

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԱԶԳԱՅԻՆ ԺՈՂՈՎԻ ՆԱԽԱԳԱՀ
պարոն ՀՈՎԻԿ ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆԻՆ

Հարգելի պարոն Աբրահամյան

Ձեզ ենք ներկայացնում Հայաստանի Հանրապետության կառավարության եզրակացությունը Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի պատգամավորներ Արտակ Դավթյանի, Արտակ Զաքարյանի և Կարինե Աճեմյանի՝ օրենսդրական նախաձեռնության կարգով ներկայացրած «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի վերաբերյալ:

I. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագծի՝

1. 1-ի հոդվածի վերաբերյալ հայտնում ենք, որ «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (այսուհետ՝ օրենք) 2-րդ հոդվածի 10-րդ մասով սահմանված

դրույթները տարածվում են միայն այն ապրանքների գովազդի նկատմամբ, որոնց համար նախատեսված են սահմանափակումներ «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով: Օրենքի 2-րդ հոդվածի 10-րդ մասի 2-րդ նախադասությամբ «հովանոցային» է համարվում այդպիսի ապրանքներ արտադրողի կամ վաճառողի և ծառայություններ մատուցողի ապրանքային նշանի, ֆիրմային անվանման կամ ցանկացած այլ անհատականացման միջոցի հիշատակումը գովազդում: Նախագծի 1-ին հոդվածով առաջարկվող փոփոխությունը կհանգեցնի այն ապրանքների թաքնված գովազդի հնարավորությանը, որոնց համար օրենքով նախատեսված են սահմանափակումներ (ծխախոտ, ակոհոլային խմիչքներ, դեղորայք, զենք և այլն): Բացի դրանից, դեղագործական բնագավառում դեղի յուրաքանչյուր տեսակի համար գրանցվում է առանձին ապրանքային նշան, չնայած որ թողարկվող արտադրանքի վրա, որպես կանոն, նշվում է նաև արտադրողի անվանումը և նրա «լոգոն»: Այս պայմաններում տվյալ դեղի գովազդը կարող է իրականացվել այն ապրանքային նշանով (անվանումով), որը գրանցված է տվյալ դեղամիջոցի համար: Միաժամանակ նույն անվանումը չի օգտագործվում մեկից ավելի դեղամիջոցների համար, և խոսքը կարող է վերաբերել բացառապես ֆիրմային անվանմանը: Ուստի առաջարկում ենք նախագծի 1-ին հոդվածով առաջարկվող փոփոխությունը դիտարկել միայն ֆիրմային անվանման մասով և այն շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ.

«Հոդված 1. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (30-ը ապրիլի, 1996 թվական, ՀՕ-55, այսուհետ՝ օրենք) 2-րդ հոդվածի 10-րդ մասի երկրորդ նախադասությունից հանել «, ֆիրմային անվանման» բառերը».

2. 2-րդ հոդվածն առաջարկում ենք հանել:

II. «Հեռուստատեսության և ուղիղի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի նախագծի վերաբերյալ սկզբունքային առարկություններ չունենք:

Ելնելով շարադրվածից՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը գտնում է, որ ներկայացված օրենքների նախագծերի փաթեթը լրամշակման կարիք ունի:

Միաժամանակ հայտնում ենք, որ, ներկայացված օրենքի նախագիծը Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովում քննարկելիս, հարակից զեկուցմամբ հանդես կգա Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարի տեղակալ Արա Պետրոսյանը:

Կից ներկայացվող փաստաթղթերում տրվում է օրենքների նախագծերի կարգավորման ազդեցության գնահատականը:

Հարգանքով՝

ՏԻԳՐԱՆ

ՍԱՐԳՍՅԱՆ

**ՀԱԿԱԿՈՌՈՒՊՑԻՈՆ ԲՆԱԳԱՎԱՌՈՒՄ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ
ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ**

**««Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և
լրացումներ կատարելու մասին» և ««Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի
Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության
օրենքների նախագծերի վերաբերյալ**

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և
լրացումներ կատարելու մասին» և ««Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի
Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների
նախագծերն իրենց մեջ Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2009 թվականի
հոկտեմբերի 22-ի «Նորմատիվ իրավական ակտերի նախագծերի հակակոռուպցիոն բնագավառում
կարգավորման ազդեցության գնահատման իրականացման կարգը հաստատելու մասին» թիվ 1205-Ն
որոշմամբ հաստատված Կարգի 9-րդ կետի ենթակետերով նախատեսված որևէ կոռուպցիոն գործոն
չեն պարունակում:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

<<Գովազդի մասին>> Հայաստանի Հանրապետության օրենքում
փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին>> և <<Հեռուստատեսության և
ռադիոյի մասին>> Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու
մասին>> Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի /այսուհետ՝
նախագծեր/ սոցիալական պաշտպանության ոլորտում
կարգավորման ազդեցության գնահատման

Նախագծերի՝ սոցիալական պաշտպանության ոլորտում կարգավորման
ազդեցության գնահատումն իրականացվել է Հայաստանի Հանրապետության
կառավարության 2010 թվականի հունվարի 14-ի <<Նորմատիվ իրավական ակտերի
նախագծերի՝ սոցիալական պաշտպանության ոլորտում կարգավորման ազդեցության
գնահատման իրականացման կարգը հաստատելու մասին>> N 18-Ն որոշման
համաձայն:

Սոցիալական պաշտպանության ոլորտում նախագծերն ունեն չեզոք ազդեցություն:

ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՄԱՍԻՆ ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

«Գովազդի մասին ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին ՀՀ օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների նախագծերի բնապահպանության բնագավառում կարգավորման

1.«Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների (այսուհետ՝ օրենքներ) նախագծերի ընդունման արդյունքում շրջակա միջավայրի օբյեկտների՝ մթնոլորտի, հողի, ջրային ռեսուրսների, ընդերքի, բուսական և կենդանական աշխարհի, հատուկ պահպանվող տարածքների վրա բացասական հետևանքներ չեն առաջանա:

2. Օրենքների նախագծերի չընդունման դեպքում շրջակա միջավայրի օբյեկտների վրա բացասական հետևանքներ չեն առաջանա:

3. Օրենքների նախագծերը բնապահպանության ոլորտին չեն առնչվում, այդ ոլորտը կանոնակարգող իրավական ակտերով ամրագրված սկզբունքներին և պահանջներին չեն հակասում: Օրենքների կիրարկման արդյունքում բնապահպանության բնագավառում կանխատեսվող հետևանքների գնահատման և վարվող քաղաքականության համեմատական վիճակագրական վերլուծություններ կատարելու անհրաժեշտությունը բացակայում է:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների նախագծերի տնտեսական, այդ թվում՝ փոքր և միջին ձեռնարկատիրության բնագավառում կարգավորման ազդեցության գնահատման

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին», «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների նախագծերի գործարար և ներդրումային միջավայրի վրա կարգավորման ազդեցության գնահատման նպատակով իրականացվել են նախնական դիտարկումներ:

Գնահատման նախնական փուլում պարզ է դարձել, որ «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագծի ընդունման դեպքում, դրա կիրարկման արդյունքում գործարար և ներդրումային միջավայրի վրա նախատեսվում է **դրական** ազդեցություն:

Բազմաթիվ ընկերությունների կողմից արտադրվում կամ առաջարկվում են այնպիսի ապրանքներ կամ ծառայություններ, որոնց գովազդը «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության գործող օրենքով արգելված է: «Հովանոցային գովազդ» համարվելու պատճառով այդ ընկերությունները չեն կարողանում միևնույն ապրանքային նշանով կամ ֆիրմային անվանումով գովազդել իրենց արտադրության մեկ այլ ապրանք կամ ծառայություն, որոնց վրա գովազդի նկատմամբ օրենքով նախատեսված սահմանափակումներ չեն գործում:

Նախագծով առաջարկվող փոփոխությամբ վերացվում է վերոնշյալ արգելքը: Արդյունքում նման խնդիր ունեցող տնտեսվարողները հնարավորություն կունենան միևնույն ապրանքային նշանի, ֆիրմային անվանման կամ ցանկացած այլ անհատականացման միջոցի հիշատակմամբ գովազդել իրենց կողմից արտադրվող կամ առաջարկվող այն ապրանքները կամ ծառայությունները, որոնց գովազդը չի արգելվում:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի մրցակցության բնագավառում կարգավորման ազդեցության գնահատման

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» և «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի (այսուհետ՝ Նախագծեր) մրցակցության բնագավառում ազդեցության գնահատման գործընթացի նախնական փուլում պարզվել է, որ Նախագծերով կարգավորվող շրջանակները առնչվում են հետևյալ ապրանքային շուկաների հետ.

- հեռուստառադիոընկերությունների կողմից գովազդի հեռարձակման ծառայությունների շուկայի,
- այն ապրանքների շուկաների հետ, որոնց նկատմամբ «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքով նախատեսված են սահմանափակումներ:

Ազդեցության գնահատման բուն գործընթացի փուլում առանցքային ուղղություններով կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքում հայտնաբերվել է՝

- գովազդի հեռարձակման ծառայությունների շուկայում մրցակցային միջավայրի վրա *բացասական ազդեցություն*՝ հաշվի առնելով, որ Նախագծերով առաջարկվում է վերահեռարձակող հեռուստառադիոընկերություններին զրկել գովազդի հեռարձակման իրավունքից, որը կբերի գովազդի հեռարձակման ծառայությունների շուկայում մատակարարների քանակի ուղղակի սահմանափակման:

- այն ապրանքների շուկաներում, որոնց նկատմամբ «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքով նախատեսված են սահմանափակումներ, մրցակցության միջավայրի վրա ազդեցություն չի հայտնաբերվել:

Հիմք ընդունելով վերոնշյալը՝ արձանագրվել է Նախագծերի ընդունմամբ մրցակցության բնագավառի վրա բացասական ազդեցություն հայտնաբերվելու եզրակացություն:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին» եւ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի բյուջետային բնագավառում կարգավորման ազդեցության գնահատման

Հայաստանի Հանրապետության ֆինանսների նախարարությունը բյուջետային բնագավառում կարգավորման ազդեցության գնահատումը իրականացրել է Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2009 թվականի սեպտեմբերի 10-ի “Նորմատիվ իրավական ակտերի նախագծերի բյուջետային բնագավառում կարգավորման ազդեցության գնահատման կարգը հաստատելու մասին” թիվ 1021-Ն որոշմամբ սահմանված կարգով եւ հայտնում է հետեւյալը:

1. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին» եւ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի չընդունման դեպքում դրա հետեւանքները եւ բյուջետային բնագավառի վրա դրանց ազդեցությունը

Ներկայացված նախագծերի փաթեթի չընդունումը պետական բյուջեի եկամուտների վրա ազդեցություն չի ունենա:

2. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին» եւ «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքների նախագծերի փաթեթի ընդունման դեպքում դրա կիրարկման արդյունքում կանխատեսվող հետեւանքները եւ բյուջետային բնագավառի վրա դրանց ազդեցության գնահատականը

Հաշվի առնելով, որ ներկայացված նախագծերի փաթեթով նախատեսվում է «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարել, որի արդյունքում վերահեռարձակող կազմակերպությունները հեռարձակում իրականացնելու համար այլեւս պետական տուրք չեն վճարի, ներկայացված նախագծի ընդունման դեպքում տեղի կունենա Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեի եկամուտների նվազեցում:

Մասնավորապես, համաձայն «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի հանրապետությունում կարող են գործել առավելագույնը հանրապետական սիժման մեկ եւ մայրաքաղաքային սիժման չորս վերահեռարձակող հեռուստաընկերություն:

Համաձայն «Պետական տուրքի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի՝ հեռուստառադիոհաղորդումների հեռարձակման հանրապետական սիժման համար նախատեսված է տարեկան պետական տուրք բազային տուրքի 20.000-ապատիկի չափով, իսկ մայրաքաղաքային

սփռման համար՝ բազային տուրքի 10.000-ապատիկի չափով: Այսինքն, նշված օրենքի նախագծի ընդունման դեպքում պետական բյուջեի եկամուտները առավելագույն կնվազեն՝ $(1*20.000.000)+(4*10.000.000)=60$ մլն դրամի չափով:

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՕՐԵՆՔԸ**

**«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ
լրացումներ կատարելու մասին**

Հոդված 1. «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (30 ապրիլի 1996 թվականի, ՀՕ-55, այսուհետ՝ օրենք) 2-րդ հոդվածի 10-րդ մասից հանել երկրորդ նախադասությունը:

Հոդված 2. Օրենքի 9-րդ հոդվածի երկրորդ մասում «՝ ավելի քան 20 բուլեն մեկ հաճախականությամբ եւ» արտահայտությունը հանել:

Հոդված 3. Օրենքի 9-րդ հոդվածը լրացնել հետեւյալ բովանդակությամբ նոր՝ 3.1 մասով.

«3.1. Արգելվում է գովազդի հեռարձակումը վերահեռարձակող հեռուստատադիորնկերությունների կողմից, բացառությամբ վերահեռարձակվող օտարերկրյա հեռուստատադիորնկերություն ներառված գովազդի»:

Հոդված 4. Օրենքի 9-րդ հոդվածը լրացնել հետեւյալ բովանդակությամբ նոր՝ 6-րդ մասով.

«6. Հեռուստատադիորնկերությունների հովանավորությունը, գովազդի զուգակցումը հեռուստահաղորդումների հետ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաեւ հեռուստատադիորնկերությունների ազդին նախորդող եւ/կամ հաջորդող տվյալ հեռուստատադիորնկերության հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկության հեռարձակումը համարվում են զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող գովազդ»:

Հոդված 5. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակմանը հաջորդող տասներորդ օրվանից:

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՕՐԵՆՔԸ**

**«Հեռուստատեսության եւ ուղիղի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում
լրացում կատարելու մասին**

Հոդված 1. «Հեռուստատեսության եւ ուղիղի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) (9 հոկտեմբերի 2000 թվականի, ՀՕ-97) 54-րդ հոդվածը լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ նոր՝ 5-րդ մասով.

«5. Սույն հոդվածի դրույթները չեն տարածվում սույն օրենքի 47-րդ հոդվածի 5-րդ մասի 3-րդ կետով եւ 6-րդ մասի 6-րդ կետով նախատեսված հեռուստաընկերությունների վրա:»:

Հոդված 2. Սույն օրենքն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակմանը հաջորդող տասներորդ օրվանից:

ՀԻՄՆԱՎՈՐՈՒՄ

**«Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ
լրացումներ կատարելու մասին» եւ «Հեռուստատեսության եւ ուղիղի մասին»
Հայաստանի Հանրապետության օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքների
ընդունման անհրաժեշտության վերաբերյալ**

«Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի 2 հոդվածի 10-րդ մասը սահմանում է «Հովանոցային գովազդի» հասկացությունը: Գործող օրենքում տրված այս հասկացության մեկնաբանության պարագայում այսօր բացառված է բոլոր այն ապրանքների ու ծառայությունների գովազդը, որոնց գովազդի նկատմամբ թեւ օրենքով նախատեսված չեն սահմանափակումներ, սակայն սահմանափակումներ են նախատեսված դրանք արտադրող ու առաջարկող իրավաբանական անձի կողմից նույն ապրանքային նշանով կամ ֆիրմային անվանմամբ արտադրվող կամ առաջարկվող այլ ապրանքների ու ծառայությունների նկատմամբ: Որպես իրավիճակը բնութագրող օրինակ կարելի է ներկայացնել այնպիսի դեպքը, երբ դեղագործական կազմակերպությունն արտադրում է հոգեմետ դեղեր, որոնց նկատմամբ տարածվում է «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի 15 հոդվածի 7 մասի երկրորդ պարբերությամբ նախատեսված սահմանափակումը, մինչդեռ տվյալ կազմակերպությունն արտադրում է նաեւ դեղերի մեծ տեսականի, որոնց նկատմամբ այդ սահմանափակումը չի տարածվում: Չնայած հիշյալ սահմանափակման բացակայությանը, «Գովազդի մասին» ՀՀ

օրենքի 2 հոդվածի 10-րդ մասով տրված հասկացությունը տվյալ դեպքում բացառում է նաև միևնույն ֆիրմային անվանումն ունեցող դեղագործական կազմակերպության կողմից արտադրվող ոչ հոգեմետ դեղերի գովազդը: Օրենքի 2 հոդվածի 10-րդ մասից երկրորդ նախադասությունը հանելը կլուծի ստեղծված իրավիճակը:

«Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի ընդունումից հետո անցած բավականին երկար ժամանակահատվածի ընթացքում զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող ապրանքների եւ ծառայությունների գովազդը ձեռք է բերել ներկայացման տարաբնույթ ձևեր, որոնք դուրս են մնացել օրենքի կարգավորման շրջանակից: Այդպիսիք են հեռուստառադիոհաղորդումների հովանավորությունը, գովազդի գուգակցումը հեռուստառադիոհաղորդումների հետ «վազող տողի» եղանակով, հեռուստախանութները, ինչպես նաև հեռուստառադիոհաղորդումների ազդին նախորդող եւ/կամ հաջորդող տվյալ հեռուստառադիոհաղորդման հովանավորների մասին ցանկացած տեսակի տեղեկությունները: «Գովազդի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքում փոփոխություններ եւ լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագծով լրացում է կատարվել օրենքի 9 հոդվածում, որի արդյունքում գովազդի նշված տեսակները եւս կդիտարկվեն որպես զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային միջոցներով հեռարձակվող գովազդ: Այս կապակցությամբ նաև փոփոխություն է կատարվել նույն հոդվածի երկրորդ մասում, որտեղ հաշվի առնելով հեռարձակողների կողմից կրելիք հնարավոր վնասները, որպես փոխզիջում հանվել է «ավելի քան 20 րոպեն մեկ հաճախականությամբ եւ» արտահայտությունը:

Ներկայացվող նախագծով «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքի 9 հոդվածում նախատեսվող լրացմամբ արգելվում է գովազդի հեռարձակումը վերահեռարձակող հեռուստառադիոընկերությունների կողմից: Հեռուստառադիոծրագրերի վերահեռարձակում իրականացնելիս վերահեռարձակող հեռուստառադիոընկերությունների կողմից կատարվող ոչ ճշգրիտ հաշվարկների եւ աշխատանքների կատարման հետեւանքով գովազդ տեղադրելիս հեռարձակվող հեռուստառադիոհաղորդումներն ընդհատվում են օտարերկրյա հեռարձակողի կողմից չնախատեսված պահերին եւ տեւողությամբ, ինչի հետեւանքով հեռուստառադիոտողը հաղորդումները դիտում է կրճատումներով: Նշենք նաև, որ գործող օրենքով վերահեռարձակողներին գովազդ տեղադրելու հնարավորության տրամադրումն անհավասար պայմաններ է ստեղծել նրանց եւ տեղական հեռարձակողների միջեւ, որոնք ոչ թե պարզապես հեռարձակում են պատրաստի հեռուստառադիոծրագրեր, այլ նաև արտադրում են դրանք:

Ներկայացվող օրենքի նախագծով վերահեռարձակողների կողմից գովազդի հեռարձակման արգելքի նախատեսումը վերացնում է նրանց կողմից հեռարձակում իրականացնելու համար «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով նախատեսված պետական տուրք վճարելու տնտեսական շարժառիթը: Այս նպատակով ներկայացվում է նաև «Հեռուստատեսության եւ ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքում լրացում կատարելու մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծը, որի արդյունքում վերահեռարձակող կազմակերպությունները հեռարձակում իրականացնելու համար այլևս չեն վճարի պետական տուրք: