PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU nr 150
Problemy regionalizmu 2010

Aleksandra Nizielska
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ – METODYCZNY ASPEKT BADAŃ

Streszczenie: W artykule przedstawiono metodyczne aspekty badania atrakcyjności inwestycyjnej regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Zaprezentowano w nim pojęcie atrakcyjności inwestycyjnej (rzeczywistej, potencjalnej i postrzeganej), dotychczasowe badania nad atrakcyjnością inwestycyjną regionu oraz rolę źródeł wtórnych i pierwotnych w dokonywaniu oceny atrakcyjności inwestycyjnej. Zwrócono szczególną uwagę na rolę międzynarodowych badań porównawczych w ocenie atrakcyjności inwestycyjnej regionu, zaprezentowano także pierwotne metody gromadzenia informacji przydatne w badaniu wizerunku państw Europy Środkowo-Wschodniej wśród inwestorów zagranicznych.

Słowa kluczowe: atrakcyjność inwestycyjna, międzynarodowe badania porównawcze, region Europy Środkowo-Wschodniej.

Badania nad atrakcyjnością inwestycyjną regionów prowadzone są zarówno przez przedstawicieli środowiska naukowego, jak i wiodące na świecie firmy konsultingowe. W Polsce i na świecie prowadzonych jest wiele badań nt. atrakcyjności poszczególnych krajów dla inwestorów zagranicznych. Instytucją zajmująca się motywami i napływem inwestycji zagranicznych na poszczególne rynki światowe jest UNCTAD[1]. Na uwagę zasługują badania prowadzone przez Państwową Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych[2], Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową [por. Dziemianowicz 2010, s. 109-127; Kalinowski 2008] oraz Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur[3] (były IKCHZ). Wśród publikacji zwartych można wska-

[1] Organizacja ta publikuje co roku „World Investment Report", prezentujący światowe tendencje związane z przepływem zagranicznych inwestycji bezpośrednich oraz działalnością korporacji transnarodowych.

[2] Przykładowo PAIiIZ wspólnie z Instytutem Badań nad Gospodarką Rynkową prowadziło badania nt. klimatu inwestycyjnego w Polsce (*Klimat inwestycyjny w Polsce w 2008 roku*). Organizacja ta zajmuje się także gromadzeniem informacji nt. inwestorów zagranicznych na polskim rynku.

[3] Pracownicy Instytutu są autorami raportu *Polityka gospodarcza Polski w integrującej się Europie lata 2008-2009*, w którym przedstawiono prognozy dotyczące obrotów polskiego handlu zagranicznego w warunkach kryzysu gospodarczego.

zać książkę autorstwa M. Stawickiej *Atrakcyjność inwestycyjna Polski* oraz pracę zbiorową pod red. naukową H. Godlewskiej-Majkowskiej *Atrakcyjność inwestycyjna polskich regionów*. Zagadnienia związane z atrakcyjnością inwestycyjną są także zawarte w książce *Atrakcyjność inwestycyjna regionu* pod redakcją A. Kopczuka i M. Proniewskiego. Problematyką atrakcyjności inwestycyjnej zajmują się także firmy konsultingowe, takie jak: Ernst & Young, KPMG czy AT Kearney [*Globalisation*... 2006; *Otwarty świat*... 2008; *Reinventing*... 2009; *Why Poland?*... 2009; *Poland*... 2009; *Przewodnik*… 2009; *Onshure*… 2009; *Strefy wzrostu?*... 2009]. Firmy konsultingowe zajmują się także atrakcyjnością miast europejskich i poszczególnych regionów dla inwestycji typu usługowego i handlu detalicznego [*Hot Spots*... 2009; *Offshoring*... 2007; *New Concerns*... 2007; *The Global*... 2006]. Z kolei badania rynków Europy Środkowo-Wschodniej wykonują firmy PriceWaterHouseCoopers oraz SMG KRC [*Raport*... 2009; *Kraje*... 2008].

Atrakcyjnością inwestycyjną regionów i podregionów Polski zajmuje się Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Począwszy od roku 2005 instytucja ta wydaje raporty prezentujące ocenę atrakcyjności inwestycyjnej poszczególnych województw dla inwestorów zagranicznych. Rezultatem badań są cztery edycje raportu „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski". Zdaniem autorów tego raportu atrakcyjność inwestycyjna jest rozumiana jako zdolność do skłonienia do inwestycji poprzez oferowanie kombinacji korzyści możliwych do osiągnięcia w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej [Hildenbrandt i in. 2008, s. 5]. wynikających ze specyficznych cech obszaru, na którym rozwijana jest działalność gospodarcza. Korzyści te określa się mianem czynników lokalizacji. Jest to więc kategoria, która w istotny sposób wpływa na proces decyzyjny w zakresie lokalizacji działalności gospodarczej. W tym rozumieniu atrakcyjny inwestycyjnie region to taki, który jest przedmiotem zainteresowania inwestorów, czyli stanowi miejsce realizacji inwestycji. Można zatem stwierdzić, że tak rozumiana atrakcyjność inwestycyjna ma charakter rzeczywisty i znajduje odzwierciedlenie w decyzjach inwestorów, dokonujących transferu kapitału. Atrakcyjność inwestycyjna jest zazwyczaj definiowana przez pryzmat kształtujących ją czynników o zróżnicowanym charakterze i znaczeniu.

Według E. Orechwy-Maliszewskiej, G. Michalczuk i A. Polińskiego miarą atrakcyjności inwestycyjnej regionu jest liczba podmiotów gospodarczych, które zainwestowały w danym regionie, w tym także podmiotów nowo zarejestrowanych, a w szczególności liczba spółek z kapitałem zagranicznym, ich dynamika i struktura. O atrakcyjności inwestycyjnej regionu świadczą także uzyskiwane przez te podmioty gospodarcze rezultaty finansowe – przede wszystkim rentowność i płynność. Istotna jest również struktura i koszt pozyskiwanego kapitału, przy czym szczególnie ważny jest udział takich zewnętrznych źródeł finansowania, takich jak kredyty bankowe czy rynkowe instrumenty pozyskiwania kapitału (dłużne papiery wartościowe, akcje) [Orechwa-Maliszewska i in. 2005, s. 128].

L. Kupiec, analizując pojęcie atrakcyjności, stwierdza, że jest to posiadanie takich atrybutów, które przyciągają, wabią bądź też budzą zainteresowanie ze względu na swą niezwykłość, niepowtarzalność. Są to zarówno atrybuty unikatowe, jak i inne warunki lokalne czy regionalne o charakterze przyrodniczym, gospodarczym i społecznym. Ma więc charakter bierny, w stan czynny zaś można ją wprowadzić, gdy zacznie się nią oddziaływać na otoczenie. Atrakcyjność jest czynnikiem przyciągającym i zachęcającym do lokalizacji różnorodnej działalności. Ułatwia ona prowadzenie różnorodnej współpracy i kooperacji oraz wdrażanie wszelkich form innowacyjności. Z pojęciem atrakcyjności L. Kupiec porównuje pojęcie konkurencyjności, które oznacza rywalizowanie, współzawodniczenie i wygraną, nawet zwalczanie podmiotu gospodarczego z zakresu działalności o charakterze podobnym do naszego. Konkurencyjność, w przeciwieństwie do atrakcyjności, ma charakter czynny, aktywny, niekiedy zbliżony do walki. Można więc powiedzieć, że konkurujemy głównie swą atrakcyjnością [Kupiec 2005, s. 35].

W badaniach nad atrakcyjnością inwestycyjną regionów można zauważyć kilka podejść. Różnice polegają na sposobie doboru zmiennych wyjściowych, budowie wskaźników cząstkowych, sposobie generalizacji danych, jej standaryzacji, uwzględnieniu czynnika czasu, a także stopnia uniwersalizmu prowadzonych analiz.

Generalnie można wyróżnić trzy grupy badań nad atrakcyjnością inwestycyjną regionów. Pierwsza grupa to badania, które dotyczą atrakcyjności rzeczywistej w oparciu o jedną cechę prostą. Przykładem takiego podejścia jest analiza napływu bezpośrednich inwestycji do polskich województw. Przykładowo w rankingach PAIiIZ oceny atrakcyjności województw oparto na ich udziale w liczbie lokalizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ). Podobne podejście zastosowała T. Pakulska, wykorzystując dane dotyczące wartości BIZ według województw [Pakulska 2005]. Jest to stosunkowo prosta metoda, dobrze ukazująca rzeczywistą atrakcyjność inwestycyjną w odniesieniu do przepływów kapitału zagranicznego. Wadą takiego rozwiązania w odniesieniu do Polski jest niepełna porównywalność danych pozyskiwanych przez PAIiIZ i NBP.

Drugą grupę stanowią badania opierające się na kilku cechach prostych, opisujących wybrane aspekty rzeczywistej lub potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej regionów. Przykładem może być jeden z pierwszych rankingów polskich gmin, w którym podstawą wytypowania najbardziej atrakcyjnych gmin były wydatki inwestycyjne na lokalną infrastrukturę w przeliczeniu na jednego mieszkańca, dyscyplina finansowa gmin oraz wartość inwestycji na jednego mieszkańca [Surażska 8.06.2000]. Zaletą takiego rozwiązania jest jego prostota, a także stosunkowo łatwy dostęp do danych, które można uzyskać z Banku Danych Regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego. Wadę stanowi natomiast pominięcie wcześniejszych inwestycji, nagromadzonych w postaci kapitału rzeczowego, a także inwestycji dokonanych w przedsiębiorstwach. Innym przykładem badania reprezentującego tę grupę jest badanie atrakcyjności powiatów w Centrum Badań Regionalnych. Wzięto w nim pod uwagę dochody mieszkańców, liczbę prywatnych firm, szczególnie z kapitałem

zagranicznym, a także tempo ich przybywania, poziom inwestycji w lokalną infrastrukturę oraz jej jakość, saldo migracji, frekwencję wyborczą oraz liczbę organizacji *non profit*. Metodą analizy czynnikowej obliczono potencjał rozwojowy powiatów [Surażska 6.09.2000].

Trzecia grupa badań dotyczy atrakcyjności potencjalnej regionów, określanej na podstawie wskaźników pseudojednocechowych, stanowiących również podstawę wskaźnika syntetycznego. Najbardziej znaną metodą tego rodzaju jest analiza atrakcyjności inwestycyjnej, prowadzona przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Badania dotyczące regionalnego zróżnicowania atrakcyjności inwestycyjnej Polski były prowadzone od 1993 roku dla 49 województw, zgodnie z ówczesnym podziałem administracyjnym Polski, a od 1999 roku dla 16 nowo powstałych województw. Podstawę klasyfikacji województw stanowiły tzw. mikroklimaty, czyli cząstkowe klimaty inwestycyjne. Brano w nich pod uwagę dostępność komunikacyjną, poziom rozwoju przemysłu, rynek pracy, otoczenie biznesu, transformację gospodarki, chłonność rynku i atrakcyjność turystyczną [Gawlikowska-Hueckel 1999]. Ponadto dużą popularność zyskały badania atrakcyjności miast w podziale na: wojewódzkie, grodzkie, powiatowe i pozostałe [Swianiewicz, Dziemianowicz 1999].

Aby uzyskać informacje nt. atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej dla przedsiębiorstw zaangażowanych w proces internacjonalizacji, należy wybrać odpowiednie źródła, z których będzie się je gromadzić. Będą to w tym przypadku zarówno źródła wtórne, jak i pierwotne.

Procedurę zbierania informacji należy rozpocząć od źródeł wtórnych. Przy dokonywaniu oceny atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej konieczne jest przeprowadzenie międzynarodowych badań porównawczych. Umożliwi to porównanie tych krajów w oparciu o wybrane kryteria.

Międzynarodowe badania porównawcze stanowią jeden z wyodrębnionych obszarów badań ekonomicznych. Celem porównań międzynarodowych jest tworzenie podstaw decyzji podejmowanych zarówno w skali makroekonomicznej, jak i w skali mikroekonomicznej, w tym zwłaszcza przez przedsiębiorstwa działające na rynku międzynarodowym [Karcz 1990, s. 28]. Zdaniem K. Karcz w badaniach międzynarodowych jednym z najważniejszych etapów procedury badawczej jest wybór cech porównawczych. Sukces lub niepowodzenie wyników badania zależy bowiem od trafnego doboru cech, za pomocą których dokonuje się określenia badanych jednostek (jednostki te często określa się mianem obiektów wielocechowych). Jednostkami takimi mogą być poszczególne państwa, regiony, miasta itp. Trafność doboru cech decyduje zatem o merytorycznej poprawności analizy. Samo przeprowadzenie grupowania jest czynnością o charakterze głównie technicznym. Cechy diagnostyczne można podzielić na: stymulanty, destymulanty oraz dominanty.

Prawidłowo dobrane cechy, aby uznać je za diagnostyczne, tj. zapewniające merytoryczną trafność grupowania, powinny spełniać następujące wymagania:

– ujmować konieczne i istotne właściwości badanych jednostek,
– być proste i logicznie z sobą powiązane,

– być jasno sprecyzowane,
– uwzględniać jedynie cechy niezbędne, ponieważ ze wzrostem ich liczby istnieje duże niebezpieczeństwo włączenia cech niediagnostycznych,
– umożliwić określenie ich względnych (tj. w stosunku do pozostałych cech) wartości i wpływu na kształtowanie się poziomu badanych zjawisk;
– być typowe dla porównania badanych jednostek (tj. powinny występować w większości analizowanych jednostek [Schroeder 1986, s. 86-87; Ćwil, Gawroński 1987].

Wynika stąd, że wybór cech porównawczych nastręcza wielu problemów natury metodycznej, z których do najważniejszych należą: problem zapewnienia adekwatności cech, problem względnej ważności cech, problem liczby cech.

Nie istnieje żaden porównywalny zestaw cech porównawczych. Każdy zestaw musi być ściśle dopasowany do określonego celu badania. Główna trudność, jaka w tym zakresie występuje, polega na rozstrzygnięciu, które cechy wchodzące w skład danej kombinacji są najbardziej typowe dla przedmiotu i celu badań. Trudno znaleźć metody umożliwiające prawidłowy dobór cech. Dobór ten jest najczęściej dokonywany na podstawie przesłanek natury logicznej i wymaga od badacza dużej wyjściowej wiedzy o naturze porównywanych zjawisk i krajów [Karcz 2004, s. 117].

Badacze radzą sobie z problemem wyboru cech, posługując się informacjami pozastatystycznymi, doświadczeniem oraz intuicją.

Drugim istotnym problemem wymagającym rozwiązania na tym etapie analizy jest określenie względnej ważności poszczególnych cech porównawczych, a więc stwierdzenie, czy wszystkie one są równie istotne z punktu widzenia celu badania. Końcowy układ badanych jednostek wewnątrz grup i ich przynależność do danych grup zależy bowiem od względnej ważności, którą przypisuje się poszczególnym cechom. Względną ważność poszczególnych cech określa się mianem wagi tych cech. W zależności od wagi poszczególnych cech można zmieniać położenie jednostek w grupach.

Ostatnim z wyodrębnionych problemów to liczba cech porównawczych. Jest ona wprawdzie dowolna, ale przy istniejącej aparaturze metodycznej powinna się mieścić w granicach 10-15. Należy zaznaczyć, że zbyt wiele cech komplikuje obliczenia, a ponadto może spowodować zaciemnienie zasadniczych konturów przestrzennego układu badanych zjawisk.

Warunkiem umożliwiającym wyznaczenie zmiennych agregatowych (syntetycznych) jest wyznaczenie zmiennych diagnostycznych, mające na celu [Zeliaś (red.) 1998, s. 244-245]:
– doprowadzenie cech różnoimiennych do wzajemnej porównywalności (postulat addytywności),
– ujednolicenie charakteru cech przez przekształcenie destymulanty w stymulanty lub odwrotnie (postulat jednolitej preferencji),
– zastąpienie zróżnicowanych zakresów zmienności poszczególnych cech zakresem stałym (postulat stałości rozstępu lub stałości wartości ekstremalnych).

Najważniejszym z wymienionych jest postulat addytywności. Procedury normalizacji spełniające ten postulat są następujące: rangowanie, przekształcenia ilorazowe, standaryzacja, unitaryzacja (por. [Głowacki i in. 1980, s. 196-206; Mruk (red.) 2003, s. 120]).

Do prostych porównań międzynarodowych wykorzystuje się wskaźniki natężenia i metoda standaryzacji cech. Bardziej skomplikowane badania prowadzi się za pomocą metod taksonomicznych.

Metody taksonomiczne służą do badania prawidłowości zachodzących w zbiorowościach, których jednostki opisane są przez wiele zmiennych, np. w krajach. Taksonomia to dyscyplina zajmująca się teoretycznymi zasadami i regułami klasyfikacji obiektów (szerzej zob. [Karcz 2004, s. 122; Kędzior (red.) 2005, s. 161-170; Pluta 1977; Głowacki i in. 1980]).

W analizach przestrzennych stosuje się kategorię odległości taksonomicznej, która jest odległością między punktami – jednostkami bądź punktami zmiennymi znajdującymi się w wielowymiarowej przestrzeni. Na podstawie tych odległości można ustalić położenie każdego punktu w stosunku do pozostałych, a tym samym ustalić miejsce tego punktu w całej zbiorowości, umożliwiając przez to ich porządkowanie i klasyfikację.

Metody taksonomiczne można podzielić ze względu na sposób obliczania odległości taksonomicznej, graficzną prezentację oraz ogólne cele prowadzonych badań [Kędzior (red.) 2005, s. 161-167].

W trakcie prowadzenia międzynarodowych badań porównawczych, w tym badań atrakcyjności inwestycyjnej Europy Środkowo-Wschodniej dla przedsiębiorstw zaangażowanych w proces internacjonalizacji, konieczny jest dostęp do wtórnych źródeł informacji każdego kraju oraz do zagranicznych źródeł informacji. Wtórne źródła informacji posłużą do porównania tych krajów w oparciu o wybrane wcześniej kryteria.

Porównanie atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej wymaga przeglądu następujących źródeł:

- statystyki Banku Światowego (the World Bank − www.worldbank.org), przykładami są tu następujące publikacje: *World Tables*, *World Development Report*,
- publikacje Unii Europejskiej, np. *Eurostat Yearbook*, *Europe Info*, *Bulletin of the European Union*,
- statystyki United Nations (UN) oraz ich wyspecjalizowanych agencji, takich jak: UNESCO czy UNIDO (przykładowo baza danych UNSTAT zawiera dane statystyczne zgrupowane w czterech głównych kategoriach: statystyki ogólne, statystyki demograficzne, społeczne oraz ekonomiczne),
- statystyki Międzynarodowego Funduszu Walutowego (IMF) (www.imf.org), np. *World Economic Outlook*,
- statystyki Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD), np. *World Investment Report*,

- statystyki Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), np. *Main Economic Indicators*, *OECD in Figures. Statistics on the Members Countries*,
- *statystyki Komisji Europejskiej* (www.europa.eu.int),
- *The Economist Intelligence Unit* (www.eiu.com) – dane statystyczne dotyczą w przypadku tego źródła informacji z pięciu głównych regionów geograficznych: Ameryki, Afryki i Środkowego Wschodu, Wschodniej i Zachodniej Europy. Jedną z publikacji jest *The Country by Country Report*,
- Euromonitor (www.euromonitor.com), np. *European Marketing Information Sourcebook*, *International Marketing Data and Statistics*, *European Marketing Data and Statistics*, *The International Directory of Marketing Information Sources*,
- statystyki CIA World Factbook (www.cia.gov),
- statystyki Transparency International (www.transparency.org), statystyki Standard & Poor's (www.standardandpoors.com) [Craig, Douglas 2005, s. 72-83; Kumar 2000, s. 85].

Dane o rynku UE, w tym o regionie Europy Środkowo-Wschodniej, są dostępne na stronie ESOMAR (www.esomar.org). Do celów badania przydatna jest baza *Euro MOSAIC*, która gromadzi dane o konsumentach w układzie według cech demograficznych i przestrzennych.

