



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



РЕЛОКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: ПОСІБНИК ДЛЯ ПРИЙМАЮЧОЇ СТОРОНИ

Рекомендації з покрокового плану дій для громад



ПЕРЕЗАВАНТАЖЕННЯ

2022

У посібнику узагальнено ключові рекомендації щодо процесу релокації з точки зору приймаючої громади на основі роботи експертної групи в рамках ініціативи GoLocal з консультаційної підтримки бізнес-діяльності релокованих підприємств малого та середнього бізнесу (МСБ), що реалізується за сприяння Проєкту USAID “Економічна підтримка України” протягом червня-вересня 2022 року із підприємствами, що релокувалися, планували релокацію або знаходяться у її процесі. Автор посібника – Лідія Пашук, доктор економічних наук, доцент, членкиня експертної групи, консультантка Проєкту USAID “Економічна підтримка України”.

Створення цього посібника стало можливим за підтримки американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), згідно з умовами контракту з організацією GoLocal в рамках Проєкту USAID «Економічна підтримка України». Зміст цього посібника є відповідальністю організації GoLocal та необов'язково відображає погляди USAID чи Уряду Сполучених Штатів Америки

Зміст

Вступ	4
Прийом релокованих підприємств	5
Оцінка потенціалу громади до прийому релокованих підприємств.....	8
Створення команди із залучення підприємств до релокації, визначення керівника проєкту.....	10
Визначення ключових стейкхолдерів для прийому релокованих підприємств.....	11
Формування цілей громади із залучення підприємств, які планують релокацію ...	12
Підготовка плану дій із залучення та розміщення підприємств релокованих підприємств	13
Комунікаційна кампанія із залучення підприємств до релокації	15
Пошук приміщень.....	16
Релокація	17
Інтеграція підприємства в економічне та соціальне життя громади.....	17
Додаток 1	18

Вступ

Війна Росії в Україні змусила підприємства із зон бойових дій, тимчасово окупованих територій або тих областей, що знаходяться у безпосередній близькості до фронту, шукати можливості релокації. В березні було розпочато урядову програму з релокації українських підприємств, які знаходяться у зоні активних бойових дій. Уряд України з початку повномасштабної війни визнав, що релокація є необхідністю, адже передбачає «відновлення економіки держави за рахунок переміщення підприємств з територій, що наближені або знаходяться у зоні бойових дій, в безпечні регіони Західної України»¹.

Релокація підприємств – це перенесення місця фізичного розташування підприємства з місця постійної дислокації повністю або частково задля збереження можливості роботи підприємства та повноцінного його функціонування.

Окрім безумовного виклику для бізнесу та економіки країни, релокація підприємств різних галузей та сфер діяльності створила можливості для громад, сіл, міст і селищ у безпечних регіонах країни, оскільки релокація підприємств може стати стимулом для економічного розвитку територій, збільшення обсягів податкових надходжень, кількості робочих місць, розвитку підприємницької культури та інфраструктури. Тому громадам потрібно системно та структуровано поставитися до питання залучення та прийому релокованих підприємств.

У даному посібнику наведено рекомендації щодо залучення та прийому релокованих підприємств для приймаючої сторони. Це можуть бути міста, селища, села, об'єднані територіальні громади тощо.

¹ <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv>

Прийом релокованих підприємств

Релокація підприємств є важливим переломним етапом розвитку підприємств. Тому вибір місця релокації є вирішально важливою складовою цього процесу. Досвід співпраці із підприємствами, що вже релокувались або знаходяться у процесі пошуку місця релокації, свідчить, що до вибору місця переміщення усі підприємства підходять надзвичайно відповідально і проводять серйозний процес відбору, оскільки важливим є рівень розвитку регіону, його місце розташування, доступ до інфраструктури, наявність кваліфікованої робочої сили, підприємницької структури, об'єктів нерухомості, підприємницької культури тощо. Для громад релокація підприємств може стати запорукою місцевого економічного розвитку.

Місцевий економічний розвиток (MER) – це процес стратегічного партнерства, який допомагає прискорити темп зростання продуктивності (ключова економічна мета), стимулюючи інвестиції в нові та існуючі підприємства з високим потенціалом до зростання і створюючи такі місцеві факторні умови, які тривалий час сприяють цьому зростанню. MER орієнтований на зростання добробуту і допомагає закласти основу національного процвітання.¹

Тож, доречно говорити про формування системного підходу до прийому релокованих підприємств. Ось декілька ключових факторів успішної діяльності з залучення підприємств на релокацію:

- **Аудит** – залучення тих підприємств, які найбільше відповідають економічному профілю, досвіду та потенціалу громади.
- **Системність** – формування програми залучення та адаптації релокованих підприємств до громади.
- **Командність** – створення команди, що опікуватиметься питаннями залучення, розміщення та адаптації релокованих підприємств.
- **Клієнтоорієнтованість**, що полягає у ставленні до релокованих підприємств та тих, що розглядають можливість релокації, як до клієнтів та передбачає узгодження інтересів обох сторін (громади та підприємства).
- **Відкритість**, що може бути забезпечена на основі публічно-приватного діалогу на усіх етапах.

¹ <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/dinaprintweb.pdf>

У Таблиці 1 узагальнимо основні інтереси приймаючої сторони (грумади) та підприємства, що релокується. Наведений перелік не є вичерпним, тому рекомендовано кожній громаді на основі публічно-приватного діалогу його доповнити та уточнити.

Таблиця 1. Інтереси приймаючої сторони (грумади) та підприємств, що релокуються

Інтереси приймаючої сторони, громади

- Економічний розвиток
- Створення нових робочих місць
- Розвиток інфраструктури
- Збільшення кількості населення
- Заповнення індустріальних парків або створення їх
- Здача в оренду приміщень

Інтереси підприємств

- Приміщення для релокації із відповідними до його вимог умовами
- Логістична та виробнича інфраструктура
- Житловий фонд для релокації працівників
- Доступні та прозорі процедури
- Наявність освітніх, шкільних та дошкільних закладів

Варто розуміти, що часто підприємства релокуються із здебільшого більш розвинутих промислово регіонів, тому не завжди пропонувані рішення громадами безпечних регіонів будуть відповідати вимогам підприємств.

Для того, щоб процес залучення та релокації підприємств був максимально ефективним та послідовним, рекомендовано скористатись певним алгоритмом дій, зокрема йдеться про такі: визначення та оцінка потенціалу громади до прийому релокованих підприємств; визначення ключових стейкхолдерів для прийому релокованих підприємств; формування цілей громади із залучення підприємств на релокацію; підготовка плану дій із залучення підприємств; комунікаційна кампанія із залучення підприємств на релокацію; пошук приміщення під запит підприємства; релокація та подальша інтеграція підприємства в економічне та соціальне життя громади (рис.1).



Рис.1. Алгоритм дій приймаючої сторони (громади) із розміщення релокованих підприємств

Розглянемо кожен із етапів дій більш детально.

Оцінка потенціалу громади до прийому релокованих підприємств

Громаді варто, насамперед, визначити, які потужності є доступними для розміщення підприємств на релокацію, які галузі промисловості та сфери послуг можуть бути в пріоритеті. Для цього варто провести аудит середовища громади за таким переліком критеріїв:

Економічна структура громади, ОТГ¹

- ▶ Кількість підприємств у громаді
- ▶ Пріоритетні галузі промисловості
- ▶ Історичний досвід (можливо, раніше на території громади функціонували підприємства, які з певних причин припинили свою діяльність)
- ▶ Рівень місцевого економічного розвитку

Інвестиційні можливості громади, міста, ОТГ

- ▶ Чи має місто, громада затверджену Стратегію?
- ▶ Чи є розроблений та затверджений Інвестиційний паспорт?

Людський потенціал

- ▶ Кількість економічно активного населення
- ▶ Ємність ринку праці
- ▶ Кількість фахівців із досвідом роботи за галузями, у тому числі у промисловості

Освітні можливості у громаді

- ▶ Наявність освітніх установ, що готують або можуть забезпечити перекваліфікацію існуючих спеціалістів
- ▶ Можливість впровадження дуальних освітніх програм
- ▶ Інноваційність та готовність до співпраці освітніх закладів
- ▶ Наявність та якість закладів шкільної та дошкільної освіти (зادля забезпечення можливості релокації сімей та працівників із дітьми шкільного та дошкільного віку)

¹ Об'єднана територіальна громада (ОТГ) — це вид територіальних громад, які утворювалися в Україні під час реформи децентралізації у 2015—2020 роках шляхом добровільного об'єднання суміжних територіальних громад сіл, селищ, міст (відповідних сільських, селищних та міських рад). [Джерело.](#)

Інфраструктура ОТГ

- ▶ Рівень розвитку виробничо-транспортної інфраструктури
- ▶ Якість транспортного сполучення
- ▶ Віддаленість від магістралей
- ▶ Наявність залізної дороги
- ▶ Географічне розташування, близькість до кордонів
- ▶ Наявність та рівень розвитку індустріальних парків

Компанії з іноземним капіталом в ОТГ

- ▶ Чи є в громаді компанії з іноземним капіталом, їх представництва?
- ▶ Які це виробництва?
- ▶ Який досвід співпраці з ними?

Можливості для ВПО¹ та релокованих компаній в ОТГ

- ▶ Наявність достатньої кількості житла для ВПО
- ▶ Пільги та програми підтримки релокованих компаній та ВПО

Даний перелік не є вичерпним, проте достатнім для того, щоб дати відповідь на запитання, які виникають у підприємств у процесі релокації.

¹ Внутрішньо переміщена особа (ВПО) — в українському законодавстві це громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру. [Джерело.](#)

Створення команди із залучення підприємств до релокації, визначення керівника проєкту

До релокації підприємств варто ставитись як до окремого стратегічно важливого напрямку діяльності, який у перспективі може стати стимулом для місцевого економічного розвитку. Тому у проєкті важливими є виконавці та очільник.

Рекомендована команда проєкту могла би виглядати таким чином:

- **Керівник проєкту.** Це може бути як посадова особа, але також і окремо призначений представник громадянського або бізнес-спільноти. Важливо, щоб людина мала досвід у створенні та управлінні насамперед промисловими підприємствами
- **Спеціалісти проєкту.** Можуть бути залучені до співпраці із релокованими підприємствами за потреби на різних стадіях. Йдеться і про залучення підприємств, і про проведення переговорів з ними, а також подальшу підтримку у самому процесі релокації, відновлення виробництва та адаптації підприємства до нових умов роботи.

Розмір команди варто визначати з огляду на розмір громади та кількість релокованих підприємств

Визначення ключових стейкхолдерів для прийому релокованих підприємств

Стейкхолдери у процесі прийому релокованих підприємств – це задіяні сторони, групи впливу, які можуть впливати на процеси релокації, діяльність підприємства прямо або опосередковано, а також ті, на які може вплинути діяльність підприємства прямо або опосередковано.

Серед ключових стейкхолдерів варто виокремити такі:

- ▶ Власники та управителі нерухомості;
- ▶ Індустріальні парки;
- ▶ Приватний сектор (у тому числі МСП¹);
- ▶ Влада (органи місцевої, районної, обласної влади, міністерства);
- ▶ Освітні установи;
- ▶ Кредитні установи;
- ▶ Бізнес-асоціації;
- ▶ Інші існуючі постачальники бізнес-послуг.

Рекомендовано залучати стейкхолдерів до процесів розробки та впровадження програми залучення та адаптації релокованих підприємств до громади. Також представники груп стейкхолдерів можуть увійти до команди проєкту.

Важливим аспектом співпраці зі стейкхолдерами є комунікація. У процесі проведених нами досліджень було виявлено вкрай низький рівень поінформованості про уже існуючі ініціативи. Визначення потреб стейкхолдерів на основі відкритого діалогу шляхом опитування, інтерв'ю, фокус-груп тощо.

¹ Малі та середні підприємства.

Формування цілей громади із залучення підприємств, які планують релокацію

До формування цілей громади варто залучити ключових стейкхолдерів. При цьому у процесі формування цілей доцільно скористатись підходом SMART.

S	Specific	Специфічні, конкретизовані
M	Measurable	Вимірювані (виражені в цифрах)
A	Achievable	Можливі для досягнення, реалістичними
R	Result-oriented	Орієнтовані на результат
T	Time-bound	Обмежені і визначені у часі

Цілі повинні стосуватись кількості підприємств, розмірів площ, переліку ділянок, що їх можуть зайняти релоковані підприємства, а також варто встановити чіткі та досяжні терміни виконання поставлених цілей.

Підготовка плану дій із залучення та розміщення підприємств релокованих підприємств

Для якісної підготовки плану дій із залучення підприємств варто зрозуміти шлях клієнта, який проходить підприємство у процесі релокації (рис.2).



Рис.2. Шлях клієнта – підприємства у процесі релокації

План дій має бути максимально конкретним, по суті, давати чіткі відповіді на такі групи запитань:

1. Хто є нашим клієнтом, йдеться про профіль потенційно релокованих підприємств – чи є пріоритетні галузі, регіони, розміри підприємств, яких би хотіли долучити до релокації до нашої громади?
2. Стратегії – як громада досягне намічених цілей? Які стратегії та тактики буде використовувати? Тут йтиметься і про маркетинг, і про комунікацію, і про переговори, і про партнерство.
3. Ресурси – що саме потрібно для досягнення намічених цілей? Як отримані ресурси (фінанси, персонал, сировина, обладнання) будуть використані?
4. Результат – скільки підприємств, персоналу буде релоковано.

Орієнтовний план дій може мати такий вигляд:

Завдання	Відповідальна особа	Терміни виконання
Формування переліку вільних до оренди та продажу площ та земельних ділянок, оцінка їх стану. Створення реєстру		
Оновлення інформації на сайті громади		
Розповсюдження інформації на інтернет-ресурсах, в органах державної влади, бізнес-об'єднань, безпосередня комунікація із представниками підприємств, зацікавлених у релокації.		
Проведення заходу, дня відкритих дверей.		
Підготовка програми адаптації для релокованих підприємств		
Створення служби підтримки релокованих підприємств та їх персоналу		
Інше		

Таблиця 2. Орієнтовний план дій громади (приймаючої сторони) із залучення та прийому підприємств на релокацію - шаблон

Комунікаційна кампанія із залучення підприємств до релокації

Основною метою комунікаційної кампанії має стати донесення до максимально широких груп підприємств із регіонів, де є небезпека про можливості релокації, що їх надає громада. Тому тут вкрай важливо наступне:

1. Сформувати повідомлення. Чому саме ваша громада, для яких підприємств релокація до громади може стати вдалим вибором?
2. Підготувати більш детальну інформацію, презентацію, зробити розділ на інтернет-ресурсах громади, що буде містити результати оцінки потенціалу громади.
3. Увійти до переліку учасників урядової програми «Релокація бізнесу».
4. Розмістити інформацію на ресурсах центральних органів влади, об'єднань підприємців, Дія. Бізнес тощо.

Пошук приміщень

Важливим елементом є формування реєстру приміщень, доступних до оренди та покупки. Варто сконтактувати із власниками нерухомості та отримати інформацію згідно показників наведених у таблиці нижче:

№	Критерій, показник	Опис
1	Правовий статус	<ul style="list-style-type: none">• Врегульований.• Наявність власника.• Відсутність судових спорів, претензій третіх осіб
2	Призначення	Ділянка включена до плану просторового розвитку громади з призначенням для промислової діяльності та має цільове призначення «11.02 Для розміщення та експлуатації основних, підсобних і допоміжних будівель та споруд підприємств переробної, машинобудівної та іншої промисловості
3	Комунікації та інженерні мережі	<ul style="list-style-type: none">• Усі комунікації та інженерні мережі (електрика, газ, вода, каналізація, інтернет) заведені на ділянку та/або об'єкт нерухомості• Усі комунікації та інженерні мережі (електрика, газ, вода, каналізація, інтернет) проходять на межі ділянки
4	Положення та транспортна розв'язка	Незначна відстань від автомагістралі / швидкісної траси / дороги державного значення від 0 до 5 км / наявність залізничних гілок, залізничного сполучення
5	Властивості нерухомості	<ul style="list-style-type: none">• Готова до розміщення бізнесу.• Потребує ремонтних або додаткових підготовчих робіт протягом періоду, що не перевищує 6-12 місяців• До земельної ділянки підведені комунікації та вона готова до будівництва протягом періоду, що не перевищує 6-12 місяців
6	Додаткові переваги	Під'їзна колія на ділянці або у безпосередній близькості до 5 км

Таблиця 3. Інформація про об'єкти від власників нерухомості

Якщо показники відповідають рівню, наведеному у таблицях, тоді такий об'єкт вноситься до реєстру як пріоритетний.

Релокація

У самому процесі релокації громада повинна звернути на такі великі блоки дій, зокрема:

- ▶ Виробництво: переміщення виробництва, підготовка приміщення (ремонт, будівництво)
- ▶ Людські ресурси: пошук місць проживання, надання можливостей навчання дітям (заклади шкільної та дошкільної освіти)
- ▶ Організаційно-правові питання: перереєстрація підприємства, юридичний супровід, інші послуги за потреби.

Інтеграція підприємства в економічне та соціальне життя громади

Для повноцінної інтеграції підприємства в економічне та соціальне життя громади необхідно будувати постійний діалог із залученням ключових стейкхолдерів. Більше того, релоковані підприємства повинні знати, до кого саме вони можуть звернутись у разі виникнення будь-яких питань.

Додаток 1

Чек-лист для приймаючої громади

№ п.п.	Критерій
1. Загальна інформація про місце розташування	
1.1	Економіка. Основні галузі, спеціалізація
1.2	Населення. Економічно активне населення за методологією МОП. ¹
1.3	Вищі навчальні заклади, ПТУ, коледжі, ліцеї. Кількість студентів
1.4	Наявна сировинна база для певних галузей
1.5	Соціальна інфраструктура (місця розселення ВПО, готелі, школи, дитячі садки, медичні заклади тощо)
1.6	Заклади культури
1.7	Визначні місця
1.8	Наявність стратегії розвитку
1.9	Наявність інвестиційного паспорту
1.10	Наявність затвердженого генплану населеного пункту

¹ З 1995 року відповідно до рекомендацій Міжнародної організації праці (МОП) у практику роботи органів державної статистики впроваджено вибіркове обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності (з 2019 року – обстеження робочої сили). Відповідно до оновлених стандартів, передбачених Резолюцією щодо статистики трудової діяльності, зайнятості та недовикористання робочої сили, яка була прийнята 19-ю Міжнародною конференцією статистиків праці у жовтні 2013 року, за результатами обстеження робочої сили отримуються такі показники: Робоча сила (до 2019 року – економічно активне населення) – це населення обох статей віком 15 років і старше, яке впродовж обстежуваного тижня забезпечувало пропозицію робочої сили на ринку праці. Зайняті та безробітні в сумі складають робочу силу.

Джерело: http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/rp/rp_met.htm

№ п.п.	Критерій
1.11	Наявність пільг для релокованих/новостворених компаній
1.12	Додаткова інформація
1.13	Контактна особа громади (ПІБ, тел., e-mail)
2. Загальна інформація про індустріальну зону / парк	
2.1	Формат промислової зони (greenfield/brownfield)
2.2	Чи зареєстровано індустріальний парк
2.3	Наявність керуючої компанії. Назва та ЄДРПОУ
2.4	Наявність компанії, що здійснює facility management. Назва та ЄДРПОУ
2.5	Організаційно-правова форма взаємодії контрагентів в межах промислової зони
2.6	План просторового і часового розвитку
2.7	Поточний стан
2.8	Кількість клієнтів
2.9	Наявність об'єктів соціальної інфраструктури, закладів громадського харчування, будівельних компаній, фінансових організацій тощо поруч
2.10	Ставка плати за землі промисловості (земельний податок/орендна плата)
2.11	Ставка плати за промислові будівлі (податок на нерухомість/орендна плата тощо)
2.12	Ставка плати за складські будівлі (податок на нерухомість/орендна плата тощо)
3. Інженерні мережі	
3.1	Найближча точка підключення (наявна потужність, діаметр труб):

№ п.п.	Критерій
3.1.1	- електропостачання
3.1.2	- газопостачання
3.1.3	- водопостачання
3.1.4	- господарсько-побутова каналізація
3.1.5	- КНС
3.1.6	- очисні споруди
3.1.7	- дощова каналізація
3.1.8	- зв'язок
3.1.9	- інтернет
3.1.10	- теплопостачання
3.2	Можливість влаштування артезіанських свердловин
3.3	Отримані технічні умови (перелічити)
3.4	Розроблена проектно-кошторисна документація (перелічити)
3.5	Будуються (перелічити)
3.6	Введені в експлуатацію (перелічити)
3.7	Наявні інженерні мережі (потужності, стан)
3.7.1	- електропостачання
3.7.2	- газопостачання
3.7.3	- водопостачання
3.7.4	- господарсько-побутова каналізація

№ п.п.	Критерій
3.7.5	- КНС
3.7.6	- очисні споруди
3.7.7	- дощова каналізація
3.7.8	- зв'язок
3.7.9	- інтернет
3.7.10	- теплопостачання
3.9	Стан існуючих мереж. Чи проводився аудит?
3.10	Балансоутримувач існуючих мереж. Назва та ЄДРПОУ компанії
3.11	Можливість уступлення потужностей на користь клієнта
3.12	Юридичні обмеження/обтяження
3.13	Додаткова інформація
3.14	Вартість переуступки на користь Клієнта у випадку продажу об'єкта
4. Суміжна та внутрішня інфраструктура	
4.1	Доступ до автомобільних доріг
4.2	Обмеженість на тонаж на під'їзних автомобільних дорогах
4.3	Обмеженість по висоті / ширині під'їзних доріг
4.4	Залізниця. У випадку відсутності, відстань до найближчої гілки
4.5	Відстань до головних доріг/автомагістралей
4.7	Чи запланований ремонт розширення/перепланування інфраструктури
4.8	Відстань до аеропорту, інших об'єктів

№ п.п.	Критерій
4.9	Обмеження у зв'язку із наближеністю до аеропорту, інших об'єктів
4.10	Відстань до пожежної частини
4.11	Сміттєзвалище / чи є можливість утилізації небезпечних відходів
4.12	Наявність автомобільних доріг на території промислової зони
4.13	Наявність пожежної частини, об'єктів соціальної інфраструктури
4.14	Наявність пожежного резервуару, його місткість
5. Інформація про земельну ділянку	
5.1	Кадастровий(і) номер(и)
5.2	Цільове призначення земельної(их) ділянки(ок)
5.3	Площа ділянки(ок)
5.4	Форма ділянки
5.5	Можливість розширення ділянки
5.6	Юридичний статус земельної(их) ділянки(ок). Назва та ЄДРПОУ власника (орендаря), що займається девелопментом
5.7	Місцевість археологічного або історичного значення
5.8	Чи ділянка знаходиться на гірничому відводі
5.9	Зонування території у відповідності до генерального плану населеного пункту
5.10	Наявність детального плану території
5.11	Наявність геодезичних вишукувань (топозйомка)

№ п.п.	Критерій
5.12	Чи зроблено вертикальне планування земельної ділянки. Перепади висот
5.13	Наявність наземних/підземних перешкод/ обмежень на ділянці
5.14	Наявність геологічних вишукувань
5.15	Рівень ґрунтових вод, заболоченість, тип ґрунтів та ін.
5.16	Рівень радіації, забруднення ґрунтів
5.17	Рівень сейсмічного впливу
5.18	Рівень забруднення повітря
5.19	Наявність санітарно-захисних зон інших об'єктів на ділянці, сусідніх об'єктів
5.20	Наближеність до житла, об'єктів соціальної інфраструктури
5.21	Близькість до озер, рік, національних парків, тощо
5.22	Огорожа/охорона периметру
5.23	Наявна документація на земельну ділянку
5.24	Юридичні обмеження/обтяження
5.25	Додаткова інформація
5.26	Вартість продажу
5.27	Вартість оренди
6. Наявні будівлі та споруди (окремо по кожній будівлі)	
6.1	Цільове призначення
6.2	Існуюча спеціалізація

№ п.п.	Критерій
6.3	Фактична адреса розташування
6.4	Юридичний статус. Власник (назва та ЄДРПОУ)
6.5	Рік побудови/реконструкції
6.6	Загальна площа, кв.м.
6.6.1	Вільна площа, включаючи:
6.6.2	площа виробничих приміщень, кв.м.
6.6.3	площа складських приміщень, кв.м.
6.6.4	площа офісних приміщень, кв.м.
6.7	площа технічних приміщень, кв.м.
6.7.1	Висота приміщень, включаючи:
6.7.2	висота виробничих приміщень, м
6.7.3	висота складських приміщень, м.
6.7.4	висота офісних приміщень, м.
6.8	висота технічних приміщень, м.
6.9	Матеріал каркасу (колон та перекриттів/ферми)
6.10	Шаг колон ДхШ, м
6.11	Кількість виробничо-складських секцій (пролетів) та їх габарити (ДхШхВ)
6.12	Кількість та габарити воріт (доків), м
6.13	Наявність рамп, платформ, підвищених колій

№ п.п.	Критерій
6.14	Наявність вантажопідіймальних кранів, (портальні, козлові тощо), вантажопідйомність, т
6.15	Наявність відкритого майданчика (території), м.кв.
6.16	Наявність окремої трансформаторної підстанції, її номінальна та фактична потужність, кВт
6.16.1	Наявність інших комунікацій та їх потужність, включаючи:
6.16.2	газопостачання, м.куб./година
6.16.3	водопостачання, м.куб./доба
6.16.4	каналізація, м.куб./доба
6.17	зв'язок, інтернет
6.18	Наявність інженерного обладнання (кисень, стисле повітря, промислова вентиляція тощо)
6.19	Наявність опалення, його тип та потужність
6.20	Наявність під'їзної автодороги та залізничної колії
6.21	Стан будівель. Чи проводився аудит, оцінка?
6.22	Наявна документація.
6.23	Технічний паспорт (коротка характеристика)
6.24	Можливість збільшення площі
6.25	Юридичні обмеження/обтяження
6.26	Додаткова інформація
6.27	Вартість продажу

№ п.п.	Критерій
6.28	Вартість оренди
7. Маркетингові матеріали	
7.1	Презентація промислової зони / парку / будівлі(ель)
7.2	Відеоматеріали
7.3	Фотоматеріали
7.4	Сайт
7.5	Наявність комерційних пропозицій
7.6	Наявність досвіду залучення інвесторів
7.7	Досвід співпраці із донорськими, міжнародними організаціями
7.8	Маркетинг міста: наявність бренду, стратегія, маркетингових заходів (виставки, міста-побратими тощо)
7.9	Контактна особа власника (ПІБ, тел., e-mail)