

**Balvas “Lielais loms 2026” vērtēšanas kritēriji nominācijā
“GADA IZAUGSME ZIVSAIMNIECĪBĀ”**

Novads _____,
Juridiskas personas nosaukums _____,
Īpašnieks vai vadītājs _____.

| Nr. p.k. | Rādītāji | Punktu skaits | Iegūtais punktu skaits ¹ |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------|
| 1. | Izaugsme un saimnieciskā darbība | | |
| 1.1. | Apgrozījuma pieaugums (%), 2025.gads salīdzinājumā ar 2024. gadu | | |
| | Nav apgrozījuma pieauguma vai līdz 1% | 0 | |
| | No 1,01 līdz 5% | 3 | |
| | No 5,01 līdz 10% | 5 | |
| | 10,01% un vairāk | 10 | |
| 1.2. | Apgrozījuma apjoma pieaugums (EUR), 2025. gads salīdzinājumā ar 2024. gadu | | |
| | Nav apgrozījuma pieauguma | 0 | |
| | Līdz EUR 15 000 | 3 | |
| | No EUR 15 001 līdz 50 000 | 5 | |
| | EUR 50 001 un vairāk | 10 | |
| 1.3. | Sociālās iemaksas par vienu darbinieku (2025. gads) | | |
| | Līdz EUR 1000 | 3 | |
| | No EUR 1001 līdz 1500 | 5 | |
| | EUR 1501 un vairāk | 10 | |
| 1.4. | Komerציālā rentabilitāte (pārskata gada peļņa salīdzinājumā ar neto apgrozījumu) * 100 | | |
| | Ja uzņēmums strādā ar zaudējumiem | 0 | |
| | Līdz 5% | 3 | |
| | No 5,01 līdz 10% | 5 | |
| | 10,01% un vairāk | 10 | |
| 1.5. | Apgrozījums uz 1 darbinieku (neto apgrozījums/vidējais darbinieku skaits) | | |
| | Akvakultūras uzņēmumiem | | |
| | Nav apgrozījuma | 0 | |
| | Līdz EUR 10 000 | 1 | |
| | No EUR 10 001 līdz 20 000 | 3 | |
| | No EUR 20 001 līdz 30 000 | 5 | |
| | EUR 30 001 un vairāk | 10 | |
| | Zvejas uzņēmumiem | | |

¹ ZST aizpilda tabulas 1. punktā norādītās ailes. Vērtēšanas komisijas pārstāvis aizpilda 2., 3., 4. punkta atbilstošās ailes, piešķirot attiecīgo punktu skaitu par katru kritēriju.

| | | | |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--|
| | Nav apgrozījuma | 0 | |
| | Līdz EUR 20 000 | 1 | |
| | No EUR 20 001 līdz 50 000 | 3 | |
| | No EUR 50 001 līdz 70 000 | 5 | |
| | EUR 70 001 un vairāk | 10 | |
| | Zivju apstrādes uzņēmums | | |
| | Nav izstrādes | 0 | |
| | Līdz EUR 20 000 | 1 | |
| | No EUR 20 001 līdz 50 000 | 3 | |
| | No EUR 50 001 līdz 70 000 | 5 | |
| | EUR 70 001 un vairāk | 10 | |
| 2. | Tirgus attīstība un noieta kanālu paplašināšana | | |
| 2.1. | Esošā tirgus dažādība | | |
| | Zvejas un apstrādes uzņēmumiem | | |
| | Tikai viens tirgus kanāls (vietējais pārdošanas punkts) | 1 | |
| | Vietējais kanāls + viens papildkanāls (HoReCa*, tirdziņi, u.c.) | 3 | |
| | Pārdošana vairākos Latvijas reģionos / vairāki tirgus kanāli | 5 | |
| | Stabils daudzkanālu tirgus (iekšējais tirgus + ilgtermiņa tirgus līgumi vai eksports) | 10 | |
| | Akvakultūras uzņēmumiem | | |
| | Tikai tiešā tirdzniecība no saimniecības | 1 | |
| | Tiešā tirdzniecība + viens pastāvīgs tirgus partneris (piemēram, vietējais veikals, restorāns) | 3 | |
| | Produkcija realizēta vairākās formās (dzīvā zivs, svaiga, kūpināta), kaut arī tikai tiešā tirdzniecībā | 5 | |
| | Regulāra piegāde vairākiem pircējiem vai Latvijas reģioniem / dažādi realizācijas formāti (tiešā tirdzniecība + HoReCa, sadarbības līgumi ar tirgotājiem un apstrādi, dažāda produkcija) | 10 | |
| 2.2. | Jaunu tirdzniecības virzienu attīstība | | |
| | Zvejas un apstrādes uzņēmumiem | | |
| | Nav izaugsmes, nav jaunu tirgus kanālu | 0 | |
| | Vienreizējs jauns sadarbības partneris tirgū | 3 | |
| | Regulāra produktu piegāde jaunam partnerim vai reģionam | 5 | |
| | Aktīva un stratēģiska jaunu tirgu apguve (līgumi, tirgus kanālu digitalizācija, tirgus paplašinājums vairākās valstīs vai reģionos) | 10 | |
| | Akvakultūras uzņēmumiem | | |
| | Nav izaugsmes, nav jaunu tirgus kanālu | 0 | |
| | Vienreizējs jauns sadarbības partneris tirgū | 3 | |
| | Ilgtermiņa sadarbība ar jaunu tirgus partneri vai reģionu | 5 | |
| | Uzņēmums mērķtiecīgi strādā produkta vērtības celšanā (fasējums, uzglabāšana, zīmols u.c.), sezonālā mazināšanā, tirgus kanālu attīstībā -digitalizēta pasūtīšana, e-tirgus utt.) | 10 | |
| 3. | Ilgspējības vai videi draudzīgu risinājumu ieviešana | | |
| | Nav ieviestu jaunu risinājumu | 0 | |
| | Atsevišķi, vienkārši pasākumi bez ilgtermiņa ietekmes | 3 | |
| | Viens ieviests vides risinājums ar praktisku ietekmi uz uzņēmuma darbību ilgtermiņā | 5 | |
| | Videi draudzīgas tirgus piegādes / materiāli / bioloģiski produkti | 10 | |
| 4. | Uzņēmuma redzamība un līdzdalība nozares atpazīstamībā | | |
| | Nav sabiedriskas vai nozares līmeņa iesaistes | 0 | |
| | Neliela vienreizēja aktivitāte (intervija, vietēja sadarbība) | 1 | |
| | Regulāra klātbūtne sociālajos kontaktos, medijos / lokāla līdzdalība | 3 | |

| | | | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--|
| | Dalība nozares pasākumos, aktīva viedokļa sniegšana, sadarbība ar valsts iestādēm | 5 | |
| | Atpazīstams zīmols, stratēģiska līdzdalība nozares attīstībā un sabiedriskās domas veidošanā | 10 | |
| | | | |
| | | KOPĀ | |

*HORECA – sabiedriskā ēdināšana viesnīcās, restorānos, kafejnīcās.

Vērtēja:

Datums: