

## РЕЗЮМЕ

Безработица в Польше отличается постоянностью во времени дифференциацией по отдельным регионам. Эмпирические исследования были проведены с использованием квартальных информации о проценте зарегистрированной безработицы в 1996—2005 гг. с учетом специфики отдельных регионов Польши.

Использование многоступенчатой динамической модели с уравнениями, независимыми для оценки и прогнозирования коэффициентов безработицы в регионах, позволило получить удовлетворительные результаты, которые могут быть основой для более подробного анализа, влияния других переменных на коэффициент безработицы в отдельных регионах Польши.

## STATYSTYKA MIĘDZYNARODOWA

**Marek OBREBALSKI, Elżbieta SOB CZAK**

### Kraje Unii Europejskiej według gospodarczej konkurencyjności i atrakcyjności

Cechy decydujące o konkurencyjności krajów, a co za tym idzie ich atrakcyjności dla przedsiębiorstw zagranicznych mogą w badaniach służyć wyodrębnieniu kryteriów segmentacyjnych. Można uznać, iż konkurencyjność kraju to zdolność do tworzenia większego bogactwa niż inne kraje traktowane jako konkurenci (Lubiński, 1995). Bardziej adekwatne dla celów artykułu jest określenie kraju konkurencyjnego. Czy:

- stwarza takie warunki zlokalizowanym na jego terenie przedsiębiorstwom, że są one w stanie wygrać konkurencję,
- jest w stanie wygrać konkurencję z innymi krajami o przyciągnięcie kapitału inwestycyjnego, szczególnie kapitału lokującego się w przedsięwzięciach o wysokim poziomie innowacyjności (Gorzelałak, 2003).

Celem naszego opracowania jest segmentacja krajów Unii Europejskiej (UE), opierająca się na ocenie ich konkurencyjności i atrakcyjności kosztowo-popytowej. Może ona stanowić instrument wspomagający decyzję dotyczącą lokalizacji przestrzennej działalności przedsiębiorstwa zagranicznego.

#### IDENTYFIKACJA CZYNNIKÓW KONKURENCYJNOŚCI KRAJU DLA LOKALIZACJI DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Wzorując się na propozycji M. E. Portera (2001), wyłoniono wzajemnie powiązane czynniki tworzące tzw. romb przewagi konkurencyjnej:

- 1) czynniki produkcji,
- 2) warunki popytu,

- 3) klimat społeczno-gospodarczy,
- 4) sektory pokrewne i wspomagające.

Każdemu z czynników przyporządkowano odpowiednie cechy kraju, pogrupowane według bardziej ogólnych kategorii. Mogą one stanowić zarazem współczesne kryteria lokalizacji przestrzennej przedsiębiorstwa zagranicznego.

Obecnie, wśród uwarunkowań produkcji, dominujące znaczenie przypisuje się kwalifikacjom siły roboczej oraz innowacjom związanym z tworzeniem, rozprzestrzenianiem i zastosowaniem wiedzy. Związane jest to również bezpośrednio z wykorzystaniem najnowszych technologii informacyjno-telekomunikacyjnych.

Wśród uwarunkowań popytu szczególne znaczenie, poza jego rozmiarami i dynamiką, ma jakość (Strahl, 2002).

Na klimat społeczno-gospodarczy składają się warunki prowadzenia działalności gospodarczej, jak również warunki życia w danym kraju. Odgrywają one rolę dodatkowych zachęt dla przedsiębiorstw poszukujących atrakcyjnych rynków zagranicznych.

Korzystny klimat, sprzyjający prowadzeniu działalności gospodarczej tworzy sieć instytucji wspomagających biznes, jak również skala obciążeń fiskalnych. Relatywnie wysoka jakość życia w regionie kreuje dogodne warunki do pozyskania kadry o najwyższych kwalifikacjach.

Ostatnim czynnikiem przewagi konkurencyjnej są tzw. sektory pokrewne i wspomagające. Ich znaczenie wynika z traktowania regionu konkurencyjnego jako obszaru, w którym współcześnie kształtuje się silny układ powiązań sieciowych (Gorzelał, 2000). Występuje on w miejscach szczególnej koncentracji działalności gospodarczej, różnego rodzaju instytucji, mieszkańców oraz innych form aktywności.

W tabl. 1 zestawiono czynniki konkurencyjności, pogrupowane w kategorie, najistotniejsze z punktu widzenia przedsiębiorstwa przeprowadzającego segmentację.

**TABL. 1. KLASYFIKACJA CECH KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARCZEJ KRAJU**

Kategorie	Cechy
<b>Czynniki produkcji</b>	
Kapitał ludzki .....	podaż wykwalifikowanej siły roboczej kształcenie ustawiczne koszty robocizny
Tworzenie wiedzy .....	zasoby ludzkie i finansowe sfery badawczo-rozwojowej działalność patentowa
Rozwój technologii informacyjno-telekomunikacyjnych .....	dostępność Internetu rozwój telefonii stacjonarnej i komórkowej poziom komputeryzacji
<b>Warunki popytu</b>	
Rozmiary i jakość popytu .....	wielkość i dynamika popytu siła nabywcza ludności
<b>Klimat społeczno-gospodarczy</b>	
Klimat działalności gospodarczej .....	rozwój jednostek obsługi biznesu jakość administracji wysokość podatków
Klimat społeczny .....	poziom bezrobocia
<b>Sektory pokrewne i wspomagające</b>	
Stopień koncentracji działalności gospodarczej .....	koncentracja przedsiębiorstw rozwój przedsiębiorczości napływ kapitału zagranicznego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Porter, 2001; Gorzelał, 2000 i 2003; Smętowski, 2000.

Można dokonać bardziej szczegółowej identyfikacji i klasyfikacji cech kraju decydujących o jego konkurencyjności i atrakcyjności, istotnych z punktu widzenia konkretnego przedsiębiorstwa, będącego podmiotem segmentacji międzynarodowej.

#### PODSTAWY INFORMACYJNE I METODOLOGICZNE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Koncepcja segmentacji rynku międzynarodowego obejmuje dwie fazy: segmentację makroekonomiczną, polegającą na wyborze krajów, w których przedsiębiorstwo zamierza prowadzić działalność oraz segmentację mikroekonomiczną, w ramach której następuje identyfikacja jednorodnych grup konsumentów. Segmentacja makroekonomiczna umożliwia wybór rynków w sensie geograficznym, ponieważ kryteria odnoszą się do całych krajów.

W artykule przedmiotem analizy jest makrosegmentacja 25 krajów UE. Procedura segmentacji obejmuje następujące etapy:

1. Identyfikacja bazy segmentacji.
2. Podział rynku międzynarodowego na makrosegmenty (grupy krajów).
3. Opracowanie profili makrosegmentów (charakterystyka grup krajów).

#### *Identyfikacja bazy segmentacji*

Bazę segmentacji stanowią kryteria podziału krajów, zwane zmiennymi segmentacyjnymi. Proponuje się, aby bazę segmentacji rynków europejskich stanowiły następujące cechy statystyczne, odrębne dla każdego czynnika konkurencyjności.

#### **I — czynniki produkcji:**

##### a) kapitał ludzki

- $X_{1t}$  — % ludności w wieku 25—64 lat z wyższym wykształceniem,
- $X_{2t}$  — udział ludności w wieku 25—64 lat w kształceniu ustawicznym (w %),
- $X_{3t}$  — godzinowe koszty pracy dla przemysłu i usług, dla przedsiębiorstw zatrudniających co najmniej 10 osób (w euro);

##### b) tworzenie wiedzy

- $X_{4t}$  — wydatki na sferę badawczo-rozwojową, jako % PKB,
- $X_{5t}$  — patenty zgłoszone w Europejskim Urzędzie Patentowym na 1 mln mieszkańców,
- $X_{6t}$  — zasoby ludzkie w nauce i technologii, jako % zatrudnienia ogółem;

##### c) rozwój technologii informacyjno-telekomunikacyjnych

- $X_{7t}$  — liczba abonentów telefonów komórkowych na 100 mieszkańców,
- $X_{8t}$  — liczba abonentów telefonów stacjonarnych na 100 mieszkańców,
- $X_{9t}$  — % przedsiębiorstw posiadających dostęp do Internetu;

#### **II — warunki popytu:**

- $X_{10t}$  — konsumpcja finalna w mln PPS (*Purchasing Power Standards*),
- $X_{11t}$  — wydatki konsumpcyjne na 1 mieszkańca w PPS,
- $X_{12t}$  — prognozowane tempo wzrostu konsumpcji na 1 mieszkańca (2007/2004) (w %);

### III — klimat społeczno-gospodarczy:

a) klimat gospodarczy

$X_{13t}$  — przeciętna wielkość podatku dochodowego od zysków firm (w %),

$X_{14t}$  — podstawowa stawka podatku VAT (w %),

b) klimat społeczny

$X_{15t}$  — stopa bezrobocia (w %);

### IV — sektory pokrewne i wspomagające:

$X_{16t}$  — PKB na 1 mieszkańca w PPS (UE-25=100),

$X_{17t}$  — % zmiana PKB (w cenach stałych z 2000 r.),

$X_{18t}$  — wydajność pracy na 1 zatrudnionego w PPS (UE-25=100).

Zakres rodzajowy badań został zdeterminowany dostępnością porównywalnych informacji statystycznych. Zakres czasowy zaś obejmuje rok 2004.

### *Podział rynku międzynarodowego na makrosegmenty (grupy krajów)*

Celem tego etapu jest segmentacja obejmująca podział zbioru obiektów — krajów na grupy homogeniczne ze względu na poziom wartości ustalonych cech statystycznych. Do przeprowadzenia klasyfikacji 18 cech statystycznych wykorzystano następujący schemat postępowania:

- standaryzacja wartości cech statystycznych,
- określenie zróżnicowania między badanymi obiektami za pomocą odległości euklidesowej,
- klasyfikacja obiektów na homogeniczne grupy z wykorzystaniem metody  $k$ -średnich.

### *Opracowanie profili makrosegmentów*

Otrzymane wyniki klasyfikacji prowadzą do identyfikacji specyfiki grup obiektów — krajów poddanych analizie, jak również do oceny dysproporcji występujących w wyłonionych grupach.

Pierwotną typologię makrosegmentów umożliwia analiza informacji dotyczących przeciętnych wartości kryteriów segmentacyjnych (cech statystycznych) w wyodrębnionych grupach. Do charakterystyki grup krajów można wykorzystać również inne parametry opisowe, jak: rozstęp, odchylenie standardowe czy współczynnik zmienności.

Następnym krokiem badawczym było uporządkowanie liniowe badanych krajów ze względu na poziom atrakcyjności kosztowo-popytowej dla inwestorów zagranicznych. Uwzględniono czynniki atrakcyjności:  $X_{3t}$ ,  $X_{13t}$ ,  $X_{14t}$ ,  $X_{10t}$ ,  $X_{11t}$ ,  $X_{12t}$ .

Czynniki kosztowe pełnią rolę destymulant, natomiast czynniki popytowe — stymulant poziomu atrakcyjności analizowanych krajów. Dla zapewnienia jednolitości preferencji i addytywności wykorzystano następujące ilorazowe formuły normalizacyjne dla cech mierzonych na ilorazowej skali pomiaru:

a) dla stymulant

$$z_{rl} = \frac{x_{rl}}{\max_r \{x_{rl}\}} \quad (1)$$

b) dla destymulant

$$z_{rl} = \frac{\min \{x_{rl}\}}{x_{rl}} \quad (2)$$

gdzie:

$x_{rl}$  — wartość  $l$ -tej cechy w  $r$ -tym obiekcie,

$z_{rl}$  — znormalizowana wartość  $l$ -tej cechy w  $r$ -tym obiekcie.

Do oceny poziomu atrakcyjności rynków badanych krajów dla lokalizacji działalności gospodarczej zastosowano bezwzorcową miarę agregatową, określoną jako średnia arytmetyczna znormalizowanych wartości cech statystycznych — formuła (3).

$$s_r = \frac{1}{m} \sum_{l=1}^m z_{rl} \quad (3)$$

gdzie  $s_r$  — wartość miary atrakcyjności kosztowo-popytowej  $r$ -tego obiektu.

Skonstruowana miara przyjmuje wartości z przedziału  $[0,1]$ . Większe wartości świadczą o wyższym poziomie rozwoju zjawiska złożonego, dlatego umożliwiają uporządkowanie liniowe badanych obiektów.

