

---

Kamil Drążczyk\*

Uniwersytet Łódzki

---

# Rola atrakcyjności inwestycyjnej regionu łódzkiego w działalności przedsiębiorstw sektora MŚP

---

**Streszczenie:** Atrakcyjność inwestycyjna regionu jest kluczowym czynnikiem wpływającym na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), przyciąganie kapitału oraz wzrost gospodarczy. Czynniki takie jak infrastruktura, zasoby pracy, otoczenie prawne i wsparcie lokalnych władz decydują o konkurencyjności regionu. Artykuł analizuje transformację gospodarczą Łodzi, która dzięki centralnemu położeniu i rozwiniętej infrastrukturze komunikacyjnej staje się ważnym ośrodkiem biznesowym. MŚP odgrywają kluczową rolę w rewitalizacji gospodarczej miasta, dlatego istotne jest zbadanie czynników wpływających na decyzje inwestycyjne oraz bariery i możliwości rozwoju przedsiębiorstw. Badanie ankietowe przeprowadzone wśród łódzkich przedsiębiorców oraz przedstawicieli instytucji wspierających biznes umożliwiło określenie pozycji Łodzi wśród największych miast w Polsce oraz identyfikację kluczowych aspektów atrakcyjności inwestycyjnej. Wyniki wskazują, że czynniki takie jak infrastruktura, zasoby pracy, zaangażowanie władz lokalnych i poziom rozwoju gospodarczego są kluczowe dla rozwoju MŚP w regionie.

**Słowa kluczowe:** atrakcyjność inwestycyjna, małe i średnie przedsiębiorstwa, rozwój gospodarczy, infrastruktura, zasoby pracy, transformacja gospodarcza

## Wprowadzenie

Atrakcyjność inwestycyjna regionu odgrywa kluczową rolę w przyciąganiu kapitału i stymulowaniu rozwoju gospodarczego, a tym samym małych i średnich przedsiębiorstw. Czynniki takie, jak: dostępność infrastruktury, zasoby pracy, otoczenie prawne oraz wsparcie ze strony lokalnych władz, mają bezpośredni wpływ na decyzje inwestorów. Te elementy, przyczyniają się do zwiększenia konkurencyjności regionu na rynku inwestycyjnym. Łódź, historycznie znana jako centrum przemysłu włókienniczego, obecnie przechodzi intensywny proces transformacji gospodarczej, rewitalizacji oraz moderni-

---

\* blackfang17@gmail.com

zacji. Procesy te obejmują nie tylko rozwój infrastruktury, ale także poprawę warunków prowadzenia działalności gospodarczej, co czyni Łódź interesującym przykładem dla badania atrakcyjności inwestycyjnej. Miasto to, położone centralnie na mapie Polski, z dostępem do rozwiniętej sieci komunikacyjnej, w tym dróg, kolei oraz portów lotniczych, staje się kluczowym ośrodkiem biznesowym.

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) odgrywają ogromną rolę w gospodarce Polski, a także Łodzi, przyczyniając się do wzrostu zatrudnienia oraz stymulując rozwój lokalnych rynków. W Polsce sektor MSP stanowi większość wszystkich przedsiębiorstw, co sprawia, że jego kondycja jest kluczowa dla stabilności ekonomicznej zarówno lokalnych, jak i krajowych rynków. W kontekście Łodzi, MŚP są istotnym elementem rewitalizacji gospodarczej, szczególnie w obszarach dotkniętych historycznym spadkiem przemysłowym. Dlatego ważne jest zrozumienie, jakie czynniki wpływają na decyzje inwestycyjne w regionie oraz jakie są bariery i możliwości rozwoju tych przedsiębiorstw.

Celem tego artykułu jest przybliżenie roli atrakcyjności inwestycyjnej w działalności przedsiębiorstw w sektorze MSP, czynników, które na nią wpływają oraz zbadanie opinii właścicieli/współwłaścicieli łódzkich firm na dany temat.

Artykuł bazuje na wynikach badania ankietowego przeprowadzonego wśród właścicieli i współwłaścicieli przedsiębiorstw, co pozwala na porównanie teoretycznych modeli z rzeczywistymi opiniami praktyków biznesu. Badanie zostało przeprowadzone za pomocą metod PAPI (*Paper and Pencil Interviewing*) oraz CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*), co umożliwiło zebranie szerokiej gamy danych od różnorodnych respondentów. Taki model badania pozwala zarówno na analizę ogólnych trendów, jak i indywidualnych przypadków. W grupie respondentów znaleźli się m.in. członkowie dwóch instytucji otoczenia biznesu- Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego oraz Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej. Badanie pozwoliło zarysować pozycję, którą zajmuje Łódź wśród dziesięciu największych miast w Polsce, a także wyłonić aspekty wpływające pozytywnie oraz negatywnie na atrakcyjność inwestycyjną regionu. Przygotowany kwestionariusz ankiety pozwolił na poznanie opinii osób najbardziej zainteresowanych korzystnością prowadzenia działalności w Łodzi – przedsiębiorców prowadzących firmy na jej terenie. Atrakcyjność inwestycyjna regionu odgrywa kluczową rolę w działalności i rozwoju przedsiębiorstw sektora MŚP, wpływając na ich decyzje lokalizacyjne oraz efektywność operacyjną poprzez czynniki atrakcyjności inwestycyjnej, takie jak: dostępność

infrastruktury, zasoby pracy oraz aktywność władz lokalnych oraz poziom rozwoju gospodarczego.

### **Atrakcyjność inwestycyjna regionu – ujęcie teoretyczne**

Pojęcie atrakcyjności inwestycyjnej można opisać jako zdolność przyciągnięcia inwestora poprzez oferowanie kombinacji korzyści lokalizacji możliwych do osiągnięcia w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej” (Raczyk, Dołzbłasz, Leśniak-Johann, 2010, s. 6). Te korzyści mogą przyjmować różne formy, począwszy od lokalizacji w pobliżu rynków zbytu, przez dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej, aż po wsparcie instytucjonalne i polityczne ze strony władz lokalnych.

Atrakcyjność inwestycyjna regionu zależy w głównej mierze od korzyści danego obszaru mają wynikać z charakterystycznych dla niego cech i są określane jako „czynniki lokalizacji” (Raczyk, Dołzbłasz, Leśniak-Johann, 2010, s. 6). Zestaw czynników ma pozwolić potencjalnemu przedsiębiorcy na „redukcję nakładów inwestycyjnych i bieżących kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa, ułatwiając maksymalizację zysków oraz zmniejszając ryzyko niepowodzenia inwestycji” (Raczyk, Dołzbłasz, Leśniak-Johann, 2010, s. 6). Innymi słowy na atrakcyjność regionu wpływają jego konkretne cechy, które sprawiają, że przedsiębiorca, decydując się na inwestycję, może liczyć na jak największe zyski, przy jak najmniejszym nakładzie kosztów. Cechy te mogą się różnić w zależności od rodzaju działalności. Nie istnieje więc miasto czy region, którego atrakcyjność można by ocenić maksymalnymi wartościami dla wszystkich obszarów gospodarki (Raczyk, Dołzbłasz, Leśniak-Johann, 2010, s. 6).

Z uwagi na fakt, że tematem pracy jest atrakcyjność inwestycyjna, należy również porównać się nad pojęciem inwestycji, które zostało opisane w pracy R. Mandziuka, P. Nawry oraz J. Ossowskiej (2016). Jak wskazują autorzy, pojęcie inwestycji jest na tyle szerokie, że w literaturze można spotkać zróżnicowane definicje oraz kryteria definiujące to zagadnienie. Wskazują jednak na dwa nierozłączne aspekty czyli „wydatkowanie środków finansowych oraz oczekiwanie określonych korzyści” (Mandziuk, Nawra, Ossowska, 2016, s. 545-546). Inwestor musi posiadać własny kapitał, który wykorzysta w celu uzyskania zysku. Zdarza się również tak, że nie zysk jest celem inwestowania, a zabezpieczenie „specyficznych potrzeb inwestorów” (Mandziuk, Nawra, Ossowska, 2016, s. 546). W dalszej części pracy badacze wymienili cztery główne powody, dla których inwestorzy decydują się

wykorzystać swój kapitał. Pierwszy z nich to motyw o podłożu technicznym, tłumaczony jako „zużycie fizyczne składników majątkowych”. Drugi odnosi się do aspektu ekonomicznego, czyli „pojawienie się na rynku bardziej efektywnych składników majątkowych niż eksploatowane przez firmę”. Trzeci motyw dotyczy marketingu, czyli zmian wprowadzanych do produkcji w celu sprostania pojawiającej się na rynku konkurencji. Ostatni powód ma podłoże prawne i odnosi się do zmian wprowadzanych w prawie, które nakładają na przedsiębiorcy nakaz wprowadzenia określonych zmian w firmie. Autorzy podają tu za przykład m.in. prawo regulujące ochronę środowiska czy higienę pracy (Mandziuk, Nawra, Ossowska, 2016, s. 547).

Wracając do przedmiotowego zjawiska, w celu pomiaru atrakcyjności inwestycyjnej, należy wziąć pod uwagę szereg czynników, które w literaturze zostały niejednokrotnie sklasyfikowane. W pracach badaczy są zazwyczaj podobnie formułowane, jednak w przypadku kilku autorów klasyfikacja różni się od pozostałych kilkoma dodatkowymi czynnikami. Wstępna analiza literatury pozwoliła na wyłonienie najobszerniejszego opisu ww. czynników, której dokonał T. Kalinowski przywołując 9 grup czynników (Kalinowski, 2007, s. 16):

1. **Dostępność transportowa** – obejmuje dostęp do infrastruktury drogowej, kolejowej, portów morskich i lotniczych, co umożliwia sprawną logistykę zarówno dla towarów, jak i osób.
2. **Zasoby pracy** – oznaczają dostępność wykwalifikowanej siły roboczej o odpowiednich kwalifikacjach, a także jej koszty.
3. **Chłonność rynku** – odnosi się do potencjału nabywczego danego regionu, co jest kluczowe dla firm zajmujących się sprzedażą dóbr i usług.
4. **Infrastruktura gospodarcza** – obejmuje dostęp do odpowiednich warunków dla prowadzenia działalności gospodarczej, takich jak parki przemysłowe, inkubatory przedsiębiorczości, oraz infrastruktura cyfrowa.
5. **Infrastruktura społeczna** – odnosi się do jakości życia w regionie, co ma wpływ na migrację wykwalifikowanej kadry oraz jej lojalność wobec pracodawców.
6. **Poziom rozwoju gospodarczego** – związany z ogólnym poziomem aktywności gospodarczej w regionie, w tym obecnością dużych przedsiębiorstw i inwestorów zagranicznych.
7. **Stan środowiska** – istotny zwłaszcza dla firm, które działają w branżach wymagających ekologicznych standardów, takich jak przemysł spożywczy czy farmaceutyczny.

8. **Poziom bezpieczeństwa** – zarówno w kontekście bezpieczeństwa fizycznego, jak i bezpieczeństwa prawnego i instytucjonalnego.

9. **Aktywność władz lokalnych wobec inwestorów** – obejmuje działania promocyjne oraz ułatwienia administracyjne w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej.

Wszystkie powyższe czynniki tworzą ramy oceny atrakcyjności inwestycyjnej, które mogą być różnie postrzegane w zależności od specyfiki inwestora. Na przykład firma technologiczna może bardziej cenić dostęp do wykwalifikowanych pracowników i dobrej infrastruktury IT, podczas gdy firma produkcyjna może priorytetowo traktować dostęp do surowców i taniej siły roboczej.

Wiele raportów oraz rankingów atrakcyjności inwestycyjnej opiera się głównie, na przedstawionych w niniejszej pracy, czynnikach lub nieznacznie modyfikuje ich grupy. Inne spojrzenie na mierzenie tego zagadnienia prezentuje H. Godlewska-Majkowska (2017). W swojej pracy zastosowała dwa podejścia do zmierzenia atrakcyjności inwestycyjnej. Pierwszym z nich jest potencjalna atrakcyjność inwestycyjna przedstawiana jako grupa regionalnych wartości lokalizacyjnych, które mają wpływ na uzyskiwanie przez inwestora zamierzonych celów „np. w postaci kształtowania się kosztów prowadzonej działalności gospodarczej, przychodów ze sprzedaży, rentowności netto oraz konkurencyjności danej inwestycji” (Godlewska-Majkowska, 2017, s. 3). Drugie podejście nazwano rzeczywistą atrakcyjnością inwestycyjną, rozumianą jako potencjał regionu do zbudowania zadowolenia u klienta – inwestora - powodując wchłonięcie kapitału finansowego i rzeczowego w formie inwestycji. Można ją mierzyć za pomocą efektywności poniesionych nakładów kapitału (Godlewska-Majkowska, 2017, s. 4). H. Godlewska-Majkowska więcej pisze na ten temat w swojej kolejnej publikacji. Twierdzi, że atrakcyjność inwestycyjna może stanowić czynnik pobudzający powstawanie przedsiębiorczych przewag konkurencyjnych. Stworzyła klasyfikację, według której „waloryzacja potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej została zmierzona za pomocą wskaźnika PAI1 dla gospodarki narodowej oraz wybranych sekcji, według klasyfikacji PKD 2007, takich jak: przetwórstwo przemysłowe (sekcja C), handel i naprawy (sekcja G), działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (sekcja I) oraz działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (sekcja M)” (Godlewska-Majkowska, 2011, s. 5). Na podstawie badań z 2009 r. wysnuła wnioski, że “historycznie ukształtowany przebieg procesów rozwojowych, inercja struktur społecznych i długowieczność infrastruktury sprawiają, że potencjalna atrakcyjność

inwestycyjna maleje z zachodu na wschód” (Godlewska-Majkowska, 2011, s. 8). Ponadto czynnikiem zapewniającym stały rozwój regionów jest tworzenie bazy ekonomicznej, na podstawie różnicowania możliwości i zagrożeń, w oparciu o wartości lokalizacyjne. Na wspomniany rozwój regionów musi składać się przede wszystkim przedsiębiorczość inwestorów, instytucji oraz pozytywne działania komórek samorządów terytorialnych. Korelacja tych zdarzeń może doprowadzić do sytuacji, w której atrakcyjny inwestycyjnie region jest napędem przewag konkurencyjnych dla przedsiębiorstw w nim usytuowanych, co ma odzwierciedlenie w powstawaniu konkurencji między regionami. Ponadto konkurencyjne firmy, które zaadoptują się do warunków panujących w danym regionie mogą w efekcie przyczynić się do rozwoju regionalnego i lokalnego (Godlewska-Majkowska, 2011, s. 7).

Zdecydowanie najważniejszym czynnikiem w kreowaniu oraz podnoszeniu atrakcyjności inwestycyjnej jest lokalizacja. Jak pisał W. Budner „lokalizacja ogólna polega zazwyczaj na wyborze określonego regionu, a następnie miejscowości, w których mógłby być zlokalizowany rozpatrywany obiekt” (Budner, 2004, s. 23). Najprościej tłumacząc, o lokalizacji przedsiębiorstwa decyduje się na podstawie aspektów geograficznych. W innych tekstach można też przeczytać, że „pojęcie lokalizacji (łac. *locare*) rozumiane jest jako usytuowanie określonej wielkości i rodzaju działalności gospodarczej, obiektu lub grupy obiektów na danym terenie. Pojęcie to rozpatrywane jest zazwyczaj w dwóch aspektach: czynnościowym i rezultatywnym. Ujęcie czynnościowe związane jest z procedurą wyboru rodzaju inwestycji oraz jej miejsca. Natomiast podejście rezultatywne stanowi efekt przeprowadzonej już procedury i dotyczy konkretnej lokalizacji” (Szymańska, Płaziak, 2014, s. 72). Oznacza to, że wybór lokalizacji jest procesem złożonym, wymagającym dokładnej analizy. Pozwoli to przedsiębiorcy na podjęcie najlepszej w skutkach decyzji. W tym celu inwestorzy przeprowadzają także analizę czynników lokalizacji. Jak piszą autorki tematyka lokalizacji została zbadana po raz pierwszy przez W. Larnhardta, który uważał, „że idealna lokalizacja to ta, która minimalizuje całkowite koszty transportu przypadające na jednostkę produkcji” (Szymańska, Płaziak, 2014, s. 73). Dla potencjalnego inwestora analiza lokalizacyjna na podstawie tych czynników jest niezwykle ważna, ponieważ pozwoli na oszacowanie opłacalności inwestycji w danej lokalizacji, związane z tym koszty oraz możliwości rozwoju przedsiębiorstwa. Dodatkowo, kierując się kryterium ekonomicznej efektywności, wybiera się taką lokalizację, której łączny koszt kombinacji wybranych czynników jest najniższy. Potencjalny przedsiębiorca oprócz przeanalizowania ww.

uwarunkowań powinien zwrócić uwagę na to, w której lokalizacji może maksymalnie zminimalizować koszty założenia działalności (Brdulak, Pawlak, Krysiuk, Zakrzewski, 2014).

Ustalenie korzystnej lokalizacji działalności jest znaczące, nie tylko z perspektywy przedsiębiorcy, ale także otoczenia, czyli władz państwowych i samorządowych, potencjalnych zatrudnionych oraz mieszkańców danego miasta lub wsi. Coraz częstszą praktyką jest lokowanie przedsiębiorstw, nie tylko w dużych miastach, ale też na terenach podmiejskich oraz w pobliżu mniejszych miejscowości. Planowany zakład produkcyjny zlokalizowany z dala od miasta, może wiązać się niższymi kosztami zakupu nieruchomości oraz siły roboczej i niższymi kosztami produkcji. Proces analizy lokalizacji może być realizowany w każdym momencie działania przedsiębiorstwa, jednakże w celu uniknięcia nadmiarowych kosztów, najlepiej jest to zrobić w początkowej fazie cyklu życia firmy. Może się to przyczynić do wzrostu wydajności i dać więcej możliwości rozwoju. Niekiedy z powodu zmniejszenia zysków lub braku perspektyw do rozwoju, przedsiębiorcy decydują się, i/lub są zmuszeni, do zmiany lokalizacji swojego przedsiębiorstwa, a w szczególnych przypadkach, także do przebranzowienia swojej działalności (Szymańska, Płaziak, 2014, s. 73). Jak pisał W. Budner w oparciu o regułę koherencji lokalizacyjnej „właściwa działalność powinna odbywać się na właściwym miejscu” (Budner, 2004, s. 24). Oznacza to, że dla każdego przedsiębiorstwa jest przypisane miejsce lub obszar, na którym powinno się ulokować. Nie każde jednak miejsce zapewni przedsiębiorstwu odpowiednie możliwości oraz nie każda działalność może być wykonywana w danym miejscu. Proces decyzyjny powinien zawierać analizę czynników zewnętrznych (na które inwestorzy nie mają wpływu) oraz wewnętrznych (czyli tych zachodzących w działalności gospodarczej). Czynnikami zewnętrznymi są m.in.: „rynek zbytu, rynek zaopatrzenia, nieruchomości, infrastruktura transportowa, rynek pracy, koszty prowadzenia działalności gospodarczej” (Budner, 2004, s. 24). Im lepiej zostanie przeprowadzona analiza oraz cały proces, tym lepsza będzie efektywność. Dodatkowo inwestor, który po przeanalizowaniu i przebadaniu swoich możliwości i czynników atrakcyjności inwestycyjnej regionu, zdecyduje się na utworzenie działalności w danym mieście, musi liczyć się z konkurencją o bardziej wartościową przestrzeń miejską, tj. z wysoką dostępnością przestrzenną (większą liczbą potencjalnych klientów), z innymi przedsiębiorcami. Działalności, które zostaną ulokowane na terenach mniej wartościowych starają się uwydatnić swoje walory i zaspokoić potrzeby mieszkańców. Warto także pamiętać, że ze względu na poszczególne cechy terenu, może on być mniej lub bardziej atrakcyjny, w zależności od użytkownika. Idąc za

przykładem autora w pobliżu ogrodu zoologicznego zdecydowanie lepiej jest wykonywać działalność polegającą na sprzedaży balonów wypełnionych helem i waty cukrowej niż wybudowanie magazynu (Budner, 2004, s. 24).

Istotną rolę w podnoszeniu atrakcyjności inwestycyjnej odgrywają jednostki samorządu terytorialnego. W. Lizińska, R. Marks-Bielska oraz J. Janicka zwróciły uwagę na fakt, że jednostki te nie tylko tworzą warunki sprzyjające inwestorom w prowadzeniu działalności, ale także są ich pierwszym kontaktem, do którego będą się zgłaszać potencjalni przedsiębiorcy. Ponadto, autorki poruszyły kwestię wpływu aktywności władz lokalnych na czynniki lokalizacji inwestycji oraz współpracę z potencjalnymi inwestorami. Według nich kluczem do budowania atrakcyjności inwestycyjnej jest znajomość ww. czynników oraz konstruktywna ocena dotycząca posiadanych zasobów. Dzięki temu władze regionu mogą „określić stopień niedopasowania istniejących warunków do oczekiwań inwestorów, określić plan działania w celu pozyskania kapitału zagranicznego oraz podjąć odpowiednie czynności zmierzające do promocji gminy” (Lizińska, Marks-Bielska, Janicka, 2010, s. 384). Ważnym czynnikiem, który inwestorzy biorą pod uwagę w przypadku gdy planują założyć swoją działalność w mieście, jest zagospodarowanie przestrzenne województwa oraz miasta.

Jak wcześniej wspomniano władze jednostek samorządu terytorialnego powinny pieczołowicie dbać nad dążeniem do ładu przestrzennego, czyli do stanu „harmonijnie zakomponowanej przestrzeni miejskiej, która dotyczy całości przestrzeni użytkowanej przez człowieka na danym obszarze” (Kusińska, 2022), zrosumiałej i kompletnej polityki przestrzennej. W tym celu sporządza się plan zagospodarowania przestrzennego województwa. W mieście natomiast tworzy się miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, których może być nawet kilkanaście lub kilkadziesiąt. Uchwalenie takich planów ma ujednoczyć zasady panujące na danym obszarze, odpowiadać potrzebom i problemom regionu, zaspokajać je i rozwiązywać. Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego określa m.in. parametry i wskaźniki kształtowania zabudowy, zasady modernizacji infrastruktury technicznej oraz zakazy zabudowy (Juchnicka, 2005, s. 473). Może także wprowadzać zasady dotyczące kształtowania środowiska i otoczenia miejskiego. Na przykład w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, obejmującym ulicę Piotrkowską w Łodzi, oraz w uchwale o parku kulturowym, istnieje przepis zakazujący umieszczania nośników reklamowych na budynkach, z wyjątkiem witryn sklepowych.



Jednostki samorządu terytorialnego są zobowiązane także do tworzenia nowych programów oraz do uaktualniania planów zagospodarowania przestrzennego.

Zwiększanie atrakcyjności inwestycyjnej danego regionu jest w interesie jednostek samorządu terytorialnego. Miasto Łódź, a właściwie Urząd Miasta Łodzi (UMŁ) oraz podległe mu instytucje, swoimi działaniami stosując dostępne narzędzia, mogą w ogromnym stopniu wpływać na kształtowanie atrakcyjności inwestycyjnej. Elementami, które kontrolują ww. jednostki są np. projekty inwestycyjne, partycypacja społeczna, Budżet Obywatelski, tworzenie programów dla nowych inwestorów oraz przedsiębiorców, Gminny Program Rewitalizacji Miasta Łodzi, modernizacja Biblioteki Miejskiej, działalność Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej oraz wiele więcej.

Miasta w Polsce oferują szereg programów wspierania przedsiębiorczości, a także koncentrują swoje działania na rewitalizacji obszarów zdegradowanych. Jest to przywrócenie do życia zdegradowanych części miasta, poprawa warunków społecznych, gospodarczych i technicznych pod kontrolą władz administracyjnych oraz nadanie tym terenom nowych funkcji.

Program rewitalizacji Łodzi przyczynia się do gwałtownego polepszenia stanu architektonicznego i technicznego łódzkich budynków, co ma ogromny wpływ na atrakcyjność turystyczną i inwestycyjną miasta. Odmienione miejsca przyciągają nowych inwestorów, którzy lokują swoje działalności w nowopowstałych przestrzeniach biurowych i biznesowych. W Łodzi oraz regionie działa kilkanaście takich instytucji. Jedną z nich jest Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, która działa na terytorium trzech województw: łódzkim, mazowieckim i wielkopolskim. Jej działania mają na celu rozwój gospodarczy regionu oraz wsparcie innowacyjności. Odznacza się „wysokim poziomem pomocy publicznej, atrakcyjnymi terenami inwestycyjnymi, bardzo dobrą lokalizacją na tle Polski, całościowym wsparciem dla przedsiębiorcy, wysokimi nakładami inwestycyjnymi”<sup>1</sup>. Ponadto, oferuje doradztwo inwestycyjne, możliwość korzystania z udogodnień technologicznych, networking, dotacje oraz pomoc w uzyskaniu finansowania. Dodatkowo, „przedsiębiorcy zainteresowani prowadzeniem działalności w ŁSSE mogą uzyskać wsparcie sięgające nawet 55% kwalifikowanych kosztów inwestycji lub dwuletnich kosztów pracy. Dotyczy to w szczególności małych firm, które uzyskują właśnie taką, największą pomoc. Stefa wspiera jednak również średnie i duże przedsiębiorstwa, w postaci dotacji na poziomie

---

<sup>1</sup> <https://www.investinlodzkie.com/instytucje-otoczenia-biznesu-invest-in-the-lodzkie-region/> (dostęp 20.05.2024).

odpowiednio 45% w przypadku firm średnich i 35% dla największych inwestycji”<sup>2</sup>. Tak preferencyjne warunki mogą stanowić dla przedsiębiorców, a w szczególności start-up’ów, dobry start.

## Metodyka badań

Celem niniejszego artykułu jest opisanie oraz zbadanie roli atrakcyjności inwestycyjnej Łodzi i regionu w działalności przedsiębiorstw z sektora MŚP. Pytania dotyczą więc cech miasta, które wpływają pozytywnie na jego ocenę wśród przedsiębiorców. Zebrane informacje zostały wykorzystane do stworzenia narzędzia, które pozwoliło na zbadanie opinii na temat miasta wśród osób prowadzących działalność gospodarczą. Dodatkowym narzędziem pozwalającym na zbadanie poziomu atrakcyjności inwestycyjnej był ranking atrakcyjności inwestycyjnej, który został stworzony na podstawie danych zastanych. Kategoriami były czynniki atrakcyjności inwestycyjnej, czyli poziom średnich wynagrodzeń, poziom rozwoju gospodarczego (wyrażony w liczbie zarejestrowanych podmiotów gospodarczych), stopa bezrobocia, zasoby pracy (wyrażone w liczbie studentów - wykwalifikowanej sile roboczej), poziom atrakcyjności turystycznej oraz aktywność władz lokalnych, obejmująca działania promocyjne. Jako metoda pozyskania danych w badaniu ilościowym zostało wykorzystane badanie ankietowe, które wykonano technikami PAPI oraz CAWI.

Ze względu na różnorodność przedsiębiorstw badanie jakościowe mogłoby nie przynieść oczekiwanych rezultatów. Wyniki bowiem znacznie różniłyby się w zależności od typu prowadzonej działalności, działu gospodarki, którego dotyczy i wielu innych. Analizując zestawienie obu metod, badanie ilościowe pozwoliło na poznanie opinii większej liczby osób i na ich podstawie sformułowanie wniosków ogólnych dotyczących atrakcyjności inwestycyjnej Łodzi.

Ze względu na temat pracy zasięg geograficzny prowadzonych badań został ograniczony do właścicieli lub współwłaścicieli małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących swoją działalność na terenie miasta Łodzi. Badanie przeprowadzono w oparciu o kwestionariusz ankiety w okresie od 10 maja do 13 czerwca 2024 r., technikami PAPI oraz CAWI. Kwestionariusz internetowy został przesłany do różnych instytucji otoczenia

---

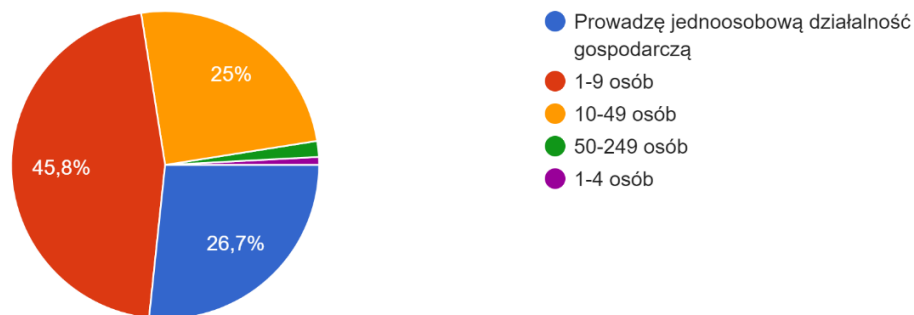
<sup>2</sup> <http://lodzakademicka.info/arttykul/248/INSTYTUCJE-WSPIERAJACE-BIZNES-W-LODZI> (dostęp 20.05.2024).

biznesu. Do części respondentów dostęp okazał się utrudniony. Według informacji przekazanych przez jedną z osób zatrudnionych w Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej, do pracowników napływały liczne prośby o wypełnienie formularzy, przez co w dużej mierze są coraz częściej ignorowane. Dlatego też badanie uzupełniono metodą PAPI, podczas spotkań dwóch spotkań organizowanych w dniach 22 i 23 maja 20204 r., w Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego. Dzięki temu, próba badawcza znacznie wzrosła, a zebrane dane zostały wzbogacone o opinię grupy ludzi doświadczonych i związanych z tematem niniejszej pracy.

Do stworzenia kwestionariusza zostały wykorzystane informacje omawiane w niniejszym artykule. Pierwsza część pytań dotyczyła charakterystyki respondenta: jego płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz wykształcenia. Następnie zostały zebrane informacje dotyczące prowadzonej działalności, takie jak: długość prowadzenia przedsiębiorstwa, liczba zatrudnionych osób, lokalizacja oraz zadowolenie z zysków. Kolejna część dotyczyła wyrażenia opinii na temat Łodzi. Zadaniem respondentów było dokonanie oceny, za pomocą skali Likerta, czynników mających bezpośredni wpływ na atrakcyjność inwestycyjną miasta, tj. lokalizacji, średniego wynagrodzenia, problemów z pozyskiwaniem nowych klientów i utrzymaniem stałych, turystyki, instytucji otoczenia biznesu, systemu transportowego, potencjalnych pracowników, otwartości rynku na nowe produkty i usługi, infrastruktury gospodarczej, infrastruktury społecznej, poziomu rozwoju gospodarczego, stanu środowiska oraz bezpieczeństwa. Następnie ankietowani wskazali te czynniki, które według nich miały najistotniejszy i najmniej istotny wpływ na atrakcyjność inwestycyjną. Zostali również poproszeni o sformułowanie krótkich wypowiedzi na temat aspektów negatywnie wpływających na prowadzenie przedsiębiorstwa, a także o uwagi, co należy zmienić w mieście, aby poprawić sytuację przedsiębiorców. Została również poruszona kwestia czynników, które według przedsiębiorców pozytywnie wpływają na ich działalność gospodarczą. W ostatniej części badania, respondenci wydali ostateczną ocenę atrakcyjności inwestycyjnej Łodzi, a także wskazali najlepiej wypadające, w tym aspekcie, inne miasta w Polsce. Respondenci badania stanowili zróżnicowaną grupę pod względem demograficznym oraz sektorowym, co umożliwiło uzyskanie kompleksowego obrazu przedsiębiorczości w Łodzi.

## Wyniki badań

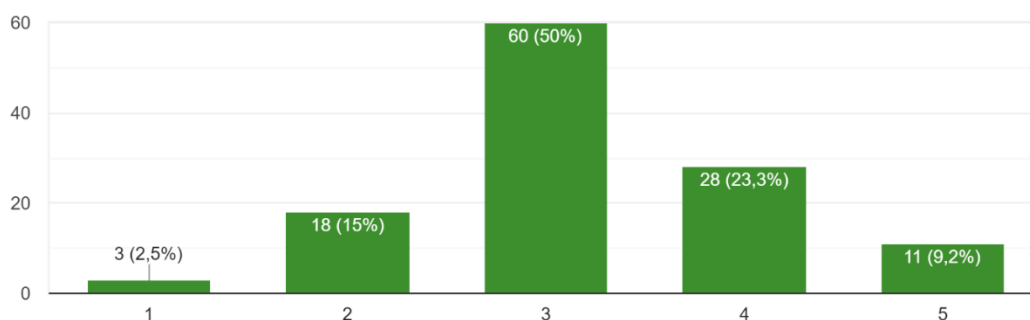
Grupa badawcza liczyła 120 przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie miasta, z których 55% stanowili mężczyźni, a 45% kobiety. Poniżej opisane zostały najważniejsze pytania z przeprowadzonego badania.



Rys. 1. Wielkość przedsiębiorstwa

Źródło: opracowanie własne

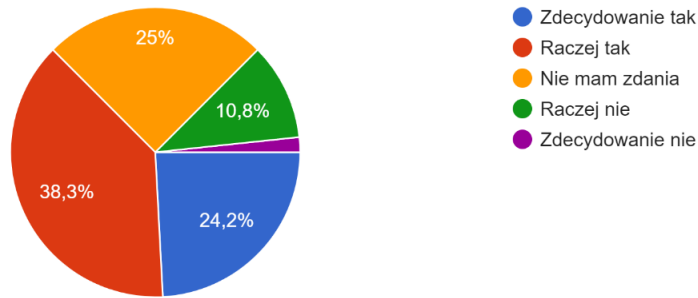
W pytaniu dotyczącym wielkości przedsiębiorstwa, prawie połowa (45,8%) to mikro przedsiębiorcy. Około 25% odpowiadających prowadzi małe przedsiębiorstwo, natomiast 26,7% to samozatrudnieni. Tylko 1,7% ankietowanych to średni przedsiębiorcy. Odpowiedź „1-4 osób” jest błędem powstałym na etapie tworzenia kwestionariusza i ma znikomym wpływ na wyniki badania (rys. 1).



Rys. 2. Stan zadowolenia respondentów z zysku wypracowanego przez przedsiębiorstwo

Źródło: opracowanie własne

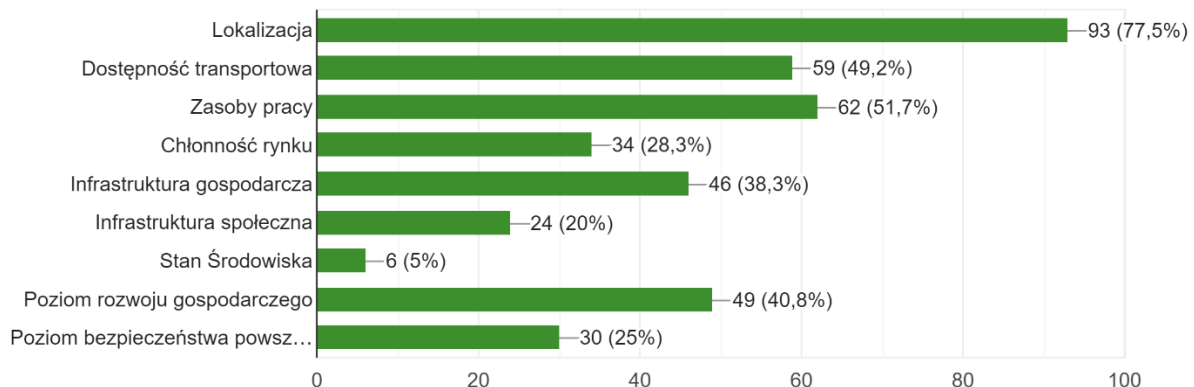
W skali od 1 do 5, aż połowa respondentów (50%) uznała, że zyski przynoszone przez ich firmę są średnio zadowalające (3 punkty na 5). Prawie 25% ankietowanych stwierdziło, że zyski są raczej zadowalające. Łącznie tylko 17,5% osób zadeklarowało, że ich zadowolenie względem uzyskanych zysków jest poniżej średniej (rys. 2).



Rys. 3. Opinia respondentów na temat wpływu lokalizacji na atrakcyjność inwestycyjną

Źródło: opracowanie własne

Na pytanie dotyczące wpływu lokalizacji na atrakcyjność inwestycyjną aż 62,5% ankietowanych stwierdziło, że lokalizacja pozytywnie wpływa na atrakcyjność inwestycyjną Łodzi. Z powyższym twierdzeniem nie zgadzało się tylko 12,5% respondentów (rys. 3).

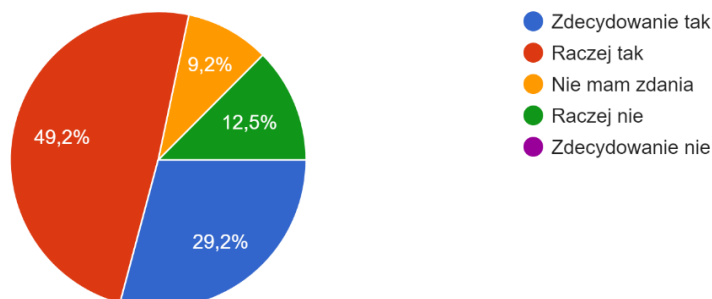


Rys. 4. Opinia respondentów na temat najistotniejszego czynnika w ocenie atrakcyjności inwestycyjnej

Źródło: opracowanie własne

Na pytanie wielokrotnego wyboru dotyczące najistotniejszego czynnika w ocenie atrakcyjności inwestycyjnej najliczniejszą odpowiedzią była: lokalizacja (77,5% odpowiedzi). Następnie były to: zasoby pracy (51,7%), dostępność transportowa (49,2%), poziom

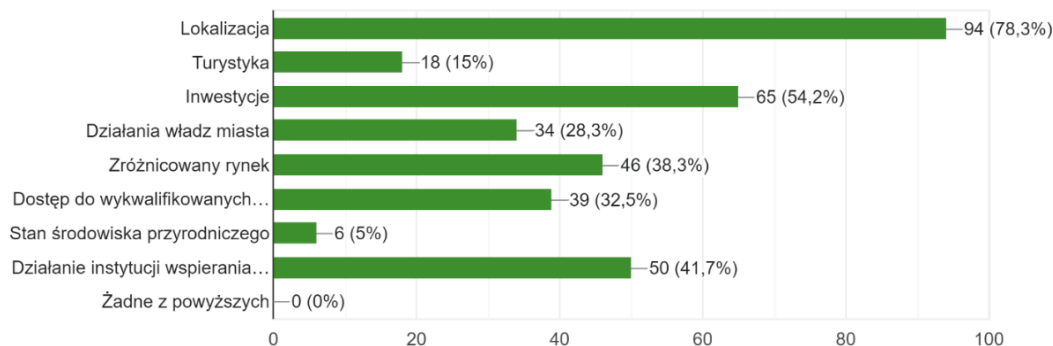
rozwoju gospodarczego (40,8%) oraz infrastruktura gospodarcza (38,3%). Najbardziej jako najważniejszy czynnik respondenci wybierali stan środowiska (5%) – por. rys. 4.



Rys. 5. Opinia respondentów na temat liczby działających instytucji otoczenia biznesu w Łodzi

Źródło: opracowanie własne

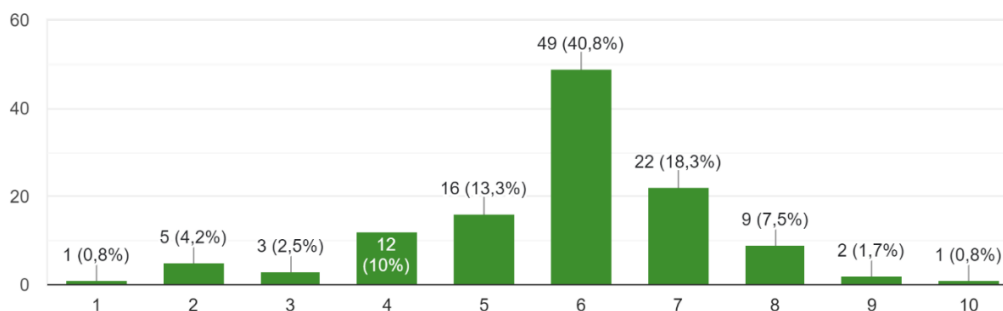
Kolejne pytanie dotyczyło instytucji otoczenia biznesu (rys. 5). 78,4% respondentów uznało, że w Łodzi działa wiele takich instytucji. Tylko 12,5% stwierdziło, że liczba instytucji otoczenia biznesu jest zbyt mała (rys. 5).



Rys. 6. Opinia respondentów na temat pozytywnych czynników wpływających na sytuację przedsiębiorców

Źródło: opracowanie własne

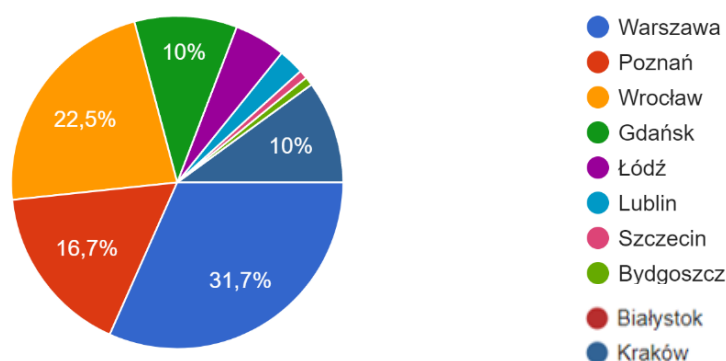
Następne pytanie wielokrotnego wyboru dotyczyło czynników pozytywnie wpływających na sytuację przedsiębiorców w Łodzi (rys. 6). Aż 78,3% respondentów wybrało lokalizację jako najkorzystniejszy czynnik. Respondenci wielokrotnie wymieniali też liczbę inwestycji (54,2%), działanie instytucji otoczenia biznesu (41,7%) oraz zróżnicowany rynek (38,3%). Najmniej ankietowanych uznało, że stan środowiska naturalnego (5%) pozytywnie wpływa na sytuację przedsiębiorstw.



Rys. 7. Ocena respondentów na temat atrakcyjności inwestycyjnej Łodzi

Źródło: opracowanie własne

Respondenci oceniali również, w skali od 1 do 10, atrakcyjność inwestycyjną Łodzi (rys. 7). Najwięcej z nich, bo ok. 40% wybrało ocenę 6. 18,3% respondentów oceniło Łódź na 7, natomiast 13,3% ankietowanych na 5. Najmniej licznymi odpowiedziami były 1 (0,8%) oraz 10 (0,8%).



Rys. 8. Opinia respondentów na temat najatrakcyjniejszego inwestycyjnie miasta w Polsce

Źródło: opracowanie własne

Opinia respondentów na temat atrakcyjności inwestycyjnej polskich miast została przedstawiona na rys. 8. Według respondentów najbardziej atrakcyjnym inwestycyjnie miastem w Polsce jest Warszawa, która otrzymała 38 głosów (31,7%). Na drugim miejscu uplasował się Wrocław (22,5%), natomiast na trzecim Poznań, którego wskazało 16,7% ankietowanych. Po 10% wszystkich odpowiedzi otrzymał Kraków oraz Gdańsk. 5% respondentów uznała, że z grona miast to Łódź jest miastem z największą atrakcyjnością inwestycyjną.

W celu porównania atrakcyjności inwestycyjnej w Łodzi na tle 10 największych miast w Polsce dokonano także analizy, którą zaprezentowano w postaci rankingu. Poniżej znajduje się tabela 1, w której zamieszczonych jest 9 grup danych. Potrzeba wykonania takiego rankingu została podyktowana brakiem dostępnych, nowszych niż z 2017 r., danych. Ranking stworzony został na podstawie przyznawanych punktów (10 punktów za najlepszy wynik oraz 1 punkt za najniższy) w każdej grupie danych (tabela 2). Ocenie zostało poddane jedynie 7 grup danych, ponieważ liczba mieszkańców nie wpływa na wynik analizy, a dane dotyczące ogólnej liczby studentów są niemiernodajne z uwagi na duże dysproporcje spowodowane liczbą mieszkańców. Obie grupy danych zostały przedstawione w tabeli wyłącznie w celach poglądowych.

Tabela 1. Czynniki atrakcyjności inwestycyjnej

Miasto	Liczba mieszkańców w 2022 r.	Średnie wynagrodzenia w 2022 r.	Średnia cena za 1m <sup>2</sup> lokali mieszkalnych sprzedanych	Stopa bezrobocia w 2022 r. (w %)	Liczba studentów w 2022 r.
Łódź	658 444	6 629,23 zł	6 749 zł	4,5	64 533
Warszawa	1 861 975	8 540,11 zł	12 323 zł	1,5	238 402
Kraków	803 282	8 157,43 zł	10 436 zł	2,3	129 357
Wrocław	674 079	7 391,95 zł	9 071 zł	1,6	105 103
Gdańsk	486 345	7 876,68 zł	9 935 zł	2,3	67 196
Poznań	541 316	7 362,74 zł	8 369 zł	1,0	101 108
Szczecin	391 566	6 943,84 zł	7 172 zł	3,1	29 699
Białystok	292 600	6 183,98 zł	6 607 zł	5,2	24 325
Bydgoszcz	330 038	6 435,59 zł	6 657 zł	2,3	25 873
Lublin	331 243	6 402,56 zł	7 714 zł	5,1	58 196

Miasto	Odsetek liczby studentów na 1000 mieszkańców	Odsetek liczby podmiotów gospodarki narodowej na 1000 mieszkańców w 2022 r.	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2022 r. (w%)	Liczba obserwujących profil miasta na Facebooku (stan na 31.05.2024 r.)
Łódź	98,0	155,1	44,8	509 tys.
Warszawa	128,0	282,2	53,9	339 tys.
Kraków	161,0	209,4	46,8	370 tys.
Wrocław	155,9	210,0	44,0	382 tys.
Gdańsk	138,1	188,0	49,3	286 tys.
Poznań	186,7	234,6	41,0	281 tys.
Szczecin	75,8	189,2	45,4	80 tys.
Białystok	83,1	138,1	40,9	81 tys.
Bydgoszcz	78,3	137,8	38,5	163 tys.
Lublin	177,5	156,8	43,9	108 tys.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych, 2022 oraz oficjalnych profili miast na portalu Facebook, <https://www.facebook.com/lodzpolka> (dostęp: 12.05.2024.), <https://www.facebook.com/warszawa> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/wwwKrakowPL> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/wroclaw.wroclove> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/gdansk> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/Poznan> (dostęp: 12.05.2024).



12.05.2024), <https://www.facebook.com/szczecin.eu> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/bialystokUM> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/bydgoszczpl> (dostęp: 12.05.2024), <https://www.facebook.com/MiastoLublin> (dostęp: 12.05.2024)

Tabela 2. Ranking atrakcyjności inwestycyjnej

Lp.	Miasto	Średnie wynagrodzenia w 2022 r.	Stopa bezrobocia w 2022 r. (w %)	Odsetek liczby studentów na 1000 mieszkańców	Odsetek liczby podmiotów gospodarki narodowej na 1000 mieszkańców w 2022 r.	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2022 r. (w%)	Liczba obserwujących profil miasta na Facebooku (stan na 31.05.2024 r.)	Suma
1	Warszawa	10	9	5	10	10	7	51
2	Kraków	9	7	8	7	8	8	47
3	Wrocław	7	8	7	8	5	9	44
4	Poznań	6	10	10	9	3	5	43
5	Gdańsk	8	7	6	5	9	6	41
6	Łódź	4	3	4	3	6	10	30
7	Szczecin	5	4	1	6	7	1	24
8	Lublin	2	2	9	4	4	3	24
9	Bydgoszcz	3	7	2	1	1	4	18
10	Białystok	1	1	3	2	2	2	11

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z tabeli 1.

## Wnioski z przeprowadzonych badań

Wyniki dotyczące wielkości przedsiębiorstw odzwierciedlają sytuację gospodarczą całej Polski. Najwięcej respondentów to osoby prowadzące mikroprzedsiębiorstwa, najmniej natomiast było osób reprezentujących średnie firmy. Mikroprzedsiębiorstwa mogą przynosić mniejsze zyski niż średnie firmy zatrudniające więcej pracowników, a tym samym produkują większą ilość produktów oraz świadczą szerszy wachlarz usług. Oczywiście istnieją mikroprzedsiębiorstwa, które z uwagi na branżę, w której się znajdują, nie potrzebują dużej kadry pracowniczej, a osiągają zadowalające dla właściciela zyski. Do czynników atrakcyjności inwestycyjnej, które zostały pozytywnie ocenione przez respondentów, niewątpliwie należy lokalizacja Łodzi na mapie Polski. Jest to czynnik geograficzny, na który nie może wpływać Miasto jako jednostka samorządu terytorialnego (JST). Łódź znajduje się w centrum Polski, posiada wiele połączeń komunikacyjnych, co przekłada się na to, że osoby podróżujące po kraju siłą rzeczy objeżdżają Łódź lub wjeżdżają

do miasta. Dzięki temu, prawdopodobne jest, że turysta skorzysta z usług oferowanych w Łodzi lub kupi jakiś produkt. Ponadto, w regionie zlokalizowane są liczne centra logistyczne, których obecność wymaga rozbudowy infrastruktury technicznej. To z kolei szansa dla przedsiębiorstw z branży budowlanej.

Należy także zwrócić uwagę na funkcjonowanie oraz dużą liczbę instytucji otoczenia biznesu (IOB), które działają na terenie Łodzi. Ich działalność zdecydowanie pozytywnie wpływa na rozwój przedsiębiorczości i MŚP w regionie. Takiego samego zdania są respondenci, którzy niemal jednogłośnie potwierdzili postawione twierdzenie. IOB w Łodzi odznaczają się największą efektywnością, obszarem wsparcia oraz narzędziami, które umożliwiają rozwój przedsiębiorstw, w tym przedsiębiorstw innowacyjnych. W ocenie respondentów, pod względem atrakcyjności inwestycyjnej, Łódź, w skali od 1 do 10, najczęściej otrzymywała ocenę 6.

Łódź pod wieloma względami jest mniej atrakcyjnym miejscem do życia oraz lokowania inwestycji od Warszawy, Krakowa, Wrocławia, Poznania, czy Gdańska. W ostatnim pytaniu respondenci zostali poproszeni o wskazanie najatrakcyjniejszego inwestycyjnie miasta w Polsce. Najwięcej odpowiedzi wskazywało Warszawę oraz Wrocław. Należy zatem zwiększyć liczbę programów wsparcia dla przedsiębiorców oraz liczbę dofinansowań. Dodatkowo należy kontynuować strategię rozwoju, której celem jest wzrost poziomu rozwoju gospodarczego, który przyczyni się także do zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej regionu, a tym samym doprowadzi do rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw.

Podsumowując, Łódź jako 4. największe miasto w Polsce ma wiele do zaoferowania oraz ciągle się rozwija pod wieloma względami (gospodarczymi, turystycznymi, finansowymi, możliwościami rozwoju). Mimo to, należy pamiętać, że Łódź nadal odczuwa skutki transformacji ustrojowej oraz gospodarczej, a stare fabryki są rewitalizowane i nadawane są im nowe funkcje, np. gastronomiczne, biurowe, itp. Miasto natomiast rozwija się pod względem kulturowym, turystycznym oraz tworzy nowe miejsca pracy za sprawą coraz większej liczby inwestorów z całego świata.

Atrakcyjność inwestycyjną zwiększają także nowe inwestycje (drogowe, kulturowe, sportowe), posiadanie bazy wykwalifikowanej siły roboczej, która jest dostępna w Łodzi za pośrednictwem licznych uczelni.

Kolejnym elementem kluczowym dla rozwoju regionu oraz zwiększaniu atrakcyjności Łodzi jest działalność Urzędu Miasta, jako jednostki samorządu terytorialnego oraz

przyległych mu instytucji. Władze miasta sukcesywnie od kilku lat prowadzą strategię re-witalizacji centrum Łodzi. Tu należy przypomnieć o łódzkich woonerfach, które znacząco wpłynęły na odbiór ul. Piotrkowskiej przez mieszkańców oraz turystów. Ponadto, Miasto prowadzi liczne projekty dla nowych oraz doświadczonych przedsiębiorców. Tych wspierają również instytucje otoczenia biznesu jak np. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, która wspomaga rozwój przedsiębiorczości w regionie, a o jej skuteczności i efektywności stanowią liczne nagrody.

Czynnikiem, który także wpływa na atrakcyjność inwestycyjną jest działalność władz miasta w mediach społecznościowych, która służy utrzymywaniu kontaktu z odbiorcami, prezentowaniu nowych inwestycji oraz możliwości rozwoju potencjalnym inwestorom.

Przeprowadzone badania potwierdzają, że atrakcyjność inwestycyjna odgrywa kluczową rolę w działalności przedsiębiorstw sektora MŚP. Wzrost atrakcyjności inwestycyjnej powoduje rozwój małych i średnich przedsiębiorstw oraz wzrost zysków firm, a przy tym wpływów do budżetu Miasta.

## Bibliografia

- Brdulak, J., Pawlak, P., Krysiuk, C., Zakrzewski, B. (2014), „Podstawowe teorie lokalizacji działalności gospodarczej oraz znaczenie czynnika transportu, *Logistyka*, nr 6.
- Budner, W. (2004), *Lokalizacja przedsiębiorstw- aspekty ekonomiczno-społeczne i środowiskowe*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Godlewska-Majkowska, H. (2011) *Atrakcyjność inwestycyjna regionów jako uwarunkowanie przedsiębiorczych przewag konkurencyjnych*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Godlewska-Majkowska, H. (2017), *Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- <http://lodzakademicka.info/arttykul/248/INSTYTUCJE-WSPIERAJACE-BIZNES-W-LODZI> (dostęp 20.05.2024).
- <https://www.facebook.com/bialystokUM> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/bydgoszczpl> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/gdansk> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/lodzpolka> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/MiastoLublin> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/Poznan> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/szczecin.eu> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/warszawa> (dostęp: 12.05.2024).
- <https://www.facebook.com/wroclaw.wroclove> (dostęp: 12.05.2024).

<https://www.facebook.com/wwwKrakowPL> (dostęp: 12.05.2024)

<https://www.investinlodzkie.com/instytucje-otoczenia-biznesu-invest-in-the-lodzkie-region/> (dostęp 20.05.2024).

Juchnicka, M. (2005), *Aktywność inwestycyjna samorządów terytorialnych jako narzędzie podnoszenia atrakcyjności inwestycyjnej regionu*, [w:] Kopczuk A., Proniewski M. (red.), „Atrakcyjność Inwestycyjna Regionu”, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok.

Kalinowski, T. (2007), *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.

Kusińska, E. (2022), *Ład przestrzenny*, Archipedia, <https://ade.niaiu.pl/archipediapl/lad-przestrzenny> (dostęp: 16.12.2023).

Lizińska, W., Marks-Bielska, R., Janicka, J. (2010), „Czynniki atrakcyjności inwestycyjnej w wybranych województwach polski wschodniej”, *Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Polityka ekonomiczna*, nr 111.

Mandziuk, R., Nawra, P., Ossowska, J., (2016), „Inwestycje rzeczowe przedsiębiorstw”, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, nr 1 (79).

Szymańska, I., Płaziak, M., (2014), „Klasyczne czynniki w procesie lokalizacji przedsiębiorstwa na wybranych przykładach”, *Przedsiębiorczość-Edukacja*, nr 10, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Kraków.

Raczyk, A., Dołzbłasz, S., Leśniak-Johann, M. (2010), *Analiza atrakcyjności inwestycyjnej regionu w świetle współczesnych trendów*, Wrocław.



© by the author, licensee Wydawnictwo SIZ, Łódź, Poland.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC-BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)