



Ekonomikas ministrija

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

Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” norises nolikums

I. Vispārīgie jautājumi

1. Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” (turpmāk – balva) norises nolikums nosaka kārtību, kādā konkursa dalībniekiem piešķir “Eksporta un inovācijas balvu” par sasniegumiem preču vai pakalpojumu (turpmāk – produkts) noieta veicināšanā ārvalstu tirgū (turpmāk – eksports) un vietējā tirgū, kā arī par jaunu, uz zināšanām balstītu produktu radīšanu.
2. Konkursa 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 inovācijas, izvērtējot komersantu rezultātus un atzinīgi novērtējot veiksmīgākos komersantus un to produktus.
3. Konkursu rīko Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija (turpmāk – Ekonomikas ministrija) un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (turpmāk – LIAA).
4. Konkursa rezultātā tiek piešķirtas balvas kategorijās “Eksporta jaunpienācējs”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts”, “Eksporta līderis”, kā arī “Eksporta čempions” un “Inovācijas čempions”.
5. Konkurss tiek īstenots un balvas tiek piešķirtas saskaņā ar 2022. gada 29. aprīļa Ekonomikas ministrijas apstiprināto LIAA 2022. gada darbības plānu.

II. Konkursa kategorijas “Eksporta jaunpienācējs” vērtēšana

6. Uz balvu kategorijā “Eksporta jaunpienācējs” var pretendēt 2021.gadā eksportējošie komersanti, kuriem 2018.-2020. gados nav bijis eksports vai eksporta apjoms kādā no gadiem bijis mazāks vai vienāds ar 10 000 eiro.
7. Komersanti tiek vērtēti 3 grupās pēc eksporta apjoma 2021.gadā:
 - 7.1. eksporta apjoms no 50 000 līdz 200 000 eiro;
 - 7.2. eksporta apjoms no 200 000 līdz 1 000 000 eiro;
 - 7.3. eksporta apjoms no 1 000 000 eiro.
8. Pretendentu vērtēšana notiek divās kārtās.
9. Pirmajā kārtā tiek vērtēti komersanti, balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datiem pēc zemāk minētajiem vērtēšanas kritērijiem :
 - 9.1. eksporta apjoms;

- 9.2. eksporta apjoms pret apgrozījumu;
 - 9.3. apgrozījums;
 - 9.4. nodarbināto personu skaits.
10. Konkursa otrajai kārtai tiek izvirzīti 5 komersanti, kuri ieguvuši lielāko punktu skaitu pirmajā kārtā.
 11. Konkursa otrajā kārtā komersanti sniedz prezentāciju žūrijas komisijai (klātienē vai attālināti) par uzņēmumu un tā produktiem kopumā, par attīstības plāniem, ieguldījumu cilvēkkapitālā, ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā, pētniecībā un sadarbībā ar zinātniski pētnieciskajām iestādēm, mārketinga aktivitātēm produkta virzīšanai ārvalstu tirgos un citiem aspektiem, kas komersantam ir svarīgi.
 12. Žūrija izvērtē komersanta prezentācijas, un balstoties uz vērtējumu, katrā grupā izvirza vienu balvas ieguvēju.

