

Շրջակա միջավայրի նախարարությունը, ի դեմս գլխավոր քարտուղարի պ/կ Արկադի Խաչատրյանի, որը գործում է նախարարության կանոնադրության հիման վրա, այսուհետ՝ «Պատվիրատու», մի կողմից, և «Դուպլինգ Սփեյս» ՍՊԸ-ն, ի դեմս տնօրեն Հայկ Սիմոնյանի, որը գործում է Ընկերության կանոնադրության հիման վրա, այսուհետ՝ «Կատարող», մյուս կողմից, երկուսը միասին՝ այսուհետ՝ «Կողմեր», ղեկավարվելով ՀՀ քաղաքացիական օրենսդրությամբ և հիմք ընդունելով կողմերի միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «№ ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագրի (այսուհետ՝ Պայմանագիր) 1.2, 2.4.1, 2.2.4 և 7.5 կետերը, փոխադարձ համաձայնությամբ կնքեցին սույն համաձայնագիրը (այսուհետ՝ Համաձայնագիր) հետևալի մասին:

1. Համաձայնագրի առարկան

- 1.1. Կողմերը որոշեցին 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «№ ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագիրը լրացնել՝
 - 1.1.1. վճարման ժամանակացույց հավելվածով՝ համաձայն Հավելված №1-ի,
 - 1.1.2. «Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (OOH)» փուլային ծառայությունների մատուցման (ծեղքբերման) նկարագրով (տեխնիկական բնութագիր)՝ համաձայն Հավելված №2-ի,
 - 1.1.3. «Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (OOH)» փուլային ծառայությունների մատուցման (ծեղքբերման) նախահաշիվը՝ համաձայն Հավելված №3-ի:

2. Այլ պայմաններ

- 2.1. Համաձայնագրի պայմանները կիրառվում են մինչև համաձայնագիրն ուժի մեջ մտնելը կողմերի միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ից փաստացի ծագած հարաբերությունների նկատմամբ և գործում է մինչև կողմերի պայմանագրով ստանձնած պարտավորությունների ողջ ծավալով կատարումը:
- 2.2. Կատարողը պարտավոր է Համաձայնագրի կատարման նպատակով կնքված պայմանագրերի կամ համաձայնագրերի կամ հաշիվ-ապրանքագրերի կամ երրորդ անձանց կողմից ներկայացված, Համաձայնագրով նախատեսված ծառայությունների կամ աշխատանքների գնագոյացմանը վերաբերող այլ փաստաթղթերի պատճեն, դրանք կնքելուց կամ հաստատելուց կամ ստանալուց հետո 25 (քսանհինգ) աշխատանքային օրվա ընթացքում ներկայացնել Պատվիրատուին:
- 2.3. Պատվիրատուին տրամադրել Պայմանագրի 2.3.2 կետով նախատեսված «Կենսաբանական բազմազանության մասին» կոնվենցիայի քարտուղարության ներկայացուցչի համաձայնությունը (այդ թվում՝ էլեկտրոնային փոստով ստանալու դեպքում)՝ Ծառայության մատուցման փուլային նկարագրի ու հանձնման-ընդունման արձանագրության վերաբերյալ:
- 2.4. Եթե Կատարողը Համաձայնագրի կատարման նպատակով պարտավորություններ է ստանձնել երրորդ անձանց առջև, սակայն Պատվիրատուի գործողությունների կամ անգործության հետևանքով կամ Պատվիրատուի կողմից Պայմանագիրը կամ Համաձայնագիրը դադարեցնելու կամ չեղարկելու հետևանքով երրորդ անձանց առջև առաջանում են նրանց հետ կնքված պայմանագրերով նախատեսված պարտավորություններ, ապա Պատվիրատուի կողմից այդ պարտավորություններն ամբողջ ծավալով ենթակա են հատուցման՝ Կատարողի կողմից հիմնավորող փաստաթղթեր ներկայացնելու, ինչպես նաև ստանձնած պարտավորությունների շրջանակում սեփականության իրավունքով ձեռք բերված բոլոր նյութական արժեքները (առկայության դեպքում) և արդյունքային ցուցանիշները Պատվիրատուին հանձնելու դեպքում:
- 2.5. Եթե Կատարողը Համաձայնագրի կատարման ընթացքում հրաժարվում է այն կատարելուց, ապա Կատարողը պարտավոր է վճարել Պատվիրատուին Պայմանագրի 5.2 կետով նախատեսված տուգանքը, ինչպես նաև հատուցել Համաձայնագրի 1.1.4 կետով սահմանված գնման առարկան այլ անձանցից ձեռքբերման դեպքում գների դրական տարբերությունը: Սույն կետով նախատեսված դեպքերում Կողմերը կազմում են փոխադարձ հաշվարկների ակտ, որով.
 - ա) Կատարողի կողմից Պատվիրատուին է հանձնվում, իսկ Պատվիրատուն ընդունում է մինչև հրաժարման կամ լուծման պահը Համաձայնագրի արդյունքները,
 - բ) Կատարողը պարտավորվում է Պատվիրատուին վերադարձնել Համաձայնագրի շրջանակում կատարված բոլոր վճարումները, եթե դրանք չեն ծածկում փոխադարձ հաշվարկների ակտով կատարված ծախսերը:
- 2.6. Կանխավճարը մարվում է մինչև Համաձայնագրով նախատեսված ծառայությունների ավարտը՝ Պայմանագրի 4.2 կետով նախատեսված կարգով՝ հանձնման-ընդունման գործընթացի կազմակերպմամբ:

- 2.7. Համաձայնագրի Հավելված N3-ի «Չնախատեսված ծախսեր» տողով նախատեսված միջոցները կարող են օգտագործվել միայն փաստացի առաջացած ծախսերի ֆինանսավորման նպատակով: Ընդ որում, այդ ծախսերի իրականացման համար Պատվիրատուի նախնական համաձայնեցումը պարտադիր է: Նշված գումարի չօգտագործված մասը ենթակա է վերադարձման Պատվիրատուին: Պատվիրատուն սույն կետով նախատեսված համաձայնությունը կամ մերժումը հայտնում է Կատարողին 1 (մեկ) օրվա ընթացքում:
- 2.8. Համաձայնագիրը կազմված է 2 (երկու) էջից, կնքվում է երկու օրինակից, հայերեն լեզվով, որոնք ունեն հավասարազոր իրավաբանական ուժ: Յուրաքանչյուր կողմին տրվում է մեկական օրինակ: Համաձայնագրի Հավելվածը համարվում է համաձայնագրի անբաժանելի մասը:
- 2.9. Համաձայնագիրն ուժի մեջ է մտնում սույն համաձայնագրով նախատեսված ֆինանսական միջոցների հատկացման մասին ՀՀ կառավարության որոշումն ուժի մեջ մտնելու օրը:

3. Կողմերի հասցեները, բանկային վավերապայմանները և ստորագրությունները

ՊԱՏՎԻՐԱՏՈՒ

Շրջակա միջավայրի նախարարություն

ք.Երևան, Կառավարական տուն 3

ՖՆ գործառնական վարչություն

ՀՀ 900011066439

ՀՎՀՀ 02507198

Շրջակա միջավայրի նախարարության

գլխավոր քարտուղարի պ/կ

Ա.Խաչատրյան

(ստորագրություն)

Կ.Տ.



ԿԱՏԱՐՈՂ

«Դոպինգ Սփեյս» ՍՊԸ

ք.Երևան, Նալբանդյան 25 ա, բն. 58

«Էվոկաբանկ» ՓԲԸ

ՀՀ 1660030207649200

ՀՎՀՀ 02893152

«Դոպինգ Սփեյս» ՍՊԸ-ի



Handwritten signatures at the bottom left of the page.

