СТАНДАРТИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ТА СУПРОВОДУ ІНВЕСТОРІВ

Стандарти підготовлені Черкаською обласною державною адміністрацією на основі стандартів залучення та супроводу інвесторів, розроблених Державною установою «Офіс із залучення та підтримки інвестицій». Єдині стандарти роботи з інвесторами мають послугувати прозорості і зрозумілості бізнесу і влади та посприяти реалізації планів економічного розвитку територій Черкаського регіону.

UkraineInvest
Your Investment Matters

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ 5
РОЗДІЛ 1. СТАНДАРТИ ПІДГОТОВКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОПОЗИЦІЙ.5
1.1. Мета і система збору інформації 5
1.2. Підготовка інформації про пріоритетні галузі економіки, які мають найкращий інвестиційний потенціал 6
1.3. Пропозиції інвестиційних майданчиків 7
1.4. Індустріальний парк.....7
1.5. Науковий парк.....8
1.6. Інші бази даних.....9
1.7. Вимоги до інвестиційних пропозицій, що пропонуються інвестору ..9
2. СТАНДАРТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ 10
2.1. Маркетингова стратегія.....10
2.2. Маркетинговий план.....10
2.3. Інвестиційний веб-портал 11
2.4. Інвестиційний паспорт.....12
2.5. Інша продукція 13
2.6. Мультимедійна презентація.....13
2.7. Механізм прямого маркетингу 14
2.8. Брендинг, брендбук.....14
2.9. Інші маркетингові інструменти 16
3. СТАНДАРТИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА СУПРОВОДУ ІНВЕСТОРА 16
3.1. Забезпечення процедури першого контакту з інвестором 17
3.2. Часові рамки реагування на запити інвестора.....18
3.3. Підготовка інвестиційної місії та організація візиту інвестора 18
3.4. Стандарти проведення зустрічей з інвестором 20
3.5. Особливості зустрічей з іноземними інвесторами.....21
3.6. Ведення переговорів та прийняття інвестиційного рішення 21
4. СТАНДАРТИ ПІСЛЯІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ІНВЕСТОРА.....22
4.1. Продовження контактів з інвестором в процесі реалізації проекту 22
4.2. Підтримка планів розвитку компанії та реінвестування 23
Додаток 1.Форма подання інформації про галузі (сектори) економіки, які мають найкращий інвестиційний потенціал 25

Додаток 2.Інвестиційна пропозиція Greenfield 26
Додаток 3.Інвестиційна пропозиція Brownfield 28
Додаток 4.Форма для оренди (виробниче приміщення).....30
Додаток 5.Форма для оренди (офісне приміщення) 31
Додаток 6.Анкета проектної пропозиції 32
Додаток 7.Інвестиційний портал (приблизна структура) 34
Додаток 8.Структура інвестиційного паспорта.....36
Додаток 9.Основні джерела інформації, які рекомендуються для формування переліку міжнародних цільових інвесторів 37
Додаток 10.Найбільш поширена інформація, яка зустрічається в запитах інвесторів (для підготовки шаблону відповіді) 38

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стандарти залучення інвестицій та супроводу інвесторів (далі – Стандарти) розроблені з метою систематизації та впровадження кращих вітчизняних і світових практик управління інвестиційною діяльністю, як на регіональному так і на місцевому рівнях, для уніфікації та оптимізації процесу підготовки матеріалів та продуктів, зокрема у сфері територіального маркетингу, забезпечення діяльності з пошуку, залучення, супроводу та обслуговування інвесторів, сприяння реалізації інвестиційних проектів в Черкаській області.

Стандарти це - єдиний цілісний підхід до роботи з інвесторами та підвищення інвестиційної привабливості й інвестиційної активності територіальних громад регіону.

Стандарти містять:

1) стандарти підготовки інвестиційних пропозицій;

2) стандарти маркетингового просування інвестиційного потенціалу регіону;

3) стандарти залучення та супроводу інвестора;

4) стандарти післяінвестиційної підтримки інвестора.

РОЗДІЛ 1. СТАНДАРТИ ПІДГОТОВКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОПОЗИЦІЙ

1.1. Мета і система збору інформації

Для прийняття рішення щодо інвестування потенційний інвестор повинен отримати необхідну інформацію про регіон (місце можливої майбутньої інвестиції) в тій формі і через ті канали, які для нього є найбільш прийнятними.

Ступінь поширення інформації про відповідний регіон (район, місто, територіальну громаду), зокрема його конкурентні переваги та особливості, залежить від представників місцевої влади.

Інвестиційні пропозиції формують структурні підрозділи обласної державної адміністрації; профільні підрозділи районних державних адміністрацій, територіальних громад; юридичні та фізичні особи, та подають Департаменту регіонального розвитку Черкаської обласної державної адміністрації, який відповідає за формування інформаційних матеріалів та бази даних для інвесторів на регіональному рівні.

Інвестиційна пропозиція повинна містити:

- базову інформацію про об’єкт інвестування та його ключові переваги;

- відображати напрям, масштаб і обсяг необхідної інвестиції.

1.2. Підготовка інформації про пріоритетні галузі економіки, які мають найкращий інвестиційний потенціал

Зусилля із залучення інвестицій повинні бути зосереджені на кількох галузях, що мають суттєві переваги (в порівнянні з головними конкурентами), належать до ключових секторів зростання і сприяють нарощуванню потужностей місцевої економіки.

Для кожної з пріоритетних галузей (секторів) економіки необхідно визначити потенційні вітчизняні та закордонні компанії, які можуть генерувати мобільні проекти і відповідають цілям регіонального та місцевого розвитку.

Інформація про пріоритетні галузі (сектори) регіону подається згідно з визначеною формою (додаток 1) та повинна супроводжуватися ілюстраціями (графіками, діаграмами, малюнками, фотографіями тощо).

1.3. Пропозиції інвестиційних майданчиків

Підготовлені пропозиції інвестиційних ділянок типу «greenfield» (земельні ділянки) та «brownfield» (об’єкти промислової нерухомості) є основним джерелом інформації для інвестора, що дозволить йому порівняти декілька інвестиційних пропозицій (як у межах однієї територіальної одиниці, так і в інших місцях).

Інвестиційний тизер земельної ділянки чи об’єкта промислової нерухомості, що пропонуються для продажу чи оренди, повинен містити базову інформацію про об’єкт інвестування, його ключові переваги, відображати напрям, масштаб і обсяг необхідної інвестиції.

Інформація щодо наявних пропозицій інвестиційних майданчиків розміщується на веб-порталах: регіону (investincherkasyregion.gov.ua), району, міста, територіальної громади, а також використовується при підготовці інших інформаційних та презентаційних матеріалів про регіон.

Форми тизерів інвестиційних майданчиків (земельних ділянок, об'єктів промислової нерухомості, вільних виробничих та офісних приміщень) наведені у додатках 2-6.

1.4. Індустріальний парк

Індустріальний парк є однією з найоптимальніших форм для інвестування та ведення бізнесу (з огляду на швидкий «час до ринку», забезпеченість необхідною інженерно-технічною інфраструктурою та кваліфікованими послугами з боку керуючої компанії).

Індустріальний парк може стати вагомим фактором створення позитивного інвестиційного іміджу як фактору інвестиційної привабливості, не лише окремої територіальної громади, а й всього регіону. У разі успішного розвитку, сприятиме активізації інвестиційної діяльності в регіоні та матиме позитивний вплив на розвиток інвестиційної інфраструктури.

Індустріальний парк може бути створений як на майданчиках типу «грінфілд», так і на майданчиках типу «браунфілд». Територія «грінфілд» характеризується відсутністю на ній раніше збудованих об'єктів, це нові індустріальні парки, створені «з нуля», на територіях «браунфілд» можуть бути розташовані колишні промислові об’єкти.

Основними критеріями при створенні індустріального парку є:

- цільове використання та «юридична чистота» земельної ділянки;
- близькість до ключових магістралей, іншої транспортної інфраструктури (порти);
- наявність або близькість до інженерних комунікацій та мереж (електро-, газо-, водопостачання, водовідведення, телекомунікації тощо);
- наявність робочої сили в радіусі 30 км;
- наявність потенційних інвесторів та потенційної керуючої компанії;
- можливість співфінансування витрат розвитку інфраструктури парку з різних джерел (державний і місцевий бюджети, кошти бізнесу);
- узгодженість з іншими проектами, зокрема, щодо розвитку інфраструктури.

Порядок створення та діяльності індустріальних парків регламентується Законом України «Про індустріальні парки».

1.5. Науковий парк

Науковий парк є одним з ефективних інструментів інвестиційно-інноваційного розвитку території, дає можливість акумулювати зусилля наукових закладів та інноваційного бізнесу з метою підвищення технологічності місцевої економіки, сприяє розвитку підприємництва, стимулює інновації і нові технології в регіоні.

Оскільки науковий парк у Черкаській області відсутній, доцільно на початковому етапі створення консорціуму провідних університетів регіону із залученням українських та міжнародних інноваційних компаній

та експертів для вивчення зарубіжного досвіду щодо створення та функціонування наукових парків, та організація на цій основі інноваційного наукового парку.

Порядок створення та діяльності наукових парків регламентується Законом України «Про наукові парки».

1.6. Інші бази даних

Крім баз даних інвестиційних майданчиків (земельних ділянок та об'єктів промислової нерухомості) необхідно сформувати такі бази даних (зазначивши назву, вид діяльності, контакти):

1) діючих компаній, які можуть виступати в якості партнерів, постачальників та ін.;

2) інституцій, які можуть бути корисними для інвестора на різних етапах реалізації проекту (консалтингові, юридичні, рекрутингові компанії, інституції підтримки підприємництва, бізнес-асоціації);

3) компаній з іноземними інвестиціями, які працюють у регіоні.

1.7. Вимоги до інвестиційних пропозицій, що пропонуються інвестору

Інвестиційні пропозиції повинні відповідати таким вимогам:

- актуальність (інформаційні матеріали та бази даних необхідно оновлювати не рідше одного разу на рік, у т.ч. оновлюється інформація щодо появи нових інвестиційних майданчиків, змін у транспортній інфраструктурі, комунікаціях тощо);

- достовірність та надійність (усі дані, що містяться в інформаційних матеріалах та базах даних, повинні бути перевірені та підтверджені);

- візуалізація (інвестиційні пропозиції необхідно супроводжувати візуальними матеріалами: картами, фотографіями, актуальним планом

розвитку та схемою зонування, що демонструє цільове призначення земельної ділянки).

Інвестор має отримати необхідну інформацію про регіон у формі та через канали зв’язку, які для нього є найбільш прийнятними.

2. СТАНДАРТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

2.1. Маркетингова стратегія

Маркетингова стратегія – це окремий документ, спрямований на створення іміджу регіону (району, міста, територіальної громади) через формування обізнаності, інтересу та зацікавленості серед цільових аудиторій, передусім ділових кіл, інвесторів, підприємців, туристів, а також місцевих мешканців та жителів інших областей.

У маркетинговій стратегії необхідно відобразити якість середовища з точки зору розміщення інвестицій, зокрема, витрати на ведення бізнесу, «портфель територіальних продуктів», канали маркетингової комунікації; визначити потенційні вітчизняні та зарубіжні компанії, з якими регіон зацікавлений налагодити співпрацю з урахуванням інвестиційних пріоритетів, галузей економіки, які мають найкращий інвестиційний потенціал, та спроможності цих компаній реалізувати проекти, що відповідають цілям регіону.

Окрім основних етапів – позиціонування і просування території – маркетингова стратегія має передбачати належне організаційне забезпечення (ресурси, координація, моніторинг, контроль).

2.2. Маркетинговий план

Маркетинговий план – це окремий документ, спрямований на реалізацію маркетингової стратегії, в якому сформульовані основні цілі

та шляхи їх досягнення. Маркетинговий план відображає календарний план з визначеними датами підготовки (проведення, участі) до міжнародних, національних, регіональних заходів щодо підтримки та просування позитивного інвестиційного іміджу Черкаської області.

Маркетинговий план містить перелік маркетингових продуктів, які будуть створені чи оновлені, та визначає ключові заходи, що відбуватимуться за участі керівництва регіону.

Однією з основних складових маркетингового плану є його ресурсне забезпечення.

Маркетинговий план необхідно складати щорічно.

2.3. Інвестиційний веб-портал

Інвестиційний веб-портал (далі – портал) є ключовим маркетинговим інструментом, що покликаний розкривати інвестиційні можливості, демонструвати ключові переваги та розкривати інвестиційний потенціал територій регіону.

Портал – дієвий механізм взаємодії з потенційними і діючими інвесторами. Він виконує функцію зворотного зв’язку для оперативного розгляду запитів та звернень інвесторів. Згідно з опитуваннями інвесторів, кожний другий інвестиційний контакт забезпечується через портал.

На порталі можуть бути розміщені: інвестиційна онлайн-карта з відображенням пропозицій для інвестування та наявної інфраструктури, промоційний ролик та інвестиційний паспорт, мультимедійні презентації, брендбук, а також корисні посилання для інтеграції з іншими сайтами. Водночас, він не повинен бути перевантажений зайвою інформацією.

Інформаційне наповнення інвестиційного веб-порталу здійснюється двома основними мовами – українською та англійською, інші мови

(залежно від визначених цільових країн) можуть бути представлені у скороченій версії.

Пропозиції щодо змісту інвестиційного порталу наведені у додатку № 7.

2.4. Інвестиційний паспорт

Інвестиційний паспорт регіону (району, міста, територіальної громади) є найбільш повним джерелом інформації для інвестора, що поширюється під час зустрічей, інвестиційних заходів, надсилається за потреби каналами зв’язку.

Передача інвестиційного паспорта інвестору для початкового етапу контактів є невід'ємною частиною формування іміджу місцевої влади як професійного партнера в інвестуванні.

Основні вимоги до інвестиційного паспорта:

- чітка структура;

- достатня глибина розкриття інформації, її конкретність та лаконічність;

- наочність представленої інформації (використання фото, карт, схем, діаграм);

- існування електронного варіанта для швидкого вільного доступу потенційного інвестора до інформації.

Зазвичай на початку інвестиційного паспорта міститься звернення до інвесторів та коротка візитівка, далі – характеристика регіону (району, міста, територіальної громади), пропозиції до інвесторів, контакти.

Паспорт не повинен бути занадто великим (оптимальний обсяг: 25-30 сторінок – для регіонального рівня, 15-20 сторінок – для районів, міст, територіальних громад).

Приблизна структура інвестиційного паспорта представлена у додатку № 8.

2.5. Інша продукція

До інструментів інформаційно-маркетингового просування регіону також належать: інвестиційні буклети, брошури, спеціалізовані інформаційні листки, флеш-носії, CD та промоційні папки, в які вкладаються різноманітні матеріали (інвестиційний паспорт, інвестиційні пропозиції земельних ділянок та об’єктів виробничої нерухомості).

2.6. Мультимедійна презентація

Мультимедійна презентація є обов’язковим інструментом представлення регіону (району, міста, територіальної громади) під час зустрічей з інвесторами, на інвестиційних заходах. Її основною метою є розкрити основні конкурентні переваги території чи конкретної інвестиційної пропозиції.

Відмінністю мультимедійної презентації є особлива насиченість змістом та інтерактивність, тобто здатність певним чином змінюватися й реагувати на дії користувача.

Мультимедійна презентація крім текстових матеріалів, фотографій, діаграм та графіків, слайд-шоу й анімації (які застосовуються в звичайній ppt-презентації), може додатково містити звукове оформлення і дикторський супровід, відеофрагменти, тривимірну графіку тощо.

Дослідження показують, якщо під час презентації використовується тільки канал словесної комунікації, слухачі добре сприймають близько 30 % інформації. З огляду на це, слід уникати слайдів з довгими словесними текстами та перевантажувати слухачів контентом (за потреби можна роздати спеціально підготовлений додатковий матеріал). У той же час доповнення презентації візуальною складовою може збільшити частку сприйняття до 80 %.

Загалом, оптимальною кількістю слайдів вважається 10-15 (не враховуючи додаткових графіків чи діаграм), а тривалість

мультимедійної презентації, як правило, не повинна перевищувати 15 хвилин. У разі поєднання словесної і мультимедійної презентацій сукупно вони не повинні перевищувати 30 хвилин.

З урахуванням зазначеного, мультимедійна презентація є важливим інструментом ефективного просування інвестиційного потенціалу регіону чи конкретної інвестиційної пропозиції.

2.7. Механізм прямого маркетингу

Прямий маркетинг являє собою прямі комунікації з визначеними цільовими компаніями, в яких зацікавлений регіон. Він здійснюється найчастіше у вигляді індивідуалізованого діалогу (direct mail) з метою отримання відгуку щодо можливої зацікавленості інвестора в інвестуванні та побудові довгострокових відносин. Для цього, як правило, необхідно визначити потенційні країни-інвестори та сформувати перелік провідних компаній (базу даних) передусім у 5-6 галузях економіки, які мають найвищий інвестиційний потенціал в регіоні. При цьому, особливу увагу слід приділити тим компаніям, які вже працюють в Україні, а також тим, що демонструють найбільш швидкі темпи зростання та впроваджують найновіші технології.

Також потрібно володіти інформацією щодо країн-конкурентів у відповідних сегментах ринку та місця України серед них, та інформацією щодо тих, хто є потенційними конкурентами в інших регіонах України.

Основні джерела інформації, які рекомендуються для формування переліку міжнародних цільових інвесторів, наведені у додатку № 9.

2.8. Брендинг, брендбук

Створення бренду регіону та його продуктів є одним із елементів інвестиційно-маркетингової стратегії, спрямований на досягнення потрібної репутації та формування привабливого іміджу регіону. Це,

передусім, засіб економічної конкуренції та знаряддя боротьби за визнання, додатковий важіль залучення інвестицій у розвиток регіону (району, міста, територіальної громади).

Серед основних критеріїв, на основі яких формується бренд, можна виділити такі:

- міжнародне значення (внесок місцевості у світовий прогрес);

- місце розташування (мальовничість та клімат місцевості), історія та традиції;

- потенціал (економічні та освітні можливості, що можуть бути запропоновані його гостям, та представникам бізнесу);

- ритм життя (кількість привабливих занять та розваг);

- умови (наявність необхідних побутових умов та ступінь розвиненості інфраструктури для проживання і ведення певної діяльності);

- люди (загальна безпека, дружнє ставлення до гостей, готовність працювати в компанії інвестора).

Брендбук (BrandBook) – офіційний документ, який розкриває сутність та індивідуальність бренду. Він забезпечує дотримання стандартів щодо особливостей розміщення графічної, шрифтової, кольорової символіки регіону (району, міста, територіальної громади). Основні елементи брендбуку: логотип (оригінальний графічний символ), текстовий рекламний слоган, фірмова кольорова палітра та шрифти.

Як правило, розробляється кілька носіїв фірмового стилю: візитівки, бланки, конверти, пакети, папки, календарі, вказівники, сувенірна продукція, буклети тощо.

Прикладом може бути бренд Черкаської області зі слоганом Черкащина – місце сили (www.brand.ck.ua).

2.9. Інші маркетингові інструменти

Іншими, не менш важливими, маркетинговими інструментами прямого просування є:

- проведення інвестиційних форумів та інвестиційних конференцій;
- організація виставок та участь в інвестиційних ярмарках, різноманітних інвестиційних заходах та подіях;
- розміщення реклами в засобах масової інформації;
- організація спільних з представниками бізнесу роуд-шоу (roadshow) тощо.

Непрямий метод просування здійснюється зовнішніми установами (дипломатичними представництвами, національним інвестиційним агентством, торгово-промисловими палатами, торговими представництвами, бізнес-асоціаціями та іншими).

Ефективною формою непрямого просування є створення сприятливого інвестиційного клімату та позитивного іміджу регіону поміж підприємців та діючих інвесторів, заохочування їх просувати імідж серед підприємств своєї країни.

3. СТАНДАРТИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА СУПРОВОДУ ІНВЕСТОРА

Процес пошуку та залучення інвестора передбачає вчинення комплексу дій членами команди, яка відповідає за стан інвестиційної діяльності в регіоні.

Важливим є започаткування та налагодження ділових контактів з потенційним інвестором. Непрофесійна поведінка, брак досвіду, знань та практичних навичок можуть призвести до втрати потенційного інвестора на будь-якому етапі інвестиційного процесу та негативно вплинути на імідж регіону. Адже іноземний інвестор розпочинає планування нового

інвестиційного проекту з «широкого списку» (long list), до якого потрапляє до десяти країн і кілька десятків інвестиційних майданчиків, а згодом розглядає вже «короткий список» (shortlist), у якому, як правило, залишаються лише 4-5 пропозицій. Тому фаховий підхід до роботи з інвестором суттєво підвищує шанси в отриманні інвестиції.

3.1. Забезпечення процедури першого контакту з інвестором

Найчастіше перший контакт потенційного інвестора з представниками регіону (району, міста, територіальної громади) здійснюється шляхом надсилання інвестиційного запиту на електронну пошту.

Представники інвестора, зазвичай, намагаються таким чином отримати базову інформацію про місцевість, регіон чи окрему територію, інвестиційні пропозиції.

Стандарти взаємодії з інвестором вимагають оперативного підтвердження отримання запиту, який має бути зроблено протягом 24 годин з моменту його отримання з дотриманням стандартів офіційного ділового електронного листування.

Діловий етикет вимагає висловити вдячність за проявлений інтерес та повідомити контактні дані посадової особи, яка призначена відповідальною за підготовку відповіді. Також позитивне враження може справити підтвердження отримання запиту по телефону. Це повинна зробити посадова особа, відповідальна за контакти з інвесторами.

Неприпустимою є підготовка поверхневої відповіді чи інформації, зокрема, надання інвестору поради звернутися за інформацією до відповідного веб-сайту.

Найпоширеніші запитання, які зустрічаються у зверненнях (запитах) інвесторів наведені у додатку № 10.

3.2. Часові рамки реагування на запити інвестора

Часовий інтервал реагування на отриманий запит інвестора становить:

- підтвердження отриманого по електронній пошті або по факсу запиту – не більше 24 годин з моменту отримання запиту;

- надання відповіді на додаткові питання, поставлені інвестором, – до 48 годин після отримання запитань;

- у разі, якщо запит інвестора потребує пошуку інформації та передбачає надання значного її обсягу, термін не повинен перевищувати 7 днів, про що необхідно додатково повідомити інвестора;

- у разі, якщо інвестор зателефонував, але не отримав фахової відповіді через відсутність співробітників, максимальний час, щоб йому перетелефонувати, становить 24 години, але за можливості бажано зконтактувати протягом поточного дня.

Зазначені часові рамки не включають вихідні та святкові дні (про що слід повідомити інвестора).

У разі відправки частини матеріалів поштою, слід повідомити одержувача про відправку посилки (бандеролі).

Інформація щодо звернення інвестора (суть звернення, тематика запитуваної інформації, ім'я, контактні дані, назва установи (компанії) вноситься до загальної бази інвестиційних запитів, яку узагальнює відповідний структурний підрозділ.

3.3. Підготовка інвестиційної місії та організація візиту інвестора

Організація зустрічі з потенційним інвестором вимагає ретельної підготовки та проведення наради, на якій має бути з’ясовано такі питання:

- мета зустрічі та очікування з боку інвестора;

- очікування з боку посадових осіб громади, де планується інвестиція;

- сценарій зустрічі (дата і місце проведення, час, тривалість, робоча мова, потреба в перекладі, частування для інвестора (вибір та бронювання місця), засоби транспорту для зустрічі та відвідування інвестиційних майданчиків, визначення відповідальних осіб за підготовку та ведення протоколу (якщо передбачено);

- склад представників інвестора: кількість осіб, їх посади, функціональні обов'язки;

- склад представників приймаючої сторони із зазначенням ролі кожного з них;

- доцільність участі в засіданні представників зовнішніх установ;

- доцільність участі в засіданні зовнішніх експертів (співробітників енергетики, земельних ресурсів);

- підготовка рекламних та промоційних матеріалів.

Слід зауважити, що у таких зустрічах повинні брати участь тільки абсолютно необхідні співробітники, як правило, не більше трьох осіб.

Представник інвестора може вважати, що питання, які розглядатимуться, носять конфіденційний характер, отже, наявність занадто великої кількості сторонніх осіб, може бути погано сприйнята. Потрібно дотримуватися принципу, що чисельність представників приймаючої сторони не повинна значно перевищувати кількість гостей.

Щодо планування зустрічі, то оптимальним є час між 10:00 і 14:00. Процедура підтвердження зустрічі відбувається не пізніше, як за два дні до запланованої дати візиту інвестора та передбачає погодження її сценарію, уточнення інформації про діяльність інвестора, його потреби (розмір земельної ділянки, площа виробничих приміщень, вимоги до інфраструктури, постачальників, потенційна кількість працівників тощо) та очікування від візиту. Важливо отримати перелік критеріїв, якими

керується інвестор при виборі місця розташування інвестиції, та які пріоритети має інвестор при виборі місця.

3.4. Стандарти проведення зустрічей з інвестором

Зустрічі на обласному, районному чи міському рівні мають приблизно однаковий сценарій. Перша зустріч не повинна проводитися за межами адміністрації (офісу), інвестору (представникам потенційного інвестора) необхідно продемонструвати ділове середовище і ключових співробітників, з якими вони будуть взаємодіяти у майбутньому.

Офіційна зустріч з інвестором, залежно від рівня представництва, проводиться під головуванням голови (якщо це стратегічний для регіону інвестор) або заступника голови з інвестиційних питань.

Зустріч повинна починатися з представлення учасників та обміну візитівками. Після відкриття зустрічі учасникам пропонується чай та кава, презентуються інвестиційні пропозиції регіону (району, міста, територіальної громади).

Презентацію проводить голова, заступник голови або керівник, структурного підрозділу із залучення інвестицій; вона не повинна тривати більше 30 хвилин.

Після презентації надається час для запитань та обговорення інвестиційних пропозицій, підбиваються підсумки зустрічі. За потреби, інвестору у зручний спосіб надається (надсилається) додатковий матеріал.

У разі відвідування інвестиційного майданчика, слід передбачити необхідний транспорт, документацію з питань нерухомості і землекористування, звернути увагу, на відповідність статусу представника влади, який супроводжує інвестора.

Поїздку бажано спланувати так, щоб максимально продемонструвати завершені інвестиції в інфраструктуру і проекти, що

демонструють ефективну діяльність місцевої влади, виробничі та офісні приміщення вітчизняних і зарубіжних інвесторів, житлові будинки високого стандарту, готелі тощо.

3.5. Особливості зустрічей з іноземними інвесторами

Під час організації та проведення зустрічі з іноземним інвестором необхідно враховувати правила дипломатичного протоколу, культурні відмінності, а також приділити увагу рівню володіння іноземними мовами (передусім англійською) співробітниками, що працюють з інвесторами. Важливо також розробити внутрішні стандарти поведінки посадових осіб.

Позитивне враження формує вивішування перед будівлею обласної державної адміністрації (районної чи міської ради) поруч з прапором України прапору країни інвестора.

Правилами проведення зустрічі з іноземними інвесторами передбачається:

- встановлення на столі для переговорів прапорців країн-учасників;
- розміщення учасників зустрічі за столом переговорів відповідно до норм дипломатичного протоколу;
- запрошення кваліфікованого перекладача для забезпечення комунікації мовою інвестора;
- підготовка інвестиційних матеріалів та візитівок англійською мовою або мовою країни-інвестора;
- врахування традицій та менталітету інвестора, дотримання кодексу поведінки, прийнятої в країні гостей.

3.6. Ведення переговорів та прийняття інвестиційного рішення

До початку переговорів необхідно визначити, як швидко місцева влада може переконати інвестора розпочати бізнес, та, залежно від

зацікавленості в інвесторі, розробити сценарії певних поступок, на які готові піти.

Приміщення, у якому буде проводитися зустріч, повинно відповідати вимогам щодо зручності та комфортності.

Дружня атмосфера та доброзичливість приймаючої сторони можуть позитивно вплинути на рішення інвестора про місце розташування інвестиції.

Важливим елементом по завершенню переговорів є підписання сторонами протоколу (меморандуму), який стане основою для прийняття інвестиційного рішення та реалізації інвестиційного проекту.

Одним з важливих показників надійності місцевої влади є збереження конфіденційності підсумків переговорів з інвестором. Будь-яка інформація про поточні переговори не може оприлюднюватися в засобах масової інформації без згоди інвестора.

Передчасне розкриття деталей запланованих інвестицій може призвести до розриву стосунків, оскільки інвестор вважатиме це ознакою відсутності професіоналізму.

4. СТАНДАРТИ ПІСЛЯІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ІНВЕСТОРА

4.1. Продовження контактів з інвестором в процесі реалізації проекту

Контакти органів влади не закінчуються після рішення інвестора розпочати діяльність в регіоні. Інвестор, як правило, розраховує на підтримку місцевої влади під час здійснення інвестиції та в процесі функціонування виробництва.

Післяінвестиційна підтримка є ознакою професійного супроводу інвестора і може полягати в:

регулярному відвідуванні виробничих об’єктів;

залученні інвестора до участі у формуванні інвестиційної політики відповідного регіону;

налагодженні необхідних контактів з інституціями центрального рівня чи нових контактів з місцевим бізнесом та навчальними закладами;

сприянні у підготовці кваліфікованих кадрів для потреб інвестора;

своєчасному отриманні необхідних погоджень і дозволів;

вирішенні поточних проблем, з якими стикається інвестор під час здійснення господарської діяльності тощо.

Важливим механізмом співпраці є заохочення інвестора до місцевих ділових та соціальних ініціатив, відзначення подій, організації різноманітних заходів, спонсорства та благодійності.

При цьому, владі та громадськості необхідно надавати публічності та схвальної оцінки внеску інвестора в економічний і соціальний розвиток території, а також поширювати відповідну інформацію в засобах масової інформації.

Необхідно докладати всіх зусиль, щоб запобігти виведенню інвестиції з регіону, що може призвести не тільки до економічних, а й іміджевих втрат. Водночас, ефективна співпраця сприятиме збільшенню інвестицій, оскільки демонстрація успішної практики є одним з найефективніших інструментів маркетингового просування території.

4.2. Підтримка планів розвитку компанії та реінвестування

Для місцевого економічного розвитку важливо спонукати інвесторів до розширення існуючого виробництва, реалізації нових проектів. Кожну інвестицію слід розглядати як каталізатор для подальших інвестицій і створення нових робочих місць.

Згідно міжнародних досліджень, витрати місцевої влади на реінвестування, впровадження нового проекту діючим інвестором вимагає у 7-9 разів менше зусиль, ніж на залучення нового інвестора.

Додаток 1.

Форма подання інформації про галузі (сектори) економіки, які мають найкращий інвестиційний потенціал

№ п\п	Рубрика	Зміст	Додаткова інформація, яка може бути розміщена
1	Коротка інформація про галузь (сектор)	Місце галузі в економіці країни та регіону. Темпи розвитку галузі, показники виробництва. Виробнича база. Основні компанії. Задіяний людський ресурс, заробітна плата.	Діаграма
2	Основні підгалузі, сектори (коротко, якщо стосується)	Потенціал для розвитку, зростання ринку, експорту і привабливі для інвесторів.	Показники (графік, таблиця)
3	Перспективи зростання	Основні аргументи (конкурентні переваги й можливості) для розвитку галузі. Доступність ресурсів, витрати і якість виробництва. Логістика, легкість і швидкість доступу до основних виробників (постачальників) і ринків. Внутрішній і зовнішній ринок, потенціал зростання продажів.	Діаграма, графік
4	Людський ресурс	Чисельність кваліфікованої та потенційної робочої сили. Навчальні та наукові (науково-дослідні) заклади, можливість впровадження інновацій.	Таблиця, діаграма
5	Інвестиції	ПІІ в галузь. Перелік транснаціональних компаній (світових брендів). Приклад успіху (коротко).	Діаграма, фото, лого
6	Експорт	Показники (структура) і динаміка експорту.	Діаграма

Обсяг матеріалу повинен складати 250-300 слів без врахування діаграм, графіків, таблиць тощо.

Додаток 2.

Інвестиційна пропозиція Greenfield

Локалізація	Назва вулиці	
	Район (в місті), місцевість	
	Географічні координати	
	Кадастровий номер (у разі наявності)	
Властивості місцевості	Максимально доступна площа (як одна ділянка), га	
	Класифікація виду цільового призначення земельної ділянки (назва, код)	
	Можливості для розвитку (короткий опис); відстань від ділянки до межі житлової зони (км)	
Інформація про власність	Орієнтовна ціна землі (грн/м^2)	
	Форма власності (державна, комунальна, приватна)	
	Власник(и) (назва, контактний телефон, e-mail)	
	Наявність актуального концептуального дизайну (Так/Ні)	
	Зонування; у межах/за межами населеного пункту	
Характеристика землі (ділянки)	Вид грунту на ділянці (га)	
	Різниця в рівні землі (м)	*(вказати максимальну різницю між найнижчим та найвищим пунктом ділянки)*
	Використання землі: - попереднє - на даний час	
	Забрудненість ґрунтових та підгрунтових вод (Так/Ні)	
	Рівень підгрунтових вод (м)	
	Чи були проведені геологічні дослідження ділянки (Так/Ні)	
	Ризик затоплення чи зсувів землі (Так/Ні)	
	Підземні перешкоди (Так/Ні)	*(напр. підземні комунікації)*
	Наземні та повітряні перешкоди (Так/Ні)	*(напр. ЛЕП)*
	Екологічні обмеження (Так/Ні)	
	Будинки чи інші конструкції на ділянці (Так/Ні)	
Транспортне положення	Доступ доріг до ділянки (вид та ширина доступної дороги)	
	Найближча автомагістраль/дорога національного значення (км)	
	Морські та річкові порти в радіусі до 200 км	
	Залізнична вантажна станція (км)	
	Залізнична під'їзна колія (км)	

	Найближчий діючий аеропорт (км)	
	Найближчий морський порт (км)	
Наявна інфраструктура	Електрифікація (Так/Ні)	
	● точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)	
	● напруга електричного току (кВТ)	
	● допустима електрична ємність (MW)	
	Газифікація (Так/Ні)	
	● точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)	
	● показник теплотворної здатності (MJ/Nm^3)	
	● діаметр труби (мм)	
	Водопостачання (Так/Ні)	
	● точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)	
	● допустима пропускна здатність ($м^3$/24 г)	
	Водовідведення (каналізація) (Так/Ні)	
	Телекомунікації (Так/Ні)	
	● точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)	
	Орієнтовна вартість підведення інженерних мереж (вказуються витрати на підведення необхідних комунікацій)	
Поточний стан справ (наявність необхідних дозволів, результати зміни призначення земельної ділянки, тощо)		
Можливості державної підтримки		
Можливості місцевої підтримки		
Інші актуальні коментарі		
Пропозиція підготовлена	*ПІП, посада, контактні телефони, e-mail тощо*	
Контактна особа	*ПІП, посада, контактні телефони, e-mail тощо*	

Обов'язкові додатки:

- ●карта ділянки (включаючи інфраструктуру на ділянці та транспортну розв'язку);
- ●актуальний план розвитку ділянки (детальний план території земельної ділянки);
- ●3-5 фотографій (з різних позицій) високої якості, на яких зображено весь вид ділянки;
- ●знімки з висоти (у разі наявності).

Додаток 3.

Інвестиційна пропозиція Brownfield

1. Загальна інформація	
Назва об'єкта	
Локалізація об'єкта:	
● район	
● населений пункт, вулиця	
● географічні координати	
2. Інформація про власника:	
Форма власності	
Власник	
Код за ЄДРПОУ	
Юридична адреса	
Поштова адреса	
Телефон, факс, e-mail	
Веб-сайт	
3. Основна інформація про промислову ділянку/виробничу площу:	
Рік прийняття в експлуатацію	
Функціональне призначення:	
● попереднє	
● теперішнє	
Кількість поверхів будівлі, в якій розміщені вільні виробничі площі	
На якому поверсі знаходяться вільні виробничі площі	
Розміри виробничої площі:	
● довжина, м	
● ширина, м	
● висота, м	
● площа, тис. кв. м	
Площа додаткових приміщень:	
● складські приміщення, м^2	
● адміністративні приміщення , м^2	
● інші, м^2	
Загальна площа території, на якій розташовані виробничі площі, тис. м^2	
4. Транспортне сполучення:	
Найближчий районний центр (*назва міста та відстань до нього в км)*	
Найближчий обласний центр (*назва міста та відстань до нього в км)*	
Найближча автомагістраль/дорога національного значення (*номер дороги та відстань до неї в км)*	
Найближча залізнична вантажна станція (*назва та відстань до неї в км)*	
Наявність під`їзної залізничної колії (так/ні)	
Найближчий аеропорт та відстань до нього (*назва та відстань до нього в км)*	
5. Інфраструктура:	

Наявність газопостачання (так/ні) ● яким є резерв потужності, $м^3$/год.	
Наявність електропостачання (так/ні) ● яким є резерв потужності, кВт/год.	
Наявність водопостачанням (так/ні) ● яким є резерв потужності, $м^3$/год.	
Наявність водовідведення (так/ні) ● яким є резерв потужності, $м^3$/год.	
Наявність діючої системи опалення (так/ні)	
Як можна забезпечити навантажувально-розвантажувальні операції	
Технічний стан (досконалий, добрий, середній, поганий)	
6. Умови використання/придбання:	
Власність (так/ні)	
Постійне користування (так/ні)	
Оренда (так/ні)	
Інше (зазначити)	
Вартість оренди/продажу	
7. Додаткова інформація	
Контактна особа (прізвище, ім`я, посада)	
Телефони	
E-mail	

Обов’язкові додатки:

- карта ділянки (включаючи інфраструктуру на ділянці та транспортну розв’язку);
- детальний план території земельної ділянки
- 3-5 фотографій (з різних позицій) високої якості, на яких зображено весь вид споруд (зовні та всередині).

Додаток 4.

Форма для оренди (виробниче приміщення)

Назва об’єкту: _____

Адреса: _____
координати для відображення на карті: _____

Характеристика:
- кількість поверхів: _____
- виробнича площа : _____ м^2
- офісні приміщення: _____ м^2
- термін здачі в експлуатацію: _____ рік
- ремонт (дата, вид): _____
- висота [м]: _____
- вантажопідйомність: _____
- загальна площа земельної ділянки: _____ м^2

Вид договору: оренда/продаж/…. _____
- вартість оренди за 1 м^2: _____ грн/ _____ $
- вартість продажу: _____ грн.

Інфраструктура:
- під'їзні шляхи для вантажного транспорту
  - автомобільні _____
  - залізнична гілка _____

Послуги:
- електрика _____
- вода _____
- система каналізації _____

Відстань до:
- швидкісна дорога (автомагістраль): _____ км
- дорога державного значення: _____ км
- залізнична станція: _____ км
- морський (річковий) порт: _____ км
- аеропорт: _____ км

Обов’язкові додатки:
- карта ділянки (включаючи інфраструктуру на ділянці та транспортну розв’язку);
- детальний план території земельної ділянки
- 3-5 фотографій (з різних позицій) високої якості, на яких зображено весь вид споруд (зовні та всередині).

Додаток 5.

Форма для оренди (офісне приміщення)

Назва об’єкту: _____

Клас: A/B/C _____

Адреса: _____

- координати для розміщення на карті _____

Характеристика:

- поверх: _____
- загальна площа: _____ м^2
- пропонована площа: _____ м^2
- вартість оренди за 1 м^2: _____грн/ _____ $
- операційна вартість (витрати на комунальні послуги): _____ грн
- термін здачі в експлуатацію: _____ рік
- ремонт: _____
- вид договору: оренда/продаж/….

Стандарти:

- кондиціонер _____
- підлога _____
- підвісна стеля_____
- телефонні кабелі _____
- прокладка силових кабелів _____
- комп'ютерні кабелі _____
- стіни (перегородки) _____
- безпека/ охорона_____
- детектори диму _____
- волоконна оптика (оптика) _____
- розподільний щит _____
- вікна (матеріал/відкриваються)_____
- пандус _____

Обов’язкові додатки:

- карта ділянки (включаючи інфраструктуру на ділянці та транспортну розв’язку);
- 3-5 фотографій (з різних позицій) високої якості, на яких зображено весь вид споруд (зовні та всередині).

Додаток 6.

Анкета проектної пропозиції

Загальний опис проекту	
Опис проекту	*(короткий опис проекту, включаючи основні переваги для інвестора, як цей проект/компанія заробляє гроші та як буде заробляти більше з інвестиціями)*
Продукція/ послуги	*(яку продукцію/послуги очікують виробити/надати, зазначити митний код)*
Огляд ринку	*(цільові клієнти та ринки збуту)*
Рівень готовності проекту	*(проектна пропозиція, ТЕО, бізнес-план, проектно-кошторисна документація)*
Необхідні інвестиції	
Сума та тип	*(загальний обсяг інвестицій, в т.ч. інвестованих власних коштів та потреба в інвестиційних коштах;* *тип інвестицій: акції, заборгованість, спільне підприємство, кредит, продаж майнових прав)*
Деталі	*(терміни та розподіл інвестицій за видами /активи,* *очікувана внутрішня норма прибутковості,* *термін окупності проекту з моменту запуску (років)*
Розміщення та інфраструктура	
Розміщення	*(розміщення проекту; відстань до області/обласних центрів, км)*
Земельна ділянка	**Площа** *(зазначити площу земельної ділянки в кв. метрах)* **Правовий статус** *(форма власності)* **Цільове призначення** *(відповідно до КВЦПЗ)* **Поточне використання** **Примітки по проекту** *(будь-які будівлі/конструкції/дерева, сусідні ділянки, які можуть впливати на проект і т.ін.)*
Інфраструктура	**Доступ до транспортної інфраструктури** *(відстань до найближчих транспортних шляхів та інфраструктури - аеропорт, річковий порт, залізниця і т.д.)* **Наявність і відстань до комунальної інфраструктури** *(наявність та відстань до водо-, газо-, електропостачання, каналізації, їхня характеристика та потужності і т.ін.)*
Ресурси та послуги	
Доступ до ресурсів та послуг	**Наявність необхідних ресурсів**

	(які ресурси необхідні, джерела постачання)
Характеристика існуючого майна	**Наявність будівель/структур та їхня характеристика** *(будівлі, які можуть бути використані для реалізації проекту: план розташування, площа, кількість поверхів, технічний стан, чи потрібен ремонт або демонтаж)* **Наявне обладнання** *(коротка характеристика, чи потребує ремонту або демонтажу)*
Наявність та якість робочої сили	*(наявність людських ресурсів з відповідними навичками та кваліфікацією, спеціалізованих навчальних закладів, приклади аналогічних проектів / підприємств в регіоні, середньої заробітної плати та рівень безробіття в регіоні)*
Регуляторні положення	
Необхідні дозволи та ліцензії	*(список ліцензій, час необхідний для їхнього отримання)*
Екологічні вимоги та обмеження	*(якщо є)*
Існуючі пільги та стимули	*(якщо є)*
Інше	
Інше	*(інша відповідна інформація, наявність фінансової звітності з аудиту, інші ключові фінансові показники, зацікавлені співінвестори і т. ін..)*
Інформація про ініціатора проекту	*(назва підприємства, що потребує інвестицій, код ЄДРПОУ, юридична адреса, телефон, e-mail, веб-сайт)*
Контактні деталі	*(посада, прізвище , ім'я, по-батькові, телефон, e-mail)*

Додаток 7.

Інвестиційний портал (приблизна структура)

Чому _____?	Економіка	Ведення бізнесу	Міжнародна співпраця	Галузі з найвищим інвестиційним потенціалом	Пропозиції для інвесторів	Контактна інформація
Візитівка регіону / міста	Економічні показники	Форми ведення господарської діяльності	ПІІ	Харчова промисловість	Індустріальний парк	Департамент економіки та інвестицій
Географічне положення, природні ресурси, клімат	Найбільші підприємства	Реєстрація бізнесу	Найбільші компанії з іноземними інвестиціями	Переробна промисловість	Земельні ділянки типу «greenfield»	Звертайтесь до нас
Транспортна інфраструктура, логістика	Промисловість	Податкове законодавство	Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями	Машинобудування	Земельні ділянки типу «brownfield»	Анкета інвестора
Людські ресурси, ринок праці	Будівництво	Митне законодавство	Експорт	IT, телекомуніка ції, електроніка	Виробничі та складські приміщення	
Освіта, підготовка кадрів	Енергетика	Трудове законодавство	Імпорт	Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D)	Офіси	
Охорона здоров’я, культура, дозвілля, відпочинок	Транспорт, зв'язок, телекомунікації	Працевлаштування іноземців		Бізнес послуги		
Туризм, курорти і рекреації	Малий та середній бізнес	Інвестиційні стимули		Туризм		
Якість життя		Місцеві правила забудови				

Додаткові опції (банери) для розміщення на інвестиційному порталі

Новини

10 причин інвестувати

Анкета для оцінки інвестиційного клімату

Виставки та ярмарки

Корисні посилання (лінки)

Компанії регіону (база даних)

Інвестори про область / район / місто / територіальну громаду

Інші (потребують залучення додаткового фінансування):

- інтерактивна інвестиційна карта
- інвестиційний паспорт
- промоційні ролики регіону, які відображають інвестиційну та туристичну привабливість)

Додаток 8.

Структура інвестиційного паспорта

Розділ 1. ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

1.1. Вітальне слово голови.
1.2. Візитівка області / району / міста / територіальної громади.

Розділ 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОФІЛЬ

2.1. Природно - географічні та кліматичні умови.
2.2. Демографія.
2.3. Людські ресурси.
2.4. Освіта, підготовка кадрів.
2.5. Житло, офісна та промислово - виробнича інфраструктура.
2.6. Економічний потенціал.
2.7. Зовнішньоекономічна діяльність.
2.8. Транспортна інфраструктура та логістика.
2.9. Сфери охорони здоров'я, культури, дозвілля та відпочинку.
2.10. Охорона навколишнього природного середовища.
2.11. Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями.
2.12. Масштабні інвестиційні проекти, що реалізуються.

Розділ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ДЛЯ ІНВЕСТОРІВ

3.1. Галузі економіки, що мають найкращий інвестиційний потенціал.
3.2. Стратегічні проекти.
3.3. Вільні земельні ділянки (greenfield та brownfield) для інвестування.

Розділ 4. КОНТАКТИ, ДЖЕРЕЛА

4.1. Контактна інформація.
4.2. Основні джерела інформації.

Додаток 9.

Основні джерела інформації, які рекомендуються для формування переліку міжнародних цільових інвесторів

«Edgar» – найширший, найглибший і найточніший онлайн-доступ до ділової та фінансової інформації про понад 30000 компаній в усьому світі.

«Bloomberg» – єдина всеохоплююча платформа з надання засобів і даних для фахівців бізнесу та фінансів.

«OneSource» – визнаний лідер у сфері надання комерційної інформації; надання корпоративних, виконавчих і галузевих даних.

«Factiva» («DowJones») – доступ до майже 14000 ділових джерел включно з «TheWallStreetJournal», «TheFinancialTimes™», каналів новин «DowJones» і «Reuters», а також «AssociatedPress», як і «ReutersFundamentals» та «D&B».

«Global 500» – перелік найбільших компаній у світі за доходом.

«INCMagazine» 500 і 5000 – список компаній США зі значним зростанням.

«Forbes» – оцінка багатства.

«ROB 1000» – рейтинг найкращих канадських компаній.

«Global 100» – аутсорсинг..

«BPO Global Services 100».

Додаток 10.

Найбільш поширена інформація, яка зустрічається в запитах інвесторів (для підготовки шаблону відповіді)

- Наявність вільних інвестиційних майданчиків та вартість землі (оренди ділянок).
- Наявність вільних виробничих приміщень та вартість оренди.
- Наявність індустріальних (промислових) парків.
- Вартість комунальних послуг (електроенергія, природний газ, вода).
- Транспортна інфраструктура (дороги, залізні дороги, аеропорти, порти).
- Законодавство про працю, кваліфікація робочої сили.
- Рівень оплати праці в галузі/секторі.
- Освітні установи (технічні училища, університети, науково-дослідні центри).
- Потенційні постачальники /база даних клієнтів.
- Посередники: банки, консалтингові компанії.
- Політика в галузі довкілля.
- Оподаткування (місцеве, регіональне, державне) та неписані правила.
- Інформація про наявність промислових кластерів, найбільші компанії.
- Інформація про іноземні компанії, які інвестували в регіоні.