

ŁUKASZ SKOWRON*
STANISŁAW SKOWRON**
MARCIN GAŚSIOR***

Atrakcyjność rynku sąsiada w opiniach środowisk biznesowych Polski i Ukrainy

Wstęp

Atrakcyjność rynku regionu przygranicznego postrzegana z pozycji określonego przedsiębiorstwa jest wypadkową kilku perspektyw: a) zdolności konkurencyjnej firmy na rynku sąsiada, w tym: znajomości marki firmy i jej produktów na tym rynku, doświadczenia w prowadzeniu biznesu na rynku sąsiada, b) znaczenia takiego rynku dla przyjętej strategii rozwoju firmy oraz c) efektu „halo” generowanego przez wizerunek kraju sąsiada. Szczególnie ten ostatni czynnik ma istotne znaczenie dla postrzegania przez konsumentów wartości produktów oraz dostrzegania i wartościowania różnic w warunkach prowadzenia biznesu na takim rynku w stosunku do rynku rodzimego (Niss 1996). Wizerunek kraju sąsiada przenoszony na rynek obszaru przygranicznego może generować, w myśl teorii sumarycznej, dość spójny stereotyp wyobrażeń nie tylko o produktach, lecz również o całej infrastrukturze takiego rynku (Hann 1985). Może mieć to istotne znaczenie dla firm rozpoczynających działalność gospodarczą na obszarze rynku sąsiada, kiedy ryzyko braku doświadczenia i wiedzy jest kompensowane sięganiem po ów stereotyp. Doświadczenie pokazuje, że w miarę zakorzeniania biznesu na rynku zagranicznym coraz większe znaczenie mają zasoby własne firmy i utrwala się praktyka budowania własnego wizerunku i relacji biznesowych poprzez własną markę, wspieraną polityką płynącą z doświadczenia (Rytel 1999).

Sytuacja obszarów przygranicznych rynku Polski i Ukrainy jest w świetle tych rozważań dość specyficzna. Z jednej strony bliskość terytorialna i kulturowa obu obszarów, wyrażona m.in. doświadczeniem wspólnej egzystencji przed drugą wojną światową czy też spontanicznym rozwojem handlu przygranicznego w latach 90. ubiegłego wieku, skłaniają do przyjęcia założenia, że rynki obszaru przygranicznego są intuicyjnie znane obu stronom. Z drugiej strony, nasze (tj. polskie) doświadczenia okresu transformacji rynkowej

* Dr inż. Łukasz Skowron, Politechnika Lubelska, Wydział Zarządzania, lukasz.m.skowron@gmail.com

** Prof. dr hab. inż. Stanisław Skowron, prof. PL, Politechnika Lubelska, Wydział Zarządzania, s.skowron@pollub.pl

*** Dr inż. Marcin Gaśsiór, Politechnika Lubelska, Wydział Zarządzania, m.gasior@pollub.pl

oraz integracji z Unią Europejską ukazują obiektywnie dystans, jaki dzieli infrastrukturę obu rynków.

Dostrzeganie tej różnicy oraz wola stopniowego ujednoczenia warunków funkcjonowania rynków regionu pogranicza w strategicznej perspektywie współpracy obu krajów legły u podstaw inicjatywy projektu Związku Transgranicznego Euroregion BUG, systemowej inicjatywy powołanej do życia w 1995 r. z inspiracji władz samorządowych i administracji państwowej¹. Doświadczenie współpracy przygranicznej obu państw datuje się od 1992 r., kiedy to transformacja systemowa w Polsce stworzyła warunki do podejmowania swobodnej współpracy międzynarodowej z byłymi republikami Związku Radzieckiego, na zasadach pełnego partnerstwa, bez dyktatu zewnętrznego. Inicjatorzy projektu mieli świadomość, że proces „zblizania się do siebie” obu przygranicznych regionów nie może mieć charakteru linearnego, lecz musi uwzględniać istotę regionu jako meta-struktury rozproszonej, w której polityka rozwojowa musi być ukierunkowana na realizację celów różnorodnych podmiotów, współtworzących te regiony w procesach ich własnej aktywności, a ponadto kształtować tożsamość każdego regionu w dynamicznym, społecznym procesie „tworzenia i nadawania sensu” (*sensemaking* – odzwierciedlenie kulturowych praktyk i artefaktów i *sensesegiving* – projektowanie wizerunku) (Stachowicz, Stachowicz-Stanusch 2008; Ravasi, Schulz 2006; Hatch, Schultz 2004).

Projekt Euroregion BUG jest realizowany w postaci szerokiego strumienia wielorakich inicjatyw społecznych i gospodarczych, koordynowanych przez odrębne instytucje i podlegających okresowemu monitoringowi uzyskiwanych efektów. Spośród najważniejszych inicjatyw należy wymienić: wspólną polsko-ukraińską strategię współpracy transgranicznej na lata 2005–2015, kilkadziesiąt prorozwojowych projektów transgranicznych podejmowanych w obszarze Euroregionu, realizowanych z pomocą funduszy europejskich, w tym: Funduszu Małych Projektów w ramach Narodowego Programu PHARE – Polska Granica Wschodnia (lata 1998–2005) oraz Programu Sąsiedztwa Polska – Białoruś – Ukraina INTERREG III/TACIS CBC². Na uwagę zasługują także inicjatywy programowania i monitorowania procesów rozwojowych obu przygranicznych regionów (Mostovenko, Levchuk 2010; Wojcik 2007; Czyżkiewicz, Wojciechowski 2011; Fedosova 2011).

Celem przedstawionej tutaj badania stała się ocena wzajemnego postrzegania biznesowej atrakcyjności rynków regionu pogranicza obu państw, nawiązująca w szerokim kontekście do efektów projektu Związku Transgranicznego Euroregion BUG. Pomijając w tym miejscu analizy statystyczne obrazujące „twarde” efekty współpracy transgranicznej województwa lubelskiego (Polska) i obwodu wołyńskiego (Ukraina)³, autorzy arty-

¹ Euroregion BUG został utworzony w celu rozwoju współpracy obszarów przygranicznych w następujących dziedzinach: zagospodarowania przestrzennego, komunikacji, transportu i łączności, oświaty, ochrony zdrowia, kultury, sportu i turystyki, ochrony i poprawy stanu środowiska naturalnego, likwidacji zagrożeń i skutków klęsk żywiołowych, rozwijania kontaktów między mieszkańcami obszarów przygranicznych oraz współpracy instytucjonalnej, a także współpracy podmiotów gospodarczych. Finansowaniem działalności Euroregionu BUG po stronie polskiej zajmuje się Stowarzyszenie Samorządów Euroregionu Bug (SSERB), zarejestrowane w 2000 r. Jego celem jest inspirowanie, wspomaganie i koordynacja współpracy transgranicznej samorządów, społeczności lokalnych i władz administracyjnych z obszarów przygranicznych położonych wzdłuż granicy na rzece Bug.

² Program ten, współfinansowany z dwóch linii budżetowych: po stronie polskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR), a po stronie białoruskiej i ukraińskiej ze środków TACIS CBC (współnotowego programu pomocy dla byłych republik radzieckich i Mongolii), obejmuje dwa priorytety: 1) wzrost konkurencyjności regionów przygranicznych poprzez modernizację i rozbudowę infrastruktury transgranicznej, 2) rozwój kapitału ludzkiego i instytucjonalnych form współpracy transgranicznej oraz poprawa bezpieczeństwa na granicach Unii Europejskiej. Por. Mikula, Wołoszyn (red.) (2008).

³ Analizy takie ukazują się w cyklu opracowań poświęconych problematyce obszarów transgranicznych przygotowywanych przez pracowników Urzędu Statystycznego w Lublinie. Zawierają one zestaw podsta-

kułu skoncentrowali swoją uwagę na efektach „miękkich” tej współpracy, zakładając, że zmiany w sferze wiedzy i mentalności lokalnych społeczności stanowią najbardziej finalny i trwały efekt procesu rozwoju takiej współpracy.

Przy tak przyjętych założeniach postawiono trzy pytania badawcze:

1. Jaki jest obraz rynku polskiego w opinii środowisk biznesowych obwodu Wołynia i, analogicznie, jak polscy biznesmeni w terenie województwa lubelskiego postrzegają rynek ukraiński jako potencjalny obszar dla prowadzenia interesów?
2. Czy obie wzajemne opinie są podobne, czy istotnie zróżnicowane?
3. Jakie są główne czynniki kształtujące atrakcyjność obu rynków?

Przeprowadzona ocena atrakcyjności biznesowej rynku ukraińskiego i polskiego⁴ objęła próbę 413 respondentów z rynku polskiego (reprezentujących ponad 200 różnych przedsiębiorstw) oraz 272 respondentów z rynku ukraińskiego (reprezentujących 268 różnych firm). Badania pierwotne (terenowe) przeprowadzono między październikiem a grudniem 2012 r. w formie badań ankietowych, którymi objęto osoby pełniące role kierownicze wyższego szczebla w analizowanych podmiotach gospodarczych lub będące właścicielami badanych firm działających na terenie województwa lubelskiego (Polska) oraz obwodu wołyńskiego (Ukraina)⁵. Respondenci byli decydentami w procesach rozwojowych reprezentowanych przedsiębiorstw (inwestycyjnych lub restrukturyzacyjnych) rozstrzygającymi o kierunkach ich rozwoju i poziomie zatrudnienia w badanych firmach. Mogli zatem w sposób kompetentny wypowiadać się w kwestiach możliwości i barier podejmowania działalności gospodarczej na omawianych rynkach.

1. Charakterystyka badanych podmiotów

1.1. Profil branżowy i okres działania na rynku

W przeprowadzonych badaniach ankietowych pytano o opinię przedstawicieli kadry kierowniczej przedsiębiorstw oraz jednostek organizacyjnych działających w Polsce i na Ukrainie w przeszło 30 różnych branżach (rys. 1). W zdecydowanej większości były to firmy zajmujące się handlem lub świadczące usługi dla ludności.

Większość badanych podmiotów operujących na obydwu analizowanych rynkach prowadzi działalność gospodarczą od ponad 10 lat (w obu przypadkach ponad 60% badanej próby – rys. 2). Główna różnica występująca w charakterystykach badanych przedsiębiorstw dotyczy wielkości tych podmiotów⁶. W przypadku rynku polskiego w badaniu wzięła udział porównywalna liczba przedstawicieli firm różnej wielkości, natomiast na rynku ukraińskim dominowali przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw (rys. 3).

wowych informacji statystycznych o poszczególnych jednostkach administracyjnych wchodzących w skład Euroregionu Bug. Por. Jakubowski 2011. Dane nt. współpracy przygranicznej obu krajów znaleźć można również w opracowaniach Głównego Urzędu Statystycznego Ukrainy, por. <http://www.voladm.gov.ua>.

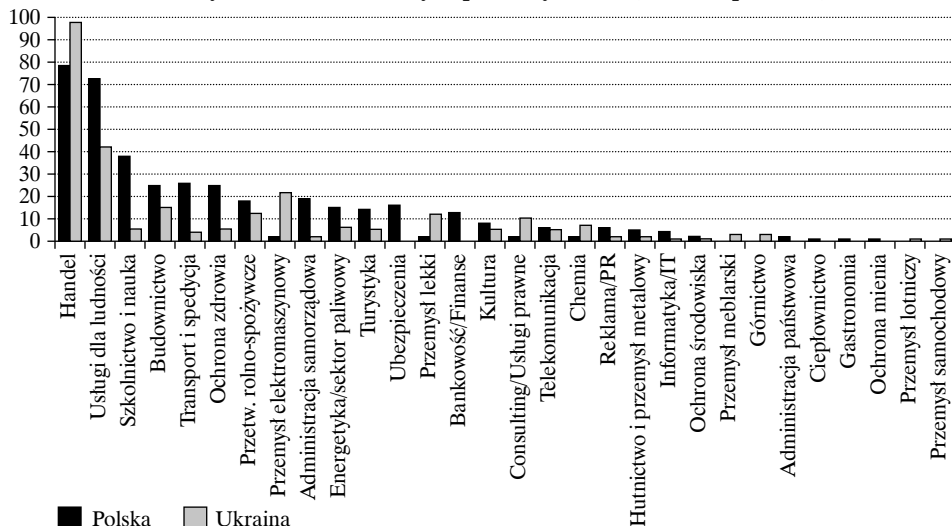
⁴ Ocena rynku ukraińskiego była przeprowadzona z punktu widzenia przedsiębiorców polskich, zaś rynku polskiego przez przedsiębiorców ukraińskich.

⁵ Omawiane obszary terytorialne graniczą ze sobą i stanowią jednocześnie część wschodniej granicy obszaru UE (pomiędzy Polską a Ukrainą).

⁶ Do klasyfikacji wielkości firmy przyjęto następujące wytyczne: a) *mikroprzedsiębiorstwo* – zatrudnienie do 10 osób i roczny obrót całkowity nieprzekraczający 2 mln euro; b) *małe przedsiębiorstwo* – 50–250 osób i roczny obrót całkowity nieprzekraczający 10 mln euro; c) *średnie przedsiębiorstwo* – 50–250 osób i roczny obrót nie przekracza 50 mln euro lub całkowity bilans nieprzekraczający 43 mln euro; d) *duże przedsiębiorstwo* – powyżej 250 osób.

Rysunek 1

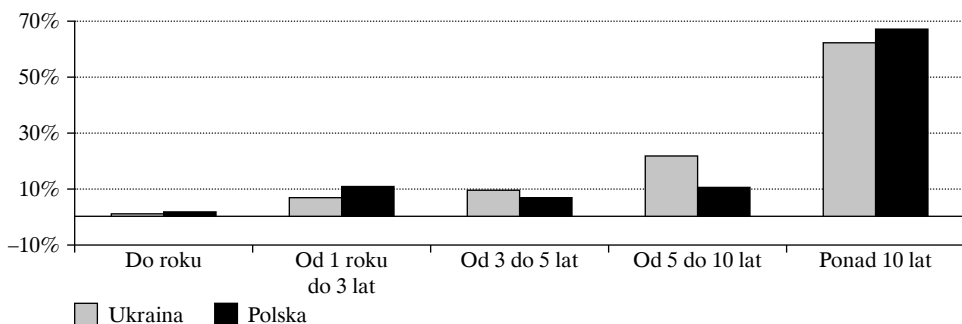
Obszary działalności badanych przedsiębiorstw (liczba odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 2

Okres funkcjonowania na rynku



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 3

Wielkość badanych przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne.

1.2. Doświadczenie międzynarodowe

Charakterystyka badanych podmiotów dotyczyła również ich doświadczenia w kontaktach biznesowych z partnerami zagranicznymi (tj. firm ukraińskich w Polsce oraz firm polskich na Ukrainie), a także wyrażania zainteresowania taką współpracą. Dane przedstawione w tabeli 1 i 2 pokazują, iż firmy badane na Ukrainie w większym stopniu prowadzą działalność biznesową na terenie Polski niż w odwrotnym przypadku (42,3% respondentów ukraińskich wykazało, że ich firmy posiadają doświadczenie kontaktów biznesowych w Polsce, podczas gdy zaledwie 27,7% respondentów polskich potwierdziło kontakty z rynkiem ukraińskim). Zdecydowana większość przedsiębiorców ukraińskich, którzy dotychczas nie prowadzili działań na terenie Polski z chęcią nawiązałaby taką współpracę (91,8%), podczas gdy w przypadku firm polskich zainteresowanie rynkiem ukraińskim wykazała jedynie mniej niż połowa ankietyowanych (42,3%).

Tabela 1
Doświadczenie kontaktów biznesowych z Polską/Ukrainą

	Przedsiębiorcy ukraińscy		Przedsiębiorcy polscy	
	Liczba	%	Liczba	%
Tak	115	42,3	111	27,7
Nie	157	57,7	290	72,3

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2
Zainteresowanie kontaktami biznesowymi z Polską/Ukrainą

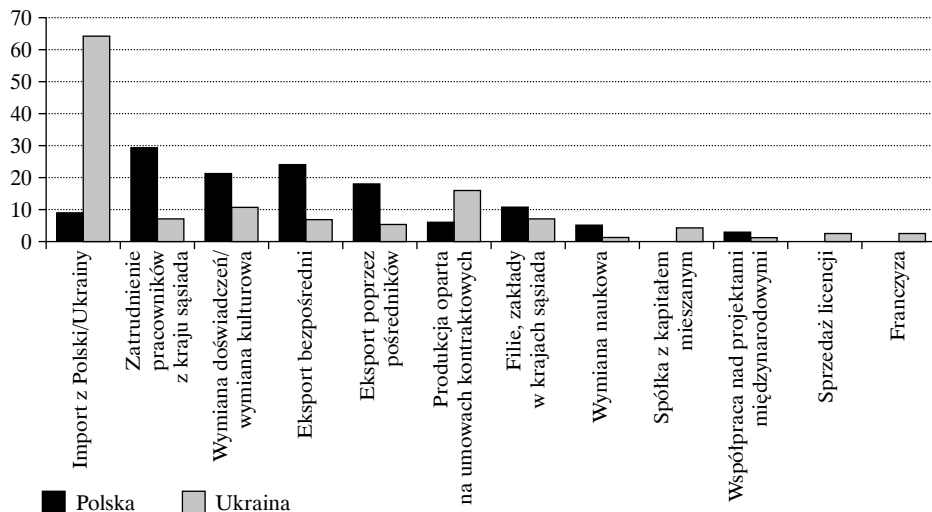
	Przedsiębiorcy ukraińscy		Przedsiębiorcy polscy	
	Liczba	%	Liczba	%
Tak	156	91,8	149	42,3
Nie	14	8,2	169	57,7

Źródło: opracowanie własne.

Analiza obszarów współpracy badanych przedsiębiorstw (rys. 4) wykazuje, iż firmy ukraińskie w głównej mierze opierają swoje kontakty z rynkiem polskim na działaniach importowych. Z kolei kontakty biznesowe przedsiębiorstw polskich koncentrują się głównie na działaniach eksportowych (o charakterze bezpośrednim i pośrednim), zatrudnianiu pracowników z Ukrainy oraz wymianie doświadczeń kulturowych.

Rysunek 4

Obszary współpracy polskich i ukraińskich przedsiębiorstw (liczba odpowiedzi)



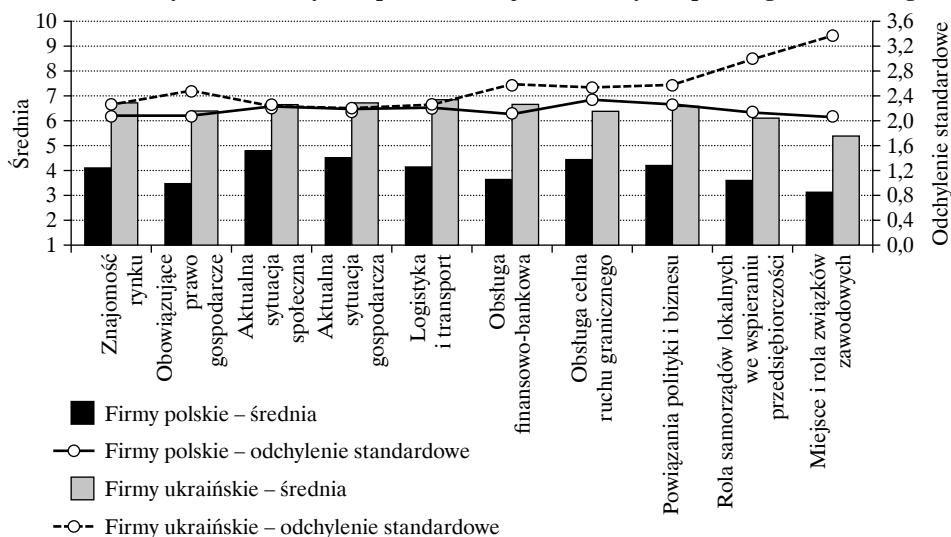
Źródło: opracowanie własne.

1.3. Wiedza o rynku sąsiada

Większe doświadczenie ukraińskich przedsiębiorstw w kontaktach z firmami polskimi skutkuje również zdecydowanie wyższym poziomem wykazanej przez nie wiedzy odnośnie do rynku polskiego niż w sytuacji odwrotnej (w każdej z analizowanych płaszczyzn problemowych respondenci oceniali swój poziom wiedzy w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznaczało wartość najniższą, a 10 najwyższą – rys. 5).

Rysunek 5

Poziom wiedzy co do badanych aspektów funkcjonowania rynku polskiego/ukraińskiego



Źródło: Opracowanie badań własnych.

W przypadku większości analizowanych zagadnień zarówno respondenci polscy, jak i ukraińscy charakteryzowali się porównywalnym poziomem zbieżności wyrażanych opinii (co obrazują wskaźniki odchylenia standardowego)⁷. Największe różnice w ocenie badanych kwestii problemowych zauważono w opiniach wyrażanych przez przedsiębiorców ukraińskich odnośnie do ich wiedzy na temat roli samorządów lokalnych oraz miejsca i roli związków zawodowych w Polsce.

2. Ocena rynku sąsiada w perspektywie głównych płaszczyzn problemowych

W celu oszacowania sposobu postrzegania rynku polskiego oraz ukraińskiego przez badane firmy poproszono wytypowanych respondentów o ocenę badanych rynków w perspektywie czterech głównych płaszczyzn problemowych: prawno-administracyjnej, społeczno-ekonomicznej, technologiczno-infrastrukturalnej oraz kosztowo-podatkowej⁸. W każdej z wymienionych płaszczyzn analitycznych zadawano wiele pytań szczegółowych odnośnie do poruszanych zagadnień problemowych. Oceniając dane obszary problemowe, respondenci stosowali skalę 10-stopniową, gdzie 1 oznaczało wartość najniższą (ocenę najgorszą), a 10 wartość najwyższą (ocenę najlepszą). Na rysunkach 6–9 zostały przedstawione wyniki wartości średnich odpowiedzi oraz odchyłeń standardowych uzyskanych dla rynku polskiego i ukraińskiego w ramach omawianych zagadnień problemowych.

2.1. Zagadnienia prawno-administracyjne

W obszarze zagadnień o charakterze prawno-administracyjnym polscy przedsiębiorcy oceniają rynek ukraiński w sposób zdecydowanie negatywny (wszystkie zagadnienia zostały ocenione w przedziale od 2,7 do 3,5, a najbardziej negatywne oceny dotyczyły występowania zjawisk korupcyjnych w sferze administracji i sądownictwa – rys. 6). Wartość odchyłeń standardowych świadczy o wysokim poziomie zgodności wyrażanych opinii. W przypadku badanej grupy przedsiębiorców ukraińskich można dostrzec zróżnicowany sposób oceny poszczególnych aspektów funkcjonowania rynku polskiego. Respondenci ukraińscy w przypadku większości analizowanych kwestii problemowych oceniali rynek polski kilkakrotnie wyżej niż przedsiębiorcy polscy rynek ukraiński, z wyjątkiem zagadnień: przejrzystości i spójności polskich przepisów prawa wobec firm ukraińskich oraz sprawności pracy polskich służb celnych, które zostały ocenione na zbliżonym i stosunkowo niskim poziomie⁹. Godnym zauważenia jest również fakt występowania znacząco większych rozbieżności wśród opinii badanych przedsiębiorców ukraińskich niż w przypadku respondentów polskich (co obrazują wyższe wskaźniki odchyłeń standardowych). Największe zróżnicowanie udzielanych odpowiedzi (przez ukraińskich przedsiębiorców) zaobserwowano w ocenie występowania zjawisk korupcyjnych w sferze administracji i sądownictwa (odchylenie standardowe wynosi odpowiednio 3,15 i 3,17). Może to świadczyć o tym, iż niektóre z badanych osób w swojej

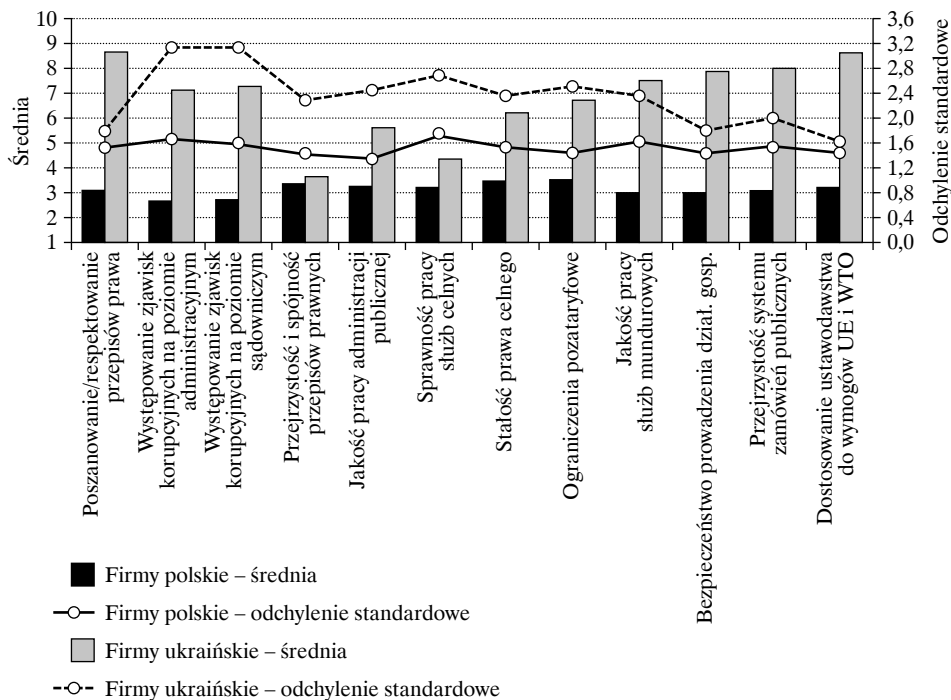
⁷ Należy zauważyć, iż ukraińscy przedsiębiorcy byli w większości przypadków mniej zgodni co do określania poziomu własnej wiedzy o rynku polskim, co może świadczyć o tym, iż ich wiedza jest bardziej wypadkową własnych doświadczeń lub ich braku niż należytej systemowej komunikacji i edukacji prowadzonej przez stronę polską w omawianym zakresie.

⁸ Należy pamiętać, iż przedsiębiorcy ukraińscy oceniali rynek polski, a polscy – rynek ukraiński.

⁹ Do najwyższej ocenionych zagadnień problemowych należy zaliczyć kwestie poszanowania przepisów prawa (średnia ocen 8,69) oraz dostosowanie ustawodawstwa polskiego do wymogów unijnych i Światowej Organizacji Handlu (8,67). Reszta średnich ocen analizowanych zagadnień (oprócz dwóch ocenionych najniżej) mieściła się w przedziale 5,63 – 8,03.

praktyce biznesowej zetknęły się z nieprawidłowościami i zachowaniami odbiegającymi od przyjętych norm prawnych i moralnych w omawianym zakresie problemowym.

Rysunek 6
Ocena zagadnień problemowych w obszarze prawno-administracyjnym



Źródło: Opracowanie badań własnych.

2.2. Zagadnienia społeczno-ekonomiczne

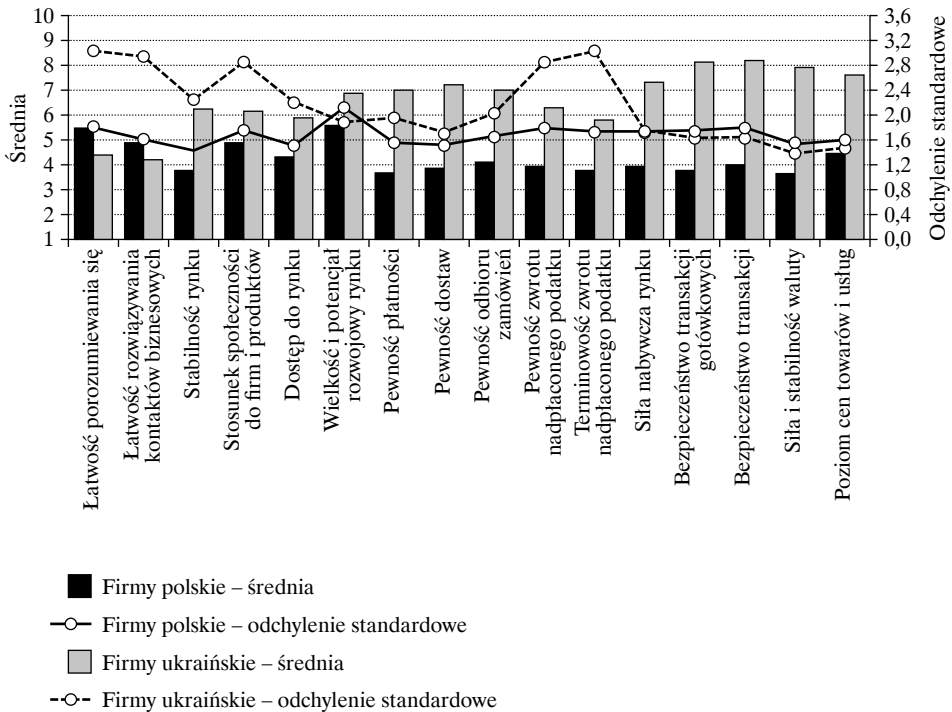
Drugą z analizowanych płaszczyzn problemowych były zagadnienia dotyczące kwestii społeczno-ekonomicznych (rys. 7). W ocenie rynku ukraińskiego przez polskich przedsiębiorców można zaobserwować dużą zgodność udzielanych odpowiedzi (jedyny wyjątek stanowi zagadnienie oceny wielkości i potencjału rozwojowego rynku).

Większość analizowanych zagadnień została oceniona przez polskich respondentów na stosunkowo niskim poziomie ze średnimi odpowiedziami około 4 punktów (w skali 1–10). Główne wyjątki stanowią zagadnienia: łatwość porozumiewania się i nawiązywania kontaktów biznesowych (średnia ocen odpowiednio 5,51 i 4,85 – jedyne obszary ocenione wyżej przez polskich niż ukraińskich przedsiębiorców), wielkość i potencjał rozwojowy rynku (5,59) oraz stosunek społeczności do firm i produktów kraju sąsiada (4,85).

Podobnie jak w przypadku zagadnień prawno-administracyjnych, również kwestie społeczno-ekonomiczne w zakresie większości analizowanych problemów zostały ocenione zdecydowanie wyżej przez przedsiębiorców ukraińskich niż przez respondentów polskich (zakres średnich ocen zawiera się w przedziale od około 6 do ponad 8 punktów). Jedyny wyjątek stanowią omawiane wcześniej zagadnienia łatwości porozumiewania się i nawiązywania kontaktów biznesowych. Do grupy najwyższej ocenionych można zaliczyć

zagadnienia bezpieczeństwa transakcji gotówkowych i bezgotówkowych (odpowiednio 8,13 i 8,18) oraz siły i stabilności waluty polskiej (7,93).

Rysunek 7
Ocena zagadnień problemowych w obszarze społeczno-ekonomicznym



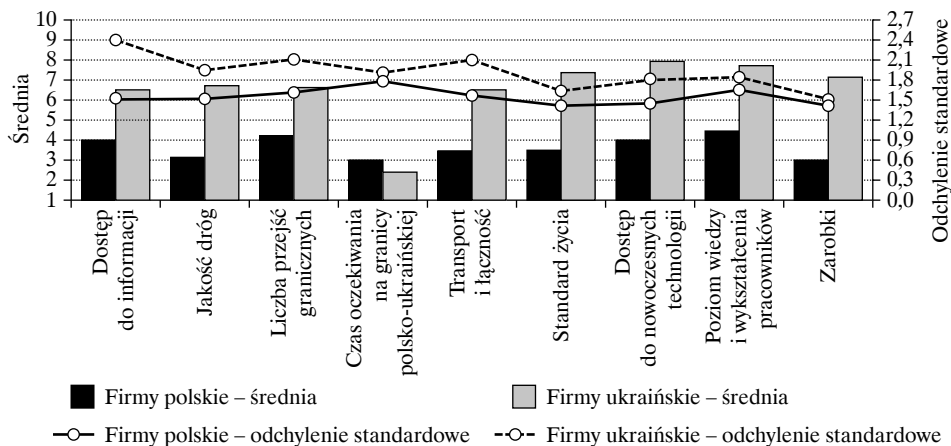
Źródło: Opracowanie własne.

2.3. Zagadnienia technologiczno-infrastrukturalne

Przedstawione wyniki dla obszaru zagadnień technologiczno-infrastrukturalnych w opinii przedsiębiorców polskich charakteryzują się dużym poziomem zgodności oraz stosunkowo niskimi wartościami średnich odpowiedzi (oceny w przedziale od około 3 do 4,4, z najwyższą oceną przypisaną do poziomu wiedzy i wykształcenia pracowników – rys. 8). Warto zauważyć, iż jedyną kwestią, która została oceniona przez przedsiębiorców ukraińskich niżej niż przez polskich jest czas oczekiwania na granicy polsko-ukraińskiej. Pozostałe kwestie zostały ocenione przez przedsiębiorców ukraińskich zdecydowanie wyżej niż przez polskich. Najwyżej rynek polski został oceniony pod względem dostępu do nowych technologii (średnia ocen – 7,89), poziomu wiedzy i wykształcenia pracowników (7,68) oraz standardu życia (7,38). Co do kwestii poziomu zgodności udzielanych odpowiedzi, to przedsiębiorcy ukraińscy byli zasadniczo mniej jednomyślni niż polscy, aczkolwiek jedynie w kwestii dostępu do informacji można dostrzec wysoki poziom rozbieżności wyrażanych opinii (odchylenie standardowe – 2,42). Reszta badanych kwestii problemowych mieści się w granicach dużego lub umiarkowanego poziomu jednomyślności udzielanych odpowiedzi.

Rysunek 8

Ocena zagadnień problemowych w obszarze technologiczno-infrastrukturalnym



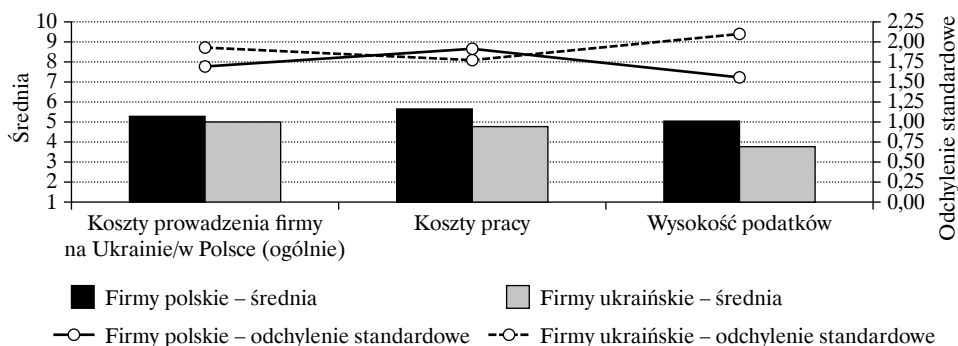
Źródło: Opracowanie własne.

2.4. Koszty prowadzenia działalności oraz wysokość płaconych podatków

Ostatnią z analizowanych płaszczyzn problemowych były zagadnienia związane z kosztami prowadzenia działalności oraz wysokością płaconych podatków (rys. 9). W odróżnieniu do pozostałych, scharakteryzowanych uprzednio obszarów badawczych omawiane zagadnienia w opinii respondentów kształtują się nieco korzystniej dla rynku ukraińskiego niż rynku polskiego¹⁰. Największa różnica dotyczyła wysokości płaconych podatków.

Rysunek 9

Ocena zagadnień problemowych w obszarze kosztów i podatków



Źródło: Opracowanie własne.

¹⁰ Przedsiębiorcy polscy ocenili średnio badane kwestie problemowe w sposób umiarkowany w granicach od 5,15 do 5,70; natomiast respondenci ukraińscy byli bardziej krytyczni, przyznając w poruszanych zagadnieniach średnio od 3,77 do 4,94 punktów.

3. Atrakcyjność rynku sąsiada

3.1. Główne czynniki atrakcyjności rynków

W tabeli 3 przedstawiono wyniki analizy regresji liniowej (dla obydwu badanych rynków), w której do wyznaczenia funkcji atrakcyjności rynku przyjęto zagadnienia szczegółowe (pytania 1–40 – patrz tab. 2), a nie całe omówione wcześniej płaszczyzny problemowe.

W myśl założeń modelu regresji średnią wartość ogólnej oceny atrakcyjności rynku można przedstawić jako funkcję liniową poszczególnych zagadnień opisujących badany problem. W przypadku omawianego problemu badawczego funkcja liniowa opisująca atrakcyjność rynku ukraińskiego (w opinii respondentów polskich) oraz rynku polskiego (w opinii respondentów ukraińskich) przyjmuje postać:

$$Y_{(X)} = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + \dots + B_{39} X_{39} + B_{40} X_{40}$$

gdzie:

- $Y_{(X)}$ – poziom ogólnej oceny atrakcyjności;
 $X_1, X_2, \dots, X_{39}, X_{40}$ – wartości poszczególnych zagadnień omawianych w ramach przyjętych w badaniu obszarów problemowych (1–12 – aspekty prawno-administracyjne; 13–21 – aspekty technologiczno-infrastrukturalne; 22–37 – aspekty ekonomiczno-społeczne; 38–40 – kwestie związane z oceną wysokości kosztów i podatków);
 $B_0, B_1, B_2, \dots, B_{39}, B_{40}$ – wartości współczynników poszczególnych zagadnień (w tab. 2 opisane jako współczynniki niestandardyzowane);

Przed ostateczną interpretacją wyników należy wziąć pod uwagę poziom istotności poszczególnych zmiennych. W tabeli 3 zostały podane współczynniki regresji dla wszystkich zmiennych, które włączono do wyznaczenia funkcji regresji liniowej ogólnej oceny atrakcyjności rynku ukraińskiego oraz polskiego (kolumna „B”) oraz poziomy istotności tych zmiennych (kolumna „sig.”).

Analiza uzyskanych wyników regresji ogólnej oceny atrakcyjności rynku ukraińskiego wskazuje na dobry poziom dopasowania modelu ($R^2 = 0,516$), a dane uzyskane dla rynku polskiego świadczą o doskonałym dopasowaniu modelu ($R^2 = 0,875$)¹¹.

Otrzymane wyniki pozwalają na zidentyfikowanie zmiennych o priorytetowym znaczeniu dla kształtowania ogólnej opinii o rynku sąsiada¹² (są to zmienne, które w kolumnie „sig.” uzyskały wynik poniżej 0,05 lub 0,1). W przypadku oceny rynku ukraińskiego do zagadnień kluczowych można zaliczyć (w kolumnie „sig.” poniżej 0,05): koszty prowadzenia przedsiębiorstwa, sprawność pracy tamtejszych służb celnych, siły i stabilność waluty.

W swojej opinii o rynku ukraińskim przedsiębiorcy polscy biorą pod uwagę również: wysokość podatków, wielkość i potencjał rozwojowy rynku oraz stałość prawa celnego (istotne statystycznie na poziomie 0,1).

¹¹ Współczynnik determinacji R^2 określa, jaki procent zmienności zmiennej zależnej jest wywołany kształtowaniem się zmiennych niezależnych. Współczynnik determinacji przyjmuje wartości z przedziału [0,1] i wskazuje, jaka część zmienności zmiennej y jest wyjaśniana przez założony model.

W przypadku badań społecznych przyjmuje się, iż model odwzorowuje w sposób dobry zaobserwowane zjawiska, gdy R^2 przekracza 0,5. Gdy R^2 jest większe od 0,6, wówczas model wyjaśnia badane zjawisko w sposób bardzo dobry, z kolei gdy przekracza 0,7 – w sposób doskonały.

¹² Przypomnijmy, że dane umieszczone w tabeli 2 obrazujące ocenę przedsiębiorców polskich obnoszą się do rynku ukraińskiego, a przedsiębiorców ukraińskich – do rynku polskiego.

Tabela 3
Regresja liniowa atrakcyjności rynku sąsiada

Lp	Obszary problemowe	Rynek ukraiński $R^2 = 0,516$				Rynek polski $R^2 = 0,875$			
		Współczynniki regresji		t	sig.	Współczynniki regresji		t	sig.
		B	błąd st.			B	błąd st.		
0	Stała	30,61	0,765	40,72	0,000	180,16	70,702	20,36	0,056
1	Poszanowanie/respektowanie przepisów prawa i porządku publicznego	0,082	0,200	0,413	0,681	-0,408	0,694	-0,587	0,579
2	Występowanie zjawisk korupcyjnych na poziomie administracyjnym	-0,023	0,190	-0,120	0,905	10,89	10,66	10,14	0,298
3	Występowanie zjawisk korupcyjnych na poziomie sądowniczym	-0,134	0,189	-0,709	0,481	-10,60	10,72	-0,932	0,387
4	Przejrzystość i spójność przepisów prawnych	0,036	0,159	0,226	0,822	0,189	0,315	0,599	0,571
5	Jakość pracy administracji publicznej (szybkość załatwiania spraw, jasność procedur)	0,147	0,197	0,747	0,458	-0,038	0,583	-0,064	0,951
6	Sprawność pracy służb celnych	0,281	0,136	20,06	0,044	-0,020	0,215	-0,094	0,928
7	Stalość prawa celnego	-0,372	0,216	-10,72	0,090	-0,796	10,05	-0,755	0,479
8	Ograniczenia pozataryfowe (m.in. obowiązkowa certyfikacja, atestacja, przepisy weterynaryjne i fitosanitarne itp.)	-0,194	0,189	-10,03	0,309	0,057	0,961	0,059	0,955
9	Jakość pracy służb mundurowych (np. policji drogowej)	-0,050	0,162	-0,305	0,761	0,156	0,859	0,182	0,861
10	Bezpieczeństwo prowadzenia działalności gospodarczej	0,164	0,184	0,889	0,377	0,505	10,36	0,372	0,723
11	Przejrzystość systemu zamówień publicznych	0,187	0,191	0,979	0,331	0,336	0,713	0,472	0,654
12	Dostosowanie ustawodawstwa ukraińskiego/polskiego do wymogów unijnych i WTO	-0,034	0,183	-0,188	0,852	0,267	0,658	0,405	0,699
13	Dostęp do informacji	-0,124	0,146	-0,847	0,400	-0,532	10,32	-0,401	0,702
14	Jakość dróg	-0,090	0,166	-0,543	0,589	0,774	10,59	0,486	0,644
15	Liczba przejść granicznych	0,175	0,144	10,22	0,228	0,150	0,657	0,229	0,827
16	Czas oczekiwania na granicy	0,095	0,127	0,748	0,458	-0,456	0,335	-10,36	0,223

17	Sprawność komunikacji/transportu	-0,145	0,162	-0,184	-0,897	0,373	0,206	0,532	0,309	0,387	0,712
18	Standard życia (mieszkanie i jego otoczenie, estetyka terenów miejskich)	0,089	0,162	0,097	0,547	0,587	-0,370	0,988	-0,420	-0,375	0,721
19	Dostęp do nowoczesnych technologii	0,115	0,160	0,133	0,723	0,472	-0,166	0,495	-0,176	-0,335	0,749
20	Poziom wiedzy i wykształcenia pracowników	0,043	0,132	0,061	0,328	0,744	-0,441	0,367	-0,481	-10,20	0,275
21	Zarobki	-0,078	0,167	-0,096	-0,469	0,641	0,020	0,716	0,021	0,028	0,978
22	Łatwość porozumiewania się (występowanie bariery językowej)	-0,262	0,180	-0,345	-10,45	0,152	30,20	10,51	70,85	20,12	0,078
23	Łatwość nawiązywania kontaktów biznesowych	0,067	0,187	0,084	0,357	0,722	-30,56	10,54	-80,64	-20,30	0,061
24	Stabilność rynku	0,048	0,156	0,059	0,308	0,759	-0,111	0,396	-0,205	-0,281	0,788
25	Stosunek społeczności do firm i produktów kraju sąsiada	-0,001	0,133	-0,002	-0,011	0,991	0,287	0,244	0,532	10,18	0,284
26	Dostęp do rynku	-0,105	0,127	-0,136	-0,824	0,413	0,113	0,544	0,209	0,208	0,842
27	Wielkość i potencjał rozwojowy rynku	0,219	0,125	0,383	10,75	0,084	0,644	0,895	0,863	0,719	0,499
28	Pewność płatności ze strony miejscowych przedsiębiorstw	-0,111	0,173	-0,148	-0,640	0,524	0,430	0,925	0,652	0,465	0,658
29	Pewność dostaw	0,074	0,198	0,093	0,374	0,710	-10,32	0,976	-10,91	-10,35	0,226
30	Pewność odbioru zamówień	-0,007	0,172	-0,009	-0,040	0,968	10,12	0,957	10,93	10,17	0,286
31	Pewność zwrotu nadpłaconego podatku VAT	-0,129	0,178	-0,181	-0,725	0,471	-0,041	0,364	-0,098	-0,114	0,913
32	Terminowość w zwrocie nadpłaconego podatku VAT	0,019	0,165	0,027	0,114	0,909	-0,236	0,237	-0,568	-0,996	0,358
33	Siła nabywcza rynku (poziom zarobków)	-0,020	0,107	-0,027	-0,185	0,854	-0,078	0,550	-0,122	-0,142	0,892
34	Bezpieczeństwo transakcji gotówkowych	0,101	0,145	0,132	0,698	0,488	-20,27	20,19	-20,15	-10,04	0,339
35	Bezpieczeństwo transakcji bezgotówkowych	-0,052	0,147	-0,074	-0,352	0,726	0,955	10,408	10,03	0,678	0,523
36	Siła i stabilność waluty	0,320	0,155	0,390	20,06	0,044	0,894	0,838	0,926	10,07	0,327
37	Poziom cen towarów i usług	-0,140	0,126	-0,188	-10,11	0,271	-0,931	0,924	-0,921	-10,01	0,353
38	Koszty prowadzenia przedsiębiorstwa	0,422	0,127	0,581	30,34	0,001	-0,651	0,942	-0,838	-0,691	0,515
39	Koszty pracy	0,090	0,132	0,135	0,683	0,497	-0,357	0,385	-0,443	-0,926	0,390
40	Wysokość podatków	-0,217	0,117	-0,291	-10,85	0,069	0,698	0,512	10,09	10,36	0,222

Źródło: Opracowanie własne.

Po uwzględnieniu jedynie istotnych statystycznie zmiennych funkcja atrakcyjności rynku ukraińskiego ($Y_{(X)}$) przyjmuje postać:

$$Y_{(X)} = 3,612 + 0,281 X_6 + 0,222 X_7 + 0,219 X_{27} + 0,320 X_{36} + 0,422 X_{38} - 0,217 X_{40}$$

gdzie:

- X_6 – sprawność pracy służb celnych,
- X_7 – stałość prawa celnego,
- X_{27} – wielkość i potencjał rozwojowy rynku,
- X_{36} – siła i stabilność waluty,
- X_{38} – koszty prowadzenia przedsiębiorstwa,
- X_{40} – wysokość podatków.

Wybrane zmienne (X_6 , X_7 , X_{27} , X_{36} , X_{38} oraz X_{40}) należy uznać za główne determinanty opinii respondentów (członków kadry kierowniczej badanych polskich podmiotów gospodarczych) na temat atrakcyjności rynku ukraińskiego (w świetle analizy regresji liniowej). Należy jednakże pamiętać, że zmienne te nie są równie istotne dla kształtowania ogólnej opinii o rynku sąsiada, o czym świadczą różne wartości współczynników regresji B przypisanych do poszczególnych zmiennych. Na podstawie wyników analizy regresji można wywnioskować, iż w ocenie rynku ukraińskiego przez polskich przedsiębiorców kluczowe znaczenie mają koszty prowadzenia firmy na Ukrainie oraz kwestia siły i stabilności waluty ukraińskiej.

Z kolei w ocenie rynku polskiego przez przedsiębiorców ukraińskich jedynie dwa zagadnienia, które należy uznać jako dwie kwestie najbardziej istotne ze statystycznego punktu widzenia to łatwość porozumiewania się (brak bariery językowej) oraz łatwość nawiązywania kontaktów biznesowych. Uzyskane wyniki sugerują, iż dla przedsiębiorców ukraińskich rynek polski jest bardzo zbliżony pod względem kulturowych zasad prowadzenia działalności biznesowej.

Ostatecznie, po uwzględnieniu jedynie istotnych statystycznie zmiennych, funkcja oceny atrakcyjności rynku polskiego ($Y_{(X)}$) w świetle opinii przedstawicieli przedsiębiorstw działających na terenie obwodu wołyńskiego, przyjmuje postać:

$$Y_{(X)} = 18,6 + 3,2X_{22} - 3,56X_{23},$$

gdzie:

- X_{22} – łatwość porozumiewania się (brak bariery językowej),
- X_{23} – łatwość nawiązywania kontaktów biznesowych.

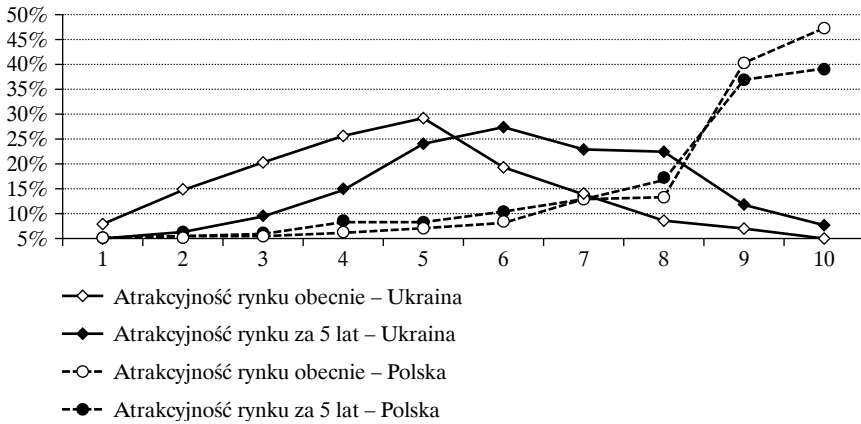
3.2. Ogólna ocena atrakcyjności rynku

Przedsiębiorcy ukraińscy wyrażają się zdecydowanie lepiej o rynku polskim niż przedsiębiorcy polscy o rynku ukraińskim (rysunek 10)¹³. Istotny wydaje się jednak fakt, iż pomimo uzyskania przez rynek polski zdecydowanie wyższych średnich odpowiedzi¹⁴, należy zauważyć, że przedsiębiorcy polscy w swoich opiniach prognozowali (w okresie 5 lat) poprawę atrakcyjności rynku ukraińskiego, natomiast respondenci ukraińscy ocenili przyszłą sytuację rynku polskiego jako niewiele gorszą niż aktualna. Świadczy to o tym, iż rynek ukraiński był postrzegany jako rynek bardziej perspektywiczny o zdecydowanie większym potencjale wzrostowym niż rynek polski.

¹³ W badaniu wykorzystano skalę 10-stopniową, gdzie 1 oznaczało wartość najniższą (ocenę najgorszą), a 10 wartość najwyższą (ocenę najlepszą) analizowanego zagadnienia.

¹⁴ W perspektywie obu analizowanych zagadnień problemowych – atrakcyjności aktualnej rynku (średnia dla rynku polskiego – 8,94; średnia dla rynku ukraińskiego – 4,58) oraz jego przewidywanego obrazu za okres 5 lat (średnia dla rynku polskiego – 8,48; średnia dla rynku ukraińskiego – 6,24).

Rysunek 10
Atrakcyjność rynku



Źródło: opracowanie własne.

4. Wnioski końcowe – sens i perspektywy dalszych badań

Wyniki badań wskazują na dużą asymetrię we wzajemnym postrzeganiu rynku sąsiada przez firmy działające na obszarach przygranicznych obu państw, tj. Polski i Ukrainy. Niezależnie od przyczyn takiego stanu rzeczy, obraz taki należy traktować jako istotną barierę dla dalszej współpracy gospodarczej pomiędzy obu krajami. Biorąc pod uwagę fakt, że Polska jest od ponad dekady członkiem UE (maj 2004) i w okresie tego członkostwa dokonały się istotne procesy unifikacji polskiego prawa i jego zbliżania do norm unijnych, a w ślad za tym ciągle podnoszenie standardów życia społecznego i działalności gospodarczej, można z pewną dozą ostrożności przenieść zdiagnozowany dystans w postrzeganiu rynku ukraińskiego przez przedsiębiorców polskich na płaszczyznę relacji: Ukraina – UE¹⁵. Pośrednio sygnalizuje on również potencjalne bariery takiej współpracy i trudności przyszłego procesu akcesyjnego.

Luka we wzajemnym postrzeganiu obu rynków obrazuje również dość mierny efekt dotychczasowych działań integracyjnych w regionach przygranicznych obu państw, zawartych w projekcie Euroregion BUG.

Znacznie głębszą naturę tego problemu pozwoliły odkryć dopiero wydarzenia ostatnich dwu lat, jakie występują na Ukrainie. Sygnalizowany dystans cywilizacyjny pomiędzy Ukrainą i państwami UE jest nie tylko skutkiem procesów historycznych, ale – jak się okazało – był utrwalany polityką uległości ówczesnych władz wobec dominacji wpływów neo-imperialnej Rosji i zamrożenia istniejącej sytuacji. Próby reformowania państwa w warunkach wojny i dramatycznego kryzysu ekonomicznego nie dają dziś jasnej perspektywy co do ich skuteczności, tym bardziej że przebiegają one w klimacie spontanicznej ekspresji dążeń wolnościowych, ale także resentymentów dla nacjonalistycznych ambicji części społeczeństwa ukraińskiego, co pozostaje w krańcowej sprzeczności wobec standardu ładu demokratycznego i zdrowego rynku.

¹⁵ Podstawowym aktem prawnym regulującym stosunki dwustronne UE-Ukraina jest Porozumienie o Partnerstwie i Współpracy (PCA), które zostało podpisane 14 czerwca 1994 r. i weszło w życie 1 marca 1998 r. W dniu 29 kwietnia 2004 r. Ukraina podpisała dodatkowy protokół rozszerzający zapisy PCA na nowe kraje przystępujące do UE, w tym Polskę. Por. D. Firszt, 2008, s. 12.

Brak na chwilę obecną klarowności co do wizji dalszych zmian i rozwoju gospodarczego Ukrainy bynajmniej nie redukuje użyteczności przedstawionych tu wyników badań i sensu ich ewentualnej kontynuacji. Tematyka dalszych badań mogłaby dotyczyć następujących zagadnień:

- zmian we wzajemnym postrzeganiu rynków sąsiada w wyniku doświadczeń kryzysu i wojny na Ukrainie – jako badań opartych na tej samej metodologii, co pozwoliłoby uchwycić tendencje zmian i wpływ zjawisk kryzysowych na obraz rynku,
- luki kompetencyjno-świadomościowej wśród menedżerów ukraińskich jako skutku oligarchizacji gospodarki i upolitycznienia procesów zarządczych,
- operacjonalizacji i interpretowania kategorii racjonalności jako normy wyznaczającej zachowania wszystkich uczestników rynku ukraińskiego i polskiego,
- luki w infrastrukturze sektora trzeciego w obydwu sąsiednich krajach, w tym w zakresie statusu i funkcjonowania organizacji, instytucji i stowarzyszeń dialogu społecznego,
- podobieństwa i odmienności kultury organizacyjnej w środowiskach pracy obu krajów,
- zachowania klientów na obu rynkach w aspekcie zmian demograficznych i kulturowych oraz rozwoju technologii informacyjnych.

Przed nami długa i trudna droga do wzajemnego poznawania się i budowy zaufania do ludzi i instytucji obu rynków.

Tekst wpłynął: 21 listopada 2013 r. (aktualizacja wniosków: 28 kwietnia 2015 r.)

Bibliografia

- Czyżkowicz P., Wojciechowski W., *Rynek pracy w województwie lubelskim*, w: *Uwarunkowania krajowej i międzynarodowej konkurencyjności województwa lubelskiego*, red. P. Czyżkowicz, P. Opala, Wydawnictwo Ernst & Young, Warszawa 2011.
- Fedosova V., *Analysis of Labour Migration of Volhynia Area (Based on Volyn Region)*, „Ekonomiczni nauki” (Łuck) 2011, nr 8(31).
- Firszt D., *Czy Ukraina podąży śladami Polski?*, „Kurier UEK” 2008, nr 8(24).
- Hann C.M., *Country Image: Halo or Summary Construct?*, „Journal of Marketing Research” 1985, maj.
- Hatch M.J., Schultz M., *Organizational Identity*, Oxford University Press, 2004.
- <http://www.voladm.gov.ua> – dane publikowane przez Urząd Statystyczny Ukrainy, Kijów 2012.
- Jakubowski A., *Euroregion Bug w liczbach w 2011 r.*, Raport Urzędu Statystycznego w Lublinie, Lublin 2011.
- Polsko-ukraińska strategia współpracy transgranicznej na lata 2007–2015*, red. N. Mikula, W. Wołoszyn, Lublin, Rzeszów, Lwów, Użhorod 2008.
- Mostovenko N., Levchuk V., *Czynniki utrudniające tworzenie i wykorzystywanie potencjału innowacyjnego Wołynia*, „Ekonomia regionalna 13” 2010, nr 13 (artykuł w j. ukraińskim).
- Niss H., *Country of Origin Marketing over the Product Life Cycle*, „European Journal of Marketing” 1996, nr 3.
- Ravasi D., Schulz M., *Responding to Organizational Identity, Threats. Exploring the Role of Organizational Culture*, „Academy of Management Journal” 2006, nr 49.
- Rytel A., *Rola efektu kraju pochodzenia w strategii marketingowej*, „Marketing i Rynek” 1999, nr 7.
- Stachowicz J., Stachowicz-Stanusch A., *Management of Economic and Social Identities on Both Regional and Enterprise Levels within the Contemporary Globalizing Reality*, w: *The Economics of Education and Innovation for Sustainability and Growth*, Congress of Political Economists (COPE), Wilkes University, Wilkes 2008.

Strategiczne kierunki rozwoju gospodarczego i społecznego regionu w latach 2012–2015, w: Program reform gospodarczych na lata 2010–2014, dostatnie społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, skuteczne państwo, Łuck 2012 (oryginał opracowania w j. ukraińskim).

Wojcik W., *Monitoring i ewaluacja regionalnej strategii innowacji województwa lubelskiego*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin 2007.

ATRAKCYJNOŚĆ RYNKU SĄSIADA W OPINIACH ŚRODOWISK BIZNESOWYCH POLSKI I UKRAINY

Streszczenie

W artykule przedstawiono wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród środowisk biznesowych obszaru przygranicznego Polski i Ukrainy odnośnie do ich wzajemnych opinii o rynku sąsiada.

Menedżerowie wyższego szczebla oraz przedsiębiorcy polskich firm z województwa lubelskiego oceniali rynek ukraiński (413 respondentów). Analogicznie ich ukraińscy odpowiednicy z obwodu wołyńskiego oceniali rynek polski (272 respondentów). Krzyżowa analiza obejmowała ocenę obu rynków w perspektywie czterech głównych płaszczyzn problemowych: prawno-administracyjnej, społeczno-ekonomicznej, technologiczno-infrastrukturalnej oraz kosztowo-podatkowej a także ogólną ocenę ich atrakcyjności biznesowej oraz określenie głównych czynników kształtujących tę atrakcyjność.

Uzyskane wyniki wskazują na istnienie dużej asymetrii we wzajemnym postrzeganiu rynku sąsiada przez firmy działające na obszarach przygranicznych obu analizowanych państw: menedżerowie i przedsiębiorcy ukraińscy znacznie wyżej oceniają rynek polski w porównaniu z ocenami stawianymi przez menedżerów i przedsiębiorców polskich w odniesieniu do rynku ukraińskiego. Ponadto okazuje się, że w ocenie atrakcyjności rynku sąsiada zupełnie inne czynniki stanowią kluczowe kwestie dla przedsiębiorców polskich (oceniających rynek ukraiński) i dla przedsiębiorców ukraińskich (oceniających rynek polski). Te różnice opinii i punktów widzenia mogą stanowić barierę utrudniającą współpracę gospodarczą obu przygranicznych regionów.

Słowa kluczowe: atrakcyjność rynku, postrzeganie rynku, perspektywa menedżerska, Polska, Ukraina, środowisko biznesowe, regresja liniowa

THE ATTRACTIVENESS OF THE NEIGHBOUR'S MARKET IN THE OPINIONS OF BUSINESS ENVIRONMENTS IN POLAND AND UKRAINE

Summary

The paper presents the results of surveys conducted among the business environments of the border area of Poland and Ukraine concerning their mutual opinions about their neighbour's market.

Senior managers and entrepreneurs from Polish companies located in Lublin Voivodeship provided their assessment of the Ukrainian market (413 respondents); by analogy, their Ukrainian counterparts from Volyn Oblast assessed the Polish market (272 respondents). The cross-analysis encompassed the assessment of the two markets in the perspective of four main areas of problems: law-administrational, social-economic, technical-infrastructural, and operating costs and taxation, as well as a general evaluation of their attractiveness for business and main factors shaping this attractiveness.

The results of the examination reveal a significant asymmetry in the mutual perception of the neighbouring market by the companies functioning in the border areas of the two analysed countries: the Polish market is assessed much better by the Ukrainian managers and entrepreneurs as compared with the assessments of the Ukrainian market given by the Polish managers and entrepreneurs. Moreover, it has been proven that the crucial questions considered by Polish entrepreneurs in their evaluation of the Ukrainian market by the Ukrainian entrepreneurs in their assessment of the attractiveness of the Polish market. These differences in opinions and viewpoints may constitute a barrier hampering cross-border economic cooperation between the two regions.

Key words: market attractiveness, market perception, managerial perspective, Poland, Ukraine, business environment, linear regression

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЫНКА СОСЕДА ПО МНЕНИЮ ДЕЛОВЫХ КРУГОВ ПОЛЬШИ И УКРАИНЫ

Резюме

В статье представлены результаты анкетных исследований, проведенных в деловых кругах приграничных районов Польши и Украины относительно их мнений о рынке соседа.

Менеджеры высшего уровня, а также предприниматели польских фирм люблинского воеводства оценивали украинский рынок (413 респондентов). Таким же образом украинские предприниматели из волинской области оценивали польский рынок (272 респондентов). Перекрестный анализ охватывал оценку обоих рынков в четырех главных проблемных аспектах: административно-правового, социально-экономического, технологично-инфраструктурного, затратно-налогового, а также содержал общую оценку их привлекательности для бизнеса и определение главных факторов, формирующих эту привлекательность.

Полученные результаты указывают на наличие большой асимметрии во взаимном восприятии рынка соседа фирмами, действующими в пограничных зонах обоих анализируемых государств: украинские менеджеры и предприниматели значительно лучше оценивают польский рынок по сравнению с оценками, которые дают польские менеджеры и предприниматели касательно украинского рынка. Кроме того оказывается, что в оценке привлекательности рынка соседа совсем другие факторы являются ключевыми вопросами для польских предпринимателей (оценивающих украинский рынок) и для украинских предпринимателей (оценивающих польский рынок). Эти различия во мнениях и точках зрения могут представлять собой барьер, затрудняющий экономическое сотрудничество обоих пограничных регионов.

Ключевые слова: привлекательность рынка, восприятие рынка, перспектива менеджеров, Польша, Украина, деловые круги, линейная регрессия