ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

Օ Ր Ե Ն Ք Ը

Ընդունված է 2016 թվականի հունիսի 7-ին

«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 պարբերությունով.

«**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 իրազեկելու նպատակով տարածվող տեղեկատվություն է, որը սույն օրենքի 13-րդ հոդվածի 1.2-րդ կետում նշված կարգով ճանաչվել է որպես սոցիալական գովազդ:»:

Հոդված 2. Օրենքի 13-րդ հոդվածում՝

1) 1-ին կետը շարադրել հետևյալ խմբագրությամբ.
«1. Ձանգվածային 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) լրացնել հետևյալ բովանդակությամբ 1.1-ին, 1.2-րդ և 1.3-րդ կետերով.
«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 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 ավելի 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 ճանաչվել 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 տեղեկացնում է համայնքի ղեկավարը գովազդը որպես սոցիալական ճանաչվելուց հետո՝ 3-օրյա ժամկետում:
1.3. Լիազոր մարմնին կից ստեղծված հանրապետական հանձնաժողովը և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ստեղծած համայնքային հանձնաժողովները լիազոր մարմին ներկայացնում են տարեկան հաշվետվություն:».
3) 2-րդ կետի «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 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 տասներորդ օրը:

Հայաստանի Հանրապետության
Նախագահ **Ս. Սարգսյան**

2016 թ. հունիսի 22
Երևան
ՀՕ-95-Ն