

## Սպառողների իրավունքների պաշտպանության նոր կանոններ առևտրային գործունեություն իրականացնող տնտեսվարող սուբյեկտների համար

2025 թվականի օգոստոսի 1-ից անհրաժեշտ է առաջնորդվել սպառողների շահերի պաշտպանությանն ուղղված օրենսդրական նոր փոփոխություններով, որոնք ընդհանրական կերպով քննարկված են այս կյանքում:

Հիմնական փոփոխությունները կատարվել են հետևյալ երեք օրենքներում.

1.«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք (2025 թվականի օգոստոսի 1-ից՝ «Տնտեսական մրցակցության և սպառողների շահերի պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք),

2.«Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք,

3.«Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենք (այսուհետ միասին՝ **Օրենք**):

### Սպառողները և սպառողի շահերի դեմ ուղղված իրավախախտումները. ընդհանուր ակնարկ

Քննարկվող փոփոխությունների ուժով այսուհետ տնտեսական մրցակցության, սպառողների իրավունքների և շահերի պաշտպանության համատեքստում սպառողը **բացառապես** այն **ֆիզիկական անձն է**, որը հանդես է գալիս և գործում է իր առևտրային գործունեության, գործարարության, արհեստի կամ մասնագիտական գործունեության շրջանակներից դուրս: Համեմատության համար նշենք, որ մինչև քննարկվող փոփոխությունները տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը կարգավորող օրենսդրությունը որպես սպառող էր

ճանաչում նաև իրավաբանական անձանց և պետական մարմիններին:

Առևտրային գործունեության իրականացնելու ընթացքում սպառողի շահերի պաշտպանության համատեքստում արգելվում է ցանկացած վարքագիծ, գործելակերպ կամ անգործություն, եթե դա ազդում է կամ կարող է ազդել սպառողների կամ սպառողների խմբի շահերի վրա: Ընդ որում՝ նշված վարքագիծը, գործելակերպը կամ անգործությունը սպառողի շահերի խախտում որակվելու համար պետք է.

➤ հակասի օրենքներին, այլևորմատիվ իրավական ակտերին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին, կամ

➤ խախտի սպառողների նկատմամբ բարեխղճության, ազնվության, արդարության, ճշմարտության կամ անաչառության սկզբունքները: Որպես վերը նշվածի մասնավոր դեպքեր՝ հատուկ առանձնացվում և արգելվում է տնտեսվարող սուբյեկտներին հետևյալ գործելակերպը.

1. Անարդար առևտրային գործելակերպը,

2. «Գովազդի մասին» օրենքով սահմանված անբարեխիղճ կամ հակաօրինական կամ հավաստիության կամ պատշաճության պահանջների խախտմամբ իրականացված գովազդը,

3. Միանալու կամ պայմանագրի ընդհանուր պայմաններին ներկայացվող օրենսդրական պահանջների խախտումը,

4. Ապրանքի որակին, քանակին և այլ բնութագրերին ներկայացվող պահանջների խախտումը,

5. Ապրանքի գնի պայմանի խախտումը:

Հակիրճ անդրադառնանք թվարկված գործելակերպ համարվող արարքներին:

## Անարդար առևտրային գործելակերպը

Այս գործելակերպի բնութագիրը տրվում է «Սպառողների շահերի պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքում: Առևտրային գործելակերպն, ըստ օրենքի, անարդար է, եթե.

✓ **Գործելակերպը** հակասում է բարեխղճության, ազնվության, արդարության, ճշմարտության կամ անաչառության սկզբունքներին, և

✓ **Ունի** կամ կարող է ունենալ ազդեցություն միջին սպառողի կամ խմբի միջին սպառողի վարքագծի վրա, և

✓ **Տվյալ ազդեցության թիրախը** հենց տվյալ միջին սպառողն է կամ խումբը:

Որպես անարդար առևտրային գործելակերպի տեսակներ՝ օրենսդիրն առանձնացրել և մանրամասնել է.

➤ **Տնտեսվարող սուբյեկտի** այն գործողությունները կամ անգործությունը, որը ենթակա է որակման որպես մոլորեցնող, և

➤ **Տնտեսվարող սուբյեկտի** այն առևտրային գործելակերպը, որը պետք է որակվի որպես ագրեսիվ:

Ընդ որում, կարևոր է ընդգծել, որ թեև օրենսդիրը թվարկել է մոլորեցնող (թվարկված են 34 արարք) և ագրեսիվ գործողությունները (ցանկացած դեպքում որպես ագրեսիվ որակվող թվով 6 արարք), այդուհանդերձ, այդ ցանկը սպառիչ : Եթե արարքը համապատասխանի որպես մոլորեցնող կամ ագրեսիվ որակելու համար պահանջվող ընդհանուր կանոնի պայմաններին, տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է կանգնել իր արարքը որպես սպառողի շահերի խախտում որակելու վտանգի առջև:

Հաշվի առնելով թվարկված արարքների ընդհանուր քանակը և չցանկանալով ծանրացնել այս կյուրը, այստեղ չեն ներկայացվի ո՛չ արարքի որակման ընդհանուր կանոնի պայմաններ և ո՛չ էլ բոլոր առանձին դեպքերը:

Սակայն, այդուհանդերձ,

փոփոխությունների մասին որոշակի պատկերացում տալու համար ներկայացնենք արարքների մի քանի օրինակ:

**Մոլորեցնող** առևտրային գործողություն է համարվելու, օրինակ, տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից հետևյալ որևէ արարքի կատարումը (նորից ընդգծենք, որ սրանք 34 արարքներից հեղինակների կողմից որպես օրինակ ընտրվածներն են).

✓ **հայտարարելը**, որ ապրանքը (աշխատանքը, ծառայությունը) կարող է նպաստել շահումով խաղերում հաղթելուն,

✓ **մրցութային** կամ մրցանակային խրախուսման մասին հայտարարելը՝ չշնորհելով նկարագրված մրցանակները կամ դրանց համարժեքը,

✓ **ապրանքը** (աշխատանքը, ծառայությունը) որպես «անհատույց», «անվճար», «առանց գումարի» կամ համանման ձևով ներկայացնելը, եթե սպառողը պարտավոր է կատարել այլ վճարներ, բացի ապրանքը (աշխատանքը, ծառայությունը) ստանալու կամ դրա առաքման հետ կապված ծախսերից,

✓ **Էլեկտրոնային** առևտրային հարթակում ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) վերաբերյալ ներկայացված գնահատականները ապրանքը (աշխատանքը, ծառայությունը) փաստացի օգտագործած կամ ձեռք բերած սպառողների կողմից տրված լինելու վերաբերյալ նշումը, այն դեպքում, երբ չեն ձեռնարկվել համաչափ և ողջամիտ քայլեր՝ պարզելու, որ գնահատականները ձևավորվել են այդ սպառողների կողմից,

✓ **Էլեկտրոնային** առևտրային հարթակում տնտեսվարող սուբյեկտի կամ իր օգտին այլ անձանց կողմից ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) իրացման խթանման նպատակով կեղծ գնահատականներ ստեղծելը կամ այլ ապակողմնորոշիչ միջոցառումներ իրականացնելը, այդ թվում դիտումների կեղծ քանակ ներկայացնելը,

✓ **Ծրագրային** ապահովման թարմացումը որպես ֆունկցիոնալության պահպանման անհրաժեշտ պայման

ներկայացնել այն դեպքում, երբ այն ուղղված է ապրանքի առանձին ֆունկցիոնալ տարրերի ֆունկցիոնալության բարելավմանը:

Ագրեսիվ առևտրային գործելակերպի օրինակներ են.

✓ գովազդում երեխային ուղղված ուղղակի կոչը գովազդվող ապրանքի (աշխատանքի, ծառայության) գնման կամ ծնողին կամ այլ չափահասին գնել համոզելու վերաբերյալ,

✓ կեղծ տպավորություն ստեղծելը, թե սպառողն արդեն շահել է կամ կշահի մրցանակ, երբ իրականում մրցանակ չկա կամ դրա ստացման համար անհրաժեշտ է վճարում կամ այլ ծախս և այլն:

### **Գովազդ, միանալու պայմանագրեր, պայմանագրի ընդհանուր պայմաններ, ապրանքի բնութագիր**

Գովազդի, միանալու պայմանագրի, պայմանագրի ընդհանուր պայմաններին, ինչպես նաև ապրանքի բնութագրին առնչվող պայմաններն ու դրանց պահպանությունը մնացել են անփոփոխ: Փոփոխությամբ ընդգծվել է այս խախտումները որպես սպառողի շահերի խախտում որակելու կարգավորումը, սահմանելով, որ տվյալ խախտումները քննարկող վարույթը լինելու է սպառողների շահերի դեմ ուղղված իրավախախտման վերաբերյալ:

### **Ապրանքի գնի ներկայացում**

Ներմուծվում են երկու նոր հասկացություններ՝ «վաճառքի գին» և «միավոր գին»: Եթե վաճառքի գինը ապրանքի վերջնական գինն է՝ ներառյալ բոլոր կիրառելի հարկերը և պարտադիր վճարները, ապա միավոր գինը միավոր արժեքի գինն է (մեկ կգ, մեկ լիտր, մեկ մետր, մեկ մետր քառակուսի, մեկ մետր խորանարդ և այլն)՝ ներառյալ բոլոր կիրառելի հարկերը և պարտադիր վճարները, որոնցից է կախված, ըստ էության, վաճառքի գնի ստացումը:

**Ապրանքների վաճառքի գնի և միավոր գնի միաժամանակյա ներկայացումը սպառողին** այսուհետ պարտադիր է՝ արարքը որպես սպառողի շահերի խախտում որակելու սպառնալիքի ներքո: Ընդ որում, օրենքով սահմանված դեպքերում վաճառողը կարող է նշել ապրանքի վաճառքի կամ միավոր արժեքի գինը: Միաժամանակ սահմանվել է, որ այս կանոնները պարտադիր են նաև էլեկտրոնային առևտրային հարթակում իրացվող ապրանքների, մատուցվող ծառայությունների և իրականացվող աշխատանքների համար:

### **Սպառողների շահերի խախտման համար պատասխանատվություն**

Սպառողների շահերի խախտման դեպքում Մրցակցության և սպառողների շահերի պաշտպանության հանձնաժողովը (նախկինում՝ Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովը) կկարողանա հարուցել սպառողների շահերի դեմ ուղղված իրավախախտման վերաբերյալ վարույթ: Վարույթը կարող է ավարտվել հանձնաժողովի կողմից պատասխանատվություն կիրառելու որոշմամբ, եթե խախտման փաստը վարույթով հաստատվի:

Սպառողների շահերի դեմ ուղղված իրավախախտման համար կարող է նշանակվել տուգանք տնտեսավարող սուբյեկտի՝ տվյալ իրավախախտմանը **Նախորդող տարվա հասույթի մինչև 5 տոկոսի չափով**: Տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից հանձնաժողովի որոշումը կարող է բողոքարկվել վարչական ակտի բողոքարկման համար սահմանված կարգով և ժամկետներում:

Ապրանքի գնի ներկայացման կանոնի խախտման դեպքում տնտեսավարող սուբյեկտը կարող է ընդունել իրավախախտում կատարելու փաստը, վերացնել խախտումը՝ վճարելով 50,000 ՀՀ դրամի չափով տուգանք: Սակայն այս դեպքում տնտեսավարող սուբյեկտը **չի կարող հետագայում հերքել իր կողմից իրավախախտում կատարելու փաստը**:

## Հեղինակների մասին

### Նարինե Բեգլարյան

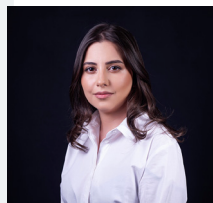
#### Ավագ գործընկեր, փաստաբան



Նարինե Բեգլարյանը ղեկավարում է ընկերության կորպորատիվ իրավունքի և կորպորատիվ վերակազմակերպումների (M&A) պրակտիկան, ինչպես նաև բանկային իրավունքի և կապիտալի շուկաների, անձնական տվյալների պաշտպանության ուղղությունները: Նա տրամադրում է խորհրդատվություն և իրականացնում է ներկայացուցչություն: Ունի փաստաբանի արտոնագիր 2012 թվականից: Կոնցեռն Դիալոգի թիմին է միացել 2013 թվականին: Ավելի քան 15 տարվա փորձառություն ունեցող Նարինե Բեգլարյանի պրոֆեսիոնալիզմը գնահատված է նաև միջազգայնորեն ևա ներառված է հեղինակավոր Chambers Global, Chambers Europe և IFLR1000 հիմնական վարկանիշավորման ցանկերում, ինչպես նաև Legal500-ի վարկանիշավորման առաջատար իրավաբանների ցանկում: Մինչ Կոնցեռն Դիալոգի թիմին միանալը շուրջ յոթ տարի աշխատել է բանկում և էլեկտրոնային հաղորդակցության ծառայություններ մատուցող ընկերությունում (in-house counsel):

### Արիաննա Ադամյան

#### Իրավաբան



Արիաննա Ադամյանը մասնագիտացած է կորպորատիվ իրավունքի, M&A, պայմանագրային իրավունքի ոլորտներում: Մասնավորապես, նա ներգրավված է ոլորտների վերաբերյալ խորհրդատվության տրամադրման աշխատանքներում: Կոնցեռն Դիալոգի թիմին է միացել 2023 թվականին: Նախկինում աշխատել է բիզնես խորհրդատվության ծառայություններ մատուցող ընկերությունում: Ունի աշխատանքի փորձառություն նոտարական գրասենյակում:

## Կոնցեռն Դիալոգի մասին

Կոնցեռն Դիալոգ փաստաբանական գրասենյակը 1998 թվականից սկսած վստահելի գործընկեր է բիզնեսների և անհատների համար իրավաբանության բոլոր ոլորտներում խորհրդատվությունից մինչև դատական պաշտպանություն: Ընկերությունը ճանաչված է կորպորատիվ իրավունքի, աշխատանքային իրավունքի, մրցակցության իրավունքի, հարկային իրավունքի, պայմանագրային իրավունքի, լիցենզիաների ու թույլտվությունների, ընտանեկան իրավունքի (ներառյալ երեխաների անդրսահմանային առևանգման /child abduction/) ոլորտների պրակտիկայով: Մասնավորապես, մենք մեծ փորձ ունենք SS, հեռահաղորդակցության և մեդիայի, հանքարդյունաբերության, էներգետիկայի, կոմունալ ծառայությունների, բանկային և ֆինանսական, առողջապահության, անշարժ գույքի և ոչ առևտրային գործունեության ոլորտներում: Կոնցեռն Դիալոգի դատավարական փորձառությունը ՀՀ-ում առաջատարներից է, հատկապես բարդ քաղաքացիական, վարչական և արբիտրաժային գործերով: Փաստաբանական գրասենյակի անդամակցությունը TagLaw և Nextlaw ցանցերին և համագործակցությունն առանձին երկրներում գործով տեղական իրավաբանական կազմակերպությունների հետ թույլ է տալիս բարձրորակ ծառայություններ մատուցել հաճախորդներին փաստացիորեն ամբողջ աշխարհում: