawansowanie oraz prowadzimy analizy porównawcze gospodarki i klimatu inwestycyjnego w Polsce i innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Postulujemy zmiany w przepisach i procedurach utrudniających napływ kapitału zagranicznego oraz staramy się ułatwić zagranicznym inwestorom prowadzenie interesów w Polsce.

Zagranicznym inwestorom oferujemy:

- udzielanie wszechstronnych informacji o polskim prawodawstwie oraz stanie gospodarki;
- pomoc w znalezieniu polskiego partnera, wyszukaniu lokalizacji inwestycji;
- ułatwianie kontaktów z polskimi organizacjami gospodarczymi;

Polskim firmom, które szukają zagranicznego partnera możemy pomóc w:

- przygotowaniu ofert inwestycyjnych;
- opracowaniu katalogów, informatorów, folderów;
- tworzeniu banków informacji;
- organizowaniu prezentacji promocyjnych regionów lub branż;
- szkoleniu w zakresie promocji inwestycji zagranicznych.

PAIZ jest instytucją non-profit i nasze usługi są bezpłatne. Przy nawiązywaniu kontaktów i w czasie rozmów staramy się znaleźć rozwiązania korzystne dla wszystkich partnerów.

**Państwowa Agencja Inwestycji Zagranicznych SA**

**Al. Róż 2, 00-559 Warszawa**

**tel. (22) 629-57-17, 621-62-21, 621-89-04**

**fax (22) 621-84-27**