



Ekonomikas ministrija

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519, tālr. 67013100, fakss 67280882, e-pasts pasts@em.gov.lv, www.em.gov.lv

NOLIKUMS

Rīgā

Datums skatāms laika zīmogā Nr. 1.2-2/2018/33

Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” nolikums

Izdoti saskaņā ar
Valsts pārvaldes iekārtas likuma
72.panta pirmās daļas 2. punktu

I. Vispārīgie jautājumi

1. Nolikums nosaka kārtību, kādā komersantiem piešķir „Eksporta un inovācijas balvu” (turpmāk – balva) par sasniegumiem eksportā un vietējā tirgū, kā arī jaunu, uz zināšanām balstītu preču vai pakalpojumu (turpmāk – produkts) radīšanu.
2. Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” (turpmāk – konkurss) mērķis ir sekmēt Latvijas komersantu konkurētspēju Latvijas un ārvalstu tirgos, veicināt Latvijas produktu eksporta apjoma un kvalitātes pieaugumu un produktu ar augstu pievienoto vērtību radīšanu, kā arī sekmēt inovāciju, izvērtējot komersantu rezultātus un atzinīgi novērtējot veiksmīgākos komersantus un to produktus.
3. Konkurss rīko Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra.
4. Konkursa rezultātā tiek piešķirtas balvas kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo/vidējo komercsabiedrību un mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts”, kā arī „Eksporta čempions” un „Rūpnieciskais dizains”.
5. Pretendēt uz balvu var Latvijā reģistrēts komersants, kas eksportē savu produktu un/ vai Latvijas tirgū piedāvā produktu, kas spēj aizvietot ārvalstīs ražoto, un/ vai ir radījis inovatīvu produktu, un/ vai produktam ir izstrādājis rūpnieciskos dizainu.
6. Balva tiek piešķirta atklāta konkursa rezultātā un tās pretendentu izvērtēšana notiek divās kārtās.
7. Konkurss notiek Latvijas preču un pakalpojumu eksporta veicināšanas un ārvalstu investīciju piesaistes pamatnostādņu 2013.-2019.gadam (apstiprinātas ar Ministru Kabineta 2013.gada 17.jūnija rīkojumu Nr.249) ietvaros.

II. Konkursa kategorijas „Eksportspējīgākais komersants” vērtēšanas kritēriji

8. Uz balvu kategorijā „Eksportspējīgākais komersants” var pieteikties komersants, kurš aizvadītajā gadā eksportējis savus ražotos produktus (vai sniegtos pakalpojumus).

9. Balvu šajā kategorijā piešķir divās grupās, atbilstoši Komercedarbības atbalsta kontroles likumā noteiktajai definīcijai atsevišķi vērtējot:
 - 9.1. lielās un vidējās komercsabiedrības (darbinieku skaits no 50 un vairāk un tā gada apgrozījums vai kopējā gada bilance ir no 10 miljonus EUR un vairāk);
 - 9.2. mazās komercsabiedrības (darbinieku skaits no 1 – 49 un tā gada apgrozījums vai kopējā gada bilance nepārsniedz 10 miljonus EUR);
10. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
 - 10.1. komersanta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 10.2. komersanta eksporta apjoms (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 10.3. komersanta eksporta tirgi un jaunie eksporta tirgi;
 - 10.4. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
11. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
 - 11.1. komersanta spēja pārdot produktu(-us) ārvalstu tirgos;
 - 11.2. komersanta investīcijas (tai skaitā investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 11.3. komersanta darba vide;
 - 11.4. komersanta īstenotie eksporta veicināšanas pasākumi (tai skaitā tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība ārvalstu izstādēs, mārketinga materiāli, komersanta mājas lapā internetā);
 - 11.5. komersanta radītā pievienotā vērtība;
 - 11.6. komersanta un produkta(-u) prezentācija (tai skaitā izdales materiālu kvalitāte, prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās).

III. Konkursa kategorijas „Importa aizstājējprodukts” vērtēšanas kritēriji

12. Uz balvu kategorijā „Importa aizstājējprodukts” var pieteikties komersants, kurš pēdējo trīs gadu laikā ir piedāvājis vietējā tirgū tādu produktu (vai pakalpojumu), kas ir konkurētspējīgs ar līdzīgiem ārvalstīs ražotiem produktiem un spējis nostiprināties vietējā tirgū. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija.
13. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
 - 13.1. komersanta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 13.2. importa aizstājējprodukta pārdošanas apjoms (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 13.3. importa aizstājējprodukta pārdošanas apjoms Latvijā (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 13.4. importa aizstājējprodukta pārākums – konkurētspēja salīdzinājumā ar līdzīgiem ārvalstu vai Latvijas komersantu produktiem;
 - 13.5. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
14. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
 - 14.1. komersanta spēja pārdot produktu vietējā tirgū;
 - 14.2. komersanta investīcijas (tai skaitā investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 14.3. komersanta darba vide;

- 14.4. komersanta īstenotie tirdzniecības veicināšanas pasākumi (tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība izstādēs, mārketinga materiāli, komersanta mājas lapā internetā);
- 14.5. komersanta radītā pievienotā vērtība;
- 14.6. komersanta un produkta prezentācija (tai skaitā izdales materiālu kvalitāte, prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās).

IV. Konkursa kategorijas „Inovātīvākais produkts” vērtēšanas kritēriji

15. Uz balvu kategorijā „Inovātīvākais produkts” var pieteikties komersants, kurš ir radījis jaunu, uz zināšanām balstītu produktu (vai pakalpojumu), kas ir ievērojami pārāks salīdzinājumā ar agrāk ražotajiem un/ vai citiem tirgū esošajiem produktiem. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija.
16. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
 - 16.1. komersanta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 16.2. inovatīvā produkta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (procentuāli un absolūtās vērtībās);
 - 16.3. komersanta apgrozījuma un inovatīvā produkta apgrozījuma attiecība;
 - 16.4. komersanta investīcijas inovatīvā produkta izstrādē un attīstībā;
 - 16.5. inovatīvā produkta intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība;
 - 16.6. inovatīvā produkta pārākums – konkurētspēja salīdzinājumā ar līdzīgiem tirgū esošiem komersanta vai konkurentu produktiem;
 - 16.7. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
17. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
 - 17.1. produkta inovācijas pamatojums;
 - 17.2. inovācijas līmenis uzņēmumā;
 - 17.3. komersanta investīcijas (tai skaitā investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 17.4. komersanta darba vide;
 - 17.5. pētniecība un attīstība (tai skaitā sadarbība ar citām organizācijām (zinātniski pētnieciskajām iestādēm, starptautiskos projektos, ar citām komercsabiedrībām, piemēram, pētniecības projektos)), laboratorijas un/ vai pētniecības un attīstības struktūrvienības esamība);
 - 17.6. komersanta intelektuālā īpašuma aizsardzības stratēģija;
 - 17.7. komersanta spēja pārdot produktu;
 - 17.8. komersanta radītā pievienotā vērtība;
 - 17.9. komersanta un produkta prezentācija (tai skaitā produkta mārketinga, mārketinga materiālu kvalitāte, prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās).

V. Konkursa kategorijas „Rūpnieciskais dizains” vērtēšanas kritēriji

18. Balvai kategorijā „Rūpnieciskais dizains” var pieteikties komersants vai izvirzīt žūrija, izvērtējot konkursa kategorijās otrajā kārtā izvirzītos komersantus, kuru produktiem ir izstrādāts rūpnieciskais dizains (rūpnieciski ražotos produktos tiek savienota estētika un funkcionalitāte, vienlaikus uzlabojot un radot inženiertehnisko, lietošanas, ergonomikas, mārketinga, zīmola attīstības un tirdzniecības risinājumus) un kas ir ievērojami

pārāki salīdzinājumā ar agrāk izstrādātajiem vai citiem tirgū esošajiem produktu dizainiem, un kas tirgū pieejami ne ilgāk kā trīs gadus. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija, gan atsevišķs produkta elements.

(Grozīts ar EM __ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

19. Vērtēšanas kritēriji:

19.1. komersanta produkta rūpnieciskā dizaina esamība un ieguvumi no rūpnieciskā dizaina (estētika, ergonomika, funkcionalitāte, ekoloģija, videi un veselībai draudzīgu resursu un materiālu izmantošana, energoefektivitāte, laika, naudas un telpas ietaupījums produkta lietošanā);

19.2. dizaina izstrādes un pētniecības līmenis uzņēmumā;

19.3. komersanta sadarbība dizaina izstrādē ar izglītības, zinātnes un pētniecības iestādēm un citām organizācijām un uzņēmumiem;

19.4. komersanta darba vide;

19.5. komersanta spējas pārdot produktu pamatojums.

VI. Konkursa kategorijas „Eksporta čempions” vērtēšanas kritēriji

20. Titula „Eksporta čempions” pretendents izvirza žūrijas komisija, izvērtējot Latvijas lielākos eksportētājus, pamatojoties uz eksporta datiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.

21. Šo titulu komersants var saņemt vienu reizi.

VII. Žūrijas komisija

22. Balvas pretendentu izvērtēšanai Ekonomikas ministrijas valsts sekretārs izveido žūrijas komisiju, kuras sastāvā ietilpst valsts institūciju, nevalstisko organizāciju un plašsaziņas līdzekļu pārstāvji.

(Grozīts ar EM 06.10.2015. iekšējiem noteikumiem Nr.1-7-33)

23. Žūrijas komisijas sanāksmes (tai skaitā pretendentu vērtējumi) protokolē Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras pārstāvis.

(Grozīts ar EM __ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

VIII. Konkursa norise un balvas pretendentu izvērtēšana

24. Konkursu katru gadu izsludina Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra.

25. Balvas pretendents, atbilstoši sludinājumā noteiktajam, iesniedz konkursa pirmās kārtas dalībnieka pieteikuma anketu(-as) (pielikumā) un citu informāciju Latvijas Investīciju un attīstības aģentūrā.

26. Žūrijas komisija ir tiesīga, izvērtējot konkursa pirmās un otrās kārtas pieteikumus, papildus vērtēt komersantus, pamatojoties uz eksporta datiem, produkta pārākumu salīdzinājumā ar līdzīgiem komersanta vai konkurentu tirgū esošiem produktiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.

27. Konkursa pirmajā kārtā tiek izvērtēti dalībnieku pieteikumi kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts” un „Inovātīvākais produkts”. Dalībai konkursa otrajā kārtā žūrijas komisija izvirza piecus līdz astoņus visvairāk punktus ieguvušos balvas pretendents katrā kategorijā.

28. Konkursa otrajā kārtā iekļuvušie komersanti žūrijas komisijai iesniedz konkursa otrās kārtas dalībnieka pieteikuma anketu(-as) (pielikumā).
29. Konkursa otrajā kārtā izvirzītos balvas pretendentes kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts” un „Inovātīvākais produkts” apmeklē žūrijas komisija, veicot apskati un izvērtējumu saskaņā ar otrās kārtas vērtēšanas kritērijiem.
30. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts” un „Inovātīvākais produkts” balvas pretendentu abās kārtās iegūtie punkti tiek summēti.
31. Pretendentes kategorijā „Rūpnieciskais dizains” žūrijas komisija var izvirzīt, izvērtējot otrajā kārtā izvirzītos komersantus, kuru produktiem ir izstrādāts rūpnieciskais dizains.
(Grozīts ar EM__ iekšējiem noteikumiem Nr. __)
32. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā, „Eksportspējīgākais komersants” mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts” un „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” var tikt piešķirta 1. vieta, 2. vieta, 3. vieta un atzinība par dalību konkursā.
33. Kategorijā „Eksporta čempions” katru gadu tiek apbalvots viens komersants. Titulu „Eksporta čempions” komersants var saņemt tikai vienu reizi.
34. Visa komersantu sniegtā informācija ir konfidenciāla un tā netiks izmantota komerciāliem mērķiem un izplatīta trešajām personām.
35. Žūrijas komisijas locekļi, uzsākot komersantu iesniegto pieteikumu vērtēšanu, paraksta apstiprinājumu par informācijas neizpaušanu.

IX. Konkursa balvu fonds

36. Konkursa uzvarētāji katrā kategorijā saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un šādas balvas atkarībā no iegūtās vietas:
 - 36.1. pirmās vietas ieguvēji saņem balvu – 3000 EUR darījuma braucienu divām personām, tai skaitā līdzdalības komersantu delegāciju sastāvā valsts augstāko amatpersonu vizītēs ārvalstīs, līdzdalības Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai;
 - 36.2. otrās vietas ieguvēji saņem balvu – 1500 EUR darījuma braucienu vienai personai, tai skaitā līdzdalības komersantu delegāciju sastāvā valsts augstāko amatpersonu vizītēs ārvalstīs, līdzdalības Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai;
 - 36.3. trešās vietas ieguvēji saņem balvu – apmaksātu reklāmas laukumu pēc izvēles vienā no Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras informatīvajiem izdevumiem.
37. Žūrijas komisija ir tiesīga piešķirt konkursa speciālbalvas.
38. Konkursa norises finansiālajam nodrošinājumam var tikt piesaistīti sponsoru līdzekļi.
39. Par konkursa sponsoru uzskatāms komersants vai organizācija, kas atbalsta konkursu ar mērķa finansējumu, ziedojumiem, pakalpojumiem vai bezmaksas personāla darba stundām. Konkursa sponsori var pasniegt savas speciālbalvas.
40. Pirmās, otrās un trešās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā, „Eksportspējīgākais komersants” mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” tiek apbalvoti ar konkursa „Eksporta un inovācijas balva” zīmi (turpmāk – zīme), kuru tie ir tiesīgi izmantot tikai uz tā produkta vai produktu līnijas, kas tika pieteikta konkursam. Zīmi var lietot arī balvu ieguvušā produkta vai produktu līnijas mārketinga materiālos.

41. Titula „Eksporta čempions” ieguvējs zīmi ir tiesīgs izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem.

X. Eksporta un inovācijas balvas zīmes lietošanas noteikumi

42. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.

43. Zīme ir izmantojama latviešu un angļu valodā.

44. Zīmes latviešu valodā apraksts:

Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” zīmi var lietot horizontāli vai vertikāli. Zīme ir sadalīta trīs daļās, kur pirmajā attēlots “Magnetic Latvia” logo, otrajā uzraksts “Eksporta un inovācijas balva” un trešajā kategorijas nosaukums. Zīmes pirmo un otro daļu horizontāli vai vertikāli atdala melna līnija. Trešā daļa – kategorijas nosaukums – atspoguļojams krāsas pildīta apla iekšpusē. Zīmi var lietot tikai savienojot pirmo un otro daļu vai pirmo, otro un trešo daļu.

(Grozīts ar EM__ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

45. (Svītrots ar EM __ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

46. Zīmes angļu valodā apraksts:

Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” zīmi var lietot horizontāli vai vertikāli. Zīme ir sadalīta trīs daļās, kur pirmajā attēlots “Magnetic Latvia” logo, otrajā uzraksts “Export and Innovation Award” un trešajā kategorijas nosaukums. Zīmes pirmo un otro daļu horizontāli vai vertikāli atdala melna līnija. Trešā daļa – kategorijas nosaukums – atspoguļojams krāsas pildīta apla iekšpusē. Zīmi var lietot tikai savienojot pirmo un otro daļu vai pirmo, otro un trešo daļu.

(Grozīts ar EM__ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

47. (Svītrots ar EM __ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

48. Zīmei ir seši dažādi veidi:

- 48.1. Konkursa “Eksporta un inovāciju balva” zīme:



- 48.2. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīme:



48.3. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE EK 465C.

48.4. balvas „Importa aizstājējprodukts” zīme:



48.5. balvas „Importa aizstājējprodukts” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE 540C.

48.6. balvas „Inovātīvākais produkts” zīme:



48.7. balvas „Inovātīvākais produkts” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE IP 471C.

48.8. balvas „Rūpnieciskais dizains” zīme:



48.9. balvas „Rūpnieciskais dizains” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE 555C.

48.10. balvas „Eksporta čempions” zīme:



48.11. balvas „Eksporta čempions” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE EC 5125C.

(Grozīts ar EM __ iekšējiem noteikumiem Nr. __)

49. Zīmi iespējams attēlot arī melnbaltās krāsās.
50. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar Latvijas Investīciju un attīstības aģentūru.
51. Zīmei ir jābūt novietotai tā, lai patērētājs varētu to redzēt un nekavējoties atpazīt. Ar zīmi var apzīmēt gan tirdzniecības iepakojumu (piemēram, piena paciņu, televizora kasti, vīna pudeli), gan sekundāro iepakojumu (piemēram, kasti ar piena paciņām, polietilēna plēvi, kura satur vairākas minerālūdens pudeles).
52. Zīmi var izvietot uz:
 - 52.1. produkta vai produkta līnijas;
 - 52.2. iepakojuma;
 - 52.3. mārketinga materiāliem.
53. Zīmei jābūt:
 - 53.1. viegli saskatāmai;
 - 53.2. novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības vai sekundārā) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas;
 - 53.3. izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam, bet ne lielākai kā 7 cm diametrā;
 - 53.4. saskatāmai arī pēc iepakojuma atvēršanas.

XI. Nobeiguma noteikumi

54. Atzīt par spēku zaudējušu Ekonomikas ministrijas 2010.gada 24.augusta Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” nolikumu (Nr.1-11-6).

Ministru prezidenta biedrs,
ekonomikas ministrs

A.Ašeradens

ŠIS DOKUMENTS IR ELEKTRONISKI PARAKSTĪTS AR DROŠU
ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU