

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ՆԵՐԳՐԱՎՈՒՄ

«Էվրի Դեյ» ՓԲԸ-ն (Այսուհետ Ընկերություն) իրացման համար նոր ապրանքներ ներգրավում է հետևյալ եղանակներով.

1. գործող մատակարարների կողմից նոր ապրանքներ ներգրավելու միջոցով,
2. նոր մատակարարների հետ համագործակցություն սկսելով,
3. սեփական ուժերով ապրանքներ ներգրավելու միջոցով:

Ապրանքներին ներկայացվող հատուկ պահանջները հետևյալն են.

1. Ապրանքի մակնշումը, փաթեթավորումը պետք է համապատասխանեն ՀՀ-ում գործող օրենսդրության պահանջներին: ՀՀ օրենսդրությամբ նախատեսված դեպքերում ապրանքը պետք է ունենա QR կոդ:
2. Ապրանքի մակնշումը պարունակում է շտրիխ կոդ:
3. Ապրանքների առաջարկվող գինը պետք է լինի մրցունակ, այն պետք է ապահովի ապրանքի իրացվելիությունը: Գնի մրցունակությունը որոշելիս նաև հաշվի է առնվում համանման ապրանքների գործող պայմանները և այլ մատակարարների կողմից առաջարկվող պայմանները՝ ի համեմատություն առաջարկվող ապրանքի:
4. Ապրանքի գնային առաջարկը Ընկերության համար պետք է ապահովի շահութաբերության այնպիսի ցուցանիշ, որը տվյալ ապրանքային խմբում ընկերության ունեցած շահութաբերության ցուցանիշից ցածր չէ:
5. Ընկերությունն իրավունք ունի Մատակարարին առաջարկել ապրանքների վաճառքները խթանելու համար մարքեթինգային առաջարկներ, որոնք հնարավորություն կտան նոր ապրանքների համար տեսանելիություն ապահովել: Մարքեթինգային առաջարկները չեն հանդիսանում վաճառքի, վաճառքի ծավալների բարձրացման երաշխիք:
6. Մատակարարի և ապրանքի ընտրությունը տեղի է ունենում Ընկերության նախաձեռնությամբ կամ Մատակարարի կողմից գրավոր կերպով համագործակցության առաջարկ ներկայացնելու եղանակով (warehouse@jur.am էլեկտրոնային փոստի հասցեին):
7. Մատակարարի առևտրային առաջարկն առավել մանրամասն գնահատելու համար Ընկերությունը կարող է մատակարարից խնդրել լրացուցիչ տեղեկատվություն մատակարարի և նրա կողմից իրացման նպատակով առաջարկվող ապրանքների վերաբերյալ, այդ թվում՝ կոնկրետ ապրանքներից

նմուշներ՝ ուսումնասիրելու, փորձարկելու, հարցումներ իրականացնելու նպատակով:

Նոր ապրանքատեսականու ավելացման հայտը կարող է մերժվել Ընկերության կողմից հետևյալ դեպքերում.

1. Jur.am կայքում տվյալ տեսակի ապրանքների հագեցած/գերհագեցած առկայության պատճառով, չկա տեսականու ընդլայնման տնտեսական նպատակահարմարություն՝ հաշվի առնելով պահեստում տեղի սահմանափակ լինելը, մինևույն ապրանքատեսակի գծով որոշակի թվից ավել մատակարարների հետ միաժամանակ աշխատելու տնտեսական նպատակահարմարության բացակայությունը:
2. Այլ մատակարարների և ապրանքների հետ համեմատության արդյունքում, այլ մատակարարներին կամ ապրանքներին տրվել է նախապատվություն:
3. Ընկերության կողմից բացասական որոշում ընդունվելու դեպքում այդ մասին տեղեկացվում է մատակարարին գրավոր եղանակով (էլեկտրոնային փոստով):

Դրական որոշում ընդունվելու դեպքում առաջարկվում է Մատակարարին վճարել ապրանքների գրանցման գումար: Կախված նրանից դա նոր ապրանքային խումբ է, նոր բրենդ, թե եղած ապրանքատեսակում մեկ այլ տեսակի ավելացում, գները կարող են լինել տարբեր: Ստորև ներկայացնում եմ համագործակցությունը սկսելու հնարավորությունները.

