

**FORMAI PRITARTA**

2014-2020 m. Europos Sąjungos struktūrinių fondų administravimo darbo grupės, sudarytos Lietuvos Respublikos finansų ministro 2013 m. liepos 11 d. įsakymu Nr. 1K-243 „Dėl darbo grupės sudarymo“, 2017 m. liepos 21 d. protokolu Nr. 4 (37)

(Pasiūlymų dėl projektų atrankos kriterijų nustatymo ir keitimo forma)

**PASIŪLYMAI DĖL PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJŲ NUSTATYMO IR KEITIMO**

2017 m. lapkričio d.

*(Jei projektų atrankos kriterijus keičiamas, informacija į formą įrašoma lyginamuoju variantu. Jei siūlymai dėl projektų atrankos kriterijų teikiami pagal skirtingas 2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos (toliau – Veiksmų programa) įgyvendinimo priemones (toliau – priemonė), kiekvienai priemonei žemiau esanti lentelė kartojama)*

<b>Pasiūlymus dėl projektų atrankos kriterijų nustatymo ir (ar) keitimo teikianti institucija:</b>	Ūkio ministerija
<b>Veiksmų programos prioriteto numeris ir pavadinimas:</b>	2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos 5 prioritetas „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“
<b>Veiksmų programos konkrečiau uždavinio numeris ir pavadinimas:</b>	5.4.1. konkretus uždavinys „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“
<b>Veiksmų programos įgyvendinimo priemonės (toliau – priemonė) kodas ir pavadinimas:</b>	Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“
<b>Priemonei skirtų Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų suma, mln. Eur:</b>	10,55
<b>Pagal priemonę remiamos veiklos:</b>	Kultūros ir gamtos paveldo objektų e-rinkodara prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose. Turizmo e-rinkodara yra bet kuri turizmo rinkodaros veikla, įgyvendinama naudojant elektroninę komunikaciją, t. y. el. paštą, mobiliąsias technologijas ir kitas priemones, kurioms būtinas interneto

	<p>ryšys.</p> <p>E-rinkodaros priemonė – iš anksto suplanuota, vykdymo trukme ir biudžetu apibrėžta konkreti e-rinkodaros veikla, pvz., internetinė svetainė, programa ir pan.</p> <p>Elektroninė komunikacija – tai bet kuri reklamos forma (vaizdinė reklama, naujienlaiškiai, paieškos sistemos optimizavimas, paieškos sistemos reklama, žaidimai internete, socialinė media, video srauto reklama ir pan.), pasiekianti vartotoją internetu.</p>
<b>Pagal priemonę remiamos veiklos arba dalis veiklų bus vykdomos:</b>	<i>Stebėsenos komiteto pritarimas veiklų vykdymui Lietuvoje gautas 2015 m. gegužės 19 d. posėdžio nutarimu Nr. 44P-4.1(6).</i>
<b>Projektų atrankos būdas (finansavimo forma finansinių priemonių atveju):</b>	<input type="checkbox"/> Valstybės projektų planavimas <input type="checkbox"/> Regionų projektų planavimas <input checked="" type="checkbox"/> Projektų konkursas <input type="checkbox"/> Tęstinė projektų atranka <input type="checkbox"/> Finansinė priemonė
<b>Teikiamas tvirtinti:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b> <input type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b>	Kriterijus patvirtintas 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos stebėsenos komiteto 2015 m. gegužės 19 d. posėdžio nutarimu Nr. 44P-4.1(6).
<b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b>	1. Projektas prisideda prie Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos, patvirtintos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2014 m. kovo 12 d. nutarimu Nr. 238 (toliau – Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa), įgyvendinimo.
<b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b>	Kriterijaus vertinimas: vertinama, ar planuojami įgyvendinti projektai prisidės prie „Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos antrojo tikslo „Didinti Lietuvos, kaip turistinės valstybės, žinomumą ir gerinti jos įvaizdį“ 1 uždavinio „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“ įgyvendinimo.
<b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b>	Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama užtikrinti turizmo rinkodaros projektų atitiktį Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos

	<p>antrojo tikslo „Didinti Lietuvos, kaip turistinės valstybės, žinomumą ir gerinti jos įvaizdį“ 1 uždaviniui „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“.</p> <p>Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti, kad projektais būtų prisidedama prie Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos įgyvendinimo. Kriterijus atitinka strateginio planavimo dokumentus, Veiksmų programą ir neišskiria atskirų pareiškėjų grupių.</p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b></p>	<p>2. Projektu planuojamos e-rinkodaros veiklos yra numatytos pareiškėjų turizmo rinkodaros strateginio planavimo dokumentuose: <b>turizmo rinkodaros strategijoje, patvirtintoje asociacijos valdybos posėdžio protokolu, turizmo rinkodaros strategijoje, patvirtintoje savivaldybės tarybos sprendimu arba savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymu.</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b></p>	<p>Kriterijaus vertinimas: būtina įsitikinti, kad planuojamos e. <b>rinkodaros</b> veiklos yra numatytos pareiškėjo turizmo rinkodaros strateginio planavimo dokumentuose: <b>turizmo rinkodaros strategijoje, patvirtintoje asociacijos valdybos posėdžio protokolu, turizmo rinkodaros strategijoje, patvirtintoje savivaldybės tarybos sprendimu arba savivaldybės administracijos direktoriaus įsakymu.</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b></p>	<p>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama, kad būtų įvertintas ir išanalizuotas planuojamų turizmo rinkodaros veiklų būtinumas turistų srautams didinti ir šiomis veiklomis būtų įgyvendinami pareiškėjų pateiktuose turizmo rinkodaros strateginio planavimo dokumentuose (<del>planuose, programose, strategijose</del>) numatyti turizmo rinkodaros tikslai, tokiu būdu išvengiant pavienių ir jokio poveikio neturinčių veiklų.</p> <p>Kriterijus pasirinktas siekiant atrinkti tik tuos projektus, kuriuose numatytų turizmo rinkodaros veiklų būtinumas yra išanalizuotas ir</p>

	<p>pagrįstas. Kriterijus bus taikomas visiems pareiškėjams siekiant didesnio turizmo rinkodaros veiklų poveikio ir atskirų pareiškėjų ar jų veiklų grupių neišskirs. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, kadangi juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai.</p> <p><b>Kriterijus keičiamas siekiant nurodyti konkrečius turizmo rinkodaros strateginio planavimo dokumentus, kuriuose turi būti numatytos planuojamos e. rinkodaros veiklos.</b></p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b></p>	<p>3. Pareiškėjas ir partneris turi pakankamai patirties įgyvendinti turizmo <b>e. rinkodaros veiklas (priemonės)</b>.</p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b></p>	<p>Kriterijaus vertinimas: vertinama pareiškėjo ir partnerio veiklos patirtis, <del>ir</del> – viena iš veiklų privalo būti turizmo <b>e. rinkodara</b>. Pareiškėjas ir partneris privalo pateikti <del>dokumentus (metinės finansinės atskaitomybės dokumentus, aiškinamuosius raštus, sutartis ir pan.), įrodančius, kad pastaruosius trejus metus buvo vykdoma turizmo rinkodaros veikla</del> <b>rinkodaros veiklų aprašymą su nuorodomis į turizmo e. rinkodaros veiklas (priemonės), įrodančias, kad per vienerių metų laikotarpį iki paraiškos registravimo įgyvendinančioje institucijoje dienos buvo vykdoma bent viena e. rinkodaros veikla (priemonė).</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b></p>	<p>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama, kad pareiškėjas ir partneris vykdytų <del>veiklą</del> <b>turizmo e. rinkodaros veiklas (priemonės)</b> ir turėtų pakankamą patirtį tinkamai įgyvendinti turizmo rinkodaros projektus. Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti nors minimalią pareiškėjų ir partnerių veiklos patirtį <b>turizmo e. rinkodaros srityje</b> ir išvengti piktnaudžiavimo ES investicijų lėšomis atveju. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, kadangi juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti</p>

	<p>minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai.</p> <p><b>Kriterijus keičiamas siekiant užtikrinti, kad pareiškėjas turėtų patirties būtent turizmo e. rinkodaros srityje ir gebėtų tinkamai įgyvendinti turizmo e. rinkodaros projektus.</b></p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b>	4. Projektas turi prisidėti prie darnaus turizmo skatinimo.
<b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b>	<p>Kriterijaus vertinimas: būtina įsitikinti, kad <del>projektas turės bent vieną darnaus turizmo skatinimo priemonę, t. y. ženklą, šūkį ir pan.</del> <b>įgyvendinant projekto veiklas, bus taikomas universalus dizaino principas.</b></p>
<b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b>	<p>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama, kad projektai prisidėtų prie darnaus turizmo skatinimo, t. y. <del>projektai privalės turėti bent vieną darnaus turizmo skatinimo priemonę, t. y. ženklą, šūkį ir pan., kuriuose išskiriamas (akcentuojamas) bent vienas konkretus darnaus turizmo aspektas (pvz., atsakingas gamtos išteklių naudojimas, kultūros paveldo apsauga, vietos bendruomenių iniciatyvos ir pan.)</del> <b>įgyvendinant projekto veiklas, turės būti taikomas universalus dizaino principas, kuriuo bus užtikrinama galimybė sukurtomis rinkodaros priemonėmis naudotis kuo platesniam ratui vartotojų.</b></p> <p>Kriterijus pasirinktas siekiant atrinkti tik tuos projektus, kuriuose numatyta skatinti darnųjį turizmą. Kriterijus bus taikomas visiems pareiškėjams siekiant didesnio turizmo rinkodaros veiklų poveikio ir atskirų pareiškėjų ar jų veiklų grupių neišskirs. Kriterijus atitinka Veiksmų programos 5.4.1 uždavinį ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, kadangi juo siekiama skatinti darnųjį turizmą.</p> <p><b>Kriterijus keičiamas siekiant, kad projektais prie darnaus turizmo skatinimo būtų prisidedama lygiavertėmis ir palyginamomis priemonėmis.</b></p>

<b>Teikiamas tvirtinti:</b> <input type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b>	Kriterijus patvirtintas 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos stebėsenos komiteto 2015 m. gegužės 19 d. posėdžio nutarimu Nr. 44P-4.1(6).
<b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b>	5. Projektu numatoma vykdyti e-rinkodaros veiklas, jungiančias 2 ar daugiau savivaldybių.
<b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b>	Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas tiems projektams, kurie jungs daugiau savivaldybių.
<b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b>	Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama užtikrinti didesnę projektų poveikį ir savivaldybių bendradarbiavimą skatinant kultūros ir gamtos paveldo objektų lankomumą, kuriant bendrus maršrutus ir didinant žinomumą. Kriterijus pasirinktas siekiant atrinkti tuos pareiškėjus, kurie gali užtikrinti didesnę įgyvendinamų e-rinkodaros veiklų poveikį. Kriterijus neišskiria atskirų pareiškėjų grupių, kadangi yra orientuotas į e-rinkodaros veiklas. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, nes juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai.
<b>Teikiamas tvirtinti:</b> <input type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b>	<input type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Keitimas</b>
<b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b>	6. Projektu numatomos e-rinkodaros veiklos bus skirtos 5 ar daugiau kultūros paveldo objektų, įtrauktų į Kultūros vertybių registrą, kurio nuostatai patvirtinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2005 m. rugsėjo 23 d. nutarimu Nr. 1053 „Dėl Kultūros vertybių registro įsteigimo ir Kultūros vertybių nuostatų patvirtinimo“ ir (ar) gamtos paveldo objektų, įtrauktų į valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašą, patvirtintą Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. gruodžio 20 d. nutarimu Nr. 652 „Dėl valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašo patvirtinimo“,

	žinomumui didinti.
<b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b>	Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas tiems projektams, kuriais bus pristatoma daugiau kultūros <b>paveldo objektų, įtrauktų į Kultūros vertybių registrą</b> , ir (ar) gamtos paveldo objektų, <b>įtrauktų į valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašą</b> .
<b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b>	Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama kompleksiskai didinti kultūros ir (ar) gamtos paveldo objektų žinomumą, t. y. užtikrinti, kad projektais nebūtų vykdomos pavienių objektų e-rinkodaros veiklos. Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti e-rinkodaros veiklų kompleksiskumą. Kriterijus neišskiria atskirų pareiškėjų grupių, nes yra orientuotas į e-rinkodaros veiklas. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, nes juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai. <b>Kriterijus keičiamas siekiant suteikti prioritetą kultūros paveldo objektams, įtrauktiems į Kultūros vertybių registrą, ir gamtos paveldo objektams, įtrauktiems į valstybės saugomų gamtos paveldo objektų sąrašą.</b>
<b>Teikiamas tvirtinti:</b> <input type="checkbox"/> <del>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del> <input checked="" type="checkbox"/> <del>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b> <input type="checkbox"/> <b>Keitimas</b>
<b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b>	<del>7. Projektu planuojama vykdyti 2 ar daugiau tarpusavyje susijusias e-rinkodaros priemones.</del>
<b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b>	<del>Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas tiems projektams, kurie apims daugiau tarpusavyje susijusių ir vienas kitą papildančių turizmo e-rinkodaros priemonių.</del>
<b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b>	<del>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama e-rinkodaros priemonių kompleksiskumo.</del>

	<p><del>Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti e. rinkodaros priemonių kompleksiskumą. Kriterijus yra orientuotas į e. rinkodaros priemones ir neišskiria atskirų pareiškėjų grupių. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programą, nes juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai.</del></p> <p><b>Kriterijus naikinamas, nes įgyvendinant turizmo e. rinkodaros projektus, dažniausiai būna sukuriama ne viena, o žymiai daugiau tarpusavyje susijusių e. rinkodaros priemonių ir kriterijų atitinka visi projektai.</b></p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b></p>	<p>8. <del>Projektu numatoma</del> <b>veiklų efektyvumas, siekiant pritraukti didesnį unikalų vartotojų skaičių.</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b></p>	<p>Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas tiems projektams, <del>kuri pritrauks kurių</del> <b>efektyvumas, siekiant pritraukti daugiau unikalų vartotojų, yra didesnis. Jų skaičiavimo būdas priklausys nuo e. rinkodaros priemonės. Projekto efektyvumas skaičiuojamas kaip santykis tarp pareiškėjo planuojamų pritraukti unikalų vartotojų skaičiaus (skaičiuojant pritrauktų unikalų vartotojų skaičių per 1 metus po projekto įgyvendinimo) ir prašomos finansavimo sumos. Unikalūs vartotojai bus skaičiuojami atsižvelgiant į kuriamų e. rinkodaros priemonių pobūdį. Pavyzdžiui, internetinių puslapių kūrimo atveju bus skaičiuojami unikalūs vartotojai ir jų praleistas laikas naršant puslapyje, mobiliųjų aplikacijų kūrimo atveju – atsisiuntimų skaičius, naujienlaiškių atveju – prenumeratorių, peržiūrų skaičius; socialinių tinklų atveju – sekėjų (followers), interakcijų (bet koks vartotojo veiksmas socialiniame tinkle – peržiūros, komentarai, vertinimai ir t. t.) skaičius ir pan.</b></p>



	<p>Unikalus vartotojas – fizinis asmuo, kuris prisijungęs unikaliu IP adresu, pasinaudojo sukurta e-rinkodaros priemone.</p> <p><b>Projektai surikiuojami nuo efektyviausio (didžiausias santykis tarp planuojamų pritraukti unikalių vartotojų skaičiaus ir prašomos finansavimo sumos) iki mažiausiai efektyvaus (mažiausias santykis tarp unikalių vartotojų skaičiaus ir prašomos finansavimo sumos).</b></p> <p><b>Projekto efektyvumas apskaičiuojamas pagal formulę:</b>  <math>P_1+P_2+P_3+P_n</math>/projekto finansavimas, kur:  <b><math>P_1, P_2, P_3, P_n</math> – e-rinkodaros priemone (internetu svetainės, unikalūs vartotojai, mobilios aplikacijos atsisiuntimų skaičius, socialinių tinklų sekėjų skaičius ir kt.) planuojamas pritraukti unikalių vartotojų skaičius per 1 metus po projekto įgyvendinimo.</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b></p>	<p>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama e-rinkodaros priemonių efektyvumo.</p> <p>Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti e-rinkodaros priemonių efektyvumą. Kriterijus yra orientuotas į e-rinkodaros priemones ir neišskiria atskirų pareiškėjų grupių. Kriterijus atitinka Veiksmų programą ir Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą, nes juo siekiama užtikrinti, kad būtų pasiekti minėtuose strateginio planavimo dokumentuose numatyti rezultatai.</p> <p><b>Kriterijus keičiamas siekiant, kad projektai būtų orientuojamasi ne tik į pritrauktą unikalų vartotojų skaičių, bet ir į planuojamų veiklų efektyvumą.</b></p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input type="checkbox"/> <del>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <del>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b></p>	<p>9. Projektu numatoma pritraukti didesnį turistų skaičių.</p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b></p>	<p><del>Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas tiems projektams, kurie pritrauks daugiau turistų.</del></p>

<p><b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b></p>	<p><del>Turistas – lankytojas, kuris Lietuvoje apsistoja bent vienai nakčiai.</del>  <del>Kriterijaus taikymo paskirtis: siekiama e rinkodaros priemonių efektyvumo.</del>  <del>Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti e rinkodaros priemonių tiesioginį prisidėjimą prie Veiksmų programos 5.4.1 uždavinio rezultato stebėsenos rodiklio, kuriuo rodomas Veiksmų programos investicijomis siekiamas esamos padėties pokytis, pasiekimo.</del>  <del>Kriterijų siūloma naikinti, nes sudėtinga įvertinti realią projektų veiklų įtaką turistų srautams ir pareiškėjų pasiektus rezultatus.</del></p>
<p><b>Teikiamas tvirtinti:</b></p> <p><input type="checkbox"/> <del>SPECIALUSIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <del>PRIORITETINIS PROJEKTŲ ATRANKOS KRITERIJUS</del></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Nustatymas</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Keitimas</b></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus numeris ir pavadinimas:</b></p>	<p>10. Projektas prisideda prie 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos horizontaliojo prioriteto „Kultūra“ tarpinstitucinio veiklos plano, patvirtinto Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2014 m. kovo 19 d. nutarimu Nr. 269 (toliau TVP „Kultūra“), įgyvendinimo.</p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus vertinimo aspektai ir paaiškinimai:</b></p>	<p><del>Kriterijaus vertinimas: aukštesnis įvertinimas suteikiamas projektams, prisidedantiems prie TVP „Kultūra“ 1 tikslo „stiprinti visuomenės kultūrinę tapatybę“ 1.1 uždavinio „išsaugoti ir aktualizuoti kultūros paveldą, pritaikyti jį visuomenės ugdymo, jos kultūrinės tapatybės stiprinimo, socialiniams poreikiams ir verslo plėtrai“ 1.1.3 priemonės „kurti ir plėtoti kultūros kelių, apimančių reikšmingiausias Lietuvos kultūros paveldo objektus rinkodarą“ įgyvendinimo.</del></p>
<p><b>Projektų atrankos kriterijaus pasirinkimo pagrindimas:</b></p>	<p><del>Kriterijaus taikymo paskirtis: skatinti įgyvendinti kultūros kelių, apimančių reikšmingiausias Lietuvos kultūros paveldo objektus, rinkodaros veiklas.</del>  <del>Kriterijus pasirinktas siekiant užtikrinti, kad projektais būtų prisidedama prie 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos horizontaliojo prioriteto „Kultūra“ tarpinstitucinio veiklos plano</del></p>

	<p><del>įgyvendinimo. Kriterijus atitinka strateginio planavimo dokumentus, Veiksmų programą ir neišskiria atskirų pareiškėjų grupių.</del></p> <p><b>Kriterijų siūloma naikinti, nes kultūros keliai dar nėra sukurti ir prie jų rinkodaros bus prisidedama įgyvendinant priemonę „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra“.</b></p>
--	--

Ūkio viceministrė

Lina Sabaitienė