



## ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

### Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

25 ապրիլի 2023 թվականի թիվ 186-Ա

#### «ՍՊԱՐՏԱԿ ՕՀԱՆՅԱՆ ԵՎ ԸՆԿԵՐՆԵՐ» ՍԱՀՄԱՆԱՓԱԿ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՄԲ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՏՄԱՄԲ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑ ԿԻՐԱՌԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովը (այսուհետ նաև՝ **Հանձնաժողով**) 2023 թվականի ապրիլի 25-ի նիստում, քննարկելով «Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության (այսուհետ նաև՝ **Ընկերություն**) նկատմամբ պատասխանատվության միջոց կիրառելու մասին հարցը,

### Պ Ա Ր Զ Ե Ց

#### **1. Վարույթի ընթացքի հակիրճ նկարագրությունը.**

Հանձնաժողովի 2023 թվականի ապրիլի 4-ի ««Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության կողմից տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման վերաբերյալ վարույթ հարուցելու մասին» թիվ 143-Ա որոշմամբ հարուցվել է թիվ ՀԳ-01270/23 վարույթը (այսուհետ նաև՝ **Վարույթ**):

Հանձնաժողովը 2023 թվականի ապրիլի 18-ին ընդունել է «Թիվ ՀԳ-01270/23 վարույթով պատասխանող «Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության կողմից ներկայացված միջնորդությունը բավարարելու և արագացված վարույթ կիրառելու մասին» թիվ 171-Ա որոշումը (այսուհետ նաև՝ **թիվ 171-Ա որոշում**):

## **2. Վարույթի հարուցման առիթի և հիմքի հակիրճ նկարագրությունը.**

Հանձնաժողովի անբարեխիղճ մրցակցության վերահսկողության վարչությունը 2023 թվականի մարտի 29-ի թիվ ՄՊՀ-002756 զեկուցագրով առաջարկել է Ընկերության կողմից տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման հատկանիշների առկայությունը պարզելու նպատակով հարուցել վարույթ՝ հայտնելով, որ Ընկերության կողմից ««Passage»-ում մեկնարկել են «Ամանորյա» զեղչերը: Գործում է տոնական՝ 20-70% ՁԵՂԶ» ակցիայի (այսուհետ նաև՝ **Ակցիա**) առնչությամբ դրսևորված վարքագծում առերևույթ կարող են առկա լինել հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշներ՝ հետևյալ հիմքերով.

1) Ակցիայի մասին իրազեկման որևէ միջոց չի պարունակել դրա իրականացման ժամանակահատվածը՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

2) Ակցիայի շրջանակներում Ընկերության խանութ-սրահում որոշ դեպքերում բացակայում է զեղչի հրապարակման պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքների վաճառքի միջին գների և զեղչի կիրառմամբ առաջարկվող գների մասին տեղեկատվությունը.

3) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքների գնի տոկոսային նվազեցումը չի կատարվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից, մասնավորապես՝

ա) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքներ (օրինակ՝ կանացի կոշիկ YТ-00003894, կանացի կոշիկ YТ-00004363, կանացի կոշիկ YТ-00004364, տղամարդու տաբատ YТ-00003841, տղամարդու կոշիկ YТ-00004318 և այլն) իրացվել են Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից բարձր գնով.

բ) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքներ (օրինակ՝ տղամարդու սվիտր YТ-00004393, կանացի բաճկոն YТ-00004431, կանացի կոշիկ YТ-00004406, տղամարդու ժակետ YТ-00004395 և այլն) իրացվել են Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնով.

4) Ակցիայի շրջանակներում հայտարարված զեղչի ամենաբարձր տոկոսը չի տարածվել Ակցիայի մեկնարկի պահին առկա ապրանքների առնվազն մեկ հինգերորդի վրա:

Վարույթը հարուցվել է Ակցիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագծում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշների առերևույթ առկայության հիմքով:

## **3. Ընկերության դիրքորոշումը.**

Ընկերությունը 2023 թվականի ապրիլի 17-ին Հանձնաժողով ներկայացված գրությամբ (այսուհետ նաև՝ **Միջնորդություն**) հայտնել է, որ ընդունում է Վարույթով իրեն վերագրվող իրավախախտման փաստը և միջնորդել է կիրառել արագացված վարույթ՝ հայտնելով, որ Ակցիան ավարտված է: Ընկերությունը հավելել է, որ Ընկերության կողմից տվյալ իրավախախտումը կատարվել է օրենքի չիմացության պատճառով: Ընկերությունը ոչ

մի դիտավորություն չի հետապնդում և առաջնորդվում է «Առևտրի և Ծառայությունների մասին» օրենքով:

**4. Հանձնաժողովի կողմից պահանջված և ստացված փաստաթղթերը և այլ տեղեկատվությունը.**

1. Հանձնաժողովի նախագահի 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի «Մշտադիտարկում իրականացնելու մասին» թիվ 258-Ա հրամանի հիման վրա 2022 թվականի դեկտեմբերի 30-ին Ընկերության «Passage Yerevan» անվանումով ֆեյսբուքյան էջում (այսուհետ նաև՝ «Passage Yerevan» ֆեյսբուքյան էջ) իրականացվել է մշտադիտարկում:

Մշտադիտարկման արդյունքում պարզ է դարձել, որ Ընկերությունը 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ի դրությամբ «Passage Yerevan» ֆեյսբուքյան էջում հրապարակել է ««Passage»-ում մեկնարկել են «Ամանորյա» զեղչերը: Գործում է տոնական՝ 20-70% ՁԵՂԸ: Համեցեք գնումների և ընտրեք լավագույն նվերները Ձեր և Ձեր սիրելիների համար»:

2. Հանձնաժողովի նախագահի 2022 թվականի դեկտեմբերի 30-ի թիվ 296-Ա հրամանի հիման վրա, ի թիվս այլնի, Ընկերության՝ ք. Երևան, Հյուսիսային պողոտա 8 հասցեում գործող առևտրի օբյեկտում 2022 թվականի դեկտեմբերի 30-ին իրականացվել է դիտանցում, որի արդյունքում կազմվել է թիվ 296/2 արձանագրությունը:

Դիտանցման արդյունքում արձանագրվել է, որ Ընկերության ք. Երևան, Հյուսիսային պողոտա 8 հասցեում գործող առևտրի օբյեկտի («Passage») դիմապակու վրա առկա է «SALE» գրառումը պարունակող պաստառ: Առևտրի օբյեկտի ներքին հարկում դարակաշարերի հիմնական մասի վրա առկա են 40%, 50% և 70% նշումներով ցուցանակներ: Աշխատակցի բանավոր հայտարարության համաձայն՝ ներքևի հարկում այն դարակաշարերում և այլ հատվածներում, որտեղ առկա չէ զեղչի վերաբերյալ ցուցանակ, դրանցում տեղադրված ապրանքները զեղչվում են հարակից դարակաշարերում առկա ցուցանակների վրա նշված զեղչի չափով: Վերևի հարկում ակնոցների դարակաշարերի վրա առկա են 20% և 30% նշումներով ինքնակաչուն պիտակներ: Տվյալ հարկում առկա մնացած ապրանքատեսականու մասով զեղչի վերաբերյալ ցուցանակ, պաստառ կամ այլ իրազեկման միջոց առկա չէ: Աշխատակցի բանավոր հայտարարության համաձայն՝ հագուստի և կոշիկի ողջ տեսականու համար գործում է 30% զեղչ, իսկ աքսեսուարների համար՝ 20%, առևտրի օբյեկտում ապրանքների գնապիտակների վրա առկա է մեկ գին (առկա էր բացառություն, որի գնապիտակի վրա նշված էր նախնական գինը, զեղչի չափը և նոր զեղչված գինը), իսկ ապրանքների գնապիտակներին նշված գինը ապրանքների չզեղչված գինն է:

Թիվ 296/2 արձանագրությանը կցված լուսանկարների համաձայն՝ ապրանքները զեղչվում են մինչև 40%, 50% և 70%:

3. Հանձնաժողովի նախագահի 2023 թվականի հունվարի 11-ի թիվ 000216 գրությամբ (այսուհետ նաև՝ **թիվ 000216 գրություն**) Ընկերությունից, ի թիվս այլնի, պահանջվել է Հանձնաժողով ներկայացնել հետևյալ տեղեկատվությունը.

1) Ընկերության կողմից 2022 թվականի դեկտեմբերի 4-ի դրությամբ «Passage» առևտրի օբյեկտում իրացվող ապրանքների առնչությամբ իրականացված Ակցիայի բոլոր պայմանների վերաբերյալ, այդ թվում՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

2) Ակցիայի մասին սպառողներին իրազեկելու բոլոր միջոցների, այդ թվում՝ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.7-րդ հոդվածի 1-ին մասի բոլոր պահանջներին համապատասխանող միջոցների վերաբերյալ՝ կցելով յուրաքանչյուր միջոցի օրինակը կամ նշելով հասանելիությունն ապահովող ինտերնետային հղումը.

3) Ընկերության առևտրի օբյեկտներում Ակցիայի մեկնարկի դրությամբ ներկայացված ամբողջ ապրանքատեսականու ցանկը՝ համաձայն կից ներկայացվող ձևանմուշի (առևտրի յուրաքանչյուր օբյեկտի համար անհրաժեշտ է ներկայացնել առանձին ձևանմուշ).

4) Ընկերության կողմից 2022 թվականի սեպտեմբերի 20-ից մինչև 2022 թվականի դեկտեմբերի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում իրականացված (սկսված, ընթացիկ և (կամ) ավարտված) բոլոր այլ ակցիաների վերաբերյալ՝ հայտնելով դրանցից յուրաքանչյուրի պայմանները, այդ թվում՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը:

Ընկերությունը, ի պատասխան թիվ 000216 գրության, 2023 թվականի փետրվարի 2-ին Հանձնաժողով է ներկայացրել գրություն, ի թիվս այլնի՝ հայտնելով, որ Ընկերության կողմից 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ի դրությամբ իրականացված Ակցիայի պայմանը եղել է մինչև 80% զեղչ նշված ապրանքների համար: Ընկերությունը, ի լրումն թիվ 000216 գրության, Հանձնաժողով է ներկայացրել նաև Ակցիայի շրջանակում հայտարարված ապրանքատեսակների ցանկը, ինչպես նաև իրազեկման միջոց հանդիսացող «Meta Platforms», «Inc. (facebook)»-ի և «Instagram»-ի հաշվետվությունները:

Ընկերությունը 2023 թվականի փետրվարի 27-ին Հանձնաժողով ներկայացված գրությամբ, ի թիվս այլնի, հայտնել է, որ 2022 թվականի սեպտեմբերի 20-ից մինչև դեկտեմբերի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում Ընկերության կողմից իրականացվել են միջսեզոնային զեղչեր:

4. Հանձնաժողովի նախագահի 2023 թվականի հունվարի 10-ի թիվ ԳԳ-17 գրությամբ (այսուհետ նաև՝ **թիվ ԳԳ-17 գրություն**) Հանձնաժողովը դիմել է ՊԵԿ՝ խնդրելով Հանձնաժողովին տրամադրել տեղեկատվություն Ընկերության կողմից 2022 թվականի սեպտեմբերի 1-ից մինչև 2023 թվականի հունվարի 10-ն ընկած ժամանակահատվածում հաշվարկային փաստաթղթերի և ՀԴՄ կտրոնների միջոցով իրականացված բոլոր գործարքների մասին:

ՊԵԿ-ը, ի պատասխան թիվ ԳԳ-17 գրության, 2023 թվականի հունվարի 18-ին Հանձնաժողովին է տրամադրել համապատասխան տեղեկատվությունը:

Ընկերությունը 2023 թվականի ապրիլի 19-ին Հանձնաժողով է ներկայացրել գրություն՝ հայտնելով, որ

**5. Գործի բազմակողմանի, լրիվ և օբյեկտիվ քննարկման արդյունքում Հանձնաժողովը հաստատված է համարում հետևյալ փաստական հանգամանքները.**

1. Վարույթը հարուցվել է Ակցիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագծում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշների առերևույթ առկայության հետևյալ հիմքերով.

1) Ակցիայի մասին իրազեկման որևէ միջոց չի պարունակել դրա իրականացման ժամանակահատվածը՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

2) Ակցիայի շրջանակներում Ընկերության խանութ-սրահում որոշ դեպքերում բացակայում է զեղչի հրապարակման պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքների վաճառքի միջին գների և զեղչի կիրառմամբ առաջարկվող գների մասին տեղեկատվությունը.

3) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքների գնի տոկոսային նվազեցումը չի կատարվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից, մասնավորապես՝

ա) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքներ (օրինակ՝ կանացի կոշիկ YТ-00003894, կանացի կոշիկ YТ-00004363, կանացի կոշիկ YТ-00004364, տղամարդու տաբատ YТ-00003841, տղամարդու կոշիկ YТ-00004318 և այլն) իրացվել են Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից բարձր գնով.

բ) Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքներ (օրինակ՝ տղամարդու սվիտր YТ-00004393, կանացի բաճկոն YТ-00004431, կանացի կոշիկ YТ-00004406, տղամարդու ժակետ YТ-00004395 և այլն) իրացվել են Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնով.

4) Ակցիայի շրջանակներում հայտարարված զեղչի ամենաբարձր տոկոսը չի տարածվել Ակցիայի մեկնարկի պահին առկա ապրանքների առնվազն մեկ հինգերորդի վրա:

2. Ակցիան գործել է 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ից մինչև 2023 թվականի հունվարի 13-ը ներառյալ:

3. Ընկերությունն ընդունել է Վարույթով իրեն վերագրվող իրավախախտման փաստը և միջնորդել է կիրառել արագացված վարույթ:

4. Հանձնաժողովը թիվ 171-Ա որոշմամբ բավարարել է Միջնորդությունը և կիրառել է արագացված վարույթ:

5.

**6. Վարույթի փաստական հանգամանքների և վերաբերելի իրավական նորմերի ուսումնասիրության և վերլուծության արդյունքում Հանձնաժողովը եզրահանգում է հետևյալին.**

**1) Ընկերության կողմից իրավախախտում կատարված լինելու հարցի կապակցությամբ.**

Վարույթը հարուցվել է Ընկերության կողմից իրականացված ««Passage»-ում մեկնարկել են «Ամանորյա» զեղչերը: Գործում է տոնական՝ 20-70% ՁԵՂԶ» սկզբիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագծում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշների առերևույթ առկայության հիմքով:

Հաշվի առնելով վերոգրյալը՝ Հանձնաժողովը, նախևառաջ, հարկ է համարում անդրադառնալ հետևյալ հարցադրումների պարզաբանմանը.

**1. Ինչպե՞ս է դրսևորվում հասարակության մոլորեցմամբ անբարեխիղճ մրցակցության օբյեկտիվ կողմը.**

**2. Ակցիայի առնչությամբ ո՞ր վարքագիծը կարող է հանգեցնել հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության.**

**3. Ձեռչի դեպքում ո՞ր գնից է իրականացվում ապրանքի գնի նվազեցումը.**

**4. Ո՞ր դեպքում օրենքին հակասող գովազդը կարող է հանգեցնել հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության.**

**5. Ո՞վ է կրում տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման վերաբերյալ վարույթում անձի համար բարենպաստ փաստական հանգամանքների առկայության ապացուցման պարտականությունը.**

**Առաջին հարցադրման կապակցությամբ.**

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենքի (այսուհետ նաև՝ **Օրենք**) 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցություն է համարվում տնտեսավարող սուբյեկտի ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ, որը հակասում է սույն օրենքին, այլ օրենքներին, նորմատիվ իրավական ակտերին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին, խախտում է տնտեսավարող սուբյեկտների միջև կամ վերջիններիս ու սպառողների կամ ձեռք բերողների միջև բարեխղճության՝ ազնվության, արդարության, ճշմարտության և (կամ) անաչառության սկզբունքները: Նույն հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցությունն արգելվում է:

Օրենքի 16-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցությունն արգելվում է: Նույն հոդվածի 3-րդ մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցություն են սույն օրենքի 17-24-րդ հոդվածներում նախատեսված դեպքերը, ինչպես նաև սույն հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշներին համապատասխանող այլ գործողությունները:

Վերոնշյալ իրավանորմերի համակարգային վերլուծությունից հետևում է, որ օրենսդիրը սահմանել է վարքագիծը անբարեխիղճ մրցակցություն որակելու երկու եղանակ. մի դեպքում անբարեխիղճ մրցակցության դեպքերն են Օրենքի 16-24-րդ հոդվածներով սահմանված առանձին դրսևորումները, մյուս դեպքում՝ Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշները պարունակող գործողությունը կամ վարքագիծը, եթե այն.

- հակասում է Օրենքին, այլ օրենքներին, նորմատիվ իրավական ակտերին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին,

-խախտում է մրցակիցների միջև կամ վերջիններիս և սպառողների միջև բարեխղճության՝ ազնվության, արդարության, ճշմարտության և (կամ) անաչառության սկզբունքները:

Այսինքն, օրենսդրի կողմից սահմանված անբարեխիղճ մրցակցության առանձին դրսևորումների սահմանումը, ըստ էության, Օրենքի 16-րդ հոդվածի մասնավոր դեպքերի առարկայացումն է և, հետևաբար, Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշների քննարկման անհրաժեշտությունը բացակայում է անբարեխիղճ մրցակցության մասնավոր դեպքերից յուրաքանչյուրի, այդ թվում՝ հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության դեպքում:

Օրենքի 21-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցություն է համարվում հասարակության մոլորեցումը, այդ թվում՝

1) ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ, որը մոլորեցնում է կամ կարող է մոլորեցնել հասարակությանը տնտեսավարող սուբյեկտի, նրա գործունեության կամ առաջարկած ապրանքների, դրանց գովազդմանը, տարածմանը կամ իրացմանը նպաստող միջոցառումների, ապրանքի աշխարհագրական ծագման կամ Օրենքի 20-րդ հոդվածում թվարկված բնութագրերի կամ պայմանների վերաբերյալ.

2) ապրանքների որակն անհիմն չափազանցելը կամ որակի, քանակի կամ այլ բնութագրերի կամ ապրանքների ձեռքբերման կամ իրացման վերաբերյալ համապատասխան տեղեկատվություն չհիշատակելը կամ տեղեկատվությունն այն ձևով ներկայացնելը, որը կարող է հանգեցնել թյուր տպավորության ստեղծման (ապակողմնորոշման).

3) գովազդի մեջ (գովազդելու ընթացքում) կամ իրացման ընթացքում թերի կամ կեղծ կամ ոչ լիարժեք տվյալների (տեղեկությունների) նշումը կամ այնպիսի տվյալների (տեղեկությունների) բացակայությունը կամ տվյալների (տեղեկությունների) այն ձևով նշումը, որն սպառողին հնարավորություն չի տալիս ամբողջական պատկերացում կազմելու իրացվող կամ գովազդվող ապրանքի կամ տնտեսավարող սուբյեկտի վերաբերյալ.

4) օրենքին հակասող, այդ թվում՝ անբարեխիղճ կամ հակաօրինական կամ հավաստիության կամ պատշաճության խախտմամբ իրականացվող գովազդները, որոնք կարող են կանխել, սահմանափակել կամ արգելել տնտեսական մրցակցությունը կամ վնասել սպառողների շահերը:

Վերոնշյալ կարգավորումների հիման վրա Հանձնաժողովը հարկ է համարում, նախևառաջ, արձանագրել, որ հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցությունն իր բնույթով ունի ձևական կազմ, այսինքն՝ հետևանքի վրա հասնելը՝ սպառողի մոլորվելու փաստը, վարքագիծը Օրենքի 21-րդ հոդվածով որակելու պարտադիր և անհրաժեշտ պայման չէ: Ըստ այդմ, վարքագիծը հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցություն իրավախախտում որակելու համար բավարար է միայն մոլորվելու հնարավորությունն ու հավանականությունը, այլ ոչ թե ինքնին մոլորվելու փաստը:

Մյուս կողմից, հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցություն իրավախախտման ձևական բնույթը դրսևորվում է նրանում, որ արարքը

կատարման փաստով համարվում է ավարտված: Այլ կերպ ասած՝ տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից այլ վայրում, այդ թվում՝ ինտերնետային կայքի տարբեր բաժիններում, այլ միջոցով կամ հետագայում անհրաժեշտ տեղեկությունները հայտնելը կամ այլ կերպ հասանելի դարձնելը իրավախախտումը չի վերացնում:

Միևնույն ժամանակ, կարևոր է արձանագրել, որ օրենսդիրը այս իրավախախտման օբյեկտիվ կողմի սպառիչ ցանկ չի սահմանել, այլ մասնավորեցրել է դրանցից մի քանիսը, որոնք արտահայտվում են.

1) ապրանքի բնութագրերի կամ իրացման պայմանների վերաբերյալ թյուր տպավորության՝ ապակողմնորոշման հնարավորության ստեղծմամբ, այդ թվում՝ ապրանքների ձեռքբերման կամ իրացման վերաբերյալ համապատասխան տեղեկատվություն չհիշատակելու եղանակով.

2) սպառողին գովազդվող կամ իրացվող ապրանքի վերաբերյալ ամբողջական պատկերացում կազմելու հնարավորություն չտալով, այդ թվում՝ թերի, կեղծ կամ ոչ լիարժեք տվյալներ նշելու եղանակով.

3) տնտեսական մրցակցությունը կանխող, սահմանափակող կամ արգելող կամ սպառողների շահերը վնասող օրենքին հակասող գովազդով.

4) ցանկացած այլ դրսևորմամբ, որը ստեղծում է տնտեսավարող սուբյեկտի, նրա գործունեության կամ առաջարկած ապրանքների, դրանց բնութագրերի կամ այլ պայմանների վերաբերյալ մոլորեցնելու հնարավորություն:

Ընդ որում, միևնույն վարքագիծը միաժամանակ կարող է համապատասխանել հասարակության մոլորեցման մեկից ավելի դրսևորումներին: Այսպես, օրինակ՝ ապրանքների ձեռքբերման կամ իրացման վերաբերյալ համապատասխան տեղեկատվություն չհիշատակելը կարող է ոչ միայն ամբողջական պատկերացում կազմելու հնարավորություն չտալ, այլ նաև ստեղծել թյուր տպավորության՝ ապակողմնորոշման հնարավորություն:

Վերոգրյալի համատեքստում ուշադրության է արժանի նաև այն հանգամանքը, որ Օրենքի 21-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցություն առկա չէ, եթե կարող է վնաս հասցվել սպառողների կյանքին, առողջությանը, անվտանգությանը, հասարակական կամ պետական անվտանգությանը կամ շրջակա միջավայրին: Այլ կերպ ասած՝ եթե տնտեսավարող սուբյեկտի վարքագիծը վնասում է կամ կարող է վնասել բացառապես հիշատակված հանրային շահերը, ապա այն դուրս է Հանձնաժողովի իրավասության տիրույթից:

### **Երկրորդ հարցադրման կապակցությամբ.**

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.4-րդ հոդվածի համաձայն՝

1. Ակցիան վաճառքի կազմակերպման կամ ծառայության մատուցման ընթացքում վաճառողի կամ ծառայություն մատուցողի կողմից (այսուհետ նաև՝ **ակցիա իրականացնող**) իրականացվող միջոցառում է, որն ուղղված է սպառողների շրջանում ապրանքների կամ ծառայությունների առաջխաղացմանը կամ իրացման ծավալների մեծացմանը:

2. Ակցիան իրականացվում է հետևյալ եղանակներով.

1) գեղչ.

2) ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառում:

3. Սույն գլխով սահմանված կարգավորումները տարածվում են ցանկացած գործողության վրա, որը համապատասխանում է սույն օրենքի իմաստով ակցիայի բնորոշմանը՝ անկախ իրականացված գործողության համար փաստացի կիրառվող անվանումից:

4. Սույն գլուխը կիրառելի չէ հարկային հարաբերությունների նկատմամբ:

Վերոգրյալ կարգավորումների հիման վրա Հանձնաժողովը փաստում է, որ ակցիաները, անկախ նրանից կլինեն զեղչ, թե ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառում, սպառողների շրջանում ապրանքների կամ ծառայությունների առաջխաղացմանը կամ իրացման ծավալների մեծացմանն ուղղված կարճաժամկետ միջոցառումներ են, որոնք ակցիա իրականացնողի կողմից իրականացվում են վաճառքի կազմակերպման կամ ծառայության մատուցման ընթացքում: Ընդ որում էական չէ, թե տնտեսավարող սուբյեկտը (ակցիա իրականացնողը) ինչպես կանվանի իր իրականացրած ակցիան, քանի որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի կարգավորումները կտարածվեն այն բոլոր իրավահարաբերությունների վրա, որոնք բնույթով կհապատասխանեն նշված օրենքով նախատեսված «ակցիա», «զեղչ» և «ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառում» հասկացություններին:

Միաժամանակ, Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ արդար առևտրի իրականացման, այդ թվում՝ մրցակցային միջավայրի բարելավման և սպառողների իրավունքների պաշտպանության բարձրացման նպատակով օրենսդրի կողմից «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.5-րդ, 15.6-րդ և 15.7-րդ հոդվածներով սահմանվել են ակցիաների բովանդակությանը և ակցիաների մասին իրազեկմանը ներկայացվող պահանջները:

*Այսպես, Ակցիաների վերաբերյալ կարգավորումները մասնավորապես հանգում են հետևյալին.*

### **1. Զեղչի բովանդակությանը ներկայացվող պահանջներ.**

- ակցիայի իրականացումը պայմանավորող և սպառողների կողմից որոշակի գործողությունների կատարում ենթադրող պայմանները պետք է լինեն հստակ, պարզ և ընկալելի.

- ակցիան կարող է տևել առավելագույնը երեք ամիս.

- զեղչը կիրառվում է մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնից.

### **2. Այլ ակցիայի բովանդակությանը ներկայացվող պահանջներ.**

- ակցիայի իրականացումը պայմանավորող և սպառողների կողմից որոշակի գործողությունների կատարում ենթադրող պայմանները պետք է լինեն հստակ, պարզ և ընկալելի.

- ակցիան կարող է տևել առավելագույնը երեք ամիս, ընդ որում ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառման ժամկետի

ավարտից հետո մեկամսյա ժամկետում նույն ապրանքի իրացման կամ նույն ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառում իրականացնելը արգելվում է.

- ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի փոփոխման հետ չկապված այլ միջոցառումներ իրականացնելիս նվերները, բոնուսները կամ այլ առավելությունները չեն կարող հիմք հանդիսանալ ապրանքի իրացման կամ ծառայության մատուցման գնի բարձրացման համար՝ լրիվ կամ մասնակի ներառվելով գնի մեջ.

### **3. Ակցիաների մասին իրազեկմանը ներկայացվող պահանջներ.**

- ակցիայի մասին սպառողին իրազեկման եղանակներից առնվազն մեկը պետք է պարունակի նվազագույնը հետևյալ տվյալները.

- ակցիայի էության հակիրճ նկարագրությունը,

- ակցիայի ենթակա ապրանքների և ծառայությունների շրջանակը, եթե ոչ բոլոր ապրանքներն են ներառված, ընդ որում շրջանակ չնշելու դեպքում ենթադրվում է ամբողջ տեսականին:

- ակցիայի մեկնարկի և ավարտի օրերը,

- ակցիայի կիրառումը պայմանավորող պայմանները կամ դրանց հասանելիության աղբյուրները.

- ակցիայի մասին տեղեկատվությունը պետք է լինի ամբողջական, հավաստի, իսկ գրավորի դեպքում՝ նաև ընթերցելի, իսկ տառաչափերի տարբերությունը՝ երկու անգամից ոչ ավելի.

- ակցիա իրականացնողը պետք է ապահովի զեղչի հրապարակման պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնի և զեղչի կիրառմամբ առաջարկվող գնի միաժամանակյա տեսանելիությունը սպառողին.

- զեղչի կիրառման ամենաբարձր տոկոս կարող է նշվել այն տոկոսը, որով զեղչվում է ակցիայի մեկնարկի պահին ակցիա իրականացնողի մոտ առկա՝ ակցիային մասնակցող ապրանքների կամ ծառայության առնվազն մեկ հինգերորդը.

- ակցիայի վաղաժամկետ դադարման կամ դադարեցման դեպքում ակցիա իրականացնողը պետք է դադարեցնի դրա վերաբերյալ հրապարակումը:

Հանձնաժողովը վերոնշյալ կարգավորումների վերլուծության հիման վրա արձանագրում է, որ դրանց չպահպանումը.

1. ունի մրցակցային իրավիճակի վրա բացասական ազդեցություն, քանի որ ակցիա իրականացնողը ստանում է անհիմն մրցակցային առավելություն.

2. հանգեցնում է սպառողների իրավունքների և օրինական շահերի խախտման, քանի որ, ի թիվս այլնի, վերջիններս չեն ստանում անհրաժեշտ տեղեկատվություն:

Վերոնշյալը համադրելով հասարակության մոլորեցման վերաբերյալ առաջին հարցադրման շրջանակում ներկայացված դրսևորումների հետ՝ Հանձնաժողովը փաստում է, որ

1. ակցիայի բովանդակային պահանջների չպահպանումը, որպես հետևանք, առնվազն հանգեցնում է թյուր տպավորության ստեղծման (ապակողմնորոշման) հնարավորության.

2. ակցիայի իրազեկման պահանջների չպահպանումը, որպես հետևանք, առնվազն հանգեցնում է ամբողջական պատկերացում ստանալու հնարավորությունից զրկելուն:

Միաժամանակ, Հանձնաժողովը գտնում է, որ, անկախ ակցիային առնչվող օրենսդրական կարգավորումների խախտման հանգամանքից, ակցիայի առնչությամբ տնտեսավարող սուբյեկտի վարքագիծը կարող է հանգեցնել հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության, եթե այն պարունակում է առաջին հարցադրման շրջանակում նկարագրված հասարակության մոլորեցման որևէ դրսևորման հատկանիշներ:

**Երրորդ հարցադրման կապակցությամբ.**

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.5-րդ հոդվածի 1-ին և 3-րդ մասերի համաձայն՝

1. Զեղչը ակցիայի մեկնարկին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնի կարճաժամկետ նվազեցումն է, որն իրականացվում է ապրանքի կամ ծառայության գնի նվազեցման տոկոսային արտահայտման կամ նվազեցված գնի մասին հրապարակային տեղեկացմամբ և ենթադրում է զեղչի ավարտից հետո մինչև զեղչի կիրառումը սահմանված գնի վերականգնում, բացառությամբ եթե նախորդ գնից տարբերվող այլ գնի սահմանումը պայմանավորված է տնտեսական պայմաններով (գործոններով):

3. Ապրանքի կամ ծառայության գնի տոկոսային նվազեցումը կատարվում է ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնից:

Նշված նորմերի մեկնաբանությունից հետևում է, որ զեղչի իրականացման դեպքում ապրանքի գնի նվազեցումն իրականացվում է ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնից (*այսուհետ նաև՝ միջին գին*):

Այս համատեքստում Հանձնաժողովը հարկ է համարում անդրադառնալ հետևյալ հարցադրումներին.

**1. ի՞նչ բովանդակություն ունի «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում «ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գին» հասկացությունը.**

**2. արդյո՞ք «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում «միջին գին» հասկացության սահմանումը ուղղակիորեն չտալը կարող է հանգեցնել իրավական որոշակիության սկզբունքի խախտման.**

**3. ի՞նչպես է հաշվարկվում միջին գինը:**

**Առաջին հարցադրման կապակցությամբ.**

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.5-րդ հոդվածի 1-ին և 3-րդ մասերի համաձայն՝

1. Զեղչը ակցիայի մեկնարկին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնի կարճաժամկետ նվազեցումն է, որն իրականացվում է ապրանքի կամ ծառայության գնի նվազեցման տոկոսային արտահայտման կամ նվազեցված գնի մասին հրապարակային տեղեկացմամբ և ենթադրում է զեղչի ավարտից հետո մինչև զեղչի կիրառումը սահմանված գնի

վերականգնում, բացառությամբ եթե նախորդ գնից տարբերվող այլ գնի սահմանումը պայմանավորված է տնտեսական պայմաններով (գործոններով):

3. Ապրանքի կամ ծառայության գնի տոկոսային նվազեցումը կատարվում է ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գնից:

Օրենսդիրը սահմանել է որոշակի ելակետեր իրավակիրառողի կողմից իրավական նորմը մեկնաբանելու հարցում: Այսպես, «Նորմատիվ իրավական ակտերի մասին» օրենքի 41-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ նորմատիվ իրավական ակտի նորմը մեկնաբանվում է՝ հաշվի առնելով նորմատիվ իրավական ակտն ընդունելիս այն ընդունող մարմնի նպատակը՝ ելնելով դրանում պարունակվող բառերի և արտահայտությունների տառացի նշանակությունից, ամբողջ հոդվածի, գլխի, բաժնի կարգավորման համատեքստից, այն նորմատիվ իրավական ակտի դրույթներից, ի կատարումն որի ընդունվել է այդ ակտը, տվյալ նորմատիվ իրավական ակտով սահմանված սկզբունքներից, իսկ այդպիսի սկզբունքներ սահմանված չլինելու դեպքում՝ տվյալ իրավահարաբերությունը կարգավորող իրավունքի ճյուղի սկզբունքներից:

Վերոնշյալի համատեքստում ուշագրավ է Վճռաբեկ դատարանի թիվ ԵԴ/23801/02/18 քաղաքացիական գործով 2022 թվականի ապրիլի 15-ի որոշումը, որով արձանագրվել է, որ իրավանորմի լեզվաբանական մեկնաբանումը կարևորվում է այն ընդունող մարմնի նպատակը բացահայտելու իրողությամբ, քանի որ իրավանորմեր ընդունելով օրենսդիրը հետապնդում է ինչ-որ նպատակ, որն իրագործելու համար սահմանում է որոշակի պահանջներ՝ իրավանորմերի տեսքով: Օրենքը մեկնաբանելիս դատարանների դերն օրենսդրի մտադրությունը հասկանալն ու բացահայտելն է՝ օրենքի նպատակները իրականացնելու համար: Քանի որ օրենքի նորմատիվ լեզուն նպատակի լավագույն ցուցիչն է, նախ դիտարկվում են օրենքի տառը, դրանում պարունակվող բառերն ու արտահայտությունները՝ դրանց ընդհանուր իմաստից ելնելով: Ընդ որում, տառացի մեկնաբանման դեպքում օրենքի նորմը չի դիտարկվում մեկուսի, այլ նորմերից կտրված, այլ ուսումնասիրվում է օրենքի ամբողջ էությունը:

Տվյալ դեպքում «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում կիրառվում է «ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գին» հասկացությունը, որի բովանդակությունը գնահատելու համար Հանձնաժողովը նախևառաջ հարկ է համարում քննարկման առարկա դարձնել դրա նպատակային մեկնաբանման և առանձին բաղադրիչների՝ նոր, բազմիմաստ կամ առանց պարզաբանման ընկալելիության հարցերը:

Անդրադառնալով «ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման միջին գին» հասկացության բովանդակությանը Հանձնաժողովը արձանագրում է, որ նորմը մեկնաբանելիս էական է օրենսդրի մտադրությունը հասկանալն ու բացահայտելը՝ նպատակային մեկնաբանությունը:

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացումներ կատարելու մասին» ՀՕ-301-Ն օրենքի ընդունման անհրաժեշտության վերաբերյալ հիմնավորման ուսումնասիրությունից պարզ է դառնում, որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում ակցիաների իրականացման վերաբերյալ կարգավորումների նախատեսումը, ի թիվս այլնի,

միտված է լուծելու այն իրավիճակը, երբ ակցիայի իրականացմանը նախորդող ժամանակահատվածում տեղի էր ունենում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման գնի կտրուկ բարձրացում, որին գործնականում հաջորդում էր ակցիայի իրականացումն արդեն իսկ բարձրացված գնից՝ ըստ էության մոլորեցնելով սպառողին և որպես ակցիայի պայման չիրականացնելով ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման գնի նվազեցում:

Շարադրվածի հիման վրա Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի ընդունումը, ի թիվս այլնի, նպատակ ունի բացառելու ակցիա իրականացնողի ընթացիկ (սովորական) վարքագիծը որպես ակցիա մատուցելը:

Անդրադառնալով «միջին գին» հասկացության առանձին բաղադրիչների բովանդակությանը հարկ է նկատել հետևյալը.

Այսպես, Էդուարդ Բագրատի Աղայանի «Արդի հայերենի բացատրական բառարանում» «միջին» բառի իմաստային բացատրությունը տրվում է հետևյալ կերպ. «1. Երկու ծայրերի (բարձրի և ցածրի, աջի և ձախի) մեջտեղը գտնվող: 2. Երկու ծայրահեղությունների միջև եղող, չափավոր, միջակ: 3. Որևէ ժամանակահատվածի սկզբից և վերջից հավասարապես հեռու: 4. Մի քանի մեծությունների գումարը նրանց քանակի վրա բաժանելով ստացված»: Նույնաբովանդակ բացատրություններ են սահմանված նաև Արտաշես Տէր Խաչատուրեան, Գրանդ Գանգրունի և Փարամազ Կ. Տօնիկեանի «Հայոց լեզուի նոր բառարանում»:

Այսինքն՝ հիշյալի համատեքստում ստացվում է, որ «միջին» ձևակերպումը հանրաձանոթ եզրույթ է, որը բառարանային մեկնաբանությամբ նույնպես միանշանակ ընկալելիություն ունի:

Անդրադառնալով «գին» բառի իմաստային բացատրությանը՝ հարկ է նշել, որ Էդուարդ Բագրատի Աղայանի «Արդի հայերենի բացատրական բառարանում» «գին» բառի իմաստային բովանդակությունը տրվում է հետևյալ կերպ. «1. Որևէ ապրանքի գնման համար սահմանված դրամի քանակը, ապրանքի արժեքի փողային արտահայտությունը: 2. Արժանիք, արժեք: 3. Վարձ, վարձավճար, վարձատրություն»::

Ավելին «Ամենագործնական տնտեսական տերմինների բացատրական բառարանում» «գին» բառի տնտեսագիտական իմաստային բովանդակությունը տրվում է հետևյալ կերպ. «ապրանքի միավոր դրամական միջոցներով արտահայտված արժեքը, որը գնորդը պարտավոր է վճարել վաճառողին դրա ձեռք բերման համար: Սովորաբար ապրանքի գինը նախօրոք սահմանվում է վաճառողի կողմից արտադրության և վաճառքի ընդհանուր ծախսումների հիման վրա՝ հաշվի առնելով շահութաբերության ընդհանուր ցուցանիշը: Միաժամանակ «միջին գին» արտահայտության իմաստային բացատրությունը տրվում է հետևյալ կերպ. «արժեթղթի, արտարժույթի կամ հումքի գինը, որը կազմում է վաճառքի համար առաջարկվող գնի և գնման գնի միջինը: Մամուլում հրապարակվում է հիմնականում միջին գինը»::

Վերոնշյալից բխում է, որ «միջին գին» եզրույթը ենթադրում է արժեքի միջին թվաբանականը, այսինքն՝ մի քանի արժեքների գումարի և քանակի հարաբերությունը: Ընդ

որում, այդ հարաբերությունը վերաբերում է ակցիայի մեկնարկի օրվան նախորդող մեկ ամսվան:

Այսպիսով՝ Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ «միջին գին»-ը ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման գների միջին թվաբանականն է:

***Երկրորդ հարցադրման կապակցությամբ.***

Սահմանադրության 1-ին հոդվածի համաձայն՝ Հայաստանի Հանրապետությունն ինքնիշխան, ժողովրդավարական, սոցիալական, իրավական պետություն է:

Սահմանադրության 59-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ յուրաքանչյուր ոք ունի տնտեսական, ներառյալ ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվելու իրավունք: Այս իրավունքի իրականացման պայմանները և կարգը սահմանվում են օրենքով:

Սահմանադրության 79-րդ հոդվածի համաձայն՝ հիմնական իրավունքները և ազատությունները սահմանափակելիս օրենքները պետք է սահմանեն այդ սահմանափակումների հիմքերը և ծավալը, լինեն բավարար չափով որոշակի, որպեսզի այդ իրավունքների և ազատությունների կրողները և հասցեատերերն ի վիճակի լինեն դրսևորելու համապատասխան վարքագիծ:

Հանձնաժողովը, անդրադառնալով իրավական որոշակիության սկզբունքին, հարկ է համարում ընդգծել, որ Սահմանադրության 1-ին հոդվածով հռչակված իրավական պետության կարևորագույն տարրերից է իրավունքի գերակայության սկզբունքը, որը ենթադրում է իրավական ակտերի՝ իրավական որոշակիությանը համապատասխանելու պահանջը:

Անդրադառնալով իրավական որոշակիության սկզբունքին՝ Սահմանադրական դատարանն իր որոշումներում արտահայտել է իրավական դիրքորոշումներ առ այն, որ, մասնավորապես, որևէ իրավական նորմ չի կարող համարվել «օրենք», եթե ձևակերպված չէ բավարար աստիճանի հստակությամբ, որը թույլ տա քաղաքացուն դրա հետ համատեղելու իր վարքագիծը (ՍԴՈ-630), վերջինս պետք է լինի բավականաչափ մատչելի՝ իրավունքի սուբյեկտները պետք է համապատասխան հանգամանքներում հնարավորություն ունենան կողմնորոշվելու՝ թե տվյալ դեպքում ինչ իրավական նորմեր են կիրառվում (ՍԴՈ-753), օրենսդրության մեջ օգտագործվող հասկացությունները պետք է լինեն հստակ, որոշակի և չհանգեցնեն տարաբնույթ մեկնաբանությունների կամ շփոթության (ՍԴՈ-1176, ՍԴՈ-1449):

Հարկ է նկատել, որ իրավական որոշակիության վերաբերյալ մի շարք դիրքորոշումներ է արտահայտել նաև Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանը, մասնավորապես՝ Բուսույոկն ընդդեմ Մոլդովայի գործով (Case of Busuioc v. Moldova, Application no. 61513/00, 21/12/2004) վճռում գտել է, որ «օրենքով նախատեսված» արտահայտության պահանջներից մեկն այն է, որ համապատասխան միջոցը պետք է լինի կանխատեսելի: Նորմը չի կարող համարվել «օրենք», քանի դեռ ձևակերպված չէ բավարար հստակությամբ, որպեսզի անձին հնարավորություն տա կարգավորելու իր վարքագիծը. անձը պետք է կարողանա տվյալ հանգամանքներում ողջամիտ կերպով կանխատեսել իր՝

տվյալ գործողության հետևանքները: Այդ հետևանքները չեն կարող կանխատեսելի լինել բացարձակ որոշակիությամբ: Թեև օրենքում որոշակիությունն առավել ցանկալի է, դա կարող է հանգեցնել չափազանց կոշտության, և օրենքը պետք է կարողանա հարմարվել փոփոխվող հանգամանքներին: Հետևաբար, շատ օրենքներ անխուսափելիորեն ձևակերպվում են այնպիսի հասկացություններով, որոնք քիչ թե շատ անորոշ են, և որոնց մեկնաբանությունը և կիրառումը պրակտիկայի խնդիր է:

Իրավական որոշակիության պահանջի իրացմանն է միտված «Նորմատիվ իրավական ակտերի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածի 1-ին մասը, որով սահմանվում է, որ նորմատիվ իրավական ակտում կիրառվում են նորմատիվ իրավական ակտերով սահմանված կամ հանրաձանոթ հասկացություններ կամ տերմիններ, իսկ նույն օրենքի 15-րդ հոդվածի 3-րդ մասի համաձայն՝ նորմատիվ իրավական ակտում օգտագործվում են նոր կամ բազմիմաստ կամ այնպիսի հասկացություններ կամ տերմիններ, որոնք առանց պարզաբանման միանշանակ չեն ընկալվում, կամ այլ նորմատիվ ակտով տրված է այդ հասկացությունների կամ տերմինների այլ սահմանում, ապա տվյալ ակտով տրվում են այդ ակտի էությունից բխող դրանց սահմանումները: Սահմանումները պետք է լինեն այնպիսին, որ ապահովեն դրանց միատեսակ ու միանշանակ ընկալումն ու կիրառումը:

Վերոգրյալ իրավանորմերի վերլուծություններից բխում է, որ օրենսդիրը նոր ընդունվող նորմատիվ իրավական ակտում պետք է տա այն հասկացության կամ տերմինի սահմանումը, որը նոր կամ բազմիմաստ է, կամ առանց պարզաբանման միանշանակ չի ընկալվում:

Սահմանադրական դատարանի 2022 թվականի նոյեմբերի 22-ի ՍԴՈ-1669 որոշմամբ արձանագրել է, որ (...) իրավական որոշակիության սկզբունքի ապահովման առումով ընդհանուր տրամաբանությունն հանգում է այն գաղափարին, որ թեև իրավական որոշակիությունն անհրաժեշտ է, այնուամենայնիվ, այդ սկզբունքը չի բացառում իրավական ակտերում այնպիսի ձևակերպումների կամ եզրույթների առկայությունը, որոնք գնահատողական բնույթ ունեն և յուրաքանչյուր կոնկրետ դեպքում առավել հստակեցվում են իրավակիրառ պրակտիկայի շրջանակներում» (2021 թվականի մայիսի 4-ի ՍԴՈ-1592 որոշում):

Մեկ այլ, 2022 թվականի ապրիլի 29-ի ՍԴՈ-1646 որոշմամբ Սահմանադրական դատարանը շեշտում է, որ իրավական որոշակիությունը չպետք է բացարձականացնել: Գնահատողական եզրույթների առկայության պատճառով իրավակարգավորումն ինքնին խնդրահարույց չէ, որպիսի պայմաններում որոշակիության ծավալը լրացնելու ու իրավադրույթների կիրառման համար անհրաժեշտ ու բավարար բովանդակություն հաղորդելու առաքելությունը վերապահված է իրավակիրառողին:

Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանն, իր հերթին, արձանագրում է, որ (...) շատ օրենքներ անխուսափելիորեն ձևակերպվում են այնպես, որ առավել կամ նվազ չափով անորոշության տարրեր են պարունակում, իսկ դրանց մեկնաբանության ու կիրառության հարցը փորձառության հարց է (տե՛ս Սանդեյ թայմզն ընդդեմ Միացյալ Թագավորության (թիվ 1) [Sunday Times v. the United Kingdom (no. 1)] գործը, 1979 թվականի ապրիլի 26, § 49, շարք Ա թիվ 30. և mutatis mutandis (համապատասխան

փոփոխություններով) Կոկինակիս ընդդեմ Հունաստանի [Kokkinakis v. Greece] գործը, 1993 թվականի մայիսի 25, § 40, շարք Ա թիվ 260-Ա): Այդ իմաստով, հնարավոր չէ օրենսդրությունը կառուցել այն տրամաբանությամբ, որ դրանում առկա չլինեն գնահատողական կատեգորիաներ, մեկնաբանման ենթակա եզրույթներ կամ ձևակերպումներ, սակայն դա չի կարող հանգեցնել իրավական անորոշության, քանի որ այդպիսի ձևակերպումներն իրենց մեկնաբանությունն ու հստակեցումն են ստանում արդեն դատարանի կողմից կոնկրետ գործի հանգամանքների հաշվառմամբ և գնահատվում են դատարանի իրավակիրառ հայեցողության լիազորությունների իրականացման շրջանակներում:

Ավելին, Մարդու իրավունքների եվրոպական դատարանն արձանագրում է նաև, որ (...) իրավախախտումները և համապատասխան պատիժները պետք է հստակ սահմանված լինեն օրենքով: Այս պահանջը բավարարվում է այն դեպքում, երբ անձը համապատասխան դրույթի ձևակերպումից կարող է իմանալ, անհրաժեշտության դեպքում դատարանների կողմից տված մեկնաբանությունների օգնությամբ և համապատասխան իրավաբանական խորհրդատվություն ստանալուց հետո, թե որ գործողությունները և անգործությունն իր նկատմամբ կառաջացնի քրեական պատասխանատվություն և ինչ պատիժ է նախատեսված այդ դեպքում (տես *Cantoni v. France*, 15 November 1996, § 29, *Reports of Judgments and Decisions 1996-V*, and *Kafkaris*, cited above, կետ 140):

Այսպիսով, իրավական որոշակիության ընդհանուր պահանջը բացարձակ չէ և իրավակիրառն օժտված է լրացնելու որոշակիության ծավալը և իրավադրույթների կիրառման համար անհրաժեշտ ու բավարար բովանդակությունը:

Միաժամանակ հաշվի առնելով, որ «միջին գին» հասկացությունը հստակ և որոշակի է, առկա չէ անհրաժեշտություն «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքով սահմանելու դրա բովանդակությունը: Հետևաբար նույնիսկ այն դեպքում, երբ «միջին գին» հասկացությունը որոշ դեպքերում կարող է միանշանակ չլինել, ապա առնվազն իրավակիրառ պրակտիկայի շրջանակներում հնարավոր կլինի այն յուրաքանչյուր կոնկրետ դեպքում առավել հստակեցնել:

Ավելին ուշադրություն ենք հրավիրում, որ օրենսդիրը նման մոտեցում է ցուցաբերել մի շարք այլ նորմատիվ իրավական ակտերում ևս՝ օգտագործելով «միջին» ձևակերպումը: Որպես օրինակ՝ ՀՀ հարկային օրենսգրքի 351-րդ հոդվածի 5-րդ մասի 1-ին կետի «բ» ենթակետում, 202-րդ հոդվածի 3-րդ մասի 2-րդ կետում, 3-րդ կետի «գ» ենթակետում, 345-րդ հոդվածի 2-րդ մասի 2-րդ կետում օգտագործվում է «միջին գին», «Արժույթային կարգավորման և արժույթային վերահսկողության մասին» օրենքի 8-րդ հոդվածում և «Օտարերկրյա ներդրումների մասին» օրենքի 5-րդ հոդվածում օգտագործվում է «միջին փոխարժեք», «Ապօրինի ծագում ունեցող գույքի բռնագանձման մասին» օրենքի 7-րդ հոդվածում «ապրուստի միջին ամսական ծախսեր» ձևակերպումները: Նշված օրենքներում ևս «միջին» բառի հասկացությունն առանձին սահմանմամբ տրված չէ՝ նկատի ունենալով նշված բառի գործնականում կիրառելիության և դրա միանշանակ ընկալելիության հանգամանքը:

Հետևաբար Հանձնաժողովը գտնում է, որ «միջին գին» հասկացությունը չսահմանելը չի կարող հանգեցնել իրավական որոշակիության սկզբունքի խախտման:

**Երրորդ հարցադրման կապակցությամբ.**

Հաշվի առնելով, որ «միջին գին»-ը ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման գների միջին թվաբանականն է՝ Հանձնաժողովը փաստում է, որ այն կարելի է արտահայտել հետևյալ բանաձևի միջոցով.

$$ՄԳ = \frac{ՎԳ_1 + ՎԳ_2 + \dots + ՎԳ_n}{n}$$

Որտեղ՝

ՄԳ-ն միջին գինն է.

ՎԳ-ն ակցիայի մեկնարկի օրվան նախորդող մեկ ամսվա յուրաքանչյուր օրվա կտրվածքով ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման գինն է (այսուհետ նաև՝ **Վաճառքի գին**).

n-ն ակցիայի մեկնարկի օրվան նախորդող մեկ ամսվա օրերի քանակն է, որը համապատասխանում է նախորդող ամսվա նույն ամսաթվից մինչև մեկնարկման օրն ընկած ժամանակահատվածը ներառող օրերի քանակին:

**Վերոնշյալի հիման վրա Հանձնաժողովը նախևառաջ արձանագրում է, որ այն դեպքում, երբ ապրանքի վաճառքի կամ ծառայության մատուցման համար ակցիայի մեկնարկի օրվան նախորդող ամսվա ընթացքում ապրանքի Վաճառքի գնի փոփոխություն տեղի չի ունեցել, ապա «միջին գնի» հաշվարկման բանաձևն, ըստ էության, կիրառելու կարիք չկա, քանի որ նախորդող ամսվա ցանկացած օրվա Վաճառքի գինը հենց ապրանքի միջին գինն է:**

Անդրադառնալով Վաճառքի գնի վերաբերյալ կարգավորումներին՝ Հանձնաժողովը հարկ է համարում հիշատակել հետևյալ.

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի 15.4-րդ հոդվածի համաձայն՝

1. Ակցիան վաճառքի կազմակերպման կամ ծառայության մատուցման ընթացքում վաճառողի կամ ծառայություն մատուցողի կողմից իրականացվող միջոցառում է, որն ուղղված է սպառողների շրջանում ապրանքների կամ ծառայությունների առաջխաղացմանը կամ իրացման ծավալների մեծացմանը:

ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքի 508-րդ հոդվածի 1-2 մասերի համաձայն՝

1. Մանրաձախ առուվաճառքի պայմանագրով ապրանքների մանրաձախ վաճառքի ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնող վաճառողը պարտավորվում է գնորդին հանձնել ձեռնարկատիրական գործունեության հետ չկապված անձնական, ընտանեկան, տնային կամ այլ օգտագործման համար նախատեսված ապրանք:

2. Մանրաձախ առուվաճառքի պայմանագիրը հրապարակային պայմանագիր է:

ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքի 516-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ գնորդը պարտավոր է վճարել ապրանքի համար մանրաձախ առուվաճառքի պայմանագիրը կնքելու պահին վաճառողի հայտարարած գինը, եթե այլ բան նախատեսված չէ օրենքով, այլ իրավական ակտերով կամ չի բխում պարտավորության էությունից:

« քաղաքացիական օրենսգրքի 442-րդ հոդվածի 1-3-րդ և 6-րդ մասերի համաձայն՝

1. Հրապարակային է համարվում առևտրային կազմակերպության կնքած և ապրանքներ վաճառելու, աշխատանքներ կատարելու կամ ծառայություններ մատուցելու նրա պարտականությունները սահմանող պայմանագիրը, որոնք այդ կազմակերպությունն իր գործունեության բնույթով պետք է իրականացնի յուրաքանչյուրի նկատմամբ, ով կղիմի իրեն (մանրածախ առևտուր, ընդհանուր օգտագործման տրանսպորտով փոխադրումներ, կապի ծառայություններ, էներգամատակարարում, բժշկական, հյուրանոցային սպասարկում և այլն):

2. Հրապարակային պայմանագիրը կնքելու դեպքում առևտրային կազմակերպությունն իրավունք չունի որևէ անձի նախապատվություն տալ այլ անձի հանդեպ:

3. Ապրանքների, աշխատանքների և ծառայությունների գինը, ինչպես նաև հրապարակային պայմանագրի այլ պայմանները բոլոր սպառողների համար սահմանվում են միանման:

6. Հրապարակային պայմանագրի՝ սույն հոդվածի 3-րդ և 5-րդ կետերով սահմանված պահանջներին չհամապատասխանող պայմաններն առոչինչ են:

**Վերոնշյալ իրավական նորմերի համակարգային վերլուծության արդյունքում Հանձնաժողովն փաստում է.**

**1) մանրածախ առուվաճառքի պայմանագիրը հրապարակային պայմանագիր է.**

**2) մանրածախ առուվաճառքի պայմանագրի շրջանակում վաճառողն իրավունք չունի որևէ անձի նախապատվություն տալ այլ անձի հանդեպ և սահմանում է միանման պայմաններ, այդ թվում՝ գին, բոլոր սպառողների համար.**

**3) մանրածախ առուվաճառքի պայմանագրով օտարման ենթակա ապրանքի գինը այն արժեքն է, որը վաճառողը հայտարարել է՝ անկախ փաստացի վաճառք իրականացված լինելու հանգամանքից.**

**4) վաճառողի կողմից որևէ սպառողի նկատմամբ ապրանքի գնի առնչությամբ դրսևորած խտրականությունը հանգեցնում է գործարքի այդ պայմանի առոչնչության:**

Հետևաբար, ակնհայտ է, որ նույն օրվա համար միևնույն ապրանքի Վաճառքի գինը պետք է նույնը լինի: Այնուամենայնիվ, գործնականում հանդիպող իրավիճակները հաշվի առնելով՝ Հանձնաժողովը հարկ է համարում արձանագրել հետևյալը.

**1) կոնկրետ օրվա ընթացքում ապրանքի Վաճառքի տարբեր գների առկայության դեպքում, հոգուտ ակցիա իրականացնողի, այդ օրվա Վաճառքի գին է դիտարկվում ապրանքի տվյալ օրվա վաճառքի ամենաբարձր գինը.**

**2) այն դեպքում, երբ ակցիայի մեկնարկի օրվան նախորդող ամսվա ոչ բոլոր օրերին է տվյալ ապրանքի վաճառք իրականացվել, ապա վաճառք չիրականացված օրվա համար, հոգուտ ակցիա իրականացնողի, Վաճառքի գին է ընդունվում նախորդող կամ հաջորդող օրերի վաճառքի գներից ամենաբարձրը, եթե այդ օրերի վերաբերյալ գնի փոփոխության, այդ թվում՝ որևէ ակցիայի իրականացման հիմքով գնի նվազեցման վերաբերյալ Հանձնաժողովում տեղեկություններ առկա չեն.**

**3) արձանագրված Վաճառքի գինը չի դիտարկվում տվյալ օրվա ապրանքի Վաճառքի գին, եթե ակցիա իրականացնողն ապացուցում է, որ այդ գնի կիրառումը**

պայմանավորված է ոչ խտրական, օբյեկտիվ չափանիշների վրա հիմնված առանձին խումբ անձանց հասցեագրված մարքեթինգային քաղաքականությամբ և ակցիա իրականացնողն ակցիայի մեկնարկին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում առնվազն ունեցել է ապրանքի դրանից բարձր գնով վաճառք կամ վաճառքի առաջարկ:

**Չորրորդ հարցադրման կապակցությամբ.**

«Գովազդի մասին» օրենքի 2-րդ հոդվածի համաձայն՝ գովազդը տարբեր տեսակի տեղեկատվական միջոցների օգնությամբ իրավաբանական կամ ֆիզիկական անձանց, ապրանքների, գաղափարների կամ նախաձեռնությունների մասին տեղեկությունների տարածումն է անորոշ թվով անձանց շրջանում, որը կոչված է ձևավորելու կամ պահպանելու հետաքրքրությունը տվյալ ֆիզիկական և իրավաբանական անձի, ապրանքների կամ նախաձեռնությունների նկատմամբ:

Վերոնշյալի հիման վրա Հանձնաժողովը փաստում է, որ որպես գովազդ տեղեկությունների տարածումը պետք է նպատակաուղղված լինի գովազդի օբյեկտը սպառողի ուշադրությանը ներկայացնելուն, վերջինիս համոզելուն, հետևաբար գովազդի կարևոր առանձնահատկությունն օբյեկտի նկատմամբ հետաքրքրվածության խթանումն է, նրա նկատմամբ դրական վերաբերմունքի ձևավորումն ու այդպիսի վերաբերմունքի պահպանումը:

Օրենքի 21-րդ հոդվածի 1-ին մասի 4-րդ կետի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցություն է համարվում հասարակության մոլորեցումը, այդ թվում՝ օրենքին հակասող, այդ թվում՝ անբարեխիղճ կամ հակաօրինական կամ հավաստիության կամ պատշաճության խախտմամբ իրականացվող գովազդները, որոնք կարող են կանխել, սահմանափակել կամ արգելել տնտեսական մրցակցությունը կամ վնասել սպառողների շահերը:

Վկայակոչված հոդվածից բխում է, որ գովազդի միջոցով հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության առկայություն փաստելու համար անհրաժեշտ է հետևյալ երկու պայմանների միաժամանակյա առկայությունը, մասնավորապես, եթե.

1. գովազդն անբարեխիղճ կամ հակաօրինական է կամ իրականացվում է հավաստիության կամ պատշաճության խախտմամբ կամ այլ կերպ հակասում է օրենքին.

2. գովազդը կարող է կանխել, սահմանափակել կամ արգելել տնտեսական մրցակցությունը կամ վնասել սպառողների շահերը:

***Անդրադառնալով առաջին պայմանի վերլուծությանը՝ հարկ է քննարկել օրենքին հակասող գովազդի յուրաքանչյուր դրսևորման բովանդակությունը, որոնք սահմանված են գովազդի մասին օրենսդրությամբ: Այսպես.***

1) **Անբարեխիղճ գովազդ՝** «Գովազդի մասին» օրենքի 2-րդ հոդվածի համաձայն՝ գովազդ, որի պատվերի, արտադրության և տարածման ընթացքում շրջանցվել են գործող օրենսդրությամբ սահմանված արգելքները և սահմանափակումները: Ընդ որում «Գովազդի մասին» օրենքի 21-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ գովազդն անբարեխիղճ ճանաչելու համար պահանջվում է, ի թիվս այլնի, մոլորեցման փաստի առկայությունը: Մոլորեցում ասելով հասկացվում է գովազդի փաստացի ունակությունը ապրանքների հատկությունների, քանակի, որակի, առանձնահատկությունների, գնի և այլ տեղեկությունների, ինչպես նաև դրանց գովազդատուների մասին տեղեկատվության լրիվ

կամ մասնակի անարժանահավատության, բացթողումների և աղավաղումների հետևանքով իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց ապակողմնորոշումը:

**2) Հակաօրինական գովազդ՝** «Գովազդի մասին» օրենքի 6-րդ հոդվածի իմաստով գովազդ, որի շրջանակում օգտագործվում է, ի թիվս այլնի, քաղաքացիների վստահությունը, փորձի կամ գիտելիքի պակասը, մրցակիցներին կամ նրանց կողմից իրացվող ապրանքների հատկությունները վարկաբեկող արտահայտություններ և այլն:

**3) Հավաստիության խախտմամբ իրականացվող գովազդ՝** «Գովազդի մասին» օրենքի 7-րդ հոդվածի իմաստով գովազդ, որով խախտվում է գովազդի հավաստիությունը և որը վերաբերում է, ի թիվս այլնի, ապրանքի հատկանիշներին, բնույթին, կազմին, կիրառման պայմաններին և այլն:

**4) Պատշաճության խախտմամբ իրականացվող գովազդ՝** «Գովազդի մասին» օրենքի 8-րդ հոդվածի իմաստով գովազդ, որը, ի թիվս այլնի, վարկաբեկում է բարոյականության համընդհանուր և ազգային նորմերը, իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց և այլն:

**5) Օրենքին հակասող այլ գովազդ՝** գովազդ, որը չի համընկնում վերոնշյալ՝ օրենքին հակասող գովազդի հատուկ դրսևորումների հետ և եթե առկա է հետևյալ պայմաններից առնվազն մեկը.

ա) խախտվել են օրենքով սահմանված առանձին տեսակի ապրանքների գովազդին ներկայացվող հատուկ պահանջները.

բ) գովազդում չեն ներառվել օրենքից բխող անհրաժեշտ տեղեկությունները:

Առանձին տեսակի ապրանքների գովազդին ներկայացվող հատուկ պահանջների օրինակ է «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածը, որում, ի թիվս այլնի, սահմանվում են ալկոհոլային խմիչքների, վիճակախաղի, շահումով խաղի, ինտերնետ շահումով խաղի գովազդի բովանդակությանը ներկայացվող հատուկ պահանջներ:

Օրենսդիրը սահմանել է նաև այնպիսի իրավական կարգավորումներ, որոնցից հնարավոր է բխեցնել գովազդում պարտադիր ներառման ենթակա տեղեկությունները: Որպես օրինակ՝ «Գովազդի մասին» օրենքի 1-ին հոդվածի 1-ին մասի «գ» կետի համաձայն՝ գովազդի մասին օրենսդրության նպատակն է, ի թիվս այլնի, գովազդի միջոցով իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց մոլորեցման կանխումը, եթե հարցը վերաբերում է ապրանքի բնութագրերին, իրացման պայմաններին և այլ հատկանիշներին: Հետևաբար, գովազդում անհրաժեշտ է ներկայացնել վերոնշյալ տեղեկությունները կամ առնվազն նշել այդ տեղեկությունների գոյության և դրանց հասանելիության աղբյուրի մասին, որպիսի պահանջի չպահպանումը կհանգեցնի օրենսդրության խախտմանը:

***Անդրադառնալով երկրորդ պայմանի բովանդակության բացահայտմանը՝ Հանձնաժողովն արձանագրում է հետևյալը.***

Գովազդի էությունից և դրա՝ օրենքին հակասելու դրսևորումների համադրությունից հետևում է, որ օրենքին հակասող յուրաքանչյուր գովազդի դեպքում առկա է տնտեսական մրցակցությունը կանխելու, սահմանափակելու, արգելելու կամ սպառողների շահերը վնասելու հնարավորություն: Հետևաբար, քանի դեռ կոնկրետ գործի շրջանակներում հաստատված չէ հակառակը, օրենքին հակասող գովազդի դեպքում գործում է

**«մրցակցային իրավիճակի վրա բացասական ազդեցություն ունեցած լինելու և սպառողների շահերի վնասված լինելու» կանխավարկածը:**

**Հինգերորդ հարցադրման կապակցությամբ.**

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի 43-րդ հոդվածի համաձայն՝

1. Անձի և վարչական մարմնի փոխհարաբերություններում ապացուցման պարտականությունը կրում է՝

ա) անձը՝ նրա համար բարենպաստ փաստական հանգամանքների առկայության դեպքում.

բ) վարչական մարմինը՝ անձի համար ոչ բարենպաստ փաստական հանգամանքների առկայության դեպքում:

2. Եթե սույն հոդվածի 1-ին մասի «ա» կետով նախատեսված դեպքում վարչական մարմնի կողմից քննարկվող փաստական հանգամանքների վերաբերյալ տվյալներին (տեղեկություններին) անձը կարող է իրազեկ դառնալ բացառապես տվյալ վարչական մարմնի միջոցով, ապա ապացուցման պարտականությունը դրվում է այդ վարչական մարմնի վրա:

3. Եթե սույն հոդվածի 1-ին մասի «բ» կետով նախատեսված դեպքում վարչական մարմնի կողմից քննարկվող փաստական հանգամանքների վերաբերյալ տվյալներին (տեղեկություններին) վարչական մարմինը կարող է իրազեկ դառնալ բացառապես տվյալ անձի միջոցով, ապա ապացուցման պարտականությունը դրվում է այդ անձի վրա:

ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 28-րդ հոդվածի 1-2-րդ մասերի համաձայն՝

1. Կողմը պարտավոր է դատարանին ներկայացնել իր տիրապետման տակ կամ ազդեցության ոլորտում եղած այն բոլոր ապացույցները, որոնցով նա հիմնավորում է իր պահանջները կամ առարկությունները: Կողմն իրավունք չունի ներկայացնելու այնպիսի ապացույցներ, որոնք չեն ներկայացվել վարչական վարույթի ընթացքում, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ կողմը չի ներկայացնում բավարար հիմնավորումներ այն մասին, որ օբյեկտիվորեն զրկված է եղել նշված ապացույցները վարչական վարույթի ընթացքում ներկայացնելու հնարավորությունից:

2. Վարչական մարմինը պարտավոր է նաև ներկայացնել վարչական վարույթի բոլոր նյութերը, ինչպես նաև իր տիրապետման տակ կամ ազդեցության ոլորտում եղած այն բոլոր ապացույցները, որոնք հիմնավորում են հակառակ կողմի պահանջները կամ առարկությունները, բացառությամբ այն ապացույցների, որոնց վարչական մարմինը կարող է իրազեկ դառնալ բացառապես հակառակ կողմի միջոցով, և որոնք հակառակ կողմը չի ներկայացրել վարչական վարույթի ընթացքում:

ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 124-րդ հոդվածի 2.1-րդ մասի համաձայն՝ վիճարկվող վարչական ակտի իրավաչափությունը որոշելիս վիճարկող կողմի՝ իր համար բարենպաստ հետևանքներ առաջացնող ապացույցների՝ վարչական վարույթի ընթացքում չտրամադրման հետևանքով առաջացած ոչ բարենպաստ հետևանքների ապացուցման բեռը չի կարող դրվել վարչական մարմնի վրա:

Վերոնշյալ նորմերից հետևում է, որ անձի համար բարենպաստ փաստական հանգամանքների առկայության ապացուցման պարտականությունը կրում է անձը: Ընդ որում, այն դեպքում, երբ անձի համար ոչ բարենպաստ փաստական հանգամանքները հերքող բարենպաստ փաստական հանգամանքների վերաբերյալ վարչական մարմինը կարող է իրազեկ դառնալ բացառապես տվյալ անձի միջոցով, ապա այդ փաստական հանգամանքների ապացուցման պարտականությունը դրվում է նրա վրա:

Միաժամանակ, հարկ է նկատել, որ վարչական մարմնի հետ փոխհարաբերություններում իր համար բարենպաստ փաստական հանգամանքների առկայության ապացուցման պարտականությունն անձը կարող է կատարել «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի 42-րդ հոդվածի 1-ին մասում թվարկված ապացույցներ ներկայացնելու միջոցով: Ընդ որում, այն դեպքում, երբ անձը վարչական վարույթի ընթացքում չի ներկայացում իր օգտին առկա բարենպաստ փաստական հանգամանքների վերաբերյալ ապացույցներ, զրկվում է դրանք նույնիսկ դատական վարույթում ներկայացնելու հնարավորությունից՝ բացառությամբ այն դեպքի, երբ ներկայացնում է բավարար հիմնավորումներ այն մասին, որ օբյեկտիվորեն զրկված է եղել նշված ապացույցները վարչական վարույթի ընթացքում ներկայացնելու հնարավորությունից:

Օրենքի 62-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ Հանձնաժողովը վարչական վարույթն իրականացնում է Հանձնաժողովի գործունեության ընդհանուր կանոնների համաձայն՝ այն հատուկ կանոնների պահպանմամբ, որոնք սահմանված են սույն օրենքով, իսկ նույն հոդվածի 2-րդ մասը սահմանում է, որ Հանձնաժողովի կողմից իրականացվող վարչական վարույթի համար սույն օրենքով առանձնահատկություններ սահմանված չլինելու դեպքում համապատասխան հարաբերությունների նկատմամբ կիրառելի են «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի դրույթները:

Նման պայմաններում ակնհայտ է, որ «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքով նախատեսված բարենպաստ փաստական հանգամանքների ապացուցման պարտականության վերաբերյալ կարգավորումները հավասարապես կիրառելի են տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման վերաբերյալ վարույթով պատասխանողի առնչությամբ, քանի որ այդ կապակցությամբ Օրենքը առանձնահատկություններ չի սահմանել:

Սույն գործի փաստերի համաձայն՝ Ընկերությունը Միջնորդությամբ ընդունել է Վարույթով արդեն իսկ ավարտված Ակցիայի առնչությամբ իրեն վերագրվող իրավախախտման փաստը և միջնորդել է կիրառել արագացված վարույթ:

Հանձնաժողովը թիվ 171-Ա որոշմամբ բավարարել է Միջնորդությունը՝ կիրառելով արագացված վարույթ:

Օրենքի 88-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման վերաբերյալ վարույթ հարուցելու մասին որոշումն ստանալու օրվանից երկշաբաթյա ժամկետում վարույթով պատասխանողը իրեն վերագրվող իրավախախտման հետևանքները վերացրած լինելու և իրավախախտման փաստն ընդունելու, իսկ սույն օրենքի 73-րդ հոդվածով նախատեսված դեպքում միայն

իրավախախտման փաստն ընդունելու դեպքում կարող է արագացված վարույթ կիրառելու մասին միջնորդություն ներկայացնել Հանձնաժողով:

Օրենքի 88-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ արագացված վարույթ կիրառելու մասին միջնորդություն ներկայացվելու դեպքում վարույթով պատասխանողը չի կարող հետագայում հերքել իր կողմից իրավախախտում կատարելու փաստը:

Օրենքի 88-րդ հոդվածի 5-րդ մասի համաձայն՝ արագացված վարույթ կիրառելու մասին որոշում կայացվելու դեպքում գործի՝ ըստ էության քննությանն ուղղված գործողություններ չեն իրականացվում, և գնահատվում են միայն պատասխանատվությունը մեղմացնող և ծանրացնող հանգամանքները:

Հաշվի առնելով վերոգրյալը՝ Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ Ընկերության կողմից Ակցիայի առնչությամբ մեկնարկի և ավարտի օրերի վերաբերյալ տեղեկատվություն չեն տրամադրվում, զեղչի հրապարակման պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքների վաճառքի միջին գների և զեղչի կիրառմամբ առաջարկվող գների մասին տեղեկատվություն չեն տրամադրվում, Ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքների գնի տոկոսային նվազեցումը Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից չկատարելը, մասնավորապես՝ դրանք Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից բարձր գնով իրացնելը, ինչպես նաև Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնով իրացնելը, Ակցիայի շրջանակներում հայտարարված զեղչի ամենաբարձր տոկոսը Ակցիայի մեկնարկի պահին առկա ապրանքների առնվազն մեկ հինգերորդի վրա չտարածելը ինչպես առանձին, այնպես էլ համակցության մեջ պարունակում է հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշներ, որի կապակցությամբ օրենսդրությամբ նախատեսված է իրավական հետևանք՝ պատասխանատվության միջոցի կիրառում:

**2) Ընկերության նկատմամբ պատասխանատվության միջոց կիրառելու հարցի կապակցությամբ.**

Օրենքի 92-րդ հոդվածի համաձայն՝ տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման համար Հանձնաժողովն իրավասու է տնտեսավարող սուբյեկտներին, պետական մարմիններին և դրանց պաշտոնատար անձանց տալու նախազգուշացում կամ նշանակելու տուգանք:

Օրենքի 93-րդ հոդվածի 7-րդ մասի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցության համար նշանակվող տուգանքի չափը կազմում է տնտեսավարող սուբյեկտի՝ տվյալ իրավախախտմանը նախորդող տարվա հասույթի մինչև հինգ տոկոսը:

Օրենքի 93-րդ հոդվածի 13-րդ մասի համաձայն՝ նախորդ տարում 12 ամսից պակաս գործունեություն իրականացրած լինելու դեպքում սույն հոդվածով նախատեսված տուգանքների չափը կազմում է իրավախախտմանը նախորդող, բայց ոչ ավելի, քան 12 ամսվա գործունեության ժամանակահատվածի հասույթի նկատմամբ սույն հոդվածում նախատեսված տոկոսը:

Օրենքի 94-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ պատասխանատվության միջոց կիրառելիս Հանձնաժողովը հաշվի է առնում տվյալ իրավախախտման բնույթը,

տևողությունը, իրավախախտման հնարավոր կամ փաստացի ազդեցությունը շուկայում մրցակցային իրավիճակի կամ սպառողների շահերի վրա, տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից տվյալ խախտման կրկնակիությունը, եթե նախորդ խախտման համար պատասխանատվության միջոց կիրառելու օրվանից չի անցել հինգ տարի, տնտեսավարող սուբյեկտի դիտավորության աստիճանը, տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից իրավախախտում կատարվելու շարժառիթները և հանգամանքները, տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից իրավախախտում կատարվելու փաստն ընդունելու կամ Հանձնաժողովի հետ համագործակցելու հանգամանքը, պատասխանատվությունից ազատելու հիմքերը, տնտեսավարող սուբյեկտի վրա նշանակվող տուգանքի հնարավոր ազդեցությունը, տվյալ տնտեսավարող սուբյեկտի գործունեության ոլորտը և տնտեսավարող սուբյեկտի պատմությունը:

Օրենքի 88-րդ հոդվածի 7-րդ մասի համաձայն՝ արագացված վարույթի կիրառման արդյունքում պատասխանատվության միջոց կիրառելիս պատասխանատվության միջոցը չի կարող գերազանցել տվյալ իրավախախտման համար նախատեսված ամենախիստ պատասխանատվության միջոցի մեկ երկրորդը:

Հանձնաժողովի 2021 թվականի դեկտեմբերի 28-ի «Պատասխանատվության միջոցի ընտրության և տուգանքի հաշվարկման մեթոդաբանությունը սահմանելու մասին» թիվ 395-Ն որոշմամբ (այսուհետ նաև՝ **թիվ 395-Ն որոշում**) սահմանված պատասխանատվության միջոցի ընտրության և տուգանքի հաշվարկման մեթոդաբանության (այսուհետ նաև՝ **Մեթոդաբանություն**) 9-րդ կետի համաձայն՝ տուգանքը հաշվարկում է հետևյալ բանաձևով.

$$S = F + F \times (\sigma - U)$$

Որտեղ՝

S-տուգանքի չափ,

F-տուգանքի բազային գումար,

Տ-ծանրացնող բոլոր հանգամանքների համար սահմանված տոկոսների հանրագումար,

Մ-մեղմացնող բոլոր հանգամանքների համար սահմանված տոկոսների հանրագումարն:

**Բազային գումարի հաշվարկը.**

Մեթոդաբանության 9-րդ կետի 3-րդ ենթակետի համաձայն՝ երրորդ խումբ իրավախախտումների դեպքում կիրառվող մեթոդը վերաբերում է ակցիաներին:

Մեթոդաբանության 24-րդ կետի համաձայն՝ երրորդ խումբ իրավախախտումների դեպքում կիրառվող տուգանքի բազային գումարը հաշվարկվում է  $F = C \times 5\% \times \sigma$  բանաձևով, որտեղ՝ F-ն տուգանքի բազային գումարն է, C-ն ընդհանուր հասույթն է,  $\sigma$ -ն իրավախախտման տևողության գործակիցն է:

**Ընդհանուր հասույթ.**

Մեթոդաբանության 2-րդ կետի 3-րդ ենթակետի համաձայն՝ ընդհանուր հասույթը համապատասխան ժամանակահատվածում ստացված ընդհանուր հասույթի գումարն է:

Մեթոդաբանության 2-րդ կետի 5-րդ ենթակետի համաձայն՝ համապատասխան ժամանակահատվածը Հանձնաժողովի կողմից վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունման պահին դադարեցված իրավախախտումների դեպքում՝ իրավախախտման դադարեցմանը նախորդող տարին է: Հանձնաժողովի կողմից վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունման պահին չդադարեցված իրավախախտումների դեպքում՝ Հանձնաժողովի կողմից վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունմանը նախորդող տարին է: Իրավախախտման դադարեցման կամ վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունմանը նախորդող տարում 12 ամբողջական ամսից պակաս գործունեություն իրականացրած լինելու դեպքում՝ իրավախախտման դադարեցման կամ վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունմանը նախորդող, բայց ոչ ավել քան 12 ամբողջական ամսվա գործունեության ժամանակահատվածն է:

*Իրավախախտման տևողությունը.*

Մեթոդաբանության 26-րդ կետի համաձայն՝ իրավախախտման տևողության գործակիցը հաշվարկվում է  $\text{Ժ} = \text{Թ} / \text{Օ}$  բանաձևով, որտեղ՝ Ժ-ն իրավախախտման տևողության գործակիցն է, Թ-ն ակցիայի տևողության օրերի թիվն է, Օ-ն 365 է, իսկ իրավախախտման նախորդող տարում 12 ամբողջական ամսից պակաս գործունեություն իրականացրած լինելու դեպքում՝ իրավախախտման դադարեցմանը կամ վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունման պահին չդադարեցված իրավախախտումների դեպքում վարույթ հարուցելու մասին որոշման ընդունմանը նախորդող, բայց ոչ ավել քան 12 ամբողջական ամսվա ընթացքում իրականացրած գործունեության ժամանակահատվածի օրացուցային օրերի թիվն է:

Սույն գործով \_\_\_\_\_, իսկ \_\_\_\_\_ :

Վերոնշյալից բխում է, որ տուգանքի բազային գումարը կազմում է \_\_\_\_\_ ՀՀ դրամ՝ ըստ հետևյալ հաշվարկի.

$$Բ = Հ \times 5\% \times \text{Ժ} = \text{_____} = \text{_____} \text{ ՀՀ դրամ:}$$

**Պատասխանատվությունը ծանրացնող և մեղմացնող հանգամանքներ.**

Մեթոդաբանության 33-րդ և 39-րդ կետերի համաձայն՝ Հանձնաժողովը դիտարկում է ծանրացնող և մեղմացնող հանգամանքները և վարչական ակտում արտացոլում միայն այն հանգամանքները, որոնք հաստատվել են համապատասխան վարույթի ընթացքում:

Մեթոդաբանության 34-րդ և 40-րդ կետերով սահմանված են բազային գումարից ծանրացնող և մեղմացնող հանգամանքների հաշվարկման դրույքաչափերը:

Մեթոդաբանության 44-րդ կետի համաձայն՝ մեղմացնող հանգամանքի առկայության ապացուցման բեռը կրում է վարույթով պատասխանողը:

**Տուգանքի հաշվարկը.**

Վերոշարադրյալից հետևում է, որ տուգանքի չափը կազմում է 1 639 357 ՀՀ դրամ՝ համաձայն հետևյալ հաշվարկի.

$$S = P + P \times (\sigma - U) = 1\ 639\ 357 \text{ ՀՀ դրամ:}$$

Մեթոդաբանության 47-րդ կետի համաձայն՝ արագացված վարույթի կիրառման արդյունքում տնտեսավարող սուբյեկտի նկատմամբ նշանակվող տուգանքի չափը կազմում է Մեթոդաբանությամբ հաշվարկված տուգանքի 50 տոկոսը:

Այսինքն, Ընկերության նկատմամբ նշանակվող տուգանքի չափը կազմում է 819 678 ՀՀ դրամ:

Մեթոդաբանության 10-րդ կետի համաձայն՝ տուգանքի վերջնական գումարը կլորացվում է դեպի ներքև 1000 ՀՀ դրամի ճշգրտությամբ:

Այսպիսով, վերոնշյալ հանգամանքների համադրության արդյունքում և հիմք ընդունելով թիվ 395-Ն որոշումը, Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ Ընկերության կողմից 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ից մինչև 2023 թվականի հունվարի 13-ը ներառյալ ժամանակահատվածում իրականացված Ակցիայի ընթացքում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության համար Ընկերությանը նկատմամբ անհրաժեշտ է նշանակել 819 000 (ութե հարյուր տասնինը հազար) ՀՀ դրամի չափով տուգանք:

**3) Ընկերությանը հանձնարարություն տալու հարցի կապակցությամբ.**

Օրենքի 37-րդ հոդվածի 1-ին մասի 3-րդ կետի համաձայն՝ Հանձնաժողովը (...) սույն օրենքը խախտելու համար տնտեսավարող սուբյեկտներին, պետական մարմիններին և նրանց պաշտոնատար անձանց ենթարկում է պատասխանատվության՝ հանձնարարելով իր սահմանած ժամկետում շտկել խախտումը և հետագայում բացառել այն:

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ Հանձնաժողովի թիվ 171-Ա որոշմամբ կիրառվել է արագացված վարույթ՝ Հանձնաժողովը գտնում է, որ Ընկերությանը հանձնարարություն տալու անհրաժեշտությունը բացակայում է:

**7. Եզրափակիչ մաս.**

Հիմք ընդունելով վերոգրյալը և ղեկավարվելով Օրենքի 37-րդ հոդվածի 1-ին մասի 3-րդ կետով, 67-րդ հոդվածի 2-րդ մասով, 88-րդ հոդվածի 6-րդ մասով, 100-րդ հոդվածի 2-րդ մասով, «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի 70-րդ, 71-րդ հոդվածներով և ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 72-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետով՝ Հանձնաժողովը

**Ո Ր Ո Շ Ե Ց**

1. «Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության կողմից 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ից մինչև 2023 թվականի հունվարի 13-ը ներառյալ ընկած ժամանակահատվածում իրականացված ««Passage»-ում մեկնարկել են «Ամանորյա» զեղչերը: Գործում է տոնական՝ 20-70% ՁԵՂԶ» ակցիայի առնչությամբ

մեկնարկի և ավարտի օրերի վերաբերյալ տեղեկատվություն չնշելը, զեղչի հրապարակման պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում ապրանքների վաճառքի միջին գների և զեղչի կիրառմամբ առաջարկվող գների մասին տեղեկատվություն չնշելը, ակցիային մասնակցած որոշ ապրանքների գնի տոկոսային նվազեցումը ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից չկատարելը, մասնավորապես՝ դրանք ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից բարձր գնով իրացնելը, ինչպես նաև ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնով իրացնելը, ակցիայի շրջանակներում հայտարարված զեղչի ամենաբարձր տոկոսը ակցիայի մեկնարկի պահին առկա ապրանքների առնվազն մեկ հինգերորդի վրա չտարածելը ինչպես առանձին, այնպես էլ համակցության մեջ որակել որպես հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցություն (այսուհետ՝ **Օրենքի խախտում**):

2. Օրենքի խախտման համար «Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության նկատմամբ նշանակել 819 000 (ութ հարյուր տասնինը հազար) ՀՀ դրամի չափով տուգանք:

3. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում դրա պատճենը «Սպարտակ Օհանյան և Ընկերներ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությանը հանձնելուն հաջորդող օրվանից:

4. Սույն որոշման 2-րդ կետը դրանով նշանակված տուգանքը մինչև սույն որոշման անբողոքարկելի դառնալը չվճարվելու դեպքում ենթակա է հարկադիր կատարման՝ «Դատական ակտերի հարկադիր կատարման մասին» օրենքով սահմանված կարգով:

5. Սույն որոշումը կարող է բողոքարկվել վարչական կամ դատական կարգով՝ ուժի մեջ մտնելու օրվանից երկամսյա ժամկետում:

6. Սույն որոշման բողոքարկումը չի կասեցնում դրա գործողությունը կամ կատարումը:

**ՆԱԽԱԳԱՀ**

**Գ. ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ**

2023 թ. ապրիլի 25  
Երևան