

სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის“ საკონკურსო კომისიის
სხდომის ოქმი № 01

ქ. თბილისი

24 აგვისტო 2018 წელი

სხდომის თავმჯდომარე: კახი ბექაური - საკონკურსო კომისიის თავმჯდომარე;

სატენდერო სხდომის მდივანი: პავლე ანთელავა (კომისიის აპარატის ადმინისტრაციის სახელმწიფო შესყიდვების ჯგუფის სპეციალისტი);

სხდომას ასევე ესწრებოდნენ

საკონკურსო კომისიის წევრები:

- ა) ლანა ბერიძე - კომისიის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უფროსი;
- ბ) ივანე მახარაძე - კომისიის აპარატის აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის უფროსი;
- გ) ალექსანდრე ლლონტი - კომისიის აპარატის ინფორმაციული ტექნოლოგიების სამსახურის უფროსი;
- დ) ლევან გაგუა - კომისიის აპარატის ადმინისტრაციის სახელმწიფო შესყიდვების ჯგუფის უფროსი;

სატენდერო კომისიის აპარატის წევრები:

თამარ ხუხუნიაშვილი - კომისიის აპარატის სამართლებრივი დეპარტამენტის მთავარი სპეციალისტი;
პავლე ანთელავა - კომისიის აპარატის ადმინისტრაციის სახელმწიფო შესყიდვების ჯგუფის სპეციალისტი.

დღის წესრიგი:

სახელმწიფო შესყიდვის ალტერნატიული საშუალებით - კონკურსის გზით, სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის“ რეზოლუციისა და ა(ა)იპ „მედიაკადემიის“ პლატფორმის ბრენდინგის მომსახურების შესყიდვის შესახებ საკონკურსო განცხადებისა და საკონკურსო პირობების დამტკიცების თაობაზე. (მომხს. ლანა ბერიძე - კომისიის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უფროსი).

მოხმინეს:

შესყიდვის ინიციატორის (ლ.ბერიძე) ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ სსიპ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარის დავალების საფუძველზე საჭიროა განხორციელდეს კომისიის რეზოლუციისა და ახლად დაფუძნებული ა(ა)იპ „მედიაკადემიის“ პლატფორმის ბრენდინგი. აღნიშნული შესყიდვის მიზნით სახელმწიფო შესყიდვების ჯგუფთან ერთად მომზადდა საკონკურსო პირობები, სადაც მოცემულია მომსახურების აღწერა, პრეტენდენტების მიმართ წასაყენებელი საკვალიფიკაციო მოთხოვნები და პრეტენდენტების მიერ კონკურსის ეტაპზე წარმოსადგენი ინფორმაციის / დოკუმენტების ჩამონათვალი. საკონკურსო კომისიის სხდომაზე ლანა ბერიძემ აღნიშნა შემდეგი: შესყიდვის წინამოსამზადებელ ეტაპზე განხორციელდა ბაზრის კვლევა - გამოიკითხა ბაზარზე არსებული შესაბამისი ბიზნეს სუბიექტები, ბრენდინგის სფეროში მოღვაწე კომპანიები, ჩატარდა არა ერთი შეხვედრა კომპანიის წარმომადგენლებთან. კვლევის ჩატარების მიზანს წარმოადგენდა მომსახურების სავარაუდო საბაზრო ღირებულების, მომსახურების დეტალური აღწერისა და შესაბამისი საკონკურსო პირობების დადგენა. შესყიდვის ინიციატორის რეკომენდაციით, გამომდინარე იქედან, რომ შესყიდვის ობიექტს წარმოადგენს ინტელექტუალური და კრეატიული შრომის შედეგი, მიზანშეწონილია მომსახურების

დაბალი ღირებულება არ გახდეს გამარჯვებულის გამოვლენის მთავარი კრიტერიუმი. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მომსახურების ხარისხის დაზღვევის მიზნით სახელმწიფო შესყიდვის ჯგუფის უფროსის მიერ შემოთავაზებულ იქნა, რომ შესყიდვა განხორციელდეს სახელმწიფო შესყიდვის ალტერნატიული საშუალებით - კონკურსის მეშვეობით, სადაც გამარჯვებულის გამოვლენა ხდება გარკვეული კრიტერიუმებით და არა მხოლოდ შესყიდვის დაბალი ღირებულებით, მაგალითად: საკონკურსო კომისიის წევრების მიერ მინიჭებული ქულათა სისტემის საფუძველზე. კონკურსში ხარისხის და ფასის შეფარდება განისაზღვროს შემდეგნაირად: საკონკურსო წინადადების ფასი საერთო შეფასებაში - 20%, ხოლო ხარისხის (არათვლადი კრიტერიუმის, სადაც უპირატესობა ენიჭება საკონკურსო კომისიის წევრების მიერ პრეტენდენტებისათვის მინიჭებული ქულათა საშუალო არითმეტიკულს) საერთო შეფასებაში - 80%.

შეფასების კრიტერიუმები შემდეგნაირია:

N	შეფასების არათვლადი კრიტერიუმი სადაც უპირატესობა ენიჭება მაღალ ციფრობრივ მაჩვენებელს	წილობრივი მაჩვენებლები
1	საკონკურსო კომისიის ქულების არითმეტიკული მაჩვენებელი	კრიტერიუმის ხვედრითი წონა 1 (ერთი) მთელი
2		პრიორიტეტი: ხარისხი - 80 % ფასი - 20 %.

საკონკურსო კომისიის მსჯელობა:

საკონკურსო კომისიის წევრებმა აღნიშნეს, რომ ვინაიდან შესყიდვის ობიექტს წარმოადგენს ინტელექტუალური და კრეატიული შრომის შედეგი, რომელიც მოიცავს ისეთ მომსახურებებს როგორცაა დიზაინის შექმნა, კონცეფციისა და იდეის შემუშავება, სტრატეგიული პლატფორმის ჩამოყალიბება, გრაფიკული ელემენტები და სხვა მსგავსი მომსახურება, მიზანშეწონილია, რომ აღნიშნულ შესყიდვაში ფასი არ იყოს განმსაზღვრელი ფაქტორი და გამარჯვებულის გამოვლენა ხდებოდეს ხარისხის კრიტერიუმის გათვალისწინებით, საკონკურსო კომისიის მიერ მინიჭებული ქულათა სისტემის მიხედვით. აქედან გამომდინარე სატენდერო კომისია მხარს უჭერს ამ ოქმით დასამტკიცებელ საკონკურსო პირობების პროექტს და მიზანშეწონილად მიაჩნია განხორციელეს წარმოდგენილი ვარიანტით კონკურსის გამოცხადება.

საკონკურსო კომისიამ ასევე იმსჯელა გამოსაცხადებელი კონკურსის საწყის ღირებულებაზე და ბაზრის კვლევის შედეგების გათვალისწინებით მიზანშეწონილად მიაჩნია კონკურსის საწყის ღირებულებად განისაზღვროს 130 000 (ას ოცდაათი ათასი) ლარი დღგ-ს გარეშე.

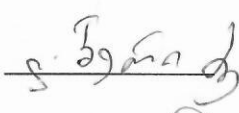
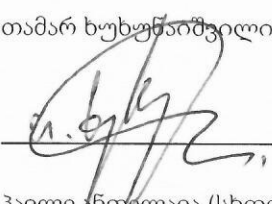
საკონკურსო კომისიის წევრებმა კენჭისყრის შედეგად ერთხმად გადაწყვიტეს:

ა) წინამდებარე ოქმით დამტკიცდეს კომისიის რეზოლუციისა და ა(ა)იპ „მედიაკადემიის“ პლატფორმის მომსახურების შესყიდვის თაობაზე მომზადებული საკონკურსო განცხადების პროექტი;

ბ) დაევალოს საკონკურსო კომისიის აპარატს (პ. ანთელავა) უზრუნველყოს კონკურსის გამოცხადება სახელმწიფო შესყიდვების ერთიან ელექტრონულ სისტემაში დადგენილი წესის თანახმად წინამდებარე ოქმის ხელმოწერიდან არაუგვიანეს 3 (სამი) სამუშაო დღის ვადაში;

გ) შესყიდვის საწყის ღირებულებად განისაზღვროს 130 000 (ასოცდაათი ათასი) ლარი დღგ-ს გარეშე.

დ) დაევალოს საკონკურსო კომისიის აპარატს (პ. ანთელავა) უზრუნველყოს სახელმწიფო შესყიდვების წლიურ გეგმაში შესაბამისი თანხის ასახვა/გეგმის კორექტირება დადგენილი წესის მიხედვით;

საკონკურსო კომისიის თავმჯდომარე: კახი ბექაური  კომისიის წევრები: ლანა ბერიძე  ივანე მახარაძე  ალექსანდრე ღლონტი  ლევან გაგუა 	სატენდერო კომისიის აპარატის წევრები: თამარ ხუბუნიშვილი  პავლე ანთელავა (სხდომის მდივანი) 
---	--

სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია“
რებრენდინგის და ბრენდინგის მომსახურების შესყიდვის საკონკურსო დოკუმენტაცია

ქ. თბილისი

24 აგვისტო 2018 წელი

- I) შესყიდვის ობიექტია საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის რებრენდინგის, ხოლო კომისიის მედიაწიგნიერების პლატფორმის (ა(ა)იპ „მედიაკადემია“) ბრენდინგის მომსახურება, ასევე საზოგადოებრივი აზრის კვლევითი მომსახურების გამოსაცხადებელი ტენდერის ორგანიზება, ჩატარება და მომსახურების მიღება.

ბრენდინგი და რებრენდინგი მოიცავს შემდეგ კომპონენტებს:

1. კომუნიკაციების ეროვნული კომისია:

- 1.1 ბრენდის სტრატეგიული (საკომუნიკაციო) პლატფორმა;
- 1.2 ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- 1.3 ბრენდბუქი;

2. მედია წიგნიერების პლატფორმა (მედიაკადემია):

- 2.1 ბრენდის ფილოსოფია და საკომუნიკაციო პლატფორმა;
- 2.2 ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- 2.3 ბრენდბუქი;

1. ბრენდის ფილოსოფია, ბრენდ და საკომუნიკაციო სტრატეგია / პლატფორმა მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: ბრენდ აუდიტი - ბრენდის აუდიტი მოიცავს ორგანიზაციის თითოეული სამიზნე სეგმენტის აღწერას, მათი დამოკიდებულების ანალიზს, გარემოს ანალიზსა და ორგანიზაციის მიერ მოწოდებული დამატებითი ინფორმაციის ანალიზს; ბრენდის აუდიტის შედეგად შეფასდება ბრენდის დღევანდელი მდგომარეობა, ძლიერი და სუსტი მხარეები, სტრატეგიული შესაძლებლობები და ა.შ.; ბრენდ აუდიტის შემდგომ, კომუნიკაციის ეროვნული სააგენტოს გადაწყვეტილების მიმღები პირების მაქსიმალური ჩართულობით, უნდა ჩატარდეს რამოდენიმე ვორქშოპი, იმისთვის, რომ განსაზღვრულ იქნას ბრენდის ორგანული თვისებები, მისია და ა.შ. ბრენდის ფილოსოფიის ნაწილებია: ბრენდის ე.წ. “Golden Circle” (რას ემსახურება ბრენდი), სფეროს ძირითადი საჭიროებები, ბრენდის უპირატესობების ანალიზი, POP და POD ანალიზი/ USP-ის განსაზღვრა, ბრენდის ხასიათი და თვისებები, ბრენდის არქექტიპი;

ბრენდის საკომუნიკაციო პლატფორმის განსაზღვრა ხდება სამი ძირითადი მიმართულებით - ბრენდის ვერბალური, ვიზუალური და გამოცდილებითი გაიდლაინები; ბრენდის ტექნიკური პლატფორმა წარმოადგენს ინსტრუქციას, თუ როგორ უნდა ჩაიშალოს ბრენდის იდენტობა მომხმარებელთან თითოეულ შეხების წერტილში;

IMC-ის (ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია) 1 წლიანი სამოქმედო გეგმა, ბრენდის სტრატეგია და გეგმა, შიდა კორპორატიული ბრენდ სტრატეგია და გეგმა, კომუნიკაციის სტრატეგია, გზავნილის მიზნები, Big Idea, გზავნილებისა და დიზაინის სტრუქტურა, დამატებითი საკომუნიკაციო ინსტრუმენტები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ორგანიზაციის შეფასება და ეფექტურობის განსაზღვრა.

2. ლოგოს დიზაინი მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: მომწოდებლის მხრიდან კრეატიული ბრიფის შედგენა, საკონსულტაციო მომსახურება, ამოცანის განსაზღვრა, ჩანახატებსა და მუდბორდებზე მუშაობა, უნიკალურ სიმბოლოსა და ტიპოგრაფიაზე (ქართულ და ინგლისურ ვერსიაზე) მუშაობა, ლოგოს გამოყენების სახელმძღვანელოს შექმნა (სახელმძღვანელოში შედის: გრიდი, ფერების პალიტრა, ცარიელი სივრცე, ლოგოს გამოყენების წესები/აუცილებელი შეზღუდვები, ლოგოს შეუსაბამო გამოყენება, ლოგოს შავ-თეთრი ვერსია, ლოგოს მინიმალური ზომა, ლოგოს გამოყენება ფონზე).

3. ბრენდბუქი მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: საკონსულტაციო მომსახურება, ამოცანის განსაზღვრა, ჩანახატებსა და მუდბორდებზე მუშაობა, ბრენდის სტილის განსაზღვრა, კორპორატიული აქსესუარების (სავიზიტო ბარათის, ბეიჯის, ბუკლეტის, ბლანკის, კონვერტის) დიზაინის შემუშავება, პრეზენტაციის შაბლონები, სოციალური მედიის შაბლონები.

დამატებითი მოთხოვნები ბრენდბუქის მიმართ:

ლოგო:

- ლოგოს მიმოხილვა;
- ლოგოს ფერები;
- ფონი;
- ზომები;
- ლოგოს განთავსება;
- ძირითადი აკრძალვები;

ფერები:

- ინსპირაცია;
- სპეციფიკაცია;
- ფერთა კომბინაცია;
- ფერების გამოყენება განსაკუთრებულ შემთხვევაში;
- ძირითადი აკრძალვები;

ფონტი:

- ფონტის მიმოხილვა;
- ფერები;
- ტიპოგრაფია და რითმი;

ბადე-ზახები:

- ბადე-ზახების სტანდარტი;
- ბადე-ზახების საზომი;
- ლოგოს განთავსება;

გრაფიკული ელემენტი:

- მიმოხილვა;
- გამოყენების ზოგადი წესები;
- დაუშვებელი გამოყენება;

ოფისის ელემენტები:

- ბლანკი;
- სავიზიტო ბარათი;
- C4 კონვერტი;
- C5 კონვერტი;
- A4 საქაღალდე;
- კალამი;

- მისალოცი ბარათი (კომისიის შიდა გამოყენებისათვის თანამშრომლებთან გასაგზავნად - დაბადების დღეები, შვილის შეძენა, დღესასწაულები, კომისიის გარე გამოყენებისათვის - ოფიციალური პირებისათვის დღესასწაულების მილოცვა);

სხვადასხვა:

- სამკერდე;
- დროშები;
- ჰორიზონტალური ბანერი;
- პრეს-ბანერი;

კომუნიკაცია:

- მხოლოდ ფოტოს შემთხვევა;
- მხოლოდ ტექსტის შემთხვევა;
- ტექსტის და ფოტოს ერთად გამოყენება;
- განთავსება ბილბორდზე;
- განთავსება პოსტერზე;
- განთავსება გაზეთ-ჟურნალებში;
- ფლაერი A5 / ლიფლეტი;
- ფლაერი A5;

ნიშნულები:

- შიდა ნიშნულები;
- გარე აბრა;

ელექტრონული მედია:

- E-mail ხელმოწერა;
- PowerPoint სლაიდი;
- Facebook;
- Tweeter;
- LinkedIn;

ვებ-დიზაინი:

- First Page template.

შენიშვნა: პრეტენდენტის მიერ თითოეული კომპონენტის შესრულების შემდეგ კომისიისათვის შესათანხმებლად წარმოდგენილ უნდა იქნას პროდუქტის პროექტი (დრაფტი). კომისიის მხრიდან შესაბამისი თანხმობის მიღების შემდეგაა შესაძლებელი პროდუქტს მიეცეს საბოლოო სახე.

- II) მომსახურების ექვსივე კომპონენტის შესრულების ვადაა ხელშეკრულების გაფორმებიდან და კვლევის შედეგების მიღებიდან არაუმეტეს 150 (ასორმოცდაათი) სამუშაო დღე დღე, აღნიშნულ ვადაში შემსყიდველს უნდა გაეწიოს მომსახურება სრულად და გადაეცეს შესაბამისი მასალის საბოლოო ვარიანტი.

პრეტენდენტმა საკონკურსო წინადადებასთან ერთად უნდა უზრუნველყოს მომსახურების გაწევის გეგმა/გრაფიკის წარმოდგენა 6-ვე

კომპონენტისათვის განცალკევებულად, შესრულების ვადების მითითებით.

ამასთან მომსახურების გაწევა უნდა მოხდეს შემდეგი თანმიმდევრობით:

1. უშუალოდ კომისიის რეზრენდინგის შემთხვევაში:

- ა) საზოგადოებრივი აზრის კვლევის ტენდერის ჩატარებაში მონაწილეობის მიღება (იხ. VIII თავი). (აღნიშნული კონსულტაციის ვადების წარმოდგენა პრეტენდენტის მიერ არ ხდება)
- ბ) ბრენდის სტრატეგიული (საკომუნიკაციო) პლატფორმა;
- გ) ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- დ) ბრენდბუქი;

2. მედია წიგნიერების პლატფორმა (მედია აკადემია):

- ა) ბრენდის ფილოსოფია და საკომუნიკაციო პლატფორმა;
- ბ) ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- გ) ბრენდბუქი;

III) ინფორმაცია მომსახურების გაწევის ფარგლებში ჩართული პერსონალის (გუნდის) კვალიფიკაციის შესახებ:

რეზრენდინგის მომსახურების გაწევა უნდა განხორციელდეს სათანადოდ კვალიფიციური გუნდის მიერ. ჯგუფი უნდა შედგებოდეს არანაკლებ ჯგუფის ლიდერის, რომელიც უნდა იყოს დასაქმებული პრეტენდენტთან მენეჯერულ პოზიციაზე, 1 (ერთი) დიზაინის სპეციალისტის და 1 (ერთი) კრეატიული მიმართულების ხელმძღვანელის პოზიციაზე.

მომსახურების გაწევის ფარგლებში ჩართული პერსონალის გამოცდილება მითითებული მიმართულებით უნდა შეადგენდეს არანაკლებ 3 (სამი) წელს.

საკონკურსო დოკუმენტაციით მოთხოვნილი პერსონალის გამოცდილების დასადასტურებლად წარმოდგენილ უნდა იქნას მათი CV-ები, საიდანაც უნდა დგინდებოდეს პერსონალის გამოცდილება შესაბამის სფეროში.

IV) ინფორმაცია კომპანიის გამოცდილების შესახებ.

ანალოგიური პროექტების განხორციელების გამოცდილება: პრეტენდენტს 2010 წლიდან უნდა გააჩნდეს ანალოგიური სირთულის და ხასიათის მომსახურების გაწევის გამოცდილება კერძოდ, არანაკლებ 5 (ხუთი) დასრულებული პროექტი, რომლის დასადასტურებლადაც წარმოდგენილ უნდა იქნას ინფორმაცია დანართ N3- ის სახით და ასევე ამ პროექტების შესრულების დამადასტურებელი დოკუმენტები, რომელიც შესაძლებელია იყოს: მიღება/ჩაბარების აქტი, გაწეული მომსახურების ღირებულების გადახდის დამადასტურებელი დოკუმენტი, ანგარიშგაქტურა, გაფორმებული ხელშეკრულების ასლი, სარეკომენდაციო წერილი დამკვეთისგან. აღნიშნული დოკუმენტებიდან უნდა დგინდებოდეს უშუალოდ პრეტენდენტის მიერ პროექტის განხორციელების შესახებ ინფორმაცია, მომსახურების დასახელება, მომსახურების გაწევის ვადები და დამკვეთის რეკვიზიტები (იურიდიული ან/და ფიზიკური პირის დასახელება (საიდენტიფიკაციო კოდი), მისამართი და საკონტაქტო ინფორმაცია.

აღნიშნული პირობის დაუკმაყოფილებლობა იწვევს პრეტენდენტის დისკვალიფიკაციას კონკურსიდან. ამასთან დანართ N3-ში მითითებულ პროექტებზე წარმოდგენილი შესრულების დოკუმენტების, თავდაპირველად მათი არასრული სახით წარმოდგენის შემთხვევაში საკონკურსო კომისია უფლებამოსილია მიმართოს პრეტენდენტს დაზუსტების მოთხოვნით. დაზუსტებას არ ექვემდებარება პრეტენდენტის საკონკურსო წინადადება იმ შემთხვევაში თუ ანალოგიური პროექტების შესახებ ინფორმაცია არასრულადაა მითითებული დანართ N3-ში და იგი არ პასუხობს განხორციელებული პროექტების მიმართ დადგენილ მოთხოვნებს.

N	შეფასების არათვლადი კრიტერიუმი სადაც უპირატესობა ენიჭება მაღალ ციფრობრივ მაჩვენებელს	წილობრივი მაჩვენებლები
1	საკონკურსო კომისიის ქულების არითმეტიკულ მაჩვენებელი	კრიტერიუმის ხვედრითი წონა 1 (ერთი) მთელი
2		პრიორიტეტი: ხარისხი - 80 % ფასი - 20 %.

V) პრეტენდენტის მიერ საკონკურსო შემოთავაზებაში წარმოსადგენი ვიზუალური და კრეატიული ნაწილი, რომლის შეფასებაც მოხდება საკონკურსო კომისიის მიერ ქულათა სისტემის (1 – 10 მდე) მიხედვით:

1. კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის რეზონდინგის ნაწილში:

- 1.1 პროექტის დეტალური მეთოდოლოგია
- 1.2 ბრენდის სტრატეგიული (საკომუნიკაციო) პლატფორმის ძირითადი მიმართულებები.
- 1.3 ბრენდის ხედვა, რეზონდინგის პროცესის აღწერა.
- 1.4 გზავნილებისა და დიზაინის ძირითადი სტრუქტურა.
- 1.5 დამატებითი საკომუნიკაციო ინსტრუმენტების ჩამონათვალი, ორგანიზაციის შეფასებისა და ეფექტურობის განსაზღვრის ხერხები.
- 1.5 მსგავსი პროექტების პორტფელი;

2. მედიაწიგნიერების პლატფორმის (მედია აკადემია) ნაწილში

- 1.1 ბრენდის ხედვა, რეზონდინგის პროცესის აღწერა.
- 1.2 გზავნილებისა და დიზაინის ძირითადი სტრუქტურა.
- 1.3 მსგავსი პროექტების პორტფელი;

VI) მომსახურების ღირებულება:

წარმოდგენს კრიტერიუმებს, სადაც უპირატესობა ენიჭება დაბალ ციფრობრივ მაჩვენებელს. წილობრივი მაჩვენებელი საერთო შეფასებაში არის 20%.

შესყიდვის ობიექტის სავარაუდო ღირებულებაა 130 000 ლარი დღგ-ს გარეშე, რომელიც მოიცავს მომწოდებლის ყველა ხარჯს, რაც დაკავშირებულია მომსახურების გაწევასთან.

VII) ანგარიშსწორების წესი:

1. წინასწარ ანგარიშსწორება შესაძლებელია ხელშეკრულების ღირებულების არაუმეტეს 40%-ის ოდენობით, წინასწარ ანგარიშსწორების იდენტური ოდენობის უპირობო და გამოუთხოვადი საბანკო გარანტიის წარმოდგენის საფუძველზე.

1.1 წინასწარ გადასახდელი თანხის იდენტური ოდენობის გარანტიის წარდგენისაგან მიმწოდებლის გათავისუფლება შესაძლებელია შემდეგი საფუძველით:

წინასწარ გადასახდელი თანხა ჩაირიცხება საამისოდ განკუთვნილ ცალკე საბანკო ანგარიშზე და ეს თანხა იქნება გამოყენებული შემსყიდველი ორგანიზაციის კონტროლით ხელშეკრულების მოქმედების მთელ პერიოდში. საამისოდ ცალკე საბანკო ანგარიშზე ჩარიცხული წინასწარ გადასახდელი თანხის კონტროლი მოიცავს თანხის განკარგვის წინასწარ კონტროლს, დადგენილი ზღვრული ოდენობის თანხის განკარგვის წინასწარ კონტროლსა და გახარჯული თანხის შემდგომ კონტროლს.

1.2 თეთრ სიაში რეგისტრირებული მიმწოდებელი შემსყიდველ ორგანიზაციას წარუდგენს წინასწარ გადასახდელი თანხის ნახევარი ოდენობის გარანტიას.

1.3 მიმწოდებელი ვალდებულია, წინასწარი ანგარიშსწორების შედეგად მიღებული თანხა გამოიყენოს მხოლოდ ხელშეკრულებასთან დაკავშირებული ვალდებულებების შესასრულებლად.

1.4 წინასწარ ანგარიშსწორების საფუძველზე მიღებული თანხა გაიქვითება საბოლოო ანგარიშსწორებისას და გამოაკლდება მომსახურებისათვის ჯამურად გადასახდელ თანხას.

2. შემდგომი გადახდა (კონსიგნაცია) შესაძლებელია განხორციელდეს 2 მეთოდით, მომწოდებლის არჩევანის შესაბამისად:

ა) ანგარიშსწორება მოხდება შესრულებული კომპონენტების მიხედვით გაწეული მომსახურების თაობაზე მ/რ აქტის გაფორმებიდან 7 (შვიდი) სამუშაო დღეში.

ბ) ანგარიშსწორება მოხდება პროექტის დასრულების ბოლოს ერთიანად, გაწეული მომსახურების თაობაზე მ/რ აქტის გაფორმებიდან 7 (შვიდი) სამუშაო დღეში.

მომწოდებელმა საკონკურსო წინადადებაში უნდა დააფიქსიროს 4 (ოთხი) არსებული ანგარიშსწორების მეთოდიდან ერთ-ერთი:

ა) წინასწარ ანგარიშსწორება საბანკო გარანტიის საფუძველზე.

ბ) წინასწარ ანგარიშსწორება 1.1 მუხლით განსაზღვრული მხარეთა მიერ კონტროლირებადი ტრანზაქციებით.

გ) შემდგომი გადახდა (კონსიგნაცია) კომპონენტების მიხედვით - ეტაპობრივი ანგარიშსწორება.

დ) შემდგომი გადახდა (კონსიგნაცია) პროექტის დასრულების ბოლოს ერთიანი ანგარიშსწორება.

XIII) კვლევითი მომსახურების შესყიდვის მიზნით საკონსულტაციო მომსახურების გაწევის პირობები:

ბრენდ და საკომუნიკაციო სტრატეგიის შემუშავების მიზნით საჭირო კვლევითი მომსახურების შესასყიდად შემსყიდველის მიერ გამოცხადდება ელექტრონული ტენდერი.

ა) კონკურსში გამარჯვებული კომპანია ვალდებულია შემსყიდველისათვის შეადგინოს კვლევითი მომსახურების ტენდერის ტექნიკური დავალება, მომსახურების აღწერა, პრეტენდენტების მიმართ წასაყენებელი საკვალიფიკაციო მოთხოვნები - პრეტენდენტთა გამოცდილების, შესაძლებლობების, ასევე მოთხოვნები პერსონალის გამოცდილების კუთხით.

ბ) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი სატენდერო კომისიის სხდომაზე სათათბირო ხმის უფლებით მოწვეულნი იქნებიან, როგორც დარგის სპეციალისტები და მათ მიერ მოხდება სატენდერო პირობების სატენდერო კომისიაზე დასამტკიცებლად წარმოდგენა.

გ) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი, როგორც დარგის სპეციალისტები მონაწილეობას მიიღებენ პრეტენდენტთა სატენდერო წინადადების შერჩევა/შეფასებაშიც.

დ) როგორც სატენდერო პირობების დამტკიცების, ასევე პრეტენდენტთა შერჩევა/შეფასების ეტაპზე კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებულმა პერსონალმა ხელმოწერით უნდა დაადასტურონ, რომ გაეცნენ სახელმწიფო შესყიდვების ეთიკის კოდექსს, დაიცვენ და უერთგულდებიან მის პრინციპებს და ნორმებს.

ე) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი განისაზღვრება კვლევითი მომსახურების ტენდერის შედეგად გაფორმებული ხელშეკრულების პირობების მაკონტროლებლად და მომსახურების საბოლოო მიღება/ჩამბარებლად შემსყიდველი ორგანიზაციის წარმომადგენელთან ერთად.

XIX) დამატებითი ინფორმაცია:

ა) აღნიშნული კონკურსი ტარდება სახელმწიფო შესყიდვების კანონისა და სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს თავმჯდომარის 2015 წლის 22 მაისის №7 ბრძანების შესაბამისად.

ბ) წინამდებარე კონკურსში მონაწილეობა ნიშნავს, რომ პრეტენდენტი სრულად ეთანხმება საკონკურსო პირობებს და გამოთქვამს მზადყოფნას, რომ საკონკურსო დოკუმენტაციისა და შესაბამისი ხელშეკრულების პირობების თანახმად მოახდინოს მომსახურების გაწევა;

გ) შემსყიდველი უფლებამოსილია მოახდინოს პრეტენდენტის მიერ სისტემაში ატვირთული მონაცემების გადამოწმება მესამე მხარესთან, მათ შორის დანართ N3-ში მითითებული პროექტების შესახებ ინფორმაცია გამოითხოვის / დააზუსტოს დამკვეთთან.

დ) მომსახურების განფასება კომპონენტების მიხედვით წარმოდგენილ უნდა იქნას დანართი N2-ის მიხედვით.

ე) საკონკურსო განცხადებაში განთავსებულია მატრიცა ECXEL-ის ფორმატში, სადაც პრეტენდენტებს შეუძლიათ მოახდინონ საკუთარი შეთავაზების მოდელირება/ტესტირება წინასწარ და განსაზღვრონ, თუ რანჟირების რა კოეფიციენტს მიიღებენ კონკურსში მონაწილეობის შემთხვევაში.

ვ) კონკურსი ტარდება დღგ-ს გარეშე და თუ გამარჯვებული პრეტენდენტი ხელშეკრულების დადების მომენტისთვის, საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად, არის დღგ-ის გადამხდელი, ხელშეკრულების ღირებულებაში გათვალისწინებულ იქნება წინადადების ფასის შესაბამისი დღგ-ის ოდენობა.

ზ) იმ შემთხვევაში, თუ პრეტენდენტს შემოთავაზების წარმოდგენამდე დასჭირდება გარკვეული დამატებითი ინფორმაციის მიღება კომისიისა და მედია წიგნიერების პლატფორმის საქმიანობის შესახებ, შემსყიდველი უზრუნველყოფს აღნიშნული ინფორმაციის მიწოდებას.

თ) საკონკურსო დოკუმენტაციის III თავით განსაზღვრულია ინფორმაციის წარმოდგენა მომსახურების გაწევის ფარგლებში ჩართული პერსონალის (გუნდის) კვალიფიკაციის შესახებ, აღნიშნული მოთხოვნა უნდა დადასტურდეს შემოთავაზებული გუნდის წევრების CV-ებით. აქედან გამომდინარე, პრეტენდენტი ვალდებულია დაიცვას პერსონალურ მონაცემთა შესახებ საქართველოს კანონის მოთხოვნები და შესაბამისი თანხმობა მიიღოს გუნდის წევრებისაგან სახელმწიფო შესყიდვების ერთიან ელექტრონულ სისტემაში (საჯარო ვებ სივრცე, სადაც ყველა დოკუმენტი ხელმისაწვდომია ნებისმიერი დაინტერესებული პირისათვის) მათი CV-ების განთავსების მიზნით. აღნიშნული თანხმობის კონკურსში წარმოდგენის (სისტემაში ატვირთვა) ვალდებულება პრეტენდენტს არ ეკისრება.

- ი) აღნიშნული კონკურსით გათვალისწინებული მომსახურების გაწევის დროს მიღებული ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვის ვალდებულება ეკისრება მომწოდებელს.
- კ) კონკურსში გამარჯვებულ პრეტენდენტს ხელშეკრულებასთან ერთად (გათვალისწინებულ იქნება საკუთრივ ხელშეკრულებაში ან დაიდებს ცალკე) გაუფორმდება ინფორმაციის გაუთქმელობის შესახებ შეთანხმება;
- ლ) აღნიშნული კონკურსის შედეგად შექმნილი ყველა პროდუქტზე (ლოგო, სტრატეგია, კონცეფცია და ა.შ) ინტელექტუალური საკუთრების უფლება მომწოდებლიდან გადმოდის შემსყიდველზე ხელშეკრულების პირობებისა და საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.

ინფორმაცია ანალოგიური პროექტების განხორციელების შესახებ

დანართი N3

N	პროექტის / მომსახურების დასახელება	დამკვეთი ორგანიზაციის დასახელება, ს/კ, მისამართი და საკონტაქტო ინფორმაცია	პროექტის შესრულების ვადები: დაწყების და დასრულების ვადები	სისტემაში ატვირთული რომელი დოკუმენტით დგინდება აღნიშნული გამოცდილება
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

პროექტების დასახელება:
 საიდენტიფიკაციო კოდი:
 უფლებამოსილი პირი:
 ხელმოწერა:
 თარიღი:
 გეგმით (არსებობის შემთხვევაში)

დანართი N2 ფასების ცხრილი

N	მომსახურების დასახელება	შემოთავაზებული ღირებულება გლგ-ს გარეშე
1	კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ბრენდის სტრატეგიული (საკომუნიკაციო) პლატფორმა	0
2	კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ლოგოს დიზაინის შექმნა	0
3	კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ბრენდბუქის შექმნა	0
4	მედია წიგნიერების პლატფორმის (მედია აკადემია) ბრენდის ფილოსოფია და საკომუნიკაციო პლატფორმა;	0
5	მედია წიგნიერების პლატფორმის (მედია აკადემია) ლოგოს დიზაინის შექმნა	0
6	მედია წიგნიერების პლატფორმის (მედია აკადემია) ბრენდბუქის შექმნა	0
	ჯამი	0.00

პრეტენდენტის დასახელება:

საიდენტიფიკაციო კოდი:

უფლებამოსილი პირი:

ხელმოწერა:

თარიღი:

ბეჭედი (არსებობის შემთხვევაში)

_____ 2018 წელი

2.2.2 მედიაწიგნიერების პლატფორმა (მედია აკადემია):

- ა) ბრენდის ფილოსოფია და საკომუნიკაციო პლატფორმა;
- ბ) ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- გ) ბრენდბუქი;

- 2.3 ბრენდის ფილოსოფია, ბრენდ და საკომუნიკაციო სტრატეგია / პლათფორმა მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: ბრენდ აუდიტი - ბრენდის აუდიტი მოიცავს ორგანიზაციის თითოეული სამიზნე სეგმენტის აღწერას, მათი დამოკიდებულების ანალიზს, გარემოს ანალიზსა და ორგანიზაციის მიერ მოწოდებული დამატებითი ინფორმაციის ანალიზს; ბრენდის აუდიტის შედეგად შეფასდება ბრენდის დღევანდელი მდგომარეობა, ძლიერი და სუსტი მხარეები, სტრატეგიული შესაძლებლობები და ა.შ.; ბრენდ აუდიტის შემდგომ, კომუნიკაციის ეროვნული სააგენტოს გადაწყვეტილების მიმღები პირების მაქსიმალური ჩართულობით, უნდა ჩატარდეს რამოდენიმე ვორქშოპი, იმისთვის, რომ განსაზღვრულ იქნას ბრენდის ორგანული თვისებები, მისია და ა.შ. ბრენდის ფილოსოფიის ნაწილებია: ბრენდის ე.წ. "Golden Circle" (რას ემსახურება ბრენდი), სფეროს ძირითადი საჭიროებები, ბრენდის უპირატესობების ანალიზი, POP და POD ანალიზი/ USP-ის განსაზღვრა, ბრენდის ხასიათი და თვისებები, ბრენდის არქეტიპი;
- 2.4 ბრენდის საკომუნიკაციო პლათფორმის განსაზღვრა ხდება სამი ძირითადი მიმართულებით - ბრენდის ვერბალური, ვიზუალური და გამოცდილებითი გაიდლაინები; ბრენდის ტექნიკური პლათფორმა წარმოადგენს ინსტრუქციას, თუ როგორ უნდა ჩაიშალოს ბრენდის იდენტობა მომხმარებელთან თითოეულ შეხების წერტილში;
- 2.5 IMC-ის (ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაცია) 1 წლიანი სამოქმედო გეგმა, ბრენდის სტრატეგია და გეგმა, შიდა კორპორატიული ბრენდ სტრატეგია და გეგმა, კომუნიკაციის სტრატეგია, გზავნილის მიზნები, Big Idea, გზავნილებისა და დიზაინის სტრუქტურა, დამატებითი საკომუნიკაციო ინსტრუმენტები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ორგანიზაციის შეფასება და ეფექტურობის განსაზღვრა. ნეიმინგი მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: სტრატეგიის განსაზღვრა (ვორქშოპი), 3 სახელის ვერსიის პრეზენტაცია, 2 დამატებითი სახელის შემუშავება/პრეზენტაცია, საბოლოო ვერსიების წარდგენა.
- 2.6 ლოგოს დიზაინი მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: მომწოდებლის მხრიდან კრეატიული ბრიფის შედგენა, საკონსულტაციო მომსახურება, ამოცანის განსაზღვრა, ჩანახატებსა და მუდბორდებზე მუშაობა, უნიკალურ სიმბოლოსა და ტიპოგრაფიაზე (ქართულ და ინგლისურ ვერსიაზე) მუშაობა, ლოგოს გამოყენების სახელმძღვანელოს შექმნა (სახელმძღვანელოში შედის: გრიდი, ფერების პალიტრა, ცარიელი სივრცე, ლოგოს გამოყენების წესები/აუცილებელი შეზღუდვები, ლოგოს შეუსაბამო გამოყენება, ლოგოს შავ-თეთრი ვერსია, ლოგოს მინიმალური ზომა, ლოგოს გამოყენება ფონზე).
- 2.7 ბრენდბუქი მოიცავს შემდეგ მომსახურებებს: საკონსულტაციო მომსახურება, ამოცანის განსაზღვრა, ჩანახატებსა და მუდბორდებზე მუშაობა, ბრენდის სტილის განსაზღვრა, კორპორატიული აქსესუარების (საფიზიკო ბარათის, ბეიჯის, ბუკლეტის, ბლანკის, კონვერტის) დიზაინის შემუშავება, პრეზენტაციის შაბლონები, სოციალური მედიის შაბლონები.

2.7.1 დამატებითი მოთხოვნები ბრენდბუქის მიმართ:

ლოგო:

- ლოგოს მიმოხილვა;
- ლოგოს ფერები;
- ფონი;
- ზომები;
- ლოგოს განთავსება;
- ძირითადი აკრძალვები;

ფერები:

- ინსპირაცია;
- სპეციფიკაცია;
- ფერთა კომბინაცია;
- ფერების გამოყენება განსაკუთრებულ შემთხვევაში;
- ძირითადი აკრძალვები;

ფონტი:

- ფონტის მიმოხილვა;
- ფერები;
- ტიპოგრაფია და რითმი;

ბადე-ზახები:

- ბადე-ზახების სტანდარტი;

- ბადე-ხაზების საზომი;
- ლოგოს განთავსება;

გრაფიკული ელემენტი:

- მიმოხილვა;
- გამოყენების ზოგადი წესები;
- დაუშვებელი გამოყენება;

ოფისი:

- ბლანკი;
- სავიზიტო ბარათი;
- C4 კონვერტი;
- C5 კონვერტი;
- A4 საქალაქი;

სხვადასხვა:

- სამკერდე;
- დროშები;
- ჰორიზონტალური ბანერი;
- პრეს-ბანერი;

კომუნიკაცია:

- მხოლოდ ფოტოს შემთხვევა;
- მხოლოდ ტექსტის შემთხვევა;
- ტექსტის და ფოტოს ერთად გამოყენება;
- განთავსება ბილბორდზე;
- განთავსება პოსტერზე;
- განთავსება გაზეთ-ჟურნალებში ;
- ფლერი A5 / ლიფლეტი;
- ფლერი A5;

ნიშნულები:

- შიდა ნიშნულები;
- გარე აბრა;

ელექტრონული მედია:

- E-mail ხელმოწერა;
- PowerPoint სლაიდი
- Facebook;

ვებ-დიზაინი:

- First Page template.

2.8 საზოგადოებრივი აზრის კვლევითი მომსახურების გამოსაცხადებელი ტენდერის ორგანიზების, ჩატარების და მომსახურების მიღება/ჩაბარების პირობები:

ა) მომწოდებელი ვალდებულია შემსყიდვისათვის შეადგინოს კვლევითი მომსახურების ტენდერის ტექნიკური დავალება, მომსახურების აღწერა, პრეტენდენტების მიმართ წასაყენებელი საკვალიფიკაციო მოთხოვნები - პრეტენდენტთა გამოცდილების, შესაძლებლობების, ასევე მოთხოვნები პერსონალის გამოცდილების კუთხით.

ბ) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი სატენდერო კომისიის სხდომაზე სათათბირო ხმის უფლებით მოწვეულნი იქნებიან, როგორც დარგის სპეციალისტები და მათ მიერ მოხდება სატენდერო პირობების სატენდერო კომისიაზე დასამტკიცებლად წარმოდგენა.

გ) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი, როგორც დარგის სპეციალისტები მონაწილეობას მიიღებენ პრეტენდენტთა სატენდერო წინადადების შერჩევა/შეფასებაშიც.

დ) როგორც სატენდერო პირობების დამტკიცების, ასევე პრეტენდენტთა შერჩევა/შეფასების ეტაპზე კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებულმა პერსონალმა ხელმოწერით უნდა დაადასტურონ, რომ გაეცნენ სახელმწიფო შესყიდვების ეთიკის კოდექსს, დაიცვენ და უერთგულდებიან მის პრინციპებს და ნორმებს.

ე) კონკურსის ფარგლებში შემოთავაზებული პერსონალი განისაზღვრება კვლევითი მომსახურების ტენდერის შედეგად გაფორმებული ხელშეკრულების პირობების მაკონტროლებლად და მომსახურების საბოლოო მიღება/ჩამბარებლად, შემსყიდველი ორგანიზაციის წარმომადგენელთან ერთად.

შენიშვნა: პრეტენდენტის მიერ თითოეული კომპონენტის შესრულების შემდეგ კომისიისათვის შესათანხმებლად წარმოდგენილ უნდა იქნას პროდუქტის პროექტი (დრაფტი). კომისიის მხრიდან შესაბამისი თანხმობის მიღების შემდეგაა შესაძლებელი პროდუქტს მიეცეს საბოლოო სახე.

3. ხელშეკრულების ღირებულება

ხელშეკრულების საორიენტაციო ღირებულება შეადგენს 00000000 ლარს საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული გადასახადის ჩათვლით.

4. მომსახურების დასახელება, რაოდენობა და ღირებულება:

4.1. რებრენდინგის მომსახურების განფასება, კომპონენტების მიხედვით მოცემულია დანართ N1-ში, ფასების ცხრილში.

5. ანგარიშსწორების ფორმა და ვადები:

5.1. შემსყიდველი მიმწოდებელთან ანგარიშსწორებას ახორციელებს ეროვნულ ვალუტაში, მიმწოდებლის მიერ მითითებულ საბანკო ანგარიშზე თანხის გადარიცხვით.

5.2. მიმწოდებელთან ანგარიშსწორება განხორციელდება პრეტენდენტის მიერ სატენდერო წინადადებაში მითითებული მეთოდით, რომელიც აისახება წინამდებარე ხელშეკრულებაში.

6. მომსახურების მიწოდების ვადები და პირობები:

6.1. მიმწოდებელი უზრუნველყოფს შემსყიდველისთვის მომსახურების მიწოდებას სრულად ხელშეკრულების გაფორმებიდან არაუმეტეს 01 სამუშაო დღის ვადაში შემდეგ ვადაში .

6.2 ამასთან მომსახურების გაწევა უნდა მოხდეს შემდეგი თანმიმდევრობით:

1. უშუალოდ კომისიის რებრენდინგის შემთხვევაში:

- ა) ბრენდის სტრატეგიული (საკომუნიკაციო) პლატფორმა;
- ბ) ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- გ) ბრენდბუქი;

2. მედია წიგნიერების პლატფორმა (მედიაკადემია):

- ა) ბრენდის ფილოსოფია და საკომუნიკაციო პლატფორმა;
- ბ) ლოგოს დიზაინის შექმნა;
- გ) ბრენდბუქი;

6.3 შენიშვნა: პრეტენდენტის მიერ თითოეული კომპონენტის შესრულების შემდეგ კომისიისათვის შესათანხმებლად წარმოდგენილ უნდა იქნას პროდუქტის პროექტი (დრაფტი). კომისიის მხრიდან შესაბამისი თანხმობის მიღების შემდეგაა შესაძლებელი პროდუქტს მიეცეს საბოლოო სახე.

6.4. მომსახურება მიღებულად ჩაითვლება შემსყიდველსა და მიმწოდებელს შორის მიღება-ჩამბარების აქტის გაფორმების შემდეგ. შემსყიდველის მხრიდან მიღება / ჩამბარების აქტზე ხელის მოწერის უფლებამოსილება ენიჭება კომისიის საფინანსო-საბიუჯეტო სამსახურის უფროსს ნათია დევდარიანს და ამავე სამსახურის წამყვან სპეციალისტს ნატალია ჯანელიძეს.

7. სტანდარტები და გარანტია“

7.1. მიმწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს ხარისხიანი და ბუღალტრული სტანდარტების შესაბამისი მომსახურების მიწოდება.

7.2. მიმწოდებელი ვალდებულია საკუთარი ხარჯებით უზრუნველყოს კონტროლის შედეგად გამოვლენილი მომსახურების დეფექტის ან ნაკლის აღმოფხვრა.

7.3. მიმწოდებლის მიერ ამ ვალდებულების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, შემსყიდველს უფლება აქვს თვითონ მიიღოს ზომები დეფექტის ან ნაკლის გამოსწორებისათვის და მიმწოდებელს მოსთხოვოს შესაბამისი ხარჯების ანაზღაურება ან გამოქვითოს ეს თანხა მიმწოდებლისათვის გადასახდელი თანხიდან.

8. მხარეთა უფლება-ვალდებულებები:

8.1. შემსყიდველი უფლებამოსილია:

8.1.1. ნებისმიერ დროს განახორციელოს მიმწოდებლის მიერ ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებისა და ხარისხის კონტროლი;

8.1.2. მომსახურების მიწოდების დასრულებამდე გამოითხოვოს მიმწოდებლისაგან მისთვის საჭირო დოკუმენტი.

8.2. შემსყიდველი ვალდებულია:

8.1.1. უზრუნველყოს მიმწოდებლისათვის მიღებული მომსახურების ღირებულების ანაზღაურება ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვადებისა და პირობების დაცვით;

8.1.2. უზრუნველყოს წარმომადგენლის გამოყოფა, რომელიც ზედამხედველობას გაუწევს პროცესს და საჭიროების შემთხვევაში, მიმწოდებელს გაუწევს შესაბამის კონსულტაციას.

8.3. მიმწოდებელი უფლებამოსილია მოსთხოვოს შემსყიდველს მომსახურების ღირებულების ანაზღაურება ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვადებისა და პირობების დაცვით.

8.4. მიმწოდებელი ვალდებულია:

8.4.1. მიაწოდოს სათანადო ხარისხის მომსახურება სრული მოცულობით.

9. ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულების კონტროლი (ინსპექტირება) და შემოწმება:

9.1. შემსყიდველს ან მის წარმომადგენელს უფლება აქვს ხელშეკრულების შესრულების ნებისმიერ ეტაპზე განახორციელოს კონტროლი მიმწოდებლის მიერ ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებაზე ან/და შეამოწმოს მომსახურების შესაბამისობა ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ მოთხოვნებთან.

9.2. ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებაზე კონტროლის (ინსპექტირების) და შემოწმების განხორციელების უფლება ენიჭება კომისიის აპარატის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურს.....

10. პირგასამტეხლო ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობისათვის:

10.1. ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულების ვადის გადაცილების შემთხვევაში, მხარეებს დაეკისრებათ პირგასამტეხლო ყოველ ვადაგადაცილებულ დღეზე შეუსრულებელი ვალდებულების ღირებულების 0,1%-ის ოდენობით.

10.2. იმ შემთხვევაში, თუ დაკისრებული პირგასამტეხლოს ჯამური თანხა გადააჭარბებს ხელშეკრულების ჯამური ღირებულების 1 (ერთი) პროცენტს, მხარე იტოვებს უფლებას შეწყვიტოს ხელშეკრულება და მოსთხოვოს მეორე მხარეს ხელშეკრულების შეწყვეტის მომენტისთვის გადასახდელი პირგასამტეხლოს ანაზღაურება.

10.3. პირგასამტეხლოს გადახდა არ ათავისუფლებს მხარეს ძირითადი ვალდებულებების შესრულებისაგან.

11. ხელშეკრულებაში ცვლილების შეტანა და ხელშეკრულების შეწყვეტა:

11.1. ხელშეკრულებაში ნებისმიერი ცვლილების ან/და დამატების შეტანა შესაძლებელია მხოლოდ წერილობითი ფორმით, მხარეთა შეთანხმების საფუძველზე.

11.2. ხელშეკრულება შეიძლება შეწყდეს ვადაზე ადრე მხარეთა შეთანხმებით ან მოქმედი კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში.

11.3. ხელშეკრულების ერთ-ერთი მხარის მიერ ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, მეორე მხარე უფლებამოსილია ცალმხრივად მიიღოს გადაწყვეტილება ხელშეკრულების შეწყვეტის შესახებ, აღნიშნულის თაობაზე მეორე მხარისათვის წერილობითი შეტყობინების შემდეგ.

11.4. ხელშეკრულების ცალკეული პირობების მოქმედების შეწყვეტა არ ათავისუფლებს მხარეებს დანარჩენი ვალდებულების შესრულებისაგან.

11.5. შემსყიდველს, შეუძლია მიიღოს გადაწყვეტილება ხელშეკრულების შეწყვეტის შესახებ, ასევე:

ა) თუ შემსყიდველისათვის ცნობილი გახდა, რომ მისგან დამოუკიდებელი მიზეზების გამო იგი ვერ უზრუნველყოფს ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებას;

ბ) მიმწოდებლის გაკოტრების ან/და ლიკვიდაციის შემთხვევაში;

გ) თუ მისთვის ცნობილი გახდა, რომ მიმწოდებლის მიერ წარმოდგენილი დოკუმენტაცია ყალბია;

დ) საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ სხვა შემთხვევაში.

11.6. ამ მუხლის 11.5. პუნქტის ა) ქვეპუნქტში მითითებულ შემთხვევაში შემსყიდველი ვალდებულია აუნაზღაუროს მიმწოდებელს ფაქტობრივად მიწოდებული მომსახურების ღირებულება.

12. გამოყენებული სამართალი და ხელშეკრულების ენა

12.1. ხელშეკრულება გაფორმებულია საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად და ინტერპრეტირებული იქნება საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით.

12.2. ხელშეკრულება დაიწერა ქართულ ენაზე, ორ ეგზემპლარად და ორივე ეგზემპლარს აქვს თანაბარი იურიდიული ძალა.

13. გადასახადები და დაბეგვრა

13.1. მიმწოდებელი პასუხს აგებს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი გადასახადის, მოსაკრებლის და სხვა გადასახდელების გადახდაზე.

14. დაუძლეველი ძალა:

14.1. მხარეები თავისუფლდებიან ხელშეკრულებით განსაზღვრული ვალდებულებების შეუსრულებლობით გამოწვეული პასუხისმგებლობისაგან, თუ აღნიშნული გამოწვეულია დაუძლეველი ძალის ზეგავლენით.

14.2. თუ ერთ-ერთი მხარე დაუძლეველი ძალის გამო ვერ ასრულებს ნაკისრ ვალდებულებებს, იგი ვალდებულია დაუყოვნებლივ, მაგრამ არაუგვიანეს მომდევნო კალენდარული დღისა აცნობოს მეორე მხარეს მათი დადგომის შესახებ.

14.3. მხარეთა პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები განახლდება დაუძლეველი ძალის მოქმედების დასრულებისთანავე.

15. დავები და მათი გადაწყვეტის წესი:

15.1. ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში წამოჭრილი ყველა დავა გადაიჭრება ურთიერთშეთანხმების გზით. შეთანხმების მიუღწევლობის შემთხვევაში, მხარეები უფლებამოსილნი არიან დავის გადასაწყვეტად მიმართონ საქართველოს შესაბამის სასამართლოს საქართველოს მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად.

16. ინტერესთა კონფლიქტის თავიდან აცილება:

16.1. წინამდებარე სახელმწიფო შესყიდვის მოსამზადებელ ეტაპზე შემსყიდველის მიერ გარკვეულია, რომ შემსყიდველის მიერ არ არის დარღვეული „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული ინტერესთა კონფლიქტის დებულებები.

17. ხელშეკრულების მოქმედების ვადა:

17.1. ხელშეკრულება ძალაში შედის ხელმოწერის დღიდან და მოქმედებს 2019 წლის 00 00000 ჩათვლით.

18. შეთანხმება კონფიდენციალური ინფორმაციის გაუთქმელობის შესახებ.

18. მომწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს აღნიშნული ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურების გაწევის დროს მიღებული ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვა. რაც გულისმობს

ა)

ბ)

გ)

შემსყიდველი:

სსიპ „საქართველოს კომუნიკაციების

ეროვნული კომისია“

საიდ.კოდი: 204953050

მისამართი: ქ.თბილისი, ქეთევან

წამებულის გამზირი/ბოჭორმის ქ. №50/18

სს „თი ბი სი ბანკი“

ბანკის კოდი: TBCBGE22

ა/ა: GE11TB060000000609326

კომისიის თავმჯდომარე კახი ბექაური

მიმწოდებელი: