

## ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ

### «ԱՌԵՎՏՐԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ԵՎ «ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐԿԱՅԻՆ ՕՐԵՆՍԳՐՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔՆԵՐԻ ՆԱԽԱԳԾԵՐԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ

#### **1. Ընթացիկ իրավիճակը և իրավական ակտերի ընդունման անհրաժեշտությունը.**

Ժամանակակից առևտրի և ծառայությունների իրականացման գործընթացում նշանակալից դեր ունեն ակցիաները, զեղչերը և այլ մարկետինգային գործունեության միջոցառումները (բոլորը միասին այսուհետ նաև՝ Ակցիա), որոնք սպառողներին (գնորդներին) հնարավորություն են ընձեռում ապրանքները ձեռք բերել կամ ծառայությունները ստանալ առավել գրավիչ և շահեկան պայմաններով:

Այնուամենայնիվ, ներկայումս ակցիա իրականացնողների գործողություններում նկատվում են խնդիրներ՝ պայմանավորված ակցիայի վերաբերյալ օրենսդրական կարգավորումների բացակայությամբ, որպիսի պայմաններում վաճառողների և ծառայություններ մատուցողների կողմից իրականացվող մարկետինգային միջոցառումների ընթացքում հանդիպում են ենթադրյալ հասարակությանը մոլորեցման դրսևորումներ:

Գործնականում հանդիպող խնդիրներից են, ի թիվս այլնի.

1. Ակցիայի իրականացմանը նախորդող ժամանակահատվածում ապրանքի իրացման գնի կամ ծառայության մատուցման գնի կտրուկ բարձրացումը, որին հաջորդում է ակցիայի կիրառումը արդեն իսկ բարձրացված գնից<sup>2</sup>

2. Ակցիայի պայմանների վերաբերյալ թերի, ոչ հավաստի տեղեկատվության հրապարակումը<sup>2</sup>

3. Ակցիայի վերաբերյալ տեղեկատվության հրապարակումը փաստացի ակցիայի բացակայության պայմաններում<sup>2</sup>

4. Ակցիայի իրականացման ժամանակային սահմանափակում չունենալը, որպիսի պայմաններում ակցիայի արդյունքում սահմանվող գինը դառնում է ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման փաստացի գին:

Նշված խնդիրների լուծման նպատակով անհրաժեշտություն է առաջացել նախաձեռնելու օրենսդրական բարեփոխումների աշխատանքներ:

Նախագծերի մշակման փուլում ուսումնասիրվել է նաև ոլորտում առկա միջազգային փորձը: Այսպես, Եվրոպական խորհրդարանի և Խորհրդի 2019 թվականի նոյեմբերի 27-ի

սպառողների պաշտպանության վերաբերյալ միության հրահանգների ավելի լավ կիրարկմանն ու արդիականացմանն ուղղված Խորհրդի 93/13/EEC հրահանգում, Եվրոպական խորհրդարանի և Խորհրդի 98/6/EC, 2005/29/EC և 2011/83/EU հրահանգներում փոփոխություններ կատարելու մասին 2019/2161 հրահանգի համաձայն.

1. Գնի իջեցման մասին ցանկացած հայտարարություն պետք է պարունակի նախորդ գինը, որը նախքան զեղչի իրականացումը կիրառվում է վաճառողի կողմից որոշակի ժամանակահատվածով:

2. Նախորդ գինը ամենացածր գինն է, որը կիրառվում է վաճառողի կողմից գնի իջեցմանը նախորդող ոչ պակաս քան 30 օրվա ընթացքում:

3. Անդամ պետությունները կարող են նախատեսել տարբեր կանոններ ապրանքների համար, որոնք կարող են արագ փշանալ կամ ունեն պահպանման ժամկետ:

4. Եթե ապրանքը շուկայում գտնվում է 30 օրից պակաս, անդամ պետությունները կարող են նաև նախատեսել ավելի կարճ ժամանակահատված, քան 2-րդ կետում նշված ժամանակահատվածն է (...)<sup>1</sup>:

**Էստոնիայի Հանրապետության** «Առևտրի մասին» օրենքի<sup>2</sup> «Ապրանքների զեղչով վաճառքի վերաբերյալ հաղորդակցություն» վերտառությամբ 11-րդ պարագրաֆի համաձայն.

(1) Զեղչված ապրանքների վաճառքի մասին հաղորդագրությունում «լիկվիդացիոն վաճառք» կամ այլ բառեր կամ արտահայտություններ կարող են օգտագործվել զեղչված ապրանքների վաճառքի մասին տեղեկատվություն տրամադրելու համար, եթե.

(...)

2. զեղչն իրականացվում է սահմանափակ ժամանակահատվածով,

3. նման պայմաններում վաճառքի ենթակա ապրանքի գինը զգալիորեն ցածր է սովորական գնից:

(...):

Համանման կարգավորումներ նախատեսված են նաև **Բոսնիա և Հերցեգովինայի** «Սպառողների պաշտպանության մասին»<sup>3</sup> օրենքի 42-րդ բաժնում, համաձայն որի՝

<sup>1</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/2161/oj>

<sup>2</sup> <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/523012015011/consolide>

(...)

2. Հատուկ առաջարկով ապրանքները պետք է ներկայացված լինեն հստակ և տեսանելի գնային պիտակով՝ նշելով ապրանքի գինը մինչև հատուկ առաջարկը սահմանված և գործող գինը:

3. Եթե գնի նվազման տոկոսը գտնվում է որոշակի միջակայքում, ապա նման նվազեցման ամենաբարձր տոկոսը պետք է վերաբերի հատուկ առաջարկի բոլոր ապրանքների արժեքի առնվազն մեկ հինգերորդին:

Ուշագրավ են նաև **Սերբիայի Հանրապետության** «Առևտրի մասին» օրենքի<sup>4</sup> կարգավորումները: Օրենքի 36-րդ հոդվածի համաձայն՝ վաճառքի գովազդը սովորական առաջարկի համեմատ ավելի բարենպաստ պայմաններով ապրանքների/ծառայությունների առաջարկն է, հատկապես նվազեցված գնով, վաճառքի հատուկ պայմաններով, ուղեկցող նվերներով, հավատարմության ծրագրերով կամ այլ արտոնություններով: (...)

Նույն օրենքի 37-րդ հոդվածի համաձայն՝ իջեցված գնով վաճառքը կարող է դրսևորվել.

1. զեղչի կիրառմամբ.
2. սեզոնային գնիջեցմամբ.
3. ակցիայի կիրառմամբ:

Իջեցված գնով ապրանքների/ծառայությունների վաճառքի դեպքում վաճառողը պարտավոր է հստակ մատնանշել ապրանքի իջեցված և նախկին գինը:

(...)

Սեզոնային գնիջեցումը սեզոնի ավարտից հետո և առավելագույնը տարին երկու անգամ իջեցված գնով ապրանքների վաճառքն է: Սեզոնային զեղչը կիրառվում է դեկտեմբերի 25-ից հունվարի 10-ը և հուլիսի 1-ից 15-ը:

Սեզոնային գնիջեցումը կարող է տևել առավելագույնը 60 օր:

Գովազդային գնիջեցումը ապրանքների/ծառայությունների վաճառքն է այն գնով, որը ցածր է այդ ապրանքի/ծառայությունների նախորդ գնից և տևում է ոչ ավելի, քան 31 օր:

---

<sup>3</sup> <https://www.libertas-institut.com/de/News&Termine/08.BiH.Consumers%20Law%20EN.pdf>

<sup>4</sup> <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2019/52/2/reg>

Մինչև երեք օր գործողության ժամկետով հատուկ վաճառք կազմակերպող վաճառողը պարտավոր է ոչ թե մատնանշել իջեցված և նախկին գինը, այլ հստակ նշել գնիջեցման տոկոսը:

Նույն օրենքի 38-րդ հոդվածի համաձայն՝

Արգելվում է որպես զեղչված ապրանք գովազդել վաճառվող այն ապրանքները, որոնք այնքան փոքր քանակությամբ են, որ ակնհայտ է, որ նպատակ ունեն գրավել հաճախորդներին այլ ապրանքներ գնելու համար:

Զեղչի տոկոսը գովազդելիս նշվում է զեղչի ամենաբարձր տոկոսը, եթե այն վերաբերում է վաճառողի տեսականու ապրանքների առնվազն մեկ հինգերորդին յուրաքանչյուր վաճառքի կետում, որին վերաբերում է զեղչի գովազդը:

(...):

Ուշագրավ է, որ ակցիայի կարգավորման նպատակով ներկայումս օրենսդրական բարեփոխումներ են նախաձեռնվել նաև **Լեհաստանի Հանրապետությունում**: Մասանավորապես, փոփոխություններ են նախատեսվում մի քանի օրենքներում, այդ թվում՝ «Ապրանքների և ծառայությունների գների մասին», «Սպառողների իրավունքների մասին», «Անարդար շուկայական գործողություններին հակազդելու մասին» և «Մրցակցության և սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» օրենքներում: Նախագծով, ի թիվս այնի, նախատեսվում է, որ ապրանքների գնի իջեցման դեպքում վաճառողներից պահանջվում է իջեցված գնի մասին տեղեկատվության հետ միասին տրամադրել տեղեկատվություն այդ ապրանքի կամ ծառայության ամենացածր գնի մասին, որը կիրառվել է զեղչի կիրառմանը նախորդող 30 օրվա ընթացքում<sup>5</sup>:

Միաժամանակ հարկ է նշել, որ գործող հարկային օրենսդրությամբ ամրագրված են զեղչի վերաբերյալ կարգավորումներ, մինչդեռ նախատեսված չէ զեղչի հասկացությունը:

Հետևաբար, առկա է «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում ակցիայի վերաբերյալ կարգավորումներ նախատեսելու, ինչպես նաև ՀՀ հարկային օրենսգրքում «զեղչ»-ի հասկացությունն ամրագրելու անհրաժեշտություն:

## **2. Առաջարկվող կարգավորման նպատակը.**

---

<sup>5</sup> <https://www.mondaq.com/dodd-frank-consumer-protection-act/1111652/black-friday-is-coming--legislative-amendments-in-poland>

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացումներ կատարելու մասին» օրենքի և «Հայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգրքում լրացում կատարելու մասին» օրենքի նախագծերով կարգավորվել են հետևյալ հարցերը.

1. ակցիայի հասկացությունը և տեսակները.

2. զեղչի հասկացությունը և կիրառման պայմանները, այդ թվում՝ ժամկետային սահմանափակումը և այլն.

3. ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառումներին ներկայացվող պահանջները և կիրառման պայմանները.

4. ակցիայի մասին իրազեկմանը ներկայացվող պահանջները, մասնավորապես՝ ակցիայի վերաբերյալ տեղեկատվության հրապարակման, դրա դադարեցման պայմանները և այլն.

5. օրենքին հակասող ակցիա իրականացնելու համար նախատեսվող իրավական հետևանքները<sup>2</sup>

6. հարկային օրենսդրության իմաստով «զեղչի» բովանդակությունը:

### ***3. Ակնկալվող արդյունքը.***

Նախագծերի ընդունման արդյունքում ակնկալվում է ստեղծել անհրաժեշտ, կանխատեսելի և որոշակի օրենսդրական հիմքեր ակցիայի կիրառման համար, որոնք կնպաստեն արդար առևտրի իրականացմանը, այդ թվում մրցակցային միջավայրի բարելավմանը և սպառողների իրավունքների պաշտպանության բարձրացմանը:

### ***4. Նախագծերի մշակման գործընթացում ներգրավված ինստիտուտները.***

Նախագծերը մշակվել են Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովի կողմից:

***5. Կապը ռազմավարական փաստաթղթերի հետ. Հայաստանի վերափոխման ռազմավարություն 2050, Կառավարության 2021-2026թթ. ծրագիր, ոլորտային և/կամ այլ ռազմավարություններ:***

Նախագծերն ուղղակիորեն չեն բխում համապատասխան ռազմավարական փաստաթղթերից: