



## Iepirkumu komisijas lēmums

Rīgā

21.03.2017.

### *Par iepirkuma procedūras izvēli*

VSIA „Latvijas Radio” iepirkumu komisija (turpmāk tekstā – Komisija), kuras sastāvs apstiprināts ar VSIA „Latvijas Radio” 2016. gada 4. februāra Valdes lēmumu Nr.1-8/A1-7 šādā sastāvā: Iepirkuma komisijas vadītāja Sabīne Maurīte, komisijas locekļi Juris Gavars un Guntars Plūcis.

Komisija ir saņēmusi 2017. gada 17. marta Sabiedrisko un starptautisko attiecību daļas vadītājas iesniegumu (reģ. Nr. 326/B2-9) ar iepirkuma ierosinājumu par kvantitatīvo mērījumu rezultātu 2017. gadam radio auditorijas pētījumu iegādei un 2017. gada 17. marta sabiedrības ar ierobežotu atbildību „TNS Latvia” apliecinājumu par to, ka šī ir vienīgā kompānija Latvijā, kas nodrošina minētā pakalpojuma sniegšanu, izmantojot radio dienasgrāmatu metodi.

### Izskatījusi iesniegtos dokumentus, Komisija **konstatēja un secināja:**

SIA „TNS Latvia” ir vienīgā kompānija Latvijā, kas veic radio auditorijas mērījumus, izmantojot radio dienasgrāmatu metodi un piedāvā šī pakalpojuma informācijas izplatīšanu un analīzi.

Ievērojot Pasūtītāja plānoto līgumcenu, kas ir 12 238.40 EUR, ir veicams iepirkums saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma 9.pantu. Tā kā situācija atbilst Publisko iepirkumu likuma 8.panta septītās daļas 2.punkta b) apakšpunkta un 8.panta astotās daļas nosacījumiem – pakalpojumu var nodrošināt tikai konkrēts piegādātājs tehnisku iemeslu dēļ, iepirkums ir veicams atbilstoši Publisko iepirkumu likuma 9.panta divdesmit pirmās daļas 1.punktam, t.i., nepublicējot paziņojumu par plānoto līgumu Iepirkumu uzraudzības biroja mājas lapā un nepiemērojot pretendentiem ar kuru tiek slēgti līgumi izslēgšanas gadījumus.

Nemot vērā visu iepriekš minēto, pamatojoties uz Publisko iepirkumu likuma 9.panta divdesmit pirmās daļas 1.punktu, kā arī 8. panta septītās daļas 2.punkta b) apakšpunktu un 8.panta astoto daļu, Komisija  **nolēma:**


1. Veikt iepirkumu „*Latvijas masu saziņas līdzekļu tirgus pētījums 2017.gadā – dati par masu saziņas līdzekļu auditoriju un tirgus apjomu*”, identifikācijas numurs: Radio 2017/IP-2, CPV kods: [79340000-9](#) Reklāmas un tirgdarbības pakalpojumi, atbilstoši Publisko iepirkumu likuma 9. panta divdesmit pirmās daļas 1.punktam, jo tas atbilst 8. panta septītās daļas 2. punkta b) apakšpunktam un 8. panta astotajai daļai – līgumu var noslēgt tikai ar konkrētu piegādātāju tehnisku iemeslu dēļ. Tehniskā specifikācija pievienota pielikumā (Pielikums Nr.1).
2. Uzaicināt iespējamo līguma izpildītāju SIA „TNS Latvia”, reģistrācijas numurs 40003162446, adrese: Kronvalda bulvāris 3-2, Rīga, LV-1010:
  - 2.1. iepazīties ar tehnisko dokumentāciju un iesniegt tehniskajai specifikācijai atbilstošu piedāvājumu un finanšu piedāvājumu;
  - 2.2. iesniegt pilnvaras oriģinālu, ja piedāvājumu paraksta pilnvarotā persona.

