**ATBALSTA PRETENDENTA PAŠNOVĒRTĒJUMS**

**M1 KONKURĒTSPĒJĪGS VIETĒJAIS UZŅĒMĒJS**

**R1 Atbalsts nelauksaimnieciskās uzņēmējdarbības, t.sk. lauksaimniecības produktu pārstrādes, lauku tūrisma un amatniecības attīstībai**

**Atbalsta pretendents: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Projekta nosaukums: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kritērijs | Novērtējums | Skaidrojums un punktu skaits | | Atsauce uz veidlapu aktivitātei LA19. | Atbalsta pretendenta pašnovērtējums | |
| Punkti | Īss pamatojums |
| 1. Administratīvā atbilstība | Projekts ir atbilstošs SVVA stratēģijas rīcības plānā noteiktajai rīcībai, Ministru kabineta 10.10.2023. noteikumu Nr. 580. nosacījumiem un VRG papildu nosacījumiem. | Atbilst/Neatbilst  Projektu iesniegumi, kuri šajā kritērijā saņem vērtējumu „Neatbilst” tālāk netiek vērtēti. | | Projekta iesniegums kopumā |  |  |
| **Projekta iesnieguma un pievienotā biznesa plāna kvalitātes un dzīvotspējas vērtējums**  **Tiek vērtēta projekta iesniegumā un biznesa plānā sniegtā informācija. Kvalitātes un dzīvotspējas vērtējumā minimāli nepieciešamais punktu skaits ir 10 (ieskaitot), projekti, kuri saņem zemāku vērtējumu tālāk netiek vērtēti un saņem vērtējumu “Neatbilst”** | | | | | | |
| 2. Atbalsta pretendenta pieredze un resursi | Atbalsta pretendenta pieredze un izglītība, attīstības mērķi, sniegta informācija par resursu nodrošinājumu  (nekustamais īpašums, infrastruktūra, ražošanas pamatlīdzekļi u.c.) | Pierādīta izglītība un pieredze/ pārliecinoši raksturoti resursi un to pieejamība | 1 | A.1., A.2, A.3. |  |  |
| Pierādīta izglītība un resursu pieejamība | 0.5 |  |  |
| Nav pamatota pieredze un izglītība, nav skaidrs par resursu pieejamību | 0 |  |  |
| 3. Projekta mērķis | Projekta mērķa apraksts, skaidrs redzējums, tas ir konkrēts un atspoguļo, ko plānots sasniegt realizējot projektu. | Pārliecinošs redzējums un skaidrs apraksts | 1 | B.1. |  |  |
| Apraksts ir vispārīgs, nav skaidri definēts | 0.5 |  |  |
| Projekta mērķis nav skaidrs | 0 |  |  |
| 4. Projekta idejas pamatojums, nepieciešamība | Projekta idejas apraksts, investīciju nepieciešamības pamatojums un produkta/pakalpojuma apraksts | Pārliecinošs un saprotams apraksts, nepieciešamības pamatojums produkta/pakalpojuma raksturojums | 2 | B.2.1.  B.2.2. |  |  |
| Daļēji izprotama projekta ideja, projekta nepieciešamība nav pamatota | 1 |  |  |
| Nav izprotama projekta ideja, nav skaidra projekta nepieciešamība | 0 |  |  |
| 5. Produkta/  pakalpojuma ieviešanas apraksts. | Ražošanas un tehnoloģisko procesu apraksts/pakalpojumu sniegšanas apraksts. Produkta/pakalpojuma īpašības, kvalitāte, cena, izplatīšanas kanāli un veidi, realizācijas apjomi, izejvielu un materiālu piegādātāji, sadarbības partneri | Sniegts pārliecinošs un pamatots produkta/pakalpojuma apraksts, iekļauti visi aspekti | 2 | B.2.2. |  |  |
| Sniegts daļēji pārliecinošs un pamatots produkta/pakalpojuma apraksts, nav iekļauti visi aspekti | 1 |  |  |
| Nav sniegts produkta/pakalpojuma apraksts vai ļoti vāji pamatots | 0 |  |  |
| 6. Tirgus analīze | Pieprasījuma izpēte, produkta/pakalpojuma priekšrocības un konkurētspēja. Raksturota tirgus daļa, konkurenti un to novērtējums, cenas, preces realizācijas vietas un iespējas | Pamatots un skaidrs apraksts, atbalsta pretendents balstās uz pārbaudāmiem faktiem, pētījumiem u.c. to pamatojot tirgus izpētē | 2 | B.2.3. |  |  |
| Daļēji skaidrs apraksts, atbalsta pretendents balstās uz pieņēmumiem | 1 |  |  |
| Nav veikta vai ļoti nepārliecinoši veikta tirgus izpēte | 0 |  |  |
| 7. Mārketinga plāns | Mārketinga plāns, norādot izvēlētos pasākumus, to biežumu un izmaksas. Plānotās mārketinga aktivitātes, mērķa auditorijas un mārketinga kanāli. | Izstrādāts detalizēts mārketinga plāns un tajā plānotās pasākumu izmaksas ir pamatots. | 1 | B.2.3. |  |  |
| Veikta tikai mārketinga pasākumu uzskaite | 0.5 |  |  |
| Nav izvērtēti mārketinga pasākumi | 0 |  |  |
| 8. Projekta riski un risku izvērtējums. | Iespējamie riski un to novēršanas vai ierobežošanas iespējas. Ražošanas, tirgus, cilvēku faktora un finanšu riski. Nepārvaramas varas (force majeure) iespējamība. | Uzskaitīti un izvērtēti iespējamie riski | 2 | B.2.4. |  |  |
| Veikta nepilnīga risku uzskaite, nepārliecinošs to izvērtējums. | 1 |  |  |
| Nav risku uzskaites un izvērtējuma. | 0 |  |  |
| 9. Pievienotā vērtība Jelgavas novada teritorijai | Apraksts un pamatojums, kādu ieguldījumu Jelgavas novada teritorijai sniedz projekta īstenošana.  Punktus 0 vai 1 piešķir katrā kritērijā atsevišķi. | Radīts vietējais produkts/pakalpojums | 0/1 | B.2.8. |  |  |
| Uzlabots vietējais produkts/pakalpojums | 0/1 |  |  |
| Radīta vismaz 1 pilna laika darba vieta, saglabājot esošās | 0/1 |  |  |
| Tiks radīts jauns uzņēmums (tai skaitā reģistrēts saimnieciskās darbības veicējs) | 0/1 |  |  |
| Vietējās produkcijas realizēšanai paredzētas vides radīšana vai labiekārtošana | 0/1 |  |  |
| 10. Projekta investīciju pamatotība | Plānoto investīciju iegādes pamatojums un nodrošinājums mērķa sasniegšanai. | Plānotās investīcijas ir pamatotas un orientētas uz mērķa sasniegšanu | 2 | B.8.-B.10. |  |  |
| Plānotās investīcijas ir daļēji pamatotas un orientētas uz plānotā mērķa sasniegšanu | 1 |  |  |
| Investīciju nepieciešamība nav pamatota un nesasniedz projekta mērķi | 0 |  |  |
| 11. Projekta budžets, naudas plūsma un finanšu aprēķini *(Kritēriju nevērtē, ja atbalsta pretendents ir pašvaldība tirdzniecības vietu izveidei)* | Projekta budžeta izvērtējums un atbilstība tirgus cenām, naudas plūsmas pamatojums, ieņēmumu un izdevumu atspoguļojums un atbilstība tirgus cenām | Pamatoti sastādīta naudas plūsma, objektīvi izvērtēti visi ieņēmumi un izdevumi | 2 | C sadaļa |  |  |
| Sastādītā naudas plūsma ir nepilnīga, daļēji izvērtēti visi ieņēmumi un izdevumi. | 1 |  |  |
| Sastādītā naudas plūsma ir apšaubāma un nepamatota, nav izvērtēti visi ieņēmumi un izdevumi. | 0 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 12. Tirdzniecības vietu izveide un pašvaldības loma vietējo produktu realizācijas veicināšanā *(Kritēriju vērtē, ja atbalsta pretendents ir pašvaldība tirdzniecības vietu izveidei)* | Vērtē, cik lielā mērā projekts, ja to īsteno pašvaldība, veicina jaunu tirdzniecības vietu izveidi vai esošo vietu attīstību vietējo produktu realizācijai, kā arī nodrošina vietējo uzņēmējdarbības aktivitāšu atbalstu, veicinot vietējo ražotāju sadarbību un viņu produktu pieejamību. | Projekts paredz pašvaldības iniciatīvu jaunas tirdzniecības vietas izveidē vai esošās infrastruktūras uzlabošanā, kas ilgtermiņā nodrošinās stabilu platformu vietējo ražotāju produktu realizācijai. Projekts sekmē vietējo uzņēmējdarbības aktivitāšu attīstību un vietējo ražotāju sadarbību. | 2 | Projekts kopumā |  |  |
| Projekts veicina īstermiņa tirdzniecības vietu attīstību vai īslaicīgas tirdzniecības aktivitātes (piemēram, gadatirgus), kur vietējie ražotāji var piedalīties, taču nav plānota ilgtermiņa infrastruktūras izveide vai pašvaldības nozīmīga loma. | 1 |  |  |
| Projekts nesniedz būtisku ieguldījumu tirdzniecības vietu izveidē vai vietējo uzņēmējdarbības aktivitāšu veicināšanā, un pašvaldības loma nav nozīmīga | 0 |  |  |
| **Specifiskie projektu vērtēšanas kritēriji**  Tiek piešķirti papildu punkti gadījumos ja kritērijs ir attiecināms. 12. kritērijā piešķir tikai 1 vērtējumu atbilstoši projektā plānotajam lielākajam investīciju apjomam | | | | | | |
| 13. Projekta ietvaros radītās inovācijas VRG līmenī saskaņā ar SVVA stratēģijā noteikto definīciju. | Inovācijas definīcija: jauns produkts vai pakalpojums, kas ir pilnīgi jauns vai kam ir uzlabotas funkcionālās īpašības vai mainīts paredzamais lietošanas veids, tai skaitā mainīti vai uzlaboti tehniskie parametri, sastāvdaļas, materiāli, pievienotā programmatūra vai lietotājam draudzīgas īpašības. Jaunām iekārtām vai paplašinājumiem jābūt ar būtiskiem specifikācijas uzlabojumiem. | Produkta, pakalpojuma inovācija (jauna, līdz šim nebijuša produkta vai pakalpojuma radīšana) | 3 | B.7.  B.7.1. |  |  |
| Procesa inovācija (jauns, būtiski atšķirīgs tehnoloģiskais process vai metode produkta ražošanā vai pakalpojuma izveidē) | 2 |  |  |
| Resursu inovācija (plānotā darbība būtiski maina vides resursu izmantošanu VRG teritorijā) | 1 |  |  |
| 14. Projekta ietvaros radītās inovācijas Latvijas mērogā un plašāk. | Atbilstoši 13. kritērijā minētajai definīcijai | Produkta, pakalpojuma inovācija (jauna, līdz šim nebijuša produkta vai pakalpojuma radīšana) | 1 |  |  |  |
| 15. Sociālās uzņēmējdarbības attīstība | Atbalsta pretendents ir saņēmis sociālā uzņēmuma statusu. | Atbalsta pretendents ir iekļauts LM Sociālo uzņēmumu reģistrā | 1 | B.2.7. |  |  |
| 16. Vides ilgtspēja | Projekta īstenošanas rezultātā sekmēs mērķu sasniegšanu saistībā ar vides ilgtspēju: atjaunojama enerģija: vējš, saule, biomasa . Bioloģisko produktu ražošana (bioekonomikas aspekts)  Aprites ekonomika, negatīvās ietekmes uz ūdeni, gaisu un augsni mazināšana, bioloģiskās daudzveidības veicināšana, klimata pārmaiņu mazināšana | Papildus punktu piešķir, ja projekts ievieš ilgtspējīgus risinājumus vides ilgtspējas nodrošināšanai, piemēram, ievērojamu atjaunojamās enerģijas izmantošanas īpatsvaru, unikālu bioloģiskās daudzveidības veicināšanas mehānismu vai aprites ekonomikas modeļus, kas būtiski samazina atkritumu daudzumu un resursu patēriņu. | 1 | B.6.  B.6.1. |  |  |
| 17. Digitālie risinājumi | Projektā plānotās investīcijas ir saistītas ar digitāliem risinājumiem vai darbinieku produktivitāti. | Punktu skaitu piešķir ja izpildās viens vai abi nosacījumi. | 0.5 | B.2.1. |  |  |
| 18. Kultūrvēsturiskais mantojums | Projekta ieguldījums kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanā un atjaunošanā. | Projekta aktivitātes paredz darbības, kas tieši ietekmē kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu un atjaunošanu. | 0.5 | B.2.1. |  |  |