

**«ՏԻՏԱՆ-93 ՍՊԸ» ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՆԵՐՔՈ ՓՏՆՎՈՂ
ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՑԱՆՑԻ ԵՎ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ՄԻՋԵՎ
ԱՐԴԱՐ ԱՌԵՎՏՐԻ ԿԱՆՈՆՆԵՐԸ**

Սույն կանոնները մշակվել են «Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենքի 4.4-րդ գլխի դրույթների հիման վրա՝ ապահովելու համար «ՏԻՏԱՆ-93» ՍՊԸ-ի (այսուհետ՝ Ընկերություն) և մատակարարների կամ պոտենցիալ մատակարարների միջև արդար առևտրային հարաբերությունների հաստատումն ու ազատ տնտեսական մրցակցության սկզբունքների պահպանումը:

Այս կանոններով սահմանվում են հետևյալը՝

- **Հավանական մատակարարների ապրանքի ընտրության նվազագույն պահանջները և սկզբունքները,**
- **Ապրանքի ցուցադրման պայմանները Ընկերության առևտրային ցանցում,**
- **Մատակարարման հարաբերությունների դադարեցման հիմքերը:**

Սույն դրույթներն ուղղված են ապահովելու երկարաժամկետ, թափանցիկ և շահավետ համագործակցություն ինչպես Ընկերության, այնպես էլ մատակարարների համար:

ԳԼՈՒԽ I

**ՀԱՎԱՆԱԿԱՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՆԵՐԻ ԱՊՐԱՆՔԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՆՎԱԶԱԳՈՒՅՆ
ՊԱՀԱՆՋՆԵՐՆ ԵՎ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՄԿՋԲՈՒՆՔՆԵՐԸ**

«ՏԻՏԱՆ-93» ՍՊԸ-ն (այսուհետ՝ Ընկերություն), մատակարարման պայմանագրերի կնքման նպատակով հավանական մատակարարների և նրանց կողմից առաջարկվող ապրանքների ընտրության գործընթացում ղեկավարվում է արդար առևտրի և ազատ տնտեսական մրցակցության սկզբունքներով:

Սույն գլխով սահմանվում են՝

- **մատակարարներին և ապրանքներին ներկայացվող նվազագույն պահանջները,**

- Ընկերության կողմից կիրառվող ընտրության հիմնական սկզբունքները,
- ընտրության գործընթացի հիմնական փուլերը:

1. Մատակարարին ներկայացվող նվազագույն պահանջներ

1.1. Իրավական պահանջներ

Մատակարարը պետք է՝

ա. Գրանցված լինի ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված կարգով՝ որպես իրավաբանական անձ կամ անհատ ձեռնարկատեր:

բ. Չլինի լուծարման գործընթացում:

գ. Ունենա անհրաժեշտ լիցենզիաներ և թույլտվություններ՝ օրենսդրությամբ լիցենզավորվող գործունեություն իրականացնելու համար:

դ. Չլինի սնանկ ճանաչված կամ սնանկության ընթացակարգի մեջ:

ե. Անցյալում չունենա պարտավորությունների խախտման դեպքեր Ընկերության կամ շուկայի այլ մասնակիցների նկատմամբ:

1.2. Տնտեսական պահանջներ

ա. Ունենա ֆինանսապես կայուն վիճակ՝ պայմանագրային պարտավորությունները պատշաճ կատարելու կարողությամբ:

բ. Ոչ արտադրող մատակարարը պարտավոր է, ըստ անհրաժեշտության, ապացուցել ապրանքի օրինական ձեռքբերումը՝ ներկայացնելով համապատասխան փաստաթղթեր:

1.3. Լոգիստիկ կարողություններ

ա. Ունենա բավարար տրանսպորտային և լոգիստիկ ռեսուրսներ՝ Ընկերության մանրածախ կետերին համապատասխան ծավալներով և պարբերականությամբ ապրանք մատակարարելու համար:

բ. Ապրանքների առաքման գործընթացը պետք է համահունչ լինի Ընկերության գործող կարգերին:

2. Ապրանքին ներկայացվող նվազագույն պահանջներ

2.1. Ընդհանուր պահանջներ

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

բ. Ապրանքն ու դրա փաթեթավորումը համապատասխանում են ՀՀ և ԵԱՏՄ օրենսդրության պահանջներին:

գ. Ապրանքն ազատ է ծանրաբեռնվածություններից՝ գրավ, կալանք կամ արգելանք:

դ. Չափերը համապատասխան են առևտրային դարակաշարերին:

ե. Մակնշումը համապատասխանում է օրենսդրական պահանջներին:

զ. QR կոդի առկայությունը՝ օրենսդրությամբ նախատեսված դեպքերում:

է. Շտրիխ կոդի առկայությունը:

2.2. Գնային պահանջներ

ա. Գինը պետք է լինի մրցունակ՝ ապահովելով ապրանքի իրացվելիությունը:

բ. Պետք է ապահովվի Ընկերության շահութաբերությունը՝ համադրելի այլ մատակարարների առաջարկների հետ:

գ. Պետք է համապատասխան լինի Ընկերության գնային քաղաքականությանը:

3. Լրացուցիչ գնահատման չափանիշներ

Ընտրության ժամանակ կարող են հաշվի առնվել նաև հետևյալ գործոնները՝

ա. Մատակարարի կողմից սեփական արտադրություն, պահեստային տարածքների առկայություն:

բ. Այլ առևտրային ցանցերի հետ կնքված պայմանագրերի առկայություն:

գ. Գրանցված ապրանքային նշանների առկայություն:

դ. Որակի հավաստագրեր, միջազգային սերտիֆիկատներ:

ե. Օրգանական արտադրության հավաստագրեր:

զ. Գործունեության նվազագույն 2 տարվա փորձ տվյալ շուկայում:

է. Լրացուցիչ միջոցառումների իրականացում ապրանքի առաջխաղացման համար:

ը. Պատրաստակամություն ապրանքի ձևավորման, մակնշման հարցերում համագործակցելու:

թ. ԱԱՀ վճարող լինելու հանգամանքը:

4. Ընտրության սկզբունքներ

4.1. Ոչ խտրական մոտեցում

Ընկերությունը խուսափում է խտրական պայմանների սահմանումից, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ առկա են տնտեսական կամ իրավական հիմնավորումներ:

4.2. Ողջամիտ ընտրողականություն

Գնահատումն իրականացվում է՝ ելնելով իրավաչափ, տնտեսական և գործնական չափանիշներից:

4.3. Հրապարակայնություն

Ընկերությունը հրապարակում է ընտրության պայմանները և ընթացակարգը իր կայքէջում՝ ապահովելով թափանցիկություն:

4.4. Երկկողմանի շահավետություն

Ընտրությունը հիմնված է փոխշահավետ համագործակցության սկզբունքի վրա:

4.5. Միասնական մոտեցում

Բոլոր մատակարարները և ապրանքները գնահատվում են նույն չափանիշներով՝ ապահովելով արդար մրցակցություն:

5. Ընտրության կարգ

5.1. Ընկերության նախաձեռնությամբ

Նոր մատակարարներ կամ ապրանքներ ներգրավվում են Ընկերության ստորաբաժանումների առաջարկով:

5.2. Մատակարարի նախաձեռնությամբ

Հավանական մատակարարը կարող է ներկայացնել առևտրային առաջարկ՝ սույն կանոնների Հավելված 1-ով սահմանված ձևի համաձայն: Գործող մատակարարը՝ Հավելված 2-ով կամ «titansupermarket.am» կայքի միջոցով:

5.3. Առևտրային առաջարկների գնահատում

- Ընկերությունը կարող է պահանջել լրացուցիչ տեղեկություններ կամ նմուշներ:
- Առաջարկները քննարկվում են մինչև 15 աշխատանքային օրում:
Անհրաժեշտության դեպքում ժամկետը կարող է երկարաձգվել՝ ևս 15 աշխատանքային օրով:

5.4. Մերժման հիմքեր

- Մատակարարը կամ ապրանքը չեն բավարարվում նվազագույն պահանջներին:
- Դիմումը լրացվել է էական թերություններով:
- Ապրանքատեսակն արդեն բավարար ծավալով ներկայացված է առևտրային ցանցում:
- Նմանատիպ առաջարկների համեմատությամբ նախապատվությունը տրվել է այլ մատակարարին:

5.5. Ծանուցում

Որոշումը մատակարարին հաղորդվում է գրավոր՝ դիմումում նշված եղանակով:

5.6. Համագործակցության մեկնարկ

- Դրական որոշման դեպքում մատակարարին առաջարկվում է մուտքավճարի վճարում:
- Մուտքավճարի կատարմամբ սկսվում է պայմանագրային համագործակցությունը:

ԳԼՈՒԽ II

ԱՊՐԱՆՔԻ ՑՈՒՑԱԴՐՄԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐԸ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՑԱՆՑՈՒՄ

Ընկերության առևտրային ցանցում ապրանքների ցուցադրությունը կազմակերպվում է դարակաշարերում, հատուկ սարքավորումներում (օրինակ՝ սառնարաններ, ստենդներ), ինչպես նաև ապրանքների ներկայացման համար

նախատեսված այլ հատվածներում՝ **ապահովելով նվազագույնը մեկ տեսանելի ցուցադրական դիրք (ֆեյսինգ)** յուրաքանչյուր ապրանքի համար:

Ընկերությունը բոլոր մատակարարներին տրամադրում է **հավասար հնարավորություններ ապրանքների ցուցադրման համար**, միաժամանակ հաշվի առնելով հետևյալ գործոնները, որոնք կարող են ազդել ցուցադրման եղանակի և ծավալի վրա.

1. Ցուցադրման ձևաչափի որոշման հիմնական գործոնները

- ա. Ապրանքի իրացման իրական կամ կանխատեսվող ծավալը տվյալ առևտրային կետում,
- բ. Ներկայացվող տեսականու ընդլայնվածությունը (միևնույն ապրանքանիշի տակ առկա ապրանքների քանակը),
- գ. Ապրանքի ֆիզիկական հատկությունները՝ սառնարանային ռեժիմի անհրաժեշտություն, կշռովի կամ փաթեթավորված լինելու հանգամանք, հատուկ պահպանման պահանջներ և այլն,
- դ. Արտաքին տեսքը, չափերը, քաշը և ապրանքի համադրելիությունը տվյալ դարակաշարում արդեն ցուցադրված այլ ապրանքների հետ:

2. Ցուցադրման հետ կապված ֆինանսական պայմաններ

Ընկերությունն իրավունք ունի՝

- **գանձել ցուցադրման վճար**, կամ
- **ստանալ զեղչ մատակարարվող ապրանքներից,**

այն դեպքերում, երբ մատակարարի ապրանքները ցուցադրվում են Ընկերության առևտրային տարածքներում առանձնացված կամ շեշտադրված դիրքերում:

Ցուցադրման վճարի կամ զեղչի չափը որոշվում է՝ ելնելով հետևյալ չափանիշներից՝

- կոնկրետ տարածքի գտնվելու վայրը (մուտքի մոտ, կենտրոնական հատվածում և այլն),
- ապրանքի համար հատկացվող տարածքի մակերեսը,
- տվյալ դիրքի՝ ապրանքի իրացման վրա ունեցած ազդեցությունը (խթանիչ գործոններ),

- ցուցադրման սարքավորումների անհրաժեշտությունը:

3. Մարքեթինգային լրացուցիչ հնարավորություններ

Ցուցադրման դիմաց նախատեսված վճարի կամ գեղջի շրջանակում լնկերությունը կարող է մատակարարներին առաջարկել մարքեթինգային աջակցություն՝ ներառյալ հետևյալ միջոցառումները՝

- **Լրացուցիչ սարքավորումների տեղադրում**՝ ստենդներ, պադոններ, սառնարաններ,
- **Պրոմո-ակցիաներ և ֆլեշմոբեր**՝ կազմակերպված ըստ մատակարարի առաջարկած պայմանների,
- **Արտաքին գովազդի հնարավորություններ**՝ փոստեր, այլ վիզուալ միջոցներ,
- **Առօրինակ գովազդ**՝ իրականացվող լնկերության առևտրային օբյեկտներում,
- **Այլ մարքեթինգային միջոցառումներ**, համաձայն կողմերի միջև նախապես ձեռք բերված պայմանավորվածությունների:

4. Կողմերի համագործակցությունը ցուցադրման հարցում

- Մատակարարը պարտավոր է համագործակցել լնկերության հետ՝ ապրանքի պատշաճ ներկայացումը ապահովելու նպատակով:
- Ցուցադրման և մարքեթինգային աջակցության պայմաններն ամրագրվում են կողմերի միջև կնքվող առանձին պայմանագրով կամ մատակարարման պայմանագրի համապատասխան հավելվածում:

ԳԼՈՒԽ III

ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՄԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԴԱԴԱՐԵՑՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ

Լնկերությունն իր մատակարարների հետ գործընկերային հարաբերությունները իրականացնում է վստահության, իրավաչափության և արդյունավետության սկզբունքով: Միևնույն ժամանակ, ընկերությունն իրավունք ունի **դադարեցնել մատակարարման**

հարաբերությունները, եթե դրանք խաթարում են Ընկերության տնտեսական շահերն ու գործառնական կայունությունը:

1. Պայմանագրի միակողմանի լուծման հիմքեր

Ընկերությունն իրավունք ունի **միակողմանիորեն լուծել** մատակարարի հետ կնքված մատակարարման պայմանագիրը հետևյալ դեպքերում՝

1.1. Չափանիշներին չհամապատասխանելը

Մատակարարը այլևս չի բավարարում սույն կանոններում սահմանված **մատակարարին ներկայացվող նվազագույն իրավական, ֆինանսատնտեսական կամ տեխնիկական չափանիշներին**:

1.2. Պայմանագրային պարտավորությունների խախտում

Մատակարարը թույլ է տվել պայմանագրով ստանձնած պարտավորությունների էական կամ պարբերական խախտումներ, մասնավորապես՝

- ապրանքների մատակարարման ժամկետների կամ ծավալների խախտում,
- վճարումների ուշացում կամ չկատարում,
- պայմանագրով կամ օրենքով ամրագրված այլ պարտավորությունների խախտում:

Այս խախտումներն ունենալու են բացասական ազդեցություն Ընկերության գործունեության վրա:

1.3. Ապրանքի ընդունման մերժում

Եթե Ընկերությունը, սույն կանոնների հիման վրա, մերժել է մատակարարվող ապրանքներից որևէ մեկը, իսկ մատակարարի կողմից այլ ապրանքներ չեն մատակարարվում:

2. Առանձին ապրանքից հրաժարվելու հիմքեր

Ընկերությունն իրավունք ունի **հրաժարվել արդեն գործող մատակարարման պայմանագրով նախատեսված առանձին ապրանքատեսակից**, առանց ամբողջ պայմանագրի լուծման, հետևյալ դեպքերում՝

2.1. Նվազագույն չափանիշներին անհամապատասխանություն

Ապրանքը չի բավարարում սույն կանոններով սահմանված՝ ապրանքին ներկայացվող նվազագույն պահանջներին:

2.2. Ապրանքատեսակների ցանկի փոփոխություն

Ընկերությունը փոփոխել է իր կողմից հրապարակված իրացվող ապրանքատեսակների ցանկը, և տվյալ ապրանքը այլևս չի ընդգրկվում այդ ցանկում:

2.3. Նվազագույն իրացվելիության խախտում

Տվյալ ապրանքատեսակը չի ապահովում Ընկերության կողմից սահմանված նվազագույն վաճառքի կամ շրջանառության մակարդակը:

2.4. Սպառողական բողոքներ

Ընկերությունը պարբերաբար ստանում է հիմնավոր բողոքներ սպառողների կողմից տվյալ ապրանքի վերաբերյալ (որակ, անվտանգություն, արտահանում, սխալ մակնշում և այլն):

2.5. Իրավական խախտումների առկայություն

Ապրանքի վերաբերյալ առկա է իրավասու պետական մարմնի կամ դատարանի որոշումը, որ ապրանքը կամ ապրանքի փաթեթավորումը, մակնշումը կամ ապրանքային նշանը խախտում է ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջները, այլ անձանց իրավունքները և շահերը:

2.6. Տնտեսական նպատակահարմարության բացակայություն

Այլ իրավիճակներում, երբ տվյալ ապրանքի շարունակական մատակարարումը կարող է էականորեն վնասել Ընկերության տնտեսական շահերին կամ հանգեցնել գործունեության արդյունավետության նվազման:

Հավելված 1

ԴԻՄՈՒՄԻ ՁԵՎ

Հավանական մատակարարի կողմից առևտրային ցանցին ներկայացվող
առևտրային առաջարկի վերաբերյալ

I. Ընկերության տվյալները.

Անվանումը	Կազմ. իրավական ձևը	ՀՎՀՀ	Հասցե	Հեռախոս	Էլ. հասցե

Ընկերության կոնտակտային անձի տվյալները.

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

. Արդյո՞ք ընկերությունը գտնվում է լուծարման գործընթացում:

Այո	Ոչ

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

Այո	Ոչ

. ՀՀ օրենսդրությանը համապատասխան լիցենզավորման ենթակա գործունեություն

իրականացնելու դեպքում արդյո՞ք ընկերությունն ունի բոլոր անհրաժեշտ լիցենզիաները և թույլտվությունները:

Այո	Ոչ

. Նկարագրել ընկերության տրանսպորտային և լոգիստիկ հնարավորությունները կազմակերպվում առաքումը համապատասխան մանրածախ առևտրի կետեր:

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել	

. Արդյո՞ք ընկերությունը առևտրային գործունեությամբ զբաղվող այլ տնտեսվարող սուբյեկտների հետ (առևտրային ցանցեր) առաջարկվող ապրանքների մատակարարման վերաբերյալ ունի կնքված վավեր պայմանագրեր: Տեղեկատվությունը ներկայացվում է ըստ ցանկության:

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել	

. Արդյո՞ք ընկերությունն ունի գրանցված ապրանքային նշաններ:

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել	

--

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել փորձը	

. 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 քանակ	Առաքումների քանակը և պարբերականությունը

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել և կցել	

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել և կցել	

. Արդյո՞ք ապրանքի մակնշումը պարունակում է շտրիխ կոդ:

Այո	Ոչ

Ընկերությունը պատրա՞ստ 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

.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	

. Ստորագրելով սույն դիմումը՝ ընկերությունը հաստատում է, որ ինքը ՀՀ օրենսդրության որևէ խախտում չի իրականացնում, իր պայմանագրային պարտավորությունները կատարում է բարեխիղճ, առաջարկվող ապրանքները, դրանց մականշումը, փաթեթավորումը համապատասխանում են ՀՀ տարածքում գործող օրենսդրությամբ սահմանված բոլոր պահանջներին:

Անուն, Ազգանուն	Ստորագրություն

.--.2025p.

Հավելված 2

ԴԻՄՈՒՄԻ ՁԵՎ

Մատակարարի կողմից առևտրային ցանցին ներկայացվող ապրանքի վերաբերյալ
առևտրային առաջարկի

I. Ընկերության տվյալները.

Անվանումը	Կազմ. իրավական ձևը	ՀՎՀՀ	Հասցե	Հեռախոս	Էլ. հասցե

Ընկերության կոնտակտային անձի տվյալները.

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

Ապրանքի տվյալները.

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

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել և կցել	

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

Այո	Ոչ
Եթե, այո, ապա նկարագրել և կցել	

. Արդյո՞ք ապրանքի մակնշումը պարունակում է շտրիխ կոդ:

Այո	Ոչ

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

.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	
.	

. Ստորագրելով սույն դիմումը՝ ընկերությունը հաստատում է, որ ինքը ՀՀ օրենսդրության որևէ խախտում չի իրականացնում, իր պայմանագրային

պարտավորությունները կատարում է բարեխիղճ, առաջարկվող ապրանքները, դրանց մականշումը, փաթեթավորումը համապատասխանում են ՀՀ տարածքում գործող օրենսդրությամբ սահմանված բոլոր պահանջներին:

Անուն, Ազգանուն	Ստորագրություն

.--.2025թ.