Հավելված №2
« 18 » « 06 » 2026թ. կնքված
համաձայնագիր №5
« 23 » « փետրվարի » 2026թ. կնքված
«№ ՇՄՆ-COP17-26/01» պայմանագրի



ՄԱՏՈՒՑՄԱՆ ԵՆԹԱԿԱ ՓՈՒԼԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՐԱԳԻՐ

Լայնամասշտաբ տեղեկատվական և գովազդային արշավ՝ Հայաստանում անցկացվող COP17 համաժողովի մասին հնարավորինս լայն լսարանին տեղեկացնելու նպատակով: Միջոցառումների անցկացման վայրերի, կազմակերպչական գործընթացներում ներգրավված տրանսպորտային միջոցների և այլ տարրերի բրենդավորում:

Ծրագիր

Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (OOH)

Նպատակ

Մատուցման ենթակա փուլային ծառայության սույն նկարագիրը մշակվել է Շրջակա միջավայրի նախարարության (այսուհետ՝ Պատվիրատու) և «Դուպլինգ Սփեյս» ՍՊԸ-ի (այսուհետ՝ Կատարող) միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագրի (այսուհետ՝ Պայմանագիր) 2.4.1. կետի և Հավելված 1.1-ի 2-րդ կետի «բրենդինգի և ցուցանակների պատրաստում հանդիպման անցկացման ողջ տարածքում» պարբերությամբ սահմանված պահանջների կատարման նպատակով:

COP17 հաղորդակցման ռազմավարության շրջանակում արտաքին գովազդը հանդիսանում է որպես լայնածավալ տեսանելիություն և շարունակական հանրային ներկայություն ապահովող առանցքային գործիք, որի միջոցով ձևավորվում է միջոցառման մասշտաբի, նշանակության և միջազգային կշռի ընկալումը:

Սույն նախագիծը հանդիսանում է COP17 հաղորդակցման և առաջխաղացման միասնական ռազմավարության բաղադրիչ և իրականացվում է դրա շրջանակում՝ որպես բարձր տեսանելիություն և գործառնական արդյունավետություն ապահովող հաղորդակցման ենթակառուցվածք:

Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծումն ու տեղաբաշխումը միաժամանակ ուղղված է մի քանի նպատակների՝

- ձևավորել COP17-ի բարձր իմիջային ընկալում
- ապահովել միջոցառման շարունակական տեսանելիություն հանրային միջավայրում
- մեծացնել բրենդի ճանաչելիությունը տեղական և միջազգային լսարանների շրջանում
- ապահովել հաղորդակցության լայնածավալ ծածկույթ ինչպես մայրաքաղաքում, այնպես էլ հիմնական տրանսպորտային հանգույցներում
- ձևավորել քաղաքային միասնական բրենդային միջավայր, որի շրջանակում COP17-ը դիտարկվում է ոչ թե որպես առանձին միջոցառում, այլ որպես լայն հանրային և միջազգային նշանակություն ունեցող օրակարգ

Նախագծի նկարագրություն և գործառնական պրամաբանություն

Արտաքին գովազդի տեղաբաշխումը նախատեսվում է իրականացնել Երևանի կենտրոնական փողոցներում, հիմնական մայրուղիներում, բարձր անցանելիությամբ քաղաքային գոտիներում, ինչպես նաև օդանավակայանի տարածքում և օդանավակայանից դեպի կենտրոն տանող ճանապարհային հիմնական հատվածներում:

Տեղաբաշխման տրամաբանությունը հիմնվում է նախնական քարտեզագրման, հոսքերի ուղղումնափոխության, լսարանների տեղաշարժի օրինաչափությունների և յուրաքանչյուր գոտու հաղորդակցական արժեքի գնահատման վրա:

Տեղաբաշխման նպատակն է ապահովել ոչ միայն լայն ծածկույթ, այլ նաև համակենտրոնացված ազդեցություն՝ հատկապես այն հատվածներում, որտեղ ապահովվում է առավել հաճախակի շփում թիրախային լսարանների հետ: Այս մոտեցումը ապահովում է շարունակական տեսանելիություն՝ ստեղծելով COP17-ի շուրջ ճանաչելի և ինտենսիվ հաղորդակցական դաշտ:

Արտաքին գովազդի տեղաբաշխումը կառուցվում է արշավի երկփուլ տրամաբանությամբ՝

Փուլ	1.	Իմիջային	և	իրազեկման	ձևավորման	փուլ
-------------	-----------	-----------------	----------	------------------	------------------	-------------

Այս փուլում հիմնական շեշտը դրվում է միջոցառման մասշտաբի, միջազգային նշանակության և Հայաստանի որպես հյուրընկալող երկրի ընկալման ձևավորման վրա: Կիրառվող տեսողական և տեքստային մոտեցումները ունեն իմիջային բնույթ և ուղղված են լայն լսարանին:

Փուլ	2.	Տեղեկատվական,	ուղղորդող	և	ինտենսիվացման	փուլ
-------------	-----------	----------------------	------------------	----------	----------------------	-------------

Այս փուլում արտաքին գովազդը սկսում է կրել ավելի կոնկրետ տեղեկատվական և ուղղորդող բնույթ՝ աջակցելով միջոցառման ակտիվ փուլին, ներգրավվածությանը և հանրային ուշադրության կենտրոնացմանը:

1. Ստեղծագործական և տեսողական ապահովում

Արտաքին գովազդի տեղաբաշխման արդյունավետությունը մեծապես կախված է կրիչների վրա ներկայացվող բովանդակության տեսողական հստակությունից, մասշտաբայնության զգացում ստեղծող կոմպոզիցիոն լուծումներից և տարբեր միջավայրերում բրենդի և բովանդակային ուղերձի միասնական ներկայացումից:

Այդ նպատակով ծառայության շրջանակում նախատեսվում է մշակել արտաքին գովազդի համար նախատեսված ստեղծագործական և տեսողական լուծումների համակարգ, որը կապահովի COP17-ի հիմնական հաղորդակցման ուղղությունների արտահայտումը ոչ թվային կրիչների վրա:

Այս բաղադրիչը ներառում է՝

- 2 պոստերային արշավի ստեղծագործական հայեցակարգի մշակում՝ ըստ փուլերի
- միասնական ստատիկ տեսողական շարքի ստեղծում
- հիմնական բովանդակային ուղերձների վիզուալիզացիա արտաքին գովազդի ձևաչափերին համապատասխան
- դիզայնի և ադապտացիաներ տարբեր ձևաչափերի և կրիչների համար
- տպագրական նյութերի նախապատրաստում՝ համապատասխան տեխնիկական պահանջներին
- հաստատված բրենդային համակարգի հիման վրա բոլոր նյութերի միասնական արտացոլում

Այս փուլում մշակվող տեսողական նյութերը պետք է ապահովեն թե՛ իմիջային ուժեղ ներկայություն, թե՛ գործնական կիրառելիություն բազմատեսակ արտաքին կրիչների վրա:

2. Քաղաքային և միջքաղաքային ՕՓՀ տեղաբաշխում

Ծառայության շրջանակում իրականացվում է ստատիկ արտաքին գովազդի համակարգված տեղաբաշխում՝ Երևանի կենտրոնական հատվածներում, հիմնական փողոցներում, բարձր անցանելիությամբ քաղաքային միջավայրում և միջքաղաքային գլխավոր մայրուղիներում: Տեղաբաշխման պլանավորումը կատարվում է այն տրամաբանությամբ, որով մի կողմից ապահովվի առավելագույն տեսանելիություն, իսկ մյուս կողմից՝ հաղորդակցության կրկնելիություն և տարածքային ընդգրկվածություն:

Տեղաբաշխման շրջանակում նախատեսվում է կիրառել տարբեր տեսակի ստատիկ կրիչներ, ներառյալ՝

- **լայն ձևաչափի արտաքին վահանակներ՝** Երևանի կենտրոնական հատվածի մուտքային և ելքային ուղղություններում նախատեսվում է մինչև 10 պաստառային գովազդային կրիչների տեղաբաշխում՝ 4 ամիս տևողությամբ
- **սկրոլերներ՝** Երևանի կենտրոնական և բարձր անցանելիությամբ փողոցներում (Մոսկովյան, Աբովյան, Իսահակյան, Թումանյան, Մաշտոցի և Բաղրամյան պողոտաներ, Սայաթ-Նովա և այլ առանցքային հատվածներ) նախատեսվում է մինչև 120 սկրոլեր գովազդային կրիչների տեղաբաշխում՝ 4 ամիս տևողությամբ
- **բիլբորդներ՝** բարձր երթևեկությամբ միջքաղաքային հիմնական մայրուղիներում նախատեսվում է 30 պաստառային գովազդային կրիչների տեղաբաշխում՝ 2 ամիս տևողությամբ

Կրիչների վերջնական քանակը, տեսակները և տարածքային բաշխումը ճշգրտվում են քարտեզագրման, հասանելիության և հաստատված մեդիա պլանի հիման վրա:

3. Օդանավակայանի տարածքում արտաքին գովազդի տեղաբաշխում

Օդանավակայանի տարածքը դիտարկվում է որպես միջազգային լսարանների հետ առաջին անմիջական շփման միջավայր և այդ պատճառով ունի առանձնահատուկ հաղորդակցական նշանակություն:

Այս գոտում տեղաբաշխվող արտաքին գովազդը նախատեսվում է իրականացնել որպես բարձր իմիջային ազդեցություն ապահովող բլոկ, որի նպատակն է առաջին իսկ պահին ձևավորել COP17-ի մասշտաբի, Հայաստանի դերակատարության և միջոցառման միջազգային կարևորության ընկալումը:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- օդանավակայանի ներսում գովազդային կրիչների նպատակային տեղաբաշխում՝ առավել տեսանելի և բարձր հոսք ունեցող հատվածներում, մասնավորապես՝

-մեկնումների սրահում

-ժամանումների սրահում՝ մաքսային հսկողության հատվածում

-ժամանումների հանրային գոտում

-ուղեբեռի ստացման հատվածում

-VIP գոտում՝ անձնագրային հսկողության հատվածում

-ժամանումների սրահից դեպի անձնագրային հսկողություն տանող միջանցքում՝ սյունային կրիչների վրա

- 4 ամիս տևողությամբ ներկայության ապահովում

- մասշտաբային և իմիջային բովանդակային ուղերձների կիրառություն

- օդանավակայանի միջավայրին համապատասխանեցված տեսողական և կոմպոզիցիոն լուծումների կիրառում

Այս բաղադրիչը կարևոր է ոչ միայն իրազեկման, այլ նաև Հայաստանի միջազգային դիրքավորման տեսանկյունից:

4. Օդանավակայան տանող և հարակից ճանապարհային հատվածների տեղաբաշխում

Օդանավակայան տանող հիմնական մայրուղին հանդիսանում է բարձր հոսք ունեցող ռազմավարական երթուղի, որի վրա տեղաբաշխվող արտաքին գովազդը հնարավորություն է տալիս ձևավորել համակենտրոնացված, ուժեղ և հիշվող հաղորդակցական շղթա:

Այս բաղադրիչը հատկապես կարևոր է միջազգային պատվիրակությունների, այցելուների, պաշտոնական հյուրերի և քաղաք մուտք գործող հիմնական հոսքերի համար:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- օդանավակայան տանող հիմնական ճանապարհի երկայնքով առկա արտաքին գովազդային հարթակների օգտագործում

- մուտքային և ելքային ուղղություններով տեսանելիության ապահովում

- առնվազն 2 լայն ձևաչափի վահանակների տեղաբաշխում

5. Քաղաքային բրենդավորում՝ դրոշների տեղաբաշխում

Սեպտեմբեր-հոկտեմբեր ամիսների ընթացքում նախատեսվում է իրականացնել Երևանի հիմնական և կենտրոնական փողոցների համակենտրոնացված բրենդավորում՝ դրոշների տեղադրման միջոցով՝ ձևավորելով COP17-ի միասնական և բարձր ինտենսիվությամբ վիզուալ ներկայություն քաղաքային միջավայրում:

Դրոշների տեղաբաշխումը իրականացվում է հիմնական երթուղիների և բարձր անցանելիությամբ քաղաքային հատվածների ամբողջ երկայնքով՝ ապահովելով շարունակական տեսանելիություն և քաղաքային տարածքում միասնական բրենդային միջավայրի ձևավորում:

Տեղաբաշխման շրջանակում նախատեսվում է՝

- Իսահակ Գասպարյանի փողոց (2x16 հատ), օդանավակայանի հատված
- Իսակովի պողոտա (2x70 հատ)
- Իսակովի պողոտա՝ Մալաթիայի կամուրջ (2x7 հատ)
- Հաղթանակի կամուրջ (2x30 հատ)
- Կիևյան կամուրջ (2x30 հատ)
- Պարոնյան փողոց (2x15 հատ)
- Պռոշյան փողոց (2x15 հատ)
- Մաշտոցի պողոտա (2x35 հատ, մինչև Ֆրանսիայի հրապարակ)
- Բաղրամյան պողոտա (2x30 հատ, Ֆրանսիայի հրապարակից մինչև Պռոշյան խաչմերուկ)
- Ֆրանսիայի հրապարակ (23 հատ)
- Դվին համալիրի հարակից հատված
- Ծիծեռնակաբերդի խճուղի (60 հատ)
- Բրազիլիայի հրապարակ (28 հատ)
- Մարգահամերգային համալիրի (ՄՀՀ) ֆասադային հատված (24 հատ)

Այս տեղաբաշխումը ապահովում է COP17-ի շարունակական ներկայություն քաղաքի առանցքային երթուղիներում՝ ձևավորելով բարձր տեսանելիություն ինչպես տեղական բնակչության, այնպես էլ միջազգային այցելուների համար:

6. Նախագծի կազմակերպում և կառավարում

Նախագծի արդյունավետ և համակարգված իրականացման նպատակով կիրառվում է կենտրոնացված կառավարման մոդել, որի շրջանակում ապահովվում է նախագծի ամբողջական կազմակերպումը՝ գաղափարական, ստեղծագործական, տեխնիկական և գործառնական բոլոր բաղադրիչների համադրմամբ:

Ծառայությունը ներառում է՝

❖ Ստեղծագործական և բովանդակային համակարգում

- տեսողական նյութերի համապատասխանության ապահովում հաստատված բրենդային համակարգին



- տարբեր կրիչների համար ադապտացիաների համակարգում և միասնականության պահպանում
- բովանդակային ուղերձների և տեսողական լեզվի հետևողական կիրառման վերահսկում

❖ **Թիմերի և գործընթացների կառավարում**

- ստեղծագործական, մեդիա և արտադրական թիմերի աշխատանքի համակարգում
- ներգրավված մատակարարների և ենթակապալառուների կառավարման կազմակերպում
- պատասխանատվությունների բաշխում և աշխատանքների համադրում
- հաստատման և որոշումների կայացման գործընթացների կազմակերպում

❖ **Մեդիա և տեղաբաշխման կառավարում**

- արտաքին գովազդի ամբողջ տեղաբաշխման փուլային պլանավորում
- քարտեզագրման և կրիչների ընտրության գործընթացի համակարգում
- ժամանակացույցերի մշակում և վերահսկում
- արտադրական և տեխնիկական գործընթացների համակարգում
- տպագրական և արտադրական գործընթացների կազմակերպում
- տեղադրման և ապամոնտաժման գործընթացների վերահսկում

❖ **Որակի վերահսկում և գործառնական կառավարում**

- տեղադրված կրիչների տեսանելիության և որակի մշտադիտարկում
- տեսողական համապատասխանության վերահսկում
- օպերատիվ ճշգրտումների և փոխարինումների կազմակերպում
- ամբողջ գործընթացի փաստաթղթավորում և հաշվետվողականության ապահովում

*Նշված տեղաբաշխումները և քանակները նախնական են և կարող են փոփոխվել՝ ըստ քարտեզագրման, տեխնիկական հասանելիության, մեդիա պլանավորման և ներգրավված գործընկերների հետ համաձայնեցումների

7. Ներգրավվող մասնագետներ

Նախագծի իրականացման համար նախատեսվում է բազմապրոֆիլ մասնագիտական թիմի ներգրավում՝ ներառելով ինչպես հիմնական թիմի անդամներին, այնպես էլ ենթակապալառու կազմակերպությունների մասնագետներին՝ ապահովելով նախագծի ամբողջական իրականացում՝ գաղափարից մինչև գործառնական շահագործում:

Կառավարման և համակարգման թիմ

- ծրագրի ղեկավար
- լոգիստիկ և գործառնական համակարգողներ
- մատակարարների հետ աշխատանքի պատասխանատու

Ստեղծագործական և դիզայնի թիմ

- ստեղծագործական տնօրեն
- արտ տնօրեն
- գրաֆիկական դիզայներներ
- ադապտացիոն դիզայներներ
- քոփիրայթերներ

Մեդիա և տեղաբաշխման թիմ

- մեդիա պլանավորողներ
- քարտեզագրման և տեղաբաշխման պատասխանատուներ

Արտադրական և տեխնիկական թիմ

- տպագրական արտադրության պատասխանատուներ
- տեխնիկական մասնագետներ
- տեղադրման և ապամոնտաժման թիմեր
- որակի վերահսկողության մասնագետներ

Նախնական գնահատմամբ նախագծի տարբեր փուլերում կարող է ներգրավվել մինչև **40 մասնագետ**, ներառյալ հիմնական թիմի անդամները և ենթակապալառու կազմակերպությունների ներկայացուցիչները:

Հավելվածի ֆինանսական գնահատական

Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծման և տեղաբաշխման (OOH) իրականացման ընդհանուր բյուջեն կազմում է մինչև 208 576 012 ՀՀ դրամ (ներառյալ հարկեր և պարտադիր այլ վճարներ): ՀՄ նախարարության և Կարարողի միջև կնքվող պայմանագրով կարող է նախատեսվել Ծրագրի բաղադրիչների ֆինանսավորման վերաբաշխումներ, որը չի կարող գերազանցել Կառավարության որոշմամբ հատկացված գումարը:



Հավելված №3
 «18» «06» 2026թ. կնքված*
 համաձայնագիր №5
 «23» «» «փետրվարի» 2026թ. կնքված
 «№ ՇՄՆ-COP17-26/01» պայմանագրի



ՊԱՏՎԻՐԱՏՈՒ
 Ճրջակա միջավայրի նախարարության
 գլխավոր քարտուղարի պ/կ
Ա. Խաչատրյան
 (ստորագրություն)
Կ.Տ.

ՆԱԽԱՀԱՇԻՎ

«Ոչ թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (OOH)» փուլային ծառայությունների

(ՀՀ դրամ)

h/h	Ծառայության անվանումը	Չափի միավորը	Քանակը	Միավորի գինը (ներառյալ ԱԱՀ)	Ընդհանուր գումարը (ներառյալ ԱԱՀ)
1	Ստեղծագործական հայեցակարգերի մշակման ծախսեր	հատ	2	6 240 000	12 480 000
2	Դիզայներական արապատացիաների և տեխնիկական պատրաստման ծախսեր	հատ	350	17 830	6 240 500
3	Տպագրական արտադրության ծախսեր, գովազդային պատարանների տեղադրման ծախսեր / 2 արշավ	հատ	500	60 000	30 000 000
4	Արտաքին գովազդային կրիչների վարձակալություն երևանում 4 ամիս տևողությամբ	հատ / ամիս	132 / 4	125 406.41	66 214 585
5	Արտաքին գովազդային կրիչների միջքաղաքային հիմնական մայրուղիներում	հատ / ամիս	30 / 2	144 000	8 640 000
6	Գովազդային կրիչների վարձակալության ծախսեր օդանավակայանի տարածքում 4 ամիս տևողությամբ	հատ / ամիս	18 / 4	534 944.44	38 516 000
7	Բրենդավորված դրոշների տպագրական արտադրության ծախսեր	հատ	635	24 298.59	15 429 605
8	Բրենդավորված դրոշների տեղադրման ծախսեր	հատ	635	2 913	1 849 755
9	Որակի վերահսկողության և մոնիթորինգի ծախսեր	ամիս	4	500 000	2 000 000
10	Չնախատեսված ծախսեր	տոկոս	15	-	27 205 567
	Ընդամենը				208 576 012