W badaniach atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej dla przedsiębiorstw zaangażowanych w proces internacjonalizacji, ze względu na konieczność przeprowadzenia bardziej pogłębionych analiz, zachodzi potrzeba wykorzystania statystyk narodowych tych krajów. Ich zaletą jest to, że zawierają bardziej szczegółowe i aktualniejsze dane, natomiast do wad należą: utrudniona porównywalność, mniejsza przejrzystość, niższy stopień przetworzenia i mniej dogodna forma prezentacji.

Dysponentem źródeł krajowych są różne instytucje administracyjno-gospodarcze, stowarzyszenia, instytuty i placówki naukowo-badawcze oraz instytucje powołane do gromadzenia i upowszechniania informacji pochodzących ze statystyki masowej (przykładowo w Polsce jest to GUS, w Bośni i Hercegowinie – BHAS – Agencija za Statistiku Bosne i Hercegovine (http://www.bhas.ba); w Chorwacji – CROSTAT (http://www.dzs.hr/); w Czechach – Cesky Staticysky Urad (http://www.czso.cz); w Rosji – Federal State Statistics Service (http://www.fsgs.ru/); w Rumunii – Institutul National de Statistica (http://www.insse.ro/); na Słowacji – Staticysky Urad Slovenskey Republiky (http://portal.statistics.sk/); a na Ukrainie – State Statistics Commeetee of Ukraine (http://www.ukrstat.gov.ua/).

Przydatnym źródłem informacji są również czasopisma fachowe lub ogólnoekonomiczne oraz publikacje przedsiębiorstw i instytucji świadczących usługi badań rynku oraz źródła syndykatowe.

Podsumowując można stwierdzić, że w przypadku porównań międzynarodowych bardzo duże znaczenie ma Internet, który stwarza możliwości nieomal nieograniczonego dostępu do informacji na całym świecie. W przypadku rynków Euro-

py Środkowo-Wschodniej, które można zaliczyć do słabiej rozwiniętych rynków światowych, problemem może być to, że nie wszystkie informacje są dostępne w Internecie oraz, że nie wszystkie informacje podawane są w języku angielskim.

Badanie atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej dla przedsiębiorstw zaangażowanych w proces internacjonalizacji wymaga również wykorzystania pierwotnych źródeł informacji. Do badania atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej mogą być wykorzystane zarówno jakościowe, jak i ilościowe metody gromadzenia informacji.

W badaniu atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej można posłużyć się techniką wywiadu bezpośredniego. Do podstawowych zalet tej techniki badawczej należą: duża zwrotność, możliwość zastosowania różnych typów kwestionariusza, możliwość zastosowania długich, skomplikowanych pytań, możliwość łatwego zmieniania kolejności pytań, możliwość wyjaśniania pytań niejasnych, możliwość użycia materiałów poglądowych oraz fakt, że ani osoba prowadząca, ani sposób prowadzenia wywiadu nie powodują większych błędów pomiaru. Wszyscy respondenci otrzymują te same pytania i dzięki temu eliminuje się wpływ przypadku na wyniki. Kwestionariusz zawiera głównie pytania bezpośrednie, które są łatwe i zrozumiałe dla respondentów. Do wad wywiadu indywidualnego należą: trudność w utrzymaniu nadzoru i kontroli nad ankieterami, często trudne identyfikowanie podmiotów, które odpowiadają kryterium doboru próby, wysokie koszty, stosunkowo długi czas realizacji badania, wrażliwość na tendencyjność ankietera [Churchil 2002, s. 332].

Do jakościowych metod gromadzenia informacji w badaniu atrakcyjności rynków Europy Środkowo-Wschodniej wykorzystać można technikę badania ocen ekspertów zaliczaną do grupy metod heurystycznych.

Metody heurystyczne znajdują zastosowanie przede wszystkim w prognozowaniu o charakterze subiektywnym, są także źródłem informacji o charakterze jakościowym. Oprócz metody ocen ekspertów zalicza się do nich metodę delficką oraz metodę burzy mózgów [Kędzior, Karcz 1996, s. 94]. Metoda ocen ekspertów znajduje zastosowanie w budowaniu prognoz, których podstawą są pisemne bądź ustne wypowiedzi uczestników – ekspertów wybranych w sposób celowy do badań. Za eksperta uważa się osobę, która została zaproszona do udziału w badaniu ze względu na swoją wiedzę, doświadczenie, szerokie horyzonty myślowe oraz osobowość. Wypowiedzi ekspertów mogą mieć formę równoległych bądź kolejnych ekspertyz. W przypadku ekspertyz równoległych otrzymujemy różne warianty prognoz, z których wybiera się wariant najbardziej właściwy lub najbardziej zgodny z opinią większości. W przypadku kolejnych ekspertyz występuje konieczność uściślenia stanowisk poprzez poprawianie konfrontowanych opinii [Kędzior (red.) 2005, s. 177; Jaciow (red.) 2005, s. 45].

Kryterium wyboru ekspertów do badania będą ich kompetencje, wiedza i doświadczenie w danej dziedzinie. Ekspertami mogą być: przedstawiciele środowiska naukowego zajmujący się marketingiem i biznesem międzynarodowym z

kraju i zagranicy, przedstawiciele praktyki (biznesu), menedżerowie firm mających swoje siedziby w Polsce, a dokonujących ekspansji na rynki światowe, w tym środkowo- i wschodnioeuropejskie, przedstawiciele Ministerstwa Gospodarki, urzędów marszałkowskich, wojewódzkich i gmin zajmujący się międzynarodową wymianą handlową, przedstawiciele PAIiIZ, Instytutu Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur, specjalnych stref ekonomicznych, KIG, RIG oraz BCC, przedstawiciele firm konsultingowych oceniający atrakcyjność inwestycyjną krajów oraz miast.

Zestawienie wyników analizy danych wtórnych i pierwotnych pozwoli na dokonanie rankingu atrakcyjności inwestycyjnej poszczególnych krajów regionu Europy Środkowo-Wschodniej i umożliwi porównanie atrakcyjności rzeczywistej, postrzeganej oraz potencjalnej krajów tego regionu. Kompleksowy obraz atrakcyjności inwestycyjnej Europy Środkowo-Wschodniej będzie składał się z takich części, jak: wielkość zainwestowanego kapitału w tym regionie (atrakcyjność rzeczywista), analiza i ocena czynników atrakcyjności inwestycyjnej (atrakcyjność potencjalna) oraz opinie menedżerów i ekspertów nt. wizerunku Europy Środkowo-Wschodniej (atrakcyjność postrzegana).

Literatura

Churchil G.A., *Badania marketingowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

Craig C.S., Douglas S.P., *International Marketing Research*, John Wiley & Sons, Ltd., West Sussex 2005.

Ćwil E., Gawroński J., *Wielostronne porównania międzynarodowe*, ZBSE, GUS, Warszawa 1987.

Dziemianowicz W., *Ranking atrakcyjności inwestycyjnej miast Polski – refleksje po czterech latach badań*, Prace i Studia Geograficzne, t. 35, Warszawa 2010.

Gawlikowska-Hueckel K., *Atrakcyjność inwestycyjna nowych województw*, „Polska Regionów", IBnGR, Gdańsk 1999.

Globalisation Act II: Team Europe Defends Its Goals, Ernst & Young, 2006.

Głowacki R., Kramer J., Żabiński L., *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 1980.

Hildebrandt., *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski w 2008 r.*, IBnGR, Gdańsk 2008.

Hot Spots in CEE. The Roland Berger CEE City Ranking Survey 2009, Roland Berger, Wiedeń 2009.

Jaciow M. (red.), *Handel i usługi. Diagnoza i perspektywy rozwoju w Polsce i województwie śląskim*, Katedra Rynku i Konsumpcji, WAE w Katowicach, Katowice 2005.

Kalinowski T. (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008*, IBnGR, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Gdańsk 2008.

Karcz K., *Międzynarodowe badania marketingowe. Uwarunkowania kulturowe*, PWE, Warszawa 2004.

Karcz K., *Międzynarodowe badania porównawcze. Podstawa decyzji makro- i mikroekonomicznych*, „Monografie i Syntezy" nr 69, IRWiK, Warszawa 1990.

Kędzior Z. (red.), *Badania rynku. Metody, zastosowania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

Kędzior Z., Karcz K., *Badania marketingowe w praktyce*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1996.

Kopczuk A., Proniewski M. (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*, Wydaw. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2005.

Kraje Europy Środkowo-Wschodniej stracą na atrakcyjności? Raport portalu Money.pl, Wrocław 2008.

Kumar V., *International Marketing Research*, Prentice Hall International, 2000.
Kupiec L., *Atrakcyjność regionu a sposób rozprzestrzeniania się innowacji i rozwoju społeczno-gospodarczego*, [w:] Kopczuk A., Proniewski M. (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*, Wydaw. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2005.
Mruk H. (red.), *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 2003.
New Concerns in an Uncertain World. The 2007 A.T. Kearney FDI Confidence Index, Chicago 2007.
Offshoring for Long – Term Advantage. The 2007 A.T. Kearney Global Services Location Index, Chicago 2007.
Onshure, Nearshore, Offshore: Unsure?, Jones Lang LaSalle, Warszawa 2009.
Orechwa-Maliszewska E., Michalczuk G., Poliński A., *Ocena atrakcyjności inwestycyjnej województwa podlaskiego w świetle badań porównawczych*, [w:] A. Kopczuk, M. Proniewski (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*, Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2005.
Otwarty świat. Badanie atrakcyjności inwestycyjnej Europy 2008, Ernst & Young, 2008.
Pakulska T., *Podatność innowacyjna Polski na napływ zagranicznego kapitału technologicznie intensywnego*, Monografie i Opracowania nr 536, SGH, Warszawa 2005.
Pluta W., *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych: metody taksonomiczne i analizy czynnikowej*, PWE, Warszawa 1977.
Poland As a Destination of Shared Services Centers, KPMG, Warszawa 2009.
Przewodnik po specjalnych strefach ekonomicznych w Polsce, KPMG, Warszawa 2009.
Raport z transformacji. Twarde lądowanie. Europa Środkowo-Wschodnia wobec globalnego kryzysu, PriceWatersHouseCoppers, Warszawa 2009.
Reinventing European growth. Ernst &Young's 2009 European attractiveness survey, Ernst & Young, 2009.
Schroeder J., *Badania marketingowe rynków zagranicznych*, Akademia Ekonomiczna, Poznań 1986.
Strefy wzrostu? Specjalne Strefy Ekonomiczne – opinie przedsiębiorców, Deloitte Warszawa 2009.
Surażska W., *Liderzy lokalnego rozwoju*, „Rzeczpospolita" 8.06.2000.
Surażska W., *Gwiazdy na ciemnym tle*, „Rzeczpospolita" 6.09.2000.
Swianiewicz P., Dziemianowicz W., *Atrakcyjność inwestycyjna miast*, „Polska Regionów", IBnGR, Warszawa 1999.
The Global Top 20, 2006, Windows of Hope for Global Retailers. The 2009 A.T. Kearney Global Retail Development Index, Chicago 2006.
Why Poland? Strenghts and Weaknesses of Running a Business in Poland, from the Perspective of Foreign Investors, KPMG, Warszawa 2009.
Zeliaś A. (red.), *Metody statystyki międzynarodowej*, PWN, Warszawa 1998.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF CENTRAL AND EAST EUROPEAN COUNTRIES – METHODOLOGICAL ASPECT OF RESEARCH

Summary: The article deals with the methodological aspects of the research on investment attractiveness of Central and Eastern Europe. It presents the idea of investment attractiveness (real, potential and perceived), the research which has been done so far, and the role of desk and field research in the evaluation of investment attractiveness of the region. Special consideration was given to the role of international comparative studies in the evaluation of investment attractiveness of CEE countries. The paper also outlines the field research methods, which are useful when conducting research on the image of Central and Eastern European countries among foreign investors.