**Atbildes uz jautājumiem par**

**2.2.1.5.i. pasākumu "Mediju nozares uzņēmumu procesu modernizēšana"**

**Izmantotie saīsinājumi:**

**CFLA** – Centrālā finanšu un līgumu aģentūra

**Atlases nolikums** – Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna 2.2. reformu un investīciju virziena “Uzņēmumu digitālā transformācija un inovācijas” 2.2.1.5.i. investīcijas “Mediju nozares uzņēmumu digitālās transformācijas veicināšana” pasākuma “Mediju nozares uzņēmumu procesu modernizēšana” projektu iesniegumu atlases nolikums

**Pasākums** – Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna 2.2. reformu un investīciju virziena "Uzņēmumu digitālā transformācija un inovācijas" 2.2.1.5.i. investīcijas "Mediju nozares uzņēmumu digitālās transformācijas veicināšana" pasākums "Mediju nozares uzņēmumu procesu modernizēšana”

**MK noteikumi Nr. 119** – Ministru kabineta 2024. gada 20. februāra noteikumi Nr. 119 "Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna 2.2. reformu un investīciju virziena "Uzņēmumu digitālā transformācija un inovācijas" 2.2.1.5.i. investīcijas "Mediju nozares uzņēmumu digitālās transformācijas veicināšana" pasākuma "Mediju nozares uzņēmumu procesu modernizēšana" īstenošanas noteikumi".

**MK noteikumi Nr.104** - Ministru kabineta 2017. gada 28. februāra noteikumi Nr. 104 "Noteikumi par iepirkuma procedūru un tās piemērošanas kārtību pasūtītāja finansētiem projektiem".

**PI** - Projekta iesniegums

**PIL** - Publisko iepirkumu likums

**EDIC -** Eiropas Digitālās inovācijas centrs

**IKP** – Iekšzemes kopprodukts

**PN akts** – pieņemšanas-nodošanas akts

**LIAA** - Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra

Saturs

[1. Vispārīgi jautājumi 2](#_Toc127803610)

[2. Īstenošanas nosacījumi 5](#_Toc127803613)

[3. Vērtēšana un lēmumu pieņemšana 7](#_Toc127803614)

[4. Attiecināmās izmaksas 11](#_Toc127803615)

[5. Projekta iesnieguma aizpildīšana un pielikumi 14](#_Toc127803616)

[6. Personāls un partneri 17](#_Toc127803617)

[7. Projekta rezultātu uzturēšana un ilgtspējas nodrošināšana 20](#_Toc127803618)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.p.k.** | **Jautājumi** | **Atbildes** |
| Vispārīgi jautājumi | | |
| 1.1. | Tiek plānots ieviest vairākus procesus un uzlabojumus. Pēc dokumentācijas netapa skaidrs, vai vienā pieteikumā var iesniegt vairākas idejas, piemēram, platformas uzlabojumi un aplikāciju uzlabojumi? Vai tomēr 1 pieteikums ir 1 ideja? | Var būt vairāki uzlabojumi, bet minimālā prasība ir 1 platforma/ digitālais risinājums. |
| 1.2. | Šajā pasākumā grants ir ar 100% intensitāti (bez līdzfinansējuma). Vai šādā gadījumā ir attiecināmi MK noteikumi Nr. 104? Vai tikai Publisko iepirkumu likums (PIL) (saistībā ar neatkarīga IT eksperta piesaistīšanu)? | Tas ir atkarīgs no iepirkuma veicēja juridiskā statusa – vai pēc būtības ir piemērojams Publisko iepirkumu likums. Ja finansējuma saņēmējs nav Publisko iepirkumu likuma subjekts, tad Publisko iepirkumu likums nav saistošs un tādā gadījumā ir piemērojami Ministru kabineta noteikumi Nr.104 "Noteikumi par iepirkuma procedūru un tās piemērošanas kārtību pasūtītāja finansētiem projektiem".  *(18.04.2024)* |
| 1.3. | Kā rīkoties, lai vērtējumā nezaudētu punktus **par mediju ētikas kodeksu?** SIA X ir mediju auditorijas pētījumu uzņēmums un mums nav ētikas kodeksa. Taču tāds ir lielākajam vairumam mūsu klientiem- medijiem.  Vai pētījumu uzņēmumam ir kaut kas jāiesniedz? Varbūt apliecinājumi, ka mūsu klientiem tāds ir? | Projekta iesniedzējam, kurš ir mediju auditorijas pētījumu uzņēmums, papildu punktus kvalitātes kritērijā Nr. 4.6. iespējams iegūt, ja projekta iesniegumā tiek apliecināts, ka projekta iesniedzēja klientiem (mediju uzņēmumiem) ir izstrādāts savs ētikas kodekss vai tie pievienojušies “Latvijas Mediju ētikas padomes” ētikas kodeksam. |
| 1.4. | Vai ir kāds skaidrojums, kā atšķiras digitālā platforma no digitālā risinājuma? | Par digitālo platformu šī pasākuma ietvaros uzskatāma tiešsaistes infrastruktūra vai sistēma, kas paredzēta satura radīšanai un publicēšanai dažādos formātos (tekstuāli, audiāli, audiovizuāli u.tml.), kā arī pakalpojumu pārdošanai. Digitālā platforma ir pakalpojumu un rīku kopums, kas faktiski ir pieejams kā pakalpojums un tiek piedāvāts patērētājiem, piemēram, interneta vietne ar dažādām funkcionalitātēm kā kopīgs risinājums/ gala produkts.  Savukārt digitālais risinājums ir atsevišķi rīki vai atsevišķas darbības, kuras var tikt uzlabotas vai no jauna ieviestas mediju uzņēmumā, kas veicina tā digitalizāciju.  *(18.04.2024)* |
| 1.5. | Kādas ir digitālā brieduma testa izmaksas? | Digitālā brieduma tests ir bezmaksas.  Ceļa kartes izmaksas tiek finansētas, piešķirot uzņēmumam *de minimis* atbalstu*.*  *(18.04.2024)* |
| 1.6. | Vai vienā projekta iesniegumā var plānot vairākas aktivitātes vai arī par katru aktivitāti iesniedzams savs projekta iesniegums?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Projektu iesniegumu atlases ietvaros viens iesniedzējs var iesniegt tikai vienu iesniegumu, bet tajā var plānot vairākas aktivitātes, tostarp atšķirīgus risinājumus, ar nosacījumu, ka tās atbilst investīcijas mērķim un veicina projekta iesniedzēja uzņēmuma digitalizāciju. |
| 1.7. | Ja projektā tiek plānotas vairākas aktivitātes un viena no tām netiek uzskatīta par atbilstošu, vai viss projekts kopumā tiks noraidīts?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Ja projektā tiek plānotas vairākas aktivitātes un kāda no projektā plānotajām aktivitātēm tiek atzīta par neatbilstošu, tas automātiski nenozīmē, ka projekts būtu noraidāms, taču atbilde ir atkarīga no neatbilstošās aktivitātes būtības. Ja pārējās aktivitātes ir atbilstošas un ar tām ir iespējams sasniegt projekta mērķi un plānotos rezultātus (rādītājus), tad projekta iesniedzējam visticamāk tiktu izvirzīts nosacījums izslēgt no projekta darbībām neatbilstošo aktivitāti (un attiecīgi samazināt projektā plānotās izmaksas). Turpretī, ja neatbilstošā aktivitāte ir viss projekta kodols, savukārt atbilstošās aktivitātes būtu tikai papildinošas, bet patstāvīgi nespētu nodrošināt mērķa sasniegšanu, tad arī projekta tālāka virzība nebūtu atbalstāma. |
| 1.8. | Vai reģionālais medijs var iesniegt PI, ja tajā nodarbināti līdz 10 darbinieki un tā mērķauditorija ir tikai viens konkrēts novads? | Jā, var iesniegt PI – [MK noteikumi Nr.119](https://likumi.lv/ta/id/350118) nenosaka ierobežojumus attiecībā uz masu informācijas līdzekļa izmēru. |
| 1.9. | Medija darbības mērogs: darbība vietēja vai reģionāla. Tā kā interpretācijas par šādu apzīmējumu atšķiras, lūdzu apstiprināt, vai konkursā var piedalīties mediji, kas strādā uz visu Latvijas teritoriju, vai tikai tas, kurš strādā lokāli uz novadu/pilsētu? | Projektu iesniegumu atlasē var piedalīties gan mediji, kas strādā uz visu Latvijas teritoriju, gan tādi, kuri pārklāj lokālu mērķauditoriju. |
| 1.10. | Uzņēmumu grupas sastāvā ietilpst vairāki elektroniskie plašsaziņas līdzekļi – komerciālie radio, kuri plāno izmantot šo iespēju un pieteikt savus projektus Konkursā. Grupas Radio plāno Konkursa projektu ietvaros modernizēt uzņēmuma, kā medija procesus, kas iekļauj arī digitālu transformāciju. Proti, Grupas Radio uzdos citam uzņēmumam izstrādāt priekš Grupas Radio digitālos rīkus – programmas, kuri pēc to izstrādes piederēs šim uzņēmumam, kas to taisīs, bet katrs Grupas Radio abonēs (iegūs licenci izmantot) šos izstrādātos rīkus.  Vai augstāk aprakstītais projekts, kura ietvaros medijs uzdos citam uzņēmumam izstrādāt digitālu rīku, kas paliks īpašumā šim uzņēmumam, savukārt, medijs abonēs/lietos šo rīku, iekļaujas Konkursa noteikumos un attiecināmajās izmaksās vai arī digitālajam rīkam pēc tā izstrādes obligāti jābūt medija īpašumā? Un vai pats medijs var būt projekta iesniedzējs Konkursa ietvaros šādā gadījumā? | Projekta ietvaros ir atbalstāma mediju uzņēmumu ražošanas procesu digitalizācija un ražošanas procesu digitalizācijai nepieciešamo rīku izstrāde, iegāde vai atjaunināšana un modernizēšana, kā arī mediju uzņēmumu digitalizācijai nepieciešamo programmatūras un ražošanas un produkta izplatīšanas procesam nepieciešamo plānošanas risinājumu un auditorijas pētījumu risinājumu iegāde vai izstrāde.  Secināms, ka aprakstītajā situācijā darbība būtu nevis nepieciešamo rīku vai programmatūras izstrāde (tostarp atjaunošana, modernizēšana) vai iegāde, bet gan lietošana (noma), kas nav paredzēta kā atbalstāma darbība. Vienlaikus aprakstītajā risinājumā labuma guvējs pēc būtības būtu nevis mediju uzņēmums, bet gan cits uzņēmums (rīka turētājs), kas nav šī pasākuma mērķauditorija. |
| 1.11. | Ja augstāk minētais uzņēmums – digitālā rīka izstrādātājs šāda veida rīku izstrādās vēl vairākiem citiem uzņēmumiem (vai projektu iesniedzējiem), vai tas ir pieņemami un neradītu problēmsituācijas no Konkursa noteikumu viedokļa? | Ja šāds rīks jau būtu izstrādāts, kuru par licences maksu iespējams nodot trešajām personām, tad vēl viena pirmšķietami identiska rīka izstrāde nebūtu atbilstoša no izmaksu samērīguma, efektivitātes un lietderības aspekta. Ja rīki ir dažādi un citu grupas uzņēmumu darbībā nav izmantojams kādam uzņēmumam jau izstrādātais rīks, tad, sniedzot atbilstošu pamatojumu, minētā situācija nebūtu aizliegta. Vienlaikus katram projekta iesniedzējam un digitālā rīka izstrādātājam kā sadarbības partnerim jānodrošina, ka vienas un tās pašas darbības/izmaksas netiek finansētas divu projektu ietvaros. |
| 1.12. | Konkursa nolikuma 2. nodaļas 8. punkts un MK noteikumu 9. punkts nosaka, ka viens projekta iesniedzējs var iesniegt vienu projekta iesniegumu - vai katrs atsevišķs uzņēmums un medijs (katrs ar savu licenci kā medijs), bet kas kopā ir saistīti grupas uzņēmumi, var iesniegt katrs projekta iesniegumu, attiecīgi, ja grupā ir 5 mediji, tie būs 5 projekta iesniegumi, no katra pa vienam? | Projektu iesniegumu atlasē netiek ierobežotas iespējas iesniegt projektu iesniegumus vairākiem saistīto personu grupas uzņēmumiem – MK noteikumu 9. punktā noteiktais ierobežojums attiecas tieši uz vienu projekta iesniedzēju. Tomēr katrā projekta iesniegumā ir jānodrošina atbilstība projektu iesniegumu vērtēšanas kritērijiem, tostarp kvalitātes kritērijiem Nr. 4.1.–4.4., kur starp saistītu personu grupas uzņēmumi potenciāli konkurētu savā starpā. |
| 1.13. | Esam biedrība "X", kurai pieder ziņu portāls x.lv, mēs neesam komercmedijs, viss mūsu saturs ir pieejams bezmaksas, vai mēs drīkstam startēt šajā projektā? | Ņemot vērā, ka biedrība "X" ir reģistrēta Uzņēmumu reģistra Biedrību un nodibinājumu reģistrā vairāk nekā divus gadus un tā ir masu informācijas līdzekļa – ziņu portāla x.lv – īpašniece, tad minētā biedrība ir uzskatāma par atbilstošu Ministru kabineta noteikumos noteiktajām prasībām projekta iesniedzējam. |
| 1.14. | Vai, veicot procesu digitalizēšanu, kas ietvertu jaunu informācijas publiskošanas formātu, piemēram, podkāsta izveidi, un kas tādējādi paredz arī darba grupu sanāksmes starp podkāsta veidotājiem, ir attiecināma multimediju iekārtu iegāde ar nolūku tās izmantot šo darba grupu ietvaros? | Ievērojot MK noteikumu 15.2. apakšpunktā minēto, kas paredz produkta izplatīšanas procesam nepieciešamo plānošanas risinājumu iegādi vai izstrādi kā atbalstāmu darbību, šādu iekārtu iegāde ir attiecināma (kā MK noteikumu 16.1. apakšpunktā minēto attiecināmo izmaksu daļa). |
| 1.15. | Kādas prasības ir izvirzāmas ekspertam, kam projekta noslēgumā jāveic rezultātu novērtēšana? | Novērtējumu veic neatkarīgs eksperta, kas var apliecināt kompetenci informācijas tehnoloģiju vai uzņēmumu attīstības konsultāciju jomā, proti, kuram pēdējo 5 gadu laikā ir pieredze informācijas tehnoloģiju iekārtu, programmatūru, aparatūru vai jaunas metodes ieviešanā vai izstrādē, iegūta inženierzinātnēs augstākā akadēmiskā un profesionālās izglītība informācijas tehnoloģijās, datortehnikā, elektronikā, telekomunikācijās, datorvadībā un datorzinātnē. |
| 1.16. | Vai biedrības (nevalstiskas organizācijas) nav pasūtītāji Publisko iepirkumu izpratnē? Publisko iepirkumu likuma 5.panta piemērošana. | Tā kā šīs biedrības (visticamāk) nav publiskas personas pārraudzībā un piešķirti publiski līdzekļi valsts deleģēto funkciju nodrošināšanai (pamatdarbība), jo biedri ir mediju mazie (reģionālie) uzņēmumi, tad šiem subjektiem būtu jāpiemēro MKN 104, kaut gan nav aizliegts veikt iepirkumus atbilstoši PIL nosacījumiem.  Skaidrojam, ka noteikumi neparedz ierobežojumus attiecībā uz biedrības biedriem. |
| Īstenošanas nosacījumi | | |
| 2.1. | Vai finansējuma saņēmējs, kurš būs izveidojis digitālo risinājumu, piemēram, platformu, par tajā esošo saturu drīkstēs prasīt maksu? | MK noteikumi Nr. 119 neparedz ierobežojumus platformā pieejamā satura tirdzniecībai, jo satura izstrādei šajā pasākumā nebūs ticis piešķirts atbalsts. |
| 2.2. | Maksas noteikšana par pakalpojumu, kuru izveidojam projekta laikā: lūdzam precizēt nosacījumu par **pakalpojuma maksas iekasēšanu**.  Tradicionālo mediju bizness paredz, ka finansējumu saņēmušie turpina savu biznesu kā ierasts, lielākoties galvenos savus ienākumus gūstot no reklāmas pārdošanas. SIA X bizness ir datu pārdošana, tostarp arī projekta rezultātā paplašinātās pētījumu bāzes datu pārdošana. **Vai šos datus drīkstēsim pārdot projekta laikā? Vai drīkstēsim šos datus pārdot pēc projekta noslēgšanas?** | Investīcijas pasākuma nolūks ir veicināt vietējā mediju satura veidotāju ilgtspēju, saglabājot plurālistisku mediju tirgu, tādējādi arī gadījumā, ja projekta iesniedzējs (un pēcāk finansējuma saņēmējs) ir mediju auditorijas pētījumu uzņēmums, ieguvējiem ir jābūt medijiem. Projekta ietvaros mediju auditorijas pētījumu uzņēmums var plānot paplašināt piedāvāto pētījumu spektru, tostarp pēcāk pārdot, saņemot samaksu par šiem inovatīvo pētījumu datiem, taču par konkrētajiem datiem samaksa nedrīkst pārsniegt šo datu iegūšanas izmaksas, proti, samaksa nedrīkst ietvert, piemēram, peļņu. |
| 2.3. | Kāda ir procedūra/ kārtība kā projekta realizācijas laikā ir jāizvēlas "neatkarīgs IT eksperts" ? | Eksperts piesaistāms līdzīgā kārtībā, kādā tiek veikti citi projekta iepirkumi, proti, piemērojot atbilstošu iepirkuma procedūru, ņemot vērā gan iesniedzējam piemērojamo iepirkumu regulējumu (piemēram, Publisko iepirkumu likums, MK noteikumi Nr. 104 "Noteikumi par iepirkuma procedūru un tās piemērošanas kārtību pasūtītāja finansētiem projektiem"), gan plānoto līgumcenu.  *(18.04.2024)* |
| 2.4. | Vai ir ierobežots, cik liela projekta izmaksu daļa var rasties par viena pakalpojumu sniedzēja pakalpojumiem? Vai pie kāda noteikta apmēra šis pakalpojumu sniedzējs būtu jāpiesaista kā projekta partneris?  *(Konsultācija 19.04.2024)* | Tas, ka viens pakalpojumu sniedzējs nodrošinās pakalpojumus par salīdzinoši lielu projekta izmaksu daļu, neliecina, ka šis pakalpojumu sniedzējs būtu piesaistāms kā projekta partneris (tieši pretēji, projekta iesniedzējam un projekta partnerim nedrīkst veidoties tādas attiecības, kas pēc būtības būtu iepirkums). Pakalpojumu sniedzējs tiks izvēlēts iepirkuma procedūras rezultātā. |
| 2.5. | Projekta iesniedzēja iepirkuma komisija. Ņemot vērā, ka programmas nosacījumi paredz grantu 100% apmērā – vai tas nozīmē, ka veicot publiskā iepirkuma procedūru, uzņēmumam ir jānodrošina, atbilstoši PIL normām, iepirkuma komisija 3 personu sastāvā? | Atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 43.2. apakšpunktā noteiktajam finansējuma saņēmēja pienākums ir iepirkumu, kas nepieciešams projekta īstenošanai, veikt saskaņā ar normatīvajiem aktiem publisko iepirkumu jomā, īstenojot atklātu, pārredzamu, nediskriminējošu un konkurenci nodrošinošu konkursa procedūru. Savukārt, tas, vai piemērojams Publisko iepirkumu likums, vai Ministru kabineta noteikumi Nr. 104 "Noteikumi par iepirkuma procedūru un tās piemērošanas kārtību pasūtītāja finansētiem projektiem", ir atkarīgs no projekta iesniedzēja – vai iesniedzējs ir Publisko iepirkumu likuma subjekts. |
| 2.6. | Kāds piedāvājuma izvēles kritērijs ir jāpiemēro iepirkumu procedūrā? | Izvēles kritērijs būs finansējuma saņēmēja ziņā, taču, izvēloties piegādātāju, pakalpojumu sniedzēju, ir jāievēro efektivitātes, saimnieciskuma un lietderības principi, proti, paredzot labāko attiecību starp izmantotajiem resursiem, veiktajiem pasākumiem un mērķu sasniegšanu. |
| 2.7. | Vai CFLA projekta ietvaros var veikt jau esošas sistēmas (CRM) uzlabošanu? | Jā, atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 15.1.apakšpunktam kā atbalstāmā darbība ir minēta mediju uzņēmumu ražošanas procesu digitalizācija un ražošanas procesu digitalizācijai nepieciešamo rīku izstrāde, iegāde vai atjaunināšana un modernizēšana, par ko būtu uzskatāma arī CRM uzlabošana. Tomēr jāvērš uzmanība uz kopējo procesu digitalizāciju un investīcijas mērķa sasniegšanai, ieguvumiem un ilgtspējas jautājumiem. |
| 2.8. | Ja projekta iesniedzējam nav savs iepirkumu speciālists, bet ir nepieciešamība projekta ietvaros veikt vairākus iepirkumus, vai šo te iepirkumu speciālistu drīkstam piesaistīt uz pakalpojumu līguma pamata uz konkrētu darbu? Un vai šīs izmaksas jāsedz no projekta vadības darba pakas vai uz konkrētā plānotā risinājuma darba paku, attiecinot to uz budžeta sadaļu "Informācijas sistēmu izstrādes, ieviešanas un kvalitātes kontroles izmaksas". | Projekta iepirkumu veikšana pēc būtības ir projekta vadības ietvaros īstenojama aktivitāte, tādēļ arī ar iepirkumu veikšanu saistītās izmaksas piedēvējamas projekta vadības personālam, ievērojot MK noteikumu 16.4. apakšpunktā noteikto procentuālo ierobežojumu šīm izmaksām. |
| 2.9. | Vai ir noteikta IT eksperta kompetence? | Investīcijas procesu modernizēšanas pasākuma projekta ietvaros sasniegto rezultātu izvērtēšanai piesaista ekspertu, kuram pēdējo 5 gadu laikā ir pieredze informācijas tehnoloģiju iekārtu, programmatūru, aparatūru vai jaunas metodes ieviešanā vai izstrādē, iegūta inženierzinātnēs augstākā akadēmiskā un profesionālās izglītība informācijas tehnoloģijās, datortehnikā, elektronikā, telekomunikācijās, datorvadībā un datorzinātnē. |
| 2.10. | Vai digitālās platformas vai digitālie risinājumi, izveide ir iespējama līdz 2026.gada 30.jūnijam? | Jā, digitālās platformas vai digitālo risinājumu izstrāde ir iespējama līdz 2026.gada 30.jūnijam, izmaksas ir attiecināmas atbilstoši MK noteiktumu 13.punktam.  Vienlaikus projektu iesniegumā ir jāparedz rādītājs atbilstoši MK noteikumu 5.1 punktam, t.i. līdz 2025.gada 30.jūnijam ir izstrādāta vismaz viena digitālā platforma vai digitālais risinājumus. |
| Vērtēšana un lēmumu pieņemšana | | |
| 3.1. | Vai nosakot prioritāri atbalstāmos projektus vispirms tiks ņemts vērā arī katra projekta kopējais vērtējums vai priekšroka būs tieši reģionālajam IKP? | Prioritārā secība tiek veidota, ņemot vērā kvalitātes kritērijos piešķirto punktu skaitu. Gadījumā, ja vairākiem PI ir piešķirts vienāds punktu skaits, tad prioritāri ir atbalstāms PI:   * kuru paredzēts īstenot plānošanas reģionā ar mazāko reģionālo iekšzemes kopproduktu uz vienu iedzīvotāju (pēc pēdējiem aktuālajiem Centrālās statistikas pārvaldes datiem par pēdējo aktuālo kalendāra gadu), * ja projektus, kuru iesniegumiem piešķirtais punktu skaits ir vienāds, plānots īstenot arī reģionā ar vienādu reģionālo iekšzemes kopproduktu uz vienu iedzīvotāju, priekšroku dod projekta iesniegumam, kas iegūs augstāku vērtējumu kopsummu kvalitātes kritērijā Nr. 4.1 (projektā plānotie mediju uzņēmuma attīstības ieguvumi), * ja arī kvalitātes kritērijā Nr. 4.1. ir vienāds punktu skaits, priekšroku dod projekta iesniegumam, kuram lielāks punktu skaits piešķirts kvalitātes kritērijā Nr. 4.4. (digitālās attīstības pamatojums). |
| 3.2. | Ja uzņēmumam ir digitālā platforma, kas ir morāli novecojusi, vai tiks pieņemts projekts jaunas, līdzīgas platformas izveidei? | Jautājums ir skatāms kontekstā ar pārējiem PI vērtēšanas kritērijiem, ja tas ir saistīts ar uzņēmuma tālāko attīstību, un ja ir iespējams pamatot ilgtspēju, atbilstību nozares attīstības virzieniem un mērķa sasniegšanu, tad šāda darbība nav izslēgta. Vēršam uzmanību, ka investīcijas pasākuma mērķis ir veicināt mediju nozares digitālo transformāciju un darbības pielāgošanu mūsdienu mediju patēriņa tendencēm digitālā vidē, vienlaikus veicinot vietējā mediju satura veidotāju ilgtspēju, saglabājot plurālistisku mediju tirgu un stiprinot noturību pret dezinformāciju. |
| 3.3. | Kas kvalitātes kritērijā 4.1. tiek saprasts ar “Projekta īstenošanas rezultātā plānota mediju uzņēmuma radītā satura pielāgošana tirgus apstākļiem atbilstošā veidā”? Kā būtu saprotams “satura pielāgošana tirgus apstākļiem atbilstošā veidā”? Vai ar to būtu domāts jaunu satura formātu radīšana, vai arī ar to ir domāts jauni kanāli, kuros saturs tiek publicēts? | Satura pielāgošana tirgus apstākļiem atbilstošā veidā ir, piemēram, auditorijas attīstība. Projekta iesniegumā norādītā informācija tiek vērtēta, ņemot vērā pievienoto mērķauditorijas raksturojumu pamatojošo informāciju (piemēram, mediju auditoriju pētījumi, abonēšanas un/vai tirdzniecības dati, tirāžu dati vai cita informācija, kas pamato auditoriju).  Runa var būt gan par jauniem formātiem, gan par jauniem veidiem kā izplata un kā veido, kā arī var būt arī jaunu kanālu veidošana, iespējas ir dažādas. |
| 3.4. | Vai var nedaudz detalizētāk paskaidrot kvalitātes kritērija 4.3 "Projekta ietekme un atbilstība nozares attīstības virzieniem"  būtību. Kādā veidā tas būtu jāapraksta, kā tiks vērtēts? | Šī kritērija izpildes nodrošināšanai ir jānorāda informācija par ilgtermiņa ietekmi uz mediju darbību, piemēram, rezultātu uzturēšana, izmantošana pēc projekta īstenošanas, rezultātu saderība ar mediju uzņēmumu tālākiem attīstības plāniem, iespējamiem turpmākās attīstības avotiem. Kvalitātes kritērija Nr. 4.3. vērtēšanā tiks iesaistīts arī atbilstošas nozares eksperts. |
| 3.5. | Ņemot vērā, ka projekta iesniegumā ir iespējams iekļaut vairākas pozīcijas, ja daļa no šīm pozīcijām neatbilst, bet daļa atbilst vai viss projekts tiek noraidīts, vai tiek finansēta tikai daļa, kas atbilst iesniegumam? | Šajā gadījumā atbilde nav viennozīmīga. Ja projektā tiek plānotas vairākas aktivitātes un kāda no projektā plānotajām aktivitātēm tiek atzīta par neatbilstošu, tas automātiski nenozīmē, ka projekts būtu noraidāms, taču atbilde ir atkarīga no neatbilstošās aktivitātes būtības. Ja pārējās aktivitātes ir atbilstošas un ar tām ir iespējams sasniegt projekta mērķi un plānotos rezultātus (rādītājus), tad projekta iesniedzējam visticamāk tiktu izvirzīts nosacījums izslēgt no projekta darbībām neatbilstošo aktivitāti (un attiecīgi samazināt projektā plānotās izmaksas). Turpretī, ja neatbilstošā aktivitāte ir viss projekta kodols, savukārt atbilstošās aktivitātes būtu tikai papildinošas, bet patstāvīgi nespētu nodrošināt mērķa sasniegšanu, tad arī projekta tālāka virzība nebūtu atbalstāma. |
| 3.6. | Vai, lūdzu, varat komentēt plašāk: “Prioritāri ir atbalstāms PI, kuru paredzēts īstenot plānošanas reģionā ar mazāko reģionālo IKP uz 1 iedzīvotāju.” “Īstenošana” nozīmē, ka izpildītājs ir reģistrēts šādā reģionā, vai, ka tas būs pieejams konkrētā reģiona iedzīvotājiem? Vai tas nozīmē, ka priekšrocība ir reģionāliem projektiem iepretī nacionāla mēroga projektiem? Ja projekts tiek realizēts nacionāla mēroga kontekstā, vai tiks ņemts vērā, ka tas būs pieejams arī reģionos ar zemāko reģionālo IKP uz 1 iedzīvotāju? | Priekšroka tiek dod **projekta iesniegumam, kuru** **paredzēts īstenot** plānošanas reģionā ar mazāko reģionālo iekšzemes kopproduktu uz vienu iedzīvotāju (pēc pēdējiem aktuālajiem Centrālās statistikas pārvaldes datiem par pēdējo aktuālo kalendāra gadu).  Par plānošanas reģionu, kur tiek īstenots projekta iesniegums, tiek uzskatīta finansējuma saņēmēja reģistrācijas adrese. |
| 3.7. | Kā attiecināt 1. un 2. punktu mediju auditorijas pētnieku SIA X projekta idejai, kurā mēs nedigitalizējam savu uzņēmumu, bet paplašinām pētījumu bāzi visai nozarei?  Kopš tika uzsākta Atbalsta fonda finansējuma mērķauditorijas vajadzību apzināšana, nozares NVO viedoklis ir, ka paplašinātas pētījumu bāzes par sociālo mediju saturu būtu ļoti vēlama gan medijiem, gan reklāmdevējiem. SIA X projekta realizācija ir ļoti nozīmīgs atbalsts tieši medijiem: mūsu pakalpojums ir veidots mediju reklāmas tirgus dalībniekiem, lai tie iegūtu papildus zināšanas gan par Latvijas tirgu un konkurentiem, gan par ārzemju medijiem. Taču vērtēšanas kritēriji (1. un 2. punkts) pētījumu organizācijas SIA X projekta izredzes pasliktina, kaut gan realizējot mūsu projektu tiešo labumu gūst pat nevis viens, bet vesela virkne tirgus dalībnieku - primāri Atveseļošanas fonda programmas atbalstāmā grupa- mediji. Mūsu auditorijas pētījumu klienti 65% gadījumu ir vietējie mediji un pārējie 35% ir mediju aģentūras, kas pamatojoties uz referencējamiem datiem izdara lēmumus par labu reklāmdevēju reklāmas budžetu izlietošanai. Tā kā digitālā ceļa karte un mediju ētikas kodekss ir noteiktie kvalitātes kritēriji, bet nav līdzvērtīgi attiecināmi uz pētījumu organizācijām, SIA X rosina, ka nolikumā tiek paredzēti vai nepārprotami pielīdzināti uz pētījumu organizācijām attiecināmi kvalitātes kritēriji, piemēram, starptautiski atzītas balvas par projektā paredzēto metožu efektivitāti, vai fakts, ka pētījumu organizācija ir aktīvs biedrs mediju nozares asociācijā, kurai ir pieņemts ētikas kodekss, vai pierādāms fakts, ka pētījumu organizācija strādā saskaņā ar starptautiski atzītajiem ESOMAR standartiem. | Ministru kabineta noteikumi, kuru pielikumā ir pievienoti projektu iesniegumu vērtēšanas kritēriji, ir stājušies spēkā 29.02.2024., tādēļ tajos iekļautās prasības projektu iesniegumu atlases laikā netiks mainītas. Taču attiecībā uz punktu piešķiršanu kvalitātes kritērijā Nr. 4.6., kā iepriekš jau norādījām, iespējams pretendēt, ja projekta iesniegumā tiek apliecināts, ka projekta iesniedzēja klientiem (mediju uzņēmumiem) ir izstrādāts savs ētikas kodekss vai tie pievienojušies “Latvijas Mediju ētikas padomes” ētikas kodeksam. Turpretī digitālās attīstības ceļa kartes esamība sniedz papildu priekšrocību, bet tās neesamība neizslēdz projekta iesniedzēju no dalības projektu iesniegumu atlasē. Vēršam uzmanību, ka iespēja pretendēt uz papildu punktiem kvalitātes kritērijā tiek paredzēta nolūkā primāri atbalstīt uzņēmumus, kas paralēli veic vairākas digitālo transformāciju veicinošas aktivitātes (t.i., pastāv investīciju sinerģija). Mediju auditorijas pētījumu uzņēmuma gadījumā digitālās attīstības ceļa kartē ietvertajiem rekomendētajiem attīstības soļiem nav tiešā veidā jāatspoguļo 2.2.1.5.i pasākuma ietvaros plānotās darbības. |
| 3.8. | Lūdzam skaidrot punktu piešķiršanas sistēmu kvalitātes kritērijā Nr. 4.1.?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Punktu skaits kvalitātes kritērijā Nr. 4.1. tiks piešķirts atbilstoši eksperta vērtējumam par projektā paredzētajām aktivitātēm. Piemēram, ja projektā tiek plānots inovatīvs risinājums un digitālā platforma, un eksperts tos atzīst par atbilstošiem, tad tas rezultētos ar 6 punktiem. Arī gadījumā, ja tie ir divi inovatīvi risinājumi un divas digitālas platformas, punktu skaits ir līdzvērtīgs – punktu skaits netiek reizināts ar atbilstošu aktivitāšu skaitu. Tostarp, ja tiek plānotas divas digitālas platformas, bet vērtēšanas rezultātā par atbilstošu tiek uzskatīta viena, punktu skaits tiek piešķirts kā par digitālu platformu. Projekta iesniedzējs var pamatot, kura aktivitāte nodrošina kura apakškritērija izpildi (taču eksperta vērtējums būs izšķirošs, nosakot, vai projektā paredzēta ražošanas procesu efektivizācija, inovatīvi risinājumi, u.c.). |
| 3.9. | Kādā apmērā ir jānodrošina klientu skaita pieaugums, lai saņemtu punktus kvalitātes kritērijā Nr. 4.1.? Kādam īpatsvaram no visām izmaksām jāveido inovatīviem risinājumiem vai satura pielāgošanas izmaksām, lai projekta iesniegums saņemtu punktus kvalitātes kritērijā Nr. 4.1.?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Nav noteikts kvantitatīvs slieksnis izmaksām vai rezultātiem, kas jāsasniedz, lai saņemtu punktus kvalitātes kritērijā Nr. 4.1. Piemēram, 2 punkti piešķirami, ja projektā plānots ieviest inovatīvus risinājumus, kas radīs ietekmi – jaunus klientus, apgrozījuma ietekmi. Projekta iesniedzējam ir jānorāda plānotā ietekme ar kvantitatīviem datiem, taču netiek izvirzītas minimālās prasības, tieši kādā apmērā jānodrošina klientu skaita vai apgrozījuma pieaugums. |
| 3.10. | Vai šie abi - tests un LIAA ceļa karte - ir izslēdzošie kritēriji, piesakoties finansējumam? | Nē, kvalitātes kritērijs 4.5 “Digitālās attīstības izvērtējums” (sākotnējais digitālā brieduma testa un ceļa karte) nav izslēdzošs kritērijs, tas dod papildu punktus. |
| 3.11. | Projekta vērtēšanas metodika paredz ļoti plašu kritēriju klāstu, vērtējot izstrādājamo risinājumu ilgtspēju un ietekmi, bet pieteikuma anketa neparedz tādu vietu, kur šo ilgtspēju varētu izklāstīt. Kādā(s) projekta sadaļā(s) ir jāietver informācija, lai tiktu sasniegti šie kvalitātes kritēriji:  **4.1. Projektā plānotie mediju uzņēmuma attīstības ieguvu**mi - plānota satura pieejamības pielāgošana tirgus apstākļiem – kas radīs ietekmi, piemēram, auditorijas attīstību. Projekta iesniegumā norādītā informācija tiek vērtēta, ņemot vērā pievienoto mērķauditorijas raksturojumu pamatojošo informāciju (piemēram, mediju auditoriju pētījumi, abonēšanas un/vai tirdzniecības dati, tirāžu dati vai cita informācija, kas pamato auditoriju). Tiek vērtēts, vai informācija ir pamatota ar reālistiskiem, izmērāmiem un kvantitatīviem datiem atbilstoši auditorijas pētījumiem un mērījumiem;  **4.2.** **Projekta ietekme un atbilstība nozares attīstības virzieniem.** It kā jau šis atbilst mērķa definēšanas sadaļai, bet kur lai apliecina ietekmi uz konkrētiem izaicinājumiem?> Projekta iesniegumā norādītā informācija tiek vērtēta, ņemot vērā to, vai tiek risināti izaicinājumi, kurus rada, auditorijas mediju lietošanas paradumu izmaiņas, nepietiekamais digitalizācijas līmenis, auditorijai bez maksas pieejamais saturs, ražošanas izmaksu pieaugums un nepietiekamais ieņēmumu pieaugums u.c.  **4.3. Ilgtspējas efekts**. - Skaidri, precīzi un pilnībā aprakstīts projekta ilgtspējas efekts uz masu informācijas līdzekļa darbību, ir skaidri nākamie attīstības posmi un iespējamie finansējuma avoti  **4.4. Projekta iesniegumā plānotās digitālās attīstības pamatojums.** Projekta iesniegumā plānotais digitālo produktu, digitālo platformu, pakalpojumu un lietojumprogrammu izstrāde vai ieviešana ir pamatota, attiecīgi ir skaidri, precīzi un pilnīgi izskaidroti gan ieguvumi, kurus radīs digitālo tehnoloģiju ieviešana, gan paskaidrota saikne starp veicamajiem pasākumiem un ieguvumiem ? | Informāciju, kas apliecina atbilstību kvalitātes kritērijiem Nr. 4.1–4.4. aicinām norādīt projekta darbību aprakstā (projekta iesnieguma 1.2. punktā “Investīciju projekta darbības un sasniedzamie rezultāti (tai skaitā darbības, kuras saistītas ar Horizontālajiem principiem)”) vai pievienojot projekta iesniegumam brīvā formā sagatavotu papildu pielikumu. |
| 3.12. | Vai Jūs, lūdzu, varētu skaidrot, kā aizpildāma sadaļa Kopējie rādītāji ailē "Mērvienība"? Ja pareizi saprotu no metodikas, tad radītāji jau ir definēti kā MK noteikumos, vērtība nav jānorāda un metodikā mērvienība jau ir ierakstīta - "uzņēmumi". Tad ko īsti šeit prasa no mums? Tā arī jāatstāj, kā rakstīts? | Projekta iesnieguma sadaļā “Kopējie rādītāji” ailē Mērvienība pie katra no minētajiem rādītājiem nepieciešams norādīt “1 uzņēmums”. |
| 3.13. | Sadaļā Kopējie rādītāji ailē "Mērvienība" jānorāda "1 uzņēmums" pat, ja projekta partneri ir vairāki? | Skaidrojam, ka investīcijas pasākuma mērķis ir veicināt mediju nozares digitālo transformāciju un darbības pielāgošanu mūsdienu mediju patēriņa tendencēm digitālā vidē, vienlaikus veicinot vietējā mediju satura veidotāju ilgtspēju, saglabājot plurālistisku mediju tirgu un stiprinot noturību pret dezinformāciju. Attiecīgi arī par atbalstu saņēmušo uzņēmumu tiek uzskatīts tāds uzņēmums, kas projekta īstenošanas rezultātā sasniedz investīciju mērķi.  Sadaļā jānorāda uzņēmumi, kas saņem atbalstu digitālo produktu, pakalpojumu un lietojumprogrammu izstrādei vai ieviešanai. Lūdzam izvērtēt, vai tikai projekta iesniedzējs būs saņēmis atbalstu digitālo produktu un lietojumprogrammu izstrādei vai ieviešanai vai šo atbalstu būs saņēmis projekta iesniedzējs un sadarbības partneris.  Ja sadarbības partneris iesaistās projekta īstenošanā, bet pats negūst atbalstu digitālo produktu, pakalpojumu un lietojumprogrammu izstrādei vai ieviešanai, tad pie atbalsta saņēmēja jānorāda tikai finansējuma saņēmējs. |
| Attiecināmās izmaksas | | |
| 4.1. | Uz kuru no attiecināmo izmaksu pozīcijām “neatkarīga IT eksperta” piesaistīšana izmaksas būtu attiecināmas? | Šāda satura izmaksas ietilpst attiecināmo izmaksu lokā atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 16.3. apakšpunktam un iekļaujamas projekta iesnieguma Budžeta kopsavilkuma pozīcijā Nr.13.1. “Neatkarīga novērtējuma par projekta rezultātu sasniegšanu sagatavošanas izmaksas” |
| 4.2. | Neatkarīga IT eksperta piesaistīšanas izmaksas neietilpst administratīvo izmaksu limitā? | Tā kā šis ir neatkarīgs eksperts, kuru piesaista iepirkumu rezultātā, tad uz to neattiecas personāla izmaksu ierobežojums, kas ir 10%. |
| 4.3. | Vai ceļa kartes sagatavošanas izmaksas varēs attiecināt pie projekta izmaksām? | Nē, ceļa kartes sagatavošanas izmaksas projekta attiecināmajās izmaksas neietilpst. Vēršam uzmanību, ka atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 13.punktam Atveseļošanas fonda izdevumi ir attiecināmi no dienas, kad noslēgts līgums par projekta īstenošanu. |
| 4.4. | Vai uz projekta izmaksām varēs attiecināt tās izpētes izmaksas, kas tika investētas, lai sagatavotu projekta pieteikumu? (nodevumi bija pirms līguma slēgšanas). | Nē, jo šajā gadījumā izmaksas radušās nevis projekta mērķa sasniegšanai, bet atbalsta saņemšanai, tādēļ tās nebūtu attiecināmas. Vēršam uzmanību, ka atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 13.punktam Atveseļošanas fonda izdevumi ir attiecināmi no dienas, kad noslēgts līgums par projekta īstenošanu.  *(18.04.2024)* |
| 4.5. | Vēlējāmies precizēt par projekta vadības un īstenošanas personāla algām, kam noteikts maksimālā apmēra ierobežojums 10% no kopējās tāmes. Vai pareizi saprotam, ka maksimāli 10% no tāmes var būt personāla izmaksas? Ja mēs vēlamies produktu attīstīt paši ar savu IT resursu, tad maksimums 10% no tāmes, un tas nozīmē, ka mums vajag kādu 3. pusi, kas veic programmēšanas darbus? | Atbilstoši MK noteikumu Nr. 119 16.4. apakšpunktam attiecināmās izmaksas ir projektu vadības un projektu īstenošanas personāla izmaksas, nepārsniedzot 10 procentus no projekta kopējām attiecināmajām izmaksām, tostarp arī atlīdzība IT un citiem projektā iesaistītajiem speciālistiem. Personāla izmaksas, kas pārsniedz šo 10 procentu slieksni, ir sedzamas no finansējuma saņēmēja līdzekļiem. Savukārt iepērkot projekta īstenošanai nepieciešamo pakalpojumu saskaņā ar normatīvajiem aktiem publisko iepirkumu jomā, šāds procentuāls ierobežojums nepastāv. |
| 4.6. | Vai attiecināmajās izmaksās var iekļaut videokameru iegādi?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Kameru iegāde var tikt iekļauta attiecināmajās izmaksās atbilstoši MK noteikumu 16.1. apakšpunktam, ja tiek pamatota to iegādes nepieciešamība kopējā procesu digitalizācijā (piemēram, ražošanas procesā). |
| 4.7. | Vai atbalstāmajās darbībās var iekļaut mediju nozares uzņēmumam piederošas platformas modernizēšanu, lai piedāvātu labākus pakalpojumus medijiem?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Mediju nozares uzņēmumam piederošas platformas, kas nav medijs, modernizēšana ar nolūku nodrošināt labākus pakalpojumus medijiem nebūtu uzskatāma par atbilstošu MK noteikumos atbalstāmajām darbībām, jo tā būtu blakusprocesa modernizācija un nesaskan ar investīcijas galveno mērķi – veicināt tieši mediju digitālo transformāciju. |
| 4.8. | Vai grāmatvedības procesa automatizācija būtu atbalstāma projekta ietvaros?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Mediju nozares uzņēmuma grāmatvedības procesa automatizācija nav atbalstāma darbība, jo, līdzīgi kā iepriekšējā punktā, tā pati par sevi neveicina mediju digitālo transformāciju. |
| 4.9. | Vai projekta iesniegumam jāpievieno konkrēts skaits ar piedāvājumiem (cenu aptaujā)?  *(Konsultācija 19.04.2024.)* | Izmaksu apmēru projekta iesniegšanas brīdī ir nepieciešams pamatot, bet vēl nav nepieciešams nodrošināt konkrētu piedāvājumu skaitu no tirgus dalībniekiem (kā tas jau ir detalizētas cenu aptaujas gadījumā). Izmaksu apmēru var pamatot arī ar publiskajā vidē pieejamajām, projekta nepieciešamībai atbilstošu preču/pakalpojumu cenām (piemēram, piegādātāju/pakalpojumu sniedzēju tīmekļvietnēs norādītās cenas). Ja projekta vajadzībām nepieciešami nestandarta risinājumi, kuru izmaksas tiek noteiktas, sagatavojot individualizētu piedāvājumu, tad projekta iesniegumam būtu pievienojams šis piedāvājums. Šie piedāvājumi/informācija no publiskās vides pamato projekta iesniegumā plānoto izmaksu apmēru, bet negarantē tieši šāda apmēra izmaksu attiecināšanu nākotnē – uzsākot projekta īstenošanu, iepirkumi būs jāveic atbilstoši normatīvajiem aktiem par iepirkumu procedūru piemērošanu, publicējot paziņojumu par plānoto iepirkumu vai veicot detalizētu cenu aptauju (par šo noteikti vēl būs atsevišķs info seminārs tieši pirms projekta īstenošanas uzsākšanas). |
| 4.10. | Vai projektā var iekļaut licenču maksu? Ja jā, tad par kādu periodu? Vai tikai projekta realizācijas ietvaros vai arī testēšanas laikā (piem. 3 gadi no projekta realizācijas termiņa beigām). | Projekta īstenošanas laikā var saņemt licenču maksu, ja tā paredzēta digitālā risinājuma, platformas lietošanai, taču šādas samaksas iekasēšanas rezultātā nedrīkst veidoties neto ieņēmumi (proti, samaksa var tikt saņemta tādā apmērā, lai segtu uzturēšanas u.tml. izmaksas, un finansējuma saņēmējam jāveic šo izmaksu uzskaite). |
| 4.11. | Vai projekta attiecināmās izmaksas paredz arī izdevumus tehnisko speciālistu piesaistei tādām funkcijām, kā tirgus pētījumu veikšana un iepirkumu detalizētu specifikāciju sastādīšanai? Manuprāt, tas tiešā veidā attiecas uz MK noteikumu 119 punktu 16.1. - digitālo risinājumu, auditorijas pētījumu, aparatūras, sensoru, iekārtu, programmatūras, programmatūras licenču un informācijas tehnoloģiju infrastruktūras izstrādes, iegādes, uzstādīšanas un pielāgošanas izmaksas, bet pārliecības nav.  Vai saprotu pareizi, ka šis punkts paredz arī digitālo risinājumu pētījumu, ja ir tāda nepieciešamība? Un vai šis ir uzskatāms kā daļa no darbības 15.1. - mediju uzņēmumu ražošanas procesu digitalizācija un ražošanas procesu digitalizācijai nepieciešamo rīku izstrāde, iegāde vai atjaunināšana un modernizēšana; | Izdevumi, kas radušies izstrādājot iepirkumu tehnisko specifikāciju vai veicot tirgus izpēti, var tikt attiecināti projekta vadības un īstenošanas personāla izmaksu ietvaros. Šādas aktivitātes – tirgus izpēte un tehniskās specifikācijas sagatavošana – ir nepieciešamas, lai kvalitatīvi īstenotu MK noteikumu 16.1. apakšpunktā noteikto iegādi, izstrādi, bet šīs aktivitāte pati par sevi neatbilst MK noteikumu 16.1. apakšpunktā noteiktajām, bet gan 16.4. apakšpunktā noteiktajām izmaksām.  Digitālo risinājumu pētījumu (t.i., priekšizpētes) izmaksas šī pasākuma ietvaros nav attiecināmas. |
| 4.12. | Līdzīgs jautājums par augstāk minēto piesaistāmo tehnisko speciālistu - vai to varam tāmēt darba pakā, kas tieši attiecas uz izstrādājamo risinājumu padziļināto tirgus izpēti, jeb budžeta kategorijā Informācijas sistēmu izstrādes, ieviešanas un kvalitātes kontroles izmaksas"? | Tehniskais speciālists ir projekta īstenošanas personāls, attiecīgi tehniskā speciālista izmaksas var tikt attiecinātas kā projekta īstenošanas personāla izmaksas, ievērojot MK noteikumu 16.4. apakšpunktā noteikto procentuālo ierobežojumu šīm izmaksām. |
| 4.13. | MK noteikumos ietverts nosacījums, ka projektu vadības izmaksas nepārsniedz 10% no kopējās summas – vai šeit ir domāta iekšējā projektu vadība vai projektu vadība kopsummā? Mums uzņēmumā ir projektu vadītājs, kas būs atbildīgs par šo projektu, bet mājaslapas, aplikācijas un CRM izveidošana būs ārpakalpojumi, kur var būt arī savi projektu vadītāji. Vai visām projektu vadības izmaksām jābūt ir 10% ietvaros? | Šajā gadījumā 10% ierobežojums attiecas tieši uz šī Atveseļošanas fonda projekta kopējo vadību, kā arī īstenošanas personālu. Ja mājaslapas, aplikācijas, CRM izstrāde tiek iepirkta ārpakalpojumā, tad finansējuma saņēmējs arī iepērk šādu pakalpojumu, piemēram, aplikācijas izstrādi. Pakalpojuma sniedzēja projekta vadība jau attiecas nošķirti tieši uz šī pakalpojuma projekta vadību, un finansējuma saņēmējam kā pakalpojuma saņēmējam tirgus apstākļos nav iespēju noteikt, tieši kāds būs pakalpojuma sniedzēja noteiktās līgumcenas procentuālais sadalījums dažādās izmaksu pozīcijās. Turpretī, ja ārpakalpojuma ietvaros tiek iepirkti projekta vadības pakalpojumi, tad tiem ir piemērojams MK noteikumu 16.4. apakšpunktā noteiktais procentuālais ierobežojums. |
| 4.14. | Vai aplikācijas izveides un uzturēšanas izmaksas var attiecināt līdz 2026.gadam. Kā ir ar programmatūras maksu, jo dators vien nav izmantojams, nepieciešamas arī programmatūras, kā definēt šīs izmaksas? Vai ir attiecināmas licenču nomas izmaksas? | MK noteikumu 16.1.apakšpunktā kā pasākuma attiecināmās izmaksas noteiktas digitālo risinājumu izstrādes, iegādes, uzstādīšanas un pielāgošanas izmaksas. Uzturēšanas izmaksas uz izmaiņu pieprasījuma pamata rodas pēc sistēmas, risinājuma ieviešanas, kas MK noteikumu kontekstā nav paredzētas kā attiecināmās izmaksas projektos. Vienlaikus vēršam uzmanību, ka pēc izstrādes vai iegādes paredzēts garantijas laiks, kura ietvaros tiek novērstas konstatētās kļūdas funkcionalitātes darbībā. Tāpat 16.1.apakšpunktā paredzētas programmatūras licenču izmaksas. Ja finansējuma saņēmējs var pamatot, ka projekta rādītāju un mērķu sasniegšanai saimnieciski izdevīgāk un lietderīgāk ir licenču noma, šādas izmaksas būtu attiecināmas, bet par licenču darbības periodu projekta īstenošanas laikā. |
| 4.15. | Vai attiecināmajās izmaksās var iekļaut atlīdzību digitālajam darbiniekam, kam būs uzticēts pārbaudīt, vai tā platforma strādā, vai piepildīt ar saturu izveidoto mājaslapu, bet neskaitās kā projekta īstenošanas personāls. Tas nebūtu ārpakalpojums, bet uzņēmuma darbinieka cilvēks, kas īsti neveiks projekta īstenošanas personāla pienākumus. | Ņemot vērā digitālā darbinieka plānotos pienākumus un to, ka tas ir uzņēmuma darbinieks, šādas izmaksas būtu sedzamas no uzņēmuma finansējuma. Ja darba pienākumi saistīti ar platformas testēšanu un vērtējams kā projekta īstenošanas personāls, tad ir attiecināms 10% ierobežojums atbilstoši MK noteikumu 16.4.apakšpunktam. |
| Projekta iesnieguma aizpildīšana un pielikumi | | |
| 5.1. | Digitālā brieduma tests un ceļa karte mediju pētījumu uzņēmumam - kā jau minējāt, jādigitalizē ir mediji, un mūsu gadījumā tā arī sanāk, ka paši nemaināmies, bet uzlabosies mediju konkurētspēja, tam pieejamie dati un informācija. Kā šajā gadījumā uz mums (mediju pētījumu uzņēmumu) attiecas digitālā ceļa karte un brieduma tests? Jo tie ir par iesniedzēju, bet mēs paši sevi nedigitalizējam. | Digitālā brieduma tests un digitālās attīstības ceļa karte nav obligāta prasība, proti, projektu iesniegumu atlasē var piedalīties arī bez šī testa. Atsevišķiem uzņēmumiem ir veikti Eiropas Digitālo inovāciju centru digitālā brieduma testi, bet to ir iespējams veikt arī pie cita digitālā brieduma testa piedāvātāja.  Kvalitātes kritērija Nr. 4.5. būtība ir sniegt priekšrocību uzņēmumiem, kuru digitalizācijai veltītās investīcijas veido sinerģiju, proti, ir savstarpēji papildinošas. Mediju pētījumu uzņēmums, lai gan var būt projekta iesniedzējs un secīgi finansējuma saņēmējs 2.2.1.5.i investīcijas pasākumā, taču lielākajā daļā gadījumu neveidos papildinātību ar citām digitālās attīstības investīcijām attiecīgā uzņēmuma tvērumā, tādējādi, ņemot vērā kvalitātes kritērija Nr. 4.5. būtību, papildu punktus mediju pētījumu uzņēmums varētu nesaņemt.  Turpretī gadījumā, ja projektu paredzēts īstenot sadarbībā ar partneri – mediju nozares uzņēmumu - tad punktus šajā kritērijā var saņemt arī tad, ja kvalitātes kritērija Nr.4.5. prasības izpilda vismaz viens no sadarbības partneriem. Taču partneru piesaistei jābūt jēgpilnai, sadarbības partnerim iesaistoties projekta īstenošanā ar saviem resursiem. |
| 5.2. | Vai Jūs varat pateikt, kā tas ir iespējams, un vai, lai saņemtu ceļa karti, ir nepieciešams aizpildīt jauno testu (pašlaik mājaslapā esošais būtiski atšķiras no iepriekšējā - pagājušajā gadā pildītā)? | Gadījumā, ja projekta iesniedzējam ir veikts tikai digitālā brieduma tests, bet nav izstrādāta ceļa karte, iesniedzējs var pretendēt uz vienu papildu punktu kvalitātes kritērijā Nr. 4.5. (tam, ka EDIC piedāvātais digitālā brieduma tests atšķiras no uzņēmuma iepriekš veiktā, nav nozīmes). |
| 5.3. | Kā mediju auditorijas pētījumu uzņēmumam mums ir vismaz 20 klienti - mediju uzņēmumi. Līdz ar to nebūtu objektīvi, ja partneris būtu viens vai arī sanāk, ka par visiem 20, tad būtu jāatsaucas, jo mediju auditorijas pētījumu uzņēmumu specifika ir tāda, ka šie dati tiek doti par mediju tirgu kopumā un tirgus ir gandrīz visi mediji. | Piesaistot projektam partneri, jāņem vērā, ka partnera piesaistei jābūt jēgpilnai, proti, sadarbības partneris iesaistās projekta īstenošanā ar savā valdījumā vai īpašumā esošu mantu, intelektuālo īpašumu, finansējumu vai cilvēkresursiem.  Tos uzņēmumus, kas ir sadarbības partneri (klienti), projekta iesniegumā neiekļauj kā projekta sadarbības partnerus, ja neizpildās augstāk minētie nosacījumi. Vienlaikus skaidrojam, ka projekta ietekmi uz sadarbības partneru (klientu) attīstību var atspoguļot, to aprakstot projekta iesniegumā un pievienojot informāciju, kas apliecina sadarbību ar klientiem ārpus projekta. |
| 5.4. | Tiek digitalizēts nevis viens mediju uzņēmums, bet visi klienti, kas ir mediji - gan reģionālie, gan lielie. Līdz ar ko tiek taisīta digitālā ceļa karte, negribētu zaudēt punktus uz kritērijiem. Klienti (mediji) ir daudz, ja būtu viens vai divi, varētu attiecināt uz konkrētiem, bet viņi ir daudz.  Kā rīkoties digitālās ceļa kartes gadījumā, vai mums tāda ir jātaisa? SIA X šobrīd tādas kartes nav. Mūsu projekta ideja ir digitalizējot paplašināt pētījumu vidi klientiem, sniedzot tiem vairāk datu un zināšanas par tirgu un konkurentiem. | Digitālās attīstības ceļa karte nav izslēdzoša prasība, un vairāk ir attiecināma uz gadījumiem, kad iesniedzējs ir tieši mediju uzņēmums, tādējādi priekšrocību sniedzot uzņēmumiem, kas paralēli veic vairākas digitālo transformāciju veicinošas aktivitātes (t.i., atspoguļo investīciju sinerģiju). Projekta iesniegumu var iesniegt arī gadījumā, ja projekta iesniedzējam šādas digitālās attīstības ceļa kartes nav. |
| 5.5. | Tātad pašlaik nav iespējams iesniegt ceļa karti šim projektam un ja ceļa kartes izveide aizņem ap 2 mēnešiem - to vairs nav iespējams realizēt līdz projekta iesniegšanas termiņa beigām? | Saskaņā ar viena no diviem Eiropas digitālās informācijas centriem (EDIC) sniegto informāciju, katra situācija vērtējama atsevišķi, ņemot vērā tā brīža noslodzi, tomēr to vēl var pagūt izdarīt, nekavējoties vēršoties EDIC uz konsultāciju un uzsākot tālāko procesu. |
| 5.6. | Ja pareizi saprotu, tad digitālā brieduma tests un ceļa karte nav obligāts pasākums, piesakoties programmas finansējumam. Tomēr, vēloties tādu iegūt, man ir absolūti neskaidrs, kāpēc obligātā kārtā jāpiesakās uz LIAA finansējumu. Jau ilgāku laiku gaidu atbildi no EDIC, kuru eksperti arī nevar atbildēt uz šo jautājumu - kā lai iegūst šo ceļa karti, nepiesakoties LIAA finansējumam. Vai tas nozīmē, ka uz CFLA programmas atvēršanas brīdi šīs detaļas nav bijušas saskaņotas?  Lūdzu sniegt detalizētu skaidrojumu par to, kādā veidā ir izpildāmi CFLA pieteikšanās kritēriji, kas un kam ir jāiesniedz, lai iegūtu ceļa karti, nepiesakoties LIAA finansējumam? | Nav jāpiesakās uz Latvijas investīciju attīstības aģentūras finansējumu – ja vēlaties pretendēt uz papildu punktiem, ir jābūt veiktam digitālā brieduma testam un jāsaņem digitālās attīstības ceļa karte (vai arī tikai jāveic digitālā brieduma tests, ja papildus pretendējat uz vienu punktu). Tomēr tests šobrīd tiek veikts un ceļa karte tiek izstrādāta atveseļošanas un noturības mehānisma atbalsta ietvaros – tādējādi, ja uzņēmums saņemtu šos pakalpojumus kādā no Eiropas Digitālās inovācijas centriem (EDIC), tam tiktu piešķirts *de minimis* atbalsts (to piešķirtu EDIC). Ko un vai no ceļa kartē norādītajiem pasākumiem īstenot, ir paša uzņēmuma ziņā. Neskatoties uz to, ka Atveseļošanas un noturības mehānisma 2.2.1.1.i. investīcijas “Atbalsts Digitālo inovāciju centru un reģionālo kontaktpunktu izveidei” ietvaros Eiropas digitālās inovācijas centru sniegtie pakalpojumiem (digitālā brieduma tests, digitālās attīstības ceļa karte) sākotnēji tika veidoti ar nolūku dot iespēju citās Ekonomikas ministrijas izstrādātajās digitālās transformācijas atbalsta programmās, minētā ceļa karte neliedz norādīt arī citas nepieciešamās investīcijas, kas pieejamas ārpus Ekonomikas ministrijas atbalsta programmām.  Detalizēti:   * Uzņēmums vēršas EDIC, saņem apstiprinājumu, veic testu, tam tiek izstrādāta ceļa karte; * Uzņēmums tos iesniedz CFLA kopā ar atbalsta pieteikumu. |
| 5.7. | Īpašumtiesību struktūra: pieteicējam ir jāiesniedz apliecinājums par mediju uzņēmuma pakalpojumu sniegšanu vietējā vai reģionālā tirgū vai arī tirgus segmentā, kurā nav konstatējama būtiska citu dalībvalstu komersantu dalība. Vēlējos vaicāt, vai šis nozīmē, ka ja Latvijā reģistrēts medijs strādā 100% Latvijas tirgū, bet tā īpašniekam, kurš ir reģistrēts ārvalstīs, ir 50+% tiesības uz medija kapitāldaļām, tad šāds Latvijas medijs nekvalificējas CFLA finansējumam? | Informējam, ka tuvākajā laikā AF investīcijas 2.2.1.5.i pasākuma “Mediju nozares uzņēmumu procesu modernizēšana” atlases nolikumā tiks veikti grozījumi un minētais apliecinājums tiks izslēgts no iesniedzamo dokumentu saraksta (attiecīgi netiek ierobežota medija īpašumtiesību struktūrā iekļauto Latvijas/ārvalstu īpašnieku īpatsvars). |
| 5.8. | Vai projektā var ietvert gatava produkta papildus funkciju programmēšanu un sistēmas uzlabošanu? Piemēram, mājas lapa būs gatava 31.12.2024., CFLA projekta ietvaros paredzēts veikt papildus funkciju programmēšanu, mājas lapas uzlabošanu no 01.01.2025. Vai šāds projekts ir atbalstāms? | Pati aktivitāte pēc būtības ir atbalstāma, jo tā ir atbilstoši MK noteikumu 119. 15.1.apakšpunktam kā atbalstāmā darbība ir minēta mediju uzņēmumu ražošanas procesu digitalizācija un ražošanas procesu digitalizācijai nepieciešamo rīku izstrāde, iegāde vai atjaunināšana un modernizēšana. Taču vērtēts tiks viss projekta iesniegums kopumā, tajā skaitā atbilstoši kvalitātes kritērijiem, kur izvirzītas prasības plānoto risinājumu ietekmi uz mediju uzņēmuma attīstību, nozares attīstību, ilgtspēju, u.c. – tikai kopsakarā ar šiem kritērijiem būs nosakāms, vai projekta iesniegums ir atbalstāms. |
| 5.9. | Projekta dokumentācijā kā papildus kvalitātes kritērijs digitālās ir norādīts, ka uzņēmumam ir jāpievieno projekta iesniegumam digitālās attīstības ceļa karte uzņēmuma digitālās transformācijas īstenošanai. Sakiet lūdzu, kādā veidā ir jābūt izstrādātai digitālās attīstības ceļa kartei, vai ir iespējams sniegt piemēru?  Kā arī, vai nolikumā minētajam digitālā brieduma testam un digitālās attīstības ceļa kartei jābūt veiktai sadarbībā ar Eiropas digitālās inovācijas centru vai tā var būt uzņēmuma iekšējā dokumentācija, ņemot vērā, ka digitālā brieduma testa un ceļa kartes sagatavošanai nepieciešams ilgāks laiks (ilgāk kā projekta iesniegšanas termiņš) saskaņā ar EDIC noslodzi. | Digitālās attīstības ceļa karte ir pakalpojums, kuru Latvijā nodrošina divi Latvijas Eiropas digitālās inovācijas centri (EDIC) – Latvijas Informācijas tehnoloģiju klasteris un Latvijas Digitālais akselerators – sniedz savus pakalpojumus, lai ar digitālo tehnoloģiju ieviešanas palīdzību sniegtu atbalstu uzņēmumu konkurētspējas un digitālās transformācijas veicināšanā. Digitālās attīstības ceļa kartes paraugs ir norādīts Ministru kabineta 2022.gada 13. septembra noteikumu Nr. 577 pielikumā – šo ceļa karti pēc uzņēmuma pieteikuma izstrādā EDIC. Ja uzņēmums vēlas pretendēt uz 2 punktiem kvalitātes kritērijā Nr. 4.5., pakalpojums jāsaņem no EDIC. Turpretī, ja projekta iesniedzējs pretendē uz 1 punktu, projekta iesniedzējs var izvēlēties ārējo resursu, kurā veikt digitālā brieduma testu (piemēram, gudralatvija.lv, likta.lv). Iekšējais dokuments nav uzskatāms par atbilstošu punktu piešķiršanai kvalitātes kritērijā Nr. 4.5. |
| 5.10. | Vērtēšanas kritēriju 2.1. punkta 3) apakšpunktā ir norādīts, ka par satura veidošanā izmantotās valodas atbilstību pārliecību vērtējot gūst publiskajā vidē. Tādējādi radās jautājums, vai Konkursā var pieteikties medijs, kas ir reģistrēts Latvijā, atbilst visiem kritērijiem MK noteikumos, sniedz pakalpojumus priekš Latvijas iedzīvotājiem, bet radio stacijas saturs ir krievu valodā, ņemot vērā, ka ne MK noteikumos, ne Konkursa nolikumā šāda obligāta latviešu valodas izmantošana satura veidošanā nav prasīta? | Medijam ir jāveido saturs arī latviešu valodā, ņemot vērā, ka izšķirošais apstāklis tajā, ka nav ietekmes uz Eiropas Savienības iekšējo tirgus ir tas, ka saturs tiek piedāvāts latviešu valodā, jo valodu lieto mazs cilvēku skaits. |
| 5.11. | Mūsu digitālā ceļa karte attiecas uz vienu no vairākiem plānotajiem darbiem, kas saistīti ar digitālo transformāciju. Mūsu jautājums ir šāds: vai mēs saņemsim papildus divus punktus par digitālās kartes izstrādi, ja šī karte attiecas tikai uz vienu no plānotajiem digitalizācijas darbiem? | Sniedzot atbildi uz saņemto jautājumu, informējam, ka kritērija 4.5. prasības nenosaka uz kādu daļu no projekta kopējiem pasākumiem attiecas ceļa karte. Ja ceļa karte ir izstrādāta un pievienota projekta iesniegumam kopā ar digitālā brieduma testu, tad 2 punktus saņemt ir iespējams. |
| 5.12. | Informējāt, ka EDIC "jau šobrīd izsniedz ceļa kartes". Diemžēl situācija ir pretēja, jo no divām EDIC funkcijas pildošam biedrībām viena vēl pagaidām šādu pakalpojumu konkrētajai programmai neveic. | Abi Eiropas digitālās inovācijas centri nodrošina ceļa karšu izstrādes pakalpojumu, taču aicinām nekoncentrēties uz mēģinājumu pieprasīt ceļa kartes, kas būtu paredzētas specifiski šim pasākumam – tādas nav paredzētas, taču tādas arī netiek prasītas kritērija prasību izpildei, proti, digitālās attīstības ceļa kartē ietvertajiem rekomendētajiem attīstības soļiem nav tiešā veidā jāatspoguļo 2.2.1.5.i pasākuma ietvaros plānotās darbības. Kā tika norādīts seminārā, kvalitātes kritērija Nr. 4.5. būtība ir investīciju savstarpējā papildinātībā, un iespēja pretendēt uz papildu punktiem kvalitātes kritērijā tiek paredzēta nolūkā primāri atbalstīt uzņēmumus, kas paralēli veic (vai plāno veikt) vairākas digitālo transformāciju veicinošas aktivitātes (t.i., pastāv investīciju sinerģija). |
| Projekta iesniedzējs un partneri | | |
| 6.1. | MK noteikumi noteic, ka projekta iesniedzējs var būt persona:  1) kura ir īpašniece masu informācijas līdzeklim vai tās biedri ir masu informācijas līdzekļu īpašnieki, bet vienlaikus tā nav sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis un tā nav pilnībā vai daļēji piederoša publiskai personai;  2) kuras darbības veids pēc NACE klasifikatora ir tirgus un sabiedriskās domas izpēte un tā sniedz pakalpojumus medijiem, tai skaitā Latvijas tirgū veic mediju auditorijas pētījumus.    Lūdzam apstiprināt, ka nosacījums *“nav pilnībā vai daļēji piederoša publiskai personai”* neiekļauj piederību kapitālsabiedrībai, kurā publiskai personai pieder daļas. Sekojoši, lūdzam skaidrot, vai projekta iesniedzējs var būt juridiska persona, kura pieder kapitālsabiedrībai, kurā publiskai personai pieder daļas? Ja uz atbalstu nevar pretendēt persona, kura pieder publiskas personas kapitālsabiedrībai, lūdzam argumentēt šāda ierobežojuma būtību. | Projekta iesniedzējs var būt juridiska perona, kura pieder kapitālsabiedrībai, kurā publiskai personai pieder daļas. |
| 6.2. | Vai biedrības klasificējas kā projekta iesniedzēji? | Biedrības nav izslēgtas no projektu iesniedzēju loka – biedrība ir juridiska persona, un, ja tā ir reģistrēta Uzņēmumu reģistrā, tad jāskatās vai tā atbilst pārējām pazīmēm, kas ir izvirzītas, proti, vai tā ir īpašniece masu informācijas līdzeklim, vai tās darbības veids ir tirgus un sabiedriskās domas izpēte. |
| 6.3. | Ja pieteikumu iesniedz kopā ar partneriem, vai sasniedzamie rādītāji jānorāda par kopējo partneru sasniedzamo rezultātu, vai tikai par iesniedzēju? | Sasniedzamie rādītāji jānorāda par kopējo projekta rezultātu, ne tikai par projekta iesniedzēja daļu. Ja projekta ietvaros kopumā tiks radīti vairāki risinājumi, tad attiecīgi sasniedzamais rezultāts (rādītājs) būs šo risinājumu kopskaits.  Bet, ja tas ir viens risinājums/platforma, ko projekta ietvaros rada sadarbības partneris kopā ar projekta iesniedzēju, tad rādītājs ir viens, bet rādītājs attiecas uz projektu kopumā. |
| 6.4. | Projektu var iesniegt kopā ar sadarbības partneriem, tad pēc kādiem kritērijiem tie tiks vērtēti - vai tai jābūt asociācijai, vai pētījumu aģentūrai, vai tie var būt SIA un ja tie ir SIA- ir kritēriji kā darbinieku skaits, apgrozījums utt.? | Sadarbības partnerim prasības ir noteiktas attiecīgo MK noteikumu Nr. 119 22. punktā - sadarbības partnerim jābūt reģistrētam vismaz 2 gadus Uzņēmumu reģistrā, kas sniedz pakalpojumus masu informācijas līdzekļiem un atbilst šādām prasībām: tas nav sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis, nav pilnībā vai daļēji piederošs publiskai personai, tas ir īpašnieks masu informācijas līdzeklim vai līdzekļiem, apvieno masu informācijas līdzekļu īpašniekus, ir mediju auditorijas pētniecības uzņēmums. Attiecībā uz darbinieku skaitu, apgrozījumu papildu prasības nav izvirzītas. |
| 6.5. | Vai projekta iesniedzējs var būt ar uzkrātajiem zaudējumiem, kas lielāki par pusi no apmaksātā pamatkapitāla? | Pasākuma īstenošanas nosacījumi nenosaka projekta iesniedzēja uzkrāto zaudējumu maksimālo robežvērtību, taču vēršam uzmanību, ka projekta iesniedzējam jāpierāda kapacitāte īstenot projektu, tostarp finansiālās iespējas. Projekta iesniedzēja finanšu kapacitāte tiks skatīta, vērtējot kopsakarā arī citus finanšu rādītājus, taču projekta iesniedzēja uzkrātie zaudējumi to var negatīvi ietekmēt. |
| 6.8. | Sakiet lūdzu, vai pieteikuma anketas 2.2.Sadaļas tabula "Investīciju projekta saturiskā saistība ar citiem iesniegtajiem/ īstenotajiem/ īstenošanā esošiem projektiem" ir attiecināma tikai uz iesniedzēju vai arī uz partneriem? Vai vērtēšanas kritērijs 2.11. vērtē arī partneru projektus šajā gadījumā?  *2.11. Projekta iesniegumā ir ietverta informācija, kas apliecina dubultā finansējuma neesamību un plānoto demarkāciju vai sinerģiju ar projekta iesniedzēja īstenoto (jau pabeigto) vai īstenošanā esošo projektu atbalsta pasākumiem vai citu subjektu īstenotiem projektiem vai atbalsta pasākumiem.* | Jā, projekta iesnieguma sadaļā “Investīciju projekta saturiskā saistība ar citiem iesniegtajiem/ īstenotajiem/ īstenošanā esošiem projektiem” ir jānorāda arī sadarbības partnera saistītie projekti. |
| 6.9. | Ja uzņēmums, kurš izstrādātu digitālo rīku būtu iesniedzēja sadarbības partneris, kas atbilstu MK noteikumos un nolikumā norādītajiem kritērijiem, un šis sadarbības partneris palīdz izstrādāt digitālo rīku, šis sadarbības partneris paliek kā digitālā rīka turētāji, savukārt iesniedzējs būtu abonements/ lietotājs, vai šāds projekts iekļautos Konkursa noteikumos? | Projektā var iesaistīt sadarbības partneri, kas iesaistās projekta īstenošanā ar savā valdījumā vai īpašumā esošu mantu, intelektuālo īpašumu, finansējumu vai cilvēkresursiem. Taču vēršam uzmanību, ka ieguldījumi starp projekta iesniedzēju un sadarbības partneri nevar radīt pazīmes, kas raksturīgas iepirkumam, proti, projekta iesniedzējs un sadarbības partneris savā starpā nenorēķinās par sniegto pakalpojumu un precēm. Jautājumā nolasāms, ka aprakstītajā situācijā projekta iesniedzējs no sadarbības partnera pirktu pakalpojumu, kas neatbilst sadarbības nosacījumiem.  Turpretī, ja sadarbības partneris pēc rīka izstrādes ir tā turētājs, bet par izstrādi tas nesaņem atlīdzību no finansējuma saņēmēja (projekta iesniedzēja), tad šāda sadarbība ir atbilstoša. Pēc rīka izstrādes sadarbības partneris no lietotājiem var saņemt licences maksu tādā apmērā, kādā tā nepieciešama rīka uzturēšanai, bet sadarbības partneris nedrīkst gūt neto ieņēmumus (proti, licences maksas rezultātā gūtie ieņēmumi nedrīkst pārsniegt uzturēšanai nepieciešamos izdevumus). |
| 6.10. | Vai Konkursa ietvaros iespējams iesniegt projektu, izmantojot Sadarbības partneri (saistītu uzņēmumu), kas koordinētu projektā veicamo pasākumu ieviešanu saistīto uzņēmumu starpā? | Projektā var iesaistīt sadarbības partneri, tostarp sadarbības partneris var veikt tādas darbības kā projekta vadība un īstenošana, taču šī partnera iesaistei primāri jābūt ar mērķi nodrošināt projekta mērķa un rezultātu – digitālās platformas vai digitālā risinājuma – izveide nolūkā veicināt vietējā mediju satura veidotāju ilgtspēju, saglabājot plurālistisku mediju tirgu. |
| 6.11. | Ne visai skaidrs, ko nozīmē šis vārds "atbalsts". Plānotajā projektā sadarbības partneris ir arī mērķa uzņēmums, kas lietos izstrādātos risinājumus. Pa tiešo, savukārt, finansējumu (t.i. atbalsts šaurā nozīmē) saņem tikai iesniedzējs. Vai pareizi saprotu, ka partneris šajā gadījumā arī ir atbalsta saņēmējs? | Skaidrojam, ka, vērtējot projekta iesniegumu, jāgūst nepārprotama pārliecība par ieguldījumu rādītāja “uzņēmumi, kas saņem atbalstu digitālo produktu, pakalpojumu un lietojumprogrammu izstrādei vai ieviešanai” sasniegšanā  Pirmšķietami digitālā rīka lietotājus nevar ieskatīt rādītājā, ja lietotāja uzņēmums nav saņēmis atbalstu digitālā produkta izstrādei, bet ir tikai tā lietotājs.  Papildus skaidrojam, ka projekta ietvaros nav paredzēts augstāks punktu skaits par lielāku ieguldījumu rādītāja “uzņēmumi, kas saņem atbalstu digitālo produktu, pakalpojumu un lietojumprogrammu izstrādei vai ieviešanai” sasniegšanā.  Aicinām rādītāja mērvienībā norādīt tādu skaitu, ko nepārprotami var pierādīt.  Vienlaikus skaidrojam, ka informāciju par digitālā rīka lietotājiem var tikt vērtēta, piemēram, atbilstoši kvalitātes vērtēšanas kritērijam Nr.4.1. “Projektā plānotie mediju uzņēmuma attīstības ieguvumi”, kur var aprakstīt arī sadarbības partnera ieguvumus. |
| 6.12. | Vai viena juridiska persona drīkst pati iesniegt savu projektu un būt sadarbības partneris cita iesniedzēja projektā vienlaikus? | Pasākuma nosacījumi neierobežo vienas personas iespēju vienlaikus būt projekta iesniedzējam un cita projekta sadarbības partnerim. Taču vēršam uzmanību, ka sadarbības partnera iesaistei projektā jābūt pamatotai – proti, sadarbības partneris projekta īstenošanā ar savā valdījumā vai īpašumā esošu mantu, intelektuālo īpašumu, finansējumu vai cilvēkresursiem. Vienlaikus jābūt pamatojumam, kādēļ sadarbības partnera darbības nevar tikt iekļautas paša sadarbības partnera plānotajā projektā, kā arī jābūt nepārprotamai robežai starp šīm darbībām, lai nodrošinātu vienu un to pašu aktivitāšu un izmaksu nepārklāšanos starp diviem projektiem. |
| Projekta rezultātu uzturēšana un ilgtspējas nodrošināšana | | |
| 7.1. | Ministru kabineta noteikumu Nr. 104 6. punkts paredz, ka CFLA pēc veiksmīgas testēšanas tiek iesniegts PN akts, kas apliecina darbu pabeigšanu un trīs mediju nozares digitālo platformu vai digitālo risinājumu ieviešanu produktīvajā darbībā. Vai tas attiecas uz katru projekta iesniedzēju, šīs 3 platformas/digitālie risinājumi? | Nē, viena projekta ietvaros ir 1 platforma/ digitālais risinājums. Protams, tie var būt vairāki, bet minimālā prasība ir 1 platforma/ digitālais risinājums, norādītais rezultāts “3” attiecas uz šo atbalsta pasākumu kopumā. |
| 7.2. | Vai finansējuma saņēmējs digitālo risinājumu, piemēram, platformu:   * drīkst par maksu nodot lietošanā citām personām (piemēram, izsniedzot licences)? * drīkst platformu pārdot? | Finansējuma saņēmējs īstenošanas laikā drīkst saņemt licences maksu no citām personām par digitālā risinājuma lietošanu, taču šādi licences maksājumi nedrīkst veidot neto ieņēmumus, proti, finansējuma saņēmējs drīkst saņemt maksājumus tikai tādā apmērā, kāds nepieciešams risinājuma uzturēšanas izmaksu segšanai. Tas nozīmē, ka finansējuma saņēmējam jāuzskaita gan saņemtie licenču maksājumi, gan izdevumi.  Savukārt platformas pārdošana nav savienojama ar pasākuma mērķi, kas tostarp paredz vietējā mediju satura veidotāju ilgtspēju, saglabājot plurālistisku mediju tirgu. Ja platformu paredzēts pārdot, tā neizpilda šo ilgtspējas nolūku. Informācija par projekta ilgtspējas efektu, tostarp par nākamajiem attīstības posmiem ir norādāma arī projekta iesniegumā un tiek vērtēta kvalitātes kritērija Nr.4.3. ietvaros. |
| 7.3. | Vai projekts, kurā tiktu īstenotas sekojoši darbi digitālās transformācijas veikšanai un procesu modernizēšanai, iekļautos Konkursa noteikumos un būtu realizējams šī Konkursa ietvaros:  6.1. Pirmkārt - sistēmas programmatūras lietošanas tiesības, kas ir programmas daļas programma, iespējams ar 3 moduļiem, pašas radio programmas salikšana visām radiostacijām, otrkārt - signāla pārraidīšana uz torņiem, treškārt - modulis CRM un plānošana;  6.2. Ja tiks ieviests 6.1. punktā minētais pakalpojums, tad attiecīgi klāt ir vēl jāiegādājas tehnika raidīšanas torņiem, kas spētu šo minēto signālu uztvert un raidīt FM;  6.3. Sadarbības partneris izstrādātu digitālo rīku, kas veiktu klausītāju datu apstrādi un tādējādi varētu izvietot personalizētas reklāmas;  6.4. Licences ieviešana un iegādāšanās, kas ļautu izmantot šo digitālo rīku, ko partneris būs izstrādājis;  6.5. Licences ieviešana un iegādāšanās arī digitālam rīkam, kas palīdzētu pārdošanas aspektā izsekot piedāvājumu statusu. | Pirmšķietami aprakstītais risinājums varētu būt atbalstāms, taču pilnvērtīgu novērtējumu no šāda apraksta nevar izdarīt. |
| 7.4. | Attiecīgi, papildinot augstāk norādīto jautājumu un projektu – vai viens no uzņēmumu grupas (saistītām personām) var Konkursa ietvaros iesniegt projektu par visiem 6.1. – 6.5. punktos norādītajiem darbiem? | Vienā projekta iesniegumā var tikt ietvertas vairākas aktivitātes, taču visām aktivitātēm jābūt vērstām uz projekta iesniedzēja kā masu medija darbības attīstību. Ja kāda no aktivitātēm nav lietderīga šim medijam, bet gan kādam citam grupas uzņēmumam, kas nav projekta iesniedzējs, tad šāda aktivitāte un ar to saistītās izmaksas projektā nevar tikt ietvertas. |
| 7.5. | Vai projekts var būt uzsākts ātrāk vai tikai pēc līguma par parakstīšanas ar CFLA? | MK noteikumu 15.punkts paredz, ka darbs var būt uzsākts, bet nav pabeigts līdz ar projekta iesniegšanu, vienlaikus 13.punkts nosaka, ka izmaksas var būt segtas pēc līguma noslēgšanas.  Attiecīgi, piemērs: *Līgums par pakalpojumu var būt noslēgts pirms projekta iesniegšanas, līguma izpilde nevar būt pabeigta līdz līguma noslēgšanai ar CFLA. Rēķini un PNA par pakalpojumu, pēc līguma slēgšanas ar CFLA.* |
| 7.6. | Līdz kādam termiņam ir jābūt izpildītam darbam, ņemot vērā, ka MK noteikumu 5.1. apakšpunkts paredz rādītāja sasniegšanu (izveidota digitālā platforma vai digitālie risinājumi) līdz 30.06.2025., savukārt 38. punkts paredz, ka projektu var īstenot līdz 30.06.2026. | Noteikumi Nr.119 nosaka, ka mērķrādītājs – līdz 2025. gada 30. jūnijam ir izveidotas trīs digitālās platformas vai digitālie risinājumi, attiecīgā rādītāja sasniegšana programmā saskaņota ar Eiropas Komisiju. Kultūras ministrija ir konstatējusi nepieciešamību rādītāju sasniegšanu pagarināt līdz 2026.gada 30.jūnijam, attiecīgi arī Noteikumi Nr.119 nosaka, ka izdevumi ir attiecināmi līdz 2026. gada 30. jūnijam, tomēr rādītāju sasniegšanas termiņš šobrīd vēl nav izgrozīts.  Skaidrojam, ka, neskatoties uz to, ka izdevumu attiecināmība jau šobrīd ir 2026.gada 30.jūnijs, projekta iesnieguma vērtēšanas posmā, ņemot vērā šobrīd ar Eiropas Komisiju saskaņoto rādītāju sasniegšanas termiņu, tiks vērtēta projekta ietekme uz rādītāju sasniegšanu līdz 2025.gada 30.jūnijam.  Šobrīd izdevumu attiecināmības termiņš atļauj, ka, ka arī pēc risinājuma izstrādes ir veicami kādi noslēguma maksājumi, publicitātes aktivitātes. |