



# ВІННИЦЬКА МІСЬКА РАДА

## Р І Ш Е Н Н Я

Від 24.12.2020 № 57  
м. Вінниця

4 сесія 8 скликання

### **Про затвердження Методології та стандартів залучення та супроводу інвесторів у Вінницькій міській територіальній громаді**

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність в Україні», з метою реалізації заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для залучення інвестицій, ведення бізнесу та формування комфортного інвестиційного клімату, керуючись пунктом 22 частини 1 статті 26 та частиною 1 статті 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», міська рада

### **В И Р І Ш И Л А:**

1. Затвердити «Методологію та стандарти залучення та супроводу інвесторів у Вінницькій міській територіальній громаді» (далі – Методологія), згідно з додатком 1 до даного рішення.
2. Виконавчим органам міської ради забезпечити використання Методології у власній діяльності.
3. Дане рішення набирає чинності з 01.01.2021р.
4. Контроль за виконанням рішення покласти на постійні комісії міської ради з питань промисловості, підприємництва, транспорту, зв'язку та сфери послуг (В.Павлюк) та з питань містобудування, будівництва, земельних відносин та охорони природи (А. Івашук).

**Міський голова**

**С. Моргунов**

Додаток  
до рішення міської ради  
від 24.12.2020 № 57

**Методологія та стандарти залучення  
та супроводу інвесторів у  
Вінницькій міській територіальній  
громаді**

Метою Стандартів залучення та супроводу інвесторів на місцевому та регіональному рівні (далі – Стандарти) є систематизація та впровадження кращих національних і світових практик управління інвестиційною діяльністю на місцевому та регіональному рівні, уніфікація та оптимізація процесу підготовки інвестиційних матеріалів та продуктів, зокрема, у сфері територіального маркетингу, забезпечення діяльності з пошуку, залучення, супроводу та обслуговування інвесторів, сприяння реалізації інвестиційних проєктів.

Вагомим фактором підвищення інвестиційної привабливості та зростання інвестиційної активності Вінницької міської територіальної громади має стати запровадження **Методології та стандартів залучення та супроводу інвесторів** (далі – Методологія). Такі стандарти є поєднанням окремих елементів і водночас єдиним цілісним підходом до роботи з інвесторами.

Стандарти включають:

- 1) уніфіковану систему підготовки інвестиційних пропозицій (єдині стандарти);
- 2) розробку інформаційно-маркетингових продуктів та просування інвестиційного потенціалу територіальної громади;
- 3) пошук, залучення та професійний супровід інвестора;
- 4) постінвестиційну підтримку.

Стандарти повинні мати наскрізне відображення у Програмі сприяння залученню інвестицій у Вінницьку міську територіальну громаду (далі – Вінницька МТГ) та Плані заходів з її реалізації, без чого їх впровадження не буде можливим, як і повноцінна реалізація програмно-планувальних документів. Одним із ключових факторів успішної діяльності із залучення інвестицій та супроводу інвесторів має бути створення відповідної професійної команди. Кваліфіковане управління інвестиційною діяльністю потребує фахівців з навичками аналітичної роботи, здатних вивчати ринок та можливі ризики підприємницької діяльності, використовувати системний підхід у вирішенні завдань управління чи супроводу інвестиційних проєктів. Важливе значення матиме готовність міської ради запровадити механізми місцевих стимулів та підтримки інвесторів, що посилить конкурентні позиції Вінницької міської територіальної громади в діяльності із залучення інвестицій.

## 1. Підготовка інвестиційних пропозицій на місцевому рівні.

### 1.1. Мета та система збору інформації.

Потенційний інвестор повинен отримати необхідну інформацію про Вінницьку міську територіальну громаду (місце можливої майбутньої реалізації інвестиційного проєкту) саме в тій формі і через ті канали, які для нього є найбільш прийнятними. Інвестиційна пропозиція повинна містити базову інформацію про об'єкт інвестування та його ключові переваги, відображати напрям, масштаб і обсяг необхідної інвестиції. Інвестиційні пропозиції збираються профільним підрозділом (відповідальними працівниками) органу місцевого самоврядування (Департамент економіки і інвестицій), який відповідає за формування інформаційних матеріалів та баз даних для інвесторів.

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

Зусилля із залучення інвестицій повинні бути зосереджені на кількох галузях / секторах економіки, що мають суттєві конкурентні переваги, належать до ключових секторів зростання і сприятимуть прискореному розвитку місцевої економіки. Для кожної галузі / сектора регіональної (місцевої) економіки бажано визначити потенційні вітчизняні та зарубіжні компанії, які можуть генерувати мобільні проекти і відповідають цілям розвитку територіальної громади в окремих секторах і технологіях. Підготовлена інформація про пріоритетні галузі/сектори територіальної громади, яка пропонується інвестору, повинна включати текстовий матеріал та ілюстрації (графіки, діаграми, малюнки, фотографії тощо) та відповідати визначеній формі (додаток 1.1).

1.3. Пропозиції інвестиційних майданчиків (земельні ділянки, об'єкти промислової нерухомості та житлової нерухомості).

Наявні та підготовлені до інвестування земельні ділянки, об'єкти промислової нерухомості є основним джерелом інформації для інвестора, оскільки дають можливість порівняти різні інвестиційні пропозиції, які розглядає інвестор. Інформаційні листи про земельні ділянки «greenfield» та об'єкти промислової нерухомості «brownfield», вільні виробничі та офісні приміщення (які пропонуються для оренди) та ділянки для житлового будівництва подаються згідно визначеної форми (додатки 1.2, 1.3, 1.7, 1.8). Отримана інформація після верифікації відповідальним співробітником вноситься до бази даних на інвестиційному порталі Вінницької міської територіальної громади та використовується в інших інформаційних матеріалах.

1.4. Індустріальний парк.

Міжнародний досвід засвідчує, що індустріальні парки є найкращою формою для інвестування та ведення бізнесу (з огляду на швидкий «час до ринку», забезпеченість необхідною інженерно-технічною інфраструктурою та кваліфікованими послугами з боку керуючої компанії). Вінницький індустріальний парк, Вінницький кластер холодильного машинобудування та індустріальний парк «Вінтер Спорт», які включено до Реєстру індустріальних (промислових) парків України, мають стати вагомим фактором посилення інвестиційної привабливості Вінницької міської територіальної громади та всього регіону. Одним із нагальних завдань є залучення фінансових ресурсів з різних джерел фінансування для інженерно-технічного облаштування цих парків, яке необхідно синхронізувати з їх промоцією та активним пошуком і залученням цільових інвесторів. У разі успішного розвитку, «Вінницький індустріальний парк», «Вінницький кластер холодильного машинобудування» та індустріальний парк «Вінтер Спорт» сприятимуть активізації інвестиційної діяльності в регіоні та матимуть позитивний вплив на розвиток сучасної інвестиційної інфраструктури.

1.5. Інноваційно-технологічний парк.

Актуальним завданням Вінницької міської ради є підвищення інноваційності місцевої економіки. З урахуванням наявного науково-

технологічного та виробничого потенціалу технопарк може стати ефективним інструментом інвестиційно-інноваційного розвитку. Цей інструмент, за умови фахового підходу до його створення (це може бути консорціум провідних вищих навчальних закладів та виробничих компаній), допоміг би акумулювати зусилля науково-освітніх закладів та бізнесу з метою підвищення технологічності місцевої економіки. Водночас наявність технопарку підвищило б рівень зацікавленості та залучення науковців та студентської молоді до підприємництва, стимулювало б розвиток наукових розробок та досліджень, впровадження інновацій в регіональному виробництві.

#### 1.6. Інші бази даних.

Крім баз даних земельних ділянок та іншої промислової нерухомості необхідно сформувати ще такі бази даних:

- діючих компаній територіальної громади, які можуть виступати в якості партнерів, постачальників і т.п. для потенційних інвесторів;
- інституцій, які можуть бути корисні для інвестора на різних етапах реалізації проєкту (консалтингові, юридичні, рекрутингові компанії, інституції підтримки підприємництва, бізнес асоціації та ін.);
- компаній з іноземними інвестиціями, що працюють;
- базу даних інвестиційних запитів (звернень інвесторів).

1.7. Вимоги до інвестиційних пропозицій (земельних ділянок), що пропонуються для інвестора.

Інвестиційні пропозиції повинні відповідати таким вимогам:

- Інформація повинна бути **актуальною**. Інформаційні матеріали та бази даних повинні оновлюватися не рідше одного разу на рік, при цьому оновленню підлягають поточні зміни стосовно внесеної в інформаційний матеріал та базу даних інформації, появи нових інвестиційних майданчиків, зміни в транспортній інфраструктурі, комунікаціях тощо.
- Інформація повинна бути **точною і надійною**. Всі дані, що містяться в інформаційних матеріалах та базі даних повинні надійти з надійного джерела і мають бути перевірені та підтвержені.
- Пропозиція інвестиційних майданчиків повинна містити **карти, фотографії, актуальний план розвитку та схему зонування**, що демонструє цільове призначення земельної ділянки.

2. Стандарти маркетингового просування Вінницької міської територіальної громади.

#### 2.1. Маркетингова (маркетингово-інвестиційна) стратегія.

Маркетингова стратегія може бути окремим документом, спрямованим на створення іміджу Вінницької міської 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 ній має бути відображено якість середовища та його компоненти (з точки зору розміщення інвестицій), включаючи витрати на ведення бізнесу, «портфель територіальних продуктів», канали маркетингової комунікації. Бажано визначити потенційні вітчизняні та зарубіжні компанії з

якими територіальна громада зацікавлена налагодити співпрацю, з урахуванням інвестиційних пріоритетів, галузей та секторів, які мають найкращий інвестиційний потенціал та спроможності цих компаній реалізувати проекти, що відповідають цілям Вінницької міської територіальної громади. Крім позиціонування і просування території, стратегія має передбачати належне організаційне забезпечення (ресурси, координація, моніторинг, контроль).

## 2.2. Маркетинговий план.

Складається щорічно та повинен відображати календарний план підготовки та участі в міжнародних, національних, регіональних та міських заходах з метою підтримки та просування позитивного (інвестиційного) іміджу Вінницької МТГ. Маркетинг-план повинен містити перелік маркетингових продуктів, які мають бути створені чи оновлені. Важливо визначити ключові заходи, які мають пройти за участі керівництва країни, регіону та міста. Важливою складовою маркетинг-плану є його ресурсне забезпечення.

## 2.3. Інвестиційний портал.

Інвестиційний портал є ключовим маркетинговим інструментом, який покликаний наочно розкривати та просувати можливості Вінницької МТГ, демонструвати його ключові переваги, доносити до інвестора конкретні інвестиційні пропозиції. Портал є механізмом взаємодії з потенційними і діючими інвесторами, він повинен містити функцію зворотного зв'язку, оцінку стану інвестиційного клімату, збір та оперативний розгляд звернень інвестора. Важливим елементом порталу є інтерактивна інвестиційна карта Вінницької МТГ з відображенням пропозицій для інвестування та наявної інфраструктури. Інформаційне наповнення порталу здійснюється двома основними мовами – українською та англійською, інші мови (залежно від визначених цільових країн) можуть бути представлені у скороченій версії. Пропозиції щодо контенту інвестиційного порталу містяться в додатку 1.4.

*Інвестиційний портал не повинен бути перевантажений та не має містити інформації, властивої для офіційних сайтів органів місцевого самоврядування. Водночас, за наявності, він має містити проморолик та інвестиційний паспорт, мультимедійні презентації, бренд-бук, а також корисні посилання (лінки) для інтеграції з іншими сайтами. Навігація по сайту повинна бути зручною для легкого і швидкого пошуку необхідної інформації. Крім того, важливо подбати про візуальну привабливість сайту та забезпечувати його оновлення впродовж тижня. Загалом добре підготовлений інвестиційний портал є найбільш ефективним (і водночас найдешевшим) інструментом просування території, оскільки, згідно опитування інвесторів, приблизно 50% інвестиційних контактів забезпечується через цей механізм).*

## 2.4. Інвестиційний паспорт.

Інвестиційний паспорт є найбільш повним інформаційним джерелом для інвестора, який поширюється під час зустрічей, інвестиційних заходів, надсилається за потреби різноманітними каналами зв'язку, в т.ч. й

електронними. Передача паспорта інвестору для початкового етапу контактів є невід'ємною частиною побудови враження, що міська влада є професійним партнером в інвестуванні. Паспорт повинен мати чітку структуру, належний дизайн і естетичний вигляд. Для покращення його зовнішнього вигляду слід використовувати фото, карти, діаграми, схеми, які водночас збагачують і доповнюють інші дані. (Варіант структури інвестиційного паспорта представлений у додатку 1.5).

*Інвестиційний паспорт Вінницької міської територіальної громади не може бути занадто великим (оптимальний обсяг 15-20 сторінок (для обласного центру), він повинен містити лаконічну, компактну інформацію, необхідну для інвестора. Умовно паспорт можна розділити на чотири розділи. На початку міститься звернення міського голови до інвесторів і коротка візитка територіальної громади. Далі йдуть основні розділи – соціально-економічна характеристика (інвестиційного спрямування) та пропозиції для інвесторів, а також подаються контакти, довідкові дані та джерела, які підтверджують достовірність представленої інформації.*

#### 2.5. Інша продукція (буклети, папки та ін.).

Серед інструментів інформаційно-маркетингового просування Вінницької МТГ можуть застосовуватися інвестиційні буклети, брошури, спеціалізовані інформаційні листки, промоційні папки (в які вкладаються різноманітні матеріали, наприклад інвестиційний паспорт та інформаційні листи про земельні ділянки, які пропонуються інвестору тощо).

#### 2.6. Презентація (мультимедійна або у вигляді презентації).

Презентація є обов'язковим інструментом представлення територіальної громади під час зустрічей з інвесторами та на різних інвестиційних заходах, вона дозволяє підкреслити основні конкурентні переваги чи конкретні інвестиційні пропозиції. Перевагою мультимедійної презентації є те, що вона може містити, крім текстових матеріалів, фотографій, діаграм та графіків, слайд-шоу й анімації (які застосовуються в звичайній презентації), додатково звукове оформлення і дикторський супровід, відеофрагменти, тривимірну графіку тощо. Основною відмінністю презентацій від решти способів представлення інформації є їх особлива насиченість змістом та інтерактивність, тобто здатність певним чином змінюватися й реагувати на дії користувача.

*Дослідження показують, що якщо під час презентації використовується тільки канал словесної комунікації, то слухачі добре сприймають тільки близько 30% інформації. З урахуванням цього, слід уникати слайдів з довгими словесними текстами та перевантажувати слухачів контентом (за потреби можна роздати спеціально підготовлений додатковий матеріал). В той же час доповнення презентації візуальною складовою може збільшити частку сприйняття до 80%. З урахуванням зазначеного, мультимедійна презентація є важливим інструментом ефективного просування інвестиційного потенціалу територіальної громади чи конкретної інвестиційної пропозиції. Оптимальною кількістю слайдів у презентації вважається 10-15 (не*

*враховуючи додаткових графіків чи діаграм), а тривалість мультимедійної презентації, як правило, не повинна перевищувати 15 хв. У разі поєднання словесної і мультимедійної презентацій сукупно вони не повинні перевищувати 30 хв.*

## 2.7. Механізм прямого маркетингу (Direct mail).

Прямий маркетинг є засобом прямої комунікації з визначеними цільовими компаніями, в яких зацікавлений регіон. Він виступає найчастіше у вигляді індивідуалізованого діалогу (direct mail – «звернення напряму») з метою отримання відгуку щодо можливої зацікавленості інвестувати в територіальній громаді та побудови довгострокових відносин. Для цього, як правило, необхідно визначити потенційно бажані країни-інвесторів та сформулювати перелік провідних компаній (базу даних) передусім в тих галузях/секторах економіки (не більше 6-7), які мають найкращий інвестиційний потенціал в територіальній громаді та 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. В процесі прямого маркетингу ефективною є розсилка готових проектних пропозицій структурованих за затвердженою формою (додаток 1.6). Також потрібно знати конкуруючі країни в певних сегментах ринку та місце України серед них, а також хто є потенційними конкурентами в інших регіонах країни.

## 2.8. Брендинг, бренд-бук.

Бренд-бук (Brand Book) – це пакет документів, друкованої та сувенірної продукції, що вміщує графічну, шрифтову та кольорову символіку територіальної громади чи регіону, покликаний посилити впізнаваність і диференціацію територіальної громади. Як правило, розробляється кілька носіїв фірмового стилю, стандартних позицій бренд-бука. Центральне місце серед них займає логотип – оригінальний графічний символ. Крім того, до бренд-бука входять: текстовий рекламний слоган, кольорова палітра, фірмові бланки, конверти, пакети, папки, календар, система навігації (вказівники), сувенірна продукція, рекламні журнали і буклети тощо. Створення бренду територіальної громади та його продуктів є одним із елементів інвестиційно-маркетингової діяльності, спрямованого на досягнення потрібної репутації. Його суть полягає у формуванні привабливого образу територіальної громади. Це, передусім, засіб економічної конкуренції та зняття боротьби за визнання, додатковий важіль залучення інвестицій у розвиток міста.

*До основних критеріїв, на основі яких формується бренд, як правило, відносять наступні:*

- міжнародне значення (внесок міста у світовий чи національний прогрес);*
- місце розташування (особливість, мальовничість та клімат місцевості), історія та традиції;*
- потенціал (економічні та освітні можливості територіальної громади, що можуть бути запропоновані його гостям, та представникам бізнесу);*



- ритм життя (кількість привабливих занять та розваг, що можна знайти у цьому регіоні, територіальній громаді);
- умови (наявність необхідних побутових умов та ступінь розвиненості інфраструктури для проживання і ведення певної діяльності у місті);
- люди (загальна безпека, дружнє ставлення до гостей, готовність працювати в компанії інвестора тощо).

## 2.9. Інші маркетингові інструменти.

Серед інших маркетингових інструментів прямого просування, що заслуговують на увагу, є проведення інвестиційних форумів чи інвестиційних конференцій, організація виставок та участь в інвестиційних ярмарках, різноманітних інвестиційних заходах та подіях, розміщення реклами в засобах масової інформації, організація спільних з бізнесом роуд-шоу (road show) тощо. Методи прямого просування покладаються на працюючих співробітників та інші спеціально створені або залучені для цього інституції. Так званий непрямий метод просування здійснюється зовнішніми установами (дипломатичними представництвами, національним інвестиційним агентством (офісом «UkraineInvest», торгово-промисловими палатами, торговими представництвами, бізнес асоціаціями та ін.).

*Ефективною формою непрямого просування є створення сприятливого інвестиційного клімату та позитивного, гарного іміджу територіальної громади серед існуючих підприємців та діючих інвесторів та заохочування їх просувати імідж серед інших підприємств своєї країни.*

## 3. Стандарти залучення та професійного супроводу інвестора.

Процес пошуку та залучення інвестора вимагає цілої низки дій команди, що відповідає за стан інвестиційної діяльності в Вінницькій МТГ. Особливе значення має започаткування та налагодження ділових контактів з потенційним інвестором. Непрофесійна поведінка, брак досвіду, знань та практичних навичок можуть привести до втрати потенційного інвестора на будь-якому етапі інвестиційного процесу та мати негативний вплив на імідж територіальної громади.

*Іноземний інвестор розпочинає планування нового інвестиційного проекту з «широкого списку» (long list), в який потрапляє близько десятка країн і кількох десятків інвестиційних майданчиків, а згодом розглядає вже «короткий список» (short list), у якому, як правило, залишаються лише 2-3 країни та 4-5 пропозицій. Вітчизняний інвестор теж розглядає декілька можливостей для реалізації нового проекту. Таким чином, фаховий підхід до роботи з інвестором суттєво підвищує шанси територіальної громади в отриманні інвестиції.*

### 3.1. Забезпечення процедури першого контакту з інвестором.

Найчастіше перший контакт потенційного інвестором з представниками регіону здійснюється по електронній пошті шляхом надсилання інвестиційного

запиту. Представники інвестора зазвичай намагаються таким чином отримати базову інформацію про територіальну громаду чи окрему територію та їх 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. Неприпустимими є підготовка поверхневої відповіді, чи повідомлення на кшталт, що інформація, якою цікавиться інвестор, розміщена на інвестиційному порталі. Якщо інформація, надана інвестором не є повною, йому надсилається «Анкета» (додаток 1.9) для її конкретизації. Для успішного та професійного опрацювання запитів від потенційних інвесторів необхідно розробити алгоритм внутрішньої взаємодії між виконавчими органами міської ради з розгляду та обробки інвестиційних пропозицій. Результатом даного алгоритму має бути розроблення автоматизованої системи обліку і управління інвестиційними проєктами.

*Етикет вимагає висловити вдячність за проявлений інтерес та повідомити координати посадової особи, що призначена відповідальною за підготовку відповіді. Гарне враження може зробити додаткове підтвердження отримання запиту по телефону. Це повинна зробити посадова особа, відповідальна за контакти з інвесторами.*

### 3.2. Часові рамки реагування на запити інвестора.

Часовий інтервал реагування на отриманий запит інвестора повинен становити:

- підтвердження отримання запиту, відправленого по електронній пошті або по факсу – не більше **24 годин** з часу одержання запиту;
- відправлення відповіді на додаткові питання, поставлені інвестором – не пізніше, як **48 годин** після отримання запитань;
- якщо питання / запит інвестора є складним і вимагає багато зусиль термін не повинен перевищувати **7 днів**, про що необхідно додатково повідомити інвестора;
- у разі відправки частин матеріалів поштою, по електронній пошті слід повідомити одержувача про відправку посилки (бандеролі);
- у разі, якщо інвестор звернувся до офісу по телефону але не отримав фахової відповіді через відсутність співробітників, максимальний час, щоб зателефонувати назад до інвестора, становить 24 години, але якщо це можливо, такий контакт має бути зроблено протягом поточного дня.

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

*У разі звернення інвестора по телефону необхідно докласти зусиль, щоб уже на цьому етапі він був належним чином поінформований і, в разі потреби, скерований до співробітника, який може надати вичерпну інформацію. При цьому необхідно заповнити інформаційну карту про інвестора, зазначивши його ім'я, контактні дані, назву установи чи компанії, суть звернення та*

*тематику розмови, які вносяться у загальну базу інвестиційних запитів, що ведеться відповідним структурним підрозділом.*

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, відповідальні за підготовку та ведення протоколу (якщо передбачено);
- склад представників інвестора: кількість осіб, їх посади, функціонал;
- 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 промоматеріалів.

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 (передусім веб-сайт компанії), його потреби (розмір земельної ділянки, площа виробничих приміщень, вимоги до інфраструктури, постачальників, потенційна кількість працівників тощо) та очікування від візиту. Важливо отримати список критеріїв, якими керується інвестор при виборі місця розташування інвестиції.

*У зустрічах з інвестором повинні брати участь тільки абсолютно необхідні співробітники, як правило, не більше трьох осіб. Представник інвестора може вважати, що питання, які розглядаються, можуть носити конфіденційний характер, отже, наявність занадто великої кількості сторонніх осіб, може бути погано сприйнята. Потрібно дотримуватися принципу, що чисельність представників приймаючої сторони не повинно значно перевищувати кількість гостей.*

3.4. Стандарти проведення зустрічей з інвестором.

Зустрічі з інвестором повинна починатися з представлення учасників та обміну візитних карток. Після відкриття зустрічі учасникам пропонується чай і кава та здійснюється презентація Вінницької міської територіальної громади та інвестиційної пропозиції. Презентація не повинна тривати більше ніж 30 хвилин. Вона проводиться головою, заступником голови або керівником структурного підрозділу із залучення інвестицій. Після презентації час надається для запитань та обговорення інвестиційної пропозиції, потім підводяться підсумки зустрічі. За потреби, інвестору у зручний спосіб надається (відправляється) 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. Поїздки бажано спланувати так, щоб в максимально можливій мірі показати завершені інвестиції в інфраструктуру і проекти, що демонструють ефективну діяльність міської влади, виробничі та офісні приміщення вітчизняних і зарубіжних інвесторів, житлові будинки високого стандарту, готелі тощо.

*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 в майбутньому. Офіційна зустріч з інвестором, залежно від рівня представництва, проводиться за участю міського голови (якщо це стратегічний інвестор), а також заступника голови з інвестиційних питань та керівника Департаменту економіки і інвестицій.*

### 3.5. Особливості зустрічей з іноземними інвесторами.

У випадку контакту з іноземним інвестором необхідно звернути увагу на рівень володіння іноземними (передусім англійською) мовами співробітників, що працюють з інвесторами, враховувати культурні відмінності, а також, при необхідності, правила дипломатичного протоколу. Важливо також розробити внутрішні стандарти посадових осіб для таких ситуацій. Позитивне враження формує вивішування перед будівлею міської ради поруч з прапором України прапору країни інвестора. Правила також передбачають розміщення на столі для переговорів прапорців країн-учасників. Учасники зустрічі розміщуються за столом переговорів згідно норм дипломатичного протоколу. Для забезпечення комунікації на мові інвестора за потреби запрошується кваліфікований перекладач, візитки та інвестиційні матеріали мають бути підготовлені англійською мовою або мовою країни-інвестора. Під час переговорів, огляду об'єктів, частування слід дотримуватися кодексу поведінки, прийнятої в країні гостей та враховувати традиції та менталітет інвестора.

### 3.6. Ведення переговорів та прийняття інвестиційного рішення.

Приміщення, в якому вони буде проводитись зустріч має бути зручним і забезпечити комфорт учасникам переговорів. Дружня обстановка та доброзичливість приймаючої сторони може позитивно вплинути на рішення про місце розташування інвестиції. Перед початком переговорів, необхідно відповісти на питання про те, як швидко міська влада може переконати інвестора, щоб почати його бізнес на своїй території. Залежно від рівня зацікавленості в інвесторі, на переговорах з боку міської ради повинні бути готові піти на менші чи більші поступки, сценарії яких повинні бути розроблені до переговорів. Важливим елементом переговорів по їх завершенню є підписання протоколу (меморандуму) обома сторонами, що є основою для прийняття інвестиційного рішення та реалізації інвестиційного проєкту.

*Необхідно зберігати конфіденційність підсумків переговорів з інвестором, що вважається одним з важливих показників надійності місцевої влади. Будь-яка інформація про поточні переговори, отримана від інвестора, без його згоди не може оприлюднюватися в засобах масової інформації. Передчасне розкриття деталей запланованих інвестицій може навіть призвести до розриву стосунків з інвестором, так як він вважатиме це ознакою відсутності професіоналізму.*

#### 4. Постінвестиційна підтримка.

##### 4.1. Продовження контактів з інвестором в процесі реалізації проєкту.

Контакти міської влади не закінчується з рішенням інвестора розпочати діяльність на території громади. Інвестор, як правило, чекає від міської влади підтримки під час здійснення інвестиції і в процесі функціонування виробництва. Постінвестиційна підтримка є ознакою професійного супроводу інвестора і може полягати у регулярному відвідуванні виробничих об'єктів, залученні інвестора до участі у формуванні інвестиційної політики в територіальній громаді, налагодженні необхідних контактів з інституціями центрального та обласного рівня чи нових контактів з місцевим бізнесом та навчальними закладами, сприяння в підготовці кваліфікованих кадрів для потреб інвестора, своєчасному отриманні необхідних погоджень і дозволів, зрештою, у вирішенні поточних проблем, з якими зустрічається інвестор у зв'язку з недосконалістю податково-митного обслуговування чи наявністю скарг щодо можливих зловживань тощо. Важливим механізмом співпраці є заохочення інвестора до місцевих ділових та соціальних ініціатив, відзначення подій, організації різноманітних заходів, спонсорства та благодійності. При цьому з боку влади та громадськості цьому слід надавати публічності та схвальної оцінки внеску інвестора в економічний і соціальний розвиток території, поширювати інформацію в засобах масової інформації.

*Необхідно докладати всіх зусиль, щоб запобігти виведенню інвестиції з територіальної громади і регіону, що може призвести до значних економічних та іміджевих втрат. В той же час добра співпраця може мати ефект збільшення масштабу припливу інвестицій в територіальну громаду, 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 проєктів, спрямованих на збільшення кількості комплектуючих, що вироблятимуться безпосередньо на даній території та в її околицях, інвестування чи створення нових, поглиблених ланцюжків у виробництві товарів, що сприятиме зростанню доданої вартості продукції, що виробляється. 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 і ресурсів, ніж на залучення нового інвестора.*

**Форма подання інформації про галузі (сектори) економіки Вінницької міської територіальної громади, 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	ПП в галузь. Перелік транснаціональних компаній (світових брендів). Приклад успіху (коротко).	Діаграма, фото, лого
6	Експорт	Показники (структура) і динаміка експорту.	Діаграма

## Анкета земельної ділянки

Локалізація	Назва вулиці	
	Район (в місті), місцевість	
	Географічні координати	
Властивості місцевості	Максимально доступна площа (як одна ділянка) [га]	
	Можливості для розвитку (короткий опис)	
Інформація про власність	Орієнтовна ціна землі (грн./м <sup>2</sup> )	
	Власник(и)	
	Наявність актуального концептуального дизайну (Так/Ні)	
	Зонування	
Характеристика землі (ділянки)	Вид ґрунту на ділянці (га)	
	Різниця в рівні землі (м)	(просимо вказати максимальну різницю між найнижчим та найвищим пунктом ділянки)
	Використання землі на даний час	
	Забрудненість ґрунтових та підґрунтових вод (Так/Ні)	
	Рівень підґрунтових 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)	
Транспортне положення	Будинки чи інші конструкції на ділянці (Так/Ні)	
	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 колія (км)	
	Залізнична під'їзна колія (км)	
	Найближчий діючий аеропорт (км)	
Найближчий морський порт (км)		
Наявна інфраструктура	Електрифікація (Так/Ні)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• напруга електричного току (кВТ)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• допустима електрична ємність (MW)</li> </ul>	
	Газифікація (Так/Ні)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• показник теплотворної здатності (MJ/Nm<sup>3</sup>)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• діаметр труби (мм)</li> </ul>	
	Водопостачання (Так/Ні)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)</li> <li>• допустима пропускна здатність (м<sup>3</sup>/24 г)</li> </ul>	
Очисні споруди (Так/Ні)		



	Телекомунікації (Так/Ні)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• точка з'єднання (відстань від кордону ділянки) (м)</li> </ul>	
	Орієнтовна вартість підведення інженерних мереж (вказуються витрати на підведення необхідних комунікацій)	
<b>Поточний стан справ (наявність необхідних дозволів, результати зміни призначення земельної ділянки, тощо)</b>		
<b>Можливості державної підтримки</b>		
<b>Можливості місцевої підтримки</b>		
<b>Інші актуальні коментарі</b>		
<b>Пропозиція підготовлена</b>	ППП, посада, контактні телефони, e-mail тощо	
<b>Контактна особа</b>	ППП, посада, контактні телефони, e-mail тощо	

Додатки:

- Знімки з висоти з нанесеною ділянкою, з зображенням автомобільних доріг і найближчого населеного пункту.

- Карта з нанесеними межами земельної ділянки та місцями проходження інженерних мереж.

- Кілька фотографій, які дають уявлення про вигляд ділянки.

## Інформація про вільні виробничі площі (приміщення)

<b>Загальна інформація</b>	
Назва виробничої площі	
Назва населеного пункту	
Область	
Власник	
Код ЄДРПОУ	
Форма власності	
Веб-сайт	
<b>Під'їзні шляхи</b>	
Наявність під'їзної залізничної колії	
Назва найближчої залізничної вантажної станції і відстань до неї, (км)	
Наявність під'їзної автодороги з твердим покриттям для вантажних автомобілів	
Відстань до автодороги державного значення (км)	
Назва найближчого аеропорту та відстань до нього, км	
Наявність маршрутів громадського транспорту до місця розміщення площі (автобуси, потяги).	
<b>Характеристика виробничих площ</b>	
В якому році збудовано	
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. м <sup>2</sup> )	
Чи є додаткові приміщення (підсобні, офісні, допоміжні тощо), їх площа (тис. м <sup>2</sup> )	
Загальна площа території, на якій розташовані виробничі площі (тис. м <sup>2</sup> )	
Як забезпечуються площі:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Газопостачанням. Яким є резерв потужності (м<sup>3</sup>/год)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Електропостачанням. Яким є резерв потужності (кВт/год)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зв'язком (телефон, інтернет)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Водопостачанням. Яким є резерв потужності (м<sup>3</sup>/год)</li> </ul>	

## Додатки:

- Знімки з висоти з нанесеною виробничою площею, з зображенням під'їзної дороги, автомобільної дороги і населеного пункту.
- Фото виробничих приміщень з середини та із зовнішньої сторони.

## Структура інвестиційного порталу Вінницької міської територіальної громади

Чому Вінниця?	Економіка	Ведення бізнесу	Міжнародна співпраця	Галузі з найвищим інвестиційним потенціалом	Пропозиції для інвесторів	Контактна інформація
Візитка	Економічні показники	Форми ведення господарської діяльності	Прямі іноземні інвестиції	Харчова промисловість	Індустріальні парки	Департамент економіки та інвестицій
Географічне положення, природні ресурси, клімат	Найбільші підприємства	Реєстрація бізнесу	Найбільші компанії з іноземними інвестиціями	Переробна промисловість	Земельні ділянки типу «greenfield»	Звертайтеся 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	ІТ, телекомунікації, електроніка	Виробничі та складські приміщення	Зворотній зв'язок
Освіта, підготовка кадрів	Енергетика	Трудове законодавство	Імпорт	Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D)	Офіси	Кабінет інвестора
Охорона здоров'я, культура, дозвілля, відпочинок	Транспорт, зв'язок, телекомунікації	Працевлаштування іноземців		Бізнес послуги	ІТП «Кристал»	Новини, календар подій
Туризм, курорти і рекреації	Малий та середній бізнес	Інвестиційні стимули		Туризм		
Якість життя		Місцеві правила забудови		Агробізнес, альтернативна енергетика		

## **Структура Інвестиційного паспорту Вінницької міської територіальної громади**

Вітальне слово міського голови.

Чому інвестувати у Вінниці? (візитка міста, конкурентні переваги).

### **Розділ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

- 1.1. Природно – географічна характеристика.
- 1.2. Населення та трудовий потенціал.
- 1.3. Освіта, підготовка кадрів.
- 1.4. Сфери охорони здоров'я, культури, дозвілля та відпочинку.
- 1.5. Транспортна інфраструктура та логістика.

### **Розділ 2. ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

- 2.1. Промисловість; житло, офісна та промислово - виробнича інфраструктура.
- 2.2. Сфера послуг.
- 2.3. Торівля (внутрішня та зовнішня).
- 2.4. Науковий та інноваційний потенціал.
- 2.5. Інвестиційна політика (внутрішні, зовнішні, капітальні інвестиції та успішні інвестиційні проекти).
- 2.6. Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями.

### **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), виробничі приміщення для інвестування.
- 3.4. Підтримка та супровід інвестора.

### **Розділ 4. КОНТАКТИ ТА ДОВІДКОВІ ДАНІ**

- 4.1. Довідкові дані (тарифи комунальних послуг, податки, вартість оренди приміщень, землі, кліматичні умови, основні показники соціально-економічного розвитку територіальної громади та інше).
- 4.2. Контактна інформація.

**Форма подання інвестиційного проєкту [Назва  
проєкту]**

**Огляд проєкту**

<b>Опис проєкту</b>	(короткий опис проєкту, включаючи основні переваги для інвестора, як цей проєкт / компанія отримує прибуток та як він збільшиться за рахунок інвестиції)
<b>Продукт/Послуга</b>	(продукти / послуги, які інвестор планує виробляти/надавати)
<b>Аналіз ринку</b>	(цільові клієнти та ринки)

**Потреби в інвестиціях**

<b>Сума та тип</b>	(сума та тип інвестицій, наприклад, акціонерний, венчурний капітал, кредитні кошти)
<b>Детальний опис</b>	(терміни та розподіл інвестицій за типами активів, очікуваний показник рентабельності, термін окупності)

**Розміщення та інфраструктура**

<b>Розміщення</b>	(місце розташування проєкту, відстань до обласних / регіональних центрів, км)
<b>Земельна ділянка</b>	<p><b>Площа</b> (площа земельної ділянки у квадратних метрах)</p> <p><b>Правовий статус</b> (право власності)</p> <p><b>Цільове призначення</b></p> <p><b>Поточне використання</b></p> <p><b>Проектні умови</b> (існуючі будівлі / споруди / дерева, характеристики суміжних ділянок, які мають вплив на проєкт і т.п.)</p>
<b>Інфраструктура</b>	<p><b>Доступ до транспортної інфраструктури</b> (відстань до найближчих транспортних вузлів та ключової інфраструктури (аеропорти, порти, залізниці та ін.))</p> <p><b>Наявність і відстань до інженерної інфраструктури</b> (наявність та відстань до води, газу, систем електропостачання, каналізаційних мереж, їх характеристик та потужностей тощо)</p>

## Ресурси та послуги

**Доступ до ресурсів та послуг**

**Доступ до необхідних ресурсів**  
(які ресурси потрібні, джерела постачання)

**Характеристик а існуючих активів**

**Наявність будівель / споруд та їх характеристики**  
(будівлі, які можуть бути використані для проекту: технічний план, площа, кількість поверхів, технічний стан, чи потрібно провести ремонт або демонтаж)  
Існуюче обладнання  
(коротка характеристика, чи потрібні ремонт або демонтаж)

**Наявність та кваліфікація робочої сили**

(наявність людських ресурсів з відповідними навичками та знаннями, спеціалізовані навчальні заклади, приклади подібних проектів / підприємств регіону, середня заробітна плата та рівень безробіття в регіоні)

## Регуляторні вимоги

**Обов'язкові дозволи та ліцензії**

(перелік дозволів; час, необхідний для їх отримання)

**Екологічні обмеження та вимоги**

(якщо застосовується)

**Існуючі привілеї та стимули**

(якщо застосовується)

## Інше

**Інше**

(інша інформація, що може бути корисною для потенційного інвестора, наявність перевіреної фінансової звітності, інших ключових фінансових показників, зацікавлених співінвесторів тощо)

**Контактні дані:** [ім'я та посада]  
[адреса]  
[номер телефону]  
[e-mail]

**Форма для оренди (виробниче приміщення)**

Назва об'єкту: \_\_\_\_\_

Адреса: \_\_\_\_\_

Координати для відображення на карті \_\_\_\_\_

**Характеристика**

В якому році збудовано: \_\_\_\_\_ рік

Загальна площа земельної ділянки: \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>

Розміри виробничої площі:

Довжина: \_\_\_\_\_ м

Ширина: \_\_\_\_\_ м

Висота: \_\_\_\_\_ м

Площа: \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>

Кількість поверхів: \_\_\_\_\_

Розміри офісного приміщення, (якщо наявне) \_\_\_\_\_

Довжина: \_\_\_\_\_ м

Ширина: \_\_\_\_\_ м

Висота: \_\_\_\_\_ м

Площа: \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>

Кількість поверхів: \_\_\_\_\_

Загальний технічний стан: \_\_\_\_\_

**Комунікації**Газопостачання, яким є резерв потужності (м<sup>3</sup>/год) \_\_\_\_\_

Електропостачання, яким є резерв потужності (кВт/год) \_\_\_\_\_

Водопостачання, яким є резерв потужності (м<sup>3</sup>/год) \_\_\_\_\_Водовідведення, яким є резерв потужності (м<sup>3</sup>/год) \_\_\_\_\_

Зв'язок:

Телефон \_\_\_\_\_

Інтернет \_\_\_\_\_

Як можна забезпечити опалення площ (виробничих, офісних): \_\_\_\_\_

Як можна забезпечити навантажувально-розвантажувальні операції \_\_\_\_\_

**Інфраструктура:**

Наявність маршрутів громадського транспорту до місця розташування площі: \_\_\_\_\_

- Автобус \_\_\_\_\_

- Трамвай \_\_\_\_\_

- Потяг \_\_\_\_\_

- Інші \_\_\_\_\_

**Назва та відстань до:**

Швидкісна дорога (автомагістраль): \_\_\_\_\_ км

Дорога державного значення: \_\_\_\_\_ км

Залізнична станція: \_\_\_\_\_ км

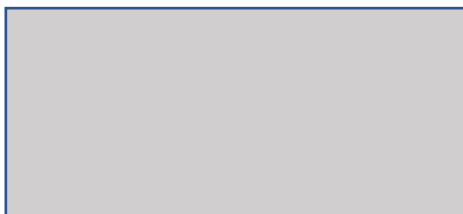
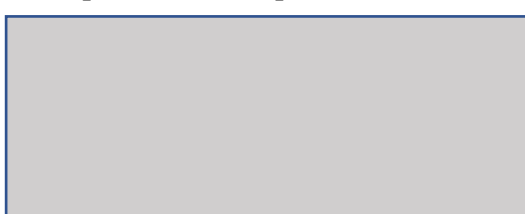
Морський (річковий) порт: \_\_\_\_\_ км

Аеропорт: \_\_\_\_\_ км

**Вид договору:** оренда/продаж/.... \_\_\_\_\_Вартість оренди за 1 м<sup>2</sup>: \_\_\_\_\_ грн/\_\_\_\_\_ дол

США Вартість продажу: \_\_\_\_\_ грн.

Коментарі:

**Фото:****Відображення на карті:**

**Форма для офісного приміщення**

Назва об'єкту: \_\_\_\_\_

Розташування: \_\_\_\_\_

Адреса: \_\_\_\_\_

Координати для розміщення на карті \_\_\_\_\_

**Характеристика**Загальна площа будівлі в якій знаходиться офісне приміщення: \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>

Наявність ділянки для паркування автомобільного транспорту: \_\_\_\_\_

Поверх: \_\_\_\_\_

Площа офісного приміщення: \_\_\_\_\_ м<sup>2</sup>

Термін здачі в експлуатацію: \_\_\_\_\_ рік

Загальний технічний стан: \_\_\_\_\_

Операційна вартість витрат на комунальні послуги:

Світло: \_\_\_\_\_ грн

Вода: \_\_\_\_\_ грн

Газ: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Г

рн

Наявність систем:

Вентиляція: \_\_\_\_\_

Протипожежна: \_\_\_\_\_

Охоронна: \_\_\_\_\_

**Комунікації:**

Світло: \_\_\_\_\_

Вода: \_\_\_\_\_

Газ: \_\_\_\_\_

Інтернет: \_\_\_\_\_

Телефон: \_\_\_\_\_

**Інше:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Інфраструктура:**Наявність поблизу:

Зупинки міського транспорту: \_\_\_\_\_

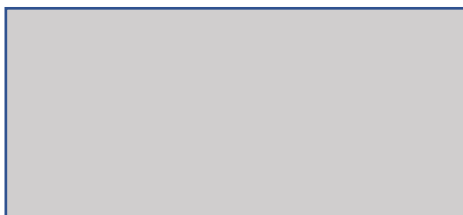
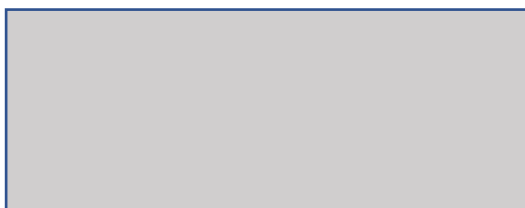
Супермаркет: \_\_\_\_\_

Лікарня: \_\_\_\_\_

Школа, дитячий садок: \_\_\_\_\_

**Вид договору:** оренда/продаж/.... \_\_\_\_\_вартість оренди за 1 м<sup>2</sup>: \_\_\_\_\_ грн/\_\_\_\_\_ дол

США Вартість продажу: \_\_\_\_\_ грн.

**Фото:****Відображення на карті:**



## Анкета для потенційного інвестора

Загальна інформація	
Назва компанії (резидент/нерезидент) <i>якщо інформація не є конфіденційною</i>	
Галузь промисловості	
Короткий опис продукції компанії	
Короткий опис проєкту, що планується до реалізації ( <i>чи є можливість розташування вашого проєкту на діючому майданчику?</i> )	
Чи є проєкт новою інвестицією для України? <i>якщо ні, вкажіть будь-ласка, чи є проєкт розширенням або спільним розміщенням.</i>	
Запланований обсяг інвестицій <i>USD, наближений діапазон</i>	

Розміщення інвестицій	
Об'єкт(и) інвестицій <i>В разі зацікавленості в пропозиціях, викладених в додатках 3.2, 3.3, 3.7, 3.8 до методології</i>	
<b>Критерії розміщення інвестицій</b> (у разі невиявлення зацікавленості в об'єктах, запропонованих в доданих переліках)	
Необхідні розміри ділянки, га	
Greenfield / Brownfield	
Забезпеченість земельної ділянки інфраструктурою: <i>транспортна інфраструктура (транспортні магістралі, залізнична дорога та інші): інженерна інфраструктура (електрифікація, газифікація, водопостачання, очисні споруди, телефонізація) та інші:</i>	
Площа, м <sup>2</sup>	
Вид речового права <i>Викуп / Оренда</i>	
Очікувана кількість працівників	
Необхідна кількість кваліфікованих працівників <i>вкажіть напрямки кваліфікації</i>	

Додаткова інформація (для нерезидентів)	
Організаційно-правова форма підприємства, якій Ви надасте перевагу <i>(частка власності у % (комунальна, приватна))</i>	

<b>Партнери в Україні</b> <b>Наявні / Необхідні</b> <i>якщо інформація не є конфіденційною</i>	
<b>Додаткові коментарі</b>	
<b>Вартість проєкту</b> ( <i>детальні економічні розрахунки, а саме вартість будівництва, обладнання та інше</i> ).	

<b>Контактна інформація Компанії</b>	
<b>Контактна особа в компанії</b> <i>Ім'я, посада</i>	
<b>Телефон</b>	
<b>Факс</b>	
<b>E-mail</b>	
<b>Website</b>	
<b>Інша контактна інформація</b>	

Дата запиту:

#### **ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ НЕПРЯМИХ ПРЕДСТАВНИКІВ КОМПАНІЙ.**

У випадку, якщо Форма запиту інвестора була заповнена непрямим представником компанії (посередник, консультант та інші), заповніть, будь-ласка, наступну таблицю. На додаток, надайте, будь-ласка, оформлений в установленому порядку дозвіл (довіреність). Дякуємо за розуміння!

<b>Контактна інформація</b>	
<b>Контактна особа</b> <i>Ім'я, посада</i>	
<b>Телефон</b>	
<b>Факс</b>	
<b>E-mail</b>	
<b>Website</b>	
<b>Інша контактна інформація</b>	

**Міський голова**

**С. Моргунов**