



## Mateusz Skowroński

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Ekonomii  
Katedra Badań Strategicznych i Regionalnych  
mateusz.skowronski@edu.uekat.pl

# KATOWICE JAKO MIEJSCE LOKALIZACJI INWESTYCJI SEKTORA NOWOCZESNYCH USŁUG BIZNESOWYCH

**Streszczenie:** Sektor nowoczesnych usług biznesowych rozwija się dynamicznie i wpływa na rozwój miast w wielu krajach. Cechuje się specyficznymi czynnikami lokalizacyjnymi. W ciągu ostatniego roku zatrudnienie w sektorze nowoczesnych usług biznesowych w Polsce wzrosło o 32 tys. do 244 tys. osób. Zdecydowanym liderem w Polsce pod względem zatrudnienia w sektorze pozostaje Kraków, w którym pracuje 55 800 osób. W Aglomeracji Śląskiej w 74 centrach BPO, SSC, IT, R&D jest zatrudnionych 16 500 pracowników. Większość z nich (51) działa w Katowicach. Z przeprowadzonych badań kwestionariuszowych wynika, że najczęściej wymienianym czynnikiem mającym wpływ na atrakcyjność inwestycyjną Katowic jest wielkość ośrodka miejskiego. Najbardziej negatywny wpływ ma stan środowiska naturalnego.

**Słowa kluczowe:** sektor nowoczesnych usług biznesowych, czynniki lokalizacji inwestycji, atrakcyjność inwestycyjna miasta.

**JEL Classification:** R30.

## Wprowadzenie

Sektor nowoczesnych usług biznesowych jest coraz ważniejszym sektorem w rozwoju miast. Firmy z tego sektora funkcjonują w globalnych łańcuchach wartości. Ich pojawienie się w mieście zwiększa powiązania miasta ze światem, buduje zdolność wielorakiej funkcjonalnej aktywności i prowadzi do hybrydyzacji rozwoju w wymiarze branżowym, społecznym i przestrzennym. Sektor ten cechuje się specyficznymi czynnikami lokalizacyjnymi. Miasto Katowice jako miasto poprzemysłowe stwarza specyficzne warunki dla lokalizacji inwestycji tego sektora.

Celem artykułu jest analiza preferencji przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych odnośnie do cech miast jako potencjalnych lokalizacji inwestycji dla sektora na przykładzie Katowic, czyli pokazanie, jak przedstawiciele sektora nowoczesnych usług biznesowych analizują i oceniają miasta. W tym celu jest oceniana atrakcyjność miasta takiego jak Katowice i jej wpływ na decyzje lokalizacyjne sektora nowoczesnych usług biznesowych. Przedstawione zostały również sposoby zwiększenia atrakcyjności Katowic dla sektora nowoczesnych usług biznesowych.

Do opracowania artykułu wykorzystano zarówno opracowania naukowe, raporty branżowe, artykuły prasowe, jak i badania empiryczne. Główny trzon badań oparto na badaniach kwestionariuszowych (CAPI) przeprowadzonych podczas VII konferencji ABSL w Katowicach. Obejmował on analizę preferencji przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych odnośnie do cech miast jako potencjalnych lokalizacji inwestycji dla sektora.

## 1. Charakterystyka sektora nowoczesnych usług biznesowych

Jeszcze do niedawna w odniesieniu do wielu usług uważano, że mają one charakter lokalny i nigdy nie będą poddane globalnej konkurencji. Podejście to zmieniło się wraz z postępem technologicznym i spadkiem kosztów transportu. Czynniki te umożliwiły powstanie strategii tzw. offshoringu, czyli przesunięcia zamówień, produkcji, usług lub ogólnie procesów biznesowych czy ich części poza granice kraju.

Ze zjawiskiem handlu towarami i usługami wiąże się pojęcie delokalizacji, która polega na przenoszeniu aktywności gospodarczej za granicę. Proces ten odzwierciedla zmiany w funkcjonowaniu przedsiębiorstw wynikające z ich adaptacji do coraz bardziej konkurencyjnego środowiska ich funkcjonowania oraz szybszych zmian technologicznych. O ile w latach 80. outsourcing oznaczał głównie zamawianie przez przedsiębiorstwa półproduktów i podzespołów za granicą, to w latach 90. outsourcingiem zaczęto nazywać zamawianie wykonywania określonych usług w przedsiębiorstwach zagranicznych. Trendy delokalizacji można tłumaczyć na podstawie teorii korporacji transnarodowych oraz teorii lokalizacji, w tym nowej geografii ekonomicznej [Midelfart-Knarvik i in., 2000, s. 32; Puga, 2001, s. 2].

Aktualnie za offshoring uważa się przesunięcie zamówień, produkcji, usług lub ogólnie procesów biznesowych lub ich części poza granice kraju, a outsourcing oznacza przesunięcie zamówień, produkcji, usług lub ogólnie procesów biznesowych bądź ich części do innej firmy [Rybiński, 2007, s. 14].

Zgodnie z przyjętą przez Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (Association of Business Service Leaders in Poland, ABSL) szeroką definicją sektora, obejmuje on również działalność badawczo-rozwojową. Charakterystyka sektora opiera się na analizie centrów usług z kapitałem zagranicznym oraz polskim: centrów usług wspólnych (ang. Shared Service Centers, SSC), outsourcingu procesów biznesowych (ang. Business Process Outsourcing, BPO), outsourcingu usług IT (ang. Information Technology Outsourcing, ITO), badawczo-rozwojowych (ang. Research & Development, R&D). Centra typu „contact center” działające na rzecz klientów zewnętrznych ABSL zalicza się do kategorii BPO [ABSL, 2016b].

Diana Farrell wymienia czynniki lokalizacji za granicą usług opartych na technologiach informacyjnych i komunikacyjnych (IKT) [Farrell, 2006], co prezentuje tabela 1.

**Tabela 1.** Czynniki lokalizacji za granicą usług opartych na IKT

<b>Koszty</b>	Siła robocza: aktualne, średnie płace kwalifikowanych pracowników i menedżerów Infrastruktura: eksploatacja sieci telekomunikacyjnej, dostępu do Internetu i elektryczności Nieruchomości: koszty pomieszczeń biurowych klasy A Podatki od przedsiębiorstw: ogólne obciążenia fiskalne lub ulgi i inne bodźce dla inwestycji
<b>Podaż kwalifikowanej siły roboczej</b>	Dostępne zasoby siły roboczej: liczba pracowników o posiadanych kwalifikacjach Sektor outsoursowanych usług: wartość sprzedaży i eksportu, zatrudnienie, udział w eksporcie Lokalni dostawcy usług opartych na IKT: liczba i wielkość firm, poziom i jakość ich usług
<b>Środowisko gospodarcze</b>	Polityka państwa: polityka wobec bezpośrednich inwestycji zagranicznych, prawo pracy, procedury administracyjne dla obcych firm, poziom korupcji Środowisko biznesowe: zgodność z zachodnimi standardami kultury i etyki biznesu Warunki życia: ogólna jakość życia, stosunek społeczeństwa do obcokrajowców, przestępczość, występowanie epidemii HIV Dotarcie do lokalizacji: czas podróży, częstość lotów, różnica stref czasu
<b>Potencjalny rynek zbytu</b>	Atrakcyjność lokalnego rynku zbytu: przeciętny poziom i dynamika wzrostu PKB Dostęp do sąsiednich rynków w regionie
<b>Rodzaje ryzyka</b>	Zakłócenia z powodu wydarzeń: niepokoje społeczne i polityczne, kataklizmy przyrody Bezpieczeństwo: osobiste i majątkowe, kradzieże, przestępczość, terroryzm Administracyjne: stabilność przepisów, przejrzystość, skuteczność ochrony prawnej Makroekonomiczne: inflacja, kursy walutowe, swoboda przepływu kapitału Piractwo: skuteczność ochrony praw własności intelektualnej
<b>Jakość infrastruktury</b>	Sieć telekomunikacyjna i IT: różnorodność punktów dostępu do sieci, przepustowość sieci, czas usunięcia awarii w sieci Nieruchomość: dostępność, jakość Transport: wielkość i jakość sieci drogowej oraz kolejowej Elektryczność: niezawodność dostaw energii elektrycznej

Źródło: Farrell [2006, s. 88].

O lokalizacji centrów usług decyduje wiele czynników, z których najważniejszymi są konkurencyjne koszty pracy oraz dostępność dobrze wykwalifikowanych zasobów ludzkich, posługujących się biegle różnymi językami. Bardzo ważne są również uczelnie, których obecność zapewnia zaplecze naukowo-badawcze na światowym poziomie. Jest to konieczne, gdyż niektóre centra oferują tak zaawansowane usługi (np. w obszarze KPO – Knowledge Process Outsourcing), że pracują w nim osoby z dyplomem doktora [Gerefi, Fernandez-Stark, 2010, s. 14]. Ulgi i zachęty inwestycyjne (granty) nie odgrywają kluczowej roli, ale są ważne z punktu widzenia wizerunku miasta [Micek, Działek, Górecki, 2010, s. 52]. Przychylnie nastawienie władz lokalnych ma jednak znaczenie głównie wizerunkowe. Czynniki decydujące o jakości życia są ważne z punktu widzenia kadry menedżerskiej/zarządzającej, która często musi uznać nowe miejsce zamieszkania za atrakcyjne. Szczególnie dotyczy to menedżerów z USA i krajów Europy Zachodniej. Czynnikiem ten jest również istotny jako element ułatwiający rekrutację – potencjalni pracownicy muszą uznać docelową lokalizację za atrakcyjną, aby chcieć się do niej przeprowadzić. Drugi ze wskazanych czynników hybrydyzacji miasta dotyczy różnorodności stylów życia wpływających na popyt. Zasadniczo chodzi tu o wzrost tego rodzaju różnorodności wynikający głównie z upowszechnienia wzorców konsumpcji globalnej, w szczególności z popularyzacji popytu na styl życia „premium”, będący wyrazem wyobrażeń o ponadprzeciętnych standardach i transnarodowym stylu życia [Patkar, Keskar, 2014, s. 8530].

## **2. Przegląd stanu rozwoju sektora w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem Aglomeracji Śląskiej**

W rankingu lokalizacji nowoczesnych usług biznesowych [Deloitte, 2014] Polska jest wymieniana na czwartym miejscu za Indiami, Stanami Zjednoczonymi i Chinami.

Firma Tholons od 2006 r. publikuje ranking najpopularniejszych miejsc lokalizacji usług outsourcingowych. W raporcie Tholons na 2015 r. [Tholons, 2015] znalazły się trzy polskie miasta: Kraków na 9. miejscu, Warszawa na 30. i Wrocław na 62.

W ciągu ostatniego roku (I kw. 2016 r. – I kw. 2017 r.) zatrudnienie w sektorze nowoczesnych usług biznesowych w Polsce wzrosło o 32 tys. osób (czyli o 15%), z czego  $\frac{3}{4}$  nowych miejsc pracy wygenerowały centra zagraniczne. Tym samym 748 centrów usług należących do 524 zagranicznych firm zatrudnia

w Polsce już 198 tys. osób. W całym sektorze (z uwzględnieniem firm polskich) pracuje już 244 tysięcy osób [ABSL, 2017, s. 6], a 80 inwestorów z listy Fortune Global 500 posiada w Polsce centra usług. Należące do nich podmioty wygenerowały w sumie 27% zatrudnienia w sektorze. Prognozowane przez ABSL zatrudnienie w sektorze w 2020 r. to ponad 300 000 osób [ABSL, 2017, s. 7]. W Polsce działa 47 centrów, w których zatrudnienie wynosi co najmniej 1 tys. osób. Oznacza to o 10 jednostek tej wielkości więcej w porównaniu do ich liczby w 2016 r. Łącznie pracuje w nich 86 tys. osób (35% zatrudnienia w sektorze). Prawie wszystkie największe centra to jednostki należące do podmiotów zagranicznych (44 z 47). Do grona sześciu największych inwestorów w sektorze nowoczesnych usług biznesowych w Polsce należą: IBM, Capgemini, Credit Suisse, Atos, Nokia i Citibank. Każde z tych przedsiębiorstw zatrudnia w swoich centrach usług w Polsce ponad 4 tys. osób. Co istotne, w gronie innych większych inwestorów znajdują się również polskie firmy, m.in. Comarch, Asseco i Grupa OEX [ABSL, 2017, s. 10]. Analiza polskiej mapy sektora nowoczesnych usług biznesowych pozwala bowiem zauważyć, że w siedmiu miejscach zatrudnienie w centrach usług BPO, SSC, IT, R&D przekracza 10 tys. osób. Tymi największymi ośrodkami usług dla biznesu są: Kraków, Warszawa, Wrocław, Trójmiasto, Aglomeracja Śląska, Łódź i Poznań, w których pracuje łącznie 85% ogółu zatrudnionych w sektorze (w tym 89% zatrudnionych w centrach zagranicznych i 72% pracowników centrów polskich) [ABSL, 2017, s. 10].

W Aglomeracji Śląskiej jest zatrudnionych 16 500 pracowników w centrach BPO, SSC, IT, R&D, w tym 12 000 w firmach z kapitałem zagranicznym. Jeśli chodzi o międzynarodowych inwestorów, 10 zatrudnia w swoich centrach usług więcej niż 500 osób. Magnesem dla inwestorów jest głębokość rynku pracy – corocznie uczelnie opuszcza 30 000 absolwentów. Jest również gdzie te centra ulokować – Katowice zajmują 5. miejsce w Polsce pod względem wielkości nowoczesnej powierzchni biurowej w Polsce (za Warszawą, Krakowem, Wrocławiem i Trójmiastem) z zasobami na poziomie 394 000 m<sup>2</sup> [ABSL, 2016a]. W Aglomeracji Śląskiej działa 74 centrów usług BPO, SSC, IT, R&D. Większość z nich (51) działa w Katowicach. W Katowicach pracuje 70% osób zatrudnionych w sektorze w Aglomeracji Śląskiej. Centrów z kapitałem zagranicznym jest 50 (z 14 państw), pozostałe 24 należą do polskich firm. W okresie 1 kw. 2015 r. – 1 kw. 2016 r. zatrudnienie w centrach usług z kapitałem zagranicznym wzrosło o 20%. Aktualny udział centrów z kapitałem zagranicznym w strukturze zatrudnienia w sektorze wynosi 73%. Najważniejszą kategorią usług świadczonych w centrach Aglomeracji Śląskiej są usługi IT. Generują blisko połowę (49%)

zatrudnienia w branży i występują w portfolio usług ponad  $\frac{3}{4}$  centrów na analizowanym obszarze [ABSL, 2016a].

W centrach usług w Aglomeracji Śląskiej klientów obsługuje się w 34 językach [ABSL, 2016a]. Średnio 6% pracowników centrów usług to cudzoziemcy. Pochodzą najczęściej z Ukrainy, Francji, Hiszpanii, Holandii, Indii, Włoch, Rumunii i Rosji. Aż 86% pracowników centrów usług w Aglomeracji Śląskiej ma wyższe wykształcenie. Ta nowa grupa pracowników przyczynia się do hybrydyzacji rozwoju miasta poprzez upowszechnienie wzorców konsumpcji globalnej, w tym stylu życia „premium” [Patkar, Keskar, 2014, s. 8530].

Firmy z sektora przyczyniają się do rozwoju kapitału ludzkiego. Oferują szkolenia w zakresie umiejętności miękkich, np. komunikacja, inteligencja emocjonalna (96% centrów), umiejętności językowych (80% centrów), Zarządzania projektami, np. PMP, Agile, Scrum (76%), szkolenia z umiejętności menadżerskich (72%), Zarządzenie czasem (72%), Technologie komputerowe i internetowe, np. CISA, ITIL (60%), umiejętności finansowe (CIMA, CIA, ACCA, CFA – 44%), analityka biznesowa, np. 6 Sigma, CBAP (40%), Marketing, np. CIM (16%), Łącuchy dostaw, np. APICS (8%) [ABSL, 2016a]. Firmy oferują bardzo bogaty pakiet świadczeń pozapłacowych. Aż 92% centrów usług oferuje prywatną opiekę medyczną (92%), kartę multisport, fitness (88%), grupowe ubezpieczenie na życie (80%), elastyczne godziny pracy (76%), zwroty kosztów szkolenia (72%), zakładowy fundusz świadczeń socjalnych (72%), możliwość pracy z domu (60%), bonusy za indywidualny wkład (60%), świeże owoce w biurze (56%) czy dodatkową premię za osiągnięte cele (56%) [ABSL, 2016a].

Z uczelniami wyższymi współpracuje 92% centrów usług biznesowych działających w Katowicach i Aglomeracji Śląskiej. We współpracy z uczelnią 86% rekrutuje przyszłych pracowników, 59% organizuje wspólne konferencje, 55% projekty edukacyjne, 50% szkolenia, kursy, 27% wspólne studia, a 18% realizuje wspólne projekty badawcze [ABSL, 2016a].

Popyt na nowoczesne powierzchnie biurowe w Katowicach jest w dużej mierze kreowany przez firmy z sektora nowoczesnych usług biznesowych (BPO/SSC/CC/ITO/R&D) – podobnie jest w pozostałych miastach regionalnych w Polsce. Firmy z sektora przyczyniają się do ich rewitalizacji, a jest to bardzo ważne w przypadku takiego miasta przemysłowego, jakim są np. Katowice.

Na terenach po niefunkcjonującej już Hucie Baildon zarząd firmy Skanska Property Poland przystąpił do budowy 4 budynków biurowych – kompleksu pod nazwą Silesia Business Park. Bardzo ważne okazało się zainteresowanie potencjalnego najemcy firmy Capgemini wynajmem powierzchni biurowej w biurowcu

Skanskiej. Firma Capgemini to francuska firma z sektora nowoczesnych usług biznesowych. Deweloperzy często (ze względu na ograniczenia związane z finansowaniem) nie są w stanie rozpocząć budowy biurowca, jeśli wcześniej nie mają zagwarantowanego przednajmu (pre-let). Zawarcie umowy pre-let daje możliwość szybszego rozpoczęcia realizacji inwestycji z zagwarantowanym najmem i źródłem finansowania spłaty kredytu na budowę, a najemca ma możliwość już na etapie budowy odpowiednio zaplanować i dostosować powierzchnie przeznaczone pod swoją działalność. Oczywiście nie bez znaczenia pozostaje aspekt finansowy takiego rozwiązania, a mianowicie dużo bardziej atrakcyjne stawki czynszów. Gdyby firma Capgemini nie uwierzyła w projekt Silesia Business Park Skanskiej i nie podpisała umowy przednajmu, to budowa kompleksu Silesia Business Park trwałaby znacznie dłużej.

Kolejnym przykładem zagospodarowania terenów poprzemysłowych pozostałych po hucie jest Górnośląski Park Przemysłowy. Górnośląski Park Przemysłowy jest firmą, która od 2005 r. przekształca tereny poprzemysłowe znajdujące się na granicy miast Katowice i Siemianowice Śląskie w nowoczesną strefę aktywności gospodarczej i innowacyjności zorientowaną na rozwój technologiczny zgodny z nurtem prośrodowiskowym. Firma prowadzi działania rewitalizacyjne na terenie po dawnej hucie cynku Silesia polegające na nadaniu terenom zniszczonym przez przemysł nowych wartości użytkowych; działania te są realizowane w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju, którego przykładem jest budowa energooszczędnego kompleksu biurowego GPP Business Park. Budynki wchodzące w skład Parku Przemysłowego otrzymały najwyższą z możliwych ocen outstanding w ramach brytyjskiego systemu certyfikacji budynków zrównoważonych BREEAM. Nowoczesność i innowacyjność biurowców przyczyniła się do przyciągnięcia m.in. takich inwestorów z sektora nowoczesnych usług biznesowych, jak: Teleperformance Polska, ING Services Polska Sp. z o.o.

Powstanie biurowców w dzielnicy poprzemysłowej jest przejawem hybridyzacji, decentralizacji struktur miejskich prowadzących do fragmentaryzacji, nieciągłego wzorca rozwoju. „Przykładowo w dzielnicach dotychczas kryzysowych, ale atrakcyjnie położonych m.in. względem centrum, lub dobrej jakości infrastruktury drogowej, powstają nowe działalności gospodarcze” [Drobniak, 2017, s. 32-33].

Wzrost różnorodności stylów życia w „hybrydowym” mieście generuje popyt na „wizualną gloryfikację miejsc” [Patkar, Keskar, 2014, s. 8530] zgłaszana głównie przez grupy korzystające ze stylu życia „premium”, które wyrażają się nowymi realizacjami architektonicznymi typu: galerie handlowe, centra kultury,

centra rozrywki, sale koncertowe, zamknięte osiedla apartamentowców, wysokiej klasy biurowce [Drobniak, 2017, s. 34].

### **3. Prezentacja wyników badań kwestionariuszowych**

#### **3.1. Metodyka badawcza**

Z badań Diany Farrell wynika, że czynniki lokalizacji za granicą usług opartych na technologiach informacyjnych i komunikacyjnych można pogrupować w następujące kategorie: koszty, podaż kwalifikowanej siły roboczej, środowisko gospodarcze, potencjalny rynek zbytu, rodzaje ryzyka, jakość infrastruktury. Pojawia się pytanie, gdzie tu jest miejsce na atrakcyjność miasta i w jaki sposób władze miasta są w stanie wpłynąć na zwiększenie tej atrakcyjności, aby w mieście lokalizowały się nowe firmy z sektora nowoczesnych usług biznesowych.

Dla firm bardzo ważne są konkurencyjne koszty pracy oraz dostępność do dobrze wykwalifikowanych zasobów ludzkich posługujących się biegle różnymi językami. Ulgi i zachęty inwestycyjne (granty) podobno nie odgrywają kluczowej roli, ale są ważne z punktu widzenia wizerunku miasta [Micek, Działek, Górecki, 2010, s. 52]. Przychylnie nastawienie władz lokalnych ma jednak znaczenie głównie wizerunkowe. Czynniki decydujące o jakości życia są ważne zarówno z punktu widzenia kadry menedżerskiej/zarządzającej, jak i szeregowych potencjalnych pracowników, którzy muszą uznać docelową lokalizację za atrakcyjną, aby chcieć się do niej przeprowadzić. W związku z tym nasuwa się następująca struktura postępowania badawczego: problemem badawczym są preferencje przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych odnośnie do cech miast jako potencjalnych lokalizacji inwestycji dla sektora na przykładzie Katowic, czyli pokazanie, jak przedstawiciele sektora nowoczesnych usług biznesowych analizują i oceniają miasta – na przykładzie Katowic. W tym celu oceniana jest atrakcyjność miasta takiego jak Katowice i jej wpływ na decyzje lokalizacyjne sektora nowoczesnych usług biznesowych. Przedstawione zostały również sposoby zwiększenia atrakcyjności Katowic dla sektora nowoczesnych usług biznesowych.

Narzędziem badawczym były badania kwestionariuszowe, które zostały przeprowadzone metodą CAPI – computer assisted personal interview. Badania kwestionariuszowe oparto na wywiadach z przedstawicielami sektora nowoczesnych usług biznesowych przeprowadzonych podczas VII konferencji ABSL w Katowicach.



Celem badania było wskazanie czynników lokalizacji inwestycji z sektora nowoczesnych usług biznesowych oraz określenie poziomu atrakcyjności miasta dla przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych. Pokazanie, jak przedstawiciele sektora nowoczesnych usług biznesowych analizują i oceniają miasta – na przykładzie Katowic. Analiza preferencji przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych odnośnie do cech miast jako potencjalnych lokalizacji inwestycji dla sektora na przykładzie Katowic. Atrakcyjność miasta na przykładzie Katowic i jej wpływ na decyzje lokalizacyjne sektora nowoczesnych usług biznesowych. Sposoby zwiększenia atrakcyjności Katowic dla sektora nowoczesnych usług biznesowych.

Zakres czasowy badań objął okres 28-29 czerwca 2016 r. Jeśli chodzi o ich zakres przestrzenny, to zostały one przeprowadzone w Katowicach (Międzynarodowe Centrum Kongresowe) podczas dorocznej ogólnopolskiej konferencji ABSL dającej dostęp do przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych z całej Polski. Zakres przedmiotowy badań obejmował motywy decyzji lokalizacyjnych firm w zakresie lokowania inwestycji z sektora nowoczesnych usług biznesowych oraz ocenę atrakcyjności miasta dla przedstawicieli sektora. Z kolei zakres podmiotowy badań odnosił się do przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych. Dobór próby był nielosowy, opierał się na dostępności badanych – nie każdy uczestnik konferencji chciał odpowiadać na pytania (w konferencji uczestniczyło 900 osób). W badaniu wzięło udział 267 osób i zostało ono przeprowadzone za zgodą ABSL. Było dostępne dla wszystkich, ale nie wszyscy chcieli w nim uczestniczyć. Ponad połowa ankietowanych, tj. 53% (143 głosy), to reprezentanci firm sektora BPO/ITO/SSC/R&D/CC, 25% (66 głosów) to pracownicy innych firm, a 22% (59 głosów) to pracownicy firm doradczych. Zestawienie odpowiedzi na pytania przygotowała firma Adaptive.

Zakres tematyczny badania (scenariusz wywiadu) obejmował następujące aspekty:

- czynniki lokalizacji sektora nowoczesnych usług biznesowych,
- atrakcyjność miast i jej wpływ na decyzje lokalizacyjne sektora nowoczesnych usług biznesowych,
- sposoby zwiększenia atrakcyjności Katowic dla sektora nowoczesnych usług biznesowych,
- analiza preferencji przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych odnośnie do cech miast jako potencjalnych lokalizacji inwestycji dla sektora na przykładzie Katowic.

Struktura wywiadu wyglądała następująco:

Pytanie nr 1: Rodzaj reprezentowanej firmy (firma sektora BPO/ITO/SSC/R&D/CC, firmy doradcze, inne).

Pytanie nr 2: Częstotliwość pobytu w Katowicach.

Pytanie nr 3: Skojarzenia badanych względem Katowic.

Pytanie nr 4: Pytanie o stopień urbanizacji Katowic, stopień zazielenienia, stopień skomunikowania zewnętrznego i wewnętrznego, stopień przyjazności dla biznesu.

Pytanie nr 5: Jak Pan/Pani ocenia miasto Katowice pod względem niżej wymienionych aspektów? (stan środowiska naturalnego, dostępność terenów zielonych, jakość oferty kulturalno-oświatowej, dostępność powierzchni biurowych, jakość infrastruktury transportowej, skuteczność promocji miasta).

Pytanie nr 6: W jaki sposób wymienione czynniki wpływają, według Pana/Pani, na atrakcyjność inwestycyjną Katowic? (wielkość ośrodka miejskiego, wizerunek miasta, liczba połączeń lotniczych w regionie, stan środowiska naturalnego, oferta spędzania wolnego czasu, realizowane formy promocji miasta).

Pytanie nr 7: W jakim stopniu poprawa poniższych czynników mogłaby z perspektywy Pana/Pani firmy zwiększyć atrakcyjność inwestycyjną Katowic? (dostępność i jakość zasobów ludzkich, zaplecze naukowo-badawcze (uczelnie), dostępność komunikacyjna miasta, stosunek jakości zasobów ludzkich do ich kosztów, ulgi i zachęty inwestycyjne, spójna wizja kierunków rozwoju miasta i aglomeracji, spójność procedur administracyjnych i szybkość wydawania decyzji, dostępność informacji o obowiązujących przepisach prawnych, poziom profesjonalizmu urzędników, wspólne inicjatywy przedsiębiorców z władzami lokalnymi).

Pytanie nr 8: Na jakie cele powinny zostać przeznaczone największe kwoty z budżetu miasta w latach 2016-2020?

Pytanie nr 9: Jakiego wsparcia oczekuje Pan/Pani od Urzędu Miasta w procesie inwestycyjnym?

Pytanie nr 10: Jak ocenia Pan/Pani dostępne zachęty inwestycyjne w Katowicach?

Pytanie nr 11: Jak ocenia Pan/Pani swój poziom zadowolenia z faktu zamieszkania w Katowicach? (tylko respondenci, którzy są mieszkańcami Katowic).

Pytanie nr 12: Gdyby planował(a) Pan/Pani przeprowadzkę do innego miasta, jak bardzo prawdopodobne jest, że Pana/Pani wybór padłby na Katowice?

Uzasadnieniem takiej struktury wywiadu było, aby jak najlepiej przeanalizować motyw działania firm z sektora nowoczesnych usług biznesowych w procesie wyboru lokalizacji ze szczególnym uwzględnieniem czynników, na które władze miasta mają wpływ, w tym atrakcyjność inwestycyjną miasta, jakość życia w mieście czy też dostępne zachęty inwestycyjne.

### 3.2. Analiza statystyczna – wnioski

Największa część ankietowanych to osoby przebywające w Katowicach kilka razy w roku – 28,5% (76 głosów) oraz osoby bywające w Katowicach raz na kilka lat – 27,5% (74 głosy). Kolejno 20% (53 głosy) to badani, którzy byli w Katowicach po raz pierwszy, 14% (37 głosów) to respondenci przebywający w Katowicach codziennie, a 10% (26 głosów) to ci, którzy bywają w Katowicach kilka razy w miesiącu.

Prawie połowa ankietowanych (44%) ma pozytywne skojarzenia względem Katowic. To aż o 15 punktów procentowych więcej niż w 2015 r. Blisko połowa ankietowanych z grupy pozytywnych skojarzeń kojarzy Katowice z rozwojem (43%). Wynik ten potwierdza szybko zachodzące zmiany w Katowicach oraz to, że transformacja miasta jest coraz bardziej dostrzegalna. Nieco mniej badanych kojarzy Katowice z rozrywką (33%). Trzecim najczęściej wskazywanym skojarzeniem jest biznes (9%).

Większość ankietowanych z grupy negatywnych skojarzeń uważa, że Katowice słyną z przemysłu ciężkiego (94%). Warto nadmienić, iż nie pojawiły się negatywne konotacje związane z zanieczyszczeniem środowiska, co może oznaczać, że badani nie przekładają bezpośrednio przemysłu ciężkiego na zanieczyszczenie środowiska. Zaledwie 2% badanych z tej grupy utożsamia Katowice z nieprzyjemną atmosferą miasta.

Najwięcej pozytywnych skojarzeń pojawiało się wśród osób, które na stałe przebywają w Katowicach (68%). Podobnie sytuacja przedstawia się w grupie skojarzeń negatywnych – im rzadziej ankietowani bywają w Katowicach, tym więcej zauważają negatywnych skojarzeń. Odpowiedzi respondentów, którzy przebywają w Katowicach raz na kilka lat bądź byli w Katowicach po raz pierwszy, stanowią największy odsetek negatywnych skojarzeń.

Najbardziej pozytywnie Katowice są postrzegane w kontekście stopnia skomunikowania zewnętrznego (aż 201 głosów na 264 głosy udzielone) oraz względem stopnia przyjazności dla biznesu (również 201 głosów na 261 udzie-

lonych). Najwięcej negatywnych odpowiedzi pojawiło się w kategorii stopnia zazielenienia miasta (49 głosów na 265 udzielonych), choć przecież ponad 45% miasta to tereny zielone.

Bardzo mały odsetek ankietowanych uważa, że Katowice to miasto przestarzałe albo bardzo przestarzałe – wśród respondentów, którzy bywają w Katowicach raz na kilka lat bądź byli w Katowicach po raz pierwszy, pojawiają się jednak takie opinie (przestarzałe – respondenci kolejno 12% i 15% oraz bardzo przestarzałe – 1% i 4%).

Respondenci przebywający w Katowicach codziennie w przeważającej części uważają, że Katowice to miasto bardzo nowoczesne (16%) i nowoczesne (62%), choć, co interesujące, to ankietowani przebywający w Katowicach kilka razy w miesiącu mają największy udział w grupie pozytywnych odpowiedzi (nowoczesne – 31%, bardzo nowoczesne – 50%).

Katowice w kontekście stopnia zazielenienia są najkorzystniej postrzegane przez respondentów przebywających w Katowicach kilka razy w miesiącu (77% łącznie pozytywnych odpowiedzi) oraz przez badanych przebywających w Katowicach codziennie (51% łącznie pozytywnych odpowiedzi). Katowice według większości ankietowanych są bardzo dobrze i dobrze skomunikowane z innymi miastami. Najczęściej takich odpowiedzi udzielają respondenci, którzy przebywają w Katowicach na co dzień (90% łącznie pozytywnych odpowiedzi), jednak pozostali ankietowani (z wyłączeniem osób, które w Katowicach były po raz pierwszy) odpowiadali bardzo podobnie z różnicą zaledwie kilku punktów procentowych. Niewielu respondentów uważa, że Katowice są źle skomunikowane zewnętrznie, najczęściej takich odpowiedzi udzielały osoby, które po raz pierwszy odwiedziły Katowice.

Zdecydowana większość ankietowanych uważa, że Katowice są bardzo dobrze i dobrze skomunikowane wewnętrznie – 70% badanych, którzy przebywają w Katowicach codziennie oraz 72% respondentów, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu. Nieco mniejszy udział odpowiedzi pozytywnych pojawił się wśród osób, które bywają w Katowicach kilka razy w roku i raz na kilka lat, ale w dalszym ciągu to dobry wynik. Najwięcej neutralnych odpowiedzi udzielili ankietowani, którzy byli w Katowicach po raz pierwszy. Negatywne odpowiedzi pojawiły się sporadycznie, co jest doskonałym dowodem na to, że Katowice w tym kontekście są dobrze skomunikowane.

Przeważająca większość badanych jest zdania, że Katowice są bardzo przyjazne oraz przyjazne biznesowi. W każdym wymienionym powyżej aspekcie udział odpowiedzi wśród różnych grup ankietowanych jest bardzo zbliżony.

Katowice zostały najlepiej ocenione pod względem jakości infrastruktury transportowej oraz skuteczności promocji miasta – oba aspekty otrzymały równą liczbę głosów, tj. 162, co stanowi ponad 60% odpowiedzi w tych kategoriach. Najwięcej negatywnych odpowiedzi udzielali respondenci w aspekcie stanu środowiska naturalnego – 34 głosy, co stanowi niecałe 13% wszystkich odpowiedzi w tej kategorii.

Respondenci oceniają Katowice przeciętnie pod względem stanu środowiska naturalnego, z największym udziałem respondentów, którzy przebywają w Katowicach codziennie oraz reprezentantów innych firm. Pojawia się też sporo dobrych ocen wśród respondentów wszystkich grup. W kontekście dostępności terenów zielonych respondenci udzielali przede wszystkim dobrych oraz przeciętnych odpowiedzi. Blisko połowa respondentów ocenia jakość kulturalno-oświatową na dobrym poziomie. Średnio 23% wszystkich badanych uważa, że Katowice mają przeciętną ofertę kulturalno-oświatową. Około 44% badanych twierdzi, że Katowice oferują dobrą dostępność powierzchni biurowych. Nieco mniejszy udział mają oceny przeciętne – 24%. Ponad 40% ankietowanych ocenia dobrze infrastrukturę transportową, zaś około 20% ocenia ją bardzo dobrze oraz kolejne blisko 20% przeciętnie. Niemal identycznie Katowice zostały ocenione pod względem skuteczności promocji miasta. Wszystkie powyższe trendy odnoszą się do obu korelacji. Należy dodać, iż średnio około 18% w każdym aspekcie i w każdej z grup to osoby, które nie miały na ten temat zdania.

Najczęściej wymienianym czynnikiem mającym wpływ na atrakcyjność inwestycyjną Katowic jest wielkość ośrodka miejskiego – aż 204 ankietowanych ocenia ten aspekt pozytywnie i bardzo pozytywnie, co stanowi prawie 80% odpowiedzi w tej kategorii. Najbardziej negatywny wpływ, spośród badanych aspektów, ma stan środowiska naturalnego – 35 głosów, co stanowi prawie 14% wszystkich odpowiedzi w tej kategorii.

Średnio 51% badanych oceniło pozytywnie wpływ wielkości ośrodka miejskiego na atrakcyjność inwestycyjną miasta, zaś 29% ankietowanych oceniło ten aspekt bardzo pozytywnie. Z kolei 40% ankietowanych uważa, że wizerunek miasta ma pozytywny wpływ na jego atrakcyjność inwestycyjną. Bardzo proporcjonalne udziały mają oceny bardzo pozytywne i obojętne – średnio po około 24% i 25%. Wśród ocen bardzo pozytywnych pojawia się tendencja spadku udziału odpowiedzi pozytywnych względem częstotliwości pobytu w Katowicach. Najwięcej pozytywnych ocen pojawiło się wśród respondentów sektora usług nowoczesnych. Bardzo istotna z punktu widzenia ankietowanych jest liczba połączeń lotniczych w regionie – średnio około 42% pozytywnych odpowiedzi

oraz 26% bardzo pozytywnych. Udział w poszczególnych grupach ankietowanych względem obu korelacji jest w miarę proporcjonalny. Aż 40% ankietowanych uznało, że stan środowiska naturalnego jest średnio istotny pod względem atrakcyjności inwestycyjnej, zaś 30% uznało, że ma pozytywny wpływ. Oferta spędzania wolnego czasu jest istotna dla 37%, zaś obojętna dla 34%. Realizowane formy promocji miasta są oceniane pozytywnie średnio przez 48% respondentów, a największy udział mają tu ankietowani, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu oraz badani z sektora BPO/ITO/SSC/R&D/CC. Wszystkie powyższe trendy odnoszą się do obu korelacji. Średnio około 8% ankietowanych nie miało zdania na temat badanych aspektów, najczęściej były to osoby po raz pierwszy przebywające w Katowicach.

Najczęściej wskazywanym czynnikiem, który mógłby zwiększyć atrakcyjność inwestycyjną Katowic, jest dostępność i jakość zasobów ludzkich – otrzymał aż 186 głosów, co stanowi ponad 70% udziału wszystkich głosów w tej kategorii. Stosunek jakości zasobów ludzkich do ich kosztów otrzymał najwięcej odpowiedzi „w umiarkowanym stopniu”. Pojawia się bardzo mało odpowiedzi, że któryś z czynników wpływa na atrakcyjność inwestycyjną w niewielkim lub bardzo niewielkim stopniu – większość ankietowanych jest zdania, że jednak wszystkie czynniki mają większy bądź mniejszy wpływ na atrakcyjność inwestycyjną. Całkiem sporo pojawiło się odpowiedzi „nie mam zdania”, szczególnie w aspekcie dostępności informacji o obowiązujących przepisach prawnych oraz spójności procedur administracyjnych i szybkości wydawania decyzji – po 60 głosów, co stanowi po 22% w każdym z aspektów.

Średnio około 44% respondentów uważa, że poprawa dostępności i jakości zasobów ludzkich oraz zaplecza naukowo-badawczego w dużym stopniu mogłaby zwiększyć atrakcyjność inwestycyjną Katowic. Pozostałe analizowane czynniki są postrzegane jako również istotne z punktu widzenia zwiększania atrakcyjności inwestycyjnej Katowic, z tym że średni udział odpowiedzi z całej puli waha się między 35% a 29%, a więc jest to kilka punktów procentowych mniej od wyżej wymienionych czynników. Respondenci, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu, stanowią największą część badanych twierdzących, że poprawa wszystkich wymienionych czynników mogłaby w bardzo dużym stopniu zwiększyć klimat inwestycyjny Katowic. Nie we wszystkich analizowanych czynnikach w odpowiedziach „w dużym stopniu” udział respondentów przebywających w Katowicach na co dzień jest największy. Co interesujące, ankietowani z tej grupy stanowią dość duży udział odpowiedzi „w umiarkowanym stopniu”. Średnio 35% badanych, którzy byli w Katowicach po raz

pierwszy, nie ma zdania – w porównaniu do pozostałych grup respondentów stanowią największy udział tej grupy odpowiedzi. Najrzadziej nie mieli zdania ankietowani reprezentujący firmy doradcze – średnio 9%. Ta grupa respondentów również najczęściej przypisywała bardzo duże i duże znaczenie przełożenia poprawy badanych czynników na klimat inwestycyjny miasta.

Największe kwoty z budżetu miasta w latach 2016-2020 powinny zostać przeznaczone przede wszystkim na wspieranie przedsiębiorczości (17%), oświatę (16%) oraz infrastrukturę transportową (12%).

Największego wsparcia ankietowani oczekują w nawiązywaniu kontaktów biznesowych – 187 głosów, co stanowi ponad 72% udziału w tej kategorii oraz z różnicą 9, 9 i 5 punktów procentowych w odniesieniu do pozostałych aspektów. W kontekście ulg podatkowych, wsparcia marketingowego oraz employer brandingowego największego wsparcia oczekują respondenci, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu. Natomiast w kwestiach pomocy w nawiązywaniu kontaktów biznesowych oraz ze szkołami wyższymi największej pomocy upatrują ci ankietowani, którzy bywają w Katowicach raz na kilka lat. Średnio 36% badanych, którzy byli po raz pierwszy w Katowicach, nie ma zdania. Najczęściej pracownicy innych firm nie mieli zdania. Reprezentanci firm doradczych najrzadziej udzielali odpowiedzi „ani tak, ani nie”.

Spośród dostępnych zachęt inwestycyjnych w Katowicach najlepiej są oceniane: dostępność pomieszczeń na spotkania rekrutacyjne / treningi, dostosowywanie publicznego transportu pod inwestycję oraz wsparcie marketingowe. Większość zachęt inwestycyjnych jest najlepiej oceniana przez respondentów, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu, natomiast ankietowani, którzy przebywają w Katowicach codziennie, oceniają zachęty inwestycyjne przeciętnie. Bardzo wielu ankietowanych nie miało zdania – średnio 49% w każdym badanym aspekcie. Najczęściej to respondenci, którzy byli w Katowicach po raz pierwszy; średnio 71% nie miało zdania. Podobnie przedstawia się trend wśród ankietowanych, którzy bywają w Katowicach kilka razy w roku lub raz na kilka lat. Rozkład odpowiedzi w korelacji do typu firmy jest w miarę równomierny, brak widocznych trendów.

Wśród respondentów, którzy przebywają w Katowicach codziennie, aż 56% z nich jest zadowolonych z faktu zamieszkania w Katowicach, a 26% jest bardzo zadowolonych. Nieznaczną tylko część ma odmienne zdanie. Rozkład odpowiedzi bardzo dobrych jest równomierny, natomiast najwięcej dobrych ocen udzielali respondenci firm doradczych.

Wśród respondentów, którzy nie są mieszkańcami Katowic, 32% uważa przeprowadzkę do Katowic za bardzo nieprawdopodobną, a 23% za nieprawdopodobną. Z kolei 28% badanych twierdzi, że przeprowadzka do Katowic jest umiarkowanie prawdopodobna.

Respondenci, którzy przebywają w Katowicach kilka razy w miesiącu, uważają przeprowadzkę do Katowic za prawdopodobną najczęściej, tj. w 38%. Ta sama grupa twierdzi w 5%, że przeprowadzka do Katowic jest wysoce prawdopodobna – zasługuje to na uwypuklenie, ponieważ tylko respondenci z tej grupy udzielili takich odpowiedzi. Ankietowani, którzy bywają w Katowicach kilka razy w roku, w 34% uważają, że przeprowadzka do Katowic jest umiarkowanie prawdopodobna. Respondenci, którzy byli w Katowicach po raz pierwszy, najczęściej wskazują tę możliwość jako wysoce nieprawdopodobną – tak twierdzi aż 44% tej grupy ankietowanych.

Najchętniej przeprowadziliby się do Katowic pracownicy firm z sektora BPO/ITO/SSC/R&D/CC – 25% respondentów tej grupy uważa to za prawdopodobne. Niemal 36% ankietowanych innych firm rozważyłoby taką opcję – uznali oni to za umiarkowanie prawdopodobne. Ankietowani z tej samej grupy jednak najczęściej również uważają, że przeprowadzka do Katowic jest bardzo nieprawdopodobna – 45%.

## **Podsumowanie**

Podsumowując, należy stwierdzić, że sektor nowoczesnych usług biznesowych ma charakterystyczne czynniki lokalizacyjne. Są to: koszty, podaż kwalifikowanej siły roboczej, środowisko gospodarcze, potencjalny rynek zbytu, rodzaje ryzyka, jakość infrastruktury [Farrell, 2006].

Dla inwestorów ważna jest dostępność relatywnie tanich, dobrze wykwalifikowanych zasobów ludzkich, posługujących się biegle różnymi językami. Jednak w przypadku podobnych kosztów siły roboczej w porównywanych przez firmy miastach są brane pod uwagę inne czynniki, które stanowią o różnicy: jakość życia w mieście czy też zachęty inwestycyjne, które nie odgrywają kluczowej roli, ale są ważne z punktu widzenia wizerunku miasta [Micek, Działek, Górecki, 2010, s. 52].

Przeprowadzone badania pozwoliły na wskazanie czynników lokalizacji inwestycji z sektora nowoczesnych usług biznesowych oraz określenie poziomu atrakcyjności miasta dla przedstawicieli sektora nowoczesnych usług biznesowych. Przedstawiciele sektora nowoczesnych usług biznesowych pokazali, jak



analizują i oceniają miasta – co sądzą o Katowicach. Liczne i dobrze wykształcone zasoby ludzkie przyciągają do Katowic firmy z sektora nowoczesnych usług biznesowych. Jest to też związane z faktem, że 300-tysięczne Katowice są centrum 2-milionowej aglomeracji i firmy, które ulokują się w Katowicach, mogą czerpać z zasobów całej aglomeracji. Nie dziwi więc, że najczęściej wymienianym czynnikiem mającym wpływ na atrakcyjność inwestycyjną Katowic jest wielkość ośrodka miejskiego – aż 204 ankietowanych podczas konferencji ABSL w Katowicach oceniło ten aspekt pozytywnie i bardzo pozytywnie, co stanowi prawie 80% odpowiedzi w tej kategorii. Najbardziej negatywny wpływ spośród badanych aspektów ma stan środowiska naturalnego – 35 głosów, co stanowi prawie 14% wszystkich odpowiedzi w tej kategorii. Widać tu z kolei wpływ negatywnego dziedzictwa miasta przemysłowego.

Ankietowani chcieliby, aby miasto przeznaczało więcej środków na wspieranie przedsiębiorczości, oświatę oraz infrastrukturę transportową.

Bardzo istotna z punktu widzenia ankietowanych jest liczba połączeń lotniczych w regionie – średnio około 42% pozytywnych odpowiedzi oraz 26% bardzo pozytywnych. Niepokojący jest fakt, że wśród respondentów, którzy nie są mieszkańcami Katowic, 32% uważa przeprowadzkę do Katowic za bardzo nieprawdopodobną, a 23% za nieprawdopodobną. Z kolei 28% badanych twierdzi, że przeprowadzka do Katowic jest umiarkowanie prawdopodobna. Widać więc, że Katowice ciągle nie są postrzegane jako miasto na tyle atrakcyjne do życia, aby się do niego przeprowadzić, a jak przedstawiono tu wcześniej w części teoretycznej, jest to jeden z czynników brany pod uwagę przy wyborze lokalizacji dla nowych centrów firm z sektora nowoczesnych usług biznesowych.

## Literatura

- ABSL (2016a), *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Aglomeracji Katowickiej 2016*, Katowice.
- ABSL (2016b), *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2016*.
- ABSL (2017), *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2017*.
- Deloitte (2014), *Deloitte's 2014 Global Outsourcing and Insourcing Survey 2014 and beyond Deloitte.com*, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/strategy/us-2014-global-outsourcing-insourcing-survey-report-123114.pdf> (dostęp: 31.07.2017).
- Drobnik A. (2017), *Hybrydyzacja rozwoju – przypadkowość czy nowy wzorzec rozwoju* [w:] A. Drobnik (red.), *Nowe sektory gospodarki w rozwoju miasta – hybrydyzacja rozwoju*, Wydawnictwo UE, Katowice.
- Farrell D. (2006), *Smarter Offshoring*, "Harvard Business Review", No. 6, s. 84-92.

- Gerefi G., Fernandez-Stark K. (2010), *The Offshore Services Global Value Chain* [online], Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University, [http://www.cggc.duke.edu/pdfs/CGGC-CORFO\\_The\\_Offshore\\_Services\\_Global\\_Value\\_Chain\\_March\\_1\\_2010.pdf](http://www.cggc.duke.edu/pdfs/CGGC-CORFO_The_Offshore_Services_Global_Value_Chain_March_1_2010.pdf) (dostęp: 10.05.2017).
- Micek G., Działek, J. Górecki J. (2010), *Centra usług w Krakowie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Midelfart-Knarvik K.H., Overman H.G., Redding S.J., Venables A.J. (2000), *The Location of European Industry*, European Communities, „Economic Papers”, No. 142, April, Brussels, s. 32.
- Patkar M.R., Keskar Y.M. (2014), *Hybridization as a New Paradigm of Urban Development in Metropolitan City. Case of Pune City, India*, “International Journal of Innovative Research in Science Engineering and Technology”, Vol. 3, Iss. 1, January, s. 8529-8536.
- Puga D. (2001), *European Regional Policies in Light of Recent Location Theories*, CEPR Discussion Paper, No. 2767, April.
- Rybiński K. (2007), *Globalizacja w trzech odślonach. Offshoring, globalne nierównowagi, polityka pieniężna*, Difin, Warszawa.
- Tholons (2015), *Tholons Top 100 Outsourcing Destinations 2015*, [http://www.tholons.com/nl\\_pdf/Tholons\\_Whitepaper\\_December\\_2014.pdf](http://www.tholons.com/nl_pdf/Tholons_Whitepaper_December_2014.pdf) (dostęp: 9.06.2017).

### KATOWICE AS A LOCATION FOR THE INVESTMENTS OF THE MODERN BUSINESS SERVICES SECTOR

**Summary:** The sector of modern business services is developing very dynamically and has an impact on cities development in many countries. The sector has a very specific location factors. Last year the number of jobs in the business services sector in Poland increased by 32,000 to 244,000 people. Kraków, whose business services centers now have as many as 55,800 employees, remains the clear leader in the number of jobs in the sector. In Katowice Agglomeration in 74 BPO, SSC, IT, R&D centres work 16,500 people. The majority of them (51) in Katowice city. From the conducted study – personal interviews – results that the most frequently mentioned factor that influences the investment attractiveness of city Katowice is the size of the agglomeration. The most negative effect has the state of natural environment.

**Keywords:** modern business services sector, investment location factors, city investment attractiveness.