



LATVIJAS REPUBLIKAS EKONOMIKAS MINISTRIJA

Brīvības iela 55, Rīga LV-1519, Latvija ♦ tālr. 67013101 ♦ fakss 67280882 ♦ e-pasts: pasts@em.gov.lv

Rīgā

NOLIKUMS

24.08.2010

Nr. 1-11-6

Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” nolikums

Izdots 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 rūpnieciskā dizaina un jaunu, uz zināšanām balstītu produktu (preču vai pakalpojumu) radīšanu.
2. Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” (turpmāk - Konkurss) mērķis ir sekmēt Latvijas komersantu konkurētspēju Latvijas un ārvalstu tirgos, veicināt produktu eksporta apjoma un kvalitātes pieaugumu, produktu ar augstu pievienoto vērtību radīšanu, kā arī sekmēt inovāciju, izvērtējot komersantu rezultātus un atzinīgi novērtējot sekmīgākos komersantus un to produktus.
3. Konkursu organizē Ekonomikas ministrija un VA „Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra”.
4. Konkursa rezultātā tiek noteikti balvas saņēmēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo/vidējo komercsabiedrību un mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts”, „Rūpnieciskais dizains”, kā arī „Eksporta čempions”.
5. Pretendēt uz balvu var Latvijā reģistrēts komersants, kurš eksportē savu produktu un/vai Latvijas tirgū ir piedāvājis produktu, kas spēj aizvietot ārvalstīs ražoto, un/vai ir radījis inovatīvu produktu, un/vai produktam ir izstrādāts rūpnieciskais dizains.
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 pasākumu plāna 2010.-2011.gadam (apstiprināts ar Ministru kabineta 2010.gada 31.marta rīkojumu Nr.181), Komercedarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programmas 2007. – 2013. gadam (apstiprināta ar Ministru kabineta 2007. gada 28. jūnija rīkojumu Nr. 406) un Latvijas preču un pakalpojumu veicināšanas un ārvalstu investīciju pamatnostādņu 2010.-2016.gadam (apstiprinātas ar Ministru kabineta 2009. gada 19. jūnija rīkojumu Nr. 413) 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 milj EUR un vairāk);
 - 9.2. mazās komercsabiedrības (darbinieku skaits no 1 – 49 un tā gada apgrozījums vai kopējā gada bilance nepārsniedz 10 milj EUR);
10. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
 - 10.1. komersanta apgrozījums un tā pieaugums;
 - 10.2. komersanta eksporta apjoms un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
 - 10.3. esošais eksporta tirgus un jaunu eksporta tirgu apgūšana;
 - 10.4. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
11. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
 - 11.1. komersanta spējas pārdot produktu (-us) ārvalstu tirgos pamatojums;
 - 11.2. komersanta investīciju apjoms (tai skaitā, investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 11.3. komersanta darba vide;
 - 11.4. īstenotie eksporta veicināšanas pasākumi (tai skaitā tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība ārvalstu izstādēs, mārketinga materiāli, komersanta mājas lapā internetā u.c.);
 - 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, 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. importa aizstājējprodukta laiks tirgū;
 - 13.2. komersanta apgrozījums un tā pieaugums
 - 13.3. produkta pārdošanas apjoms un tā pieaugums ārvalstu un Latvijas tirgū;
 - 13.4. produkta konkurētspēja salīdzinājumā ar līdzīgiem ārvalstu vai Latvijas komersantu ražotiem produktiem;
 - 13.5. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
14. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
 - 14.1. komersanta spējas pārdot produktu (-us) vietējā tirgū pamatojums;
 - 14.2. komersanta investīciju apjoms (tai skaitā investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 14.3. komersanta darba vide;
 - 14.4. īstenotie tirdzniecības veicināšanas pasākumi (tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība izstādēs, mārketinga materiāli, komersanta mājas lapā internetā u.c.);
 - 14.5. komersanta radītā pievienotā vērtība;

- 14.6. komersanta un produkta (-u) 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, 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. inovatīvā produkta laiks tirgū;
 - 16.2. inovatīvā produkta apgrozījuma apjoma pieaugums (procentuāli un absolūtās vērtībās) un inovatīvā produkta daļa no kopējā komersanta apgrozījuma;
 - 16.3. komersanta investīcijas inovatīvā produkta izstrādē un attīstībā;
 - 16.4. inovatīvā produkta intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība;
 - 16.5. inovatīvā produkta pārākums salīdzinājumā ar līdzīgiem komersanta vai konkurentu tirgū esošiem produktiem, .sk. eksporta tirgu apgūšana;
 - 16.6. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
17. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
- 17.1. produkta inovācijas pamatojums;
 - 17.2. komersanta investīciju apjoms (tai skaitā investīcijas izpētē un attīstībā);
 - 17.3. komersanta darba vide;
 - 17.4. komersanta sadarbība ar citām organizācijām (ar zinātniski pētnieciskajām iestādēm, starptautiskajos projektos, ar citām komercsabiedrībām, piemēram, kopīgos pētniecības projektos) un laboratorijas un/vai pētniecības un attīstības struktūrvienības esamība komercsabiedrībā, inovācijas līmenis;
 - 17.5. intelektuālā īpašuma aizsardzības stratēģija uzņēmumā;
 - 17.6. komersanta spējas pārdot produktu pamatojums;
 - 17.7. komersanta radītā pievienotā vērtība;
 - 17.8. komersanta un produkta (-u) prezentācija (tai skaitā produkta mārketinga, mārketinga materiālu kvalitāte, prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās).

V. Konkursa kategorijas „Rūpnieciskais dizains” vērtēšanas kritēriji

18. Uz balvu kategorijā „Rūpnieciskais dizains” var pieteikties komersants, kura produktam 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 pārāks salīdzinājumā ar agrāk izstrādātajiem un/vai citiem tirgū esošajiem produktu dizainiem un kas tirgū pieejams ne ilgāk kā trīs gadus. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija.
19. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
- 19.1. rūpnieciskā dizaina produkta laiks tirgū;
 - 19.2. rūpnieciskā dizaina produkta apgrozījuma apjoma pieaugums (procentuāli un absolūtās vērtībās) un dizaina produkta daļa no kopējā komersanta apgrozījuma;
 - 19.3. pirms rūpnieciskā dizaina produkta izstrādes veiktā priekšizpēte, produkta dizaina izstrādes nepieciešamības pamatojums, dizaina risinājums un ieguldītās investīcijas produkta dizaina izstrādē un attīstībā;

- 19.4. rūpnieciskā dizaina produkta intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība;
 - 19.5. rūpnieciskā dizaina produkta pārākums salīdzinājumā ar līdzīgiem komersanta vai konkurentu tirgū esošiem produktiem;
 - 19.6. rūpnieciskā dizaina produkta eksporta apjoms (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli) un rūpnieciskā dizaina produkta eksporta īpatsvars no produkta apgrozījuma un kopējā eksporta apjoma (procentuāli);
 - 19.7. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
20. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
- 20.1. rūpnieciskā dizaina esamības un ieguvumu no rūpnieciskā dizaina pamatojums (tai skaitā, estētika, ergonomika, funkcionalitāte, ekoloģija, videi un veselībai draudzīgu resursu un materiālu izmantošana, energoefektivitāte, laika, naudas un telpas ietaupījums);
 - 20.2. rūpnieciskā dizaina izstrāde un pētniecība uzņēmumā, komersanta sadarbība dizaina izstrādē ar izglītības, zinātnes un pētniecības iestādēm un citām organizācijām un uzņēmumiem;
 - 20.3. komersanta darba vide;
 - 20.4. investīcijas rūpnieciskā dizaina izstrādē un ieviešanā;
 - 20.5. komersanta spējas pārdot produktu pamatojums;
 - 20.6. komersanta radītā pievienotā vērtība;
 - 20.7. rūpnieciskā dizaina produkta prezentācija (tai skaitā, mārketinga aktivitātes, prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās).

VI. Konkursa kategorijas „Eksporta čempions” vērtēšanas kritēriji

- 21. Titula „Eksporta čempions” pretendentes izvirza žūrijas komisija, izvērtējot Latvijas lielākos eksportētājus, pamatojoties uz eksporta datiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.
- 22. Šo titulu komersants var saņemt vienu reizi.

VII. Žūrijas komisija

- 23. Balvas pretendentu izvērtēšanai ekonomikas ministrs izveido žūrijas komisiju, kuras sastāvā ietilpst valsts institūciju, nevalstisko organizāciju un plašsaziņas līdzekļu pārstāvji.
- 24. Žūrijas komisijas sanāksmes un pretendentu vērtējumi tiek protokolēti.

VIII. Konkursa norise un balvas pretendentu izvērtēšana

- 25. Konkursu katru gadu izsludina Ekonomikas ministrija.
- 26. Balvas pretendenti, atbilstoši sludinājumā noteiktajam, iesniedz konkursa pirmās kārtas dalībnieka anketu (pielikumā) un citu informāciju valsts aģentūrā „Latvijas investīciju un attīstības aģentūra”.
- 27. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” konkursa pirmajā kārtā tiek izvērtēti dalībnieku pieteikumi un žūrijas komisija izvirza dalībai konkursa otrajā kārtā piecus visvairāk punktus ieguvušos balvas pretendentes katrā kategorijā.

28. Konkursa otrajā kārtā iekļuvušie komersanti iesniedz žūrijas komisijai konkursa otrās kārtas dalībnieka anketu (pielikumā).
29. Konkursa otrajā kārtā izvirzītos balvas pretendētus kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” apmeklē žūrijas komisija, veicot apskati un izvērtējumu saskaņā ar otrās kārtas vērtēšanas kritērijiem.
30. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” balvas pretendentu abās kārtās iegūtie punkti tiek summēti.
31. Katrā konkursa kategorijā trīs visaugstāko novērtējumu guvušie kandidāti un kategorijas „Eksporta čempions” uzvarētājs tiek apbalvoti.
32. Visa komersantu sniegtā informācija ir konfidenciāla un netiks izmantota komerciāliem mērķiem, kā arī netiks izplatīta trešajām personām.
33. Žūrijas komisijas locekļi, uzsākot konkursa dalībnieku iesniegto anketu vērtēšanu, paraksta apstiprinājumu par informācijas neizpaušanu.

IX. Konkursa balvu fonds

34. Konkursa uzvarētāji katrā kategorijā saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un šādas balvas atkarībā no iegūtās vietas:
 - 34.1. pirmās vietas ieguvēji saņem balvu – 2000 LVL darījuma brauciena divām personām, tajā skaitā līdzdalības komersantu delegācijas sastāvā valsts augstāko amatpersonu ārvalstu vizītēs, līdzdalības valsts aģentūras „Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra” organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai (par ko tiks slēgts atsevišķs līgums, paredzot, ka ja balvas naudas līdzekļi netiek izlietoti atbilstoši to piešķiršanas mērķim līdz nākamā kalendārā gada beigām, tie tiek atmaksāti);
 - 34.2. otrās vietas ieguvēji saņem 1000 LVL darījuma brauciena vienai personai, tajā skaitā līdzdalības komersantu delegācijas sastāvā valsts augstāko amatpersonu ārvalstu vizītēs, līdzdalības valsts aģentūras „Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra” organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai (par ko tiks slēgts atsevišķs līgums, paredzot, ka ja balvas naudas līdzekļi netiek izlietoti atbilstoši to piešķiršanas mērķim līdz nākamā kalendārā gada beigām, tie tiek atmaksāti);
 - 34.3. trešās vietas ieguvēji saņem apmaksātu reklāmas laukumu pēc izvēles vienā no valsts aģentūras „Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra” informatīvajiem izdevumiem.
35. Žūrijas komisija ir tiesīga piešķirt Ekonomikas ministrijas speciālbalvas.
36. Konkursa finansiālajam nodrošinājumam var tikt piesaistīti sponsoru līdzekļi.
37. 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.
38. Pirmās, otrās un trešās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” tiek apbalvoti ar „Eksporta un inovācijas balvas” zīmi (turpmāk – Zīme), kuru tie ir tiesīgi izmantot tikai uz tā produkta vai produktu līnijas, kas tika pieteikta Konkursam. Zīmi var lietot arī uz Balvu ieguvušā produkta vai produktu līnijas mārketinga materiāliem.
39. 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

40. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.
41. Zīme ir izmantojama latviešu un angļu valodās.
42. Zīmes latviešu valodā apraksts:
 „Eksporta un Inovācijas balvas” zīmei ir apaļa forma. Tās centrā uz krāsaina fona ir izvietots attiecīgā gada skaitlis. Cipari ir izvietoti 2 rindās un atdalīti ar krustiskām līnijām, kas ir pagrieztas 45 grādu leņķī. Zīmes aplis ir sadalīts 2 daļās ar horizontālu līniju. Apļa augšējās daļas ārmalā ir izvietots uzraksts „Eksporta un Inovācijas”, zem kura izvietots uzraksts „balva.” Apļa apakšējās daļas iekšpusē ir izvietots uzraksts „Latvija” un zem tā izvietots balvas nosaukums. Zīmi ietver divas melnas nepārtrauktas līnijas.
43. Zīmes angļu valodā apraksts:
 „Eksporta un Inovācijas balvas” zīmei ir apaļa forma. Tās centrā uz krāsaina fona ir izvietots gada skaitlis. Cipari ir izvietoti 2 rindās un atdalīti ar krustiskām līnijām, kas ir pagrieztas 45 grādu leņķī. Zīmes aplis ir sadalīts 2 daļās ar horizontālu līniju. Apļa augšējās daļas ārmalā ir izvietots uzraksts „Export and Innovation”, zem kura izvietots uzraksts „Award.” Apļa apakšējās daļas iekšpusē ir izvietots uzraksts „Latvia” un zem tā izvietots balvas nosaukums. Zīmi ietver divas melnas nepārtrauktas līnijas.
44. Zīmei ir pieci dažādi veidi:
- 44.1. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīme ir sekojoša:



- 44.2. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE EK 465C.
- 44.3. balvas „Importa aizstājējprodukts” zīme ir sekojoša:



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

44.5. balvas „Inovātīvākais produkts” zīme ir sekojoša:



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

44.7. balvas „Rūpnieciskais dizains” zīme ir sekojoša:



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

44.9. balvas „Eksporta čempions” zīme ir sekojoša:



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

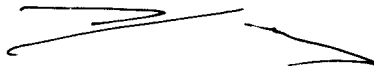
45. Zīmi iespējams attēlot arī melnbaltās krāsās.
46. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar valsts aģentūru „Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra”.
47. Zīmei ir jābūt novietotai tā, lai patērētājs varētu to redzēt un nekavējoties atpazīt. Ar zīmi var apzīmēt gan tirdzniecības iepakojumu (piemēram, piena paciņu, televizora kasti, vīna pudeli), gan sekundāro iepakojumu (piemēram, kasti ar piena paciņām, polietilēna plēvi, kura satur vairākas minerālūdens pudeles).
48. Zīmi var izvietot uz:
 - 48.1. produkta vai produkta līnijas;
 - 48.2. iepakojuma;
 - 48.3. mārketinga materiāliem.
49. Zīmei jābūt:

- 49.1. viegli saskatāmai;
- 49.2. novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības vai kopējā) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas;
- 49.3. izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam, bet ne lielākai kā 7 cm diametrā;
- 49.4. saskatāmai arī pēc iepakojuma atvēršanas.

XI. Nobeiguma noteikumi

50. Atzīt par spēku zaudējušu Ekonomikas ministrijas 2009.gada 21.septembra „Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” nolikumu” (Nr.1-11-7).

Ekonomikas ministrs



A.Kampars

SASKAŅOTS
ar Valsts sekretāru

J.Pūci

2010.gada

24. augustā

I.Ozoliņa
67013138