

## ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ

### «ԳՈՎԱԶԴԻ ՄԱՍԻՆ ՕՐԵՆՔՈՒՄ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆ ԿԱՏԱՐԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ» ՀՀ ՕՐԵՆՔԻ ՆԱԽԱԳԾԻ ԸՆԴՈՒՆՄԱՆ

#### 1. Ընթացիկ իրավիճակը և իրավական ակտի ընդունման անհրաժեշտությունը.

Օրենքի ընդունման անհրաժեշտությունը պայմանավորված է խաղային գովազդների տեղակայման սահմանափակման անհրաժեշտությունից, մասնավորապես՝ նախագծերով նախատեսվում է արգելք սահմանել Հայաստանի Հանրապետության սահմանային մուտքի կետերում, ինչպես նաև հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում շահումով խաղի կամ ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ վիճակախաղի գովազդի տեղադրման համար:

2024 թվականի հուլիսի 1-ին ընդունվել է «Խաղային գործունեության մասին» օրենքը, որի նպատակն է Հայաստանի Հանրապետության խաղային գործունեության կարգավորման միջոցով խաղացողների շահերի պաշտպանությունը, էլեկտրոնային կառավարման համակարգի ներդրմամբ և խաղային արտադրանքների մասով միջազգային չափորոշիչներին համապատասխան պարտադիր տեխնիկական պահանջների սահմանմամբ խաղային գործունեության նկատմամբ վերահսկողության արդյունավետության բարձրացումը, խաղային գործունեության կարգավորման ոլորտում իրավահարաբերությունների հստակեցումն է: Նշյալ օրենքը նախատեսում է անցումային դրույթ, համաձայն որի՝ Օրենքով սահմանված ժամկետում ուժը կորցրած կճանաչվեն «Շահումով խաղերի, ինտերնետ շահումով խաղերի և խաղատների մասին» 2003 թվականի դեկտեմբերի 13-ի ՀՕ-1-Ն և «Վիճակախաղերի մասին» 2003 թվականի դեկտեմբերի 17-ի ՀՕ-3-Ն օրենքները:

«Խաղային գործունեության մասին» օրենքի 5-րդ հոդվածի 11-րդ մասի 11-րդ կետի համաձայն՝ 11. Խաղային գործունեության կազմակերպիչն ապահովում է՝ «Գովազդի մասին» օրենքի պահանջների կատարումը:

Միաժամանակ «Գովազդի մասին» օրենքի 15-րդ հոդվածը նախատեսում է ապրանքների առանձին տեսակների գովազդի առանձնահատկությունները, որի 15-րդ մասը սահմանում է շահումով խաղի կամ ինտերնետ շահումով խաղի կամ խաղատան կամ խաղասրահի կամ վիճակախաղի գովազդի տեղադրման սահմանափակումները՝ բացառություն սահմանելով Հայաստանի Հանրապետության սահմանային մուտքի կետերում, ինչպես նաև առնվազն չորսաստղանի կարգին համապատասխան որակավորման պահանջներին և չափանիշներին համապատասխան հյուրանոցներում տեղադրվող գովազդների համար:

Վերոհիշյալի համատեքստում, վերջին ժամանակներս սահմանային անցակետերում, ինչպես նաև 4 և բարձր աստղանի կարգին համապատասխանող հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում գովազդային վահանակների վրա տարբեր խաղային բիզնեսների, խաղատների, շահումով խաղերի հեռարձակվող գովազդի նկատելի և գերակշռող աճ է նկատվում: Ստացվում է մի իրավիճակ, երբ զբոսաշրջիկը մուտք է գործում երկրի հենց օդանավակայանում կամ սահմանային անցման այլ կետերում ստանում է բացասական ազդակներ՝ ձևավորելով Հայաստանի և հայկական զբոսաշրջային արդյունքի մասին ոչ ճշգրիտ տեղեկատվություն, ինչը ամրապնդվում է հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում: Արդյունքում ստվերում են մնում ազգային արժեքները և այն իրականությունը, որ Հայաստանը մի երկիր է, որն իր հազարամյա պատմությամբ, տեսարժան վայրերով, բարի ու հյուրասեր մարդկանցով, յուրահատուկ կոլորիտով ու մթնոլորտով կարող է դասվել աշխարհի լավագույն զբոսաշրջային երկրների շարքին, ինչն էլ իր հերթին բացասաբար է անդրադառնում Հայաստանի՝ որպես բարենպաստ, գրավիչ, անվտանգ և ապահով զբոսաշրջային երկրի նկարագրի ամրապնդման գործընթացի վրա:

Ամբողջ աշխարհում զբոսաշրջությունը նպաստում է ներդրումների ներհոսքին, ենթակառուցվածքների զարգացմանը, համաչափ տնտեսական զարգացմանը, մշակութային ժառանգության պահպանմանը և զարգացմանը, միջմշակութային հաղորդակցմանը, միջազգային համերաշխությանն ու խաղաղության ամրապնդմանը: Բազմաթիվ երկրներում, այդ թվում նաև՝ Հայաստանի Հանրապետությունում զբոսաշրջությունը տնտեսության գերակա ճյուղ է: Հետևաբար, հաշվի առնելով միջազգային համագործակցության դիվերսիֆիկացման, պատասխանաու զբոսաշրջության հիմնարար դերն ու նշանակությունը, զբոսաշրջության ոլորտում Հայաստանի Հանրապետության կառավարության քաղաքականության նպատակն է կայուն զբոսաշրջության զարգացման միջոցով նպաստել հայկական պատմամշակութային ժառանգության պահպանությանը, զարգացմանը և պատշաճ ներկայացմանը, հանրահռչակմանն ու խթանմանը, Հայաստանի և հայ ժողովրդի համաշխարհային ճանաչելիության, հեղինակության ու հարգանքի ամրապնդմանն ու շարունակական բարձրացմանը, Հայաստան-սփյուռք կապերի ու հայապահպանության ամրապնդմանն ու զարգացմանը, մշակութային բազմազանության և միջմշակութային երկխոսության ապահովմանն ու զարգացմանը, շրջակա միջավայրի պահպանությանը, բարելավմանը և բնական ռեսուրսների ռացիոնալ օգտագործմանը: Ելնելով վերոգրյալից՝ ձևավորվել են Հայաստանի զբոսաշրջության զարգացման առաջնային ուղղությունները՝ մշակութային, գաստրո (խոհանոց և գինի), արկածային (ներառյալ՝ ձմեռային): Չնայած առանձնացված ուղղությունների առկայությանը՝ Հայաստանը ունի լուրջ հնարավորություններ և անհրաժեշտ նախադրյալներ նաև այլ ուղղությունների զարգացման նպատակով՝ գյուղական (ագրո) զբոսաշրջություն, ՄԱՅՍ (MICE) զբոսաշրջություն, բժշկական և առողջարանային զբոսաշրջություն և այլն: ՀՀ ԷՆ զբոսաշրջության կոմիտեի տարեկան ծրագրերով նախատեսված բյուջեի հիմնական ու գերակշիռ մասը ուղղված է Հայաստանի և հայկական

զբոսաշրջային արդյունքի դերի՝ վերոգրյալ ուղղություններով համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում ամրապնդմանը և Հայաստանի՝ որպես հազարամյա պատմությամբ, մշակույթով, անաղարտ բնությամբ, համեղ խոհանոցով, բազմազան զբոսաշրջային փորձառություններով հարուստ երկրի նկարագրի ձևավորմանը:

Այս համատեքստում կարևոր է ընդգծել, որ գովազդի տեղադրումը սահմանային մուտքի տարածքում շատ կարևոր դեր կարող է ունենալ ինչպես երկրի զբոսաշրջային ոլորտի, այնպես էլ տեղական բիզնեսների առաջխաղացման համար: Այն նպաստում է առաջին տպավորության ձևավորմանը և խաթարում երկրի զբոսաշրջային գրավչությունը: Այսինքն, խաղային գովազդների տեղադրումը պետք է լինի խիստ վերահսկված և տեղադրված միայն այնպիսի վայրերում, որտեղ այն չի խախտում հասարակության շահերը կամ չի հանգեցնում բացասական հետևանքների: Ուստի անհրաժեշտություն է առաջանում վերահսկել և կարգավորել գովազդի տեղադրումը՝ հաշվի առնելով հասարակության շահերը, Հայաստանի և հայկական զբոսաշրջային արդյունքի մասին պատշաճ տեղեկատվության հանրահռչակումը և սոցիալական պատասխանատվությունը:

## **Միջազգային փորձը**

**Իսպանիան** առաջնորդվում է գովազդի տեղադրման հիմնական սկզբունքների վրա, այն է՝

### **1. Երկրի բրենդավորումը և տուրիզմի խթանումը**

- Զբոսաշրջային վայրերի, մշակութային իրադարձությունների և ազգային խորհրդանիշների մասին գովազդը նպաստում է երկրի դրական ընկալմանը:

- Օրինակ՝ «Welcome to Spain<sup>1</sup>» տեսակի գովազդները կարող են ընդգծել հայտնի վայրերը, ինչպիսիք են Բարսելոնան, Մադրիդը կամ Սևիլիան:

### **2. Տեղական բիզնեսների աջակցությունը**

- Սահմանային անցակետերում տեղադրված գովազդները կարող են խթանել հյուրանոցները, ռեստորանները, տուրիստական գործակալությունները, տրանսպորտային ծառայությունները և այլն:

- Օրինակ, «Best local tapas in Barcelona – Try now!» գովազդը կարող է խրախուսել զբոսաշրջիկներին այցելել կոնկրետ հաստատություն:

### **3. Ապրանքանիշերի միջազգային առաջխաղացում**

- Խոշոր բրենդները, որոնք ցանկանում են գրավել միջազգային հաճախորդների ուշադրությունը, կարող են օգտագործել սահմանային գոտիները որպես արդյունավետ գովազդային հարթակ:

---

<sup>1</sup> <https://thebrooklyniteabroad.com/welcome-to-spain-a14042/>

- Օրինակ, սահմանային մուտքի կետերում հաճախ կարելի է տեսնել շքեղ ապրանքանիշերի գովազդներ, որոնք թիրախավորում են բարձր եկամուտ ունեցող զբոսաշրջիկներին:

**Իտալիայում** շահումով խաղերի գովազդի վերաբերյալ կարգավորումները բավական խիստ են՝ նպատակ ունեն պաշտպանել հասարակության խոցելի խմբերին և կանխել խաղամոլության տարածումը: 2018 թվականին ընդունված «Dignity Decree» (Decreto Dignità)<sup>2</sup> օրենքով ամբողջությամբ արգելվել է շահումով խաղերի գովազդը բոլոր ձևաչափերով՝ ներառյալ հեռուստատեսությունը, ռադիոն, համացանցը և սպորտային միջոցառումները: Այս արգելքը տարածվում է նաև հանրային բոլոր վայրերի վրա, ներառյալ հյուրանոցները և սահմանային մուտքի կետերը, ինչպիսիք են օդանավակայանները, երկաթուղային կայարանները և այլ սահմանային անցակետերը:

Խախտումների դեպքում նախատեսված են խիստ պատժամիջոցներ, ներառյալ բարձր տուգանքներ ինչպես գովազդատուների, այնպես էլ գովազդային ծառայություններ մատուցողների համար:

**Նորվեգիայի** «Խաղերի մասին ակտի» (Lotteri og Stiftelsestilsynet)<sup>3</sup> օրենքը արգելում է շահումով խաղերի գովազդը բոլոր հանրային վայրերում, ներառյալ սահմանային մուտքի կետերը և հյուրանոցները:

**Լեհաստանի** «Խաղերի մասին ակտի»<sup>4</sup> համաձայն՝ վիճակախաղերի, «խաղաթղթային» խաղերի, մեքենայացված խաղերի և խաղադրույքների գովազդն ընդհանուր ապառք արգելվում է: Նշյալ խաղերը հնարավոր է գովազդել բացառապես նման խաղերի անցկացման վայրերի ներսում<sup>5</sup>:

Էստոնիայում, Լատվիայում և Լիտվայում<sup>6</sup> շահումով խաղերի գովազդն ընդհանրապես արգելվում է:ինչպես <sup>7</sup>

### **3. Նախագծերի մշակման գործընթացում ներգրավված ինստիտուտները.**

Նախագիծը մշակվել է ԱԺ պատգամավոր Նարեկ Ղահրամանյանի կողմից:

### **4. Ակնկալվող արդյունքը.**

---

<sup>2</sup> <https://www.nortonrosefulbright.com/en-it/knowledge/publications/4bf546f1/dignity-decree-final-text-has-been-approved>

<sup>3</sup> [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-635-0422?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/9-635-0422?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)) Gaming in Norway: overview, Practical Law Country Q&A 9-635-0422 (2016)

<sup>4</sup> <https://iclg.com/practice-areas/gambling-laws-and-regulations/poland>

<sup>5</sup> [http://www.paih.gov.pl/polish\\_law/advertising#4e](http://www.paih.gov.pl/polish_law/advertising#4e)

<sup>6</sup> <http://www.asser.nl/SportsLaw/Blog/post/gambling-advertising-regulations-pitfalls-for-sports-sponsorship-by-ben-van-rompuy>

Նախագծի ընդունման արդյունքում ակնկալվում է կանոնակարգել խաղային գովազդների տեղադրման հետ կապված հարաբերությունները:

**5. Նախագծի ընդունման կապակցությամբ լրացուցիչ ֆինանսական միջոցների անհրաժեշտության և պետական բյուջեի եկամուտներում և ծախսերում սպասվելիք փոփոխությունների մասին.**

Նախագծի ընդունման կապակցությամբ պետական կամ տեղական ինքնակառավարման մարմնի բյուջեում եկամուտների և ծախսերի ավելացում կամ նվազեցում չի նախատեսվում:

**6. Կապը ռազմավարական փաստաթղթերի հետ. Հայաստանի վերափոխման ռազմավարություն 2050, Կառավարության 2021-2026թթ. ծրագիր, ոլորտային և/կամ այլ ռազմավարություններ:**

Նախագծի ընդունումը չի բխում է Կառավարության 2021-2026թթ. Ծրագրից: