

Գնագոյացում և Գնային քաղաքականություն

Հարգելի այցելու,

Շնորհակալություն «Մեդիա Ինթերնեշնլ Մերվիս» ՓԲ ընկերության կողմից մատուցվող ծառայություններով հետաքրքրվելու համար: Այստեղ կարող եք ծանոթանալ մատուցվող գովազդային ծառայությունների գնային քաղաքականությանը և գնագոյացմանը:

ԳՆԱՑԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

«Մեդիա Ինթերնեշնլ Մերվիս» ՓԲ ընկերության գլխավոր տնօրենի 01.04.2013թ. հրամանով հաստատվել է ընկերության կողմից որպես գործակալ իրացվող (վաճառվող) գովազդային ծառայությունների ներքոգրյալ գնային քաղաքականությունը.

«Մեդիա Ինթերնեշնլ Մերվիս» փակ բաժնետիրական ընկերությունը հանդիսանում է «Արմենիա ԹԻ-ՎԻ», «Շանթ», «Ա-ԹիՎի», «Արմնյուզ» և «Երկիր Մեդիա» հեռուստաընկերությունների (այսուհետ՝ Հեռուստաալիքներ) գործակալը գովազդային ծառայությունների իրացման (վաճառքի) հետ կապված՝ համաձայն կնքված գործակալության պայմանագրերի:

Վերոգրյալի հիման վրա ընկերությունն իրավունք ունի կնքելու վերը նշված հեռուստաընկերությունների էթերով գովազդի տեղաբաշխման և տարածման (հեռարձակման) վերաբերյալ գովազդային ծառայությունների վճարովի մատուցման պայմանագրեր:

Գովազդային ծառայությունները իրացվում (վաճառվում) են երեք տարբերակներով՝

1. wGRP18+ միավորով (վարկանիշային) վաճառք,
2. ընկերով (կամ օրերով) վաճառք,
3. հեռուստահաղորդումների շրջանականներում (հովանավորության) վաճառք:

1. Վարկանիշային վաճառք

Վարկանիշային վաճառքի դեպքում ծառայության ծավալը և արժեքը հաշվարկելու համար որպես չափման միավոր հիմք է ընդունվում wGRP18+ միավորը, որի արժեքը ձևավորվում է ընկերության կողմից սահմանված բազային դրույքաչափի և կիրառելի հաշվարկման պայմանների համադրության միջոցով:

Յուրաքանչյուր դեպքում պատվիրատուն ընտրում է պայմանները, որոնցով մատուցվելու են ծառայությունները (փաթեթ): Յուրաքանչյուր փաթեթի համար ձևավորվում է տվյալ փաթեթի՝ որպես առանձին ծառայության, միավորի արժեքը՝ կախված ծառայությունների պայմաններից:

Նույնական պայմաններում ծառայությունների արժեքի թույլատրելի տարբերությունը կարող է լինել մինչև 20 (քսան) տոկոս՝ անկախ պատվիրատուից:

2. Րոպեով վաճառք.

Րոպեով վաճառքի դեպքում ծառայության ծավալը և արժեքը հաշվարկելու համար որպես չափման միավոր հիմք է ընդունվում թույլ կամ օրերի քանակը, որոնց ընթացքում հեռարձակվելու է համաձայնեցված տևողությամբ գովազդ:

3. Հովանավորության վաճառք

Հեռուստահաղորդումների շրջանակներում վաճառքի դեպքում ծառայության ծավալը և արժեքը հաշվարկելու համար որպես չափման միավոր հիմք է ընդունվում հաղորդումների քանակը կամ ամիսը, որի ընթացքում հեռարձակվող հաղորդումների շրջանակներում հեռարձակվելու է գովազդ:

ԳՆԱԳՈՑԱՑՈՒՄ

Վարկանիշային վաճառք. Վարկանիշային վաճառքի դեպքում գնագոյացումը իրականացվում է հիմք ընդունելով տվյալ ժամանակաշրջանի համար սահմանված բազային դրույքաչափը և ընկերության կողմից հաստատված հաշվարկման պայմանները՝ հաշվարկը կատարելով հաշվարկման էլեկտրոնային ավտոմատացված համակարգի միջոցով:

Էլեկտրոնային ավտոմատացված համակարգի միջոցով ձևավորված ծառայությունների արժեքի թույլատրելի տարբերությունը նույնական պայմաններում կարող է լինել մինչև 20 (քսան) տոկոս՝ անկախ պատվիրատուից:

Համապատասխան ժամանակահատվածի և հեռուստաընկերության համար սահմանված բազային դրույքաչափերը որոշվում են ընկերության կողմից և հրապարակվում ընկերության կայքում:

Վարկանիշային վաճառքով մատուցվող գովազդային ծառայությունների ծավալը և արժեքը որոշելու համար կողմերը որպես հաշվարկման հիմք են ընդունում wGRP 18+ միավորը: Ընդ որում, կողմերը հաստատում են, որ wGRP 18+ միավորի հաշվարկման և պայմանագրի համաձայն կարգավորվող հարաբերությունների համար բացառիկ հիմք են հանդիսանում «Nielsen Admosphere» խմբի կողմից արտոնագրված «Ադմոսֆեր Արմենիա» ՓԲԸ-ի՝ միջազգային ստանդարտներին համապատասխան տրամադրված տվյալները, որոնք պարտադիր են Կողմերի համար:

Ընդունելով ընկերության կողմից առաջարկվող պայմանները և ստորագրելով համապատասխան գովազդային ծառայությունների վճարովի մատուցման պայմանագիրը պատվիրատուն հաստատում է, որ ծանոթացել է հաշվարկման պայմաններին, որոնց կիրառման արդյունքում ձևավորվում է ծառայությունների արժեքը՝ ընկերության կողմից սահմանված գնային քաղաքականությանը և հաշվարկման էլեկտրոնային ավտոմատացված համակարգի միջոցով:

Հաշվարկման պայմաններով սահմանվում են այն իրադարձությունները(փաստերը) և դրանց հետևանքները, որոնց առկայության (վրա հասնելու) դեպքում գործում են հաշվարկման պայմաններով սահմանված հետևանքները (հաշվարկման գործողությունները) բազային դրույքաչափի նկատմամբ: Ընդ որում միաժամանակ բազային դրույքաչափի ավելացում և պակասեցում նախատեսող հետևանքների առկայության դեպքում՝ սկզբից կիրառվում են ավելացում նախատեսող հետևանքներ, այնուհետև՝ պակասեցում նախատեսող:

Հաշվարկման պայմաններով կատարվում է ծառայությունների **WGRP 18+** միավորի գնագոյացումը և ձևավորված գինը հաստատվում է Կողմերի փոխադարձ համաձայնությամբ պայմանագրով սահմանված կարգով:

Ընկերությունն իրավունք ունի ցանկացած ժամանակ փոփոխել հաշվարկման պայմանները, որի դեպքում պայմանագրի շրջանակներում փոփոխությունները գործում են պատվիրատուի կողմից դրանց ծանոթանալու պահից և դրանից հետո կնքված Գովազդային պատվերների կամ Գովազդային պատվերների փոփոխությունների նկատմամբ, եթե կողմերը գրավոր այլ համաձայնություն չկնքեն: Կասկածներից խուսափելու համար կողմերը հաստատում են, որ հաշվարկման պայմանների փոփոխությունները չեն տարածվում մինչև պատվիրատուի կողմից դրանց ծանոթանալը կնքված գովազդային պատվերների նկատմամբ, եթե կողմերը գրավոր այլ համաձայնություն չկնքեն:

Էլեկտրոնային ավտոմացված համակարգը հաշվարկում է ծառայության արժեքը բազային դրույքաչափը համադրելով հետևյալ հաշվարկման պայմանների հետ՝

Իրադարձություն	Հետևանք
Գովազդային բյուջեի ծախսման ծրագրով սահմանված ամսական ծավալների պահպանում	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 20%-ով
Բյուջեի բաշխումը ըստ հեռուստաալիքների Կատարողի առաջարկին համապատասխան	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 10%-ով
Բրենդի Գովազդի 100% -ի հեռարձակումը ՀՀ-ում բացառապես Հեռուստաալիքներով	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 30%-ով տվյալ Բրենդի Գովազդի նկատմամբ
Բրենդի Գովազդի 90% -ի հեռարձակումը ՀՀ-ում բացառապես Հեռուստաալիքներով	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 25%-ով տվյալ Բրենդի Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում Գովազդային բլոկի առաջին կամ վերջին դիրքում	Բազային դրույքաչափի ավելացում 40%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում Գովազդի բլոկում իր ընտրած դիրքում, բացառությամբ առաջին և վերջին դիրքերի	Բազային դրույքաչափի ավելացում 30%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
ՀՀ-ում առաջին անգամ գովազդվող Բրենդի Գովազդի դեպքում	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 5%-ով տվյալ Բրենդի նկատմամբ հեռարձակման առաջին չորս շաբաթվա ընթացքում
Գովազդային հոլովակում մեկից ավելի Բրենդների Գովազդի դեպքում	Բազային դրույքաչափի ավելացում 40%-ով տվյալ Գովազդի /գովազդային հոլովակի/ նկատմամբ
Գովազդային բյուջեի ծախսման ծրագրով նախատեսված երեք ամսվա կանխավճար կատարելու դեպքում	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 5%-ով
Գովազդային բյուջեի ծախսման ծրագրով նախատեսված վեց ամսվա կանխավճար կատարելու դեպքում	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 10%-ով
Գովազդային բյուջեի ծախսման ծրագրով նախատեսված տասներկու ամսվա կանխավճար կատարելու դեպքում	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 15%-ով
Ծրագրի միջոցով Ժամանակացույցի ինքնաշխատ	Նման կերպ հեռարձակված Գովազդի Բազային

(ավտոմատ) կազմման տարբերակով Գովազդի հեռարձակում, բայց ոչ ավել, քան Գովազդային բյուջեի 20%-ի չափով	դրույքաչափի պակասեցում 15%-ով
Գովազդի հեռարձակում հունվար ամսին	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 45%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում փետրվար ամսին	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 30%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում հուլիս ամսին	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 10%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում օգոստոս ամսին	Բազային դրույքաչափի պակասեցում 20%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում հոկտեմբեր ամսին	Բազային դրույքաչափի ավելացում 15%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում նոյեմբեր ամսին	Բազային դրույքաչափի ավելացում 20%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդի հեռարձակում դեկտեմբեր ամսին	Բազային դրույքաչափի ավելացում 25%-ով տվյալ Գովազդի նկատմամբ
Գովազդային բյուջեի չափից ելնելով	Ընկերության կողմից սահմանված չափով և Գովազդային բյուջեից կախված համամասնությամբ Բազային դրույքաչափի պակասեցում 5-ից 55%-ի սահմաններում

Ընդհանուր վաճառք և հովանավորություն. Գովազդային ծառայությունները գնագոյացումը բույսով վաճառքի և հովանավորության դեպքում ձևավորվում է հեռարձակվող ժամային գոտիների և հեռուստահաղորդումների վարկանիշային տվյալներից ելնելով՝ հաշվի առնելով նշված դիրքում գովազդի դիտողականությունը և լսարանի քանակը:

«Մեդիա Ինթերնեշնլ Մերվիս» ՓԲ ընկերությունը բաց է ՀՀ տարածքում հեռարձակվող և գովազդային գործունեություն ծավալող ցանկացած այլ հեռուստաընկերության հետ համագործակցության համար: