

# Անբարեխիղճ մրցակցությունը հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ



## Ներածություն

2022 թվականի հոկտեմբերի վերջին Մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովը (այսուհետ՝ **Հանձնաժողով**) պատասխանատվության միջոց կիրառելու մասին որոշումներ է ընդունել շահումով խաղերի ոլորտում գործող երեք ընկերությունների նկատմամբ<sup>1</sup>: Բոլոր երեք որոշումները վերաբերում են հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցությանը: Սույն հոդվածի շրջանակներում կդիտարկենք «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» 06.11.2000թ. ՀՀ օրենքի (այսուհետ՝ **Օրենք**) որոշ դրույթներ հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ անբարեխիղճ մրցակցության վերաբերյալ՝ Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների համատեքստում:

## Անբարեխիղճ մրցակցության հասկացությունը և դրա հատկանիշները

Անբարեխիղճ մրցակցության իրավական սահմանումն ամրագրված է Օրենքի 16-րդ հոդվածում: Նշված հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ «անբարեխիղճ մրցակցություն է համարվում տնտեսվարող սուբյեկտի ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ, որը հակասում է սույն օրենքին, այլ օրենքներին, նորմատիվ իրավական ակտերին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին, խախտում է տնտեսվարող սուբյեկտների միջև կամ վերջիններիս ու սպառողների կամ ձեռք բերողների միջև բարեխղճության՝ ազնվության, արդարության, ճշմարտության և (կամ) անաչառության սկզբունքները»:

Հաշվի առնելով այն, որ անբարեխիղճ մրցակցությունը ինքնին մրցակցության տեսակ է, ապա «անբարեխիղճ մրցակցություն» հասկացությունը պետք է մեկնաբանվի մրցակցության համատեքստում: Այսպես, Օրենքի 3-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետի համաձայն՝ տնտեսական մրցակցություն կամ մրցակցություն է համարվում «տնտեսավարող սուբյեկտների մրցություն, որի պայմաններում նրանցից յուրաքանչյուրի ինքնուրույն գործողություններով օբյեկտիվորեն բացառվում կամ

սահմանափակվում է համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը»: Մրցակցության վերը նշված հասկացությունը հաշվի առնելով, պետք է նշել, որ անբարեխիղճ մրցակցության մասին կարելի է խոսել միայն այն դեպքում, երբ տնտեսվարող սուբյեկտի վարքագիծը/գործողությունը ազդում է մրցակցության վրա՝ այսինքն՝ տնտեսվարող սուբյեկտը համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորություն է ստանում:

«Անբարեխիղճ մրցակցություն» հասկացությունը մեկնաբանելիս նաև պետք է հաշվի առնել Հայաստանի Հանրապետության կողմից վավերացրած միջազգային պայմանագրերի նորմերը: Մասնավորապես, Հայաստանի Հանրապետությունը վավերացրել է «Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին» փարիզյան կոնվենցիան (20.03.1883 թ.), որի 10-bis հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն՝ «ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում **մրցակցության ցանկացած գործողություն**, որը հակասում է արդյունաբերական և առևտրական գործերում արդար սովորույթներին»: Հետևաբար, ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում ոչ թե ցանկացած գործողություն, որը հակասում է արդար սովորույթներին, այլ **«մրցակցության ցանկացած գործողություն»**: Այստեղից կարելի է ենթադրել, որ միայն այն գործողությունը, որը ազդեցություն ունի մրցակցության վրա (մրցակցության գործողությունը), կարող է ճանաչվել ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն:

Մրցակցության համատեքստի մասին եզրակացությունը բխում է նաև դատական պրակտիկայից: Այսպիսով, ՀՀ վճռաբեկ դատարանն իր 10.05.2022թ. որոշմամբ (վարչական գործ թիվ ՎՊ/12665/05/18) արձանագրել է հետևյալը. «Մոլորեցնող ցանկացած գործողության կամ վարքագծի դրսևորման արդյունքում հասարակությանը չի տրամադրվում իրական տեղեկատվություն ապրանքների որակական, քանակական և այլ հատկանիշների մասին, ինչը կարող է հանգեցնել հասարակության անդամների

<sup>1</sup>Հանձնաժողովի որոշումներ 28.10.2022թ. թիվ 412-Ա, 28.10.2022թ. թիվ 411-Ա, 28.10.2022թ. թիվ 410-Ա

մոտ ապրանքի վերաբերյալ թյուր տպավորության ստեղծմանը (ապակողմնորոշմանը): Այդպիսի գործունեությունը՝ որպես անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորում, արգելվել է օրենսդրի կողմից՝ նկատի ունենալով, որ իրավական պետության կողմից որդեգրված ազատ տնտեսական գործունեության քաղաքականությունը նպատակ է հետապնդում ապահովելու արդարացի հավասարակշռություն տնտեսական գործունեություն ծավալող սուբյեկտների շահերի միջև»:

Վերոնշյալը հաշվի առնելով, ստորև ներկայացնում ենք այն պայմանները, որոնք, կարծում ենք ենթակա են հաստատման անբարեխիղճ մրցակցության իրավախախտումը գնահատելիս՝

- տնտեսվարող սուբյեկտի գործողության կամ վարքագծի առկայությունը,
- գործողության կամ վարքագծի հակասությունը Օրենքին, այլ օրենքներին, նորմատիվ իրավական ակտերին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին,
- բարեխղճության՝ ազնվության, արդարության, ճշմարտության և (կամ) անաչառության սկզբունքների խախտումը տնտեսվարող սուբյեկտների միջև կամ վերջիններիս ու սպառողների կամ ձեռք բերողների միջև գործողության կամ վարքագծի միջոցով,
- տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը:

Անբարեխիղճ մրցակցության փաստը ճանաչելու համար անհրաժեշտ է վերը նշված հատկանիշների միաժամանակյա առկայությունը:

Անբարեխիղճ մրցակցության հասկացությունը և հատկանիշները որոշելուց հետո անդրադառնաք այն հարցերին, որոնք դիտարկվել են Հանձնաժողովի կողմից 2022 թվականի հոկտեմբերի վերջին որոշումները ընդունելիս, մասնավորապես, Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշների (անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշների) քննարկման անհրաժեշտությանը անբարեխիղճ մրցակցության մասնավոր դեպքերը ուսումնասիրելիս, ինչպես նաև այն հարցը, թե ում նկատմամբ կարող է դրսևորվել մրցակցային առավելությունը:

## **Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշների քննարկման անհրաժեշտությունը**

Որոշումներից մեկում Հանձնաժողովը նշել է, որ «օրենսդիրը սահմանել է վարքագիծը անբարեխիղճ 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 սահմանում, 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»:

Վերոնշյալի վերաբերյալ նախ և առաջ հարկ է նշել, որ Օրենքի 16-րդ 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»: Սույն դրույթից հետևում է, որ Օրենքի 17-24-րդ հոդվածներում նախատեսված դեպքերի համապատասխանությունը 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշներին ենթադրվում է:

Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշների քննարկման անհրաժեշտության մասին հարցին պատասխանելու համար տեսնենք, թե արդյոք Օրենքի 21-րդ հոդվածում (հասարակության մոլորեցում) նախատեսված դեպքերը ներառում են Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի՝ անբարեխիղճ մրցակցության բոլոր հատկանիշները, և մասնավորապես, տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորության հատկանիշը:

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»: Այս դրույթի տառացի մեկնաբանությունից հետևում է, որ օրենքին հակասող յուրաքանչյուր գովազդ, որը կարող է առնվազն վնասել սպառողների շահերը, պետք է ճանաչվի անբարեխիղճ մրցակցություն՝ հասարակության մոլորեցման դրսևորմամբ:

Այսինքն, ստացվում է, որ Օրենքի 21-րդ հոդվածի 1-ին մասի 4-րդ կետը ինքնին չի սահմանում անբարեխիղճ մրցակցության առանցքային հատկանիշներից մեկը՝ այն է՝ մրցակցության համատեքստը, ավելի կոնկրետ՝ «տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը»:

Մրցակցության համատեքստի դիտարկման պարտադիր լինելը բխում է նաև, եթե Օրենքի 21-րդ հոդվածի 1-ին մասի 4-րդ կետով նախատեսված իրավախախտումը ենթարկում ենք համակարգային վերլուծության: Մասնավորապես, «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի 1-ին հոդվածի 1-ին մասի բ-կետի համաձայն՝ «սույն օրենքը սահմանում է Հայաստանի Հանրապետության տարածքում գովազդի ստեղծման և տարածման իրավական հիմքերը և նպատակ ունի կանխել գովազդի միջոցով սխալ տեղեկությունների տարածումը, որոնք կարող են վնաս պատճառել իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց, նրանց պատվին, արժանապատվությանը, գործարար համբավին և քաղաքացիների շահերին»: Այստեղից հարց է առաջանում՝ եթե մենք գործ ունենք օրենքին հակասող գովազդի հետ, որը կարող է վնաս պատճառել իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց շահերին, ո՞ր օրենքի շրջանակներում է հարկավոր իրավախախտումը դիտարկել՝ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» թե «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի:

Հաշվի առնելով, որ սպառողների շահերը հանդիսանում են տարբեր օրենքների կարգավորման առարկա («Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը, «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը), մրցակցային օրենսդրության տեսանկյունից դրանք պետք է մեկնաբանվեն մրցակցության վրա ազդեցության համատեքստում: Մեր կարծիքով նման եզրակացության է գալիս նաև Հանձնաժողովը, նշելով, որ «տնտեսվարող սուբյեկտի վարքագիծը տնտեսական մրցակցության բնագավառում իրավախախտում որակելու

համար Հանձնաժողովը քննարկման առարկա է դարձնում դրա ազդեցությունը տնտեսական մրցակցության և սպառողների շահերի վնասման կամ դրա հավանականության վրա»<sup>3</sup>:

Հետևաբար, մրցակցության բնագավառում իրավախախտում որակելիս սպառողների շահերը առանձին չեն դիտարկվում, այլ դիտարկվում են միայն մրցակցության վրա ազդեցության համատեքստում: Նույն եզրակացության կարելի է հանգել նաև անբարեխիղճ մրցակցության վերաբերյալ այլ հոդվածներ վերլուծելիս (Օրենքի 17-24 հոդվածներ)՝ անբարեխիղճ մրցակցության յուրաքանչյուր դրսևորման դեպքում հարկավոր է հաշվի առնել Օրենքի առարկան և գնահատել տնտեսական մրցակցության վրա այդ հնարավոր իրավախախտման ազդեցությունը: Հակառակ դեպքում, կստացվի, որ նույն իրավիճակը հանդիսանում է մի քանի իրավական ակտերի կարգավորման առարկա, ինչը իր հերթին կարող է հանգեցնել շփոթության և իրավական անորոշության:

Ամփոփելով, Օրենքի 17-24-րդ հոդվածներում նախատեսված դեպքերում իրավախախտումը անբարեխիղճ մրցակցություն որակելու համար պետք է հաստատել ոչ միայն նշված հոդվածներում նախատեսված հատկանիշները, այլ նաև Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշները, և մասնավորապես՝ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը:

## Մրցակիցների նկատմամբ առավելություն ստանալու մասին

Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումներից մեկում նախատեսված է, որ ըստ ընկերության դիրքորոշման՝ «[Որոշմամբ] նկարագրված խաղարկություններով ակցիաներ կազմակերպում են բացառապես [A], [B] և [C] ինտերնետ շահումով խաղերի ու տոտալիզատորների կազմակերպիչները, իսկ շուկայում գործող [D]-ն նմանատիպ խաղարկություններ չունի: Հետևաբար, այս մասով մրցակցություն առկա է բացառապես [A]-ի, [B]-ի և [C]-ի միջև, իսկ այս երեք ինտերնետ շահումով խաղերի ու տոտալիզատորների կազմակերպիչների դեմ Հանձնաժողովը հարուցել է վարույթներ՝ անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշներով: Նման պայմաններում անբարեխիղճ մրցակցության մասին առնվազն մրցակցային առավելություն ստանալու համատեքստում խոսք գնալ չի կարող»<sup>4</sup>:

Հանձնաժողովն այս հայտարարության վերաբերյալ նշել է, որ «որևէ ոլորտում նույնիսկ բոլոր մրցակիցների կողմից նույնաբնույթ իրավախախտումների կատարումը չի բացառում մրցակցային առավելությունների առաջացումը, քանի որ այն առնվազն կարող է դրսևորվել համապատասխան առևտրային շուկա մտնելու ցանկություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ, իսկ մյուս կողմից ինքնին խախտվում է հենց առկա մրցակիցների միջև հավասարակշռությունը, քանի որ խախտման հանգամանքները յուրաքանչյուրի դեպքում տարբեր են»<sup>5</sup>:

Ենթադրվում է, որ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը թույլ է տալիս տնտեսվարող սուբյեկտին մրցակցային առավելություն ստանալ: Այստեղ հարց է առաջանում, թե ո՞ւմ հանդեպ տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է մրցակցային առավելություն ստանալ: Այդ հարցին պատասխանելու համար ևս մեկ անգամ անդրադառնալով մրցակցության հասկացությանը:

Օրենքի 3-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետի համաձայն տնտեսական մրցակցություն կամ մրցակցություն է համարվում «տնտեսվարող սուբյեկտների մրցություն, որի պայմաններում նրանցից յուրաքանչյուրի ինքնուրույն գործողություններով օբյեկտիվորեն բացառվում կամ սահմանափակվում է համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը»: Այս հասկացությունից բխում է, որ անբարեխիղճ գործողությունների հետևանքով տնտեսվարող սուբյեկտը հնարավորություն ունի առավելություններ ստանալու համապատասխան ապրանքային շուկայում գործող մրցակիցների նկատմամբ: Համապատասխան առևտրային շուկա մտնելու ցանկություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը չի կարող այդ շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտի մրցակիցը հանդիսանալ, քանի որ նրանց միջև բացակայում են մրցակցային հարաբերությունները: Հետևաբար, համապատասխան առևտրային շուկա մտնելու ցանկություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ խոչընդոտներ ստեղծելը կարող է դիտարկվել մրցակցային այլ իրավախախտման շրջանակներում, բայց ոչ անբարեխիղճ մրցակցության շրջանակներում:

## Ամփոփում

Ամփոփելով վերոնշյալը, մենք գալիս ենք հետևյալ եզրակացությունների.

1. անբարեխիղճ մրցակցության հատկանիշներից մեկն է տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը,
2. մրցակցության յուրաքանչյուր դրսևորման դեպքում հարկավոր է հաստատել նաև Օրենքի 16-րդ հոդվածի 1-ին մասի հատկանիշները, և մասնավորապես համապատասխան ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա միակողմանի ազդելու հնարավորությունը,
3. համապատասխան առևտրային շուկա մտնելու ցանկություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը չի կարող այդ շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտի մրցակիցը հանդիսանալ՝ անբարեխիղճ մրցակցության դրույթների իմաստով:

*Սույն հոդվածում ներկայացված տեղեկատվությունը արտահայտում է բացառապես հեղինակների կարծիքը, որը կարող է տարբերվել իրավասու մարմնի պաշտոնական դիրքորոշումից: Այս հոդվածը կրում է տեղեկատվական բնույթ և չի հանդիսանում իրավաբանական խորհրդատվություն:*

## Contacts

Ալլա Հախնազարյան  
PwC Armenia Իրավաբանական բաժնի ղեկավար  
+37493 38 39 56  
alla.hakhnazaryan@pwc.com

Լիլիթ Երիցյան  
PwC Armenia Իրավաբան  
+37494 99 26 76  
lilit.y.yerytsian@pwc.com