



UNITED NATIONS INFORMATION CENTRE

OŚRODEK INFORMACJI ONZ

INFORMACJA PRASOWA

Treść niniejszego raportu nie może być cytowana ani streszczana w druku, w przekazie radiowym bądź telewizyjnym ani w mediach elektronicznych przed dniem

18 września 2001, 17:00 GMT (czasu średniego w Greenwich)

**(13:00 Nowy Jork, 19:00 Genewa, 22:30 Delhi,
02:00 19 września Tokio)**

TAD/INF/PR23
18 września 2001

FDI NA ŚWIECIE ORAZ NOWY RODZAJ POLITYKI PROMOWANIA FDI

Po zaznaczeniu na mapie napływających i wypływających bezpośrednich inwestycji zagranicznych (FDI)ⁱ okazuje się, że FDI dociera do znacznie większej liczby krajów niż w przeszłości. Takie wyniki prezentuje *Światowy Raport Inwestycyjny 2001*,ⁱⁱ opublikowany właśnie dzisiaj przez Konferencję Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD). Liczba krajów otrzymujących rocznie średnio ponad 1 mld USD zwiększyła się z 17 (z których sześć to kraje rozwijające się) w połowie lat 80-tych do 51 (z których 25 to kraje rozwijające się) pod koniec lat 90-tych. W przypadku wypływu FDI, 33 kraje (z których 11 to kraje rozwijające się) zainwestowały ponad 1 mld USD pod koniec lat 90-tych, w porównaniu do 13 krajów (tylko jeden z nich to kraj rozwijający się) w połowie lat 80-tych.

Jednak mimo tak dużego zasięgu, FDI nie są rozłożone równomiernie pomiędzy poszczególnymi krajami. 30 największych odbiorców inwestycji na świecie przyciąga 95% całkowitych światowych przepływów FDI oraz 90% udziałów bądź akcji. 30 największych inwestorów – głównie gospodarek uprzemysłowionych – wytwarza około 99% wypływających FDI oraz udziałów/akcji.

Modele alokacji międzynarodowej produkcji różnią się między krajami i branżami, a także zmieniają się w czasie, częściowo w odpowiedzi na zmiany w rozkładzie FDI na poszczególne sektory gospodarki. W ciągu ostatnich 10 lat, usługi zyskały na znaczeniu w międzynarodowej produkcji. W sektorze usług i kilku branżach produkcyjnych, gdzie istotny jest bliski kontakt z klientem, FDI z reguły posiadają względnie szeroki zasięg. Im wyższy poziom technologicznego zaawansowania w danej branży przemysłowej, tym większy jest stopień koncentracji. Jak przedstawiono na mapie, bezpośrednie inwestycje zagraniczne w biotechnologii (*zob. mapa 1*) są najsilniej skoncentrowane, za biotechnologią plasują się półprzewodniki, odbiorniki telewizyjne i radiowe oraz samochody (*zob. mapa 2*). Natomiast w branży spożywczej (produkty żywnościowe i napoje) FDI rozkłada się bardziej równomiernie (*zob. mapa 3*).



UNITED NATIONS INFORMATION CENTRE

OŚRODEK INFORMACJI ONZ

Na poziomie funkcyjnym, nawet tak istotne obszary wyspecjalizowanych kwalifikacji firmy jak projektowanie, B+R oraz zarządzanie finansami nabierają obecnie coraz bardziej międzynarodowego charakteru w celu optymalizacji kosztów, efektywności i elastyczności. Miejscom o mniejszym stopniu uprzemysłowienia przydzielane są prostsze zadania, np. obsługa linii montażowych i pakowanie, natomiast funkcje wymagające większych umiejętności i bardziej zaawansowanych technologii są alokowane do miejsc o wyższym stopniu rozwoju przemysłu.

Autorzy raportu zauważają, że zwiększający się zasięg i mobilność korporacji ponadnarodowychⁱⁱⁱ sprawia, że lokalne warunki stają się bardziej, a nie mniej istotne. Mobilne FDI kumulują się tylko w tych miejscach, gdzie istnieją efektywne czynniki uzupełniające. Decydując o wyborze lokalizacji należy rozważyć, czy kraje gościnne są zdolne do zaoferowania komplementarnych umiejętności, infrastruktury, dostawców i instytucji potrafiących sprawnie i elastycznie wykorzystywać technologie. Centra przemysłowe odgrywają coraz większą rolę w działalności gospodarczej firm, zwłaszcza, jeśli jest ona zaawansowana technologicznie. Nieustannie poszukując nowych sposobów na uzyskanie przewagi konkurencyjnej, korporacje ponadnarodowe poszukują po całym świecie tzw. „aktywów wytworzonych”, czyli na przykład technologii oraz wykwalifikowanych pracowników. Centra innowacyjności – reprezentowane między innymi przez Dolinę Krzemową, w stanie Kalifornia; Silicon Fen, w Cambridge; Dolinę Bezprzewodową w Sztokholmie; czy Thong Guancum, dzielnicę Pekinu – posiadają wyraźną przewagę, jeśli chodzi o przyciąganie takich (wysokowartościowych) FDI.

Wykorzystanie i rozbudowywanie skupisk w celu przyciągnięcia FDI wymaga zastosowania nowego podejścia, wykraczającego poza pierwszą i drugą generację polityki promowania inwestycji. Stosując politykę pierwszej generacji, państwa liberalizują swoje reżimy FDI i zaczynają prowadzić politykę przyjazną dla rynku. W drugiej generacji, rządy państw posuwają się o krok dalej i aktywnie poszukują sposobów na przyciągnięcie FDI głównie poprzez „sprzedawanie” swoich krajów na innych rynkach. Taka postawa prowadzi do powołania krajowych agencji zajmujących się promowaniem inwestycji.

Polityka promowania inwestycji trzeciej generacji zakłada, przy uwzględnieniu priorytetów rozwojowych kraju, docieranie do inwestorów zagranicznych na poziomie branż przemysłowych i przedsiębiorstw w celu poznania ich specyficznych wymagań co do warunków w miejscu lokalizacji pod kątem ich działalności i rodzaju skupisk przemysłowych. Bardzo ważnym elementem takiego promowania inwestycji jest unowocześnienie – i sprzedaż – poszczególnych miejsc potencjalnym inwestorom z danej branży. Jednakże docieranie do inwestorów, a zwłaszcza rozwój lokalnych „marek handlowych”, jest trudnym i czasochłonnym zadaniem. Niezbędne okazuje się posiadanie stosunkowo dobrze rozwiniętej infrastruktury instytucjonalnej. Niemniej promocja trzeciej generacji zyskuje coraz szersze uznanie wśród praktyków. Dowodem tego jest rozmnożenie się krajowych agencji (których liczbę szacuje się obecnie przynajmniej na 240), a nawet miejskich agencji promowania inwestycji.



UNITED NATIONS INFORMATION CENTRE

OŚRODEK INFORMACJI ONZ

ⁱ „Bezpośrednie inwestycje zagraniczne” (FDI) są definiowane jako inwestycja polegająca na sprawowaniu kontroli zarządczej nad podmiotem mającym siedzibę w danej gospodarce przez przedsiębiorstwo mające siedzibę w innej gospodarce. FDI zakłada powstanie długookresowego związku odzwierciedlającego trwałe zainteresowanie inwestora podmiotem zagranicznym.

ⁱⁱ **Światowy Raport Inwestycyjny 2001: Promowanie wzajemnych powiązań (World Investment Report 2001: Promoting Linkages)** (Sprzedaż nr E.01.II.D.12, ISBN 92-1-112523-5) można zakupić po cenie 49 USD, a także po cenie specjalnej wynoszącej 19 USD w krajach rozwijających się i gospodarkach w procesie transformacji, od United Nations Publications, Sales Section, Palais des Nations, CH-1211 Geneva 10, Switzerland, fax: +41 22 917 0027, e-mail: unpubli@un.org, Internet: <http://www.un.org/publications>; lub od United Nations Publications, Two UN Plaza, Room DC2-853, Dept. PRES, New York, N.Y. 10017, USA; tel: +1 212 963 83 02 lub +1 800 253 96 46, fax: +1 212 963 34 89, e-mail: publications@un.org.

ⁱⁱⁱ „Korporacje ponadnarodowe” składają się z firm macierzystych oraz ich filii zagranicznych: firma macierzysta to takie przedsiębiorstwo, które kontroluje aktywa innego podmiotu lub podmiotów w kraju lub krajach innych niż jej kraj rodzimy, zazwyczaj poprzez posiadanie udziału kapitałowego. W tym kontekście, za próg kontrolowania aktywów zazwyczaj uważa się przynajmniej 10% udział w kapitale własnym.

Mapa 1. Rozmieszczenie filii zagranicznych w branży biotechnologicznej, 1999

Liczba filii zagranicznych: (...)

Źródło: UNCTAD, Światowy Raport Inwestycyjny, 2001

^a Na podstawie 169 zidentyfikowanych filii zagranicznych z udziałem większościowym

Mapa 2. Rozmieszczenie filii zagranicznych w branży motoryzacyjnej, 1999

Liczba filii zagranicznych: (...)

Źródło: UNCTAD, Światowy Raport Inwestycyjny, 2001

^a Na podstawie 1,296 zidentyfikowanych filii zagranicznych z udziałem większościowym

Mapa 3. Rozmieszczenie filii zagranicznych w branży spożywczej (żywność/napoje), 1999

Liczba filii zagranicznych: (...)

Źródło: UNCTAD, Światowy Raport Inwestycyjny, 2001

^a Na podstawie 2,245 zidentyfikowanych filii zagranicznych z udziałem większościowym