III. Konkursa kategorijas “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” vērtēšana

13. Uz balvu kategorijā “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” var pretendēt komersants, biedrība, nodibinājums, plānošanas reģions vai pašvaldības iestāde, kurš pēdējo divu gadu laikā ir ieviesis tirgū tādu jaunu tūrisma produktu, kurš ir ilgtspējīgs, inovatīvs, kvalitatīvs un ar augstu pievienoto vērtību, nodrošinot tūristu piesaisti, un ir piemērots ārvalstu tūristu vajadzībām.
14. Balvu šajā kategorijā piešķir divās grupās, atsevišķi vērtējot:
 - 14.1. mazo un vidējo komercsabiedrību (darbinieku skaits ir 1 -250, un tā neto apgrozījums vai kopējā gada bilance nepārsniedz 50 miljonus eiro) iesniegtos pieteikumus;
 - 14.2. biedrību, nodibinājumu, plānošanas reģionu vai pašvaldības iestāžu iesniegtos pieteikumus.
15. Uz kategoriju LIAA izsludina pieteikšanos, kura tiek publicēta LIAA mājas lapā.
16. Pretendentu vērtēšana notiek divās kārtās.
17. Vērtēšanas kritēriji Konkursa pirmajā kārtā:
 - 17.1. produkta atbilstība ilgtspējīga tūrisma pamatprincipiem:
 - 17.1.1. produkts tiek veidots, saglabājot vietējos resursus, nodrošinot to ilglaicīgu attīstību;
 - 17.1.2. produkts tiek attīstīts, ņemot vērā vietējos kultūras, dabas, sociālos un ekonomiskos faktorus;
 - 17.1.3. produkta veidošana notiek sadarbībā ar citiem uzņēmumiem, un produkta ieviešana pozitīvi ietekmē vietējās ekonomikas attīstību.
 - 17.2. produkta atbilstība inovatīva tūrisma produkta pamatprincipiem: salīdzinot ar tirgū esošajiem piedāvājumiem, tiek piedāvāts jauns pakalpojums, jauns esoša pakalpojuma paveids, efektīvs tehnoloģiskais process, jauns vai uzlabots produkta pasniegšanas veids u.tml., kas palīdz saglabāt un nostiprināt stāvokli tirgū, nodrošina lielāku konkurētspēju, palielina apgrozījumu, kā arī rada citas priekšrocības.

- 17.3. produkta eksportspēja:
- 17.3.1. produkts tiek pārdots ārvalstu tūristiem, palielinot ārvalstu tūristu skaitu un no ārvalstīm veikto rezervāciju skaitu nākamajiem periodiem pēc tā ieviešanas tirgū;
 - 17.3.2. produkts tiek virzīts ārvalstu tirgos, un informācija par produktu ir pieejama dažādos informācijas kanālos, mērķa tirgum atbilstošās valodās tajā skaitā digitālajā vidē (mājaslapa, sociālie tīkli u.tml.);
 - 17.3.3. produktam ir skaidri saprotams cenas veidošanās mehānisms, un to ir iespējams pasūtīt un nopirkt.
- 17.4. produkta kvalitāte: produkts tiek veidots, izzinot klienta vajadzības un vērtējumu, produkta kvalitāte tiek kontrolēta un uzraudzīta visos tā posmos.
- 17.5. produkta atbilstība augstas pievienotās vērtības tūrisma produktam: produkts tiek veidots, efektīvi izmantojot resursus un to potenciālu, izmantojot cilvēka zināšanas un profesionalitāti.
- 17.6. produkta atbilstība tūrisma produktam ar augstu tūristu līdzdalības pakāpi un pieredzes gūšanu: produkts tiek veidots, dodot klientiem iespēju līdzdarboties, iesaistīties, gūt jaunu pieredzi.
18. Konkursa otrajai kārtai katrā grupā tiek izvirzīti pretendenti, kuri atbilst Nolikuma 17.punktā minētajiem kritērijiem. Otrajā kārtā pretendentiem jāprezentē tūrisma produkts žūrijas komisijai (klātienē vai attālināti).
19. Žūrija izvērtē pretendenta prezentācijas saturu un kvalitāti un atbilstoši vērtējumam katrā grupā izvirza vienu balvas ieguvēju.

IV. Konkursa kategorijas “Eksporta čempions” vērtēšana

20. Uz balvu “Eksporta čempions” var pretendēt komersanti ar lielāko eksporta apjomu absolūtās vērtībās.
21. Pretendentu vērtēšana notiek divās kārtās.
22. Balvas kategorijā “Eksporta čempions” pretendētus izvirza žūrijas komisija, balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datiem pēc zemāk minētajiem vērtēšanas kritērijiem:
- 22.1. eksporta apjoms 2021.gadā;
 - 22.2. apgrozījums uz vienu darbinieku;
 - 22.3. pievienotā vērtība uz vienu darbinieku;
 - 22.4. rentabilitāte – aktīvu atdeve;
 - 22.5. bruto peļņa;
 - 22.6. peļņa pēc nodokļu nomaksas uz vienu darbinieku.
23. Konkursa otrajai kārtai tiek izvirzīti 5 komersanti, kuri ieguvuši lielāko punktu skaitu.
24. Konkursa otrajā kārtā žūrijas komisija tiek ar komersantiem (klātienē vai attālināti). Komersanti sniedz prezentāciju žūrijas komisijai par uzņēmumu un tā produktiem kopumā, par attīstības plāniem, ieguldījumiem cilvēkkapitālā, ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā, pētniecībā un sadarbībā ar zinātniski pētnieciskajām iestādēm, mārketinga aktivitātēm produkta virzīšanai ārvalstu tirgos un citiem aspektiem, kas komersantam ir svarīgi.

25. Žūrija vērtē komersanta prezentāciju un balstoties uz vērtējumu izvirza vienu balvas ieguvēju.

V. Konkursa kategorijas “Inovācijas čempions” vērtēšana

26. Balvu kategorijā “Inovācijas čempions” iegūst komersants, kas ir veicis vislielākos ieguldījumus pētniecībā, tajā skaitā produkta izstrādē un attīstībā, un izvērtējot ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.

VI. Konkursa kategorijas “Eksporta līderis” vērtēšana

27. Uz balvu kategorijā “Eksporta līderis” var pretendēt komersants, kurš veic saimniecisko darbību kādā no šādām jomām (turpmāk – jomas):
- 27.1. zināšanu ietilpīga bioekonomika – kokapstrāde;
 - 27.2. zināšanu ietilpīga bioekonomika – pārtikas ražošana;
 - 27.3. biomedicīna, medicīnas tehnoloģijas, farmācija;
 - 27.4. fotonika un viedie materiāli, tehnoloģijas un inženiersistēmas;
 - 27.5. viedā enerģētika un mobilitāte;
 - 27.6. informācijas un komunikācijas tehnoloģijas.
28. Komersanti tiek vērtēti 27. punktā minētajās jomās un divās komersantu lieluma grupās:
- 28.1. mazie un vidējie komersanti (darbinieku skaits līdz 249);
 - 28.2. lielie komersanti (darbinieku skaits no 250).
29. Pretendentu vērtēšana katrā jomā un grupā notiek vienā kārtā, balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datiem atbilstoši šādiem vērtēšanas kritērijiem:
- 29.1. eksporta apjoms 2021.gadā;
 - 29.2. apgrozījums uz vienu darbinieku;
 - 29.3. pievienotā vērtība uz vienu darbinieku;
 - 29.4. rentabilitāte - aktīvu atdeve;
 - 29.5. bruto peļņa;
 - 29.6. peļņa pēc nodokļu nomaksas uz vienu darbinieku.
30. Žūrija katrā jomā un grupā izvirza vienu balvas ieguvēju.

VII. Žūrijas komisija

31. Konkursa dalībnieku izvērtēšanai Ekonomikas ministrijas valsts sekretārs izveido žūrijas komisiju, kuras sastāvā ietilpst valsts institūciju, nevalstisko organizāciju un plašsaziņas līdzekļu pārstāvji.
32. Žūrijas komisijas sanāksmes (tai skaitā dalībnieku vērtējumus) protokolē LIAA pārstāvis.

VIII. Konkursa norise un dalībnieku vērtēšana

33. Konkursu katru gadu izsludina LIAA.

34. Visa Konkursa dalībnieku sniegtā informācija ir konfidenciāla un tā netiks izmantota komerciāliem mērķiem un izplatīta trešajām personām.
35. Žūrijas komisijas locekļi, uzsākot konkursa dalībnieku iesniegto pieteikumu vērtēšanu, paraksta apstiprinājumu par informācijas neizpaušanu.

IX. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes noteikumi

36. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes drošības noteikumi nosaka kārtību, kādāLIAA nodrošina konkursa kontaktpersonu datu apstrādi, drošību un aizsardzību.
37. Lietoti termini:
 - 37.1. personas dati – konkursa pieteikuma anketas aizpildītāja (kontaktpersonas) vārds, uzvārds, ieņemamais amats, mobilā tālruņa numurs, e-pasta adrese, – tiek norādīti, aizpildot konkursa pieteikuma anketu pirmajā kārtā, kā arī kontaktpersonu un/vai konkursa dalībnieku pārstāvju attēli fotogrāfiju, audio un video ierakstu veidā;
 - 37.2. kontaktpersona – fiziska persona, kas aizpilda un iesniedz konkursa dalībnieka pieteikuma anketu pirmajā kārtā (turpmāk – kontaktpersona);
 - 37.3. dalībnieks – juridiska persona – komersants, kurš piedalās konkursā (turpmāk – dalībnieks);
 - 37.4. apstrāde – jebkura ar personas datiem vai personas datu kopumiem veikta darbība vai darbību kopums, ko veic ar vai bez automatizētiem līdzekļiem, piemēram, vākšana, reģistrācija, organizēšana, strukturēšana, glabāšana, pielāgošana vai pārveidošana, atgūšana, aplūkošana, izmantošana, izpaušana, nosūtīt, izplatīt vai citādi darīt tos pieejamus, saskaņošana vai kombinēšana, ierobežošana, dzēšana vai iznīcināšana.
38. Personas dati tiek vākti un apstrādāti, lai nodrošinātu dalībnieka dalību konkursā un informētu par konkursa norisi. Bez kontaktpersonas datu iegūšanas un tālākās apstrādes LIAA nevar nodrošināt dalībnieka dalību konkursā.
39. Personas datu apstrādes mērķis ir konkursa organizatoriskās un operatīvās informācijas apmaiņas nodrošināšana, kā arī uzvarētāju publiskošana.
40. LIAA nodrošina personas datu nepieejamību trešajām personām, izņemot gadījumus, kad kontaktpersona ir devusi atļauju datu nodošanai trešajām personām.
41. Personas dati tiek glabāti un apstrādāti tikai tādā apjomā un termiņā, cik tas nepieciešams – no pieteikuma anketas saņemšanas brīža līdz konkursa norises un saņemtās balvas izmantošanas termiņa beigām. Pēc konkursa personas dati tiek dzēsti, izņemot ciktāl to apstrāde nepieciešama konkursu balvas saņemšanai un izmantošanai, kā arī LIAA publicitātes nodrošināšanai, informācijas apkopošanai un publiskošanai par konkursa uzvarētājiem, t.sk., reklamējot konkursu nākamajos gados.
42. Fotogrāfijas no konkursa apbalvošanas pasākuma LIAA var izmantot publicitātes nolūkos, lai informētu par LIAA sniegtajiem pakalpojumiem, tās ievietojot LIAA un sadarbības partneru pārvaldītajās tīmekļvietnēs. Saņemtos personas datus LIAA apstrādā saskaņā ar LIAA Privātuma politiku (pieejama šeit: <https://www.liaa.gov.lv/lv/privatuma-politika>).

X. Konkursa balvu fonds

43. Konkursa uzvarētāji iegūst šādas balvas:
- 43.1. Ekonomikas ministrijas diplomu un Latvijas Republikas finansētu balvu – 2000 eiro darījuma braucienu divām personām, tai skaitā līdzdalības komersantu delegāciju sastāvā valsts augstāko amatpersonu vizītēs ārvalstīs, līdzdalības LIAA organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai un:
- 43.2. tiesības izmantot attiecīgās Konkursa kategorijas zīmi (turpmāk – zīme) uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem.
44. Žūrijas komisija ir tiesīga piešķirt konkursa speciālbaldas.
45. Konkursa norises finansiālajam nodrošinājumam var tikt piesaistīti sponsoru līdzekļi.
46. 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 speciālbaldas.

XI. Eksporta un inovācijas balvas zīmes lietošanas noteikumi

47. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.
48. Izmantojot konkursa zīmi publicitātes nolūkiem, blakus jāpievieno arī Ekonomikas ministrijas un LIAA logo.
49. Zīme ir izmantojama latviešu vai angļu valodā.
50. Zīmei ir seši dažādi veidi:
- 50.1. konkursa “Eksporta un inovācijas balva” zīme:

EIB22 Eksporta un
inovācijas balva
2022

EIB22 Export and
Innovation Award
2022

50.2. balvas “Eksporta līderis” zīme:



50.3. balvas “Eksporta jaunpieņācējs” zīme:



50.4. balvas “Eksporta čempions” zīme:



50.5. balvas “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” zīme:



50.6. balvas “Inovācijas čempions” zīme:



51. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar LIAA.
52. Zīmi var attēlot: melnu zīmi uz gaiša fona vai baltu zīmi uz tumša fona.
53. 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, kas satur vairākas minerālūdens pudeles).
54. Zīmi var lietot uz:
 - 54.1. produkta vai produkta līnijas;
 - 54.2. iepakojuma;
 - 54.3. mārketinga materiāliem.
55. Zīmei jābūt:
 - 55.1. viegli saskatāmai;
 - 55.2. novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības iepakojuma vai sekundārā iepakojuma) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas;
 - 55.3. izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam;
 - 55.4. saskatāmai arī pēc iepakojuma atvēršanas.