3. Finanšu piedāvājumā cenu norādīt euro (*EUR*) bez pievienotās vērtības nodokļa, atsevišķi norādot cenu ar pievienotās vērtības nodokli, iekļaujot visas izmaksas, kas rodas izpildot un nodrošinot pasūtījumu.
4. Gadījumā, ja piedāvājums neatbilst šajā lēmumā noteiktajai prasībai vai piedāvājums tiek atsaukts, Komisija turpmāk šo piedāvājumu neizskata un iepirkuma procedūra tiek pārtraukta.
5. Piedāvājuma iesniegšanai noteikt termiņu 10 (desmit) dienas no uzaicinājuma nosūtīšanas dienas.
6. Atbilstoši Publisko iepirkumu likuma 9.panta divdesmit pirmajai daļai npublicēt Iepirkumu uzraudzības biroja mājas lapā paziņojumu par plānoto līgumu, kā arī neveic izslēgšanas nosacījumu pārbaudi, bet savā mājas lapā internetā izvietot sarunu procedūras izvēles pamatojumu.

Saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma 9. panta divdesmit trešo daļu Komisijas lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā mēneša laikā no lēmuma saņemšanas dienas. Administratīvās rajona tiesas nolēmumu var pārsūdzēt kasācijas kārtībā Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamentā. Lēmuma pārsūdzēšana neaptur tā darbību.

Komisijas vadītāja:

Sabīne Maurīte  
\_\_\_\_\_  
(vārds, uzvārds)

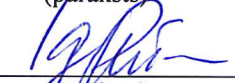
  
\_\_\_\_\_  
(paraksts)

Komisijas locekļi:

Juris Gavars  
\_\_\_\_\_  
(vārds, uzvārds)

  
\_\_\_\_\_  
(paraksts)

Guntars Plūcis  
\_\_\_\_\_  
(vārds, uzvārds)

  
\_\_\_\_\_  
(paraksts)



Iepirkuma

*„Latvijas masu saziņas līdzekļu tirgus pētījums 2017. gadā – dati par masu saziņas līdzekļu auditoriju un tirgus apjomu”*

**Tehniskā specifikācija**

Radio auditorijas pētījums ar radio dienasgrāmatu metodi (ceturkšņa un pēdējo divu ceturkšņu apkopojuma radio auditorijas mērījumi un elektroniskās datu bāzes piegāde klientam izmantošanai katru dienu) un reklāmu reģistra pētījums, lai katru dienu varētu sekot līdzi situācijai elektronisko mediju tirgū, analizēt auditorijas uzvedību, klausīšanās paradumus un kanālu konkurences ainu, analizēt reklāmas tirgus stāvokli un veikt pārraidīto reklāmu kontroli.

Līguma priekšmets: Latvijas masu saziņas līdzekļu auditoriju un tirgus pētījums 2017.gadā.

VSIA “Latvijas Radio” programmas: “Latvijas Radio 1”, “Latvijas Radio 2”, “Latvijas Radio 3 - Klasika”, “Latvijas Radio 4 - Doma laukums”, “Latvijas Radio 5 - Pieci.lv”, “Latvijas Radio 6 - NABA”.

Prasības: Radio auditorijas pētījums ar radio dienasgrāmatu metodi Latvijas iedzīvotāji vecumā 12-74 gadi, izlases lielums ~ 2000 respondentu ceturksnī periodos Pavasaris 2017 un Rudens 2017.

Rezultātu formāts: ceturkšņa un pēdējo divu ceturkšņu apkopojuma elektroniskās datu bāzes ar programmnodrošinājumu SuperNova.

Ceturkšņa elektroniskā atskaite: Easy Facts, ceturkšņa un pusgada atskaite Adobe Acrobat (.pdf) formātā.

Reklāmu reģistrs: ikmēneša radio reklāmu monitoringa datu bāze AdFacts formātā

Galvenie pētījumu rezultāti.

Radio vidējā un kopējā auditorija:

Laika joslu / Dienu / Vietas u.c. kopsavilkumos;

Radio auditorijas daļas un sociāli-demogrāfiskais auditorijas profils:

Laika joslu / Dienu / Vietas u. c. kopsavilkumos;

Radio auditorijas migrācijas analīzes iespējas;

Sasniegtās auditorijas grafiskās atskaites;

Reklāmas piesātinājuma uzskaites laika joslās:

Laika joslu/ Dienu/ Mēnešu griezumā;

Reklāmas džingļu klasifikācija;

Reklāmas kampaņu analīze Reklāmdevēju/ Marku / Džingļu līmenī:

Kopējais apjoms sekundēs/ bruto EUR.