1. մեկնարկային մարքեթինգային փաթեթ, որի շրջանակներում կարող ենք ներգրավել 5-7 անուն ապրանք:
 - Այս փաթեթի շրջանակներում գրանցվում է առաջարկվող 5-7 անուն ապրանքը և իրականացվում է այդ ապրանքների վաճառք՝ 3 ամիս ժամկետով: Տվյալ ժամանակահատվածի ընթացքում տվյալ ապրանքներից որոշները ներառվում են ընկերության շաբաթական ակցիաներում:
2. եղած ապրանքատեսականիում ավելացում՝ յուրաքանչյուր ապրանքի գրանցման համար 3,000 ՀՀ դրամ (ներառյալ ԱԱՀ) ծառայության վճար:

Ընկերությունում ապրանքների ցուցադրությունը կազմակերպվում է ընկերության պաշտոնական կայքում և հավելվածում՝ համապատասխան ենթաբաժիններում:

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԱՊԱՍԿՏԻՎԱՑՈՒՄ (ԴԵԼԻՍՏԻՆԳ)

Ապրանքները կարող են Ընկերության կողմից դիտարկվել, որպես դելիստինգի ենթակա ապրանք և հանվել վաճառքից հետևյալ դեպքերում.

1. Վերջին մատակարարման ամսաթվից անցել է 3 ամիս և ավել:
2. Վերջին ամսվա ընթացքում գրանցվել է գրոյական վաճառք:
3. Դադարեցվել է տվյալ ապրանքային խմբի վաճառքը:
4. Ապրանքի պիտանելիության ժամկետի կարճ լինելը թույլ չի տալիս արդյունավետ կազմակերպել վաճառքները:
5. Մեկնարկային կամ ընթացիկ մարքեթինգային փաթեթի շրջանակներում ներգրաված ապրանքների վաճառքը այդ փաթեթի ակտիվ լինելու ընթացքում էապես քիչ է եղել (ավելի քան 75%-ով՝ ֆիզիկական քանակները հաշվի առնելով) տվյալ ապրանքային խմբում միջին ցուցանիշներից (այս դեպքում մատակարարին ուղարկվում է վիճակագրություն և հիմնավորում էլեկտրոնային փոստով):
6. Ապրանքի մատակարարման **գինը բարձրացել է** ավելի քանի 15%-ով դելիստինգին նախորդող 3 ամսվա ընթացքում, միանվագ կամ աստիճանաբար, այն պարագայում, երբ մրցակից ապրանքների մատակարարման գները չեն փոփոխվել, կամ փոփոխվել են ոչ ավել, քան 7.5%-ով (Ընկերությունը պարտավոր չէ այս դեպքում ներկայացնել վիճակագրություն):
7. Ընկերության Գնումների բաժնի հիմնավոր կարծիքով, հաճախորդների կողմից արձագանքների հիման վրա, կամ շուկայում առկա տեղեկատվության համաձայն տվյալ ապրանքի **որակում** ի հայտ են եկել ոչ մեկանգամյա, շարունակական բնույթ կրող վատթարացումներ:

Դելիստինգի որոշում կայացնելու դեպքում **Ընկերությունը պարտավոր է Մատակարար ընկերությանը տեղյակ պահել էլեկտրոնային փոստով՝ նշելով ապրանքի անվանումը և դելիստինգի որոշման պատճառը**: Փոխադարձ համաձայնությամբ կարող են դիտարկվել մարքեթինգային առաջխաղացման գործիքների կիրառությունը՝ 5-րդ կետի պայմանների պահպանմամբ:

Մարքեթինգային առաջխաղացման գործիքներից հրաժարվելու դեպքում Ընկերությունը կարող է Մատակարարից խնդրել ապրանքի վերադարձ կատարել և դադարեցնել տվյալ ապրանքների ցուցադրությունն ու վաճառքն իր առցանց հարթակներում: Մարքեթինգային առաջխաղացման գործիքներից օգտվելը չի կարող հանդիսանալ առաջխաղացման ակտիվ շրջանից հետո ապրանքների վաճառքի շարունակության երաշխիք. ապրանքները դելիստինգի ենթակա են նշված պատճառներից որևէ մեկի կամ մի քանիսի առկայության դեպքում:

Ընկերությունը դելիստինգի որոշումները դիտարկում է դեպք առ դեպք: