**ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ**

**«ԱՌԵՎՏՐԻ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՕՐԵՆՔԻ ՆԱԽԱԳԾԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ**

***1. Ընթացիկ իրավիճակը և իրավական ակտի 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․
2. Ակցիայի պայմանների վերաբերյալ թերի, ոչ հավաստի տեղեկատվության հրապարակումը․
3. Ակցիայի վերաբերյալ տեղեկատվության հրապարակումը փաստացի ակցիայի բացակայության պայմաններում․
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։

Նախագծի 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 փչանալ 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 (…)[[1]](#footnote-1):

**Էստոնիայի Հանրապետության** «Առևտրի մասին» օրենքի[[2]](#footnote-2) «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»[[3]](#footnote-3) օրենքի 42-րդ բաժնում, համաձայն որի՝

(…)

1. Հատուկ առաջարկով ապրանքները պետք է ներկայացված լինեն հստակ և տեսանելի գնային պիտակով՝ նշելով ապրանքի գինը մինչև հատուկ առաջարկը սահմանված և գործող գինը:
2. 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[[4]](#footnote-4) 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:

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։** Մասնավորապես, 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[[5]](#footnote-5)։

Հաշվի առնելով վերոգրյալը՝ առկա է **«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացում կատարելու անհրաժեշտություն։**

***2. Առաջարկվող կարգավորման բնույթը***

**«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացում կատարելու մասին»» օրենքի նախագծով 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։

***3. Նախագծի մշակման գործընթացում ներգրավված ինստիտուտները***

Նախագիծը մշակվել է Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովի կողմից։

***4. Ակնկալվող արդյունքը***

Նախագծի 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։

1. ***Նախագծի ընդունման կապակցությամբ այլ նորմատիվ իրավական ակտերի ընդունման անհրաժեշտությունը, ինչպես նաև լրացուցիչ ֆինանսական միջոցների անհրաժեշտությունը և պետական բյուջեի եկամուտներում և ծախսերում սպասվելիք փոփոխությունները***

Նախագծի ընդունման կապակցությամբ այլ նորմատիվ իրավական ակտեր ընդունել անհրաժեշտ չէ, ինչպես նաև պետական կամ տեղական ինքնակառավարման մարմնի բյուջեում եկամուտների և ծախսերի էական ավելացում կամ նվազեցում չի նախատեսվում:

1. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/2161/oj> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/523012015011/consolide> [↑](#footnote-ref-2)
3. [https://www.libertas-institut.com/de/News&Termine/08.BiH.Consumers%20Law%20EN.pdf](https://www.libertas-institut.com/de/News%26Termine/08.BiH.Consumers%20Law%20EN.pdf) [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2019/52/2/reg> [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://www.mondaq.com/dodd-frank-consumer-protection-act/1111652/black-friday-is-coming--legislative-amendments-in-poland> [↑](#footnote-ref-5)