

Standardy obsługi inwestora

Przewagi konkurencyjne lokalizacji



Standardy obsługi inwestora w samorządzie



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie



Standardy obsługi inwestorów w samorządzie

Szkolenia i pilotażowe
wdrożenie na terenie
46 gmin województwa
warmińsko-
mazurskiego.



Plan szkolenia

Informacja o projekcie

Inwestycje – pozyskanie kapitału...

Konkurencyjność – wybrane aspekty

Krajowy system wsparcia inwestorów

Szczegóły standardów obsługi inwestora

Oferta inwestycyjna

Warmińsko-Mazurskie

Informacja o projekcie



Standardy obsługi inwestora w samorządzie – dla kogo?

- Przy realizacji procedur opisanych w dokumencie Jednostka Samorządu Terytorialnego (JST) zobowiązana jest do wyodrębnienia w swojej strukturze osoby, czy osób pełniących rolę umownie określoną jako **Punkt Obsługi Przedsiębiorców (POP)**.
- W procedurach opisany jest sposób realizacji zadań POP **z zakresu obsługi inwestora, zarówno zagranicznego, jak i krajowego**, choć ten ostatni, zwłaszcza, gdy jest to lokalny przedsiębiorca – z racji znajomości rynku i języka – nie zawsze oczekuje wsparcia.
- W przypadku, gdy gmina nie ma możliwości zatrudnienia pracownika wyłącznie na potrzeby POP, nie ma przeszkód, by **osoby tam zatrudnione pełniły również inne obowiązki** np. obsługiwały przedsiębiorców, wykorzystując zdobytą wiedzę z zakresu obsługi klienta.

Dlaczego standaryzacja?

- Podstawowym założeniem projektu jest **wypracowanie i przetestowanie jednolitego podejścia do obsługi inwestora**, które docelowo powinno być stosowane przez wszystkie gminy w kraju.
- Założeniem standaryzacji jest uzyskanie lepszej, **sprawniejszej i bardziej profesjonalnej obsługi inwestora w samorządzie**, co z kolei wpłynie pozytywnie na wizerunek gminy i jej ocenę jako **miejsca do lokowania inwestycji**.
- W szerszym ujęciu – **gmina przyjazna inwestorowi**, to także **gmina przyjazna przedsiębiorcy** - niezależnie od jego planów inwestycyjnych.



Partnerzy i budżet

- Liderem przedsięwzięcia jest **Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji**, pełniące funkcję Instytucji Pośredniczącej dla działania 2.18 Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER).
- Istotną rolę w projekcie pełnią także partnerzy projektu, doświadczeni we współpracy z inwestorami i samorządem terytorialnym – **Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.** (PAIH) oraz **Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie** (WMARR).
- Realizacja projektu rozpoczęła się **w sierpniu 2016 roku i potrwa do końca 2018 roku**.
- Środki przeznaczone na jego realizację w wysokości ponad 4,6 mln złotych pochodzą z budżetu **Unii Europejskiej** oraz budżetu krajowego w ramach Działania **2.18 PO WER**.



Ministerstwo
Spraw Wewnętrznych
i Administracji



Idea projektu

- Celem projektu jest określenie i pilotażowe wdrożenie **standardów obsługi inwestora** w urzędach gmin zainteresowanych podniesieniem jakości swojej oferty inwestycyjnej;
- Urzędy w efekcie wdrożenia standardów określonych w projekcie powinny zapewniać wysoki **poziom obsługi przedsiębiorcy** zainteresowanego realizacją nowej inwestycji na terenie samorządu;
- Kluczowym elementem jest **opis oferty inwestycyjnej** dostępnej na stronie www gminy rozumianej nie tylko jako **opis oferty lokalizacyjnej, ale także szerszy opis czynników** mających wpływ na warunki prowadzenia działalności gospodarczej w danej gminie.



Standardy – dla kogo?

- Model działania opisany w dokumencie, **nie jest narzucony przepisami prawa**. Jest on natomiast w zbliżonej formie wykorzystywany przez wiele jednostek (w tym JST, PAIH i RCOI).
- Pozwala to mówić „**jednym głosem**” o mocnych stronach polskiej gospodarki i oferować inwestorom jednolitą obsługę wysokiej jakości.
- Dokument uwzględnia **kluczowe obszary istotne dla jakości obsługi przedsiębiorcy/ inwestora**, które jednocześnie są na tyle uniwersalne, by wdrożenie opisanych tu rozwiązań możliwe było przez wszystkie gminy zainteresowane tematem.



Zakres wsparcia w ramach projektu (oferowane przez nas)

W ramach projektu wsparcie realizowane będzie w podziale na:

- **szkolenia** – zakres tematyczny szkoleń obejmuje zagadnienia dot. standardu obsługi inwestora, niezbędne do uzyskania kompetencji specjalistycznych w zakresie obsługi inwestora w gminach.
- **doradztwo indywidualne** – obejmuje m.in. opracowanie oferty inwestycyjnej na podstawie przyjętego w projekcie standardu, przygotowanie zawartości strony www prezentującej ofertę inwestycyjną gminy, przygotowanie materiałów dotyczących oferty inwestycyjnej gminy;
- **wdrożenie w gminie rozwiązań** – opracowanie przez gminę, przy wsparciu WMARR kompleksowej oferty inwestycyjnej oraz opublikowanie jej na własnej stronie internetowej a także wdrożenie w gminie procedur obsługi inwestora zgodnie ze standardem opracowanym przez PAIH w ramach projektu;
- **spotkanie z przedsiębiorcą**, którego celem będzie indywidualna ocena oferty inwestycyjnej gminy i sposobu obsługi inwestora w urzędzie.

Inne formy aktywnego wsparcia (nie objęte projektem)

Zależnie od potencjału i zasobności gminy, powinno się **rozważyć możliwość wykorzystywania innych form aktywnego wsparcia** posiadanej oferty.

Dodatkowe formy wsparcia mogą uwzględniać działania takie jak:

- organizacja **spotkań B2B**,
- kontakt **z mediami**,
- organizacja **imprez promocyjnych**,
- udział w **misjach i targach**,
- produkcja profesjonalnych spotów i **wysokiej jakości materiałów reklamowych**.



Certyfikat wdrożenia standardów

- Gminy uczestniczące w Projekcie uprawnione są do uzyskania **certyfikatu wdrożenia standardów obsługi inwestora w samorządzie**. Certyfikat zostanie wystawiony na zakończenie realizacji Projektu przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Polską Agencję Inwestycji i Handlu S.A. oraz Warmińsko-Mazurską Agencję Rozwoju Regionalnego S.A. w Olsztynie.
- **Warunkiem uzyskania certyfikatu jest** udział pracowników w szkoleniach, doradztwie oraz wdrożenie standardu obsługi inwestora w urzędzie.
- **Certyfikat potwierdza** iż dany samorząd jest kompleksowo przygotowany do profesjonalnej obsługi inwestora.



Opis modelu – o czym będzie mowa w dalszej części





Minimalne wymogi do wdrożenia standardów obsługi gmin (I)

Lp	Dział	Lp	Wymogi
I.	Urząd	1.	Zamieszczenie zadań POP w procedurach wewnętrznych gminy , z uwzględnieniem zasad współpracy pracowników POP z pozostałymi pracownikami i jednostkami w ramach urzędu
		2.	Zapewnienie warunków do spotkań z przedsiębiorcami i inwestorami (dostęp do sali spotkań)
II.	Pracownicy	1.	Wskazanie pracowników POP oraz wpisanie zadań z tym związanych do ich zakresów obowiązków
		2.	Udział pracownika POP w dedykowanych szkoleniach
		3.	Udział osoby decyzyjnej w sprawach POP w dedykowanych szkoleniach



Minimalne wymogi do wdrożenia standardów obsługi gmin (II)

Lp.	Dział	Lp	Wymogi
III.	Oferta Inwestycyjna	1.	Zebranie informacji nt czynników atrakcyjności inwestycyjnej gminy
		2.	Określenie dostępnej oferty lokalizacyjnej gminy
		3.	Określenie możliwości rozwoju oferty lokalizacyjnej gminy np. poprzez inwestycje gminne, przyłączanie nowych gruntów (współpraca z innymi właścicielami lub długofalowe planowanie wykupu)
		4.	Określenie oferty inwestycyjnej gminy obejmującej elementy wskazane w Standardach
IV.	Sposoby działania	1.	Wprowadzenie przynajmniej jednej oferty lokalizacyjnej do generatora ofert
		2.	Przygotowanie strony internetowej dla inwestora zgodnie ze wzorcem
		3.	Zaplanowanie i rozpoczęcie realizacji działań z zakresu opieki poinwestycyjnej



Podstawowe pojęcia (I)

- **Brownfield** – typ bezpośredniej inwestycji, w tym zagranicznej, w której firma tworzy miejsce prowadzenia swojej działalności wykorzystując do tego **już istniejącą infrastrukturę np. hale, czy magazyny**. W dokumencie analogicznie określany jest typ oferty lokalizacyjnej, obejmującej nieruchomości, gdzie lokowane mogą być inwestycje typu *brownfield*.
- **Greenfield** – typ bezpośredniej inwestycji, w tym zagranicznej, w której **firma buduje obiekt swojej działalności np. fabrykę od podstaw**, na terenie dotąd niezabudowanym. W dokumencie analogicznie określany jest typ oferty lokalizacyjnej, obejmującej działki, gdzie lokowane mogą być inwestycje typu *greenfield*.
- **Oferta inwestycyjna** - to **pełna oferta gminy** zawierająca przydatne dla inwestora informacje o gminie, odpowiedzi na pytania: **dlaczego warto tu zainwestować i jakimi elementami wsparcia gmina dysponuje**. Inwestor powinien mieć możliwość zapoznania się w niej z ofertą **lokalizacyjną** i **kontaktami** do osób, które się nim zaopiekują.



Podstawowe pojęcia (II)

- **Oferta lokalizacyjna** - to **konkretne miejsca**, lokalizacje w których możliwe jest przeprowadzenie projektu inwestycyjnego. Mogą być to nieruchomości zabudowane i niezabudowane.
- **Opiekun projektu** - **osoba przypisana do obsługi konkretnego projektu** inwestycyjnego, w instytucji obsługującej go. Może to być PAIH, RCOI, albo POP gminy. Niekiedy bywa określana z ang. jako ***Project Manager***.
- **Punkt Obsługi Przedsiębiorcy** – **umowna nazwa „komórki”** - osób/ osoby wyznaczonej i przygotowanej do obsługi klienta, jakim jest inwestor – tak krajowy, jak i zagraniczny. Punkt może być wyodrębniony jako osobna komórka w ramach jednego z referatów, ale nie jest to konieczne.



Najważniejsze skróty

ARR	– Agencja Rozwoju Regionalnego
POP	– Punkt Obsługi Przedsiębiorcy
JST	– jednostka samorządu terytorialnego
MPZP	– miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego
OSD	– <i>office space data</i> (dane o przestrzeniach biurowych)
PAIH	– Polska Agencja Inwestycji i Handlu
PHD	– <i>production hall data</i> (dane o halach produkcyjnych)
RCOI	– Regionalne Centrum Obsługi Inwestora
RPO	– Regionalny Program Operacyjny
SCL	– <i>site check list</i> (dane o działce inwestycyjnej)
SSE	– Specjalna Strefa Ekonomiczna
SU	– studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy

Inwestycje





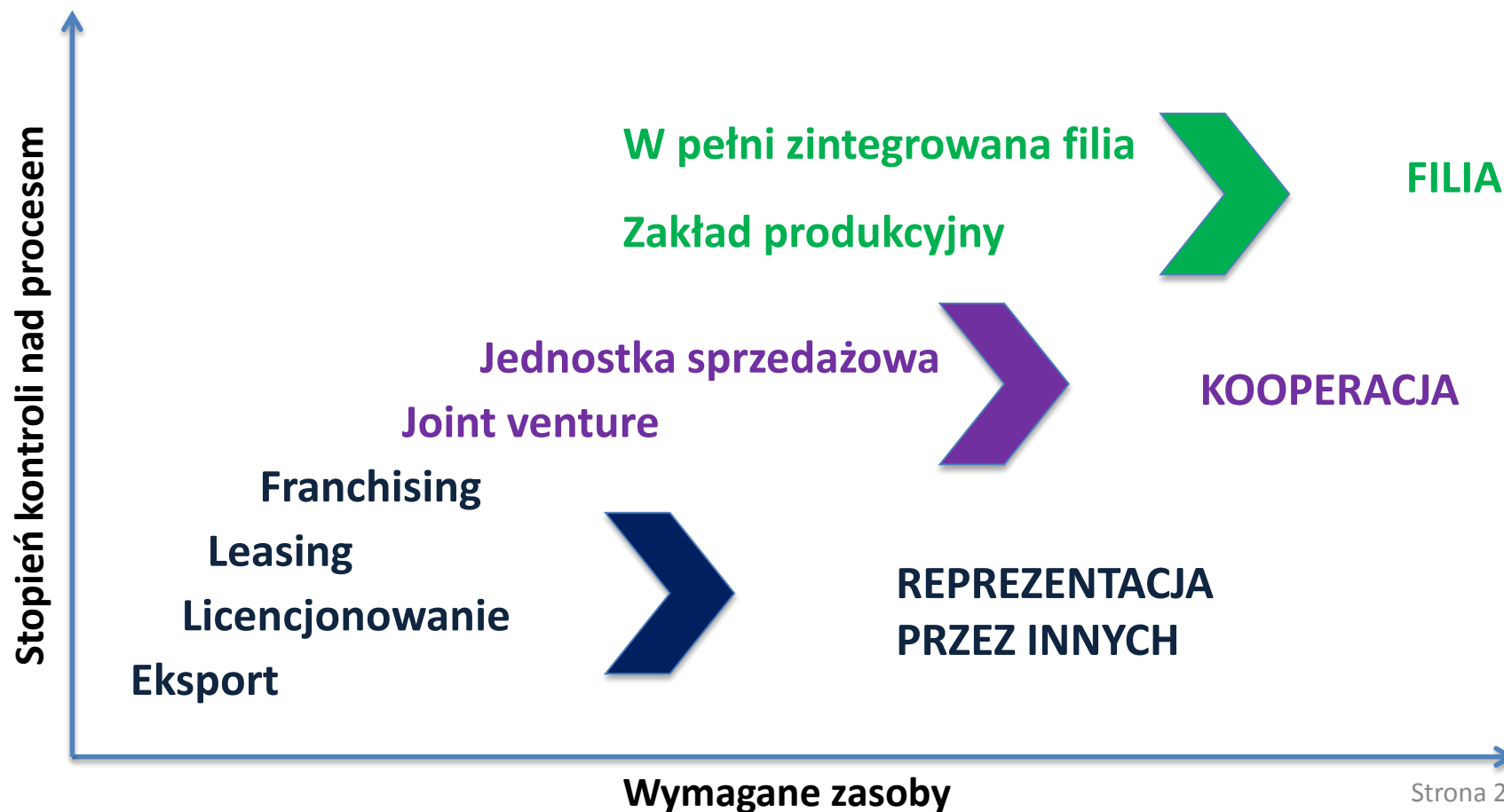
Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

O inwestorach słów kilka...





Typowe etapy internacjonalizacji przedsiębiorstw



Źródła finansowania projektu – pozyskanie kapitału



Alternatywne strategie inwestowania w formie BIZ

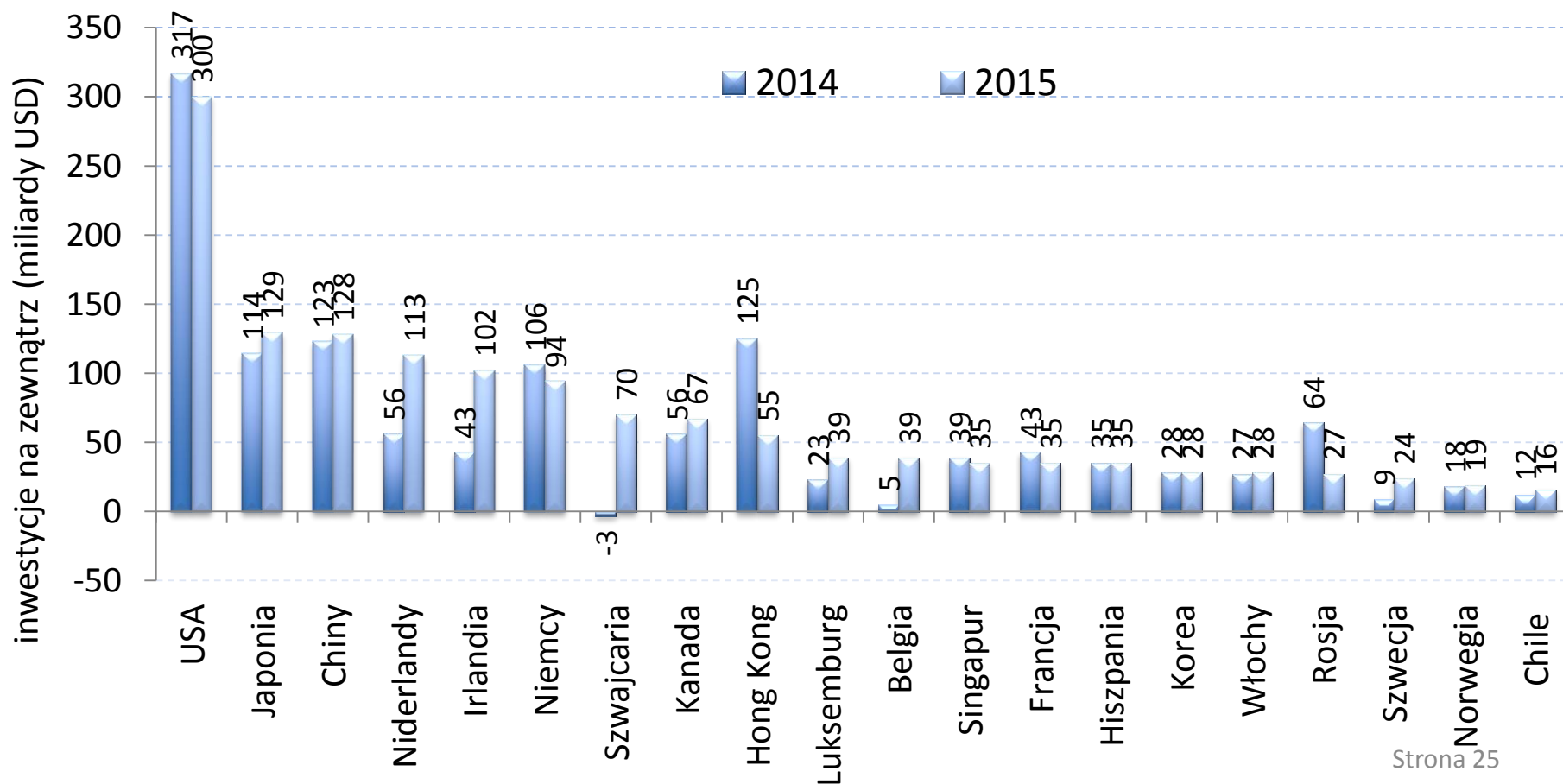
Kryterium	Greenfield	Fuzje i Przejęcia
Dostęp do rynku	Opóźniony dostęp	Szybki dostęp
Udział w rynku	Musi być wywalczony	Przejęty
Nakłady inwestycyjne	Sukcesywne	Duży nakład początkowy
Położenie	Może być wybrane wg preferencji	Dane z góry
Nastawienie lokalnego rządu	Często finansowe wsparcie	Często opór
Technologia	Nowoczesne technologie mogą być wprowadzone	Dana z góry
Integracja z organizacją ojczyzną	Zazwyczaj bez problemu	Zazwyczaj z problemami
Liczebność konkurencji	Będzie wzrastać	Pozostaje stała



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie



Główni inwestorzy na świecie – kraj pochodzenia inwestycji

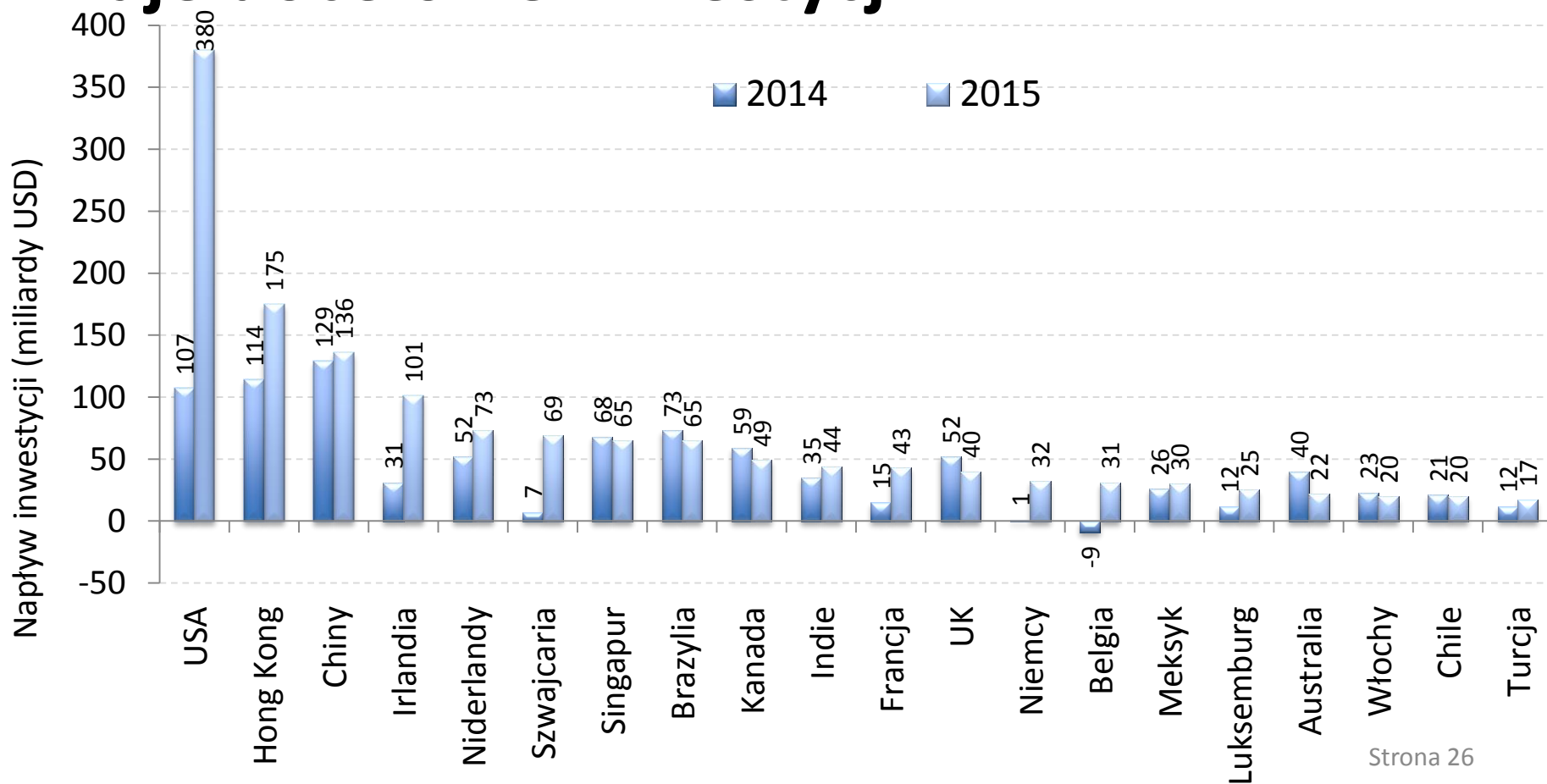




Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

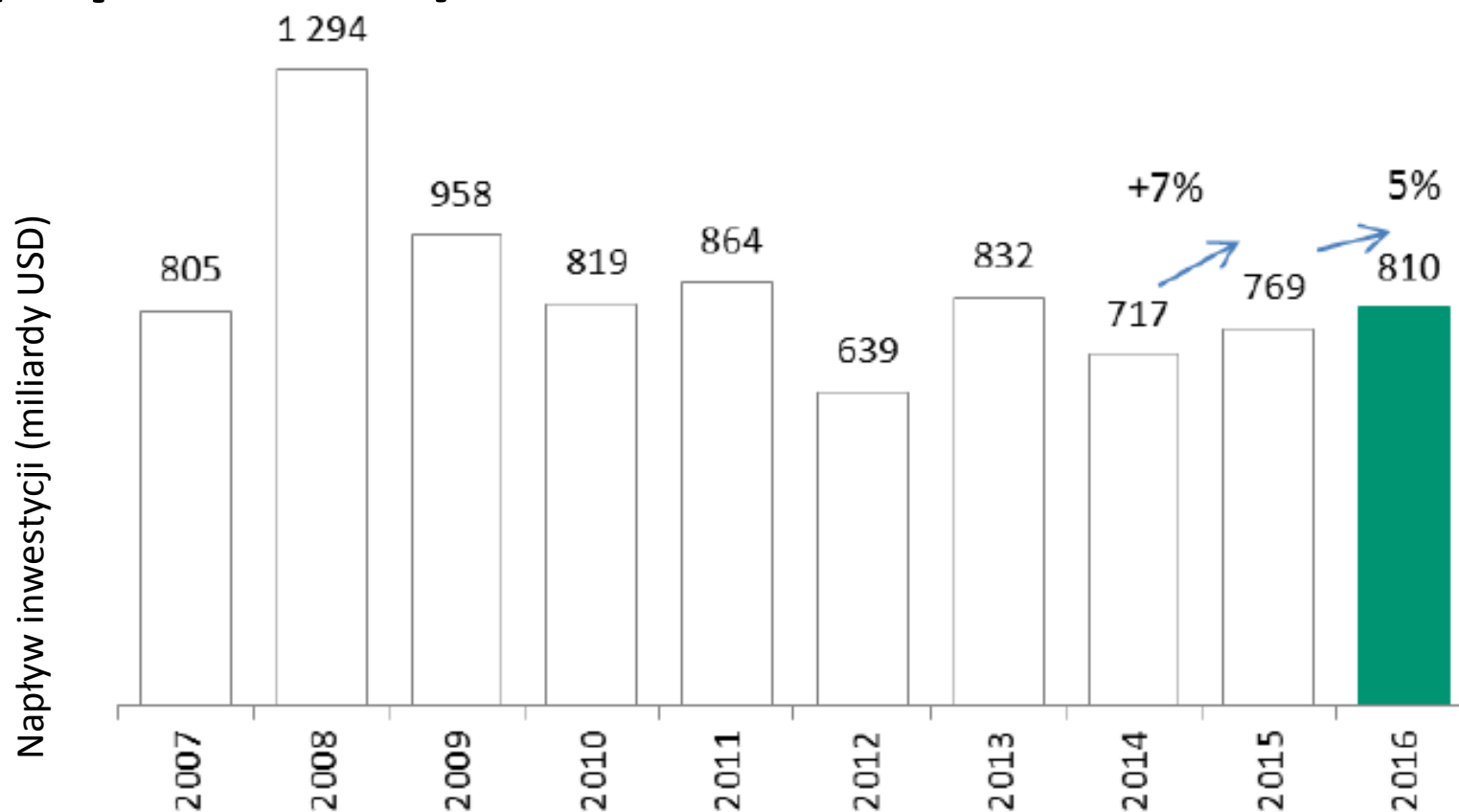


Główni odbiorcy inwestycji na świecie – kraje docelowe inwestycji



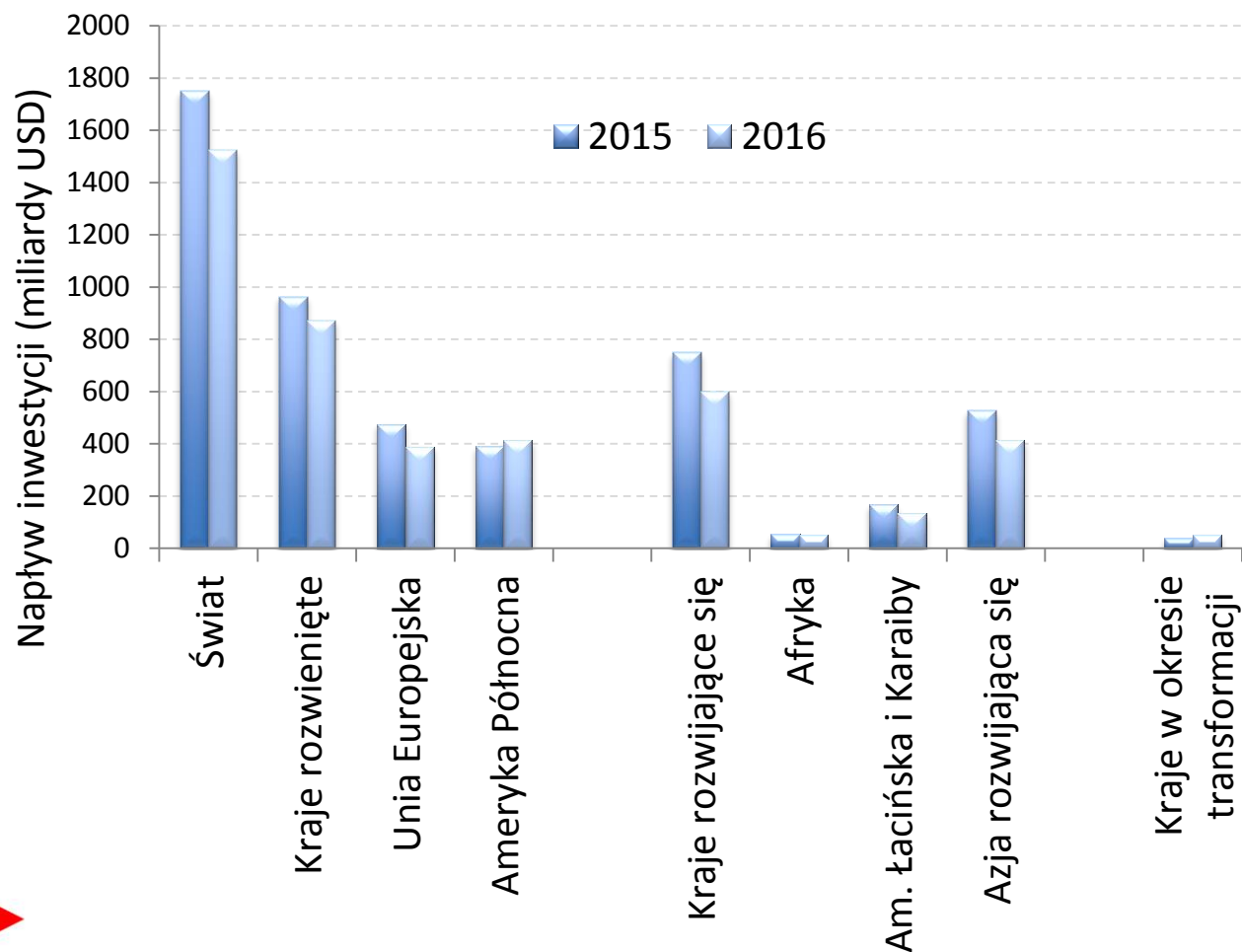


Projekty typu greenfield na świecie (zapowiedzi)





Sytuacja inwestycyjna na świecie



- **Światowe inwestycje spadły o 13% w 2016 roku, osiągając poziom 1,52 trylionu USD**
- Było to odzwierciedleniem **słabego wzrostu gospodarczego i niskiego poziomu handlu**
- **10% wzrost światowych inwestycji w 2017 jest prognozowany przez UNCTAD.**



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Projekty zakończone i obecnie prowadzone przez PAIH



Projekty zakończone w latach 2000-2015

	Kraj	Projekty	Wartość (mln USD)	Zatrudnienie
1	USA	95	1689.5	28 993
2	Japonia	51	1 823.2	14 460
3	Niemcy	41	1 104.6	9 041
4	Francja	32	870.0	6 910
5	Korea Południowa	31	1 285.8	17 124
6	Wielka Brytania	29	1 135.0	10 135
7	Szwecja	23	540.8	5 962
8	Hiszpania	17	310.7	3 332
9	Chiny	13	158.8	1 670
10	Netherlandy	12	97.1	2 910
...
	Razem	625	14 916.3	162 802

Projekty obsługiwane przez PAIH (IV 2017)

	Kraj	Projekt y	Wartość (mln USD)	Zatrudnieni e
1	USA	60	1 211,1	17 772
2	Niemcy	21	562	9 450
3	Japonia	13	768,2	4 095
4	Polska	9	158,3	895
5	Wielka Brytania	9	8,6	1 875
6	Francja	6	67,3	2 105
7	Chiny	6	409,2	1 475
8	Korea Płd	6	75,1	1 089
9	Szwajcaria	6	174,4	1 423
10	Finlandia	6	169,7	1 500
...
	Razem	184	4 810	55 083



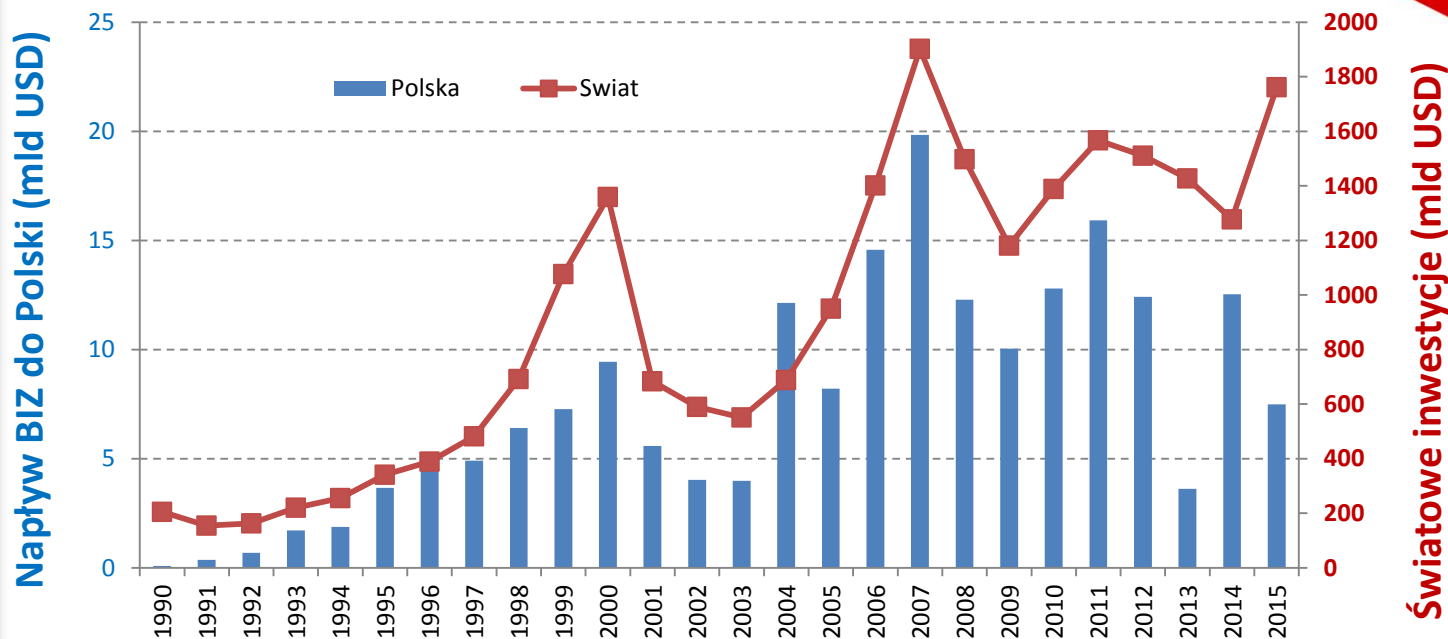
Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

BIZ w Polsce

Reinwestowane
zyski
odpowiadają za
2/3 napływu
BIZ;

85% napływu
BIZ pochodzi z
UE, głównymi
inwestorami są
Luksemburg,
Niemcy,
Włochy.

Na koniec 2015
r. skumulowane
BIZ w Polsce
wyniosły **213
mld USD**.



1990-'95:
Duży rynek
wewnętrzny

*np. sieci
handlowe,
prywatyzacja*

'95-2000:
Znaczące zasoby
siły roboczej,
niskie koszty pracy
*np. branża
elektroniczna,
samochodowa*

>2000:
Korzystny
stosunek
koszt/jakość
*np. centra
outsourcingowe
infrastruktura*

Następny krok:
zaawansowane
przewagi
konkurencyjne
np. centra R&D

Poszukiwanie rynku

Poszukiwanie zasobów

Strategiczne możliwości



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Źródła danych o inwestycjach



NBP

Narodowy Bank Polski





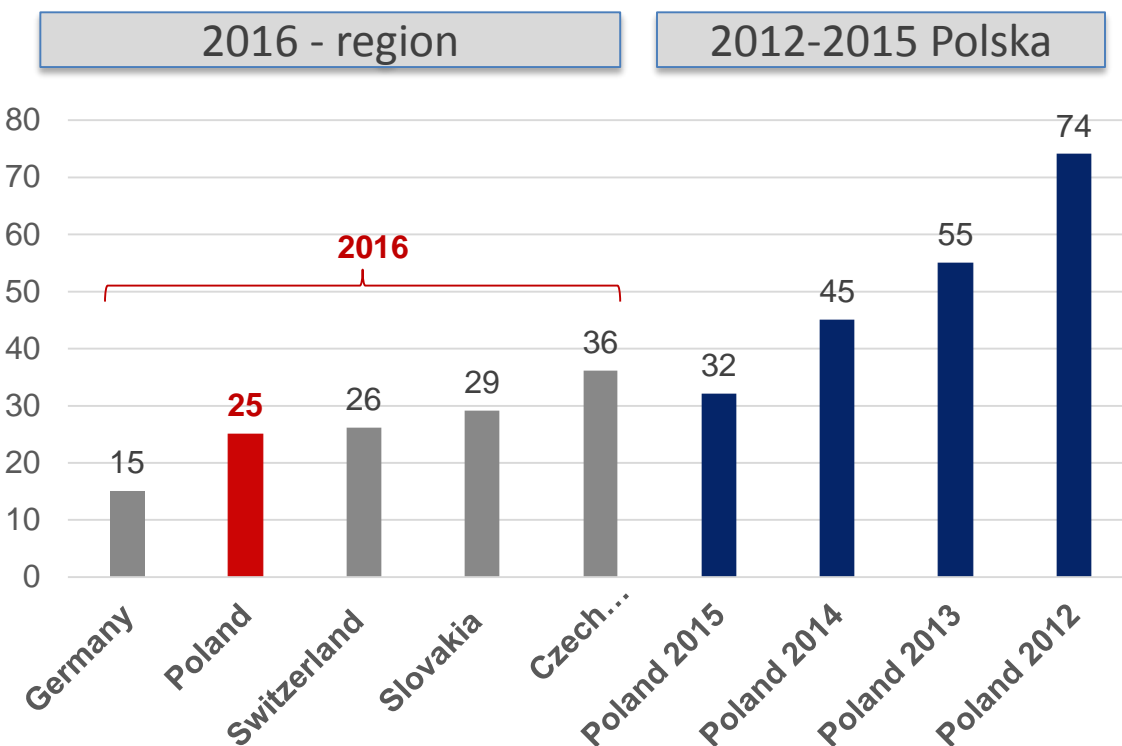
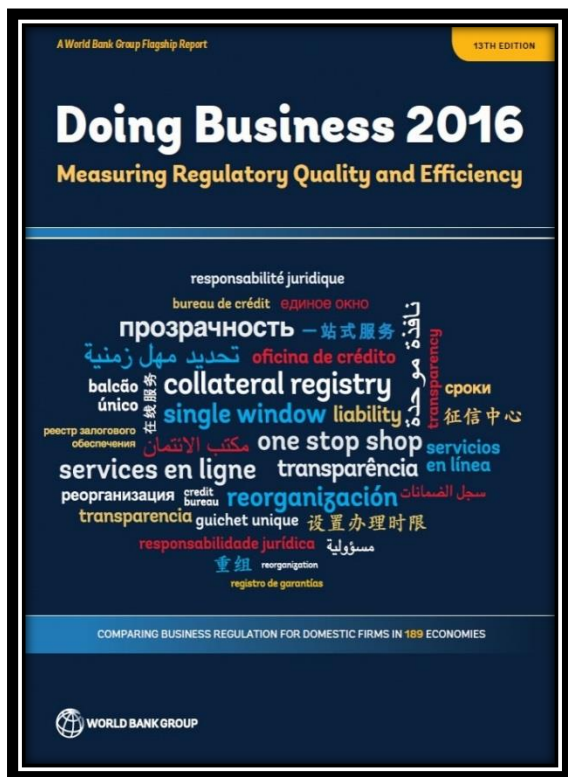
Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Konkurencyjność – wybrane aspekty





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie



Główny raport Banku Światowego dotyczący konkurencyjności państw z punktu widzenia łatwości prowadzenia interesów. Niższa wartość oznacza lepszą lokatę

Jak Polska jest oceniana w rankingach (I)

- **5. miejsce w Europie** jako najbardziej atrakcyjny kraj pod względem atrakcyjności inwestycyjnej według EY's European Attractiveness Survey 2016
- **7. miejsce globalnie** w rankingu dojrzałych lokalizacji dla BPO, Where in the World? Business Process Outsourcing and Shared Service Location Index 2016, Cushman & Wakefield
- **10. miejsce globalnie** pod względem lokalizacji centrów biznesowych według A.T. Kearney Global Services Location Index 2016





Jak Polska jest oceniana w rankingach (II)

- **15. miejsce globalnie, 5. w Europe, 1. w CEE** w rankingu Global Manufacturing Competitiveness Index 2016, Deloitte Global
- **24. miejsce w rankingu Doing Business 2017** (najwyższe w historii), Bank Światowy
- **36. miejsce w Global Competitiveness Index 2016** (najwyższe w historii), World Economic Forum
- **39. miejsce w Global Innovation Index 2016-2017** (najwyższe w historii), World Intellectual Property Organization



Oferta kraju

Położenie i stabilność

- Strategiczne położenie w Europie
- Część głównych korytarzy transportowych
- Stabilna sytuacja gospodarcza
- Duży rynek wewnętrzny

Atrakcyjny rynek pracy

- Młoda, dobrze wykształcona kadra
- Blisko 10% studentów w Europie
- Znajomość języków obcych
- Rosnąca produktywność
- Wysoka etyka pracy

Berlin, Vienna, Prague, Budapest, Brussels
1000 km radius – 250 m people

Dojrzałe środowisko biznesowe

- Różne sektory produkcyjne
- Rozbudowana sieć poddostawców
- Dynamiczny sektor usługowy
- Dostępność parków i klastrów
- Rozwinięta infrastruktura badawcza

Zachęty inwestycyjne

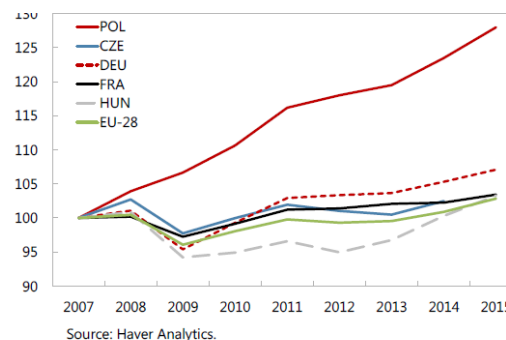
- SSE i zwolnienia z CIT
- Zwolnienia od podatku od nieruchomości
- granty rządowe
- granty UE

London, Paris, Rome, Moscow, Istanbul
2000 km radius – 550m people

Główne wskaźniki gospodarcze Polski



Rzeczywisty PKB, rok 2007=100



Zmiana %	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PKB	1,3	3,3	3,6	3,5	3,7	3,4	3,2	3,1
inflacja	0,9	0,0	-0,9	-0,7	1,1	1,9	2,4	2,5
Output gap	-1,1	-0,7	-0,1	0,0	0,2	0,4	0,3	0,1
Wzrost eksportu	6,1	6,4	6,8	6,1	6,5	6,0	5,8	5,6
Wzrost importu	1,7	10,0	6,3	7,7	7,4	6,9	6,4	5,9

Badanie klimatu inwestycyjnego w Polsce



 Tak

 Nie

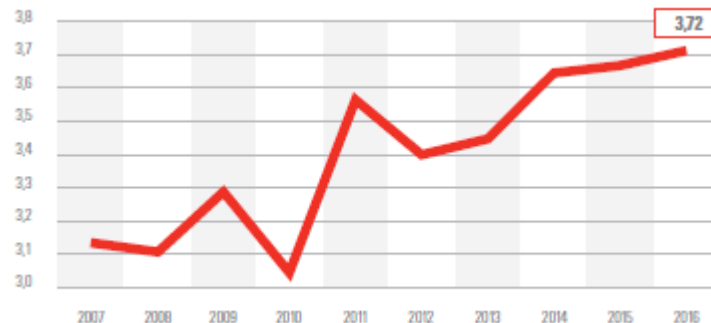
- Inwestorzy zdecydowanie nie żałują, że podjęli kiedyś decyzję o ulokowaniu inwestycji w Polsce...
- ...ogromna większość zrobiłaby to ponownie
- Polska oferuje dogodne warunki prowadzenia działalności i atrakcyjną stopę zwrotu

jak nas widzą

Jak ocenia Pan/Pani ogólny klimat inwestycyjny w Polsce?

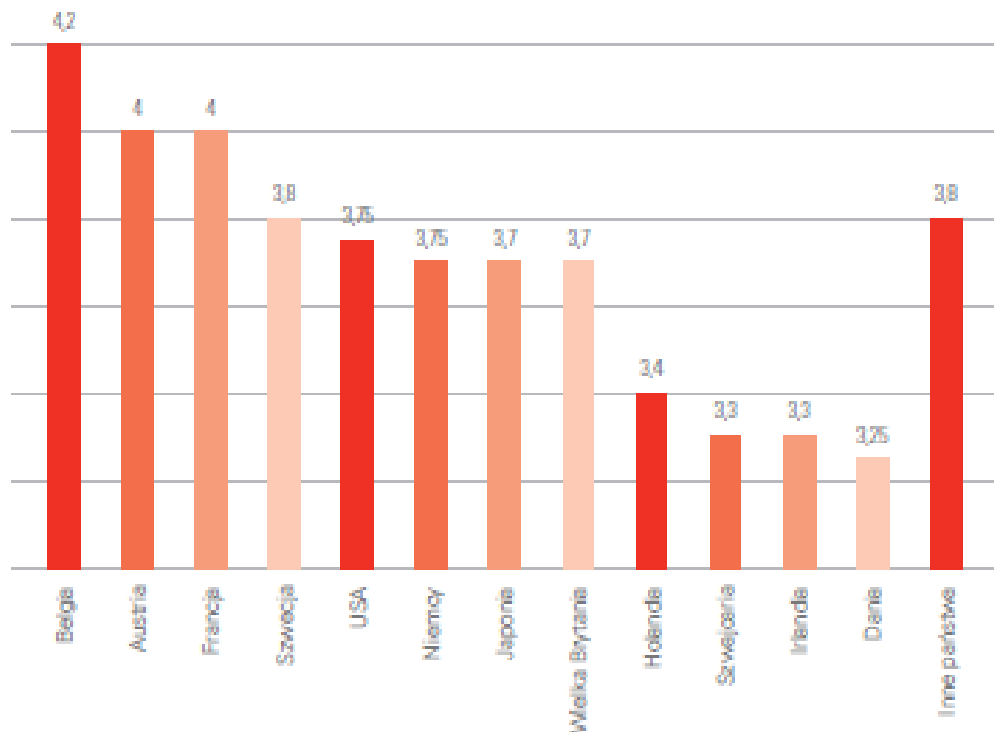


- Inwestorzy ocenili **klimat inwestycyjny średnio na 3,7 na 5** możliwych punktów
- Dominowała odpowiedź „**dobrze**”
- **Wyraźna poprawa ogólnej oceny** na przestrzeni lat - najnowsza najlepsza od 2007 roku





najbardziej zadowoleni



średnie oceny ogólnego klimatu
inwestycyjnego w podziale na kraj pochodzenia

- **Belgowie** oceniają Polskę najlepiej
- Na drugim miejscu **Austria i Francja**
- **Na Duńczykach** Polska robi najmniejsze wrażenie

Mocne i słabe strony Polski (I)

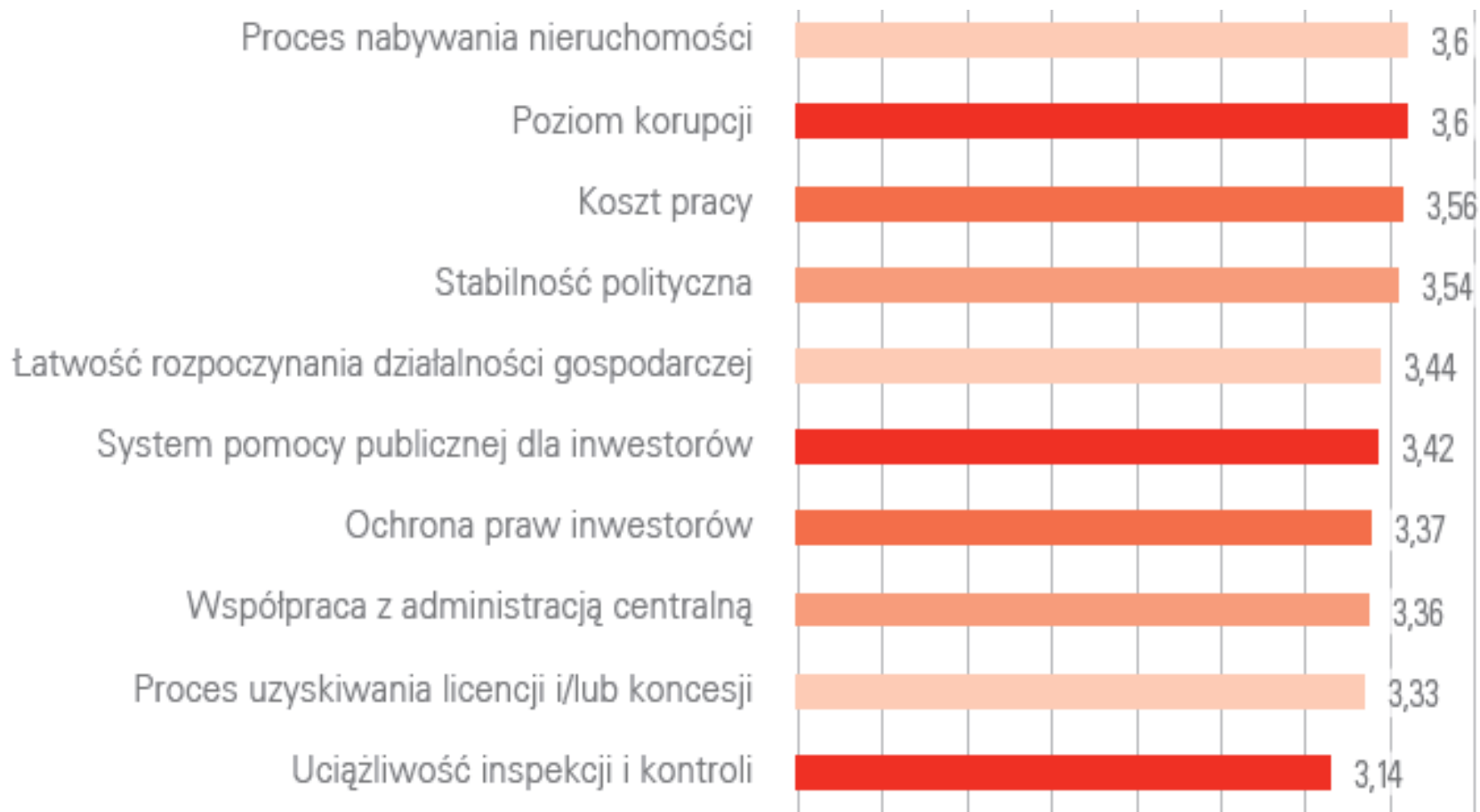
ocena od 1 do 5





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

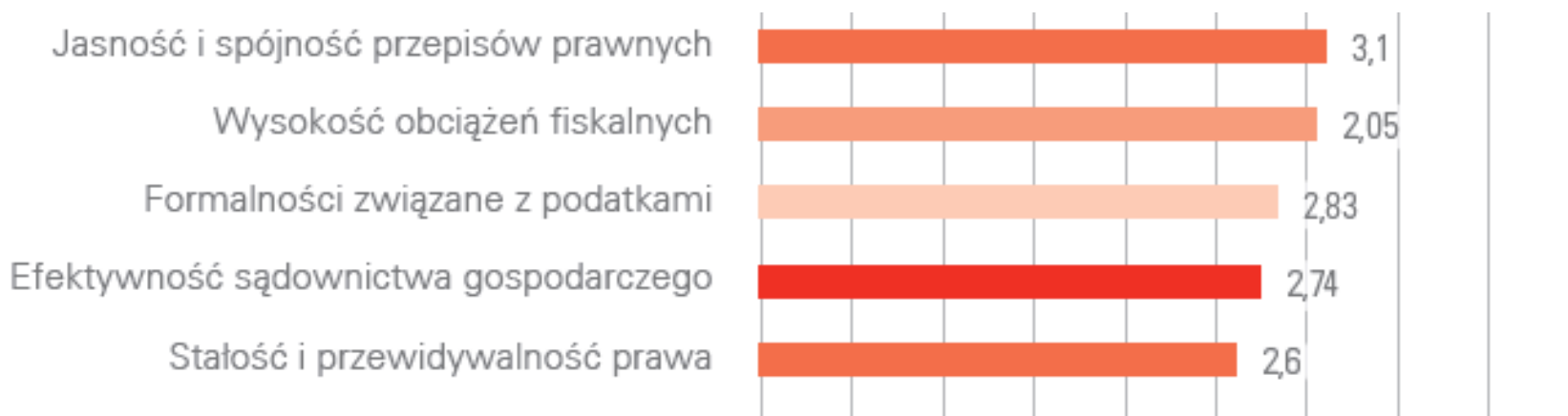
Mocne i słabe strony Polski (II)





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Mocne i słabe strony Polski (III)



Największe atuty



CZYNNIKI MAKROEKONOMICZNE

- wielkość rynku wewnętrznego (średnia ocena 3,95 pkt)
- stabilność ekonomiczna (3,88)
- dostęp do finansowania (3,64)



SILNE KADR'

- wydajność pracy (3,78)
- lojalność pracowników (3,77)
- dostępność wykwalifikowanych kadr (3,68)



ZASOBY MATERIALNE

- dostępność surowców, materiałów i komponentów (3,85)
- stan infrastruktury (3,7)
- jakość gruntów inwestycyjnych (3,62)

- **Stabilność** umożliwia planowanie rozwoju firmy bez obaw przed niespodziewanymi zwrotami akcji
- **Duży i chłonny rynek krajowy**, cały czas nadrabiamy zaległości
- **Wysokie kwalifikacje i lojalność** przy wciąż względnie niskich kosztach pracy



Do poprawy



BIUROKRACJA

- efektywność sądownictwa gospodarczego (2,74)

- uciążliwość inspekcji i kontroli (3,11)

- proces uzyskiwania licencji i koncesji (3,33)

- ochrona praw inwestorów (3,37)

- zakładanie firmy (3,44)



ROZLICZANIE PODATKÓW

- formalności związane z podatkami (2,83)

- wysokość obciążeń fiskalnych (3,05)



JAKOŚĆ PRAWA GOSPODARCZEGO

- stałość i przewidywalność prawa (2,6)

- jasność i spójność przepisów prawnych (3,1)

Inwestorzy zwracają uwagę na **niska jakość procedur administracyjnych** związanych z prowadzeniem działalności w Polsce

...ale **ich wpływ na biznes oceniają raczej jako neutralny**, o czym świadczą stosunkowo wysokie noty

Kluczowe pozytywne zmiany w porównaniu z 2007 rokiem

	2016	Zmiana w latach 2007-2016
Infrastruktura transportowa	3,64	2,07
Stabilność polityczna	3,54	1,33
Łatwość rozpoczęcia działalności gospodarczej	3,44	0,77
Dostępność mediów (elektryczność, kanalizacja, woda, itp.)	3,79	0,77
Infrastruktura telekomunikacyjna	4,02	0,74
Współpraca z administracją centralną	3,36	0,72
Jasność i spójność przepisów podatkowych	2,77	0,67
Proces uzyskiwania licencji i/lub koncesji	3,33	0,66
Dostępność wykwalifikowanych kadr	3,03	0,65
Jasność i spójność przepisów budowlanych	3,14	0,64

Potężne nakłady na modernizację i rozwój infrastruktury w ostatnich latach w realny sposób zwiększają atrakcyjność inwestycyjną i konkurencyjność Polski

Inwestorzy doceniają **stabilność polityczną** (dojrzałość instytucji) oraz **rosnące wsparcie ze strony administracji publicznej**



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Czynniki ważne dla inwestorów





Marketing proinwestycyjny

Procesy

Działania

**Pozyskiwanie
i obsługa inwestorów
Opieka poinwestycyjna**

- marketing inwestycyjny (bezpośredni – wizyty, misje, konferencje)
- obsługa inwestorów - wizyty lokalizacyjne
- obsługa systemu finansowego wsparcia projektów -
- negocjowanie pakietów wsparcia dla inwestora
- współpraca z ambasadami RP z WPHI
- opieka poinwestycyjne

**Promocja oferty
inwestycyjnej JST**

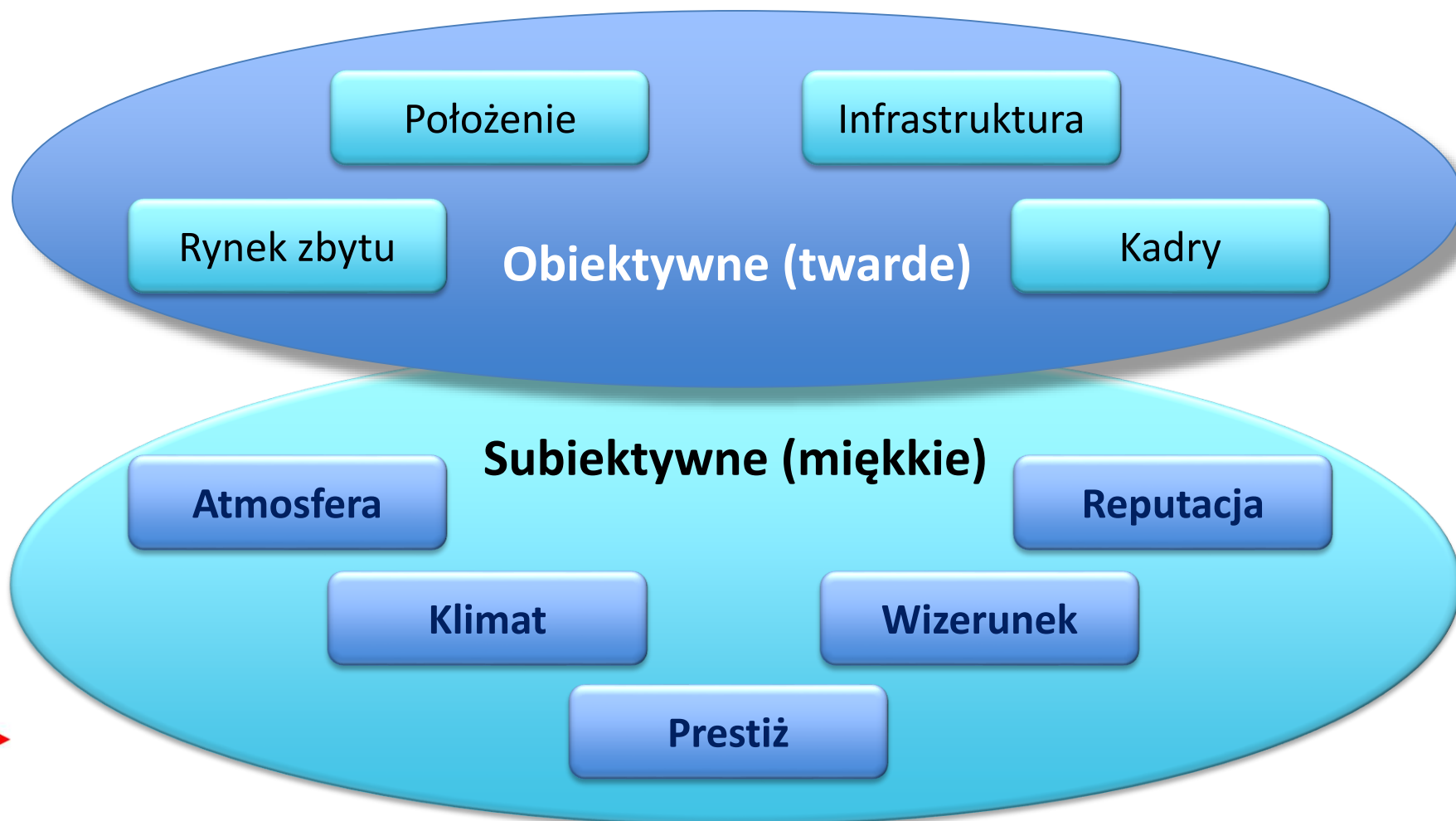
- profesjonalizm w działaniach
- zbudowanie „kompletnej” oferty promocyjnej
- portal internetowy – oknem na świat
- wykorzystanie dobrej współpracy z lokalnym biznesem
- współuczestniczenie w promocji gospodarczej partnerów biznesowych, regionu i Polski

**Tworzenie przyjaznego środowiska
dla inwestycji.
Budowanie oferty inwestycyjnej JST**

- budowanie kompetencji urzędników
- prace badawcze i analizy dot. potencjału inwestycyjnego jst , audyty i wybór lokalizacji
- budowanie oferty „uszytej na miarę” – sektory, skala, kierunki geograficzne
- gromadzenie i przetwarzanie informacji - bazy danych dot: ofert lokalizacyjnych, nieruchomości, inwestorów, dostawców i partnerów biznesowych
- współpraca z PAIH, regionalnym COI, lokalnymi przedsiębiorcami, sse, parkami i instytucjami otoczenia biznesu, ...

Strategia rozwoju JST musi być spójna ze strategią rozwoju regionu

Czynniki determinujące atrakcyjność oferty inwestycyjnej





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Wpływ władz samorządowych na czynniki decydujące o atrakcyjności oferty inwestycyjnej



Źródło: Dziemianowicz W. (1998), Rola władz samorządowych w przyciąganiu kapitału zagranicznego, w: Z. Olesiński (red.) Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce, PWE, Warszawa.

Czynniki decydujące o wyborze miejsca lokalizacji inwestycji

PRODUKCJA

1	Infrastruktura gospodarcza	Najważniejszym czynnikiem okazuje się funkcjonowanie specjalnej strefy ekonomicznej, co przekłada się na finansowe korzyści dla firmy: niższe podatki, korzystne ceny zakupu nieruchomości, zapewnione media, wsparcie ze strony samorządu lokalnego.
2	Dostępność transportowa	Dostępność transportowa oznacza sprawną obsługę transportu (dystrybucja towaru), ale również łatwość w dojeżdżaniu do pracy dla pracowników firmy.
3	Aktywność władz samorządowych	Duże znaczenie ma wychodzenie do inwestorów z inicjatywą i propozycją zainwestowania, a następnie współpraca i pomoc formalno-prawna.
4	Zasoby i koszty pracy	Czynnik ten ma znaczenie, choć nie decydujące.

Czynniki decydujące o wyborze miejsca lokalizacji inwestycji HANDEL I USŁUGI

1	Chłonność rynku zbytu	W handlu i usługach najważniejszym i decydującym czynnikiem lokowania inwestycji jest chłonność rynku zbytu.
2	Infrastruktura drogowa	Rozumiana tutaj jako komunikacja wewnątrz miasta, która determinuje dostępność placówki dla klientów albo szybkość dotarcia do klienta w przypadku usług serwisowych.
3	Dostępność transportowa	Ma znaczenie w przypadku zaopatrzenia spoza rynku lokalnego lub w przypadku odległej lokalizacji klienta od punktu usługowego.
4	Zasoby i koszty pracy	Koszty pracy są proporcjonalne do spodziewanych zysków albo związane z wymaganymi kwalifikacjami. Z tego powodu nie jest to czynnik decydujący o wyborze lokalizacji inwestycji. Zatrudnienie w handlu czy usługach nie jest na tyle duże, aby potencjalni pracodawcy mieli problem ze znalezieniem pracowników w jakimkolwiek regionie.

Badanie atrakcyjności inwestycyjnej „miejsca”

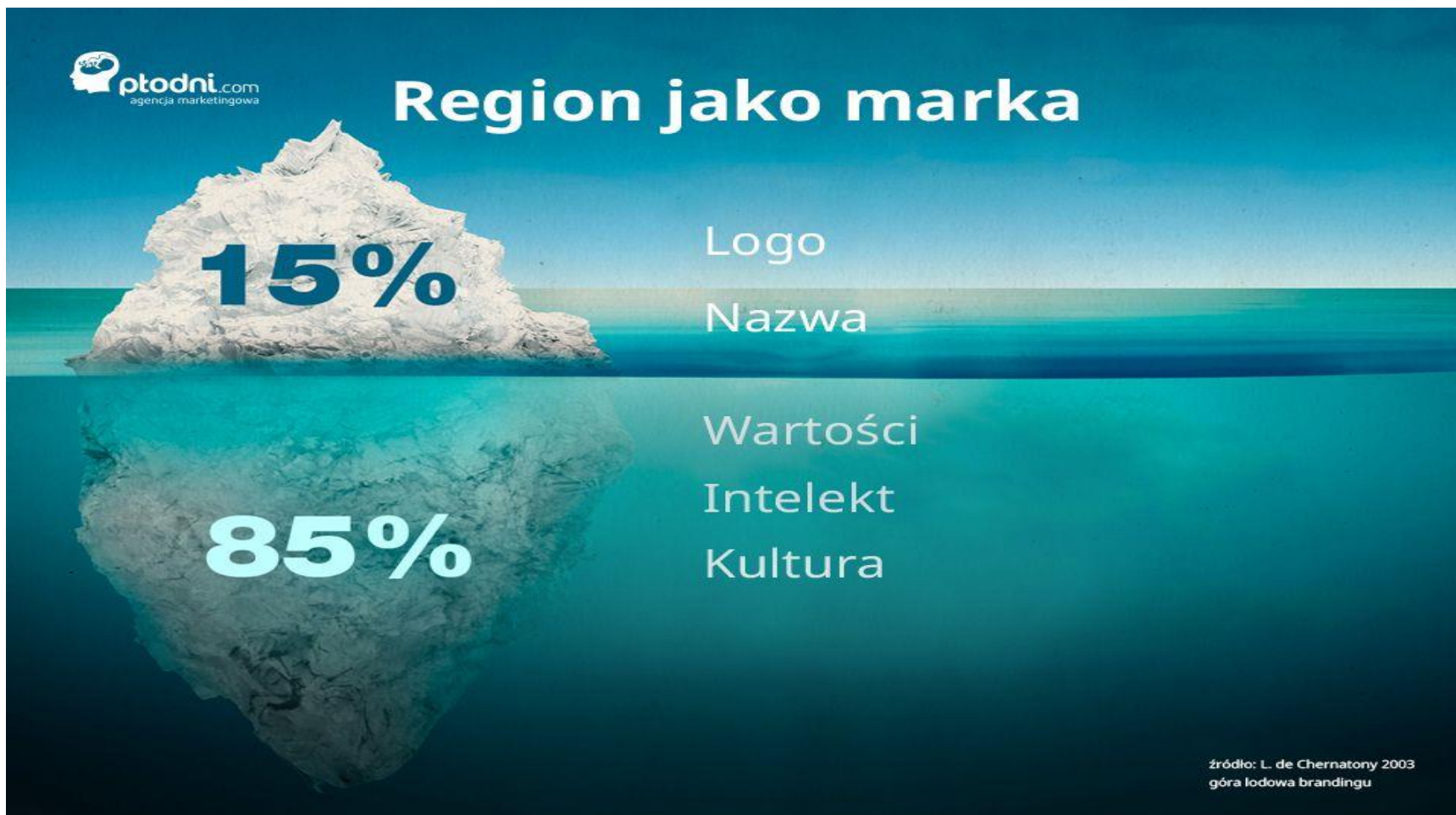
Cel analizy i obszary badawcze (projekt SGH / PAliIZ / RCOI / SSE)

- **Określenie przestrzennego zróżnicowania** potencjalnej i rzeczywistej atrakcyjności inwestycyjnej regionów Polski
- Dostarczenie informacji niezbędnej do korygowania **planowania strategicznego w zakresie objętym analizą**
- Badanie **potencjalnej i rzeczywistej atrakcyjności inwestycyjnej** regionu na podstawie analizy poziomu rozwoju gospodarczego
- Badanie **atrakcyjności dla gospodarki usług** na podstawie analizy jakości kapitału ludzkiego, dostępności pomocy publicznej oraz jakości zarządzania jst
- Badanie **rozbieżności pomiędzy potencjalną, a rzeczywistą atrakcyjnością** na podstawie analizy jakości zarządzania JST



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Standardy współpracy PAIH – Partnerzy Regionalni – nasz wspólny cel działania





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Struktura krajowego systemu wsparcia





Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Centralne instytucje wsparcia inwestycji i eksportu



PARP

Polska Agencja
Rozwoju
Przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość



PAIiZ

Polska Agencja
Informacji i
Inwestycji
Zagranicznych

Inwestorzy



KUKE

Konsorcjum
Ubezpieczeń
Kredytów
Eksportowych

Wsparcie
Eksportu



PIR

Polskie Inwestycje
Rozwojowe

Rozwój



PKO

Bank PKO

Bankowość



BGK

Bank Gospodarstwa
Krajowego k)

Bank rozwojowy

Nowe podejście

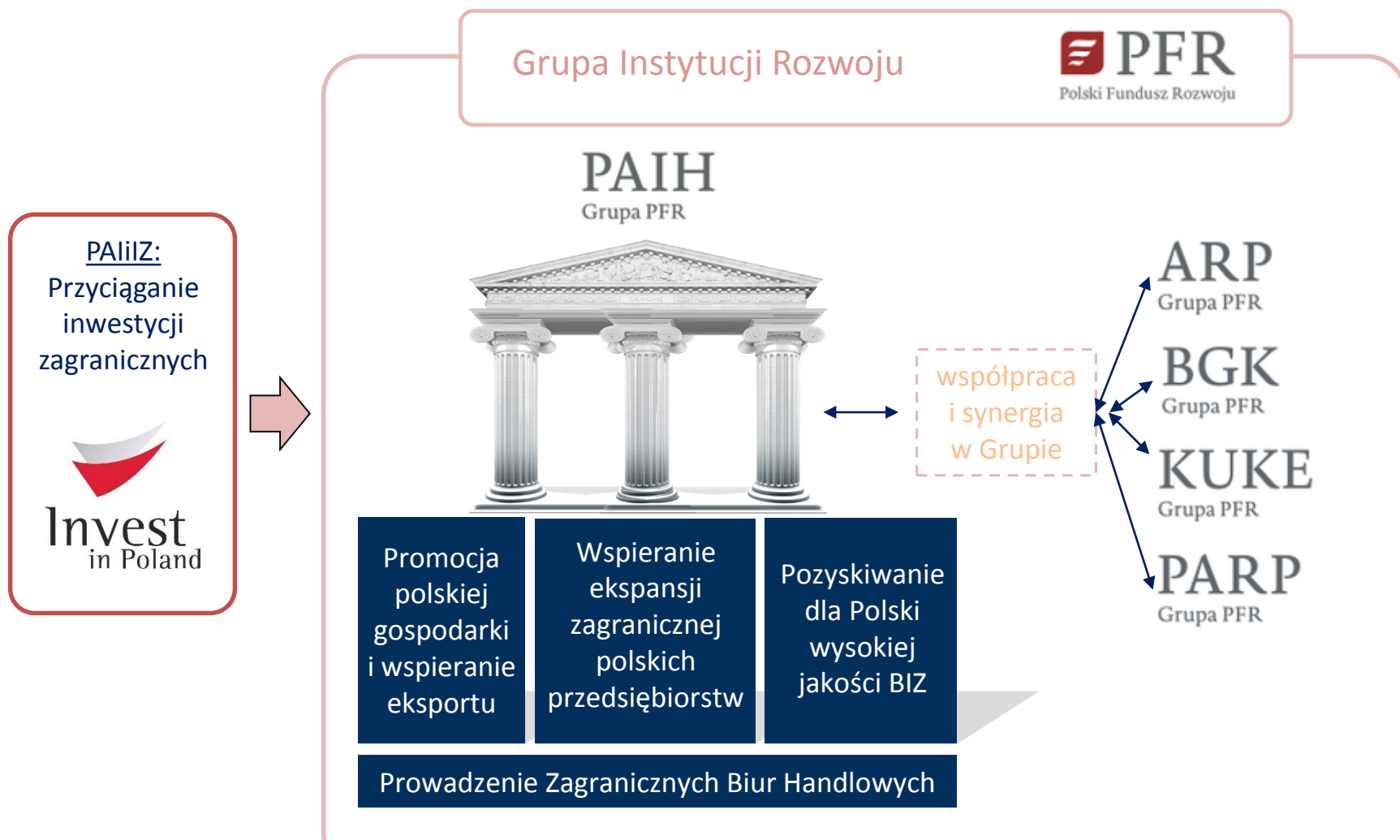
Ministerstwo
Rozwoju

Polski Fundusz
Rozwoju

Polska Agencja
Inwestycji i Handlu

Koordinacja
działalności

Zadania Agencji wg Planu Ekspansji Międzynarodowej Polskich Przedsiębiorstw



Podsumowanie działań PALiIZ w 2016 roku

- ✓ W 2016 r. PALiIZ zakończyła: **64 projekty inwestycyjne** o potencjalnej wartości **1,74 mld EUR**, dzięki którym powstanie **16 047 miejsc pracy**.
- ✓ Najwięcej projektów z **USA (16)**, **Francji (6)** i **Niemiec (5)**, w sektorach: **BSS (23)**, **motoryzacyjnym (12)**, a także **B+R (12)**.
- ✓ **31% firm ulokowało się w SSE**, a **39% aplikowało o granty rządowe** – po raz pierwszy w historii więcej niż o zwolnienie z CIT.
- ✓ Prowadzone były **działania w nowych dla Agencji obszarach** - wspierania ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw (w tym eksportu) programy Go China, Go Africa, Go India, Go Iran, Go ASEAN oraz Go Arctica.
- ✓ Udzielano wsparcia firmom polskim zainteresowanym inwestycjami za granicą - zakwalifikowano 19 projektów, z których 3 już zakończyły się pozytywnymi decyzjami inwestycyjnymi.
- ✓ W tym samym okresie kontynuowane były działania mające na celu zapewnienie sprawnej **współpracy Agencji z instytucjami partnerskimi w regionach**. Odbывały się spotkania konsultacyjne, seminaria, spotkania szkoleniowe i staże dla partnerów regionalnych, w tym SSE.
- ✓ Na zadania przekazane do realizacji decyzją MRiF w 2016 wydano **14 919,3 tys. PLN**.
- ✓ Na dzień 31 grudnia 2016 roku w spółce **zatrudnionych było 103 osób** (99,9 etatu).

Działania PAIHi na 2017 rok – pozadotacyjne

1) Standardy obsługi inwestora w Gminie

- ✓ opracowanie Standardów obsługi inwestora w Gminie;
- ✓ stworzenie generatora ofert inwestycyjnych;
- ✓ opracowanie wzorca witryny internetowej dla inwestora;
- ✓ opracowanie raportów i analiz;
- ✓ prowadzenie szkoleń.

2) Wizyty studyjne dziennikarzy zagranicznych

- ✓ przygotowanie propozycji programów wizyt studyjnych przy współpracy z MSZ;
- ✓ przygotowanie logistyczne i merytoryczne wizyt;
- ✓ realizacja wizyt w Polsce.

3) Wynajem nieruchomości

- ✓ wynajem budynku na Al. Stanów Zjednoczonych;
- ✓ wynajem pomieszczeń na ul. Bagatela 12;
- ✓ wynajem pomieszczeń konferencyjnych dla firm.

Działania Agencji na 2017 rok – dotacyjne (I)

1) Marketing inwestycyjny

- ✓ wzrost bezpośrednich inwestycji w Polsce w sektorach generujących najwyższą wartość dodaną oraz o najwyższym zaawansowaniu technologicznym, zgodnych z projektem Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju;
- ✓ wspieranie tworzenia nowych miejsc pracy w polskiej gospodarce.

2) Obsługa projektów inwestycyjnych

- ✓ zapewnienie sprawnej i zgodnej z najwyższymi standardami obsługi firm zainteresowanych realizacją w Polsce projektów inwestycyjnych zgodnych z projektem Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju;
- ✓ skuteczne doprowadzenie do ulokowania inwestycji w Polsce;
- ✓ wspieranie tworzenia nowych miejsc pracy w polskiej gospodarce;
- ✓ wzrost innowacyjności polskiej gospodarki dzięki inwestycjom w sektory o najwyższej wartości dodanej.



Działania Agencji na 2017 rok – dotacyjne (II)

3) Opieka poinwestycyjna i działania na rzecz reinwestycji

- ✓ zwiększenie reinwestycji firm, które już zainwestowały w Polsce;
- ✓ poprawa klimatu inwestycyjnego w Polsce;
- ✓ eliminacja barier napotykanym w procesie inwestycyjnym.

4) Informacja gospodarcza i współpraca instytucjonalna

- ✓ zapewnienie informacji gospodarczej na użytek zagranicznych inwestorów, polskich przedsiębiorstw inwestujących w kraju, polskich przedsiębiorstw inwestujących za granicą oraz na potrzeby Agencji i Ministerstwa Rozwoju

5) Promocja polskiej gospodarki

- ✓ kreowanie i promocja wizerunku Polski jako kraju nowoczesnej i szybko rozwijającej się gospodarki oraz producenta wysokiej jakości towarów i usług, przy jednoczesnym wykorzystaniu systemu identyfikacji wizualnej Marki Polskiej Gospodarki.

Działania Agencji na 2017 rok – dotacyjne (III)

6) Rozwój regionalny - współpraca regionalna

- ✓ podniesienie standardów obsługi inwestorów i atrakcyjności ofert inwestycyjnych oraz kompetencji kadr poprzez działania szkoleniowe i doradcze na rzecz COI, jednostek samorządu terytorialnego, Specjalnych Stref Ekonomicznych, parków przemysłowych i technologicznych oraz innych instytucji regionalnych zajmujących się promocją BIZ oraz przedsiębiorców polskich inwestujących w kraju

7) GoChina, w tym prowadzenie Centrum współpracy polsko-chińskiej

- ✓ promocja oraz zwiększenie napływu bezpośrednich chińskich inwestycji zagranicznych do Polski w wybranych sektorach o istotnym znaczeniu dla gospodarki;
- ✓ promocja oraz wsparcie polskich inwestorów w Chinach oraz Małych i Średnich Przedsiębiorstw w zakresie sprzedaży polskich produktów na rynku chińskim;
- ✓ działalność analityczno-informacyjna, informacja gospodarcza, promocja medialna polskiej gospodarki, działania wspierające;
- ✓ wsparcie polskich firm zainteresowanych eksportem na rynek chiński



Działania Agencji na 2017 rok – dotacyjne (IV)

8) Wspieranie polskich przedsiębiorstw na wybranych rynkach

- ✓ wspieranie polskich przedsiębiorstw w ich działaniach inwestycyjnych za granicą;
- ✓ wspieranie polskich przedsiębiorców w ekspansji eksportowej na wybrane rynki zagraniczne;
- ✓ wspieranie polskich firm w działalności eksportowej i odniesieniu sukcesu gospodarczego za granicą;
- ✓ rozpowszechnianie polskich rozwiązań i technologii na wybranym rynku;
- ✓ dostarczanie narzędzi podnoszących konkurencyjność firm polskich za granicą;
- ✓ wsparcie realizacji jednego z filarów Planu na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju: ekspansja zagraniczna.



Działania Agencji na 2017 rok – dotacyjne (V)

9) Informacja i komunikacja zewnętrzna

- ✓ kreowanie i realizacja polityki informacyjnej oraz bieżąca współpraca z mediami krajowymi i zagranicznymi;
- ✓ komunikacja mająca na celu wsparcie informacyjno-promocyjne projektów realizowanych przez Agencję, w tym promocja inwestycji oraz promocja eksportu;
- ✓ komunikacja ze środowiskami, które mogą mieć wpływ na tworzenie pozytywnego obrazu Polski jako miejsca przyjaznego dla inwestycji, w tym m.in. organizowanie wizyt studyjnych dla dziennikarzy zagranicznych oraz poprzez narzędzia informatyczne.



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Standardy obsługi inwestora



Standardy – dla kogo?

- **dla JST** zainteresowanych wprowadzaniem **jednolitych standardów obsługi inwestora/przedsiębiorcy** zalecanych przez PAIH.
- **wynikają z wieloletnich doświadczeń** w kontaktach międzynarodowych, w szczególności związanych z obsługą bezpośrednich inwestycji zagranicznych w PAIH i jej poprzedniczce – PAIiZ.
- pozwalają na realizację oczekiwań przedsiębiorców dotyczących **wsparcia przez gminę procesu inwestycyjnego**. Są także podpowiedzią dla zarządzających gminami, jak w prosty sposób kierować tym procesem w celu rozwijania lokalnej przedsiębiorczości.



Schemat standardów obsługi inwestora w gminie (I)





Minimalne wymogi do wdrożenia standardów obsługi gmin (I)

Lp	Dział	Lp	Wymogi
I.	Urząd	1.	Zamieszczenie zadań POP w procedurach wewnętrznych gminy , z uwzględnieniem zasad współpracy pracowników POP z pozostałymi pracownikami i jednostkami w ramach urzędu
		2.	Zapewnienie warunków do spotkań z przedsiębiorcami i inwestorami (dostęp do sali spotkań)
II.	Pracownicy	1.	Wskazanie pracowników POP oraz wpisanie zadań z tym związanych do ich zakresów obowiązków
		2.	Udział pracownika POP w dedykowanych szkoleniach
		3.	Udział osoby decyzyjnej w sprawach POP w dedykowanych szkoleniach

Minimalne wymogi do wdrożenia standardów obsługi gmin (II)

Lp.	Dział	Lp.	Wymogi
III.	Oferta Inwestycyjna	1.	Zebranie informacji nt czynników atrakcyjności inwestycyjnej gminy
		2.	Określenie dostępnej oferty lokalizacyjnej gminy
		3.	Określenie możliwości rozwoju oferty lokalizacyjnej gminy np. poprzez inwestycje gminne, przyłączanie nowych gruntów (współpraca z innymi właścicielami lub długofalowe planowanie wykupu)
		4.	Określenie oferty inwestycyjnej gminy obejmującej elementy wskazane w Standardach
IV.	Sposoby działania	1.	Wprowadzenie przynajmniej jednej oferty lokalizacyjnej do generatora ofert
		2.	Przygotowanie strony internetowej dla inwestora zgodnie ze wzorcem
		3.	Zaplanowanie i rozpoczęcie realizacji działań z zakresu opieki poinwestycyjnej

Wytyczne w zakresie infrastruktury i zasobów ludzkich POP w JST

1. **Lokalizacja** gminnych POP, warunki lokalowe i transport
2. **Kadra** POP – wymagania
3. **Kadra** POP – obowiązki
4. POP a organizacja **współpracy w urzędzie**
5. **Wspólna identyfikacja** POP



1. Lokalizacja gminnych POP, warunki lokalowe i transport

- Władze JST w ramach swojej struktury powinny powołać gminne POP, tak, by zapewnić **szybkie podejmowanie decyzji** niezbędnych przy obsłudze inwestora.
- Sytuacja idealna to **bezpośrednia podległość POP pod wójta** (burmistrza, prezydenta) lub jego zastępcę.
- Zbyt długi łańcuch decyzyjny oddzielający POP od włodarza terenu przekłada się na **opóźnienia w obsłudze inwestora** i może oznaczać utratę przewagi nad konkurentami lub nawet zaufania inwestora.
- POP **może stanowić odrębną jednostkę** lub być ulokowane w strukturze urzędu gminy w ramach jednej z jego jednostek organizacyjnych.

2. Kadra POP – wymagania

- Kluczowe w procesie budowania zaufania pomiędzy oferentem (JST), a klientem (przedsiębiorcą/ inwestorem) jest **ułożenie właściwych relacji personalnych**
- Osoby zatrudnione powinny charakteryzować się:
 - **wyższym wykształceniem**;
 - **znajomością języków obcych** (przynajmniej jeden pracownik ze znajomością **języka angielskiego**) na poziomie umożliwiającym swobodną komunikację z inwestorami zagranicznymi;
 - **wysoką kulturą osobistą**, komunikatywnością, odpornością na stres, elastycznością, umiejętnością szybkiego wyszukiwania potrzebnych informacji, dyspozycyjnością.



3. Kadra POP – obowiązki (I)

- **przygotowywanie kompletnej oferty inwestycyjnej** gminy, jej weryfikacja i aktualizacja, w tym nadzór nad danymi niezbędnymi do jej opracowania;
- **aktualizacja danych** dotyczących oferty inwestycyjnej na portalu gminy oraz dbałość o aktualność informacji, w tym nadzór nad administratorem strony w tym zakresie;
- **weryfikacja oferty inwestycyjnej** i działań POP pod kątem zgodności ze „Strategią rozwoju społeczno-gospodarczego gminy”, w szczególności w zakresie ładu przestrzennego i gospodarki nieruchomościami;
- Organizacja **działań promujących ofertę inwestycyjną** gminy;
- **udzielanie informacji** przedsiębiorcom/ inwestorom, w tym prezentacja posiadanej przez gminę oferty inwestycyjnej;



3. Kadra POP – obowiązki (II)

- organizowanie w razie potrzeby **wizyt lokalizacyjnych** inwestorów na terenie gminy i współdziałanie z innymi podmiotami w tym zakresie;
- **asystowanie inwestorom w niezbędnych procedurach administracyjnych** i prawnych na poziomie gminy, występujących w trakcie realizacji projektu inwestycyjnego;
- **opieka poinwestycyjna** dla firm łącznie ze wsparciem firm, które już działają na terenie gminy;
- **współdziałanie z podmiotami** zaangażowanymi w obsługę inwestora na szczeblu ponadgminnym, w szczególności z **PAIH, SSE i innymi partnerami regionalnymi**;
- znajomość i przestrzeganie standardów obsługi inwestora na każdym etapie działania.

4. POP a organizacja współpracy w urzędzie (I)

- Jednym z kluczowych elementów wdrażania niniejszych standardów jest **przeniesienie przewidzianych tu procesów do procedur wewnętrznych gminy**.
- Istotą tego działania jest **określenie w JST wszystkich osób zaangażowanych w obsługę inwestorów**, zapewnienie im możliwości efektywnej współpracy i zorganizowanie zasad tej współpracy, bez względu na to, czy będą to osoby prowadzące negocjacje, czy tylko dostarczające pojedynczych danych.
- **Brak współpracy jest często barierą w działaniu**, nawet w gminach, które już posiadają zorganizowane POP.
- Pierwszym krokiem powinno być **zestawienie zadań** gminy i posiadanych przez nią informacji **z informacjami niezbędnymi w procesie obsługi** inwestora.



Tabela do identyfikacji kluczowych partnerów POP w ramach struktury UG

Zadanie gminy	Jednostka organizacyjna	Czy jego realizacja lub informacje związane z jego realizacją są związane z obsługą projektu inwestycyjnego?	Czy jego realizacja lub informacje związane z jego realizacją są związane z opieką poinwestycyjną?	Komentarz	Udział w stałej grupie roboczej (zaznaczyć jeśli tak lub wpisać osoby sugerowane przy konkretnych tematach)
Ład przestrzenny i gospodarka przestrzenna				Dane do formatek, w tym SCL i Real Estate for Tourism, Dane do ankiety atrakcyjności inwestycyjnej	
Drogi, mosty, ulice, place				Dane do ankiety czynników atrakcyjności inwestycyjnej	
Ochrona środowiska					
Wodociągi i zapewnienie zaopatrzenia w wodę					
Zaopatrzenie w energię ciepłą i elektryczną					
Kanalizacja i odprowadzanie ścieków					
Wysypiska i utylizacja odpadów komunalnych					
Lokalny transport zbiorowy					
Zieleń miejska i zadrzewienia					
Edukacja publiczna				Dane do ankiety czynników atrakcyjności inwestycyjnej	
Kultura fizyczna i turystyka				Informacje do formatki Real Estate For Tourism	
Porządek publiczny					
Promocja gminy				Podstrona „Invest in Gmina”	
Ochrona zdrowia, pomoc społeczna		nie dotyczy	nie dotyczy		Strona 76
Kultura		nie dotyczy	nie dotyczy.		



4. POP a organizacja współpracy w urzędzie (II)

- Proponuje się, aby do współpracy przy obsłudze inwestorów burmistrz, wójt lub prezydent powołał **stały zespół roboczy**, w skład którego wejdzie po jednej osobie z każdej z jednostek zidentyfikowanych jako kluczowe.
- Do zadań członków zespołu, które powinny być określone w dokumencie powołującym go, należy **sprawne przekazywanie niezbędnych informacji** oraz **współpraca z POP przy rozwiązywaniu konkretnych sytuacji problemowych** związanych z inwestycją np. z uzyskiwaniem pozwoleń, czy dostępu do mediów.
- Członkowie zespołu mogą **pracować w trybie spotkaniowym** lub stanowić swoistą grupę kontaktową dla POP. Istotne kwestie natomiast to, to by mieli oni możliwość działania i podejmowania roboczych decyzji w swoim obszarze oraz by byli dokładnie poinformowani o swoich zadaniach.

5. Wspólna identyfikacja POP

- **Standaryzacja obsługi inwestorów** w samorządzie jest kontynuacją wcześniejszych działań PAIH, a wcześniej Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIiZ), w budowaniu marki „*Invest in Poland*”;
- **PAIiZ posiadał 16 partnerów regionalnych**, którymi były certyfikowane RCOI, występujące pod marką „*Invest in Region*”;
- Naturalnym wzmocnieniem działań promujących markę „*Invest in ...*” na poziomie regionu jest włączenie się do projektu gmin pod hasłem „*Invest in Gmina*”;
- Hasło „*Invest in Gmina*” należy wykorzystywać w materiałach tworzonych przez POP.



Kadra POP powinna:

- posiadać wiedzę na temat **oczekiwań inwestorów i przedsiębiorców**;
- znać **potencjał inwestycyjny gminy** i regionu;
- posiadać **umiejętność prowadzenia rozmów** o charakterze biznesowym oraz prowadzenia negocjacji;
- posiadać umiejętności **przygotowania oraz prezentacji ofert**;
- **znać i stosować zasady poufności** w kontaktach z przedsiębiorcami/ inwestorami;
- znać i stosować **zasady savoir-vivre** oraz protokołu dyplomatycznego w biznesie;
- posiadać podstawowe informacje i umiejętność **pracy z przedstawicielami różnych kultur**;
- **budować pozytywne relacje** ze światem nauki i biznesu;
- dążyć do osiągnięcia celów wyznaczonych w strategii promocji potencjału inwestycyjnego gminy.

Oferta inwestycyjna



Kluczowe elementy oferty inwestycyjnej



Charakterystyka regionu/
JST oferującej lokalizację



Dlaczego tu zainwestować?



Wsparcie dla inwestora



Oferta lokalizacyjna



Kontakt

Przesłanki budowy regionalnego systemu współpracy

Fakty:

- oferta inwestycyjna kreowana jest na poziomie regionalnym i lokalnym
- 85% inwestycji w Polsce poza obszarem pomocy publicznej, w tym SSE

Strategia Odpowiedzialnego Rozwoju

Kapitał dla rozwoju

Założenie:

wpisywanie się inwestycji w cele rozwojowe kraju

Cel: podniesienie efektywności obsługi i jakości inwestycji

Wsparcie SSE jako bezpośredniego partnera MR w regionie

Ścisła współpraca SSE i samorządowych Partnerów Regionalnych na rzecz wspólnego celu

Efekty:

- pozyskanie inwestorów wspierających rozwój regionów,
- wyższe wpływy podatkowe w regionach,
- dodatkowe miejsca pracy w regionach.



Pozyskiwanie inwestycji

PROCES:

Warunki konieczne:

- identyfikacja i przygotowanie Partnerów Regionalnych,
- posiadanie oferty inwestycyjnej.



Nawiązanie kontaktu z inwestorem



Decyzja inwestycyjna



^w
Działanie firmy w regionie

PROCEDURY:



Certyfikacja Partnerów Regionalnych



Gromadzenie i weryfikacja danych



Obsługa inwestora



Obsługa poinwestycyjna



Oferta Inwestycyjna



Oferta inwestycyjna to pełna oferta gminy zawierająca przydatne dla inwestora informacje o gminie.

- Odpowiedź na pytania: **dlaczego warto tu zainwestować** i jakimi elementami wsparcia gmina dysponuje.

Działalność **POP zorganizowana jest wokół tego, co gmina ma do zaoferowania inwestorom**, czyli oferty inwestycyjnej. Wokół niej prowadzone są:

- **gromadzenie** i aktualizacja danych,
- **tworzenie i aktualizacja strony internetowej** POP i Gminy,
- **obsługa projektów** inwestycyjnych – samodzielna i we współpracy z innymi partnerami,
- **działania promocyjne**.



1. O gminie (I)

Każda gmina powinna posiadać zidentyfikowane następujące dane:

- **dane statystyczne** dot. potencjału gminy typu np. ludność, powierzchnia, itp.;
- **charakter gminy**, np. gmina turystyczna, gmina z tradycjami dotyczącymi wybranego sektora / sektorów produkcyjnych;
- **krótki opis gminy** i jej dostępności komunikacyjnej (mapka oraz opis w punktach) wraz z podaniem działających w województwie SSE, parków naukowo-technologicznych i przemysłowych, inkubatorów przedsiębiorczości;
- **opis sektorów wiodących**, ujętych w strategii rozwoju gminy, czyli tych, które mają najlepsze warunki do rozwoju w danej gminie;
- **dane dotyczące rynku pracy** w powiecie (struktura bezrobocia, średnia płaca)



1. O gminie (II)

- dane dotyczące **edukacji i dostępu do kadr**;
- informacje o **infrastrukturze technicznej** (dostępnej w gminie i w obrębie terenów inwestycyjnych);
- **wykaz najważniejszych inwestorów** krajowych i zagranicznych obecnych w gminie (nazwa, sektor, lokalizacja oraz kraj pochodzenia w przypadku inwestorów zagranicznych);
- wykaz **instytucji okołobiznesowych** (firm konsultingowych, kancelarii prawnych, firm rekrutacyjnych, ale również punktów usługowych dla biznesu itp.);
- **ważne instytucje do współpracy dla inwestora** (informacje m.in. o PAIH, RCOI, SSE i parkach naukowo–technologicznych i przemysłowych);
- informacje o **formach spędzania czasu wolnego** w okolicy;
- informacje dot. **możliwości kształcenia dzieci** w szkole, np. obcojęzycznej, jeśli taka działa na terenie gminy.

2. Dlaczego warto tu zainwestować

O ile gmina posiada **Strategię rozwoju społeczno-gospodarczego**, na podstawie zawartej w niej analizy SWOT należy opracować następujące informacje:

- **przewagi inwestycyjne danego regionu**/ gminy, na podstawie dostępnych badań, wypowiedzi inwestorów, lokalnych autorytetów, czy przedstawicieli samorządu;
- krótki opis (w punktach) **atutów/ przewag gminy** w zakresie atrakcyjności inwestycyjnej i potencjału intelektualnego;
- **opis uroków gminy** i danego regionu (atrakcje turystyczne) wraz z galerią zdjęć,
- **wypowiedzi inwestorów** już obecnych w gminie lub kluczowych przedsiębiorców.

3. Wsparcie dla inwestora

- Każdy inwestor, a w szczególności zagraniczny, liczy na opiekę i **wsparcie ze strony władz lokalnych**.
- Konieczne jest więc opracowanie **pełnej informacji o wsparciu dla inwestora na trzech poziomach**:
 - lokalnym,
 - regionalnym,
 - krajowym.





3. Wsparcie dla inwestora (II)

W pakiecie informacyjnym dla inwestora, jak i na stronie internetowej należy zamieścić również informacje o wsparciu oferowanym bezpośrednio przez POP.

W jej zakresie znajduje się:

- przygotowanie **informacji o potencjale inwestycyjnym gminy** (w tym o ofercie terenów inwestycyjnych, powierzchni biurowych, hal i magazynów);
- informowanie o **zachętach inwestycyjnych** udzielanych przez Radę Gminy, urzędy pracy oraz SSE, parki naukowo-technologiczne i przemysłowe itd.;
- **asystowanie inwestorom w niezbędnych procedurach** administracyjnych i prawnych na poziomie gminy;



3. Wsparcie dla inwestora (III)

- oferowanie **szybkiego dostępu do kompleksowej informacji** dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego inwestycji,
- **udzielanie wszechstronnej pomocy w znalezieniu odpowiednich lokalizacji**, zgodnej z oczekiwaniem inwestora, oraz partnerów i poddostawców;
- **oferowanie opieki poinwestycyjnej** dla firm (wspiera także firmy, które już działają na terenie gminy, poprzez utrzymywanie z nimi stałego kontaktu i pomoc w rozwiązywaniu bieżących kłopotów związanych z działalnością na terenie gminy).

4. Oferta lokalizacyjna

Przez ofertę lokalizacyjną rozumie się **konkretne miejsca, lokalizacje** w których możliwe jest przeprowadzenie projektu inwestycyjnego.

Na potrzeby gminy należy wyróżnić następujące typy oferty lokalizacyjnej:

- *greenfield* – tereny pod inwestycje od podstaw,
- *brownfield* – gotowe obiekty typu hala produkcyjna,
- powierzchnie **biurowe**,
- oferty dla **sektora turystycznego** (działki, zabudowania lub działki z zabudowaniami).

Jednym z zadań wszystkich podmiotów zaangażowanych w obsługę inwestorów jest pozyskiwanie tego typu oferty.

Przy pozyskiwaniu konieczne jest jak najprecyzyjniejsze opisanie działki, czy nieruchomości.

PAIiH - Investment Properties Database

www3.paiz.gov.pl/invest_sites/

Invest in Poland **POLISH INVESTMENT AND TRADE AGENCY**

Investment Properties Database

SEARCH OFFERS | ADD NEW OFFER | SEND ACTUALIZATION REQUEST | LOGIN | Contact us | Instruction of adding offers (in Polish)

Search:

Property type:
☒ greenfield ☐ brownfield

Id: SEZ: -- Select --

Infrastructure:
☐ Water
☐ Electricity
☐ Gas
☐ Sewage system
☐ Railway siding





Voivodship: -- Select --

Location:

Land area (ha):
 From:
 To:

1825 item(s) found

page: 1/183 Offers per page: 10 Sort: Newest to oldest

Offered by: Agricultural Property Agency Offer id: 8103, Date: 2017-04-10 Location: Gorzów Wielkopolski / Szczecińska, Lubuskie voivodship Zoning: Production, storage, services Site area: 13.742 ha		Offered by: Private owners Offer id: 8094, Date: 2017-04-07 Location: Pikutkowo, Kujawsko-Pomorskie voivodship Zoning: Production, services, warehouse Site area: 6 ha	
Offered by: Private owners Offer id: 8095, Date: 2017-04-07 Location: Pikutkowo, Kujawsko-Pomorskie voivodship Zoning: Production and services		Offered by: Special Economic Zone Offer id: 8097, Date: 2017-04-07 Location: Grudziądz / Lipowa, Kujawsko-Pomorskie voivodship Zoning: Industry and warehouses	

Strona 92

PL 12:07 2017-04-13



4. Oferta lokalizacyjna (II)

Lokalizacja:

- dokładny adres,
- powierzchnię,
- max. dostępna powierzchnia,
- możliwość powiększenia powierzchni (krótki opis).

Informacje o nieruchomości:

- właściciel/ właściciele,
- przeznaczenie w MPZP lub SU.

Połączenia transportowe:

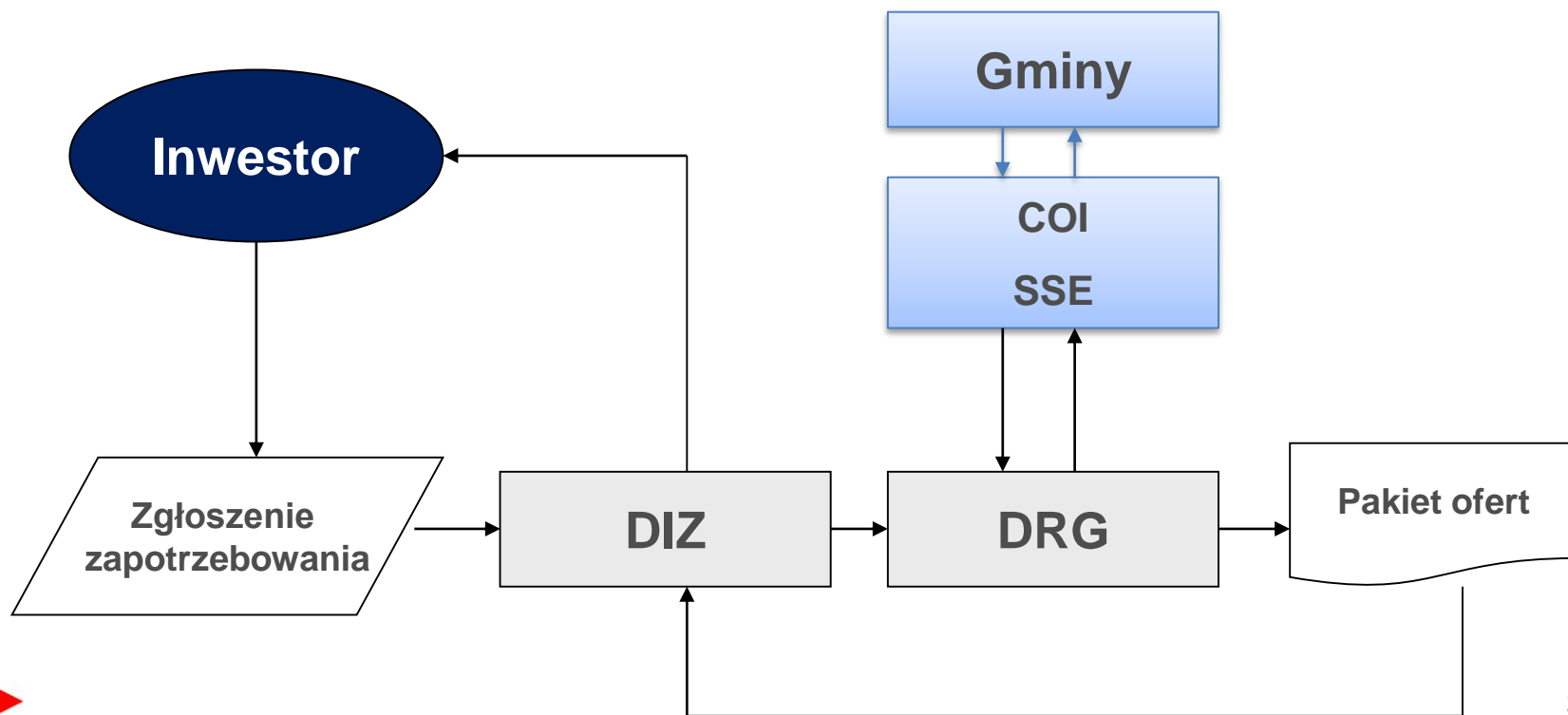
- droga dojazdowa, dostępność drogi ekspresowej lub autostrady, najbliższe lotnisko międzynarodowe.
- **Dostępne media:**
- Elektryczność, woda, kanalizacja, gaz.

5. Kontakt

- Kontakt to bardzo **istotny element oferty inwestycyjnej**;
- Należy również zadbać o dane imię, nazwisko, nr telefonu, adres mailowy oraz informację dot. **znajomości języków obcych**;
- Wówczas należy ją uzupełnić również o:
 - **godziny pracy** osób zajmujących się obsługą inwestora i ewentualnie biura prasowego;
 - **interaktywną mapę**, dzięki której użytkownik może wyznaczyć trasę z dowolnej lokalizacji do miejsca docelowego, czyli Punkt Obsługi Przedsiębiorcy,
 - **e-mail do administratora**.

Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

Procedura obsługi inwestora zagranicznego





Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

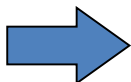
Obsługa projektów inwestycyjnych

- Inwestor określa warunki brzegowe projektu
- Inwestor dostaje pakiet ofert
- Inwestor wybiera najlepszą ofertę

Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

Obsługa projektów inwestycyjnych

Istotne dla inwestora



lokalizacja

- W pobliżu dróg krajowych, wojewódzkich
- Dobry dojazd
- Dostępność siły roboczej.

Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

Parametry terenów:

Wymagane:

- Uregulowany stan prawny
- Przeznaczenie pod działalność przemysłową
- Powierzchnia nie mniejsza niż 2 ha.

Pożądane:

- 1 właściciel
- Aktualny plan zagospodarowania przestrzennego z przeznaczeniem pod przemysł
- Media w bezpośrednim sąsiedztwie.
- Teren odrolniony, odlesiony, nie wymagający dodatkowych prac adaptacyjnych
- Bocznica na terenie lub w pobliżu.



Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

Jak przygotowujemy ofertę:

‘Site check list’ wraz z załącznikami

Dodatkowo rekomendacja – dla potrzeb inwestorów z jakich sektorów oferta mogłaby być wykorzystana.

Site Check List

	LISTA DANYCH DOTYCZĄCYCH TERENU SITE CHECK LIST	
Położenie <i>Location</i>	Nazwa lokalizacji oraz numery działek <i>Site name and plot numbers</i>	
	Miasto / Gmina <i>Town / Commune</i>	
	Powiat <i>District</i>	
	Województwo <i>Province (Voivodship)</i>	
	Czy działka jest objęta SSE? <i>Does the plot belong to Special Economic Zone?</i>	Tak/ nie <i>Yes/ No</i>
	Jeśli tak, to której? <i>If yes, which one?</i>
	Link do mapy lokalizacji (My Maps) <i>Link to My Maps</i>	



Powierzchnia nieruchomości Area of property	Maksymalna dostępna powierzchnia (w jednym kawałku) [ha] Max. area available (as one piece) [ha]	
	Kształt działki The shape of the site	(należy podać zbliżony kształt działki tj. kwadrat, prostokąt, trójkąt, inne)
	Możliwości powiększenia terenu (krótki opis) Possibility for expansion (short description)	
Informacje dotyczące nieruchomości Property information	Orientacyjna cena gruntu [PLN/m ²] włączając 23% VAT Approx. land price [PLN/m ²] including 23% VAT	
	Właściciel / właściciele Owner(s)	(w przypadku gdy więcej niż jeden właściciel prosimy o wpisanie powierzchni jaka przypada na poszczególnych właścicieli)
	Aktualny plan zagospodarowania przestrzennego (T/N) Valid zoning plan (Y/N)	(jeżeli plan w przygotowaniu prosimy o podanie orientacyjnego terminu uchwalenia)
	Przeznaczenie w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego Zoning	
	Warunki nabycia / udostępnienia terms of acquisition	Sprzedaż Sale <input type="checkbox"/> Użytkowanie wieczyste Perpetual usufruct <input type="checkbox"/> Wynajem Lease <input type="checkbox"/>



Charakterystyka działki Land specification	Klasa gruntów wraz z powierzchnią [ha] Soil class with area [ha]	
	Różnica poziomów terenu [m] Differences in land level [m]	
	Ograniczenia wysokości budynków [m] Building height limit [m]	
	Procent dopuszczalnej zabudowy Building coverage [%]	
	Obecne użytkowanie Present usage	
	Zanieczyszczenia wód powierzchniowych i gruntowych (T/N) Soil and underground water pollution (Y/N)	(w przypadku odpowiedzi pozytywnej prosimy o krótki opis rodzaju zanieczyszczenia)
	Poziom wód gruntowych [m] Underground water level [m]	
	Czy były prowadzone badania geologiczne terenu (T/N) Were geological research done (Y/N)	
	Ryzyko wystąpienia zalań lub obsunięć terenu (T/N) Risk of flooding or land slide (Y/N)	
	Przeszkody podziemne (T/N) Underground obstacles (Y/N)	(np. gazociągi, podziemne linie energetyczne itp.)
	Przeszkody występujące na powierzchni terenu (T/N) Ground and overhead obstacles (Y/N)	(np. linie energetyczne, drogi przechodzące przez teren, zbiorniki i ciekły wodne, kanały, obiekty pod ochroną itp.)
	Istniejące ograniczenia ekologiczne (T/N) Ecological restrictions (Y/N)	(jeżeli występują, prosimy o krótki opis)
	Budynki i zabudowania na terenie (T/N) Buildings / other constructions on site (Y/N)	(jeżeli występują, prosimy o załączenie krótkiego opisu)



Połączenia transportowe Transport links	Droga dojazdowa do terenu Access road to the plot (type and width of access road)	(należy podać rodzaj drogi i jej szerokość użytkową – bez pobocza)
	Autostrada / droga krajowa [km] Nearest motorway / national road [km]	(należy podać oznaczenie autostrady / drogi krajowej oraz odległość do wjazdu na autostradę / drogę krajową)
	Porty rzeczne i morskie w odległości do Sea and river ports located up to	(prosimy o podanie miejscowości, w której znajduje się port i odległości w km; interesują nas wszystkie porty znajdujące się w promieniu)
	Kolej [km] Railway line [km]	(prosimy o podanie miejscowości w której znajduje się najbliższa stacja kolejowa i odległości w km)
	Bocznica kolejowa [km] Railway siding [km]	(prosimy o podanie miejscowości i odległości w km)
	Najbliższe lotnisko międzynarodowe [km] Nearest international airport [km]	(prosimy o podanie miejscowości i odległości w km; dodatkowo interesują nas wszystkie lotniska znajdujące się w promieniu)
	Najbliższe miasto wojewódzkie [km] Nearest province capital [km]	(prosimy o podanie miejscowości i odległości w km)



Istniejąca infrastruktura
Existing infrastructure

Elektryczność na terenie (T/N)

Electricity (Y/N)

Odległość przyłącza od granicy terenu
Connection point (distance from
boundary) [m]

(w przypadku braku elektryczności
prosimy o podanie odległości przyłącza
od granicy terenu)

Napięcie Voltage [kV]

Dostępna moc

Available capacity [MW]

Gaz na terenie (T/N)

Gas (Y/N)

Odległość przyłącza od granicy działki
Connection point (distance from
boundary) [m]

(w przypadku braku gazu prosimy o
podanie odległości przyłącza od granicy
terenu)

Wartość kaloryczna Calorific value
[MJ/Nm³]

Średnica rury Pipe diameter [mm]

Dostępna objętość

Available capacity [Nm³/h]

Woda na terenie (T/N)

Water supply (Y/N)

(prosimy o zaznaczenie, czy podana
informacja dotyczy wody dla celów
socjalnych czy przemysłowych. Jeżeli
występują oba rodzaje wody prosimy o
podanie informacji dla każdego z nich z
osobna)



▪ Odległość przyłącza od granicy terenu Connection point (distance from boundary) [m]	(w przypadku braku wody prosimy o podanie odległości przyłącza od granicy terenu)
▪ Dostępna objętość Available capacity [m ³ /24h]	
Kanalizacja na terenie (T/N) Sewage discharge (Y/N)	
Odległość przyłącza od granicy terenu Connection point (distance from boundary) [m]	(w przypadku braku kanalizacji prosimy o podanie odległości przyłącza od granicy terenu)
Dostępna objętość Available capacity [m ³ /24h]	
Oczyszczalnia ścieków na terenie bądź w bezpośrednim sąsiedztwie Treatment plant (Y/N)	
Telefony (T/N) Telephone (Y/N)	
Odległość przyłącza od granicy terenu Connection point (distance from boundary) [m]	(w przypadku braku prosimy o podanie odległości przyłącza od granicy terenu)



Uwagi Comments	
Osoba przygotowująca ofertę Offer prepared by	Imię, nazwisko, stanowisko, tel., tel. komórkowy, e-mail, znajomość języków obcych
Osoby do kontaktu Contact person	Imię, nazwisko, stanowisko, tel., tel. komórkowy, e-mail, znajomość języków obcych
Data aktualizacji oferty Updated offer	

Wymagane załączniki:

Required enclosures:

- Mapki terenu (włączając infrastrukturę na terenie i sieć połączeń transportowych);

Maps of plot (including infrastructure on plot and transport links);

- 3-5 dobrej jakości zdjęć, dających pełny obraz terenu;

3-5 high-quality photographs giving full view of plot;

Zdjęcia lotnicze;

Aerial photographs .



Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH

Wymagane załączniki:

- Mapki terenu (włączając infrastrukturę na terenie i sieć połączeń transportowych)
- 2 - 5 dobrej jakości zdjęć, dających pełny obraz terenu
- Zdjęcia lotnicze (o ile są).



Nie



Nie



Tak



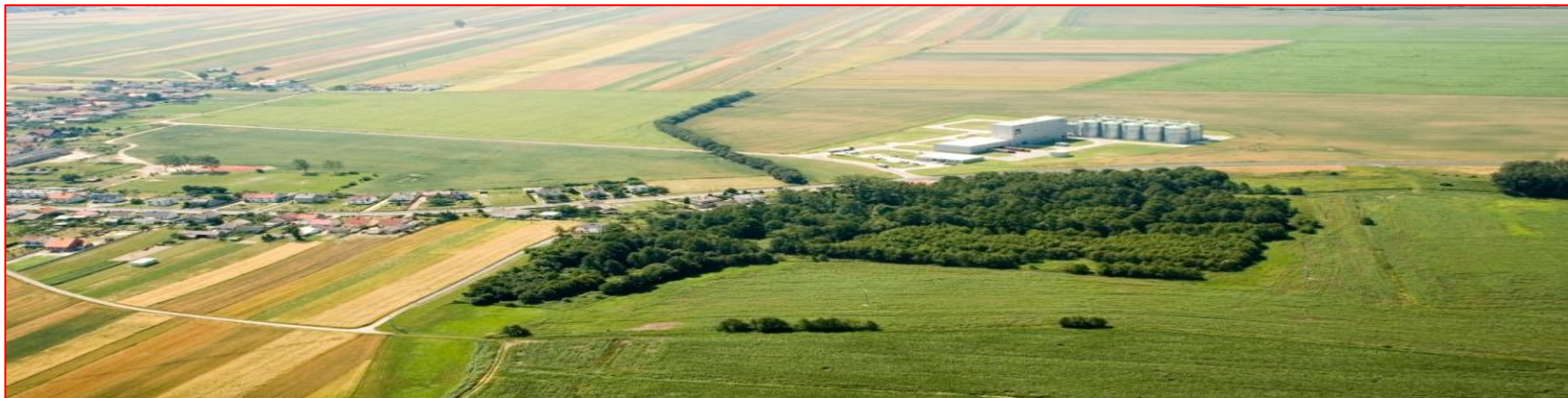
Tak



Tak



Tak

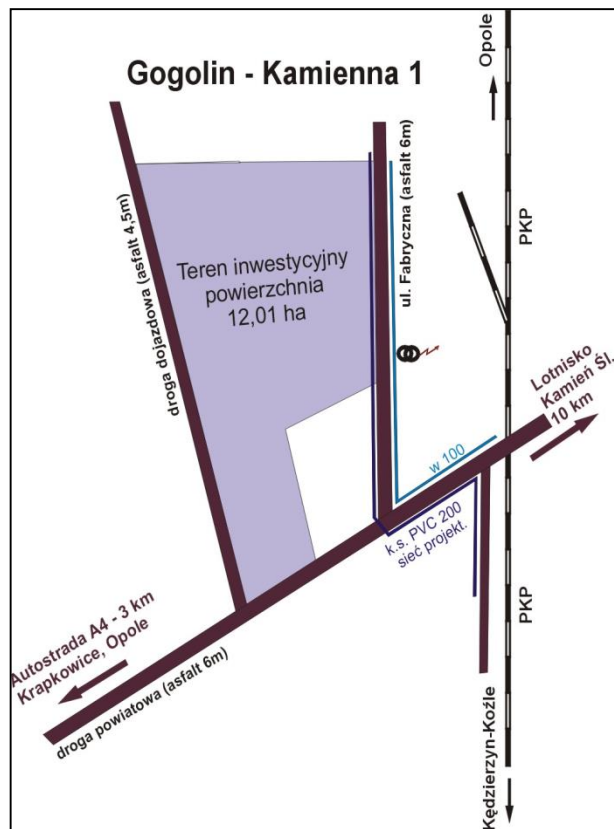


Nie



Tak

Zasady przygotowania oferty inwestycyjnej wg standardów PAIH



Tak



Nie



Oferty „Brownfield” wg standardów PAIH – funkcjonowanie bazy

Wymagane informacje dotyczące hal produkcyjnych:

- Uregulowany stan prawny
- Informacja o liczbie właścicieli obiektu
- Informacja o stanie technicznym hali
- Dobra lokalizacja – dostępność komunikacyjna
- Infrastruktura / wyposażenie obiektu
- Określone warunki nabycia hali / cena
- Gotowość obiektu pod inwestycje



Oferty „Brownfield” wg standardów PAIH – funkcjonowanie bazy

Jak przygotowujemy ofertę:

- „Production Hall Data” wraz z załącznikami
- Dodatkowo rekomendacja – dla potrzeb inwestorów z jakich sektorów oferta mogłaby być wykorzystana.



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie



PRODUCTION HALL OFFER

1. Name of production hall / Nazwa hali produkcyjnej

2. Location / Lokalizacja

Town / Street

Miasto / Ulica

Province (Voivodship) / Województwo

Special Economic Zone / Specjalna Strefa Ekonomiczna

Technology / Industrial Park

Park Technologiczny / Przemysłowy



Website & link to My Maps / Strona internetowa i link do mapy terenu

3. Owner / Właściciel obiektu

3. 1 Contact person / Osoba do kontaktu

Name, surname

Imię, nazwisko

Tel:

e-mail:

4. Basic data for production hall / Podstawowe dane dotyczące hali produkcyjnej

4.1 Usable space (except: social and office space) / Powierzchnia użytkowa (nie dotyczy: powierzchni socjalnych i biurowych)

Area

sq.m.
m²

Number of storeys

Liczba kondygnacji

Powierzchnia

Height

Year of construction

Rok budowy

Wysokość

m

Floor carrying capacity

kg / sq.m.
kg / m²

Year of modernization

Rok modernizacji



Nacisk na posadzkę _____

4.2 Present technical condition / Obecny stan techniczny

• Excellent / Doskonały

☐

• Standard / Średni

☐

• Good / Dobry

☐

• Poor / Słaby

☐

4.3 Total area of land

Całkowita powierzchnia
terenu _____

sq.m.
m²

5. Transport link / Połączenia transportowe

• Nearest motorway / National road
Najbliższa droga szybkiego ruchu / krajowa [km]

prosimy o podanie numeru drogi
i odległość w km do wjazdu na drogę

• Nearest voivodship city
Najbliższe miasto wojewódzkie [km]

prosimy o podanie nazwy miasta
i odległość w km

• Nearest international airport
Najbliższe lotnisko międzynarodowe [km]

nazwa miasta i odległość w km



6. Infrastructure / Infrastruktura

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| • Power / Elektryczność | <input type="checkbox"/> | • Sewage system / Kanalizacja | <input type="checkbox"/> |
| • Water / Woda | <input type="checkbox"/> | • Access road for trucks / Dojazd dla ciężarówek | <input type="checkbox"/> |
| • Gas / Gaz | <input type="checkbox"/> | • Overhead cranes / Suwnice | <input type="checkbox"/> |
| • Heating / Ogrzewanie | <input type="checkbox"/> | • Railway siding / Bocznica | <input type="checkbox"/> |

7. Terms of acquisition / Warunki nabycia

- | | |
|--|--------------------------|
| • Ownership / Własność | <input type="checkbox"/> |
| • Perpetual usufruct / Użytkowanie wieczyste | <input type="checkbox"/> |
| • Lease / Wynajem | <input type="checkbox"/> |

7.1 Price in PLN, including hall and land

Cena w pln, hali i działki

PLN

8. Additional information / Dodatkowe informacje

Updated offer

Data aktualizacji oferty



Oferty „Brownfield” wg standardów PAIH – funkcjonowanie bazy

Wymagane załączniki:

- 5 do 10 dobrej jakości zdjęć, dających pełny obraz obiektu (zwłaszcza wewnątrz).
- Zdjęcia lotnicze (o ile są).
- Link google mymaps

Oferty „Brownfield” wg. Standardów PAIH



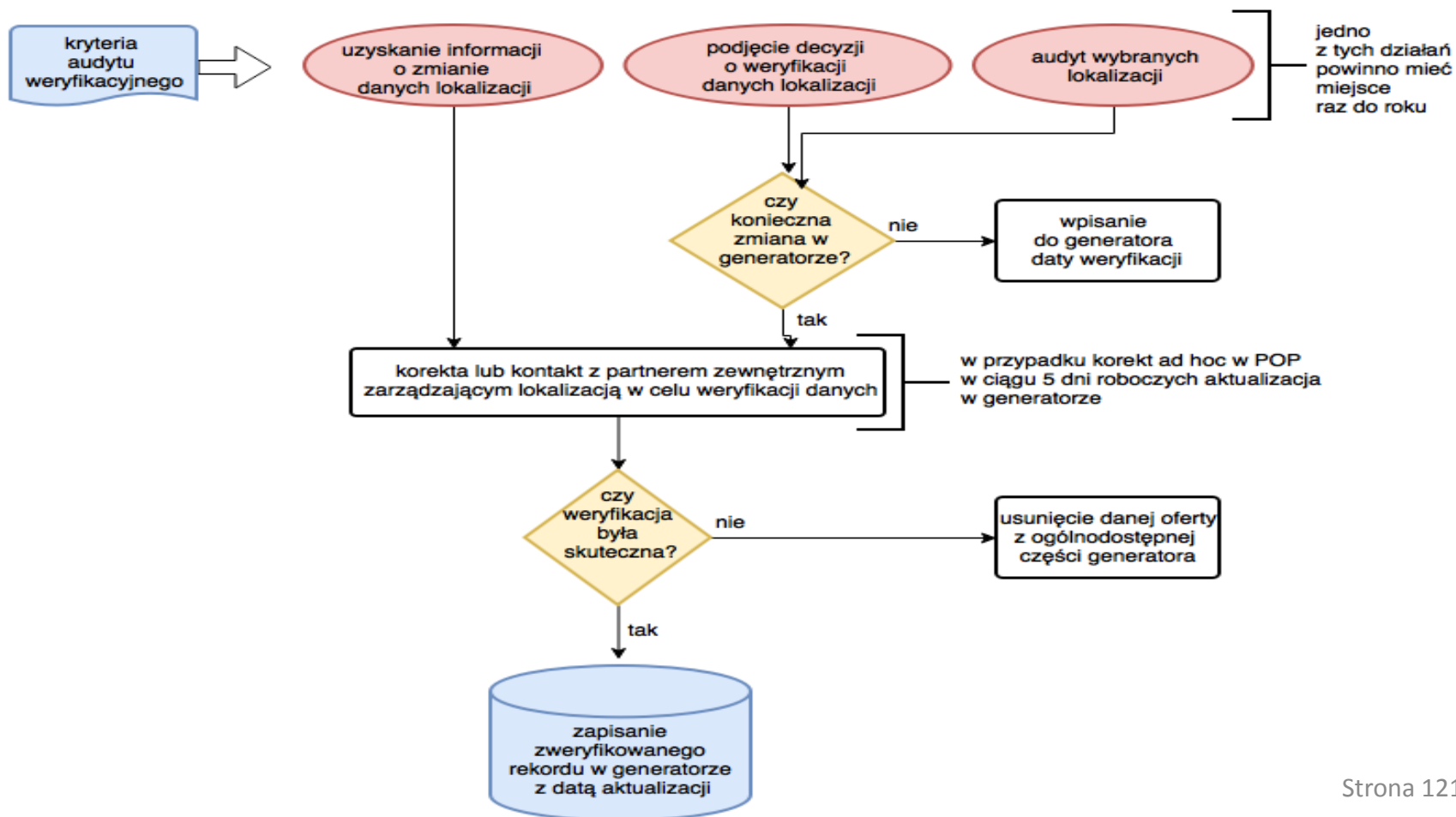


Procedura weryfikacji bazy ofert inwestycyjnych

- **Raz na pół roku każda z ofert POP powinna zostać zweryfikowana.** Ponadto baza ta powinna być aktualizowana na bieżąco o informacje wpływające od osób zarządzających działkami, nieruchomościami i od właścicieli nieruchomości;
- Pracownicy POP **audytują tereny inwestycyjne**, hale i inne nieruchomości, których opisy w formie ofert posiadają w swoich zasobach. Podczas audytu pracownik POP weryfikuje posiadane informacje i dane dotyczące wizytowanej lokalizacji;
- Raz do roku **zebranie wniosków z weryfikacji i audytów**, aby możliwe było ocenienie, co dzieje się z konkretną ofertą lokalizacyjną i w przypadku braku zainteresowania dokonanie analizy takiego stanu rzeczy.



Weryfikacja bazy danych ofert inwestycyjnych



Wytyczne dotyczące gromadzenia informacji gospodarczych o gminie

POP gromadzi i na bieżąco aktualizuje dane dotyczące gminy i jej otoczenia:

- potencjalni **poddostawcy i kooperanci** w wybranych sektorach gospodarki;
- **dane teleadresowe** jednostkę samorządu terytorialnego, wraz z kontaktem do osoby zajmującej się obsługą inwestorów oraz do osoby zajmującej się ofertami gruntów;
- **wskaźniki ekonomiczne w regionie** np. PKB, wskaźnik bezrobocia, inflacji itp.;
- informacje dotyczące **instytucji świadczących usługi dla biznesu**.

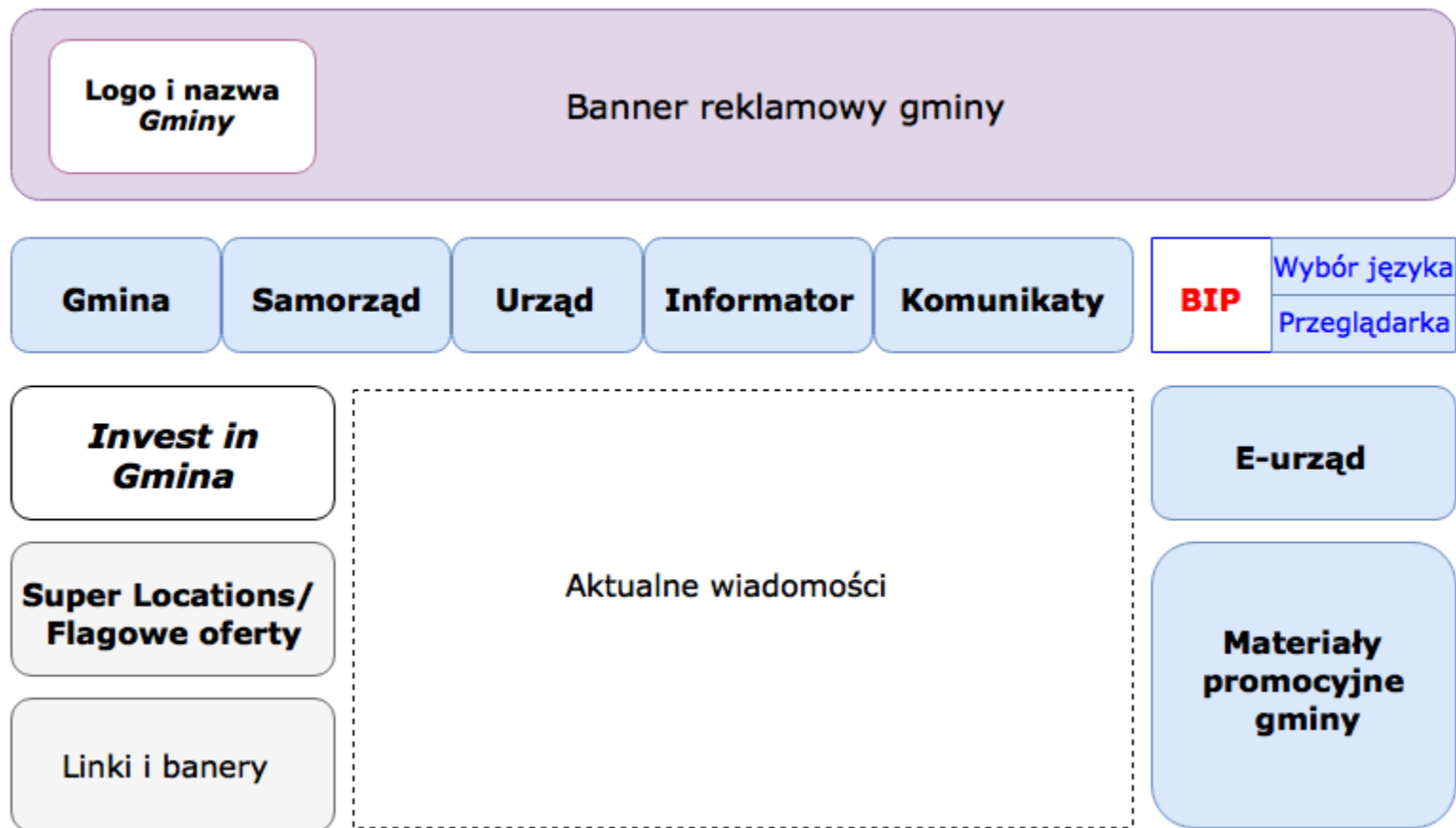


Wytyczne do prowadzenia strony internetowej

- Gmina powinna więc zadbać o stworzenie **wewnętrznych zasad obsługi portalu**, w tym podstrony „*Invest in Gmina*”. W innym wypadku portal nie będzie użyteczny dla odbiorców, którzy szybko stracą zaufanie do zamieszczonych informacji.
- Portal warto budować z **wykorzystaniem wsparcia podmiotu merytorycznie do tego przygotowanego**, ale za jego konstrukcję i zawartość zawsze odpowiada wyznaczony pracownik urzędu (lub zespół) o odpowiednich kwalifikacjach.
- Za **aktualizację informacji** publikowanych na łamach witryny internetowej gminy odpowiadają wspólnie administrator i wyznaczony pracownik lub pracownicy, posiadający wiedzę merytoryczną.

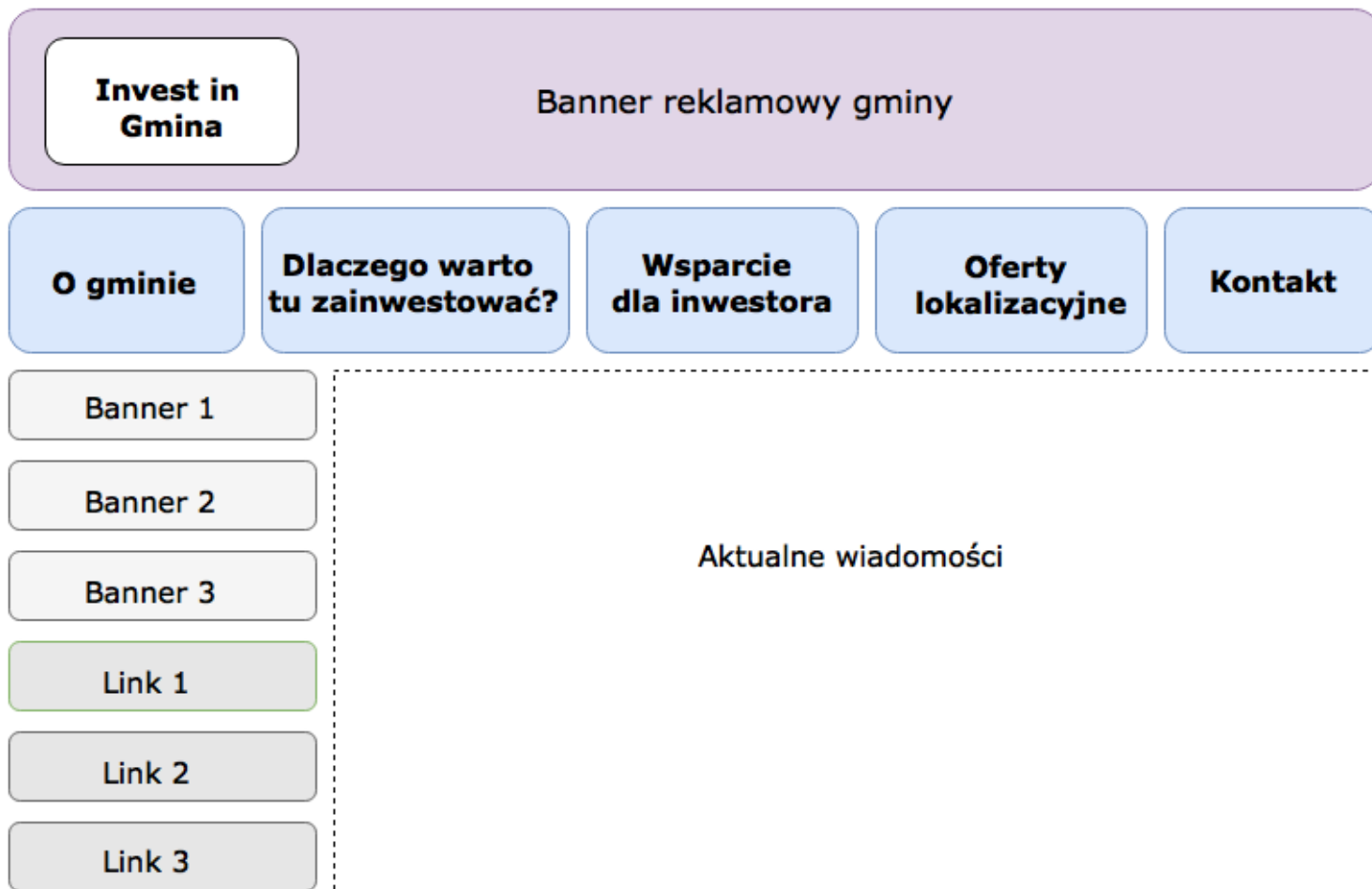


Wytyczne do prowadzenia strony internetowej





Przykładowy układ zakładki „Invest in Gmina”





Współpraca POP przy projektach realizowanych przez partnerów

- W przypadku projektów prowadzonych przez PAIH lub jego partnera regionalnego, pracownik POP **pomaga w organizacji przebiegu wizyty** w zakresie uzgodnionym z partnerem prowadzącym inwestora, w szczególności w zakresie organizacji spotkań z przedstawicielami władz gminy, dostawców mediów, przedstawicielami firm lokalnych.
- Przy współpracy z partnerami POP stosuje te same **zasady poufności** jak w przypadku projektów obsługiwanych samodzielnie.
- **PAIH i jego partner regionalny zobowiązane są do wsparcia Gminy w procesie inwestycyjnym** wykraczającym poza możliwości techniczne i organizacyjne jednostek samorządu terytorialnego.

Zasady prowadzenia korespondencji z inwestorem

- Pracownik POP **informuje inwestora o przyjęciu projektu do obsługi** przez POP w ciągu 1 dnia roboczego od otrzymania zlecenia;
- przy pierwszym kontakcie z inwestorem pracownik POP przekazuje inwestorowi **formatkę Application Form lub Location Form**, z prośbą o jej wypełnienie i odesłanie do POP;
- pracownik POP kontaktuje się z inwestorem (pismo, e-mail) z prośbą o uzupełnienie **informacji, które są niezbędne do prawidłowej obsługi projektu** – chodzi tu o prośbę o wypełnienie jednej z powyższych formatek lub jej uzupełnienie;
- na zapytanie pochodzące z **firmy konsultingowej** pracownik POP odpowiada, prosząc o ujawnienie nazwy inwestora i parametrów projektu .

Zasady organizacji wizyt lokalizacyjnych

- Pracownik POP w porozumieniu z przedstawicielem inwestora ustala **termin i harmonogram wizyty w gminie**;
- na podstawie przygotowanego harmonogramu wizyty, pracownik POP jest zobowiązany **do poinformowania wszystkich zainteresowanych o wizycie i przygotowania ich na tę okoliczność**, przekazując im swoją wiedzę i doświadczenie z uwzględnieniem ewentualnych różnic kulturowych wynikających z kraju pochodzenia inwestora;
- pracownik POP uwzględnia w harmonogramie wizyty **czas dojazdów**, czas **spotkań** i osoby, z którymi są planowane spotkania, czas na **wizytację terenu/ hali**, jak również **czas na posiłek** (do uzgodnienia z inwestorem),
- po zrealizowaniu wizyty lokalizacyjnej pracownik POP wysyła **maila z podziękowaniami i ewentualnymi dodatkowymi informacjami** do zainteresowanych stron.

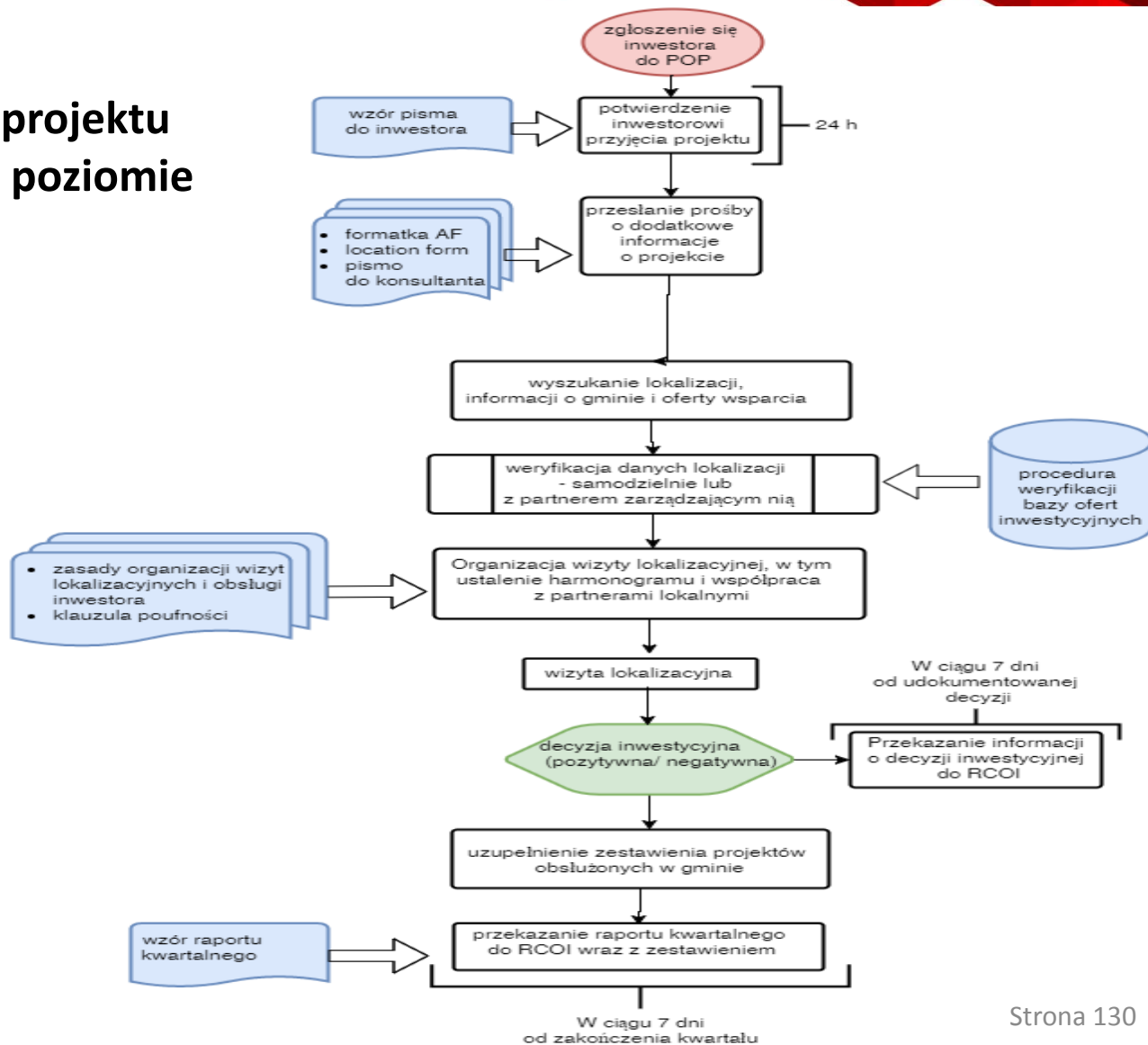


Zasady prowadzenia dokumentacji projektu inwestycyjnego

Dokumentacja musi zawierać co najmniej:

- **Zapytanie inwestora**, które wpłynęło do POP;
- **Kopię korespondencji** z inwestorem;
- Udokumentowanie **decyzji inwestycyjnej**.

Procedura obsługi projektu inwestycyjnego na poziomie gminy



Opieka poinwestycyjna polega na:

- **utrzymywaniu kontaktów z firmami**, które już rozpoczęły działalność na terenie gminy;
- **interweniowaniu w przypadku zgłaszania się przez przedsiębiorców** z konkretnymi problemami;
- stworzenie na terenie gminy **klimatu przyjaznego przedsiębiorczości**, utrzymanie dotychczasowych inwestycji, a także przekonanie firm do ewentualnego rozszerzania prowadzonej już działalności;
- w sytuacjach, **gdy kwestie podnoszone przez inwestorów wykraczają poza kompetencje i możliwości** działania gminy, zaleca się współpracę z PAIH lub partnerem regionalnym;
- pracownik powinien prowadzić **dokumentację wniosków wynikających z kontaktów z inwestorami** i sposobu podejścia do nich przez gminę.

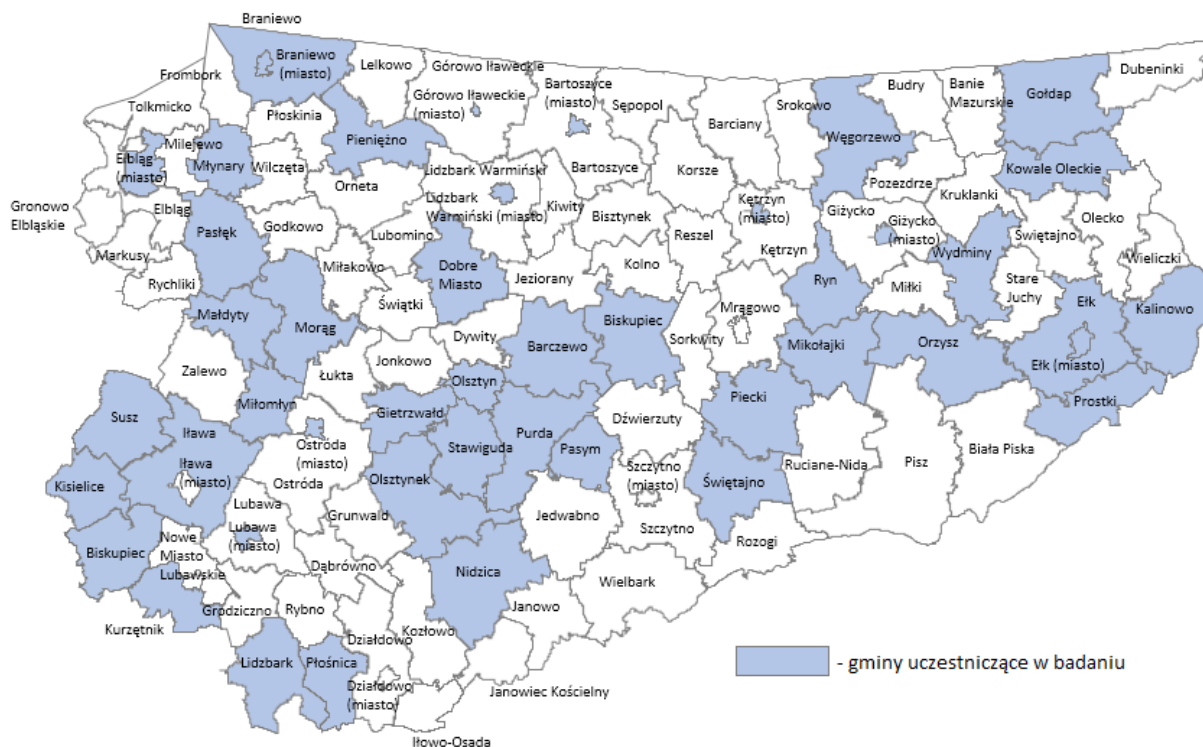
Warmińsko-Mazurskie



Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

- W woj. warmińsko – mazurskim Polska Agencja Informacji i Handlu prowadzi wspólnie z Warmińsko – Mazurską Agencją Rozwoju Regionalnego projekt dotyczący standardów obsługi inwestorów w samorządzie. W projekcie uczestniczy 46 gmin.
- Zapytania instytucji zainteresowanych ofertą inwestycyjną składano
 - po kilka w miesiącu w 24 gminach (52%),
 - raz w miesiącu w 14 gminach (30%),
 - kilka razy w roku w 8 gminach (18%).

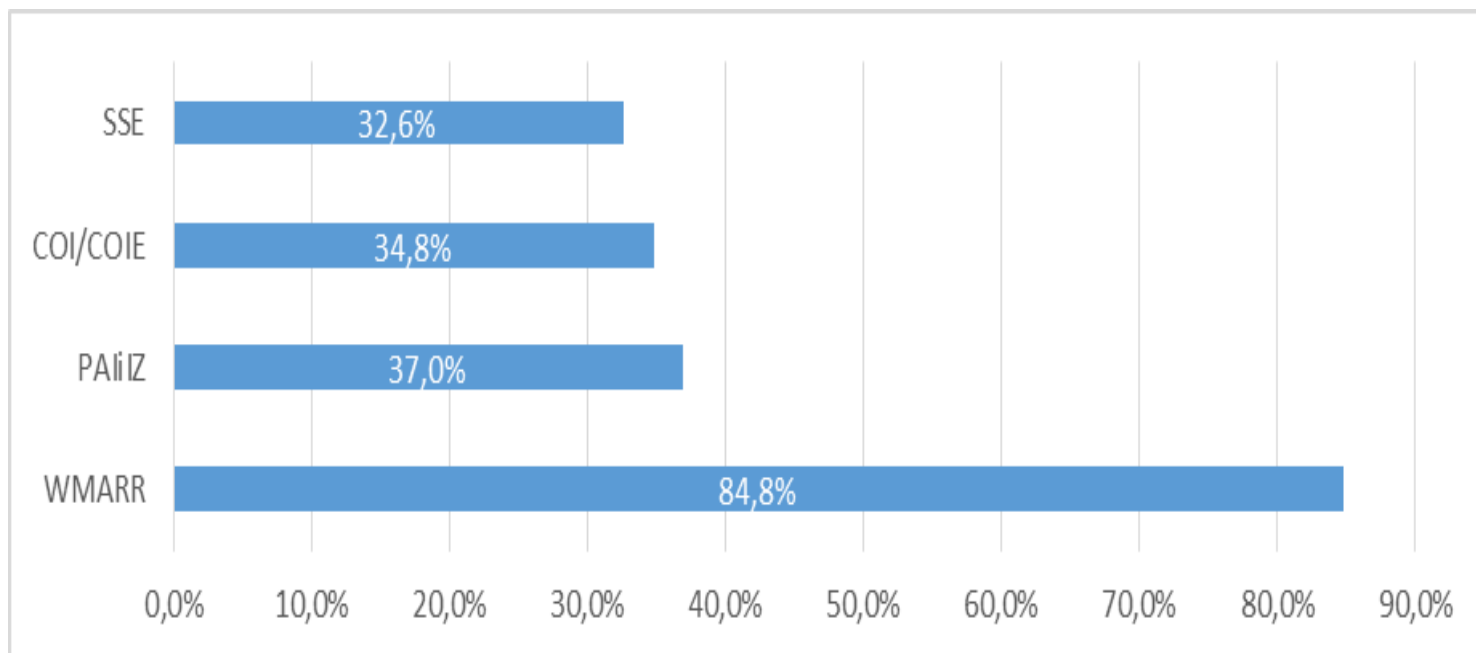
Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego





Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

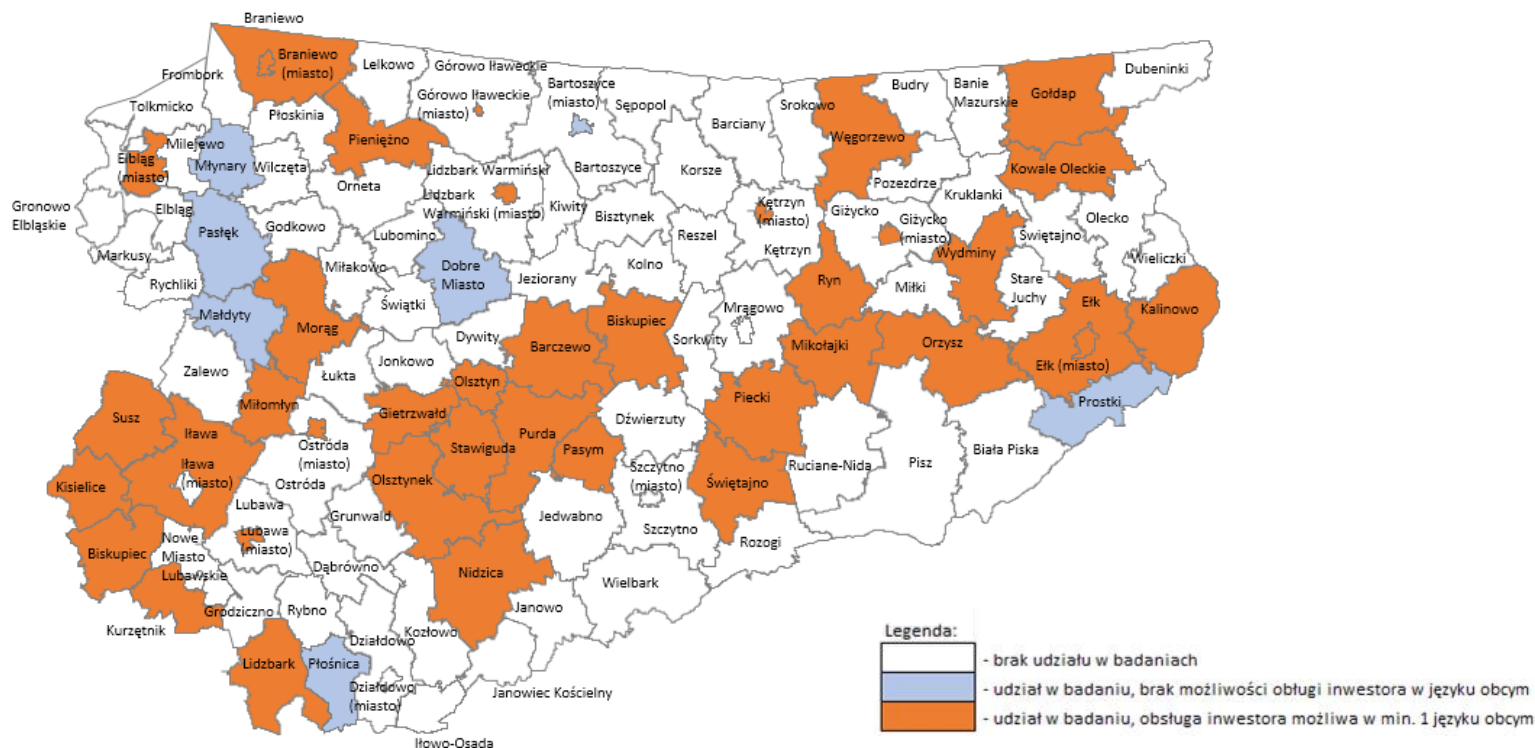
Współpraca gmin z instytucjami wspierającymi promocję.



Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

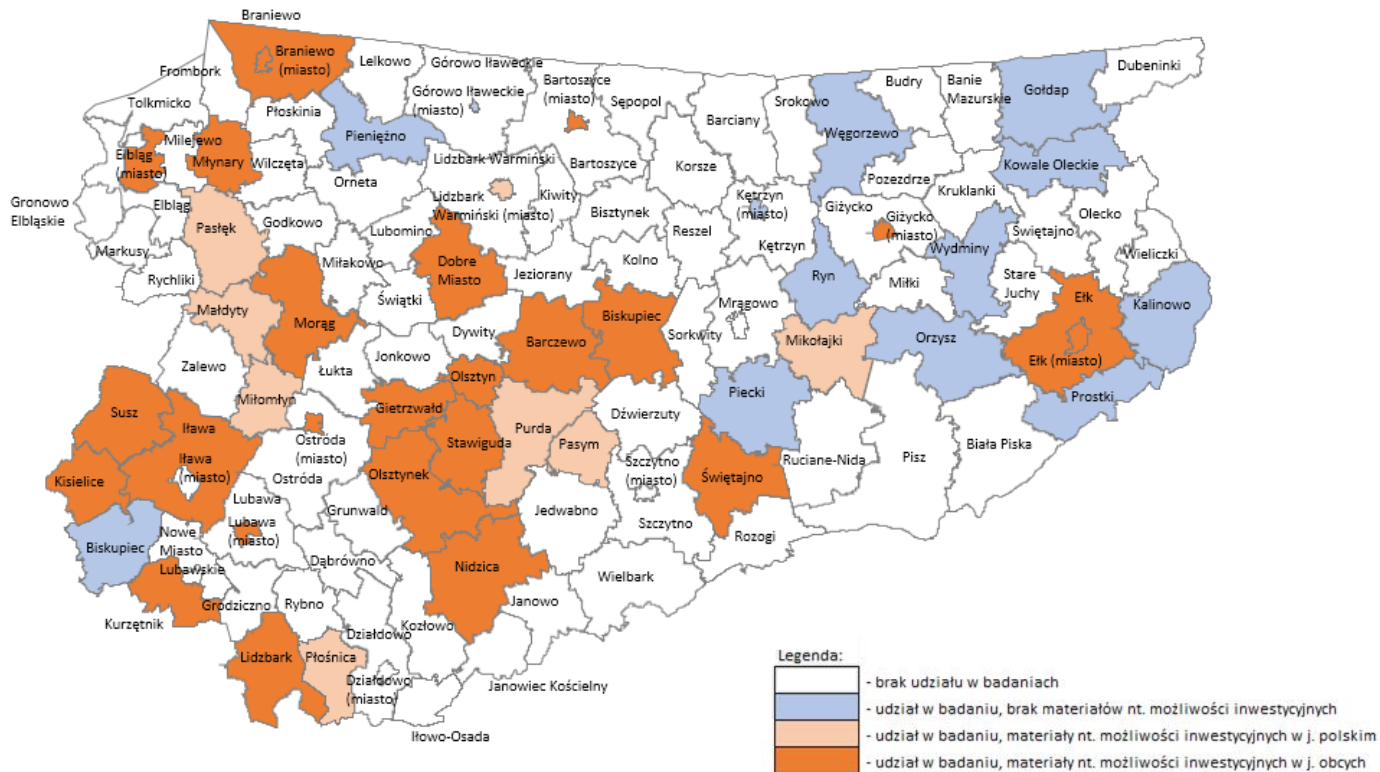
Czy osoba odpowiedzialna za obsługę inwestora posługuje się językiem obcym?

Aż 39 (tj. 85%) zaangażowało do obsługi inwestorów osoby znające języki obce.



Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

Na pytanie, czy gmina posiada wydrukowane materiały informacyjno-promocyjne poświęcone możliwościom inwestycyjnym i gospodarczym gminy odpowiedzi pozytywnej udzieliły 33 gminy (72%). Materiały promocyjne w języku obcym posiada 25 gmin (42%), przeważnie w języku angielskim (21 gmin, tj. 46%).



Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

- Relatywnie najlepiej wygląda procesów obsługi inwestora **w większych gminach biorących udział w badaniu** (m.in. Olsztyn gmina i miasto, Nidzica, Ełk, Elbląg) lub o dużych walorach turystycznych (m. in. Mikołajki).
- Dotyczy to takich kryteriów, jak **wyznaczenie pracowników do obsługi inwestorów**, znajomość przez nich **języków obcych** czy **organizacja promocji**.
- Znakomita większość gmin współpracuje w tym zakresie z **Warmińsko-Mazurską Agencją Rozwoju Regionalnego**.

Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

- Ważną rolę w procesie obsługi inwestora odgrywają **strony internetowe** (strona informacyjna gminy oraz jej strona BIP). W tym zakresie **istnieje szereg obszarów wymagających poprawy sytuacji**. Informacje dotyczące **oferty inwestycyjnej**, możliwości udzielenia wsparcia inwestorom i innych informacji ważnych dla inwestorów publikuje średnio 52-72% gmin (zależnie od typu informacji).
- W badaniu ankietowym nie było weryfikowane, czy te informacje **są dostępne w języku angielskim** lub innym języku obcym, niemniej losowa weryfikacja stron kilku gmin wykazała, że zasadniczo **większość informacji jest dostępnych jedynie w języku polskim**, a w języku angielskim najczęściej skrócone wersje.

Studium przypadku województwa warmińsko - mazurskiego

- Dla promocji gmin za pośrednictwem środków masowego przekazu **najczęściej wykorzystuje się Internet** (niemal wszystkie gminy) **oraz prasa, radio i telewizja na poziomie regionalnym**.
- Wiąże się to prawdopodobnie z ograniczaniem kosztów reklamy w mediach ogólnopolskich (choć i tutaj aktywność gmin kształtuje się na poziomie od 39 do 46%, zależnie od typu medium).
- Warto także rozważyć inne formy promocji, jak bardziej aktywny udział w targach inwestycyjnych czy organizacja misji gospodarczych przyjazdowych dla inwestorów (tzw. study tour).

Wzory pism



Wzor pisma przewodniego do inwestora

Warsaw, September 21, 20...

Mr
Managing Director
XXX Ltd.

Dear Sir,

I would kindly like to take this opportunity and refer to your enquiry dated concerning

Please, let me introduce myself and the company I work for. My name is XXX and I am Head of the Entrepreneur Assistance Point in the commune office of..... We are realizing Local Government tasks targeted on providing information and services for foreign entities interested in expanding their business activities in the community of

Our services are free of charge and mainly focus on:

- direct service and assistance to investors
- information on legal and economic environment
- candidate site identification
- identification of suppliers and contractors (during the investment process)
- contacts regional authorities,

I would kindly request you to confirm your investment project and fill in the attached “application form”. The purpose of the request is to collect information related to investment in order to provide a tailor made assistance and start a site selection process. Please, rest assured that all information you would disclose us will be strictly confidential and the name of the company will be disclosed exclusively to the head of our office. If necessary, we are ready to sign a confidentiality agreement.

Furthermore, we would like to enclose the following documentation:

-
-
-

We are open for any suggestions from you and hope to be of any assistance in the process.

Yours sincerely,

XXX

Entrepreneur Assistance Point in

The Commune Office of.....

Phone + (48) xx XXX XX XX

[WWW.....](#)

e-mail: xxx



Standardy
obsługi inwestora
w samorządzie

Dziękujemy za uwagę

www.paiz.gov.pl

00-585 Warszawa, ul. Bagatela 12

tel. (+48 22) 334 98 00, fax (+48 22) 334 99 99

e-mail: invest@paiz.gov.pl