

Կ-981-04.04.2016-ԳԿ-010/2

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՕՐԵՆՔԸ
«ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ» ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ԼՐԱՑՈՒՄՆԵՐ ԵՎ
ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ**

Հոդված 1. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության 1996 թվականի ապրիլի 30-ի ՀՕ-55 օրենքի (այսուհետ՝ օրենք) 2-րդ հոդվածը լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ նոր պարբերությամբ.

«սոցիալական գովազդ» առևտրային բնույթ չկրող (շահույթ ստանալու նպատակ չհետապնդող) մարդու իրավունքներին և պարտականություններին, բնակչության առողջության պահպանման, ինչպես նաև առողջ ապրելակերպի և սոցիալական պաշտպանության, կամավորության, բնության պահպանության, կրթական ծրագրերի, հայրենասիրական դաստիարակության, մշակույթի պահպանման, տարածման ու զարգացման, աղետների դիմակայման, ազգային շահերի պաշտպանության և այլ բնագավառների վերաբերյալ հասարակությանը իրազեկման նպատակով տարածվող տեղեկատվություն է, որը սույն օրենքի 13-րդ հոդվածի 1.2-րդ կետում նշված կարգով ձևաչվել է որպես սոցիալական գովազդ:»:

Հոդված 2. Օրենքի 13-րդ հոդվածում՝

1.1-ին կետը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ.

«1. Ջանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային և տպագիր միջոցներում ու տրանսպորտում գովազդ տարածող գովազդակիրը պարտավոր է սոցիալական գովազդների համար առաջնահերթ տրամադրել գովազդին հատկացվող տարեկան եթերային ժամանակի (տպագրական մակերեսի) ոչ պակաս, քան 5 տոկոսը:»:

2. 1-ին կետից հետո լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 1.1-ին, 1.2-րդ և 1.3-րդ կետերը.

«1.1. Համայնքի տարածքում կամ միջպետական կամ հանրապետական նշանակության ճանապարհների վրա սոցիալական գովազդ տեղադրելու դեպքում տեղական տուրքերի և ճանապարհային վճարի դրույքաչափերը սահմանվում են օրենքով:

1.2. Սոցիալական գովազդը, որը մինչև տեղաբաշխումը և տարածումը քննարկվել և հավանության է արժանացել, լիազոր մարմնին կից ստեղծված հանրապետական հանձնաժողովի կողմից կարող է տարածվել Հայաստանի Հանրապետության ամբողջ տարածքում կամ Հայաստանի Հանրապետության ցանկացած վարչատարածքային միավորի սահմաններում: Հանրապետական հանձնաժողովը ձևավորվում է քաղաքացիական հասարակության և պետական մարմինների ներկայացուցիչներից: Հանրապետական հանձնաժողովում քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչների թիվը 2 անդամով պետք է ավել լինի պետական մարմինների ներկայացուցիչների թվից: Հանրապետական հանձնաժողովի ձևավորման և գործունեության կարգը սահմանվում է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշմամբ, որի սկզբունքները հաշվի են առնվում տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից համայնքային հանձնաժողովներ ձևավորելիս: Արտաքին սոցիալական գովազդը, որը տարածվելու է մեկ համայնքի վարչական սահմաններում, կարող է որպես սոցիալական գովազդ ձևաչվել համայնքի ղեկավարի ստեղծած համայնքային հանձնաժողովի կողմից: Համայնքի ղեկավարի ստեղծած համայնքային հանձնաժողովի 3 անդամ առաջադրվում է տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչներից, իսկ 5 անդամ քաղաքացիական հասարակության ներկայացուցիչներից: Համայնքի ղեկավարի ստեղծած համայնքային հանձնաժողովի որոշման վերաբերյալ դիմումատուին գովազդը որպես սոցիալական ձևաչվելուց հետո 3-օրյա ժամկետում տեղեկացնում է համայնքի ղեկավարը:

1.3. Լիազոր մարմնին կից ստեղծված հանրապետական հանձնաժողովը և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ստեղծված համայնքային հանձնաժողովները լիազոր մարմնին ներկայացնում են տարեկան հաշվետվություն:»:

3. 2-րդ կետում «ոչ պետական կազմակերպությունների կողմից» բառերը փոխարինել «ոչ առևտրային կազմակերպությունների կողմից» բառերով:

4. 3-րդ կետը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ.

«3. Սոցիալական գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման և տարածման հետ կապված հարցերը կարգավորվում են սույն օրենքի 17-րդ հոդվածով սահմանված պայմանագրի կնքման միջոցով:»:

Հոդված 3. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակման օրվան հաջորդող օրվանից 3 ամիս հետո, բացառությամբ սույն օրենքի 2-րդ հոդվածի 2-րդ մասով լրացվող 13-րդ հոդվածի 1.2-րդ կետի, որն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակման օրվան հաջորդող 10-րդ օրը:

ԱՄՓՈՓԱԹԵՐԹ

ՀՀ Ազգային ժողովում առաջին ընթերցմամբ ընդունված «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին», «Տեղական տուրքերի և վճարների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություն և լրացումներ կատարելու մասին» և «Ճանապարհային վճարի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություն կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի վերաբերյալ կատարված առաջարկությունների

h/h	Առաջարկության հեղինակը, գրության ամսաթիվը, գրության համարը	Առաջարկության բովանդակությունը	Եզրակացություն	Կատարված փոփոխությունը
1.	ՀՀ կառավարություն	«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագծի ողջ տեքստում «մաս» բառն իր համապատասխան հոլովաձևերով փոխարինել «կետ» բառով:	Ընդունվել է:	Կատարվել է համապատասխան փոփոխություն:
2.	ԱԺ պատգամավոր Թ. Պողոսյան	1. «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի Հոդված 1-ի «սոցիալական գովազդ» հասկացության սահմանման մեջ «վերաբերյալ» բառից հետո ավելացնել «հասարակությանը իրազեկման նպատակով տարածվող» բառերը: 2. Գործող օրենքի 13-րդ հոդվածը 1.2-րդ մասից հետո լրացնել 1.3-րդ մասով՝ հետևյալ բովանդակությամբ. «Լիազոր մարմնին կից ստեղծված	Ընդունվել է: Ընդունվել է մասնակի:	Կատարվել է համապատասխան փոփոխություն: Կատարվել է համապատասխան փոփոխություն, հոդվածը լրացվել է նոր՝ 1.3 մասով,

		հանրապետական հանձնաժողովը և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ստեղծված համայնքային հանձնաժողովները լիազոր մարմինն ներկայացնում են տարեկան զեկույց»: 3. Նախագծի 2-րդ հոդվածից հանել 4-րդ մասը, թողնելով գործող օրենքի 13-րդ հոդվածի 3-րդ մասը նույնությամբ:	Չի ընդունվել:	սակայն «զեկույց» բառը փոխարինվել է «հաշվետվություն» բառով: Սոցիալական գովազդի արտադրության, տեղաբաշխման և տարածման հետ կապված հարաբերությունները նախատեսվում են կարգավորել գովազդատուի, գովազդարտադրողի և գովազդակրի միջև կնքվող պայմանագրի հիման վրա, քանի որ սուբյեկտները կարող են ինքնուրույն՝ պայմանագրի հիման վրա սահմանել իրենց իրավունքները և պարտականությունները:
3.	Աժ պատգամավոր Գ. Նուշիկյան	1. «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի 2-րդ կետի 1.2 ենթակետով առաջարկվող արտաքին սոցիալական գովազդի քննարկման և հավանության արժանացման կարգը հստակեցնել, ինչպես նաև հիմնական սկզբունքներն ու ընթերցակարգերը, տրամադրման ժամկետները ամրագրել օրենքով:	Չի ընդունվել:	Հանրապետական և համայնքային հանձնաժողովները ձևավորվելու են մասնագիտացված անդամներից, որոնք որոշում են կայացնելու՝ հաշվի առնելով սոցիալական գովազդի սկզբունքները և չափորոշիչները: Ինչ վերաբերում է հանձնաժողովների հիմնական սկզբունքները,

		2. «Տեղական տուրքերի և վճարների մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություն և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի 2-րդ հոդվածի 8.1 ենթակետով «այլ արտաքին գովազդ տեղադրելու թույլտվության համար սահմանված տուրքի 25%-ի չափով» վճարման առաջարկը ողջամիտ չէ, քանի որ տուրքը, որպես կանոն, վճարվում է գովազդ տեղադրելու թույլտվության համար: Արդյունքում ստացվում է, որ տուրքը վճարվում է գոյություն ունեցող գովազդի համար: Առաջարկվում է սահմանել տեղական տուրքի համար ֆիքսված գումար՝ պահպանելով գործող օրենքի դրույթը, ինչպես նաև անհրաժեշտ է հարկման բազա դիտարկել գովազդային վահանակը, այլ ոչ թե 1 քմ.-ը:	Չի ընդունվել:	ընթացակարգերը և տրամադրման ժամկետները օրենքով ամրագրելուն, դրանք սահմանվելու են ՀՀ կառավարության որոշմամբ, որում էլ կհստակցվեն հանձնաժողովների կողմից իրակա-նացվող գործառույթները: «Տեղական տուրքերի և վճարների մասին» ՀՀ օրենքի 10-րդ հոդվածի 8-րդ մասի «ե» կետով արդեն իսկ նախատեսվում է դատարկ գովազդային վահանակ-ների համար 700 դրամ՝ 1 քմ-ի համար: Առաջարկվող նախագծի համաձայն՝ դատարկ գովազդային վահանակ-ների համար 1 քմ-ի դիմաց սահմանվում է տեղական տուրք՝ այլ արտաքին գովազդ տեղադրելու թույլտվության համար նախատեսված տուրքի 25 %-ի չափով: Ինչ վերաբերում է գովազդային ամբողջ վահանակը որպես հարկման բազա դիտարկելուն, վահանակները ունեն տարբեր մակերեսներ և նպատակահարմար է հարկ-ման բազան սահմանել 1 քմ-
--	--	--	----------------------	--

		8.2. Ենթակետի «կազմակերպության գովազդը» բառակապակցությունը փոխա-րինել «կազմակերպության գործունեության գովազդը» կամ «կազմակերպության գործունեությանը վերաբերող գովազդը» բառակապակցությամբ, իսկ «տուրքի 10%-ը» բառերը փոխարինել «տուրքի 5%-ը» բառերով: 3. «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում լրացումներ և փոփոխություններ կատարելու մասին», «Տեղական տուրքերի և վճարների մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություն և լրացումներ կատարելու մասին» և «Ճանապարհային վճարի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություն կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների նախագծերով սահմանված «Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակման օրվանից 3 ամիս հետո» բառերը փոխարինել «Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում 2017 հունվարի 1-ից» բառերով:	Չի ընդունվել: Չի ընդունվել: Չի ընդունվել:	ով: «Կազմակերպության գովազդ» տերմինը իր մեջ ներառում է ոչ միայն իր կազմակերպության մասին, այլ նաև իր գործունեությանը վերաբերող գովազդ: Տվյալ առաջարկը չունի լիարժեք տնտեսական հիմնավորում: Կարծում ենք, որ ՀՀ կառավարության կողմից ներկա-յացված առաջարկը ողջամիտ է: Կարծում ենք, որ նախագծով նախա-տեսվող օրենքի 3 ամիս հետո ուժի մեջ մտնելու ժամկետը իրատեսական է բոլոր սուբյեկտների համար, որոնք հնարա-վորություն կունենան հա-մապատասխան ժամ-կետներում իրենց գործունեությունը համա-պատասխանեցնելու սույն օրենքի պահանջներին:
--	--	--	--	---