

Valsts izglītības attīstības aģentūra
Šveices-Latvijas sadarbības programmas projekta “Nozarē balstītas profesionālās izglītības attīstība”
integrētu komunikācijas kampaņu koncepciju izstrāde un īstenošana
(Iepirkuma identifikācijas Nr. VIAA 2026/46)
IEPIRKUMA PRASĪBAS

Izslēgšanas nosacījumi un atlases prasības

N.p.k.	Prasības	Ievadlauks	Dokumenti
1.	Pieteikums Atbilstoši nolikuma 1.11.5.1. punktam, 3.8. un 4.8. punktam (Pretendents var balstīties uz trešo personu iespējām, lai izpildītu prasības attiecībā uz Pretendenta tehniskām un profesionālām spējām) un citiem nolikuma nosacījumiem. Pielikumi: 2. pielikums (2_pielikums_Pieteikums.docx)	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es obligāta/-as. <i>Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne</i>
2.	Reģistrācija attiecīgajā reģistrā Atbilstoši atklāta konkursa nolikuma 3.1. punktā noteiktajām. Jānorāda pretendenta nosaukums un reģistrācijas datus (piemēram reģistrācijas numurs), nepieciešamības gadījumā jāpievieno apliecinājošus dokumentus.	Teksts (obligāts) <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div>	Datne/-es atļauta/-as. <i>Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne</i>
3.	Pretendenta un speciālistu pieredzes apliecinājums Pretendentu kvalifikācijas pārbaudē iepirkuma komisija pārbauda Pretendenta atbilstību Nolikuma 3.2., 3.4., 3.5. un 3.6. punktā noteiktajām prasībām pēc Nolikuma 4.2., 4.4., 4.5. un 4.6. punktā noteiktajiem un Pretendenta iesniegtajiem dokumentiem. Pielikumi: 3. pielikums (3_pielikums_Pretendenta un speciālistu pieredzes apliecinājums.docx)	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es obligāta/-as. <i>Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne</i>
4.	Pretendenta finanšu apgrozījums Atbilstoši nolikuma 3.3. un 4.3. punktam. Pielikumi: 4. pielikums (4_pielikums_Pretendenta finanšu apgrozījums.docx)	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es obligāta/-as. <i>Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne</i>
5.	Apakšuzņēmēju apliecinājums Atbilstoši nolikuma 3.7. un 4.7. punktam. Pielikumi: 5. pielikums (5_pielikums_Apakšuzņēmēju apliecinājums.docx)	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es atļauta/-as. <i>Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne</i>

Tehniskā piedāvājuma prasības

N.p.k.	Prasības	Ievadlauks	Dokumenti
--------	----------	------------	-----------

1.	Tehniskais piedāvājums Jāiesniedz tehnisko piedāvājumu saskaņā ar atklāta konkursa nolikuma 6. punktā noteiktajām prasībām, iekļaujot obligāti norādāmo informāciju.	Teksts (neobligāts) <div></div>	Datne/-es obligāta/-as. Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne
----	--	------------------------------------	--

Finanšu piedāvājuma prasības

N.p.k.	Prasības	Ievadlauks	Dokumenti
1.	Cena bez PVN Jāiesniedz finanšu piedāvājumu saskaņā ar atklāta konkursa nolikuma 7. punktā noteiktajām prasībām, kas sastāv no 6. pielikuma "Finanšu piedāvājums", 6.1. pielikuma "Finanšu piedāvājuma izcenojums" un pielikuma "Simulatīvas kampaņas detalizēts budžets" brīvā formā. Pielikumi: 6. pielikums (6_1_pielikums_Finansu_piedavajuma_izcenojums.xlsx; 6_pielikums_Finanšu_piedāvājums.docx)	Valūta (obligāts, 340000.00 EUR) <div></div>	Datne/-es obligāta/-as. Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne

Citas prasības

N.p.k.	Prasības	Ievadlauks	Dokumenti
1.	Citi dokumenti Citi dokumenti, kurus pretendents vai kandidāts uzskata par nepieciešamu pievienot piedāvājumam vai pieteikumam.	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es atļauta/-as. Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne
2.	Eiropas vienotais prasību dokuments (ESPD) Šeit Piegādātājs pēc saviem ieskatiem var pievienot ESPD datni (PDF, docx vai xml formātā). Papildinformācija: http://espd.eis.gov.lv/	Piedāvājuma vērtības ievade nav paredzēta.	Datne/-es atļauta/-as. Ierobežojumi: Vairākas datnes, Jebkura datne

PIEDĀVĀJUMU VĒRTĒŠANAS UN IZVĒLES KRITĒRIJI

Piedāvājumu izvēles metode: Saimnieciskā izdevīguma vērtēšana (cenas vai izmaksu efektivitāte un kvalitātes kritēriji)

Tehniskā piedāvājuma vērtēšanas kritēriji

N.p.k.	Kritērijs	Vērtēšana	Attiecas uz prasībām
--------	-----------	-----------	----------------------

1.	<p>K1.1. kampaņas koncepcija - situācijas izpēte</p> <p>1)Sniegta skaidri izklāstīta un argumentēta kampaņas mērķauditorijas un tās vajadzību analīze, kas ir pamatota pētījumos, faktos vai datos, ļaujot izdarīt stratēģiski pamatotus secinājumus.</p> <p>2)Pasūtītāja definēto kampaņas mērķu, sasniedzamo rezultātu un izaicinājumu analīze ļauj gūt pilnīgu pārliecību par pretendenta izpratni un gatavību tos ņemt vērā, sasniegt vai risināt.</p> <p>3)Situācijas izpēte neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 5 punkti;</p> <p>1 no kritērija aspektiem nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 3 punkti;</p> <p>2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 1 punkti;</p> <p>3 kritērija aspekti ir vāji izpildīti vai nav ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 5.00	
----	---	---	--

2.	<p>K1.2. kampaņas koncepcija - radošais risinājums</p> <p>1)Radošais risinājums izriet no situācijas izpētes, tas ir stratēģiski pamatots un efektīvs, kas palīdzēs risināt Pasūtītāja definētos kampaņas izaicinājumus, sasniegt mērķus un uzrunāt mērķauditoriju.</p> <p>2)Radošais risinājums ir ilgtspējīgs, un ir piedāvāta tā attīstība turpmākajās kampaņās.</p> <p>3)Galvenā ideja ir saprotama un konceptuāli pamatota, tā ietver radošu un inovatīvu risinājumu vai arī efektīvu un pārbaudītu risinājumu.</p> <p>4)Sauklis izriet no galvenās idejas, ir skaidri formulēts, pamatots un palīdzēs uzrunāt dažādas primārās mērķauditorijas grupas. Sauklis ir (1) precīzs un trāpīgs vai (2) oriģināls, saistošs un interesants.</p> <p>5)Visi radošā risinājuma elementi – galvenā ideja, sauklis un vēstījumi, - ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi un efektīvi papildina.</p> <p>6)Piedāvātais radošais risinājums neprasa papildu skaidrojumus, precizējumus vai izmaiņas.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 15 punkti; 1 no kritērija aspektiem nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 11 punkti; 2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 8 punkti; 3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 5 punkti; 4 kritērija aspekti ir vāji izpildīti vai nav ņemti vērā – 2 punkti; 5 un vairāk kritērija aspekti nav izpildīti vai ņemti vērā - 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 15.00	
----	---	--	--

3.	<p>K2.1. kampaņas taktika-sabiedriskās attiecības un</p> <p>1)Konceptuāli aprakstītas un pamatotas sabiedriskās attiecības nacionālajā un reģionālajā līmenī: preses relīzes, proaktīvās mediju attiecības u.c.</p> <p>2)Sabiedriskās attiecības ir precīzi vērstas uz Pasūtītāja definēto kampaņas mērķauditoriju, mērķiem un sasniedzamo rezultātu, īpaši uz Pasūtītāja uzstādīto sabiedrisko attiecību jeb publicitātes mērķi.</p> <p>3)Sabiedrisko attiecību piedāvājumā ir ņemti vērā arī Pasūtītāja definētie kampaņu izaicinājumi tehniskās specifikācijas I daļas 15. punktā.</p> <p>4)Piedāvātās aktivitātes ir plānotas atbilstīgi kampaņas budžetam.</p> <p>5)Sabiedrisko attiecību izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laiku.</p> <p>6)Sabiedriskās attiecības ir savstarpēji saskaņotas ar pārējām kampaņas aktivitātēm, saskan ar kampaņas kopējo piedāvāto koncepciju, kā arī ir skaidri nolasāma sabiedrisko attiecību attīstība un ilgtspēja.</p> <p>7)Sabiedrisko attiecību piedāvājums neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: 1)Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;</p> <p>2)1 kritērija aspekts nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;</p> <p>3)2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti;</p> <p>4)3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti;</p> <p>5)4 kritērija aspekti nav izpildīti pārliecinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti;</p> <p>6)5 un vairāk kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	---	--	--

4.	<p>K2.2. kampaņas taktika-sociālo mēdiju komunikācija</p> <p>1)Konceptuāli aprakstītas, ilustrētas un pamatotas sociālo mediju aktivitātes: sociālo mediju ieraksti, īpašā aktivitāte, apmaksāta reklāma u.c.</p> <p>2)Tās ir radošas, interesantas un jēgpilnas – gan informatīvas, gan uzrunā iesaistīties, aicina auditoriju uz rīcību.</p> <p>3)Sociālo mediju komunikācijas aktivitātes ir precīzi vērstas uz Pasūtītāja definēto kampaņas mērķauditoriju, mērķiem un sasniedzamo rezultātu, tostarp uz Pasūtītāja uzstādīto sociālo mediju komunikācijas mērķi.</p> <p>4)Sociālo mediju komunikācijas aktivitātes piedāvātas, ievērojot Pasūtītāja stratēģiskos uzstādījumus.</p> <p>5)Sociālo mediju komunikācijas piedāvājumā ir ņemti vērā arī Pasūtītāja definētie kampaņas izaicinājumi tehniskās specifikācijas I daļas 15. punktā.</p> <p>6)Piedāvātās aktivitātes ir plānotas atbilstīgi kampaņas budžetam.</p> <p>7)Sociālo mediju komunikācijas izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laiku.</p> <p>8)Sociālo mediju aktivitātes ir savstarpēji saskaņotas ar pārējām kampaņas komponentēm, saskan ar kampaņas kopējo piedāvāto koncepciju, kā arī ir nolasāma sociālo mediju komunikācijas attīstība un ilgtspēja.</p> <p>9)Sociālo mediju komunikācijas piedāvājums neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;</p> <p>1 kritērija aspekts nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;</p> <p>2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti;</p> <p>3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti;</p> <p>4 kritērija aspekti nav izpildīti pārliecinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti;</p> <p>5 un vairāk kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai ņemti vērā –</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	---	--	--

	0 punkti.		
5.	<p>K2.3. kampaņas taktika - digitālā komunikācija</p> <p>1)Ir konceptuāli aprakstītas, ilustrētas un pamatotas digitālās komunikācijas aktivitātes: reklāma interneta medijos, reklāma Google platformās, kustīgie digitālie baneri u.c.</p> <p>2)Tās precīzi vērsta uz Pasūtītāja definēto kampaņas mērķauditoriju, mērķiem un sasniegamiem rezultātiem, īpaši uz tīmekļvietnes https://swiss-contribution.lv/ apmeklējuma pieaugumu kampaņas laikā</p> <p>3)Digitālās komunikācijas aktivitātes piedāvātas, ievērojot Pasūtītāja stratēģiskos uzstādījumus.</p> <p>4)Digitālās komunikācijas piedāvājumā ir ņemti vērā arī Pasūtītāja definētie kampaņu izaicinājumi tehniskās specifikācijas I daļas 15. punktā.</p> <p>5)Piedāvātās aktivitātes ir plānotas atbilstīgi kampaņas resursiem.</p> <p>6)Digitālās komunikācijas aktivitātes ir savstarpēji saskaņotas ar pārējām kampaņas aktivitātēm, saskaņā ar kampaņas kopējo piedāvāto koncepciju, kā arī ir nolasāma digitālās komunikācijas attīstība un ilgtspēja.</p> <p>7)Digitālās komunikācijas izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu.</p> <p>8)Digitālās komunikācijas piedāvājums neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;</p> <p>1 kritērija aspekts nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;</p> <p>2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti;</p> <p>3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti;</p> <p>4 kritērija aspekti nav izpildīti pārliecinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti;</p> <p>5 un vairāk kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	

6.	<p>K2.4. kampaņas taktika - tradicionālā reklāma</p> <p>1)Ir konceptuāli aprakstīti, ilustrēti un pamatoti tradicionālās reklāmas risinājumi.</p> <p>2)Piedāvātie reklāmas risinājumi ir efektīvi, tie ļaus sasniegt Pasūtītāja uzstādīto kampaņas mērķauditoriju, mērķus un rezultātus.</p> <p>3)Tradicionālās reklāmas aktivitātes piedāvātas, ievērojot Pasūtītāja stratēģiskos uzstādījumus, tostarp, kampaņas ģeogrāfisko mērogu (tehniskās specifikācijas I daļas 10. punkts) un kampaņas mērķauditorijas aizsniegšanu.</p> <p>4)Tradicionālās reklāmas piedāvājumā ir ņemti vērā arī Pasūtītāja definētie kampaņas izaicinājumi tehniskās specifikācijas I daļas 15. punktā.</p> <p>5)Piedāvātās aktivitātes ir plānotas atbilstīgi kampaņas budžetam.</p> <p>6)Reklāmas risinājumi integrējas kopējā kampaņas koncepcijā un taktikā, kā arī ir nolasāma tradicionālās reklāmas attīstība un ilgtspēja.</p> <p>7)Reklāmas risinājumu izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu.</p> <p>8)Tradicionālās reklāmas piedāvājums neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārliecinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;</p> <p>1 kritērija aspekts nav pārliecinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;</p> <p>2 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti;</p> <p>3 kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti;</p> <p>4 kritērija aspekti nav izpildīti pārliecinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti;</p> <p>5 un vairāk kritērija aspekti nav pārliecinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	--	--	--

7.	<p>K2.5. kampaņas taktika - informatīvie materiāli</p> <p>1) Ir konceptuāli aprakstīti un ilustrēti piedāvātie informatīvie materiāli, nodrošinot vienotu komunikācijas kampaņas vizuālo stilu un konsekventus vēstījumus.</p> <p>2) Piedāvātie informatīvie materiāli ir saprotami, savstarpēji saskaņoti un vērsti uz Pasūtītāja definēto kampaņas mērķauditoriju, mērķiem un sasniedzamiem rezultātiem.</p> <p>3) Informatīvie materiāli ir izstrādāti tā, lai veicinātu vienotu komunikācijas pieeju visu projektā iesaistīto partneru vidū un mazinātu atšķirīgas interpretācijas risku.</p> <p>4) Piedāvātie materiāli ir praktiski pielietojami kampaņas sākumposmā un nodrošina Pasūtītājam un partneriem tūlītēji izmantojamus komunikācijas risinājumus.</p> <p>5) Informatīvo materiālu izklāsts ir pietiekami skaidrs un pilnīgs, lai to pielietošanai praksē nebūtu nepieciešami būtiski papildu skaidrojumi vai precizējumi.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārlicinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti; 1 kritērija aspekts nav pārlicinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti; 2 kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti; 3 kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti; 4 kritērija aspekti nav izpildīti pārlicinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti; 5 kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	---	--	--

8.	<p>K2.6. kampaņas taktika-īpašās komunikācijas aktīvi</p> <p>1) Ir konceptuāli aprakstītas un pamatotas īpašās komunikācijas aktivitātes (piederzies stāstu veidošana video formātā, audiovizuālie materiāli, dažāda mēroga pasākumi).</p> <p>2) Īpašās komunikācijas aktivitātes atbilst Pasūtītāja uzstādītajai kampaņas mēķauditorijai, mērķiem un sasniedzamiem rezultātiem.</p> <p>3) Īpašās komunikācijas aktivitātes piedāvātas, ievērojot Pasūtītāja stratēģiskos uzstādījumus.</p> <p>4) Piedāvātās īpašās komunikācijas aktivitātes ir plānotas atbilstīgi kampaņas budķetam.</p> <p>5) Īpašo komunikācijas aktivitāšu piedāvājums ir savstarpēji saskaņots ar pārējām kampaņas aktivitātēm, saskan ar kampaņas kopējo piedāvāto koncepciju, kā arī ir nolasāma to attīstība un ilgtspēja.</p> <p>6) Īpašo komunikācijas aktivitāšu piedāvājums neprasa papildu skaidrojumus un precizējumus.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Visi kritērija aspekti ir pilnībā pārlicinoši izpildīti un ņemti vērā – 10 punkti;</p> <p>1 kritērija aspekts nav pārlicinoši izpildīts vai nav ņemts vērā – 8 punkti;</p> <p>2 kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 6 punkti;</p> <p>3 kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai nav ņemti vērā – 4 punkti;</p> <p>4 kritērija aspekti nav izpildīti pārlicinoši vai nav ņemti vērā – 2 punkti;</p> <p>5 un vairāk kritērija aspekti nav pārlicinoši izpildīti vai ņemti vērā – 0 punkti.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	--	--	--

Finanšu piedāvājuma vērtēšanas kritēriji

N.p.k.	Kritērijs	Vērtēšana	Attiecas uz prasībām
--------	-----------	-----------	----------------------

1.	<p>K3. Simulācijas kampaņas izstrāde un īstenošana</p> <p>Kritērijā K3 „Simulācijas kampaņas izstrāde un īstenošana” (Nolikuma 6. Pielikums “Finanšu piedāvājums”) piedāvājumam ar viszemāko cenu tiks piešķirts maksimālais punktu skaits 5 (pieci), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret piedāvājumu ar viszemāko cenu.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Punktu piešķiršana notiek saskaņā ar 7. pielikuma 2.punktā noteikto kārtību.</p> <p>$K3 = (A/B) \times 5$, kur</p> <p>K3kritērijā “Simulācijas kampaņas izstrāde un īstenošana” iegūtais punktu skaits;</p> <p>A Simulācijas kampaņas izstrādes un īstenošanas zemākā piedāvātā cena – cena EUR bez PVN;</p> <p>B Pretendenta simulācijas kampaņas izstrādes un īstenošanas piedāvātā cena – cena EUR bez PVN;</p> <p>20 Nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Simulācijas kampaņas izstrāde un īstenošana”</p> <p>Kritērijā K3 “Simulācijas kampaņas izstrāde un īstenošana” iegūtais punktu skaits tiek noapaļots līdz divām zīmēm aiz komata. Veicot punktu noapaļošanu tiek ņemts vērā trešais skaitlis aiz komata – attiecīgi, ja tā vērtība ir no 5 – 9, otrais skaitlis aiz komata tiek noapaļots uz augšu.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 5.00	
2.	<p>K4. Finanšu piedāvājuma izcenojums</p> <p>Tiek vērtēts Nolikuma 6.1. pielikums “Finanšu piedāvājuma izcenojums” 1.-5. punktā norādītā informācija.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Punktu piešķiršana notiek saskaņā ar 7. pielikuma 3.punktā noteikto kārtību.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 20.00	

3.	<p>K5. Pretendenta personāla stundas likmes piedāvāju</p> <p>Tiek vērtēts Nolikuma 6.1. pielikums “Finanšu piedāvājuma izcenojums” 6. punktā norādītā informācija.</p> <p>Punktu piešķiršanas nosacījumi: Punktu piešķiršana notiek saskaņā ar 7. pielikuma 4.punktā noteikto kārtību.</p> <p>$K5 = (A/B) \times 10$, kur</p> <p>K5kritērijā “Pretendenta personāla stundas likmes piedāvājums” iegūtais punktu skaits;</p> <p>Akritērijā K5 „Pretendenta personāla stundas likmes piedāvājums” zemāka personāla vidēja vienas stundas likme, jeb piedāvātā cena – cena EUR bez PVN;</p> <p>Bpretendenta kritērija K5 „Pretendenta personāla stundas likmes piedāvājums” zemāka personāla vidēja vienas stundas likme, jeb piedāvātā cena – cena EUR bez PVN;</p> <p>20Nolikuma 6.1. pielikuma 6. punktā noteiktais maksimālais punktu skaits kritērijā “Pretendenta personāla stundas likmes piedāvājums”.</p> <p>Kritērijā K5 “Pretendenta personāla stundas likmes piedāvājums” iegūtais punktu skaits tiek noapaļots līdz divām zīmēm aiz komata.</p> <p>Veicot punktu noapaļošanu tiek ņemts vērā trešais skaitlis aiz komata – attiecīgi, ja tā vērtība ir no 5 – 9, otrais skaitlis aiz komata tiek noapaļots uz augšu.</p>	Maksimālais punktu skaits (iesk.): 10.00	
----	--	--	--