Proponuje się podział krajów na grupy o odmiennej atrakcyjności kosztowo-popytowej poprzez ustalenie następujących przedziałów wartości miar agregatowych:  
grupa I — kraje o niskim poziomie atrakcyjności:

$$s_r \leq \min_r \{s_r\} + \frac{1}{3}R \quad (4)$$

grupa II — kraje o średnim poziomie atrakcyjności:

$$\min_r \{s_r\} + \frac{1}{3}R < s_r \leq \min_r \{s_r\} + \frac{2}{3}R \quad (5)$$

grupa III — kraje o wysokim poziomie atrakcyjności:

$$\min_r \{s_r\} + \frac{2}{3}R < s_r \leq 1 \quad (6)$$

gdzie  $R$  — rozstęp wartości agregatowej miary rozwoju zjawiska złożonego.

#### SEGMENTACJA KRAJÓW UE ZE WZGLĘDU NA CZYNNIKI KONKURENCYJNOŚCI

Wyniki klasyfikacji krajów UE ze względu na czynniki konkurencyjności zestawiono w tabl. 2. Za optymalny przyjęto podział krajów na cztery względnie jednorodne segmenty. Najliczniejszym spośród nich jest segment 3 skupiający 9 krajów. Segment 4 — 7-elementowy i segment 2 — 4-elementowy zawierają wyłącznie kraje starej „15”. W skład segmentu 1 wchodzi pięć tzw. krajów nowego rozszerzenia UE.

**TABL. 2. WYNIKI SEGMENTACJI KRAJÓW UE ZE WZGLĘDU NA CZYNNIKI GOSPODARCZEJ KONKURENCYJNOŚCI**

Numer segmentu	Kraje	Liczebność segmentu
1 .....	Estonia, Łotwa, Litwa, Polska, Słowacja	5
2 .....	Niemcy, Francja, Włochy, W. Brytania	4
3 .....	Republika Czeska, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Cypr, Węgry, Malta, Portugalia, Słowenia	9
4 .....	Belgia, Dania, Luksemburg, Niderlandy, Austria, Finlandia, Szwecja	7

Ź r ó d ł o: obliczenia własne na podstawie bazy danych EUROSTAT-u oraz Wach (2005).

Najbardziej jednorodny, ze względu na średnią odległość krajów od środka ciężkości, okazał się segment 2, a najmniej jednorodny segment 3, w którym zarysowuje się znaczna odrębność Cypru i Irlandii. Dotyczy ona w przypadku Cypru wyższych podatków, zarówno dochodowego od firm jak i VAT. Natomiast Irlandię cechuje niższe bezrobocie i wyższa wydajność pracy niż pozostałe kraje tego segmentu.

W pozostałych grupach najbardziej oddalone od środków ciężkości były: Litwa (segment 1), Włochy (segment 2) i Luksemburg (segment 4). Litwa cechowała się zdecydowanie większym udziałem ludności z wyższym wykształceniem i niższą konsumpcją finalną. We Włoszech mniejszy jest udział osób z wyższym wykształceniem, niższe koszty pracy, mniej zgłoszonych patentów i niższa od przeciętnej w grupie konsumpcja finalna. Natomiast Luksemburg cechowała niższa konsumpcja globalna i wyższy produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca.

Z analizy odległości między środkami ciężkości wyodrębnionych segmentów wynika, że najbardziej zbliżone ze względu na konkurencyjność gospodarki są segmenty 2 i 4 (0,207) oraz 1 i 3 (0,208), a najmniej podobne są segmenty 1 i 2 oraz 1 i 4.

Badane kraje wykazały zdecydowanie największe zróżnicowanie pod względem poziomu konsumpcji finalnej i liczby patentów zgłoszonych w Europejskim Urzędzie Patentowym. Znaczne dysproporcje wystąpiły również ze względu na udział wydatków na sferę badawczo-rozwojową w produkcie krajowym brutto, godzinowe koszty pracy i tempo wzrostu PKB. Tabl. 3 podaje profile uzyskanych segmentów.

**TABL. 3. CHARAKTERYSTYKA WYODRĘBNIONYCH SEGMENTÓW**

Ocena konkurencyjności	Numer segmentu	Średnie wartości wskaźników konkurencyjności	
		najkorzystniejsze	najmniej korzystne
Bardzo wysoka .....	4	$x_1, x_2, x_4, x_5, x_6, x_7, x_9, x_{11}, x_{15}, x_{16}, x_{18}$	$x_3, x_{14}, x_{15}$
Wysoka .....	2	$x_8, x_{10}, x_{14}$	$x_{12}, x_{13}, x_{17}$
Średnia .....	3	—	$x_1, x_2, x_6$
Niska .....	1	$x_3, x_{12}, x_{13}, x_{17}$	$x_4, x_5, x_7, x_8, x_9, x_{10}, x_{11}, x_{15}, x_{16}, x_{18}$

Ź r ó d ł o: jak przy tabl. 2.

Segment 1 grupuje kraje o najniższej konkurencyjności gospodarki (przeciętne wartości 10 badanych cech są najmniej korzystne). Natomiast najwyższe wartości przyjmują

takie cechy, jak: dynamika produktu krajowego brutto i tempo wzrostu konsumpcji finalnej na 1 mieszkańca.

Segment 2 obejmuje kraje o wysokiej konkurencyjności, cechujące się najniższą stawką podatku VAT, największym popytem i nasyceniem stacjonarnymi liniami telefonicznymi. Najniższe spośród wyłonionych grup jest w tych krajach tempo wzrostu konsumpcji finalnej na 1 mieszkańca, dynamika produktu krajowego brutto oraz największe obciążenie podatkiem dochodowym od zysków firm.

Segment 3 zawiera kraje o przeciętnej konkurencyjności gospodarki. Średnia wartość żadnej z cech konkurencyjnych poddawanych analizie nie osiąga w tej grupie krajów najkorzystniejszej wartości. Segment ten cechuje natomiast najniższy udział ludności z wyższym wykształceniem, dokończającym się i zatrudnionej w sektorze nauki i technologii.

Zdecydowanie najwyższą konkurencyjnością charakteryzują się kraje ujęte w segmencie 4, w którym przeciętne wartości 11 z 18 analizowanych cech osiągają najkorzystniejszą wartość. Jedynie dwie cechy zostały ocenione jako najmniej korzystne spośród wszystkich wyłonionych grup krajów. Są to najwyższe godzinowe koszty pracy i najwyższe stawki podatku VAT.

#### *OCENA POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI KOSZTOWO-POPYTOWEJ KRAJÓW UE DLA PRZEDSIĘBIORSTW LOKUJĄCYCH DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ ZA GRANICĄ*

Przed podjęciem decyzji o lokalizacji działalności gospodarczej przedsiębiorstwo powinno:

- określić korzyści, jakich oczekuje dokonując ekspansji zagranicznej,
- zidentyfikować cechy konkurencyjne gospodarki, umożliwiające maksymalizację korzyści,
- dokonać konfrontacji pozycji konkurencyjnej rynku krajowego, na którym dotychczas funkcjonowało z pozycją docelowego rynku zagranicznego.

Z badań dotyczących konkurencyjności polskich przedsiębiorstw wynika (*Wpływ...*, 2003), że do najistotniejszych czynników otoczenia zagranicznego uwzględnianych przy podejmowaniu decyzji dotyczącej lokalizacji działalności w krajach UE należą sytuacja na rynku (czynniki popytowe) i uwarunkowania kosztowe (koszty pracy, wysokość podatków). Przedsiębiorstwa polskie dzieli dystans technologiczny od najbogatszych krajów UE, dlatego czynniki konkurencyjne związane z jakością kapitału ludzkiego, tworzeniem wiedzy i rozwojem sektora IT mają mniejsze znaczenie. Taka postawa wydaje się być typowa dla inwestorów pochodzących z krajów, w których gospodarka ma niski poziom konkurencyjności.

Wchodzenie przedsiębiorstw na rynki krajów o bardziej konkurencyjnej gospodarce obciążone jest zagrożeniem utraty dotychczasowej pozycji. Stąd też istotnego znaczenia nabiera więc porównanie rynku krajowego z docelowym rynkiem zagranicznym.

Podstawowe korzyści, jakich oczekują przedsiębiorstwa polskie to: niskie koszty pracy, niskie podatki, duży rynek zbytu, przeciętna konkurencja na rynku. Sugerując się tym, dokonano pomiaru atrakcyjności kosztowo-popytowej krajów UE, a następnie ich uporządkowania liniowego. Wyniki zestawiono w tabl. 4.

Rozstęp wartości miary atrakcyjności wynosił 0,2869, a współczynnik zmienności — ponad 16%. Krajami o zdecydowanie najwyższym poziomie atrakcyjności były Łotwa i Litwa, natomiast Malta, Dania, Szwecja i Belgia okazały się krajami najniżej ocenionymi.

TABL. 4. KLASYFIKACJA KRAJÓW UNII EUROPEJSKIEJ ZE WZGLĘDU NA POZIOM ATRAKCYJNOŚCI KOSZTOWO-POPYTOWEJ

K r a j e	Wartość miary	Konkurencyjność gospodarki	Poziom atrakcyjności kosztowo-popytowej	
Łotwa .....	0,6268	niska	wysoki	
Litwa .....	0,5922	niska		
W. Brytania .....	0,5497	wysoka		
Cypr .....	0,5484	średnia		
Niemcy .....	0,5428	wysoka		
Estonia .....	0,4993	niska	średni	
Francja .....	0,4923	wysoka		
Luksemburg .....	0,4905	bardzo wysoka		
Słowacja .....	0,4824	niska		
Hiszpania .....	0,4802	średnia		
Irlandia .....	0,4799	średnia		
<b>Polska</b> .....	<b>0,4610</b>	<b>niska</b>		
Włochy .....	0,4510	wysoka		
Węgry .....	0,4335	średnia		niski
Republika Czeska .....	0,4204	średnia		
Niderlandy .....	0,4116	bardzo wysoka		
Grecja .....	0,4085	średnia		
Słowenia .....	0,4085	średnia		
Finlandia .....	0,4063	bardzo wysoka		
Austria .....	0,4018	bardzo wysoka		
Portugalia .....	0,3811	średnia		
Belgia .....	0,3774	bardzo wysoka		
Szwecja .....	0,3771	bardzo wysoka		
Dania .....	0,3668	bardzo wysoka		
Malta .....	0,3398	średnia		

Ź r ó d ł o: jak przy tabl. 2.

Wydzielono trzy grupy państw względnie jednorodnych ze względu na poziom atrakcyjności kosztowo-popytowej. W grupie państw najlepiej ocenionych pod tym względem znalazły się kraje o niskiej konkurencyjności (Łotwa i Litwa), wysokiej (W. Brytania, Niemcy) i Cypr z grupy krajów o średniej konkurencyjności. Średnio atrakcyjne okazały się państwa ze wszystkich segmentów konkurencyjności (3 o niskiej, 2 o średniej, 2 o wysokiej i Luksemburg, cechujący się bardzo wysoką konkurencyjnością).

W grupie krajów o niskiej atrakcyjności znalazło się 6 państw bardzo konkurencyjnych i 6 średnio konkurencyjnych.

Wynika z tego, iż nie wystąpiła wyraźna zależność między konkurencyjnością gospodarki a jej atrakcyjnością kosztowo-popytową dla inwestorów zagranicznych. Można jednak zauważyć, że wszystkie kraje o bardzo konkurencyjnej gospodarce (z wyjątkiem Luksemburga) wykazały niską atrakcyjność kosztowo-popytową. Spowodowane to było przede wszystkim wysokimi kosztami pracy i niską dynamiką popytu. Natomiast kraje niskokonkurencyjne osiągają wysoki lub przynajmniej średni jej poziom.

Dla przedsiębiorstw prowadzących działalność w gospodarce o niskiej lub średniej konkurencyjności, państwa bardzo konkurencyjne okazały się nieatrakcyjnymi rynkami docelowymi.

## Zakończenie

Analiza czynników konkurencyjności i atrakcyjności kosztowo-popytowej gospodarki może wspomagać decyzję przedsiębiorstwa, dotyczącą selekcji docelowych rynków zagranicznych. Istotnego znaczenia nabiera zarówno identyfikacja konkurencyjności gospodarki krajowej, na której przedsiębiorstwo funkcjonuje, jak i gospodarek państw mogących stanowić potencjalne miejsce przyszłej lokalizacji.

Dla przedsiębiorstw pochodzących z krajów o słabej konkurencyjności gospodarki, rynki najbardziej konkurencyjne nie reprezentują najatrakcyjniejszej oferty kosztowo-popytowej, stanowiącej ważne kryterium wyboru lokalizacji ich działalności. Segmentacja krajów UE ze względu na czynniki konkurencyjności i poziom atrakcyjności kosztowo-popytowej wskazała, że kraje bardzo konkurencyjne cechuje zazwyczaj relatywnie niska atrakcyjność kosztowo-popytowa. Natomiast państwa mniej konkurencyjne oferują niższe koszty pracy i obciążenia fiskalne, a zapewniają wyższe tempo wzrostu popytu.

---

dr Marek Obrębalski, Elżbieta Sobczak — Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

## LITERATURA

- Gorzela G., Jałowiczki B. (2000), *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 1
- Gorzela G., Olechnicka A. (2003), *Innowacyjny potencjał polskich regionów*, (w:) *Wiedza a wzrost gospodarczy*, red. L. Zienkowski, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Lubiński M. (1995), *Konkurencyjność gospodarki: pojęcie i sposób mierzenia*, (w:) *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki Polski — uwarunkowania i perspektywy. Raporty. Studia nad konkurencyjnością*, Warszawa, IRiSS
- Porter M. E. (2001), *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa
- Smętkowski M. (2000), *Przedsiębiorstwo zagraniczne w otoczeniu lokalnym*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 4
- Strahl D. (2002), *Klasyfikacja regionów Polski ze względu na poziom konkurencyjności na tle regionów Wielkiej Brytanii*, (w:) *Taksonomia 9. Klasyfikacja i analiza danych — teoria i zastosowania*, red. K. Jajuga i M. Walsiak, *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, Wydawnictwo AE, Wrocław
- Wach K. (2005), *Jak założyć firmę w Unii Europejskiej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków
- Wpływ akcesji Polski do Unii Europejskiej na sektor małych i średnich przedsiębiorstw* (2003), Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa

## SUMMARY

*The objective of the thereby study is the segmentation of the European Union countries based on the assessment of their competitiveness and cost-demand appeal. It may constitute a subsidiary instrument in decision taking on the spatial location of a given enterprise activities.*

*The results of research mark no significant interrelation between economy competitiveness and its cost-demand appeal for foreign investors. All countries characterized by a very competitive economy (except Luxembourg) presented low cost-demand appeal. It resulted mainly from high labour costs and low dynamics of demand. On the other hand low competitive economies obtain high or at least medium level of cost-demand appeal.*

*For companies running business activities in a low or medium competitive economy very competitive ones turned out to be unattractive target markets.*

*The segmentation of European Union countries with regard to competitiveness factors and cost-demand appeal pointed to the fact that very competitive economies are mostly characterised by a relatively low cost-demand appeal. While less competitive economies offer lower labour costs and fiscal burdens, ensuring higher demand increase rate.*

#### РЕЗЮМЕ

Целью статьи является сегментация стран Европейского союза, использующая оценку их конкурентноспособности и аттракционности. Может она быть инструментом помогающим принятие решения по локализации пространственной деятельности предприятия.

Обследования указывают на отсутствие бесспорной зависимости между конкурентностью экономики и ее расходно-спросной аттракционности для зарубежных инвесторов. Все страны с большой конкурентностью экономики (кроме Люксембурга) обнаружили низкую расходно-спросную аттракционность. Это результат прежде всего высоких расходов по труду и низкой динамикой спроса. В то же время страны с низкой конкурентностью получают высокий или по крайней мере средний уровень.

Для предприятий ведущих экономическую деятельность с низкой или средней конкурентностью, страны с высокой конкурентностью оказались неинтересными конечными рынками.

Сегментация стран ЕС по фактору конкурентности и уровню расходно-спросной аттракционности показала, что государства высоко конкурентные обычно характеризуются относительно низкой расходно-спросной аттракционностью. В то же время страны с меньшей конкурентностью предлагают меньшие расходы по труду и меньшие фискальные нагрузки, а гарантируют более высокий темп роста спроса.