

**«ՆՈՐ ԶՈՎՔ» ՍԱՀՄԱՆԱՓԱԿ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՄԲ
ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՑԱՆՑԻ
ԵՎ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ՄԻՋԵՎ ԱՐԴԱՐ ԱՌԵՎՏՐԻ
ԿԱՆՈՆՆԵՐԸ**

ԵՐԵՎԱՆ 2024

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ.....	3
ԳԼՈՒԽ I. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆ ՄԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ.....	4
ԳԼՈՒԽ II. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆ ՉԱՓԱՆԻՇՆԵՐԸ ԵՎ ՈՐՊԵՍ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆ ԴԻՏԱՐԿՎՈՂ ՀԱՆԳԱՄԱՆՔՆԵՐԸ.....	5
ԳԼՈՒԽ III. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԵՎ ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԳԸ.....	7
ԳԼՈՒԽ IV. ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՄԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԴԱԴԱՐԵՑՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ.....	8
ԳԼՈՒԽ V. ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՑԱՆՑՈՒՄ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ՑՈՒՑԱԴՐՄԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐԸ	9
ԴԻՄՈՒՄԻ ԶԵՎ.....	12

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

2024 թվականի հունվարի 16-ին ընդունվել են «Առևտրի և ծառայությունների մասին օրենքում լրացումներ կատարելու մասին» և «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» օրենքները, որոնցով, ի թիվս այլ հարցերի, սահմանվել են առևտրային ցանցի և մատակարարների հարաբերությունների ընդհանուր պահանջներ, ամրագրվել է առևտրային ցանցի պաշտոնական ինտերնետային կայքում հրապարակման ենթակա տեղեկատվության ցանկը, նախատեսվել են մատակարարի ապրանքի ընտրության չափանիշները և պայմանները, նոր մատակարարների մուտքն առևտրային ցանց, հստակեցվել է առևտրային ցանցի հետ կնքվող պայմանագրի էական պայմանները, սահմանվել են առևտրային ցանցի կողմից մատակարարին վճարման ենթակա առավելագույն ժամկետները, ինչպես նաև նախատեսվել է ապրանքների ցուցադրման պայմաններն առևտրային ցանցում, այդ թվում՝ ապրանքների գովազդման, ակցիաների իրականացման, արտոնությունների սահմանման կամ ապրանքների առաջխաղացմանն ուղղված այլ միջոցառումների իրականացման պայմանները և կարգը:

«Նոր Զովք» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության (այսուհետ՝ Ընկերություն) վերաբերյալ մշակվել են սույն կանոնները, որով երաշխավորվում է ընկերության կոնտրագենտների հետ հարաբերություններում արդար առևտրի, ազատ տնտեսական մրցակցության կանոնների պահպանումը: Սույն կարգով սահմանվում են հավանական մատակարարների ապրանքի ընտրության նվազագույն սկզբունքները և պահանջները, առևտրային ցանցում ապրանքի ցուցադրման պայմանները, մատակարարման հարաբերությունների դադարեցման հիմքերը:

**ԳԼՈՒԽ I. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆ
ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ**

1. Ընկերության կողմից հավանական մատակարարի ապրանքի ընտրության սկզբունքներն այն հիմնարար դրույթներն են, որոնցով ղեկավարվելով Ընկերությունը կազմակերպում է իր գործունեությունը, իր տնտեսական քաղաքականությունը կառուցելիս հիմնվում է դրանց վրա: Այդ սկզբունքներն են՝

1) Խտրական պայմանների սահմանման և կիրառման բացառում

Ընկերությունը բացառում է խտրական պայմանների սահմանումը և կիրառումը մատակարարների հետ հարաբերությունների հաստատման, ընթացիկ ու դադարեցման գործընթացում, բացառությամբ եթե առկա է ողջամիտ և օբյեկտիվ տարբերության հիմք՝ պայմանավորված տնտեսական պայմաններով (գործոններով) կամ առանձին խմբի կարգավիճակով:

2) Ողջամիտ ընտրողականություն

Ընկերությունն իրականացնում է մատակարարների և նրանց ապրանքների վերաբերյալ ներկայացված առևտրային առաջարկների մանրակրկիտ ուսումնասիրություն՝ Օրենքով և սույն կարգով նախատեսված կարգավորումներին համապատասխան ողջամիտ ընտրություն իրականացնելու նպատակով:

3) Հրապարակայնություն

Ընկերությունն իր կայքէջում հրապարակում է մատակարարներին և ապրանքներին ներկայացվող պահանջները, մատակարարների ընտրության գործընթացը, դիմելու ընթացակարգը, ինչով երաշխավորվում է մատակարարների կողմից Ընկերության հետ համագործակցություն սկսելու վերաբերյալ բոլոր պայմանների և ընթացակարգերի իմացությունը:

4) Երկկողմանի տնտեսական շահավետություն

Մատակարար և ապրանք ընտրելիս հաշվի են առնվում ինչպես Ընկերության, այնպես էլ մատակարարի տնտեսական շահավետությունը, որն է կողմին չի կարող պարտադրվել այնպիսի պայմաններ, որոնք ձեռնտու չեն նրան, խախտում են տնտեսական ազատության և ազատ տնտեսական մրցակցության պահանջը:

5) Միասնական պահանջներ և չափանիշներ

Ընկերության կողմից մատակարարների և ապրանքների ընտրությունն իրականացվում է բոլորի համար նախատեսված միասնական չափանիշների հիման վրա, որոնք միտված են ապահովելու

տնտեսական արդյունավետություն: Չի թույլատրվում պայմանագրի կնքումից հրաժարում այն հիմքերով, որոնք նախատեսված չեն ՀՀ օրենսդրությամբ և սույն կարգով:

ԳԼՈՒԽ II. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆ ՉԱՓԱՆԻՇՆԵՐԸ ԵՎ ՈՐՊԵՍ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆ ԴԻՏԱՐԿՎՈՂ ՀԱՆԳԱՄԱՆՔՆԵՐԸ

2. Մատակարարման պայմանագրերի կնքման նպատակով հավանական մատակարարների ապրանքն ընտրելիս Ընկերությունն առաջնորդվում է մատակարարին և ապրանքին ներկայացվող հետևյալ նվազագույն չափանիշներով՝

1) Իրավական չափանիշ՝

ա. Մատակարարը ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված կարգով գրանցված է որպես իրավաբանական անձ կամ անհատ ձեռնարկատեր:

բ. Մատակարարը չի գտնվում լուծարման գործընթացում:

գ. Մատակարարը սնանկ չի ճանաչվել, մատակարարի նկատմամբ սնանկության ընթացակարգեր չեն նախաձեռնվել:

դ. Ընկերության կամ շուկայի այլ մասնակիցների նկատմամբ մատակարարի կողմից իր պարտավորությունները չկատարելու կամ ոչ պատշաճ կատարելու փաստեր առկա չեն:

2) Մատակարարի կարողության չափանիշ՝

ա. Մատակարարի տրանսպորտային և լոգիստիկ հնարավորությունները (ինքնուրույն կամ պայմանագրի հիման վրա ներգրաված) թույլ են տալիս Ընկերության կարիքների համար նախատեսված քանակով և պարբերականությամբ ապրանքների առաքում Ընկերության համապատասխան մանրածախ առևտրի կետեր՝ սույն կանոններով նախատեսված պայմաններին համապատասխան:

բ. Մատակարարի կողմից պայմանագրի հիման վրա ստանձնած պարտավորությունները կատարելու կարողությունը կասկածի տակ դնող որևէ հանգամանք առկա չէ:

3) Ապրանքին ներկայացվող չափանիշներ՝

ա. Ապրանքն ընդգրկված է Ընկերության կողմից հրապարակված իրացման ենթակա ապրանքատեսակների ցանկում.

բ. Ապրանքները և դրանց փաթեթավորումը պետք է համապատասխանեն ՀՀ, ԵԱՏՄ օրենսդրությամբ սահմանված բոլոր պահանջներին: Բեռնարկղերը և փաթեթավորումը պետք է ապահովեն ապրանքների անվտանգությունը փոխադրման ընթացքում:

գ. Ապրանքները գրավադրված կամ կալանքի տակ չեն: Իրավասու մարմինները այդ ապրանքների իրացման արգելք չեն սահմանել:

դ. Ապրանքի մակնշումը, փաթեթավորումը պետք է համապատասխանեն ՀՀ-ում գործող օրենսդրության պահանջներին:

ե. Ապրանքների չափը համապատասխանում է առևտրային ցանցում տեղադրված դարակաշարերի չափերին:

զ. ՀՀ օրենսդրությամբ նախատեսված դեպքերում ապրանքը պարունակում է QR կոդ:

4) Ապրանքի գնային չափանիշ՝

ա. Ապրանքների առաջարկվող գինը պետք է լինի այնպիսին, որ միաժամանակ ապահովի ապրանքի իրացվելիությունը և Ընկերության շահութաբերությունը (մրցունակ գին): Գնի մրցունակության որոշման համար հիմք կարող են հանդիսանալ համանման ապրանքների արդեն իսկ գործող իրացման պայմանների, իրացվելիության և շահութաբերության վերաբերյալ առկա վիճակագրական տվյալները:

բ. Ապրանքների առաջարկվող գինը պետք է համապատասխանի Ընկերության առևտրային ցանցերում գործող գնային քաղաքականությանը՝ չունենալով էական շեղումներ Ընկերությունում վաճառվող համանման ապրանքների միջին գներից:

3. Մատակարար և ապրանք ընտրելիս Ընկերության համար որպես առավելություն դիտարկվում են հետևյալ հանգամանքները.

1) Մատակարարի մասով՝

ա. Մատակարարի կողմից սեփական արտադրանքն առևտրային ցանցում իրացման նպատակով ներկայացնելը:

բ. Մատակարարի և մանրածախ առևտուր իրականացնող այլ խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների միջև առաջարկվող ապրանքների մասով առկա համագործակցությունը¹:

գ. Մատակարարը տվյալ շուկայում գործունեություն է իրականացնում առնվազն մեկ տարի:

դ. Ի պատասխան Ընկերության առաջարկին՝ մատակարարը պատրաստակամություն է հայտնել Ընկերության հետ քննարկել ապրանքի տեսքը, չափը, մակնշումը և այլ հատկանիշներ:

ե. Մատակարարը հանդիսանում է ավելացված արժեքի հարկ վճարող:

2) Ապրանքի մասով՝

ա. Ապրանքի որակը բնութագրող միջազգային հավաստագրերի, սերտիֆիկատների առկայությունը:

բ. Սերտիֆիկատի առկայությունը, որով հավաստվում է, որ ապրանքն արտադրված է օրգանական գյուղատնտեսության կանոններով:

գ. Ապրանքի մակնշումը պարունակում է շտրիխ կոդ:

¹ Այլ տնտեսավարող սուբյեկտների հետ կնքված պայմանագրերը ներկայացվում են կամավոր, որոնց չներկայացումը չի կարող մեկնաբանվել ի վնաս մատակարարի:

**ԳԼՈՒԽ III. ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԵՎ ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ
ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԳԸ**

4. Մատակարարի և ապրանքի ընտրությունը տեղի է ունենում երեք եղանակով .

- 1) Ընկերության նախաձեռնությամբ կամ
- 2) Գործող մատակարարի կողմից համապատասխան առևտրային առաջարկ ներկայացնելու եղանակով կամ
- 3) Հավանական մատակարարի կողմից համապատասխան առևտրային առաջարկ ներկայացնելու եղանակով:

5. Ընկերության նախաձեռնությամբ նոր մատակարարի և ապրանքի ներգրավումը տեղի է ունենում այն դեպքում, երբ Ընկերության համապատասխան ստորաբաժանման կողմից բանավոր կամ գրավոր եղանակով ներկայացվում է պատվեր Ընկերության առևտրային ցանցերում կամ որևէ առևտրային օբյեկտում իրացման նպատակով լրացուցիչ ապրանք ներգրավելու վերաբերյալ:

6. Ընկերությունն իր նախաձեռնությամբ իրացման նպատակով լրացուցիչ ապրանք ներգրավում է .

- 1) Պայմանագրային հարաբերությունների մեջ գտնվող մատակարարներին լրացուցիչ ապրանք ներգրավելու վերաբերյալ առևտրային առաջարկ ներկայացնելու եղանակով .
- 2) Նոր մատակարարների որոնման արդյունքում՝ նրանց համապատասխան ապրանքը մատակարարելու վերաբերյալ առևտրային առաջարկ ներկայացնելու եղանակով .
- 3) Ընկերության ուժերով լրացուցիչ ապրանք ներգրավելու եղանակով:

7. Նոր ապրանքներ ներգրավելիս Ընկերությունը կարող է իրականացնել մրցույթներ, աճուրդներ և այլ միջոցառումներ լավագույն առաջարկները ստանալու նպատակով՝ նախապես հրապարակելով դրանց ընթացակարգը, դիմելու ձևը, անհրաժեշտ պայմանները:

8. Գործող կամ հավանական մատակարարը Ընկերությանը ներկայացնում է համագործակցության առաջարկ՝ գրավոր ներկայացնելով սույն կանոնների հավելվածով սահմանված ձևի դիմում:

9. Մատակարարի առևտրային առաջարկը համակողմանի քննարկելու և գնահատելու նպատակով Ընկերությունը կարող է մատակարարից պահանջել լրացուցիչ տեղեկատվություն դիմումում նշված տվյալների, այդ մատակարարի և նրա կողմից իրացման նպատակով

առաջարկվող ապրանքների վերաբերյալ, այդ թվում՝ կոնկրետ ապրանքներից նմուշներ՝ ուսումնասիրելու, փորձաքննության ներկայացնելու, փորձարկելու, հարցումներ իրականացնելու նպատակով:

10. Ընկերությունը գրավոր առևտրային առաջարկը քննարկում է այն ստանալուց հետո՝ ոչ ուշ, քան 15 աշխատանքային օրվա ընթացքում: Այն դեպքում, երբ մատակարարի ապրանքի ընտրության համար անհրաժեշտ են լրացուցիչ գործողություններ (փորձաքննության իրականացում և այլն), ապա ժամկետը կարող է երկարաձգվել մինչև 15 աշխատանքային օրով, եթե նշված գործողության իրականացման համար անհրաժեշտ չէ այլ ժամկետ, որի մասին առևտրային ցանցը գրավոր տեղեկացնում է առևտրային առաջարկ ներկայացրած հավանական մատակարարին:

11. Ընկերությունը մերժում է ներկայացված առևտրային առաջարկը, եթե

- 1) չեն բավարարվում մատակարարին կամ ապրանքին ներկայացվող նվազագույն չափանիշները,
- 2) դիմումը լրացվել է էական թերություններով, ինչը հնարավորություն չի տալիս քննարկելու առաջարկը, կամ դիմումը պարունակում է ոչ արժանահավատ տեղեկատվություն:

12. Ընկերությունն իրավունք ունի մերժել նվազագույն պահանջներին բավարարող մատակարարի կամ ապրանքի վերաբերյալ առաջարկը, եթե լրացված է առևտրային ցանցերում ցուցադրվող և իրացվող տվյալ տեսակի ապրանքների առավելագույն քանակը և չկա դրա ընդլայնման տնտեսական նպատակահարմարությունը՝ հաշվի առնելով տեղի սահմանափակ լինելը, մինչև այն ապրանքատեսակի գծով որոշակի թվից ավել մատակարարների հետ միաժամանակ աշխատելու տնտեսական նպատակահարմարության բացակայությունը:

13. Ընկերության կողմից բացասական որոշում ընդունվելու դեպքում այդ մասին տեղեկացվում է մատակարարին գրավոր եղանակով՝ դիմումում նշված ծանուցման եղանակով:

14. Այն դեպքերում, երբ ապրանքների իրացվելիքության ցուցանիշի վերաբերյալ չկան համապատասխան ելակետային տվյալներ, մատակարարին կարող է առաջարկվել որոշակի կարճ ժամանակահատված փորձնական ապրանքը իրացնել առևտրային ցանցի մեկ կամ մի քանի օբյեկտներում՝ առավել հստակ պատկերացում կազմելու համար: Փորձնական իրացում ապահովելը չի կարող մեկնաբանվել որպես մատակարարի առևտրային առաջարկի ընդունում:

15. Ընկերության կողմից առևտրային առաջարկի ընդունումից հետո տեղի է ունենում, համապատասխան պայմանագրերի կնքումը և ապրանքի մատակարարումը:

ԳԼՈՒԽ IV. ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՄԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԴԱԴԱՐԵՑՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ

16. Ընկերությունն իրավունք ունի միակողմանիորեն լուծել մատակարարի հետ կնքված մատակարարման պայմանագիրը, եթե՝

1) հաստատվել է փաստ, որի համաձայն՝ մատակարարը չի համապատասխանում սույն կանոններում նշված նվազագույն չափանիշներին:

2) մատակարարը թույլ է տվել Ընկերության հետ կնքված պայմանագրով սահմանված պարտավորությունների այնպիսի խախտում, որը բացասական ազդեցություն է ունեցել Ընկերության մրցունակության կամ տնտեսական գործունեության վրա:

3) մատակարարի կողմից մատակարարվող ապրանքների մասով, հիմք ընդունելով սույն կանոնների 17-րդ կետով նախատեսված հիմքերը, Ընկերությունը հրաժարվել է մատակարարի ապրանքից, իսկ այլ ապրանք Ընկերությանը չի մատակարարվում:

17. Ընկերությունն իրավունք ունի հրաժարվել գործող մատակարարման պայմանագրում ներառված ապրանքից, եթե՝

1) Հաստատվել է տվյալ, համաձայն որի՝ ապրանքը չի համապատասխանում սույն կանոններում նշված ապրանքին ներկայացվող նվազագույն չափանիշներին.

2) Ընկերությունը փոխել է հրապարակված ապրանքատեսակների ցանկը, ինչից հետո տվյալ ապրանքն այլևս ընդգրկված չէ Ընկերության առևտրային ցանցում իրացման ենթակա ապրանքատեսակների ցանկում.

3) Տվյալ ապրանքն այլևս չի ապահովում տվյալ ապրանքատեսակի համար իրացվելիության նվազագույն մակարդակ.

4) Ապրանքի վերաբերյալ առկա են բացասական արձագանքներ սպառողներից, ինչպես նաև լրատվական միջոցներում առկա են ապրանքը բացասական լույսի ներքո ներկայացնող նյութեր, որպիսի պարագայում ապրանքի իրացվելիության մակարդակը կարող է զգալիորեն իջնել.

5) Ապրանքի վերաբերյալ առկա է իրավասու պետական մարմնի կամ դատարանի որոշում, ակտ, որ այն կամ նրա փաթեթավորումը, մակնշումը կամ ապրանքային նշանը խախտում է ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջները, այլ անձանց իրավունքները և շահերը.

6) Այլ դեպքերում, եթե տվյալ ապրանքի իրացումը կհանգեցնի Ընկերության տնտեսական գործունեության վատթարացմանը:

ԳԼՈՒԽ V. ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՑԱՆՑՈՒՄ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ՑՈՒՑԱԴՐՄԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐԸ

18. Առևտրային ցանցում ապրանքների ցուցադրությունը կազմակերպվում է դարակաշարերում, ստենդներում, սառնարաններում, ինչպես նաև ապրանքների ցուցադրման համար նախատեսված այլ տեղերում ապրանքները ներկայացնելու միջոցով:

19. Համաձայն սույն կանոններով սահմանված սկզբունքների՝ բոլոր մատակարարների համար Ընկերության կողմից ապահովվում են հավասար հնարավորություններ ապրանքների ցուցադրման համար՝ հաշվի առնելով հետևյալ բնութագրիչները՝

1) ապրանքների իրացվելիության մակարդակը առևտրային ցանցում կամ տվյալ առևտրի օբյեկտում .

2) տվյալ ապրանքի՝ ցուցադրման ենթակա տեսականու քանակը .

3) տվյալ ապրանքի ցուցադրման հետ կապված ֆիզիկական առանձնահատկությունները (սառնարանային ապրանք, ծխախոտ, կշռովի ապրանք և այլն) .

4) ապրանքի արտաքին տեսքը, չափը, քաշը, համադրությունն ընդհանուր դարակաշարում ցուցադրված այլ ապրանքների հետ:

20. Ապրանքների ցուցադրության համար Ընկերությունն իրավունք ունի մատակարարներից ծառայության համար գանձել լրացուցիչ վճարներ կամ ստանալ զեղչեր մատակարարվող ապրանքների գներից:

21. Դարակաշարերում և այլ հատվածներում ցուցադրության համար նախատեսվող վճարի չափի որոշման համար հիմք են ընդունվում դրանց տեղը, դիրքը, կոնկրետ ապրանքի համար հատկացվելիք տեղի մակերեսը և այլ հանգամանքներ, որոնք ուղղակիորեն կապված են ապրանքի իրացվելիությունը խթանող հանգամանքների հետ:

22. Լրացուցիչ վճարի կամ մատակարարվող ապրանքից զեղչի դիմաց Ընկերության կողմից մատակարարներին առաջարկվում է մարքեթինգային լրացուցիչ միջոցառումներ, այդ թվում՝

1) Մատակարարի ապրանքային նշանով, գովազդով կամ այլ պատկերով ստենդների, սառնարանների, պադոնների տեղադրում Ընկերության առևտրային ցանցում,

2) Մատակարարի ապրանքային նշանի, գովազդի կամ այլ պատկերի տեղադրում սայլակների, զամբյուղների, պոլիէթիլենային տոպրակների վրա:

3) Մատակարարի նկարագրած պայմաններով և կարգով ակցիաների, ֆլեշմոբերի, պրոմո ակցիաների, համտեսների կազմակերպում և իրականացում Ընկերության առևտրային ցանցում,

4) Գովազդ Ընկերությանը պատկանող norzovq.am կայքում, բջջային հավելվածում, սոցիալական ցանցերի էջերում, ինչպես նաև այլ հարթակներում,

5) Մատակարարների վերաբերյալ արտաքին գովազդի կազմակերպում, բաներների տեղադրում, թռուցիկների, բուկլետների տարածում Ընկերության առևտրային ցանցում,

6) Մատակարարների վերաբերյալ վիդեոգովազդի կամ աուդիոգովազդի ներկայացում Ընկերության առևտրային ցանցերում,

7) Այլ մարքեթինգային միջոցառումներ:

ԴԻՄՈՒՄԻ ՁԵՎ

Հավանական մատակարարի կողմից առևտրային ցանցին ներկայացվող առևտրային առաջարկի վերաբերյալ

I. Ընկերության տվյալները .

Անվանումը	Կազմակերպ. իրավական ձևը	ՀՎՀՀ	Ծանուցման Հասցե	Հեռախոս	Էլ. հասցե

Նախընտրելի ծանուցման եղանակը՝ թղթային/էլեկտրոնային (ընդգծել պատասխանը)

Ընկերության կոնտակտային անձի տվյալները .

Հ/հ	Անուն, ազգանուն	Պաշտոն	Հասցե	Հեռախոս	Էլ. հասցե

(1-ից 8-րդ կետերը չեն լրացվում գործող մատակարարների կողմից)

1. Արդյո՞ք ընկերությունը գտնվում է լուծարման գործընթացում:

Այո / Ոչ

2. Արդյո՞ք ընկերությունը ճանաչվել է սնանկ կամ ընկերության նկատմամբ առկա են սնանկության ընթացակարգեր:

Այո / Ոչ

3. Նկարագրել ընկերության տրանսպորտային և լոգիստիկ հնարավորությունները (ինքնուրույն կամ պայմանագրի հիման վրա ներգրաված): Ի՞նչ կարգով է կազմակերպվում առաքումը համապատասխան մանրաձախ առևտրի կետեր:

4. Արդյո՞ք ընկերությունը ունի սեփական արտադրություն, արտադրված ապրանքների փաթեթավորման և պահեստավորման տարածքներ:

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

5. Արդյո՞ք ընկերությունը առևտրային գործունեությամբ զբաղվող այլ խոշոր մանրաձախ առևտրի օբյեկտների հետ առաջարկվող ապրանքների մատակարարման վերաբերյալ ունի կնքված վավեր պայմանագրեր: **Տեղեկատվությունը ներկայացվում է ըստ ցանկության:**

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

6. Արդյո՞ք ընկերությունն ունի գրանցված ապրանքային նշաններ:

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

7. Արդյո՞ք ընկերությունը տվյալ շուկայում գործունեություն է իրականացնում մեկ տարուց ավելի:

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

8. Արդյո՞ք ընկերությունը հանդիսանում է ավելացված արժեքի հարկ վճարող:

Այո / Ոչ

II. Ապրանքի տվյալները .

Հ/հ	Ապրանքի անվանումը	Ապրանքի նկարագիրը	Առաջարկվող ապրանքի միավորի գինը	Ամսական կտրվածքով առաջարկվող	Առաքումների քանակը և պարբերականությունը

--	--	--	--	--	--

9. Արդյո՞ք առկա են ապրանքի որակը բնութագրող միջազգային հավաստագրեր, սերտիֆիկատներ:

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

10. Արդյո՞ք առկա է սերտիֆիկատ, որով հավաստվում է, որ ապրանքն արտադրված է օրգանական գյուղատնտեսության կանոններով:

Այո / Ոչ

Այո-ի դեպքում նկարագրել

11. Արդյո՞ք ապրանքի մակնշումը պարունակում է շտրիխ կոդ:

Այո / Ոչ

12. Ընկերությունը պատրաստ է առևտրային ցանցի հետ քննարկել ապրանքի տեսքը, չափը, մակնշումը և այլ հատկանիշներ:

Այո / Ոչ

Լրացուցիչ նշումներ.

Սույն դիմումին կից ներկայացվում են հետևյալ փաստաթղթերը և ապրանքները (նկարագրել ապրանքները):

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	

Ստորագրելով սույն դիմումը՝ մատակարարը հաստատում է, որ ՀՀ օրենսդրության որևէ խախտում չի իրականացնում, իր պայմանագրային պարտավորությունները կատարելու է բարեխիղճ, առաջարկվող ապրանքները, դրանց մակնշումը, փաթեթավորումը համապատասխանում են ՀՀ տարածքում գործող օրենսդրությամբ սահմանված բոլոր պահանջներին:

Մատակարարի անվանումը	Անուն, Ազգանուն	Ստորագրություն

-- 2024թ.

