4.pielikums

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras

2020.gada\_\_ .\_\_\_\_\_\_
iekšējiem noteikumiem Nr.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**"**Darbības programma "Izaugsme un nodarbinātība"

3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju"

3.2.1.2. pasākums **"Starptautiskās konkurētspējas veicināšana""**

Latvijas nacionālie stendi starptautiskajās tūrisma izstādēs

**Pieteikuma anketas forma dalībai nacionālajā stendā un atlases kritēriji**

**I**

**Pieteikuma anketas forma**

**dalībai tūrisma izstādēs nacionālajā stendā**

Izstādes nosaukums: .................................................................

Valsts: ..................................................................

Pilsēta: ..................................................................

Izstādes norises laiks: ..................................................................

Ar Latvijas Investīciju

un attīstības aģentūru

noslēgtā atbalsta līguma numurs ...................................................................

**Atbalsta saņēmēja kontaktinformācija**

Atbalsta saņēmēja nosaukums un reģistrācijas numurs:

Adrese:

Atbalsta saņēmēja mājas lapa:

VID elektroniskajā datu bāzē EDS

aktuālās *de minimis* uzskaites veidlapas

identifikācijas numurs

Atbalsta saņēmēja kontaktpersona (vārds, uzvārds):

Tālrunis, mob. tālrunis:

E-pasts:

**Īss atbalsta saņēmēja un tā darbības apraksts**

Pamatdarbības nozare(-s) saskaņā ar NACE:

Apakšnozare (ja ir nepieciešams uzrādīt):

Produktu vai pakalpojumu (ar kuriem piedalīsies izstādē) apraksts:

|  |
| --- |
| **Pamatojums dalībai nacionālajā stendā starptautiskajā izstādē(-s) ārvalstīs** (ne vairāk kā 1800 zīmes): |
| 1. kā Atbalsta saņēmēja piedāvātais produkts atbilst Latvijas tūrisma stratēģiskajiem produktiem prioritārajos tūrisma sektoros (darījumu[[1]](#footnote-1) un pasākumu[[2]](#footnote-2) tūrisms, labsajūtas tūrisms[[3]](#footnote-3))  |  |
| 2. kā Atbalsta saņēmēja piedāvātais produkts atbilst produktu veidošanas pamatprincipiem (kvalitāte[[4]](#footnote-4), ilgtspēja[[5]](#footnote-5), inovācijas[[6]](#footnote-6), eksportspēja[[7]](#footnote-7), augsta pievienotā vērtība[[8]](#footnote-8)). |  |
| 3. kā Atbalsta saņēmēja piedāvātais produkts tiek prezentēts internetā (interneta vietņu atbilstība mērķa tirgum, informācija mērķa tirgum piemērotās svešvalodās). |  |
| 4. Atbalsta saņēmēja izdales materiāla atbilstība izstādes specifikai un mērķa tirgus prasībām (izdales materiāla saturs, valoda). |  |
| 5. Atbalsta saņēmēja pārstāvju profesionālā atbilstība izstādes specifikai un mērķa tirgus prasībām (mērķa tirgiem piemērotu svešvalodu zināšanas, pieredze). |  |
| 6. kāda ir Atbalsta saņēmēja piedāvātā produkta priekšrocība (apraksts, salīdzinot ar līdzīgiem produktiem vai pakalpojumiem tirgū). |  |
| 7. kā **komersanta** piedāvātais produkts atbilst izstādes specifikai, stenda koncepcijai un mērķa tirgum, kurā tiek organizēta izstāde (produkta apraksts)(aizpilda komersants) |  |
| 8.kā **pašvaldības vai plānošanas reģiona** dalība nacionālā stendā veicina Latvijas kā tūrisma galamērķa starptautisko konkurētspēju un piedāvātais galamērķis atbilst izstādes specifikai (galamērķa apraksts)(aizpilda pašvaldība vai plānošanas reģions) |  |

Atbildīgās amatpersonas: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (paraksts) (vārds, uzvārds)

amata nosaukums: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

datums: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

vieta: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_



**II**

**Atlases kritēriji dalībai nacionālajā stendā**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Kritērijs** | **Punkti** |
| 1 | Atbalsta saņēmēja piedāvātais produkts atbilst tūrisma produktu attīstības pamatprincipiem (kvalitāte[[9]](#footnote-9), ilgtspēja[[10]](#footnote-10), inovācijas[[11]](#footnote-11), eksportspēja[[12]](#footnote-12), augsta pievienotā vērtība[[13]](#footnote-13)). | 5-ja ir aprakstīts **kā** atbilst(nevis tikai **ka** atbilst) 5 pamatprincipiem;4 punkti-ja atbilst 4 pamatprincipiem;3 punkti-ja atbilst 3 pamatprincipiem;2 punkti -ja atbilst 2 pamatprincipiem;1 punkts-ja atbilst vienam pamatprincipam;0 punkti-ja nav aprakstīta atbilstība. |
| 2 | Atbalsta saņēmēja piedāvātā produkta prezentācija internetā (interneta vietņu atbilstība mērķa tirgum, informācija mērķa tirgum piemērotās svešvalodās). | 2 punkti – interneta mājaslapa ir vismaz 2 valodās, kā arī izstādes norises vietas valsts valodā (izņemot ja izstādes specifika ir starptautiska tūrisma kontaktbirža, kurā tiek lietota angļu valoda), kur visu mājaslapas sadaļu informācija ir pieejama visās norādītājās valodās vienādā apmērā;1 punkts – interneta mājaslapa vismaz angļu valodā vai arī nepilnīgs informācijas ievietojums citu valodu sadaļās;0 punkti, ja nav interneta mājas lapas vai arī saites uz norādīto interneta mājas lapu, vai tās sadaļām uz anketas aizpildīšanas brīdi nestrādā. |
| 3 | Atbalsta saņēmēja izdales materiāla atbilstība izstādes specifikai un mērķa tirgus prasībām (saturs, valoda). | 1 punkts – ja izdales materiāla saturs ir atbilstošs izstādes specifikai un mērķa tirgum, un materiāls ir sagatavots izstādes norises vietas valsts valodā (izņemot ja izstādes specifika ir starptautiska tūrisma kontaktbirža, kurā tiek lietota angļu valoda);0 punkti, ja izdales materiāla saturs nav atbilstošs izstādes specifikai un mērķa tirgum vai tas nav sagatavots izstādes norises vietas valsts valodā (izņemot ja izstādes specifika ir starptautiska tūrisma kontaktbirža, kurā tiek lietota angļu valoda). |
| 4 | Atbalsta saņēmēja pārstāvju profesionālā atbilstība izstādes specifikai un mērķa tirgus prasībām (mērķa tirgiem piemērotu svešvalodu zināšanas, pieredze). | 1 punkts – ja Atbalsta saņēmēja pārstāvju profesionālā atbilstība ir atbilstoša izstādes specifikai un mērķa tirgum, kā arī Atbalsta saņēmēja pārstāvji runā izstādes norises vietas valsts valodā (izņemot ja izstādes specifika ir starptautiska tūrisma kontaktbirža, kurā tiek lietota angļu valoda);0 punkti - ja Atbalsta saņēmēja pārstāvju profesionālā atbilstība nav atbilstoša izstādes specifikai un mērķa tirgum vai Atbalsta saņēmēja pārstāvji nerunā izstādes norises vietas valsts valodā (izņemot ja izstādes specifika ir starptautiska tūrisma kontaktbirža, kurā tiek lietota angļu valoda). |
| 5 | Pretendenta piedāvātā produkta priekšrocību apraksts (salīdzinājums ar līdzīgiem produktiem vai pakalpojumiem tirgū). | 1 punkts– ja ir aprakstīts produkts un norādītas tā salīdzinošās priekšrocības ar līdzīgiem produktiem tirgū;0 punkti-apraksta nav. |

1. **Darījumu tūrisms** vistiešākajā tā nozīmē tiek definēts kā tūrisma veids, kurā ceļojuma galvenais nolūks ir darījumu kārtošana, komercdarbības jautājumu risināšana, piedalīšanās konferencēs un sanāksmēs. Darījuma pasākumi tieši un arī netieši ietekmē Latvijas tūrisma, transporta un izklaides uzņēmumus. Darījumu tūrisma pasākumu programmās parasti tiek iekļauti, piemēram, kultūras objektu apmeklējumi, ekskursijas, gastronomiskā tūrisma piedāvājumi utml. Tie var būt darījuma vai nacionālās kultūras izglītojoša rakstura pasākumi, tai skaitā pieredzes apmaiņa. [↑](#footnote-ref-1)
2. **Pasākumu tūrisms** tiek definēts kā tūrisma veids, kura tūristu galvenais ceļojuma nolūks ir pasākumu apmeklēšana, kas parasti ir ceļojuma centrālais notikums. Tiek apmeklēti dažādi kultūras, sporta, vēsturisku notikumu pasākumi, apdzīvotu vietu gadadienu svinības, vietējo tradīciju un gastronomijas svētki, festivāli u.c. pasākumi. Īpaša pasākumu tūrisma izpausme novērojama arī radošajā tūrismā, kas ir ceļojums, kurā tiecas pēc autentiska pieredzējuma un līdzdalības kultūras izpausmē jeb pasākumā, apgūstot mākslu, mantojumu vai kādai vietai īpaši raksturīgas īpašības un kas ietver saskarsmi ar vietējiem iedzīvotājiem, kas rada dzīvo kultūru. Radošā tūrisma pamatā ir piedalīšanās kultūras pasākumos, piemēram piedalīšanās radošo kvartālu pasākumos, mākslas un amatniecības festivālos. [↑](#footnote-ref-2)
3. **Labsajūtas tūrisms** raksturo ceļošanu ar mērķi veicināt garīgo un fizisko labsajūtu. Līdz ar to gan veselības un medicīnas tūrismu, gan kūrorta un SPA pakalpojumus, gan arī atpūtu un rekreāciju dabā var uzskatīt par labsajūtas tūrisma paveidu. Labsajūtas tūrisms izpaužas arī kā atpūtas tūrisma veids, kur galvenais ceļojuma nolūks ir atpūta kūrortos vai pie dabas. Rekreatīvais tūrisms kā labsajūtas tūrisma izpausmes veids, ir tūrisma veids, kurā galvenais ceļojuma nolūks ir fizisko, garīgo un emocionālo spēju atjaunošana ceļojuma laikā tūrisma vietā. Rekreatīvās darbības ietver arī tādas darbības, kuru mērķis ir sociālā saskarsme (piem. restorānu apmeklējums), darbības kultūras, izglītības un māksliniecisko interešu apmierināšanai (piem. teātra vai muzeja apmeklējums), kā arī atpūta brīvā dabā (piem. makšķerēšana, dabas parku apmeklējums). [↑](#footnote-ref-3)
4. **Kvalitatīvs tūrisma produkts** ir tāds tūrisma produkts, kurš ar savu kvalitatīvo īpašību kopumu spēj izpildīt klienta prasības. [↑](#footnote-ref-4)
5. **Ilgtspējīgs tūrisma produkts** ir tāds produkts, kurš tiek ražots saskaņā ar vietējo vidi, sabiedrību un kultūru tādā veidā, ka pēdējie kļūst par ieguvējiem, nevis zaudētājiem no tūrisma attīstības. [↑](#footnote-ref-5)
6. **Inovatīvs tūrisma produkts** ir jauninājums salīdzinot ar esošajiem produktiem, kas palielina vispārējo nozares rentabilitāti, tālāku attīstību un konkurētspēju, ar piesaisti galamērķim un spēju ātri reaģēt uz mainīgo tūrisma pieprasījumu. [↑](#footnote-ref-6)
7. **Eksportspējīgs tūrisma produkts** ir produkts, kurš spēj piesaistīt pēc iespējas vairāk ārvalstu tūristu, un tā izmantošanā pastāv pēc iespējas mazāk barjeru t.sk. valodas un informācijas pieejamības barjera (informācija par produktu pieejama vairākās valodās, dažādos informācijas kanālos t.sk. interneta vidē (sava mājas lapa, sociālie tīkli u.tml.)). [↑](#footnote-ref-7)
8. **Tūrisma produkts ar augstu pievienoto vērtību** ir tāds produkts, kur pievienoto vērtību rada cilvēks ar savām zināšanām un profesionalitāti. Tas ir produkts ar augstu potenciālu un resursiem. [↑](#footnote-ref-8)
9. **Kvalitatīvs tūrisma produkts** ir tāds tūrisma produkts, kurš ar savu kvalitatīvo īpašību kopumu spēj izpildīt klienta prasības. [↑](#footnote-ref-9)
10. **Ilgtspējīgs tūrisma produkts** ir tāds produkts, kurš tiek ražots saskaņā ar vietējo vidi, sabiedrību un kultūru tādā veidā, ka pēdējie kļūst par ieguvējiem, nevis zaudētājiem no tūrisma attīstības. [↑](#footnote-ref-10)
11. **Inovatīvs tūrisma produkts** ir jauninājums salīdzinot ar esošajiem produktiem, kas palielina vispārējo nozares rentabilitāti, tālāku attīstību un konkurētspēju, ar piesaisti galamērķim un spēju ātri reaģēt uz mainīgo tūrisma pieprasījumu. [↑](#footnote-ref-11)
12. **Eksportspējīgs tūrisma produkts** ir produkts, kurš spēj piesaistīt pēc iespējas vairāk ārvalstu tūristu, un tā izmantošanā pastāv pēc iespējas mazāk barjeru t.sk. valodas un informācijas pieejamības barjera (informācija par produktu pieejama vairākās valodās, dažādos informācijas kanālos t.sk. interneta vidē (sava mājas lapa, sociālie tīkli u.tml.)). [↑](#footnote-ref-12)
13. **Tūrisma produkts ar augstu pievienoto vērtību** ir tāds produkts, kur pievienoto vērtību rada cilvēks ar savām zināšanām un profesionalitāti. Tas ir produkts ar augstu potenciālu un resursiem. [↑](#footnote-ref-13)