



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ
ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎԻ
ԳԼԽԱՎՈՐ ՔԱՐՏՈՒՂԱՐ

Հայաստանի Հանրապետություն, 0010, ք. Երևան, Տիգրան Մեծի 4, հեռ.՝ (+374 60) 830 840, (+374 60) 830 850

Էլ-փոստ՝ info@competition.am, վեբ կայք՝ <http://www.competition.am>

«01» 03 2023թ.

No 00/846

«ԱՐՄԱԲԱ» ՍԱՀՄԱՆԱՓԱԿ
ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՄԲ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՏՆՕՐԵՆ
ՊԱՐՈՆ ԲԱԳՐԱՏ ԿԱՐԱՊԵՏՅԱՆԻՆ
(հասցե՝ ք. Երևան, Վարդանանց փ., 28 շ., բն. 81)

Հարգելի՛ պարոն Կարապետյան,

Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովը (այսուհետ նաև՝ **Հանձնաժողով**) 2023 թվականի փետրվարի 28-ին ընդունել է «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության նկատմամբ պատասխանատվության միջոց կիրառելու մասին» թիվ 97-Ա որոշումը (այսուհետ նաև՝ **թիվ 97-Ա որոշում**), որի 2-րդ կետով «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության (այսուհետ նաև՝ **Ընկերություն**) նկատմամբ նշանակվել է 902 000 (ինը հարյուր երկու հազար) ՀՀ դրամի չափով տուգանք:

Տեղեկացնում ենք, որ.

1. թիվ 97-Ա որոշմամբ նշանակված տուգանքը ենթակա է վճարման Հանձնաժողովի 900005024147 հաշվեհամարին:

2. թիվ 97-Ա որոշմամբ նշանակված տուգանքի 75 տոկոսը որոշման ուժի մեջ մտնելուց հետո՝ երկամսյա ժամկետում, վճարելու դեպքում տուգանքի վճարման պարտականությունը համարվում է պատշաճ կատարված:

3. թիվ 97-Ա որոշման 2-րդ կետը դրանով նշանակված տուգանքը մինչև թիվ 97-Ա որոշման անբողոքարկելի դառնալը չվճարվելու դեպքում ենթակա է հարկադիր կատարման՝ «Դատական ակտերի հարկադիր կատարման մասին» օրենքով սահմանված կարգով:

4. Հանձնաժողով փաստաթղթեր ներկայացնել և ստանալ, ինչպես նաև Հանձնաժողովի հետ հետագա ողջ հաղորդակցությունը կարող եք իրականացնել նաև

առցանց՝ Հանձնաժողովի e-Compete էլեկտրոնային համակարգի (այսուհետ նաև՝ **Համակարգ**) միջոցով, որի համար անհրաժեշտ է գրանցվել Համակարգում՝ մուտք գործելով Հանձնաժողովի պաշտոնական կայքի (www.competition.am) «Իմ էջը» բաժին, ընտրելով «Գրանցվել» հրամանը և լրացնելով անձի նույնականացման համար պահանջվող տվյալները:

Կից ուղարկվում է թիվ 97-Ա որոշման պատճենը:

Առդիր՝ «25» թերթ:

ՀԱՐԳԱՆՔՈՎ՝



ԱՇՈՏ ՎԱՀԱՆՅԱՆ



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

28 փետրվարի 2023 թվականի թիվ 97-Ա

«ԱՐՄԱԲԱ» ՍԱՀՄԱՆԱՓԱԿ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՄԲ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՏՄԱՄԲ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑ ԿԻՐԱՌԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովը (այսուհետ նաև՝ **Հանձնաժողով**) 2023 թվականի փետրվարի 28-ի նիստում, քննարկելով «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության (այսուհետ նաև՝ **Ընկերություն**) նկատմամբ պատասխանատվության միջոց կիրառելու մասին հարցը,

Պ Ա Ր Զ Ե Ց

1. Վարույթի ընթացքի հակիրճ նկարագրությունը.

Հանձնաժողովը 2022 թվականի դեկտեմբերի 13-ի «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության կողմից տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման վերաբերյալ վարույթ հարուցելու մասին» թիվ 459-Ա որոշմամբ (այսուհետ նաև՝ **թիվ 459-Ա որոշում**) հարուցել է թիվ ՀԳ-03526/22 վարույթը (այսուհետ նաև՝ **Վարույթ**):

Ընկերությունը 2022 թվականի դեկտեմբերի 17-ին ստացել է թիվ 459-Ա որոշումը և 2022 թվականի դեկտեմբերի 26-ին Հանձնաժողով է ներկայացրել Վարույթում քննարկվող հարցերի վերաբերյալ գրավոր դիրքորոշում (այսուհետ նաև՝ **Դիրքորոշում**):

2. Վարույթի հարուցման առիթի և հիմքի հակիրճ նկարագրությունը.

Հանձնաժողովի անբարեխիղճ մրցակցության վերահսկողության վարչությունը 2022 թվականի դեկտեմբերի 7-ի թիվ ՄՊՀ-007945 գեկուցագրով առաջարկել է Ընկերության կողմից տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտման հատկանիշների առկայությունը պարզելու նպատակով հարուցել վարույթ՝ հայտնելով, որ Ընկերության կողմից «tvtrade.am» կայքում (այսուհետ նաև՝ **Կայք**) և «www.facebook.com/tvtradee» ֆեյսբուքյան էջում (այսուհետ նաև՝ **Ֆեյսբուքյան էջ**) 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի

դրությամբ հայտարարվել է զեղչ՝ նվազեցված գնի մասին հրապարակմամբ (այսուհետ նաև՝ **Ակցիա**), մինչդեռ.

1. Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքները 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում (այսուհետ նաև՝ **Հաշվետու ժամանակահատված**) իրացվել են նույն գներով.

2. Ընկերության կողմից Ակցիայի իրականացման մասին սպառողներին իրազեկելիս Ակցիայի բովանդակությունը չի պարունակել Ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

3. Ակցիայի ժամանակահատվածը փաստացի գերազանցում է երեք ամիսը.

4. Ակցիային մասնակցած ապրանքների նկատմամբ հայտարարված զեղչերն ընդհանուր առմամբ չեն հաշվարկվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից.

5. Ակցիայի վերաբերյալ հրապարակումներում առկա է «...: Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտությունը:

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

3. Ընկերության դիրքորոշումը.

Ընկերությունը Դիրքորոշմամբ հայտնել է, որ Ընկերությունը հեռուստատեսային գովազդի և համացանցի միջոցով իրականացնում է կենցաղային ապրանքների վաճառք: Մասնավորապես, հեռուստատեսային գովազդի բարձր արժեքով պայմանավորված, հեռուստատեսային գովազդով գովազդվում են միայն բարձր պահանջարկ ունեցող ապրանքները, իսկ մնացած տեսականու մասին տեղեկատվությունը տեղադրված է Կայքում, իսկ վերջինիս մասին պարբերաբար սպառողներին տեղեկացվում է Ֆեյսբուքյան էջում հրապարակված իրազեկումներով, որոնք տեղեկացնում են Կայքում ապրանքների մասին և համապատասխան հղմամբ սպառողին հրավիրում են Կայք՝ առավել մանրամասն տեղեկատվություն ստանալու և առցանց առևտուր իրականացնելու համար: Ընկերության կողմից վաճառվող ապրանքատեսականին չունի լայն պահանջարկ, առկա են ապրանքներ, որոնք ներմուծվել են դեռևս 2016 թվականին՝ Ընկերության ստեղծման օրվանից, և առ այսօր տարբեր պատճառներով դեռ չեն վաճառվել, ուստի Ընկերության կողմից պարբերաբար իրականացվում են տարբեր մաքթեթինգային գործողություններ (զեղչեր, հավելյալ խրախուսական նվերներ), որոնք, վաճառքի ծավալը ավելացնելով, միտված են Ընկերության գործունեության անընդհատությունն ապահովելուն:

Ընկերությունը ներկայացրել է նաև իր կողմից վաճառվող ապրանքների զեղչերի և դրանց հրապարակման ժամկետների մասին տեղեկատվությունը (Հավելված 1) և հայտնել է, որ անհրաժեշտության դեպքում կարող է ներբեռնել ՊԵԿ ՀԴՄ ցանկից նույն ապրանքի, նույն ԱՏԳ ծածկագրով ապրանքների մասին ՀԴՄ-ների պատճենները:

Ըստ Ընկերության՝ Հավելված 1-ում ներկայացված որոշ ապրանքների սկզբնական գների և զեղչված գների մասին տեղեկատվությունից երևում է, որ ներկայացված ապրանքներից միայն բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերն են, որոնք հայտարարվել են և իրականացվել են 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ընկած ժամանակահատվածում, իսկ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացումներ կատարելու մասին օրենքի 3-րդ հոդվածի 2-րդ կետում նշված է, որ «սույն օրենքի կարգավորումները տարածվում են ուժի մեջ մտնելուց հետո հայտարարվող ակցիաների վրա»: Բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերի հայտարարության մեջ բացթողնված է միայն ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը (սակայն երեք ամսից ավել չի տևել՝ բլիթների թավան զեղչվել է 2022 թվականի դեկտեմբերի 2-ին), օրենքի այդ պահանջի մասին Ընկերությունը տեղեկացված չի եղել, որի համար հայցում է Հանձնաժողովի ներողամտությունը՝ պարտավորվելով հետայսու կատարվող ակցիաներում պարտադիր նշել այդ մասին:

Ինչ վերաբերում է «...: Դե ինչ, հետաքրքրե՞ց Ձեզ մեր առաջարկը, ...: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտությանը, ապա Ընկերությունը հայտնել է, որ գովազդում մանրամասն ներկայացվում են ապրանքի հատկությունները, որից հետո կատարվում է անուղղակի հարցում՝ եթե հետաքրքրում է առաջարկը, ապա կարող եք զանգահարել կամ առցանց պատվիրել, այստեղ առկա չէ որևէ պարտադրանք, անբարեխիղճ մրցակցություն կամ հասարակության մոլորեցում:

Ընկերությունը հայտնել է, որ վերոթվարկյալ գործողություններում որևէ միտում չի ունեցել դրսևորելու անբարեխիղճ մրցակցության գործողություն կամ վարքագիծ, եթե եղել են բացթողումներ, թյուր ըմբռնումներ, ապա Ընկերությունը պատրաստակամ է քննարկելու այն Հանձնաժողովի արհեստավարժ աշխատակիցների հետ՝ հետագայում նման իրավիճակներից զերծ մնալու համար:

Ընկերությունը 2022 թվականի փետրվարի 1-ին ի լրումն ներկայացրել է Հավելված 1-ում ներկայացված բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչված և չզեղչված գներով ՀԴՄ կտրոնների պատճենները:

Մասնավորապես, Ընկերությունը հայտնել է հետևյալը.

1. «բլիթների թավա»-ն (G47789140) 2022 թվականի դեկտեմբերի 12-ին ԿՀ00019709 ՀԴՄ կտրոնով վաճառվել է 12 990 ՀՀ դրամով, իսկ դեկտեմբերի 22-ին ԿՀ00019940 ՀԴՄ կտրոնով 20% զեղչված գնով՝ 9 999 ՀՀ դրամով,

2. «մազահեռացնող սարք»-ը (G47789179) 2022 թվականի հոկտեմբերի 1-ին ԿՀ00018765 ՀԴՄ կտրոնով վաճառվել է 9 990 ՀՀ դրամով, իսկ դեկտեմբերի 23-ին ԿՀ00019895 ՀԴՄ կտրոնով 20% զեղչված գնով՝ 7 999 ՀՀ դրամով,

3. «խոհանոցային կտրատող, քերող սարք»-ը (G47789194) 2022 թվականի նոյեմբերի 26-ին ԿՀ00019451 ՀԴՄ կտրոնով վաճառվել է 9 990 ՀՀ դրամով, իսկ դեկտեմբերի 28-ին ԿՀ00020020 ՀԴՄ կտրոնով 20% զեղչված գնով՝ 7 999 ՀՀ դրամով:

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

1. Հանձնաժողովի նախագահի 2022 թվականի նոյեմբերի 23-ի «Արտաքին դիտում իրականացնելու մասին» թիվ 255-Ա հրամանի հիման վրա Ընկերության Կայքում և Ֆեյսբուքյան էջում իրականացվել է արտաքին դիտում, որի արդյունքում կազմվել է «Արտաքին դիտման արդյունքների վերաբերյալ» թիվ 255 արձանագրությունը:

Արտաքին դիտման արդյունքում պարզվել է, որ 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ Ընկերության Ֆեյսբուքյան էջում առկա են հրապարակումներ Ընկերության կողմից առաջարկող ապրանքների բնութագրերի վերաբերյալ, իսկ այդ ապրանքների վերաբերյալ հրապարակումներում, ինչպես նաև Ֆեյսբուքյան էջի «մեկնաբանություններ» դաշտում հրապարակված են այդ ապրանքների զեղչված գները:

Օրինակ՝ Ֆեյսբուքյան էջում 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ, ի թիվս այլնի, առկա են եղել հետևյալ հրապարակումները.

1) ««Ջերմահագուստ կանանց և տղամարդկանց համար», (50% զեղչ) ապրանքի զեղչված արժեքը 9 990 ՀՀ դրամ է»,

2) «Օրթոպեդիկ գելային բարձ, նախատեսված է ցանկացած տեղ աթոռը ավելի հարմարավետ դարձնելու համար, ապրանքի զեղչված արժեքը 9 990 ՀՀ դրամ է»,

3) ««Fabric Lint Remover» քուքեր մաքրող էլեկտրական սարք, (70% զեղչ) ապրանքի զեղչված արժեքը 5 990 ՀՀ դրամ»,

4) «Ստացեք «ՆՎԵՐ Find Back» ականջակեղտը հեռացնող միջոցը գնելով «Sonifer» նրբաբլիթներ պատրաստող թավան/12990 ՀՀ դրամ/ և «Miracle Blade World Class» դանակների հավաքածուն /9990 ՀՀ դրամ/, բլիթներ պատրաստող սարքի զեղչված արժեքը 12990 ՀՀ դրամ է: Դանակների հավաքածուի զեղչված արժեքը 9990 ՀՀ դրամ է: Եթե գնեք 2-ն էլ կստանաք նվեր ականջակեղտը մաքրող միջոցը»,

5) ««Skin Care Expert» սարքը մաքրում է դեմքի սև կորյակները և ճարպն առանց ցավոտ սեղմումների, ապրանքի զեղչված արժեքը 5990 ՀՀ դրամ է»:

Արտաքին դիտման արդյունքում պարզվել է նաև, որ 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ Կայքում առկա են Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքների վերաբերյալ հրապարակումներ, իսկ հրապարակումներին կից առկա են այդ ապրանքների նկարագրությունները և զեղչված գները:

Օրինակ՝ Կայքում 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ, ի թիվս այլնի, առկա են եղել հետևյալ հրապարակումները.

1) «Vibra Tone» նիհարեցնող վիբրոմերսող գոտի, գինը 39 990 ՀՀ դրամ, զեղչված գինը՝ 12 990 ՀՀ դրամ,

2) «Arctic Air Ultra» անհատական օդորակիչ, գինը 29 990 ՀՀ դրամ, զեղչված գինը՝ 12 990 ՀՀ դրամ,

3) «Relax Tone» մերսող նիհարեցնող սարք, գինը 19 990 ՀՀ դրամ, զեղչված գինը՝ 11 990 ՀՀ դրամ,

4) «Skin Care Expert» դեմքի սև կորյակները և ճարպը հեռացնող սարք, գինը 15 990 ՀՀ դրամ, զեղչված գինը՝ 5 990 ՀՀ դրամ,

5) «Finishing Touch Flawless» մազահեռացնող սարք, գինը 14 990 ՀՀ դրամ, զեղչված գինը՝ 7 990 ՀՀ դրամ:

2. Հանձնաժողովի նախագահի 2022 թվականի դեկտեմբերի 1-ի թիվ 007750 գրությամբ (այսուհետ նաև՝ **Գրություն**) Հանձնաժողովը դիել է ՊԵԿ՝ խնդրելով Հանձնաժողովին տրամադրել տեղեկատվություն Ընկերության կողմից Հաշվետու ժամանակահատվածում հաշվարկային փաստաթղթերի և ՀԴՄ կտրոնների միջոցով իրականացված բոլոր գործարքների վերաբերյալ:

ՊԵԿ-ը, ի պատասխան Գրության, 2022 թվականի դեկտեմբերի 5-ին Հանձնաժողով է տրամադրել համապատասխան տեղեկատվություն, որի համաձայն Հաշվետու ժամանակահատվածում ապրանքներն իրացվել են նույն գներով, իսկ 3 (երեք) ապրանքատեսակ (իրացվել է 1073 հատ) իրացվել է տարբեր գնով: Մասնավորապես.

1) «Մինի տաքացուցիչ HHT» ապրանքը 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում իրացվել է 12 999 ՀՀ դրամով և 14 990 ՀՀ դրամով.

2) «Հատակը մաքրող սարք» ապրանքը՝ 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 9-ն ընկած ժամանակահատվածում իրացվել է 9 990 ՀՀ դրամով, իսկ 2022 թվականի մայիսի 14-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում՝ 12 990 ՀՀ դրամով.

3) «Կաթսա KWL» ապրանքը՝ 2022 թվականի հունիսի 20-ից մինչև 2022 թվականի հոկտեմբերի 16-ն ընկած ժամանակահատվածում իրացվել է 5 990 ՀՀ դրամով, 2022 թվականի մարտի 29-ից մինչև 2022 թվականի հունիսի 19-ն ընկած ժամանակահատվածում՝ 9 990 ՀՀ դրամով, իսկ 2022 թվականի հունվարի 4-ից մինչև 2022 թվականի մարտի 28-ն ընկած ժամանակահատվածում՝ 12 990 ՀՀ դրամով:

3. ՊԵԿ տեղեկատվական տվյալների շտեմարանում առկա տեղեկատվության համաձայն՝ Ընկերության 2021 թվականի տարեկան հասույթի չափը կազմել է

ՀՀ դրամ:

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) Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքները Հաշվետու ժամանակահատվածում իրացվել են նույն գներով.

2) Ընկերության կողմից Ակցիայի իրականացման մասին սպառողներին իրազեկելիս Ակցիայի բովանդակությունը չի պարունակել Ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

3) Ակցիայի ժամանակահատվածը փաստացի գերազանցում է երեք ամիսը.

4) Ակցիային մասնակցած ապրանքների նկատմամբ հայտարարված զեղչերն ընդհանուր առմամբ չեն հաշվարկվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից:

5) Ակցիայի վերաբերյալ հրապարակումներում առկա է «...: Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտությունը:

2. Արտաքին դիտման արդյունքում պարզվել է, որ 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ Ընկերության Ֆեյսբուքյան էջում և Կայքում առկա են հրապարակումներ Ընկերության կողմից առաջարկող ապրանքների բնութագրերի վերաբերյալ, իսկ այդ ապրանքների վերաբերյալ հրապարակումներում, ինչպես նաև Ֆեյսբուքյան էջի «մեկնաբանություններ» դաշտում հրապարակված են այդ ապրանքների զեղչված գները:

3. Ընկերությունը հայտնել է, որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի պահանջի մասին տեղեկացված չի եղել, որի համար հայցել է Հանձնաժողովի ներողամտությունը՝ նշելով, որ տվյալ օրենքի ուժի մեջ մտնելուց հետո՝ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ընկած ժամանակահատվածում միայն թվով 3 ապրանքների՝ բլիթների թավայի, մազահեռացնող սարքի և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի նկատմամբ է Ընկերությունը զեղչ հայտարարել, որոնց մասով Ընկերությունն իր վարքագիծը համապատասխանեցրել է օրենքի պահանջներին և հետայսու պարտավորվել է կատարվող ակցիաներում պարտադիր նշել նաև ակցիաների ժամկետների մասին:

4. ՊԵԿ-ի կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տեղեկատվության համաձայն՝ Հաշվետու ժամանակահատվածում Ընկերության կողմից ապրանքներն իրացվել են նույն գներով:

5. ՊԵԿ տեղեկատվական տվյալների շտեմարանում առկա տեղեկատվության համաձայն՝ Ընկերության 2021 թվականի տարեկան հասույթի չափը կազմել է

ՀՀ դրամ:

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 Ակցիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագծում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշների առերևույթ առկայության հետևյալ հիմքերով.

1. Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքները Հաշվետու ժամանակահատվածում իրացվել են նույն գներով.

2. Ընկերության կողմից Ակցիայի իրականացման մասին սպառողներին իրազեկելիս Ակցիայի բովանդակությունը չի պարունակել ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը՝ մեկնարկի և ավարտի օրերը.

3. Ակցիայի ժամանակահատվածը փաստացի գերազանցում է երեք ամիսը.

4. Ակցիային մասնակցած ապրանքների նկատմամբ հայտարարված զեղչերն ընդհանուր առմամբ չեն հաշվարկվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից:

5. Ակցիայի վերաբերյալ հրապարակումներում առկա է «...: Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտությունը:

Ընկերությունը Դիրքորոշմամբ հայտնել է հետևյալը.

1. Ընկերության կողմից վաճառվող ապրանքատեսականին չունի լայն պահանջարկ, ապրանքներ կան, որոնք ներմուծվել են դեռևս 2016 թվականին՝ Ընկերության ստեղծման օրվանից, և առ այսօր տարբեր պատճառներով դեռ չեն վաճառվել, ուստի Ընկերության կողմից պարբերաբար իրականացվում է տարբեր մաքեթինգային գործողություններ (զեղչեր, հավելյալ խրախուսական նվերներ), որոնք միտված են, վաճառքի ծավալը ավելացնելով, Ընկերության գործունեության անընդհատությունն ապահովելուն:

2. Միայն բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերն են, որոնք հայտարարվել են և իրականացվել են 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ժամանակահատվածում: Բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերի հայտարարության մեջ բացթողնված է միայն ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը (սակայն երեք ամսից ավել չի տևել՝ բլիթների թավան զեղչվել է 2022 թվականի դեկտեմբերի 2-ին), օրենքի այդ պահանջի մասին Ընկերությունը տեղեկացված չի եղել, որի համար հայցում է Հանձնաժողովի ներողամտությունը՝ պարտավորվելով հետայսու կատարվող ակցիաներում պարտադիր նշել այդ մասին:

3. «...: Դե ինչ, հետաքրքրե՞ց Ձեզ մեր առաջարկը, ...: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտության առնչությամբ Ընկերությունը հայտնել է, որ գովազդում մանրամասն ներկայացվում են ապրանքի հատկությունները, որից հետո կատարվում է անուղղակի հարցում՝ եթե հետաքրքրում է առաջարկը, ապա կարող եք զանգահարել կամ առցանց պատվիրել, այստեղ առկա չէ որևէ պարտադրանք, անբարեխիղճ մրցակցություն կամ հասարակության մոլորեցում:

4. Ընկերությունը վերոթվարկյալ գործողություններում որևէ միտում չի ունեցել դրսևորելու անբարեխիղճ մրցակցության գործողություն կամ վարքագիծ, եթե եղել են բացթողումներ, թյուրըմբռնումներ, ապա Ընկերությունը պատրաստակամ է քննարկելու այն Հանձնաժողովի արհեստավարժ աշխատակիցների հետ՝ հետագայում նման իրավիճակներից զերծ մնալու համար:

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

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՝ ապակողմնորոշելու 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՝ ապակողմնորոշելու 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) զեղչ.

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.

- զեղչի տոկոսային չափը հաշվարկվում 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, Հանձնաժողովն 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 հարցադրմամբ շրջանակում նկարագրված հասարակության մոլորեցման որևէ դրսևորման հատկանիշներ:

Երրորդ 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 գովազդը՝ «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:

Վերոշարադրյալ դիրքորոշումների կիրառումը սույն գործի փաստերի նկատմամբ.

Ընկերության կողմից Կայքում և Ֆեյսբուքյան էջում 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ հայտարարվել է զեղչ՝ նվազեցված գնի մասին հրապարակմամբ:

Նշվածի կապակցությամբ էական է պարզաբանել հետևյալ հարցադրումները.

1) արդյո՞ք Ակցիայի շրջանակում տրամադրվող տեղեկատվությունը կարող է առաջացնել թյուր տպավորության ստեղծման (ապակողմնորոշման) հնարավորություն.

2) արդյո՞ք Ակցիայի շրջանակում տրամադրվող տեղեկատվությունը հնարավորություն է տալիս ամբողջական պատկերացում կազմել Ակցիայի վերաբերյալ.

3) արդյո՞ք Ակցիայի առնչությամբ գովազդը համապատասխանում է գովազդի մասին օրենսդրությանը:

Առաջին հարցադրման կապակցությամբ.

Ընկերության կողմից 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ Ֆեյսբուքյան էջում և Կայքում տեղադրված հրապարակումներում հայտարարված է զեղչ՝ նվազեցված գնի մասին հրապարակմամբ, ինչը սպառողների մոտ կարող է ձևավորել ակնկալիք, որ յուրաքանչյուր ապրանք 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի հուլիսի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում ձեռքբերելիս ենթադրվում է զեղչի կիրառում տվյալ ապրանքների նախկին գնի համեմատ, իսկ դրանից հետո՝ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում ձեռքբերելիս ենթադրվում է զեղչի կիրառում՝ ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող մեկ ամսվա ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնի համեմատ:

Բացի այդ, Ակցիայի բովանդակությունը պարունակում է «Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...»:» արտահայտությունը, ինչը սպառողների մոտ տպավորություն է ստեղծում առ այն, որ, պատվիրելով Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքները հենց հիմա, սպառողները դրանք ձեռք են բերելու զեղչված գներով, իսկ հապաղելու՝ պատվերը փոքր-ինչ ուշ իրականացնելու դեպքում կարող են զրկվել առաջարկվող ապրանքները զեղչված գներով ձեռք բերելու հնարավորությունից:

ՊԵԿ-ի կողմից տրամադրված ՀԴՄ կտրոնների միջոցով իրականացված գործարքների վերաբերյալ տեղեկատվության վերլուծության համաձայն՝ Ընկերության կողմից Հաշվետու ժամանակահատվածում ապրանքներն իրացվել են նույն գներով:

Նշված ապրանքներից օրինակներ ներկայացված են Աղյուսակում:

ԱՂՅՈՒՍԱԿ						
Ակցիայի շրջանակում իրացված որոշ ապրանքներ, որոնք ՊԵԿ-ի տրամադրած տեղեկության համաձայն՝ 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում իրացվել են նույն գներով:						
Կտրոնի համար	Հանձնման ամսաթիվ	Քանակ	Միավորի արժեք	Ապրանքի կոդ	Ապրանքի անվանում	Ընդամենը գումար՝ բոլոր ներառյալ բոլոր հարմերով
1. Մերսոդ - բարձ						

14795	01/07/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
15442	02/14/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
15736	03/06/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
16213	04/06/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
16830	05/14/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
17372	06/20/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
18752	09/30/22	1	9990	G47789182	Մերսոլ - բարձ	9990
2. Տերմոզգեստ (ջերմահագուստ)						
14707	01/02/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
15227	02/01/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
15670	03/01/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
16147	04/02/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
16567	05/02/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
17434	06/27/22	2	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	19980
17898	07/22/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
18356	08/30/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
18735	09/29/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
18767	10/01/22	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
19430	11/24/202	1	9990	G47789178	Տերմոզգեստ	9990
3. Քուլքերը մաքրող սարք «Fabric Lint Remover»						
14741	01/04/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
15556	02/22/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
16060	03/27/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
16965	05/23/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
17396	06/23/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
17594	07/03/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
18172	08/15/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
18592	09/18/22	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
18916	10/15/202	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
19318	11/15/202	1	5990	G47789172	Քուլքերը մաքրող սարք FLR	5990
4. Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց «Skin Care Expert»						
15060	01/22/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
15262	02/03/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990

16026	03/24/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
16264	04/08/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
17669	07/08/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
18200	08/18/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
18919	10/15/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
19469	11/27/22	1	5990	G47789144	Դեմքի կորյակները մաքրող միջոց SCE	5990
5. Դանակների հավաքածու						
14706	01/02/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
15658	02/28/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
15710	03/04/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
16544	04/30/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
16553	05/01/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
17490	06/29/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
17636	07/06/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
18359	08/31/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
18465	09/08/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
18871	10/12/202	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
19205	11/07/22	1	9990	G47789152	Դանակների հավաքածու	9990
6. Մերսող գոտի «Vibra Tone»						
14763	01/05/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
15636	02/28/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
16585	05/02/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
17880	07/21/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
18111	08/10/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
18390	09/02/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
18836	10/08/22	1	12990	G47789113	Մերսող գոտի VT	12990
7. Անհատական օդորակիչ «Arctic Air Ultra»						
18377	09/01/22	1	12990	G47789192	Անհատական օդորակիչ	12990
18915	10/15/22	1	12990	G47789192	Անհատական օդորակիչ	12990
19190	11/06/22	1	12990	G47789192	Անհատական օդորակիչ	12990
8. Կանաչի մազահեռացնող սարք «Finishing Touch Flawless»						
14799	01/08/22	1	9990	G47789131	Կանաչի մազահեռացնող սարք FTF	9990
15595	02/24/22	1	9990	G47789131	Կանաչի մազահեռացնող սարք FTF	9990
15697	03/03/22	1	9990	G47789131	Կանաչի մազահեռացնող սարք FTF	9990

16546	04/30/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
16696	05/07/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
17189	06/05/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
17626	07/05/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
18340	08/29/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
18378	09/01/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
18915	10/15/202	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990
19153	11/03/22	1	9990	G47789131	Կանացի մազահեռացնող սարք FTF	9990

Ընկերությունը նշել է, որ միայն բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերն են, որոնք հայտարարվել են և իրականացվել են 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ընկած ժամանակահատվածում: Բլիթների թավայի (G47789140), մազահեռացնող սարքի (G47789179) և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի (G47789194) զեղչերի հայտարարության մեջ բացթողնված է միայն ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը (սակայն երեք ամսից ավել չի տևել): Բլիթների թավան զեղչվել է 2022 թվականի դեկտեմբերի 2-ին):

Մինչդեռ ՊԵԿ-ից տրամադրված տեղեկատվության համաձայն.

1. «Բլիթների թավա SNR»-ը (G47789140) 2022 թվականի հունվարի 19-ից մինչև 2022 թվականի հոկտեմբերի 14-ն իրացվել է 12 990 ՀՀ դրամով,

2. «Մազահեռացնող սարք»-ը (G47789179) 2022 թվականի հունվարի 25-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 27-ն իրացվել է 12 990 ՀՀ դրամով,

3. «Խոհանոցային կտրատող, քերող սարք»-ը (G47789194) 2022 թվականի սեպտեմբերի 28-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 27-ն իրացվել է 9 990 ՀՀ դրամով:

Այսպիսով, Ընկերության կողմից Հաշվետու ժամանակահատվածում իրացված ապրանքների իրացման պայմանների վերլուծության արդյունքում ստացված տվյալները վկայում են, որ և՛ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում, և՛ դրան նախորդող տևական ժամանակահատվածում (2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև հուլիսի 30-ը) Ընկերության կողմից ապրանքները վաճառվել են նույն գներով, ինչից հետևում է, որ տվյալ ապրանքների նկատմամբ զեղչ չի կիրառվել: Մինչդեռ Ակցիայի բովանդակության համաձայն՝ սպառողները, չհապաղելու և հենց հիմա պատվիրելու դեպքում, Ընկերության կողմից առաջարկվող ապրանքները կարող են ձեռք բերել զեղչված արժեքով այն դեպքում, երբ Հաշվետու ժամանակահատվածում ապրանքներն իրացվել են նույն գներով: Ընդ որում, Հանձնաժողովը գտնում է, որ Ակցիայի առնչությամբ զեղչ չկիրառելու ցանկացած դեպք ինքնին բավարար է խախտման փաստն արձանագրելու համար:

Բացի այդ, Ակցիային մասնակցած ապրանքների նկատմամբ հայտարարված զեղչերը 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում չեն հաշվարկվել Ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա

ընթացքում տվյալ ապրանքների վաճառքի միջին գնից, իսկ դրան նախորդող տևական ժամանակահատվածում (2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև հուլիսի 30-ը) վաճառվել են նույն գներով:

Այսինքն, Ընկերության կողմից դրսևորվել է ոչ թե ապրանքների նկատմամբ գեղչի կիրառման, այլ դրանց՝ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում և դրան նախորդող՝ 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև հուլիսի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում նույն գների կիրառման վարքագիծ:

Ավելին, Ընկերությունը հայտնել է, որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի պահանջի մասին տեղեկացված չի եղել, որի համար հայցել է Հանձնաժողովի ներողամտությունը՝ նշելով, որ տվյալ օրենքի ուժի մեջ մտնելուց հետո՝ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ընկած ժամանակահատվածում միայն թվով 3 ապրանքների՝ բլիթների թավայի, մազահեռացնող սարքի և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի նկատմամբ է Ընկերությունը գեղչ հայտարարել, որոնց մասով Ընկերությունն իր վարքագիծը համապատասխանեցրել է օրենքի պահանջներին և հետայսու պարտավորվել է կատարվող ակցիաներում պարտադիր նշել նաև ակցիաների ժամկետների մասին:

Վերոգրյալի հաշվառմամբ Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ Ընկերության կողմից կատարված հրապարակումներում ակցիայի վերաբերյալ տեղեկատվությունը ներկայացված է այն ձևով, որն առաջացրել է թյուր տպավորության ստեղծման (ապակողմնորոշման) հնարավորություն:

Երկրորդ հարցադրման կապակցությամբ.

Ընկերության կողմից 2022 թվականի նոյեմբերի 24-ի դրությամբ Ֆեյսբուքյան էջում և Կայքում տեղադրված հրապարակումներում հայտարարված է գեղչ՝ նվազեցված գնի մասին հրապարակմամբ:

Արտաքին դիտման արդյունքում Ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածի՝ մեկնարկի և ավարտի օրերի վերաբերյալ տեղեկատվություն չի հայտնաբերվել:

Ավելին, Ակցիայի բովանդակությունը պարունակում է «Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...»: արտահայտությունը, ինչը կարող է տպավորություն ստեղծել, որ ապրանքը գեղչված գնով ձեռք բերելու բացառիկ հնարավորությունից սպառողը կարող է օգտվել բացառապես տվյալ պահին պատվեր կատարելու դեպքում, իսկ հապաղելու պարագայում նշված հնարավորությունից կարող է զրկվել:

Մինչդեռ, ՊԵԿ-ից ստացված տվյալների համաձայն՝ Ընկերության կողմից Հաշվետու ժամանակահատվածում ապրանքներն իրացվել են նույն գներով:

Ստացվում է, որ սպառողները չեն ունեցել Ակցիայի տևողության վերաբերյալ պատկերացում կազմելու հնարավորություն, ընդ որում Ակցիայի ժամանակահատվածը փաստացի գերազանցել է երեք ամիսը:

Վերոնշյալի և առաջին հարցադրման վերլուծության հաշվառմամբ՝ Հանձնաժողովը փաստում է, որ Ընկերության կողմից Ակցիայի մեկնարկի և ավարտի օրերի վերաբերյալ տեղեկատվությունը չենել, ինչպես նաև Ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը երեք ամիսը գերազանցելը սպառողներին հնարավորություն չեն տվել ամբողջական

պատկերացում կազմել Ակցիայի, այդ թվում՝ Ակցիայի գործողության ժամկետի վերաբերյալ:

Երրորդ հարցադրման կապակցությամբ.

Առաջին և երկրորդ հարցադրումների վերլուծությունը և գովազդի մասին օրենսդրության համադրությունը թույլ են տալիս արձանագրել, որ Ակցիայի վերաբերյալ Ֆեյսբուքյան էջում և Կայքում կատարված հրապարակումներն ապակողմնորոշման հնարավորություն ստեղծող տեղեկություններ պարունակելու և ոչ ամբողջական լինելու հիմքով համարվում են անբարեխիղճ գովազդ:

Վերոնշյալի հաշվառմամբ Հանձնաժողովը փաստում է, որ Ընկերության կողմից Ակցիայի վերաբերյալ գովազդն իրականացվել է անբարեխիղճ ձևով, ուստի համարվում է օրենքին հակասող գովազդ:

Ամփոփելով վերոգրյալը՝ Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ Ընկերության կողմից 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում իրականացված ակցիայի առնչությամբ ակցիայի մեկնարկի և ավարտի օրերի մասին չնշելը, ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը երեք ամիսը գերազանցելը, 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում զեղչի հայտարարման դեպքում ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի միջին գինը հիմք չընդունելը, իսկ դրան նախորդող տևական ժամանակահատվածում՝ 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև հուլիսի 30-ը զեղչի հայտարարման դեպքում ապրանքները նույն գնով իրացնելը, ինչպես նաև ակցիայի վերաբերյալ հրապարակումներում «...: Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...» արտահայտությունը նշելը 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 պաշտասխանադրության 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:

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.

$$S = F + F \times (\mathcal{D} - U)$$

Որտեղ՝

S-տուգանքի չափ,

F-տուգանքի բազային գումար,

Ծ-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 $F = C \times 5\% \times \mathcal{D}$ բանաձևով, որտեղ՝ F-ն տուգանքի բազային գումարն է, C-ն ընդհանուր հասույթն է, D-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:

Մեթոդաբանության 17-րդ կետի համաձայն՝ եթե ապրանքի իրացումից ստացված հասույթի կամ ընդհանուր հասույթի վերաբերյալ պետական մարմնից ստացված տեղեկատվությունը ներառում է համապատասխան ժամանակահատվածը չընդգրկող ամիսներ և առանձնացված չեն համապատասխան ժամանակահատվածում ներառված ամիսներին ստացված հասույթները, ապա տուգանքի բազային գումարի հաշվարկման համար համապատասխան ժամանակահատվածը չընդգրկող ամիսների հասույթը նվազեցվում է: Նվազեցվող հասույթի գումարը յուրաքանչյուր ամսվա համար հավասար է տվյալ հաշվետու ժամանակաշրջանի համար ներկայացված հասույթի գումարի և այդ ժամանակաշրջանում ներառված ամիսների հարաբերակցությանը:

Տվյալ դեպքում Ակցիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագիծը դիտարկվել է 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածի համար, իսկ Վարույթը հարուցվել է 2022 թվականի դեկտեմբերի 13-ի, հետևաբար որպես ընդհանուր հասույթ Հանձնաժողովը հիմք է ընդունում Ընկերության՝ 2021 թվականի ընդհանուր հասույթի չափը, որը կազմում է

ՀՀ դրամ:

Իրավախախտման տևողությունը.

Մեթոդաբանության 26-րդ կետի համաձայն՝ իրավախախտման տևողության գործակիցը հաշվարկվում է $\sigma = \text{Թ} / \text{Օ}$ բանաձևով, որտեղ՝ σ -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:

Տվյալ դեպքում Ակցիայի առնչությամբ Ընկերության վարքագիծը դիտարկվել է Հաշվետու ժամանակահատվածի համար, որպիսի պայմաններում Հանձնաժողովը Ակցիայի տևողության օրերի թիվը ի նպաստ Ընկերությանը որոշելիս հիմք է ընդունում

ընկած

ժամանակահատվածը, քանի որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքում լրացումներ կատարելու մասին օրենքն ուժի մեջ է մտել 2022 թվականի հուլիսի 31-ին:

Հետևաբար, Ակցիայի տևողության օրերի թիվը կազմում է օր, իսկ իրավախախտման տևողության գործակիցը՝ :

Վերոնշյալից բխում է, որ տուգանքի բազային գումարը կազմում է 1 062 319 ՀՀ դրամ՝ ըստ հետևյալ հաշվարկի.

$$Բ = Հ \times 5\% \times Ժ = \quad \times 5\% \times \quad = 1\,062\,319 \text{ ՀՀ դրամ:}$$

Պատասխանատվությունը ծանրացնող և մեղմացնող հանգամանքներ.

Մեթոքաբանության 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 39-րդ կետի 4-րդ ենթակետի համաձայն՝ պատասխանատվությունը մեղմացնող հանգամանք է համարվում տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից իրավախախտում կատարելու փաստը գրավոր ընդունելը, բացառությամբ արագացված վարույթի կիրառման դեպքի:

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

Տվյալ դեպքում Ընկերությունը, ըստ էության, ընդունել է իրեն վերագրվող իրավախախտման փաստը՝ հայտնելով, որ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» օրենքի պահանջի մասին տեղեկացված չի եղել, որի համար հայցել է Հանձնաժողովի ներողամտությունը և նշել է, որ տվյալ օրենքի ուժի մեջ մտնելուց հետո՝ 2022 թվականի հուլիսի 31-ից հետո ընկած ժամանակահատվածում միայն թվով 3 ապրանքների՝ բլիթների թավայի, մազահեռացնող սարքի և խոհանոցային կտրատող, քերող սարքի նկատմամբ է Ընկերությունը զեղչ հայտարարել, որոնց մասով Ընկերությունն իր վարքագիծը համապատասխանեցրել է օրենքի պահանջներին և հետայսու պարտավորվել է կատարվող ակցիաներում պարտադիր նշել նաև ակցիաների ժամկետների մասին:

Այսպիսով, ծանրացնող հանգամանքի համար սահմանված տոկոսը կազմում է 0%, իսկ մեղմացնող հանգամանքի համար սահմանված տոկոսը՝ 15%:

Տուգանքի հաշվարկը.

Վերոշարադրյալից հետևում է, որ տուգանքի չափը կազմում է 902 971 ՀՀ դրամ՝ համաձայն հետևյալ հաշվարկի.

$$S = Բ + Բ \times (Ծ - Մ) = 1\,062\,319 + 1\,062\,319 \times (0\%-15\%) = 902\,971 \text{ ՀՀ դրամ:}$$

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

Այսպիսով, հաշվի առնելով վերոնշյալ հանգամանքները՝ Հանձնաժողովն արձանագրում է, որ Ընկերության կողմից 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում իրականացված ակցիայի ընթացքում հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության համար Ընկերության նկատմամբ անհրաժեշտ է նշանակել 902 000 (ինը հարյուր երկու 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 Վարույթի շրջանակներում որպես իրավախախտում է որակվել 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում ակցիայի իրականացման առնչությամբ Ընկերության վարքագիծը՝ Հանձնաժողովը գտնում է, որ այդ իրավախախտումը հնարավոր չէ շտկել, ուստի 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, 100-րդ հոդվածի 2-րդ մասով, «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» օրենքի 70-րդ և 71-րդ հոդվածներով, ինչպես նաև ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 72-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետով՝ Հանձնաժողովը

Ո Ր Ո Շ Ե Ց

1. «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության կողմից 2022 թվականի հունվարի 1-ից 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում իրականացված ակցիայի առնչությամբ ակցիայի մեկնարկի և ավարտի օրերի մասին չնշելը, ակցիայի իրականացման ժամանակահատվածը երեք ամիսը գերազանցելը, 2022 թվականի հուլիսի 31-ից մինչև 2022 թվականի նոյեմբերի 30-ն ընկած ժամանակահատվածում գեղջի հայտարարման դեպքում ակցիայի մեկնարկի պահին նախորդող ամսվա ընթացքում ապրանքի վաճառքի միջին գինը հիմք չընդունելը, իսկ դրան նախորդող տևական ժամանակահատվածում՝ 2022 թվականի հունվարի 1-ից մինչև հուլիսի 30-ը գեղջի հայտարարման դեպքում ապրանքները նույն գնով իրացնելը, ինչպես նաև ակցիայի վերաբերյալ հրապարակումներում «...: Դե ինչ, հետաքրքրեց Ձեզ մեր առաջարկը, ուրեմն մի՛ հապաղիր: Պատվիրեք հենց հիմա ...:» արտահայտությունը նշելը ինչպես առանձին, այնպես էլ համակցության մեջ որակել որպես հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցություն (այսուհետ՝ **Օրենքի խախտում**):

2. Օրենքի խախտման համար «Արմաբա» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերության նկատմամբ նշանակել 902 000 (ինը հարյուր երկու հազար) ՀՀ դրամի չափով տուգանք:

3. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում դրա պատճենը «Արմաբա» 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. փետրվարի 28

Երևան