

## I. Նախաբան

Արդյո՞ք Հայաստանյան պետական կառավարման մարմինները և, ընդհանուր առամամբ, հասարակությունը կարիք ունեն ԵՄ սպառողների շահերի պաշտպանության օրենսդրության դիտանցման: Պատասխանը անկասկած դրական է, եթե հաշվի առնվեն Եվրոպական Համայնքի և նրա Անդամ Երկրների մի կողմից, և Հայաստանի Հանրապետության միջև, մյուս կողմից<sup>1</sup>, կնքված Գործընկերության և Համագործակցության Համաձայնագրի 43-դ հոդվածում պարունակվող դրույթները (ԳՀՀ):

«1. Կողմերը գիտակցում են, որ Համայնքի և Հայաստանի Հանրապետության միջև տնտեսական կապերի հաստատման կարևորագույն պայման է հանդիսանում Հայաստանի Հանրապետության առկա և ապագա օրենսդրության մոտարկումը՝ Համայնքի համապատասխան օրենսդրությանը:

2. Օրենսդրության մոտարկումը պետք է տարածվի մասնավորապես հետևյալ ոլորտների վրա.

... սպառողների պաշտպանություն:»

Տվյալ հոդվածը հստակորեն հատկորոշում է, որ սպառողների պաշտպանության ոլորտը Եվրոպական Միության կողմից բավականաչափ կարևորվում է, և Հայաստանյան պետական կառավարման մարմիններից պահանջվում է կատարելագործել Հայաստանի իրավական համակարգը՝ Եվրոպական Միության Կանոնակարգերի հետ համապատասխանելիության կամ համադրելիության հասնելու նպատակով: Ինչպե՞ս կարող է բացատրվել այս պատվախնդիր ձգտման տրամաբանական հիմնավորումը, եթե հաշվի առնենք, որ Հայաստանյան արտադրողների և սպառողների համար դրա կողմից բացվող հնարավորությունները միանման են:

Նախ և առաջ, կարելի է հաշվի առնել այն, որ Դոհայի Բանակցությունների Ռ-աունդը հիմնվում է 2001 թվականի նոյեմբերի 14-ին ընդունված Նախարարական Հռչակագրի վրա, որը ենթադրում է սպառողների պաշտպանությանն առնչվող մի շարք ոլորտներ: Դրանք ներառում են գյուղատնտեսության հարցերով բանակցություններ, ծառայությունների ազատականացում, ներառյալ ֆինանսական ծառայությունների, քննարկումներ՝ պիտակավորման, արտադրանքի անվտանգության, մոլորեցնող գործողությունների վերաբերյալ և մտավոր սեփականության իրավունքին առնչվող խնդիրներ: Նույնիսկ նախքան Նախարարական Հռչակագիրը, Եվրոպական Միությունը ԱՀԿ-ին ներկայացրել է շուկա մուտք գործելու հնարավորության բարելավման առաջարկություն՝ կապված սննդամթերքների<sup>2</sup> հետ: Եվրոպական Համայնքը սահմանում է դրա նպատակները հետևյալ կերպ.

- «սննդամթերքի և ըմպելիքների հատվածում՝ հասնել անվանումների անօրինական յուրացման դեմ արդյունավետ պաշտպանության,
- գործուն դարձնել մուտքը շուկա՝ երաշխավորելով, որպեսզի այն ապրանքները, որոնք իրավունք ունեն կիրառելու կոնկրետ անվանումներ, շուկայում գործածեն այդ անվանումն՝ առանց որևէ խոչընդոտների: Նման կիրառման կանխարգելումը խոչընդոտներ է առաջացնում առևտրի համար և զրկում է ապրանքներից մուտքի հնարավորությունից, քանի որ այդ անվանումները

<sup>1</sup> OJ L239, 09-09-1999, p.3. ԳՀՀ -ն ստորագրվել է 1996թ. ապրիլի 22-ին և ուժի մեջ է մտել 1999թ. հուլիսի 1-ին:

<sup>2</sup> Տես՝ ԱՀԿ G/AG/NG/W/18 փաստաթուղթը:

հանդիսանում են սպառողի կողմից սպրանքի ճանաչման միջոց, և դրանով իսկ իրենցից տնտեսական արժեք են ներկայացնում,

- երաշխավորել սպառողների պաշտպանությունը և ազնիվ մրցակցությունը՝ պիտակավորման վերահսկման միջոցով: Պիտակավորման կանոնները, որպես արտադրանքի տարբերակման և սպառողների ընտրության գործիք, դառնում են ավելի ու ավելի կարևոր: Վերջիններիս պետք է դիմել՝ ապահովելու համար անվանումների անօրինական յուրացման և սպառողների ապակողմնորոշման դեմ պաշտպանությանը նպաստման գործում դրանց մասնակցությունը:»

Այս պահից սկսած սպառողների պաշտպանությունը դառնում է բազմակողմանի առևտրային շարունակական բանակցությունների մասը (առնվազն մինչև 2006 թվականի հուլիս ամիսը):

Բացի դրանից, առևտրի պարզեցման բոլոր կանոնները Հայաստանի Հանրապետություն միավորված են՝ հետևյալ եզրակացությանը հասնելու նպատակով. ԳՀՀ-ի հաջողության հիմնական շրջադարձային գործոններից մեկը վստահաբար կայանում է առևտրի նկատմամբ կիրառելի հստակ հիմնարար կանոնակարգերի համատեղելիությունը: Տվյալ նպատակին հասնելու համար կիրառելի տարբեր մեթոդների շարքում անհրաժեշտ է ընդգծել գործունեության միանման դաշտի հաստատումը՝ գործարարության (այսինքն, համատեղելի մրցակցային օրենսդրություն և կանոնակարգեր) և սպառողների (այսինքն, սպառողների պաշտպանության ստանդարտներ) համար: Իսկապես անհավանական է, որ ԵՄ սպառողների պաշտպանության ստանդարտներին չհամապատասխանող սպրանքները՝ ԳՀՀ և առևտրի պարզեցման նրա կանոնակարգերի աջակցությամբ, հեղեղում են Հայաստանյան շուկան:

Եվրոպական Համայնքը նաև ակտիվ է՝ իր սեփական սահմաններից դուրս սպառողների պաշտպանության քաղաքականության զարգացման և կատարելագործման տարբեր հարթակներում: Հանձնաժողովը ակտիվորեն մասնակցում է Տնտեսական Համագործակցության և Չարգացման Կազմակերպության (ՏՀՉԿ) Սպառողական Ռազմավարության Հանձնաժողովում, որի գործունեության հիմնական ոլորտներն են.

- թվային տնտեսության<sup>3</sup> նկատմամբ սպառողների վստահության հաստատում,
- սպառողների վրա նոր տեխնոլոգիաների և զարգացող գործարարության ազդեցության գնահատում և վերահսկողություն, և
- սպառողական պաշպանության քաղաքականության ռեժիմների հետազոտում, ներառյալ սպառողների պաշտպանության քաղաքականության տնտեսական հիմնավորումը և դրա փոխհարաբերությունները մրցակցային քաղաքականության հետ:

Վերջապես, սպառողների պաշտպանության դաշտում Եվրոպայի Խորհրդի գործողությունները արժանի են այստեղ որոշակի հիշատակման, քանի որ ԳՀՀ մասնակից բոլոր պետությունները գտնվում են նրա 46 անդամների շարքում: Եվրոպայի Խորհրդի Պառլամենտական Ասամբլեան 1973 թվականի մայիսի 17-ին ընդունել է այսպես կոչված Սպառողների Պաշտպանության Կանոնադրություն<sup>4</sup>, որը չունի որևէ պարտադրող ազդեցություն: Եվրոպական Տնտեսական Համայնքը 1975 թվականին

<sup>3</sup> Խոսքը գնում է թվային տեխնոլոգիաների մասին: (\* Ծանոթություն՝ թարգմանչի կողմից)  
<sup>4</sup> Այսպես կոչված Սպառողների Պաշտպանության Կանոնադրությունը ընդունվել է 705(1973) Ուղեցույցի ձևով: Տես՝ <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta73/EREC705.htm>.

ընդունել է սպառողների իրավունքների սահմանների հատկորոշման Հռչակագիր<sup>5</sup> (առողջության և անվտանգության պաշտպանության իրավունք, տնտեսական շահերի պաշտպանության իրավունք, փոխհատուցման իրավունք, տեղեկատվության և կրթության իրավունք, և ներկայացված լինելու իրավունք (տես՝ ստորև)): Հռչակագրի իրավական բազան Հռոմի Համաձայնագրի 2-րդ հոդվածն էր, որը ներառված է Համայնքի ողջ տարածքում տնտեսական գործունեության ներդաշնակ զարգացման, կենսակերպի ստանդարտների շարունակական և հավասարակշռված ընդլայնման, արագընթաց աճի խթանման ԵՏՀ առաջադրանքների շարքում: Կյանքի որակի բարելավումը, որը գտնվում է ԵՏՀ առաջադրանքների շարքում, Հռչակագրի մշակողների կողմից ենթադրվել է ներառել «սպառողների առողջության, անվտանգության և շահերի պաշտպանությունը» առաջադրանքում:

Եվրոպական Խորհրդի կողմից սպառողների պաշտպանության դաշտում ընդունված այլ գործիքների շարքում հիշատակման են արժանի նաև հետևյալները.

- Հյուրանոցատերերի Պատասխանատվության Կոնվենցիան՝ իրենց հյուրերի սեփականության վերերեքյալ ընդունվել է 1962 թվականի դեկտեմբերի 17-ին Փարիզում<sup>6</sup>,
- Անձնական Տվյալների Ավտոմատացված Մշակման հետ կապված Անհատների Պաշտպանության Կոնվենցիա, ընդունվել է 1981 թվականի հունվարի 28-ին<sup>7</sup> Ստրասբուրգում,
- Անդրսահմանային Հեռուստատեսության Եվրոպական Կոնվենցիա, ընդունվել է 1989 թվականի մայիսի 5-ին<sup>8</sup> Ստրասբուրգում, հետագայում լրացվել է,
- և այլն:

Այսպիսով, սպառողների պաշտպանությունը ձեռք է բերել համաշխարհային մասշտաբներ: Նման իրավիճակում, միանգամայն կարևոր է հասկանալ ԵՄ օրենսդրությանը համապատասխան սպառողների պաշտպանության շրջանակը և բովանդակությունը:

## II. Սպառողների պաշտպանության պատմությունը

Կա<sup>o</sup> արդյոք որևէ նոր բան սպառողների պաշտպանության ոլորտում: Առաջին պատասխանը, որ ծագում է մեր մտքում. «Ոչ՛, բոլորովին»:

Պետք է գիտակցել, որ սպառողների պաշտպանությունը գոյություն է ունեցել վաղեմի ժամանակներից ի վեր: Եկեք պարզապես նշենք մի քանի օրինակներ, որոնց մենք դեռ կհանդիպենք կրկին, երբ կդիտարկենք Եվրոպական օրենսդրության ժամանակակից դրույթները.

- Մովսեսի կողմից ստեղծված և Աստվածաշնչում շարադրված օրենքները արգելում են կեղտոտ կենդանիների օգտագործումը, հատկապես այնպիսի

<sup>5</sup> Խորհրդի 1975 թվականի ապրիլի 14-ի սպառողների պաշտպանության և տեղեկատվության քաղաքականության ECC նախնական ծրագրի Հռչակագիր (OJ C92, 25-4-1975, p. 1) և Սպառողների Պաշտպանության և Տեղեկատվության Քաղաքականության ECC Նախնական ծրագիր (OJ C92, 25-4-1975, p. 2-16): Տես՝

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975Y0425\(01\):EN:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975Y0425(01):EN:HTML) and [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975Y0425\(02\):EN:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975Y0425(02):EN:HTML):

<sup>6</sup> Տես՝ <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Word/041.doc>:

<sup>7</sup> Տես՝ <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Word/108.doc>”

<sup>8</sup> Տես՝ <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Word/132.doc>:

կենդանիների, որոնք սատկել են ոչ թե վերահսկվող սպանդի արդյունքում, այլ ուրիշ պատճառներով:

- Հայտնի հնագույն կշեռքները արձանագրվել են դեռևս մ.թ.ա. 8000 թվականից, իսկ մ.թ.ա. 3000 թվականից կշռումը կիրառվում էր նաև ապրանքների համար:
- Ատրական գրավոր տախտակները պարունակում են նկարագրություն, թե ինչպես որոշել կերային հացահատիկի ճիշտ կշիռները և չափման միավորները,
- Եգիպտացիները սահմանում էին որոշակի սննդամթերքների պիտակավորման պահանջներ,
- Աթենքում գարեջուրն ու գինին ստուգվում էին՝ երաշխավորելու համար դրանց մաքրությունն ու թնդությունը,
- Հռոմեացիները առաջարկում էին լավ կազմակերպված, պետականորեն կարգավորվող սննդամթերքի վերահսկման համակարգ՝ սպառողներին խաբված լինելուց պաշտպանելու համար: Այս համակարգը գործնականորեն վերացավ Հռոմեական Կայսրության վերացման հետ միաժամանակ: Ինչևէ, Հռոմեական իրավունքում զարգացված հիմնական իրավական սկզբունքը՝ կապված սպառողների պաշտպանության հետ, վերաբերվում էր այսպես կոչված “caveat emptor”-ի հետ (բացատրությունը տես ստորև). նշված սկզբունքը էական ազդեցություն է ունեցել Միջնադարյան առևտրի և Անգլո-Սաքսոնյան ընդհանուր իրավական համակարգի վրա:
- Միջնադարում առանձին Եվրոպական երկրներ ընդունում էին օրենքներ՝ կապված ձվերի, երշիկեղենի, պանրի, գարեջրի ու հացի որակի և անվտանգության հետ. այս կանոններից շատերը դեռևս կիրիառելի են այսօր: Օրինակ, 1266 թվականի Անգլիայում «Հացի և Էլլի Գինը» կանոնը վերահսկում էր «Հացի Ֆարտինգի (1/4 պենի)» կշիռը և «Էլլի Պենիի» քանակությունը՝ կախված բաղադրիչների գնից: Թերակշռող հացթուխներն ու գարեջրագործները կարող էին տուգանվել, գամվել անարգանքի սյանը կամ ծեծի ենթարկվել:
- Միջնադարում կշեռքների, չափման միավորների և սննդամթերքների կանոնադրությունները գտնվում էին Միաստի տեղական գործակալների ձեռքերում: Արդեն 1340թ. Լոնդոնում հիմնադրվում է Շուկայի Գործակալի պաշտոնը: Պաշտոնյաները յուրաքանչյուր քաղաքում պատասխանատու էին այն բանի համար, որ անճշտություն պարունակող բոլոր կշեռքներն ու չափման միավորները վերացվեին:
- Միջնադարում շատ երկրներ վերահսկում էին, որպեսզի վաշխառուների կողմից ցանկացած վարկի դիմաց սահմանվող ցանկացած փոխհատուցման մեծությունը գերծ լիներ որևէ խարդախությունից: 1545 թվականին Անգլիան ֆիքսում է վարկային տոկոսադրույթի առավելագույն օրինական մեծությունը: Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներում Կաթոլիկ Եկեղեցին պարսավանքի էր ենթարկում վաշխառուներին և վերջիններիս մահից հետո՝ բռնագանձում նրանց հողերն ու գույքը:
- Մայրցամաքից հեռու գտնվող գաղութներում չարաշահմամբ հարստացումը և գերշահույթների ստացումը դարձել էին կանոնակարգերի պարբերական խախտումներ: Ավելին, մենաշնորհային կազմավորումները, ինչպիսին էր Ռամ Կորպուսը Ավստրալիայում, օգտվում էին տվյալ շուկայում որևէ էական մրցակցության բացակայության բացարձակ առավելությունից:
- Ոսկին, արծաթը և պլատինը պետք է դրոշմվեին մինչև հասարակական վաճառքի հանվելը: Դրոշմումը ներկայումս նույնպես այնքան կարևոր է, որքան կարևոր էր 500 տարի առաջ, երբ Շոտլանդիայի Պառլամենտի կողմից (1485 թվականին) ընդունվեց սպառողների պաշտպանության այս հին ձևը կարգավորող առաջին օրենսդրությունը:
- 1790 թվականին Ֆրանսիայում ներկայացվեց կշռման և չափման համար նախատեսված չափման մետրական համակարգը: Այս համակարգը, հիմնված

լինելով բնական հաստատունների վրա, 1875 թվականին ընդունվեց 18 երկրների կողմից: 1897 թվականին Մեծ Բրիտանիայում այն օրինական դարձավ առևտրի համար և մինչ օրս համագոյակցում է Կայսերական միավորների հետ: Ներկայումս Մեծ Բրիտանիան, Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների հետ միասին, հանդիսանում են խոշոր առևտրային տերություններ, որոնք ոչ բացառիկորեն կիրառում են չափման մետրական համակարգը:

«Caveat emptor»<sup>9</sup> սովորաբար թարգմանվում է Անգլերենից որպես «թույլ տալ գնորդին զգուշանալ»: Իրավական այս սկզբունքը գնորդի պատասխանատվությանն է թողնում զնվող առարկայի անվանման կամ որակի մեջ թերությունների առկայության ռիսկը, քանի դեռ առկա չեն ակնհայտ կամ ենթադրվող երաշխիքներ, կամ ինչ-որ խարդախություն կամ խեղաթյուրում՝ վաճառողի կողմից: Այն կիրառվում էր առանձնահատուկ ապրանքների (օրինակ, չանհատականացված ապրանքների) ձեռքբերման ժամանակ կնքվող վաճառքի պայմանագրերի նկատմամբ՝ վաճառողի բարեխղիղ՝ վարքագծի պայմաններում: Չանհատականացված ապրանքների շրջանառությունը, ինչը ավելի հատուկ է առևտրային հարաբերություններին, հանդիսանում էր կողմերի կամքի միանշանակ դրսևորման և նրանց միջև պայմանագրերի փոխանակման առակա:

«Caveat emptor» սկզբունքը հետագայում Հռոմեական Հանրապետության ժամանակահատվածում թեթևացվեց՝ ներառելով վաճառողների պատասխանատվությունը թաքնված թերությունների առկայության դեպքում:

Նշված սկզբունքը հետագայում ընդունվեց Հիմնական Օրենսդրության մեջ, որպես դատարանների կողմից պայմանագրային վեճերին միջամտել չցանկանալու արդյունք. մասնավորապես, Դատարանները հակված չէին պայմանագրին վերագրելու դրանում իսկ չամրագրված դրույթներ:

Ամեն դեպքում, «caveat emptor» սկզբունքի արդյունք այն էր, որ ձեռք բերվող առարկայի վերաբերյալ գիտելիքների կամ փորձաքննության բացակայության պատճառով զնորդները ինքնստիճրյան հայտնվեցին ոչ շահավետ իրավիճակում:

Բարձրացված հարցի երկրորդ պատասխանը պետք է լինի այն, որ վերը բերված բոլոր օրինակները ծառայում են միայն Պատմության մեջ սպառողների պաշտպանության ոլորտում արձանագրված զարգացումներն ընդգծելու նպատակին: Որքան թափանցիկ լինի առևտուրը, այնքան պաշտպանված կլինի սպառողը: Ահա թե ինչու հասկանալի է, որ սպառողների պաշտպանությունը Հռոմեական շուկաներում անհետացավ Հռոմեական Կայսրության վերացումից հետո:

### III. Սպառողների պաշտպանությունը մեր օրերում՝ Եվրոպական Միությունում

Եվրոպական Միության սահմաններում կարելի է հատկորոշել հետընթաց գործընթաց: Միասնական Շուկայի ստեղծումը և Եվրոպական Միության բազմակողմանի առևտրի հակվածությունը նպաստում են սպառողների ընդլայնված պաշտպանության անհրաժեշտությանը:

Ինչպես տեսանք վերը, Եվրոպական Միությունում սպառողների պաշտպանությանը վերաբերող առաջին փաստաթղթերը (դեռևս Եվրոպական Տնտեսական Համայնքի ժամանակներից ի վեր) ավելի հաճախ հույս է դնում հիմնական կանոնների

<sup>9</sup> «Զգուշացիր, գնորդ» (լատիներեն): Ազատ առուվաճառքի և ազատ գործարար ակտիվության սկզբունք: (\* Ծանոթություն՝ թարգմանիչի կողմից)

մեկնաբանության, քան թե Հռոմի Հռչակագրով, այսինքն Եվրոպական Տնտեսական Համայնքը հիմնադրող միջազգային պայմանագրով, շնորհիվ՝ հստակ մանդատի վրա: Եվ զարմանալի չէ, Միասնական Շուկան պահանջում է լրացումներ և հստակ մանդատ Բրյուսելի կողմից բոլոր Անդամ Երկրների համար սպառողների պաշտպանության նոր միանման քաղաքականության վերահսկման համար:

Այսպիսով, Եվրոպական Համայնքը հիմնադրող Համաձայնագրի Համախմբված Տարբերակը, 1992 թվականի փետրվարի 7-ին<sup>10</sup> Մասստրիխտի Համաձայնագրով ներկայացված փոփոխություններից հետ, այժմ միանշանակորեն կարգավորում է ԵՄ շրջանակում սպառողների պաշտպանությունը՝ հետևյալ պայմաններով.

«Հոդված 153 (նախկինում՝ 129Ա)

1. Համայնքը պետք է նպաստի սպառողների պաշտպանության բարձր մակարդակի ձեռքբերմանը՝ հետևյալ կերպ.

ա) ... ներքին շուկայի ձևավորման նպատակով՝ միջոցառումների հաստատում,

բ) առանձնահատուկ գործողություն, որը նպաստում և լրացնում է սպառողների առողջության, անվտանգության և տնտեսական շահերի պաշտպանման, ինչպես նաև նրանց համապատասխան տեղեկատվության տրամադրման Անդամ Երկրների կողմից վարվող քաղաքականությունը:

2. Խորհուրդը... ելնելով 1-ին կետի «բ» ենթակետից՝ պետք է հաստատի առանձնահատուկ գործողություն:

3. 2-րդ կետն իրագործող գործողության հաստատումը չպետք է խանգարի Անդամ Երկրներից որևէ մեկին՝ իրագործելու կամ ներդնելու ավելի խիստ պաշտպանական միջոցառումներ: Նշված միջոցառումները պետք է համատեղելի լինեն Համաձայնագրի հետ: Հանձնաժողովը պետք է տեղեկացվի վերջինիս վերաբերյալ:»

Այս նորմի առնչությամբ կրկին կարելի է մեջբերել 2000 թվականի դեկտեմբերի 7-ին<sup>11</sup> Նիստում հռչակված Եվրոպական Միության Հիմնադրար Իրավունքների Խարտիայի 38-րդ հոդվածը, որն ասում է՝

«Միության ռազմավարությունները պետք է ապահովեն սպառողների պաշտպանության բարձր մակարդակ:»

Այս կանոնի հիման վրա Եվրոպական Հանձնաժողովի կողմից ընդունվել և իրագործվել են Գործողության Բազմաթիվ Ծրագրեր:

Սույն ձեռնարկի նպատակից ելնելով՝ այժմ համառոտ կերպով կներկայացնենք Եվրոպական Միություն սպառողների պաշտպանության տարբեր ոլորտներում գործող որոշ Հրահանգներ և դրանց իրագործման ԵՄ Կանոնակարգերը: Դիտարկվող խնդրո շրջանակի տեսակետից՝ ստորև ներկայացված են միայն հիմնական Հրահանգները: Իրավական փաստաթղթերի այս ընտրության նպատակը Հայաստանյան ընթերցողին ընդհանուր պատկերացում տալն է՝ տվյալ դաշտում ազգային ռազմավարության ընդունման և իրագործման համար որոշակի ուղեցույցների տրամադրման միջոցով:

<sup>10</sup> Տես՝ OJ C325, 24-12-2002 or [http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/12002E/pdf/12002E\\_EN.pdf](http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/12002E/pdf/12002E_EN.pdf):

<sup>11</sup> Տես՝ [http://europarl.europa.eu/charter/default\\_en.htm](http://europarl.europa.eu/charter/default_en.htm):

Գոյություն ունեն բազմաթիվ տեխնիկական կանոններ և էլ ավելի շատ ոլորտներ, որոնք մենք չենք կարող հիշատակել տվյալ ձեռնարկում: Այդ նպատակով մենք կարող ենք միայն հղումներ կատարել համապատասխան մասնագետներին՝ հետագա մանրամասների անհրաժեշտության առաջացման դեպքում:

Բազմակողմանի գիտելիքների կարևորությունը և դրանց միջոցով այս կանոնների ընկալումը հնարավոր չի բավարար կերպով ընդգծել: Արտադրողի կամ ներկրողի համար իր ապրանքի իրացվելիությունը կարող է պարզև լինել: Մյուս կողմից, սպառողը կարող է օգտվել այնպիսի իրավունքներից, որոնց մասին իրեն հայտնի չէ: Ամեն դեպքում, սպառողների պաշտպանության կանոնակարգերի արագընթաց ընդլայնումից բխող մասնագիտացումը չի կարող այլևս ժխտվել:

Ա. Սպառողների պաշտպանության հորիզոնական կամ ընդհանուր միջոցառումներ

Դատարանից դուրս սպառողների վեճերը լուծող մարմինների համար կիրառելի սկզբունքների մասին Հանձնաժողովի 1989 Մարտի 30-ի Ուղեգույց: Սպառողների վեճերը լուծող ոչ պաշտոնական մարմինների Ներհամայնքային գանգի մասին Հանձնաժողովի 2000 թվականի մայիսի 25-ի Հռչակագիր:

Միջնորդ և վերաքննիչ դատարանները կամ մարդու իրավունքների պաշտպանի համակարգը, սպառողների վեճերի լուծման համար եթե ոչ գերադասելի, ապա առնվազն որպես դասական դատավարություններում առավել հաճախակի կիրառվող այլընտրանքային տարբերակ են: Եվրոպական Հանձնաժողովը տվյալ մասնավոր բնագավառի ուսումնասիրությունը սկսել է իր «Արդարադատությանը սպառողների մուտքի և Միասնական Շուկայում սպառողական բանավեճերի կարգավորման Կանաչ Գրքում»: Ստացված արդյունքները հաստատեցին 1993 թվականին առկա իրավիճակը բարելավելու ուղղությամբ Համայնքի գործողության հրատապ կարիքը:

Եվրոպական Հանձնաժողովը խորհուրդ է տալիս, որպեսզի սպառողական բանավեճերը դատարանից դուրս լուծող բոլոր գոյություն ունեցող և հետագայում ստեղծվելիք մարմինները պահպանեն հետևյալ սկզբունքները.

- ա) անկախության սկզբունք. պետք է ապահովվի տվյալ մարմնի գործունեության անկողմնակալության երաշխիքը: Գործնականում այս սկզբունքը կիրառվում է մարմնի անդամների նշանակման ժամանակ,
- բ) թափանցիկության սկզբունք. տվյալ սկզբունքը պահանջում է լայն շրջանակի խնդիրների վերաբերյալ սպառողին հավաստի տեղեկատվությամբ ապահովում և տարեկան հաշվետվությունների հրապարակում:
- գ) մրցելիության սկզբունք. պահպանվող ընթացակարգը ներգրավված բոլոր կողմերին թույլ է տալիս ներկայացնել իրենց տեսակետները իրավասու մարմնին և լսել մյուս կողմի առաջադրած փաստերն ու հիմնավորումները, ինչպես նաև մասնագետների հայտարարությունները,
- դ) արդյունավետության սկզբունք. որևէ փաստաբանի կարիք չկա, իսկ գործընթացը պահանջում է միայն միջնորդավճարներ/չափավոր ծախսեր: Գործընթացի տևողությունը պետք է կարճ լինի,
- ե) օրինականության սկզբունք. ընդունված որոշումը կարող է ազդեցություն չունենալ մի սպառողի վրա, որը զրկվել է այն Անդամ Երկրի օրենքի պարտադրող դրույթներով ապահովված պաշտպանությունից, որի տարածքում Մարմինը հինադրված է: Բոլոր որոշումները փոխանցվում են բոլոր ներգրավված կողմերին, գրավոր կամ այլ ընդունելի ձևով՝ նշելով այն փաստարկները, որոնց վրա դրանք հիմնված են,
- զ) ազատության սկզբունք. ներգրավված մարմնի կողմից ընդունված որոշումը կարող է պարտադիր լինել կողմերի համար միայն այն դեպքում, եթե նրանք նախօրոք

տեղեկացված են եղել դրա պարտադիր բնույթի մասին, և մասնավորապես՝ ընդունել են այն: Արտադատարանային գործընթացին ներկայացվող սպառողի պահանջը կարող է բանավեճի ծագմանը նախորդող պարտավորության արդյունք չլինել, այն դեպքում, երբ նման պարտավորությունն ազդեցություն ունի վեճը դատական կարգով լուծելու ուղղությամբ սպառողի կողմից միջոցներ ձեռնարկելու իրավունքից նրան զրկելու վրա:

Է) ներկայացված լինելու սկզբունք. գործընթացը չի գրկում կողմերին գործընթացի ցանկացած փուլում երրորդ անձի միջոցով ներկայացված լինելու կամ երրորդ անձի օժանդակությունից օգտվելու իրավունքից:

Ցանկացած դեպքում, Անդամ Երկրների կողմից նման Մարմինների ստեղծումը խրախուսվում է: ԵՄ ներսում նման Մարմինների ցանցի առկայությունը նույնպես խրախուսվել է:

*Համընդհանուր ծառայությունների և էլեկտրոնային հաղորդակցության ցանցի ու ծառայությունների հետ կապված սպառողների իրավունքների մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 2002 թվականի մարտի 7-ին թիվ 2002/22/EC Հրահանգ (Համընդհանուր ծառայությունների Հրահանգ)*

Հեռահաղորդակցության հատվածի ազատականացումը, աճող մրցակցությունն ու հաղորդակցման ծառայությունների ընտրությունն ընթանում է ներդաշնակեցված կարգավորող միջավայրի ստեղծման գործընթացին զուգընթաց, ինչը երաշխավորում է համընդհանուր ծառայությունների մատակարարումը: Համընդհանուր ծառայությունների հայեցակարգը զարգանում է այն կերպ, որպեսզի արտահայտի տեխնոլոգիաների, շուկայի զարգացումների և սպառողների պահանջմունքների առաջընթացը: Հեռահաղորդակցության բնագավառի շուկաների ամբողջական ազատականացման համար ստեղծվող կարգավորման միջավայրը սահմանել է համընդհանուր ծառայությունների պարտավորությունների նվազագույն շրջանակ և հաստատել է դրա գնագոյացման և ֆինանսասավորման կանոնները:

Հրահանգի նպատակը արդյունավետ մրցակցության և ընտրության հնարավորության միջոցով Եվրոպական Համայնքի տարածքում հասարակայնորեն մատչելի բարձրորակ ծառայությունների հնարավորության ապահովումն է՝ առնչվելով այն հանգամանքների հետ, որոնց պարագայում վերջնական սպառողների կարիքները շուկայի կողմից անհրաժեշտ կերպով չեն բավարարվում: Հրահանգը սահմանում է վերջնական սպառողների իրավունքներն ու հասարակայնորեն մատչելի էլեկտրոնային հաղորդակցության ցանցեր և ծառայություններ մատուցող տնտեսվարող սուբյեկտների համապատասխան պարտականությունները: Հրահանգը նաև սահմանում է վերջնական սպառողին հասու հատկորոշված որակ ունեցող ծառայությունների նվազագույն փաթեթ, յուրահատուկ ազգային հատկանիշներից բխող թույլատրելի զնով՝ չխախտելով մրցակցությունը: Հրահանգը նաև սահմանում է պարտավորությունները՝ կապված կոնկրետ պարտադիր ծառայությունների մատակարարման հետ, ինչպիսիք են օրինակ՝ վարձակալված մասնավոր կապուղիների մանրաձախ մատակարարումը:

**Բ. Սպառողների տեղեկացումը, կրթումը և ներկայացուցչությունը**

Այս կատեգորիայի տարբեր իրավական գործիքներ հաճախ ներառում են բազում մանրամասն տեխնիկական բացատրություններ: Այդ իսկ պատճառով մենք կսահմանափակվենք Եվրոպական Միության կառույցների կողմից ընդունված առավել ընդհանուր իրավական փաստաթղթերի ներկայացմամբ:



Ծագման աշխարհագրական հատկորոշիչներն ու անվանումները: Խորհրդի թիվ 2081/92 Կանոնակարգով սահմանված ընթացակարգին համապատասխան՝ ծագման աշխարհագրական հատկորոշիչների և անվանումների գրանցման մասին Հանձնաժողովի (ԵՄ) 1996 թվականի հունիսի 12-ի թիվ 1107/96 Կանոնակարգ

Խորհրդի թիվ 2081/92 և 2082/92 (նկարագված է հաջորդ վերնագրում) Կանոնակարգերի դրույթները, վերահսկելով որակների մատնանշման տարբեր եղանակներն այնպես, որ հեշտացվի սպառողների ընտրությունը՝ լրացնում են մեկը մյուսին: Գործնականում ծագման անվանումները, աշխարհագրական հատկորոշիչները և տարբերանշանները հնարավորություն են տալիս սպառողին հասկանալու, թե ինչ են նրանք ձեռք բերում Միասնական Շուկայում, ուր տարածաշրջանի ապրանքատեսակներն առաջարկվում են վաճառքի վայրից շատ հեռու արտադրված ապրանքատեսակների հետ միաժամանակ:

Նախքան ԵՄ համակարգի ընդունումը, Անդամ Երկրների մեծամասնությունը պաշտպանում կամ ճանաչում էին անվանումները՝ ըստ սովորույթի. ԵՄ կառույցները պարզապես Եվրոպական մակարդակում գրանցում էին ծագման աշխարհագրական այն անվանումներն ու հատկորոշիչները, որոնք բավականաչափորեն ճանաչված էին Անդամ Երկրներում: Նման անվանումների երկար ցանկից օրինակ բերելու համար կարելի է նշել միայն հետևյալները.

- Օրկնու (կոմսություն Շոտլանդիայում) գառան միս,
- Շոտլանդական գառան միս,
- Նորմանդական Կամամբեր (պանրի տեսակ),
- Ռոքֆոր,
- Գորդենգոլա,
- և այլն:

Նպատակը Անդամ Երկրներում արտադրվող շատ ապրանքների իսկության հատկորոշման պարզեցումն է՝ ի շահ սպառողի:

Եվրոպական կառույցները պարզապես մշակել են նման ապրանքների գրանցման ընթացակարգ: Արդյունքում, գրանցամատյանում ապրանքի գրանցումը տրամադրում է սպառողին ձեռք բերվող որակի անվտանգությունը՝ ապրանքի հետ միասին: Ապրանքները հատկորոշող ստանդարտները ընդունված են ոչ թե «Բրուսելյան Տեխնոկրատի» կողմից, այլ արտադրողների կողմից, որոնք միավորվել են ասոցիացիաներում կամ նման մարմիններում:

Գյուղատնտեսական արտադրանքի և սննդամթերքների առանձնահատուկ հատկանիշների սերտիֆիկացման մասին Խորհրդի (ԵՏՀ) թիվ 2082/92 Կանոնակարգի կիրարկման մանրամասն կանոնները հաստատելու մասին Հանձնաժողովի (ԵՏՀ) 1993 թվականի հուլիսի 9-ի թիվ 1848/93 Կանոնակարգ

Այս կանոնները ներկայացնում են Համայնքի այն համակարգը, որը ստեղծվել է ի պատասխան առանձնահատուկ ազգային ապրանքատեսակների վերաբերյալ սպառողների կողմից տեղեկատվության հարցման: Այսպիսով, Եվրոպական Հանձնաժողովի առջև 1990ականներին խնդիր առաջացավ հանրությանը բացատրելու Համայնքի խորհրդանշանի և հատկանիշի նշանակությունը՝ դրանով իսկ չվերացնելով արտադրողների և/կամ վերամշակողների կողմից իրենց համապատասխան ապրանքների խթանման կարիքը: Եվրոպական Հանձնաժողովի կողմից ձեռնարկվել են անհրաժեշտ քայլեր՝ հանրությանը Համայնքի հատկանիշի և խորհրդանշանի

նշանակության վերաբերյալ տեղեկացնելու ուղղությամբ: Նման քայլերը արտադրողներին և/կամ մշակողներին աջակցելու բնույթ չեն կրում:

Առանձնահատուկ ապրանքների զարգացման համակարգի ստեղծումը հնարավորություն է ընձեռում գյուղատնտեսական արտադրատեսակների և սննդամթերքների արտադրողներին Եվրոպական Միության ողջ տարածքում բարձրացնելու իրանց արտադրատեսակի հեղինակությունը սպառողների աչքերում՝ գրանցելով անվանումը Համայնքի գրանցամատյանում: Խորհրդաշանի (լոգոյի) առկայությունը նպատակ ունի տրամադրել սպառողներին իրական երաշխիքներ:

Եվրոպական Միության կառույցները որոշել են թույլ տալ ազգային և Համայնքային խորհրդանիշներին խախտող գոյակցել: Արդյունքում, ներկայումս շատ ապրանքներ առաջարկում են մի շարք խորհրդանիշներ, որոնք միշտ չէ, որ հեշտ է ընկալել, հատկապես, երբ արտասահմանում ես:

Գրանցման ենթակա լինելու համար ապրանքը՝ ելնելով Կանոնակարգի իմաստից, պետք է լինի առանձնահատուկ: Սա նշանակում է, որ այն պետք է խիստ տարբերվի նույն խմբատեսակի մյուս ապրանքներից և ավանդական հումքի կամ արտադրության և/կամ մշակման ավանդական մեթոդների միջոցով պետք է արտահայտի ավանդական բնույթ:

Կանոնակարգը սահմանում է առանձնահատուկ բնույթի արտոնագրի հավակնող գյուղատնտեսական ապրանքների և սննդամթերքի գրանցման հստակ ժամկետներ: Կանոնակարգը նաև հստակորեն ամրագրում է այն տեղեկատվության հավաքագրումը, որն անհրաժեշտ է գնահատման և առանձնահատուկ ապրանքին խորհրդանշանի շնորհման համար:

Գյուղատնտեսական ապրանքների և սննդամթերքների առանձնահատուկ նշանի սերտիֆիկացումը ներդրվել է գործնականում՝ տրամադրելով բողոքները ներկայացնելու համար անհրաժեշտ ժամանակահատված:

Ազգային վերահսկողական մարմինները կազմակերպված և կանոնակարգված են ԵՄ իրավական դրույթներին համապատասխան: Այս ազգային վերահսկիչ մարմինները ապահովում են սպառողների պաշտպանությունը՝ հաստատված առանձնահատուկ բնութագրիչների պահպանման և անկողմնակալության դիտանցման միջոցով:

Արդյունքում, այս կանոնների ընդունումը հնարավորություն տվեց արտադրողներին և/կամ վերամշակողներին կցելու իրենց ապրանքներին «ԱԶԳԱՅԻՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՐԱՇԽԱՎՈՐՎՈՒՄ Է» յուրահատուկ տարբերիչ նշանները (այն տարածքի ազգային լեզվով, որտեղ այն վաճառվում է): Քանի որ տարբեր լեզուներով այս տարբերանշանը նույնական է, սպառողը կարող է հեշտությամբ ճանաչել ավանդական արտադրանքը և առանձնացնել այն արդյունաբերական ապրանքներից:

Հետաքրքրական է, որ Եվրոպական Հանձնաժողովը հրապարակել է նաև գրաֆիկական ուղեցույց, որը ծառայում է որպես տարբերանշանների տպագիր տեղեկատու:

Հատուկ սննդային կիրառման համար նախատեսված սննդամթերքների վերաբերյալ Անդամ Երկրների օրենսդրությունների մոտարկման մասին Խորհրդի 1989 թվականի մայիսի 3-ի թիվ 89/398/EEC Հրահանգ

Սննդամթերքների պիտակավորման մասին Խորհրդի 1990 թվականի սեպտեմբերի 24-ի թիվ 90/496/EEC Հրահանգ

Խորհրդի թիվ 79/112/EEC Հրահանգով չկարգավորված սննդամթերքների մյուս տեսակների պիտակավորման վրա պարտադիր նշագրման մասին Հանձնաժողովի 1994 թվականի նոյեմբերի 18-ի թիվ 94/54/EC Հրահանգ

Գլիզերիզինի թթու և դրա ամոնիումային աղեր պարունակող սահմանված սննդամթերքների պիտակավորման մասին թիվ 94/54/EC Հրահանգը լրացնող Հանձնաժողովի 2004 թվականի ապրիլի 29-ի թիվ 2004/77/EC Հրահանգ

Սննդամթերքի պիտակավորման, ներկայացման և գովազդման վերաբերյալ Անդամ Երկրների օրենսդրությունների մոտարկման մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 2000 թվականի թիվ 2000/13/EC Հրահանգ

Քինաքինա պարունակող սննդամթերքների և կոֆեին պարունակող սննդամթերքների պիտակավորման մասին Հանձնաժողովի 2002 թվականի հուլիսի 18-ի թիվ 2002/67/EC Հրահանգ

Սննդամթերքին առնչվող սպառողների պաշտպանության Հրահանգների ցանկը սպառիչ չէ: Սպառողների պաշտպանության առավել կարևոր բնագավառների շարքում, Եվրոպական Միության կառույցների կողմից սննդամթերքների վերահսկողությունն իրականացվում է երկու հիմնական ուղղություններով՝ տարածված կերային հավելումներ և սպառողներին տրամադրվող տեղեկատվություն:

Բոլոր տեսակի սննդամթերքային ապրանքների պիտակավորման անհրաժեշտության ապացուցումը պահանջում է մի փոքր ջանքեր: Եվրոպական օրենսդրության դրույթները մանրամասնորեն նկարագրում են արդյունաբերության մեջ կիրառվող տեխնիկական յուրաքանչյուր տերմինի հստակ սահմանումը: Պարզապես նման սահմանումների բարդության որոշ օրինակներ բերելու համար մեջբերենք Հրահանգներում պարունակվող որոշ սահմանումներ.

- «շաքարավազ» նշանակում է սննդի մեջ պարունակվող բոլոր մոնոսախարիդները և դիսախարիդները՝ սակայն բացառությամբ բազմակիների:
- «ճարպ» նշանակում է բոլոր լիպիդները՝ ներառյալ ֆոսֆորային լիպիդները:
- «պրոտեին» նշանակում է պրոտեին, որի բաղադրությունը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով. պրոտեինը = Քենդալի նիտրոգեն x 6,25:
- և այլն:

Այսպիսով, Եվրոպական սպառողները համոզված են, որ տվյալ սննդամթերքի որակի ստանդարտը Եվրոպական Միության Անդամ Երկրների ողջ տարածքում կլինի միասնական:

Այստեղ արժանի է հիշատակման այն, որ սննդամթերքի պիտակավորման դաշտում Եվրոպական Համայնքների առաջին իրավական փաստաթուղթը Խորհրդի 1978 թվականի դեկտեմբերի 18-ի թիվ 79/112/EEC Հրահանգն է: Այսինքն, արդեն շուրջ 30 տարի է, ինչ Եվրոպական Միության կառույցները առնչվում են այս տեխնիկապես բարդ խնդրի հետ:

Հիշյալ Հրահանգի և բոլոր հաջորդների ընդունման հիմնարար սկզբունքն այն է, որ մանրամասն պիտակավորումը, մասնավորապես ապրանքի հստակ էության և բնութագրիչների տրամադրումը, որը հնարավորություն է ընձեռում սպառողին կատարել իր ընտրությունը՝ հիմնվելով բացարձակ գիտակցված փաստերի վրա,

հանդիսանում է առավելապես հարմար լուծումը: Նման լուծումը նաև նվազագույն խոչընդոտներն է առաջացնում առևտրի համար: Ինչևէ, Անդամ Երկրներում սննդամթերքի պիտակավորման վերաբերյալ կիրառվող իրավական դրույթների միջև տարբերությունները կարող են հանգեցնել մրցակցության անհավասար պայմանների:

Այսպիսով պահանջվում է, որ պիտակավորումը և կիրառվող մեթոդները՝

ա) չլինեն այնպիսին, որ էապես մոլորեցնեն գնորդին, մասնավորապես.

I. այնպիսիք, ինչպիսիք վերաբերվում են սննդամթերքի բնութագրիչներին, մասնավորապես՝ դրա էությանը, հատկորոշիչներին, հատկություններին, բաղադրության, քանակության, պիտանելիության, ծագմանը կամ աղբյուրին, պատրաստման կամ արտադրման եղանակին,

II. վերագրեն սննդամթերքին այնպիսի հատկանիշներ, որոնցով այն օժտված չէ,

III. ներշնչեն, թե տվյալ սննդամթերքը օժտված է ինչ-որ յուրահատուկ հատկանիշներով, այն դեպքում, որ նման հատկանիշներով օժտված են նմանատիպ բոլոր սննդամթերքները:

բ) չվերագրեն սննդամթերքին մարդկային հիվանդություններ կանխարգելող, բուժող կամ առողջացնող հատկություն (բացառությամբ հանքային ջրերի):

Սննդամթերքի պիտակների վրա պարտադիր նշագրման են ենթակա՝

ա) այն անվանումը, որի տակ փաթեթավորված սննդամթերքը վաճառվում է,

բ) բաղադրիչների ցանկը,

գ) որոշակի բաղադրիչների քանակությունը,

դ) նետտո կշիռը,

ե) պիտանելիության նվազագույն ժամկետը, կամ միկրոբիոլոգիական տեսակետից առավել շուտ փչացող սննդամթերքի դեպքում՝ «օգտագործել մինչև» ամսաթիվը,

զ) պահպանման որևէ հատուկ պայմաններ կամ օգտագործման պայմաններ,

է) արտադրողի կամ փաթեթավորողի կամ Եվրոպական Համայնքում հիմնադրված վաճառողի անվանումը կամ իրավաբանական անվանումը և հասցեն, հատուկ դրույթ, որ կիրառվում է հացի նկատմամբ,

ը) ծագման վայրի կամ սկզբնաղբյուրի մանրամասները, եթե նման մանրամասների չտրամադրումը կարող է էապես մոլորեցնել սպառողին՝ սննդամթերքի իրական ծագման կամ սկզբնաղբյուրի վերաբերյալ,

թ) կիրառման հրահանգ, եթե նման հրահանգի բացակայությունը սննդամթերքի համապատասխան կիրառումը դարձնում է անհնարին:

ժ) 1,2 տոկոսից բարձր սպիրտի պարունակություն ունեցող խմիչքների պարագայում՝ սպիրտի իրական պարունակության տոկոսային աստիճանը:

Վերոգրյալ յուրաքանչյուր կետի վերաբերյալ գոյություն ունեն բազմաթիվ մանրամասն դրույթներ. սննդամթերքի շատ բաղադրիչներ կարգավորվում են առանձին Հրահանգներով: Սպառողների պաշտպանությունը հաճախ հանդիպում է օրենսդրությամբ պահանջվող անսպասելի տեխնիկական ստանդարտների: Այդ իսկ պատճառով, սպառողների պաշտպանությունը հասել է մի մակարադակի, որը գերազանցում է սպառողների շահերի պաշտպանության սկզբնական գաղափարը: Տվյալ խնդիրը նյութականացվում է, մասնավորապես, այն դեպքում, երբ օրինակ խոսքը գնում է գենետիկորեն մոդիֆիկացված օրգանիզմների մասին: Իհարկե գենետիկորեն մոդիֆիկացված օրգանիզմները եղել են վերահսկողության առարկա՝ կապված Բիոլոգիական Բազմազանության Կոնվենցիայի ներքո Բիոանվտանգության

Կարթագենի Արձանագրությանը<sup>12</sup> համապատասխան դրանց վաճառքի հանման, առանձնահատուկ հատկորոշիչների հաստատման և նման օրգանիզմների միջսահմանային տեխափոխման հետ: Կարելի է նաև նշել, որ Եվրոպական Միության օրենսդիրների կողմից ընդունվել է սպառողների պաշտպանության կանոնների շարք՝ ոգելից խմիչքների, նախապես փաթեթավորված ըմպելիքների և այլնի վերաբերյալ:

Գ. Առողջության և անվտանգության պաշտպանությունը

Տվյալ խորագրում կարելի էր ընդգրկել նաև Եվրոպական Միության կառույցների կողմից հաստատված բազմաթիվ իրավական փաստաթղթեր, սակայն ելնելով տվյալ ձեռնարկի սահմանափակ նպատակի, ստիպված ենք տարանջատել և ընտրել սահմանափակ քանակությամբ օրինակներ: Էկոլոգիական պիտակի մրցանակաբաշխության վերանայված ծրագիրը միակ միջոցառումն է, որ հաճախակի ընդգրկվում է այս խորագրի ներքո: Մա նաև փաստարկ է հանրային կիրառման պայթուցիկների, սննդամթերքում սննդային հավելումների և ռադիոնուկլիդային խառնուրդների, կամ վտանգավոր սուբստանցիաների և պատրաստուկների օգտին: Ընթերցողին Եվրոպական Միությունում սպառողների պաշտպանության կարգավորման վերաբերյալ բովանդակալից պատկերացում տալու համար, կրկին սահմանափակվել ենք այն միջոցառումների ներկայացմամբ, որոնք իրենց շրջանակով ավելի ընդհանրական են, քան տարբեր իրավական փաստաթղթերով կարգավորվող շատ նեղ մասնագիտացված թեմաները:

*Խաղալիքների անվտանգության վերաբերյալ Անդամ Երկրների օրենսդրությունների մոտարկման մասին Խորհրդի 1998 թվականի մայիսի 3-ի թիվ 88/378/EEC Հրահանգ*

Հրահանգը հաշվի է առնում Եվրոպական Համայնքի Ստանդատիզացման (CEN) և Եվրոպական Համայնքի Էլեկտրոտեխնիկական Ստանդարտիզացման (CENELEC) կողմից սահմանված տեխնիկական ստանդարտները:

Հրահանգի նպատակը չէ բարձրացնել ընդհանուր հարց: «Խաղալիքները» սահմանվում են, որպես ցանկացած ապրանք կամ նյութ, որոնք նախագծված կամ միանշանակորեն նախատեսված են 14 տարեկանից ցածր տարիքի երեխաների խաղում կիրառման համար:

Հրահանգին համապատասխան, խաղալիքները կարող են շուկա հանվել, եթե դրանք չեն սպառում օգտագործողների կամ երրորդ կողմերի անվտանգությանը և/կամ առողջությանը, երբ կիրառվում են ըստ նշանակության կամ կանխատեսելի կերպով՝ հաշվի առնելով երեխաների բնականոն վարքագիծը:

Հրահանգը նաև նախատեսում է «ԵՄ նշանագրում», որը արտահայտում է համապատասխան ներդաշնակեցված տեխնիկական ստանդարտների հետ համաձայնեցվածությունը և պարտադիր է Եվրոպական Միությունում խաղալիքները շուկա հանելու համար: Ստեղծված է նաև Մշտական Հանձնաժողով (ավելի կոնկրետ, Մշտական Հանձնաժողովի պաշտոնական ստեղծումը հանդիսանում է 83/189/EEC Հրահանգի նպատակը, քանի որ դիտարկվող Հրահանգը հատկորոշում է նրա իրավասությունները՝ խաղալիքների անվտանգության ոլորտում):

<sup>12</sup> Փաստաթուղթ, որը սովորաբար բնորոշվում է, որպես առողջության և անվտանգության պաշտպանության միջոցառում:

Հրահանգում ուղղակիորեն հիշատակված ռիսկի տեսակներն են այն ռիսկերը, որոնք.

- ա) կապված են խաղալիքների նախագծման, կառուցման և կազմման հետ,
- բ) բնորոշ են խաղալիքի օգտագործմանը և չեն կարող բացարձակապես բացառվել՝ խաղալիքի կառուցվածքի և կազմվածքի ձևափոխման միջոցով, այնպես, որ այդ ձևափոխումը չանդրադառնա խաղալիքի նախորոշման վրա կամ չգրկի այն իր էական հատկանիշներից:

Խաղալիքներում առկա ռիսկի աստիճանը պետք է համապատասխանի օգտագործողների կամ ըստ անհրաժեշտության՝ նրանց խնամողների կողմից դրանցից գլուխ հանելու ընդունակությանը: Սա մասնավորապես կիրառվում է այն խաղալիքների նկատմամբ, որոնք իրենց գործածման, չափսերի և հատկանիշների բնույթով՝ նախատեսված են 36 ամսականից փոքր երեխաների համար: Այս սկզբունքին հետևելու համար անհրաժեշտ է համապատասխանաբար նշել խաղալիքների օգտագործողների նվազագույն տարիքը և/կամ կամ դրանք միայն չափահասների վերահսկմամբ գործածելու անհրաժեշտության ապահովումը:

Խաղալիքների և/կամ դրանց փաթեթավորման պիտակները և դրանց կցվող գործածման հրահանգները պետք է օգտագործողների կամ նրանց վերահսկողների ուշադրությունը բացարձակորեն և արդյունավետորեն սևեռեն գործածման ռիսկի և դրանից խուսափելու ուղիների վրա:

Հրահանգը նաև կանոնակարգում է, թե ինչպես հաղթահարել կոնկրետ ռիսկերը (խաղալիքների ֆիզիկական և մեխանիկական հատկությունները, դյուրավառությունը, էլեկտրական հատկությունները, հիգիենան, ռադիոակտիվությունը և այլն):

Իրական կյանքի փորձը, որը կարող է ներկայացվելի տվյալ դեպքում, այն է, ինչի մասին վերջերս հրապարակվել է թերթերում. կոնկրետ խաղալիքը հետ է կանչվել շուկայից, քանի որ հատկորոշվել է, որ այն չի համապատասխանում ԵՄ տեխնիկական ստանդարտներին: Հասարակությունում փոքրիկների պաշտպանությունը միանշանակորեն հանդիսանում է Եվրոպական Միության մի նպատակ, որը տասնամյակների ընթացքում հետևողականորեն իրագործվում է:

*Ատոմային պատահարի կամ ռադիոլոգիական այլ չկանխատեսված միջադեպի հետևանքով սննդամթերքի և կերերի ռադիոակտիվությամբ վարակվածության նվազագույն թույլատրելի սահմանը հաստատելու մասին Խորհրդի 1987 թվականի դեկտեմբերի 22-ի 3954/87 թիվ Կանոնակարգը (EURATOM):*

Չերնոբիլի ատոմային էլեկտրակայանում 1986 թվականի ապրիլի 26-ին տեղի ունեցած պատահարը դարձավ Եվրոպական Միության կառույցների կողմից սպառողների պաշտպանության նպատակով տարբեր կոնոնակարգերի և հրահանգների ընդունման շարժառիթ:

Նախ և առաջ, Եվրոպական Համայնքը հաստատեց համալիր միջոցառումներ՝ ապահովելու համար, որպեսզի որոշակի գյուղատնտեսական ապրանքները ներմուծվեն Համայնքի տարածք համընդհանուր պայմանավորվածությունների համապատասխան, որոնք երաշխավորում են բնակչության առողջությունը՝ միաժամանակ պահպանելով Միասնական Շուկայի միավորված բնույթը և խուսափելով առևտրի խաթարումից: Նման միջոցառումներ ներառում են ռադիոլոգիական պատահարի դեպքում տեղեկատվության շուտափույթ փոխանակման Համայնքի պայմանավորվածությունների վերաբերյալ Խորհրդի 1987 թվականի դեկտեմբերի 14-ի Որոշումը և միջազգային մակարդակում Ատոմային պատահարի վերաբերյալ

Շուտափույթ Տեղեկացման 1986 թվականի սեպտեմբերի 26-ի Կոնվենցիան, սակայն չեն սահմանափակվում դրանցով:

EURATOM Կանոնակարգը սահմանում է ատոմային պատահարի կամ ռադիոլոգիական այլ չկանխատեսված միջադեպից հետո, որը հանգեցնում կամ կարող է հանգեցնել սննդամթերքի և կերերի ռադիոակտիվությամբ վարակվածության, շուկա հանված սննդամթերքի և կերերի ռադիոակտիվությամբ վարակվածության առավելագույն թույլատրելի մակարդակի որոշման ընթացակարգը:

«Սննդամթերք» սահմանվում է, որպես ապրանք, որը նախատեսված է մարդկանց կողմից սպառման համար՝ ինչպես անմիջապես, այնպես էլ վերամշակումի հետո. «կերեր» նշանակում է ապրանքներ, որոնք նախատեսված են կենդանիների կերակրման համար:

EURATOM Կանոնակարգը ամրագրում է Խորհրդին Եվրոպական Հանձնաժողովի կողմից ատոմային միջադեպի արդյունքում վարակվածության առավելագույն մակարդակի վերաբերյալ Կանոնակարգ ներկայացնելու ընթացակարգերը:

Ապրանքների ընդհանուր անվտանգության մասին Եվրոպական Պառլամենտի և Խորհրդի 2001 թվականի դեկտեմբերի 3-ի թիվ 2001/95/EC Հրահանգ

Ապրանքների ընդհանուր անվտանգության մասին առաջին Հրահանգը ընդունվել է Խորհրդի կողմից 1992 թվականին. ավելի քան 10 տարի պետք է անցներ, որ հաստատվեր արդիականացված տարբերակը:

Հրահանգի նպատակն է ապահովել, որ շուկա հանվող ապրանքները լինեն անվտանգ: «Ապրանք» Հրահանգի իմաստով նշանակում է՝ ցանկացած ապրանք, ներառյալ ծառայությունների մատուցումը, որը նախատեսված է կամ պիտանի է սպառողների համար, իրատեսորեն կանխատեսելի պայմաններում կիրառվում է սպառողների կողմից՝ եթե նույնիսկ նախատեսված չէ նրանց համար, կոմերցիոն գործունեության արդյունքում մատակարարվում կամ հասանելի է դարձվում որպես փոխհատուցում կամ ոչ այդպիսին՝ նոր, օգտագործված կամ վերափոխված ձևով: Այս սահմանումը չի կիրառվում բանեցված («second-hand») ապրանքների նկատմամբ, որոնք առաջարկվում են որպես հնություն կամ որպես նախքան օգտագործումը վերանորոգված և վերականգնված ապրանքներ՝ այն պայմանով, որ մատակարարողը հստակորեն տեղեկացնում է գնորդին ապրանքի մնացած բնույթի մասին:

Այսպիսով, «անվտանգ ապրանք» ասելով հասկանում ենք ապրանք, որը օգտագործման նորմալ կամ իրատեսորեն կանխատեսելի պայմաններում, ներառյալ տևողությունը և ըստ անհրաժեշտության՝ գործածման մեջ դնելու, տեղադրման և սպասարկման պահանջները, որևէ ռիսկ չի պարունակում կամ պարունակում է ապրանքի օգտագործման հետ համատեղելի նվազագույն ռիսկ, ինչը ընդունելի և համատեղելի է անձի առողջության և անվտանգության բարձրաստիճան պաշտպանության հետ՝ հաշվի առնելով մասնավորապես հետևյալ դրույթները.

- ա) ապրանքի բնութագրիչները, ներառյալ՝ պատրաստումը, փաթեթավորումը, հավաքման և, ըստ անհրաժեշտության, տեղադրման և սպասարկման հրահանգները,
- բ) այլ ապրանքների վրա ազդեցությունը, եթե իրատեսորեն կանխատեսելի է դրա կիրառումը այլ ապրանքների հետ համատեղ,
- գ) ապրանքի ներկայացումը, պիտակավորումը, դրա գործածման և վերացման հետ կապված որևէ նախազգուշացումներ կամ հրազանգներ ու ապրանքի հետ կապված այլ ցուցումներ և տեղեկատվություն,

դ) ռիսկային համարվող սպառողների կատեգորիաները, մասնավորապես՝ երեխաները և ծերերը:

Անվտանգության բարձրաստիճան մակարդակի իրագործելիությունը կամ ավելի ցածրաստիճան ռիսկ պարունակող սպրանքների հասանելիությունը հիմքեր չեն առաջացնում տվյալ սպրանքը վտանգավոր համարելու համար:

Սպրանքը անվտանգ է համարվում նաև, եթե սպրանքի անվտանգության կառավարման խնդրի վերաբերյալ Եվրոպական Համայնքի առանձնահատուկ դրույթների բացակայության դեպքում՝ սպրանքը համապատասխանում է այն Անդամ Երկրի ազգային օրենսդրության կանոններին, որի տարածքում այն շուկա է հանվել՝ պայմանով, որ այդ կանոնները մշակվել են Համաձայնագրի դրույթներին համապատասխան: Սպրանքը նաև համարվում է անտանգ, եթե ռիսկերը կամ ռիսկի կատեգորիաները հաշվի են առնվում՝ ելնելով ազգային ստանդարտներին համապատասխանությունից, երբ դա համաձայնեցվում է Եվրոպական Ստանդարտներին փոխարինող ազգային ոչ պարտադիր ստանդարտներին, ինչի պահանջը հրապարակվել է Պաշտոնական Տեղեկագրում:

Սպրանքների ընդհանուր անվտանգության պահանջներին կոնկրետ սպրանքի համապատասխանության գնահատումը կարող է նաև իրականացվել դեպքից դեպք հիմքի վրա՝ հաշվի առնելով Հրահանգով սահմանված պարամետրերը:

«Վտանգավոր սպրանք» նշանակում է ցանկացած սպրանք, որը չի համապատասխանում «անվտանգ սպրանք» հասկացության սահմանմանը:

Հրահանգի հիմնական պայմանն այն է, որ արտադրողները պարտավոր են շուկա հանել միայն անվտանգ սպրանքներ: Այս հարցում Եվրոպական ստանդարտները գրավում են կենտրոնական դիրք:

Արտադրողների մյուս պարտավորությունները ներառում են հետևյալը.

ա) արտադրողը պարտավոր է սպառողներին տրամադրել համապատասխան տեղեկատվություն, որը հնարավորություն կտա նրանց տեղեկանալու նորմալ կամ իրատեսորեն կանխատեսելի գործածման ժամանակահատվածում սպրանքին բնորոշ ռիսկի վերաբերյալ, երբ նման ռիսկը, առանց համապատասխան նախազգուշացման՝ անմիջականորեն ակնհայտ չէ, ինչպես նաև նախազգուշական միջոցներ ձեռնարկել՝ տվյալ ռիսկի դեմ: Նախազգուշացումների առկայությունը չի ազատում որևէ անձի՝ Հրահանգով սահմանված մյուս պարտավորությունների կատարումից, և

ա) արտադրողները պետք է նաև ընդունեն նրանց կողմից մատակարարվող սպրանքի բնութագրիչներին համապատասխանող միջոցներառումներ՝ հնարավորությամբ ընձեռնելով սպառողներին տեղեկանալու սպրանքի հետ կապված հնարավոր ռիսկերի վերաբերյալ:

Մատարարարողները պարտավորված են գործել՝ ապահովելով համապատասխանությունը անվտանգության ընդունելի պահանջներին: Նրանք մասնակցություն են ունենում շուկայում տեղակայված սպրանքների անվտանգության դիտանցմանը, մասնավորապես տրամադրում են տեղեկատվություն՝ սպրանքի ռիսկի վերաբերյալ, պահում և տրամադրում են սպրանքի ծագումը հատկորոշող անհրաժեշտ փաստաթղթեր և համագործակցում են մյուս արտադրողների և իրավասու մարմինների հետ՝ ռիսկի գործոնը կանխարգելող միջոցառումների ձեռնարկման ժամանակ:

Անդամ Երկրները պետք է ապահովեն Հրահանգի իրագործումը: Նրանք նաև պատասխանատու են շուկայի վերահսկման համար՝ ձգտելով երաշխավորել



սպառողների առողջության և անվտանգության բարձր մակարդակ, ինչը կանխորոշում է դրանց իրավասու գերատեսչությունների միջև համագործակցությունը: Ամեն դեպքում, լուրջ ռիսկի առկայության պարագայում Անդամ Երկրները, իրենց իրավասության ներքո տարածքում ապրանքների հնարավոր առուվաճառքի կամ օգտագործման նկատմամբ կարող են ձեռնարկել կանխող, սահմանափակող կամ առանձնահատուկ պայմաններ պարտադրող միջոցառումներ կամ գործողություններ: Նման դեպքում, Հրահանգով սահմանված ընթացակարգին համապատասխան, նրանք պարտավոր են այդ մասին տեղեկացնել մյուս Անդամ Երկրներին:

Գ. Տնտեսական շահերի պաշտպանությունը

Այս գլուխը մեծամասամբ ներառում է հորիզոնական բնույթի իրավական գործիքներ, որոնք կիրառվում են մեծ քանակությամբ իրավիճակներում: Այդ իսկ խատմառով այս իրավական գործիքների նկարագրությունը բերված է ավելի մանրամասն, քան նախորդ երկու վերնագրերում:

Մոլորեցնող և համեմատական գովազդի մասին Խորհրդի 1984 թվականի սեպտեմբերի 10-ի թիվ 84/450/EEC Հրահանգ

Տվյալ Հրահանգը որոշակի ընդհանրություններ ունի վերը նշված թիվ 2005/29/EC Հրահանգի հետ: Մեր կողմից այստեղ օգտագործվել է երկու Հրահանգների էական դրույթների համախմբված տարբերակը:

Հիմնականում, Հրահանգը կախված է տարբեր Անդամ Երկրներում էապես տարբեր գովազդային օրենքների առկայությունից և այն ռիսկից, որ մոլորեցնող գովազդը կարող է հանգեցնել Ընդհանուր Շուկայի սահմաններում մրցակցության խաթարմանը:

«Մոլորեցնող գովազդը» սահմանվում է որպես որևէ գովազդ, որը ցանկացած դեպքում, ներառյալ դրա ներկայացումը, մոլորեցնում կամ կարող է մոլորեցնել այն անձին, ում այն հասցեագրված է կամ հասանելի, և որը իր մոլորեցնող բնույթով կարող է ազդել տվյալ անձանց տնտեսական վարքագծի վրա կամ դրանով իսկ խաթարում է կամ կարող է խաթարել մրցակցությունը:

«Համեմատական գովազդը» սահմանվում է որպես գովազդ, որը ուղղակի կամ անուղղակի կերպով նույնականացվում է մրցակցի կամ նրա կողմից առաջարկվող ապրանքների կամ ծառայությունների հետ:

Տվյալ հասկացությունների կիրառումը հանդիսանում է այն չափանիշների առարկա, որոնք սահմանված են Հրահանգով:

Ուստի, գովազդը մոլորեցնող որակելու գնահատականը պետք է հաշվի առնի նրա բոլոր հատկանիշները, և մասնավորապես դրանում պարունակվող ցանկացած տեղեկատվություն՝ կապված.

ա) ապրանքների կամ ծառայությունների այն բնութագրիչների հետ, ինչպիսիք են՝ նրանց պիտանելիությունը, բնույթը, իրագործումը, պատրաստումը, արտադրության կամ մատակարարման եղանակը և ամսաթիվը, նպատակին համապատասխանելիությունը, կիրառումը, որակը, առանձնահատկությունները, աշխարհագրական կամ առևտրային ծագումը կամ դրանց գործածումից ակնկալվող արդյունքը, կամ ապրանքների կամ ծառայությունների վերաբերյալ իրականացված փորձարկումների կամ ստուգումների արդյունքներն ու նյութական հատկանիշները,

- բ) գնի կամ գնի հաշվարկման եղանակի, և ապրանքների մատակարարման կամ ծառայությունների տրամադրման պայմանների հետ, կամ
- գ) գովազդատուի բնույթի, հատկորոշիչների և իրավունքների հետ, ինչպիսիք են նրա իսկությունն ու ակտիվները, որակավորումներն ու արդյունաբերական, առևտրային կամ մտավոր սեփականության տիրապետումը, կամ նրա մրցանակներն ու տարբերանշանները:

Համեմատական գովազդը, որում համեմատությունը բացահայտ բնույթ է կրում, թույլատրվում է հետևյալ պայմանների պահպանման դեպքում.

- ա) եթե այն մոլորեցնող չի համարվում՝ ԵՄ կանոնները շրջանակում,
- ա) եթե այն համեմատում է միևնույն կարիքների կամ միևնույն նպատակի ծառայող ապրանքները կամ ծառայությունները,
- գ) եթե այն օբյեկտիվորեն համեմատում է այդ ապրանքների և ծառայությունների մեկ կամ ավելի իրեղեն, էական, վերահսկելի և ներկայացուցչական հատկանիշները, ինչը կարող է ներառել գինը,
- դ) եթե այն չի վարկաբեկում կամ զրպարտում ապրանքանշանները, առևտրային անվանումները, մրցակցի այլ տարբերանշանները, ապրանքները, ծառայությունները, գործողությունները կամ պայմանները,
- ե) ծագման անվանում պարունակով ապրանքների համար, եթե յուրաքանչյուր դեպքում դա կապված է ծագման միևնույն անվանում ունեցող ապրանքների հետ,
- զ) եթե դա չի առաջացնում մրցակցի ապրանքանշանի, առևտրային անվանման կամ մրցակցի այլ հատկորոշիչների հեղինակության կամ մրցակցող ապրանքների ծագման հատկորոշիչների անբարեխիղճ առավելություն,
- է) եթե այն չի ներկայացնում պաշտպանված ապրանքային նշան կամ անվանում ունեցող ապրանքները կամ ծառայությունները կրկնօրինակող կամ փոխարինող ապրանքներ կամ ծառայություններ,
- ը) եթե այն վաճառողների շրջանակում շփոթություն չի առաջացնում՝ գովազդատուի և մրցակցի միջև, կամ գովազդատուի և մրցակցի ապրանքային նշանների, անվանումների, այլ հատկորոշիչների, ապրանքների կամ ծառայությունների միջև:

Անդամ Երկրները, ելնելով վաճառողների և մրցակիցների շահերից, համեմատական գովազդի պայմաններին համապատասխանության պարտադրման նպատակով՝ պետք է ապահովեն ազդեցիկ մոլորեցնող գովազդում աղեկվատ և արդյունավետ մեթոդների առկայությունը: Այս նպատակով, անձիք և կազմակերպությունները պետք է իրավասու լինեն նման մոլորեցնող գովազդի դեմ դատական հայց ներկայացնել կամ ներկայացնել տվյալ գովազդը այն վարչական մարմին, որն իրավասու է կայացնել որոշում՝ բողոքարկման կամ համապատասխան դատակար գործընթացի հարուցման վերաբերյալ: Անդամ Երկրներն ունեն համապատասխան գերատեսչություններ, որոնք կարող են որոշում կայացնել այն մասին, թե արդյոք Դատարանը և վարչական մարմիններն են իրավասու տվյալ կանոնի իրագործման համար: Տվյալ ազգային մարմինները իրավասու են վերացնել նման մոլորեցնող գովազդի կամ չթույլատրված համեմատական գովազդի ազդեցության արդյունքը, քանի դեռ դադարեցումը կարգադրված է վերջնական որոշմամբ, ըստ համապատասխանության: Ավելին, այս ազգային մարմինները կարող են պահանջել շտկող հակագովազդի հրապարակում:

Հետաքրքիր է Հրահանգի այն պահանջը, որ անկողմնակալ և հմուտ ազգային մարմինները սովորաբար հիմնավորեն իրենց որոշումները:

Գովազդատուներից կարող է պահանջվել ներկայացնել իրենց գովազդում պարունակվող փաստացի պնդումների հավաստիության ապացույցներ:

Անդամ Երկրներին թույլ է տրվում իրենց ազգային օրենքներում պահպանել կամ ներկայացնել ավելի խիստ պայմաններ, բացառությամբ համեմատական գովազդի, քանի որ համեմատությունն արդեն իսկ ներառված է:

Ապրանքների ընդհանուր անվտանգության մասին Խորհրդի 1985 թվականի հուլիսի 25-ի թիվ 85/374/EEC Հրահանգ և 1992 թվականի հունիսի 29-ի թիվ 92/59/EEC Հրահանգ Թերություններ ունեցող ապրանքների պատասխանատվության հետ կապված Անդամ Երկրների օրենքների, կանոնակարգերի և վարչական դրույթների մոտարկման մասին Խորհրդի թիվ 85/374/EEC Հրահանգը հաստատող Եվրոպական Պաշտամենտի և Խորհրդի 1999 թվականի մայիսի 10-ի թիվ 1999/34/EC Հրահանգ

Նշված Հրահանգները հաստատում են «caveat emptor» սկզբունքի արդիականացման հետ կապված խնդիրներ: Արտադրողների կողմից առանց որևէ սխալի գործելու պարտավորության գաղափարը՝ թերություններ պարունակող ապրանքների պարագայում, հանդիսանում է հիմնական իրավական գործիքը:

Սա նշանակում է, որ Հրահանգը չի կիրառվում միջուկային վթարի արդյունքում առաջացած վնասների կամ կորուստների նկատմամբ, որոնք կարգավորվում են Անդամ Երկրների կողմից վավերացված միջազգային կոնվենցիաներով: Դա ազդեցություն չունի վնաս կրած անձի որևէ իրավունքների վրա, որ նաև կարող է ունենալ՝ ելնելով Հրահանգի գրանցման պահին պայմանագրային և ոչ-պայմանագրային պատասխանատվության, կամ առանձնահատուկ պատասխանատվության գործող համակարգի մասին օրենսդրության կանոններից:

Ուստի, «թերի ապրանք» հասկացությունը հստակ իրավական սահմանման կարիք ունի: Նախ և առաջ, «ապրանք» հասկացությունը սահմանվում է հետևյալ կերպ՝ այն ներառում է ողջ շարժական գույքը՝ բացառությամբ գյուղատնտեսական հումքի և վալրի կենդանու մսի, նույնիսկ համակցված այլ շարժական կամ անժարշ գույքի հետ: Այն ներառում էլեկտրանեներգիան: «Գյուղատնտեսական հումք» ասելով խոսքը գնում է հողագործական, անասնաբուժական և ձկնորսական արտադրանքի մասին՝ բացառությամբ այն ապրանքների, որոնք ենթարկվել են նախնական մշակման:

Բացի դրանից, ապրանքը համարվում է թերի, եթե այն չի տրամադրում այն անվտանգությունը, որ անձը իրավասու է ակնկալել՝ հաշվի առնելով բոլոր հանգամանքները, ներառյալ.

- ա) ապրանքի ներկայացումը,
- բ) ապրանքի կիրառելիությունը, որը կարող է խելամտորեն ենթադրվել,
- գ) ապրանքը շրջանառության մեջ դնելու ժամանակը:

Անկախ այս հանգամանքից, ապրանքը թերի չի համարվում այն միակ հիմնավորմամբ, որ հետագայում շրջանառության մեջ է դրվում ավելի լավ ապրանք:

Արտադրողը պատասխանատու է իր ապրանքի հասցրած վնասի համար: Ավելին, արտադրողի պատասխանատվությունը չի նվազեցվում ինչպես այն դեպքում, երբ վնասը հասցվել է ապրանքի թերության պատճառով, այնպես էլ, երբ դա երրորդ կողմի սխալի կամ գործողության արդյունք է եղել: Ինչևէ, արտադրողի պատասխանատվությունը կարող է նվազեցվել կամ նույնիսկ բացառվել, երբ ելնելով բոլոր հանգամանքներից, հասցված վնասը առաջացել է և՛ ապրանքի որոշակի թերության, և՛ վնաս կրած անձի կամ ցանկացած անձի, ում առջև վնաս կրած անձը պատասխանատու է սխալի արդյունքում:

Արտադրողի պատասխանատվությունը վնաս կրած անձի հանդեպ, չի կարող սահմանափակվել կամ բացառվել նրա պատասխանատվությունը սահմանափակող կամ պատասխանատվությունից նրան ազատող դրույթներով:

«Արտադրող» հասկացությունն իրականում միավորում է երկու հստակորեն տարանջատելի կատեգորիաներ.

ա) ավարտուն արտադրանքի թողարկող, որևէ հունք կամ որևէ բաղկացուցիչ տարր արտադրող կամ ցանկացած այլ անձ, որը ներկայանում է որպես արտադրող՝ զետեղելով իր անվանումը, ապրանքանիշը կամ բնորոշիչ այլ տարր ապրանքի վրա, և  
բ) ցանկացած անձ, որը իր գործի բերումով վաճառքի, վարձակալման, լիզինգի կամ մեկ այլ տիպի մատակարարման համար՝ Համայնքի տարածք է ներկրում ապրանք:

Այն դեպքում, երբ արտադրողին կամ արտադրանքը հնարավոր չէ հատկորոշել, յուրաքանչյուր մատակարար դիտվում է որպես տվյալ ապրանքի արտադրող, քանի դեռ նա խելամիտ ժամկետներում չի տեղեկացրել վնաս կրած անձին տվյալ ապրանքն արտադրողի կամ իրեն ապրանքը մատակարարած անձի ինքնության մասին: Նույն կանոնը կիրառվում է ներկրված ապրանքների նկատմամբ:

Եթե հասցված միևնույն վնասի համար պատասխանատու են երկու կամ ավելի անձիք, ապա նրանք կրում են համահավասար պատասխանատվություն՝ հետպահանջման իրավունքների մասին ազգային օրենսդրությունների նկատմամբ առանց որևէ կանխակալության:

Անձից միայն պահանջվում է ապացուցել իր կողմից կրած վնասը, թերության առկայությունը և պատճառահետևանքային կապը՝ թերության և վնասի միջև:

Հրահանգում «վնաս» հասկացությունը սահմանվում է որպես.

ա) վնաս, որը հանգեցրել է մահվան կամ անձնական վնասվածքի,  
բ) թերի ապրանքից բացի 500 Եվրոի սահմանը չգերազանցող արժեք ունեցող գույքային որևէ օբյեկտի վնասում կամ վերացում՝ այն պայմանով, որ այդ գույքը՝

I. սովորաբար նախատեսված է անձնական օգտագործման կամ կիրառման համար, և

II. վնաս կրած անձի կողմից օգտագործվել է հիմնականում իր սեփական մասնավոր գործածության կամ կիրառման համար:

Վնասի հասկացության նշված սահմանման նկատմամբ առանց որևէ կանխակալության, Հրահանգը ընդունում է, որ ոչ-նյութական վնասի վերաբերյալ ազգային դրույթները կարող են հերքել նկարագրված դրույթները:

Արտադրողը պատասխանատու չէ ապրանքի համար, եթե ապացուցի,

ա) որ նա չէ շրջանառության մեջ դրել ապրանքը ,  
բ) որ ելնելով առկա իրավիճակից հնարավոր է, որ վնաս առաջացրած թերությունը ապրանքը իր կողմից շուկա հանելու պահին առկա չէի եղել կամ այդ թերությունը ի հայտ է եկել հետագայում,  
գ) որ տվյալ արտադրանքը իր կողմից ոչ արտադրվել կամ մատակարարվել է տնտեսական նպատակով, և ոչ էլ արտադրվել կամ մատակարարվել է՝ իր տնտեսավարման բնույթից ելնելով.

- դ) որ թերությունը հանդիսանում է պետական գերատեսչությունների կողմից հրապարակվող պարտադիր կանոնակարգերին համապատասխանության հետևանք,
- ե) որ ապրանքը շրջանառության մեջ դնելու պահին գիտական և տեխնիկական գիտելիքները չեն եղել այնպիսին, որ ապահովեն թերության առկայության բացահայտումը, և
- զ) ապրանքի բաղկացուցիչների պատրաստողի պարագայում՝ որ թերությունը վերագրելի է ապրանքի դիզայնին, որին այն համապատասխանեցվել է, կամ ապրանք արտադրողի կողմից տրված կարգադրությանը:

Անդամ Երկրները կարող են նախատեսել, որ մահվան կամ անձնական վնասվածքի հանգեցնող և նույն թերությամբ միևնույն առարկաներից առաջացող վնասի հասցման համար արտադրողների ընդհանուր պատասխանատվությունը , սահմանափակվի հստակ գումարով: Ինչևէ, այս գումարը չպետք է պակաս լինի 70.000.000 Եվրոից :

Տվյալ մասնավոր դեպքում, Հրագանգով նախատեսվում է վնասի վերացման գործընթացի նկատմամբ կիրառվել սահմանափակման եռամյա ժամկետ: Սահմանափակման ժամկետը սկսվում է այն օրվանից, երբ հայտնի է դառնում կամ խելամտորեն պետք է հայտնի դառնար հայցվորը, կամ վնասը, կամ թերությունը կամ արտադրողի ինքնությունը: Սահմանափակման ժամկետի ընդհատման կամ վերացման վերաբերյալ ազգային օրենքներն ու կանոնակարգերը գերակայում են՝ Հրահանգի դրույթների նկատմամբ:

Վնաս կրած անձին հատկացված իրավունքները մարվում են արտադրողի կողմից փաստացի ապրանքը շուկա հանելու օրվանից 10 տարի տևողությամբ ժամկետի ավարտից հետո, այն դեպքում եթե վնաս կրած անձի կողմից արտադրողի նկատմամբ տվյալ ժամանակահատվածում դատական գործընթաց չի հարուցվել:

*Գործարար նպատակներով կնքված պայմանագրերի առնչությամբ սպառողների պաշտպանության մասին Խորհրդի 1985 թվականի դեկտեմբերի 20-ի թիվ 85/577/EEC Հրահանգ*

Տվյալ Հրահանգի հիմնական նպատակը շեմային առևտրի վերահսկումն է: Այս դրույթները մեծամասամբ համընկնում են ստորև բերված հեռակա վաճառքի մասին թիվ 97/7/EC Հրահանգի դրույթների հետ: Ինչևէ հարկ է նշել, որ հեռակա վաճառքի մասին Հրահանգի դրույթները ավելի մանրամասն են, քան տվյալ Հրահանգի դրույթները:

*Սպառողական պայմանագրերում անբարեխիղճ պայմանների մասին Խորհրդի 1993 թվականի ապրիլի 5-ի թիվ 93/13/EEC Հրահանգ*

1993 թվականին այս Հրահանգը հռչակվեց որպես հեղաշրջում Եվրոպական Միության ողջ տարածքում սպառողների շահերի պաշտպանության գործում : Նեկայումս այս Հրահանգը գերազանցորեն ինտեգրվել է Անդամ Երկրների ազգային օրենսդրության համակարգերում:

Ինչ՞ ենք հասկանում «անբարեխիղճ պայմաններ» ասելով: Պայմանագրի այն պայմանը, որը առանձին չի համաձայնեցվել համարվում է անբարեխիղճ, եթե բարեխիղճ վարքագծի պահանջներին ի հակառակ դրանք առաջացնում է էական անհավասարություն՝ պայմանագրի կողմերի իրավունքների և պարտականությունների մեջ, ի վնաս սպառողների: Այնուհետև, պայմանը մշտապես համարվում է «ոչ առանձին համաձայնեցված», եթե այն հաստատվել է նախօրոք և սպառողը անկարող է եղել ազդեցություն ունենալ այդ պայմանի բովանդակության վրա, մասնավորապես՝ նախամշակված ստանդարտ պայմանագրերի ենթատեքստում: Այն փաստը, որ

պայմանի հստակ մանրամասները կամ մեկ յուրահատուկ պայմանը առանձին համաձայնեցվել է՝ չի բացառում պայմանագրի մնացյալ մասի նկատմամբ Հրահանգի կիրառումը, եթե պայմանագրի ընդհանուր գնահատականը վկայում է, որ այն ամեն դեպքում հանդիսանում է նախամշակված ստանդարտ պայմանագիր:

Գործնականում, նման նախամշակված պայմանագրերը շատ մեծ քանակություն են կազմում:

Շատ ավելի էական է այն, որ երբ վաճառողը կամ մատակարարողը հայտարարում են, թե պայմանները նախապես համաձայնեցվել են, ապա ապացուցման բեռը այս դեպքում ընկնում է նրանց ուսերին: Այս կանոնը միանգամայն դժվարեցնում է վաճառողների կամ մատակարարների համար նկարագրված իրավական կանխավարկածից ազատվելը:

Պայմանագրային պայմանների անբարեխղճության գնահատումը կատարվում է հաշվի առնելով այն ապրանքներն ու ծառայությունները, որոնց վերաբերյալ տվյալ պայմանագիրը կնքվել է՝ և հղում կատարելով պայմանագիրը կնքելու ժամանակահատվածին, պայմանագրում առկա բոլոր հանգամանքներին և պայմանագրի մյուս բոլոր պայմաններին:

Պայմանագրում գները երբեք չեն համարվում անբարեխիղճ կամ անբարեխիղճ պայմանի մաս: Կողմերը գների որոշման հարցում ազատ են:

Այն պայմանագրերի պարագայում, ուր սպառողին առաջարկվող բոլոր կամ որոշակի պայմանները գրի են առնված, այս պայմանները նաև պետք է մշակված լինեն հստակ, հասկանալի լեզվով: Այն դեպքում, երբ պայմանի իմաստի վերաբերյալ առկա են կասկածներ, ապա պետք է գերակայի սպառողի համար առավել շահավետ մեկնաբանումը:

Անդամ Երկրները պետք է իրենց օրենսդրությունները մշակեն այնպես, որ վաճառողների կամ մատակարարողների կողմից սպառողների հետ կնքվող պայմանագրերում կիրառվող անբարեխիղճ պայմանները պարտադրող չլինեն սպառողի համար. նման պայմանագիրը կարող է մնալ կողմերի համար պարտադրող, եթե պայմանագիրը գործողությունը՝ առանց անբարեխիղճ պայմանների, ենթակա է շարունակման:

Անդամ Երկրները պետք նաև ապահովեն, որ սպառողները չկորցնեն Հրահանգով նախատեսված պաշտպանությունը՝ շնորհիվ օրենքի այն հոդվածի ընտրության, որը սահմանում է, որ ոչ Անդամ Երկրի օրենսդրությունը կիրառելի է պայմանագրի նկատմամբ միայն այն դեպքում, երբ խնդիրը անմիջական կապ ունի Եվրոպական Միության տարածքի հետ:

Սպառողական պայմանագրերում անբարեխիղճ պայմանների շարունակական կիրառումը կանխարգելող համապատասխան և արյունավետ միջոցառումների հաստատման պահանջը ներառում է դրույթներ, որոնց միջոցով անձիք կամ կազմակերպությունները (այսինքն, սպառողների պաշտպանության կազմակերպությունները) տվյալ կոնկրետ պայմանագրային պայմանները անբարեխիղճ ճանաչելու նպատակով՝ ազգային օրենսդրությունների ներքո, կարող են դիմել վարչական գերատեսչություններին և արգելել դրանց գործածումը:

Հրահանգը ներառում է նաև պայմանների ցանկ, որոնք կարող են համարվել անբարեխիղճ: Օրինակ այն պայմանները, որոնք.

- պայմանագրին տալիս են գնորդին պարտավորեցնող բնույթ այն դեպքում, երբ վաճառողի կողմից մատուցվող ծառայությունների դրույթները հանդիսանում են մի պայմանի առարկա, որի իրագործումը կախված է միայն նրա սեփական կամքից,
- իր պարտավորությունները չկատարած ցանկացած սպառողից պահանջում են վճարել փոխհատուցման անհամաչափորեն մեծ գումար,
- թույլ են տալիս վաճառողին լուծել պայմանագիրը կամայական ձևով, երբ նույն հնարավորությունը սպառողին տրված չէ, կամ թույլ են տալիս վաճառողին պահել նրա կողմից դեռևս չմատուցված ծառայությունների դիմաց վճարված գումարները, այն դեպքում, երբ վաճառողն ինքն է լուծել պայմանագիրը,
- հնարավորություն են տալիս վաճառողին առանց պատճառաբանված տեղեկացման ժամկետավորել այն պայմանագիրը, որ կնքվել է առանց ժամկետի սահմանման՝ քանի դեռ առկա չեն դրա համար լուրջ հիմքեր,
- անվիճարկելիորեն պարտադրում են սպառողին այնպիսի պայմաններ, որոնց մասին մինչ պայմանագրի կնքումը տեղեկանալու որևէ իրական հնարավորություն նա չի ունեցել,
- և այլ:

Հեռակա պայմանագրերի կնքման հետ կապված սպառողների պաշտպանության մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 1977 թվականի մայիսի 20-ի թիվ 97/7/EC Հրահանգ

«Հեռակա պայմանագիր» նշանակում է ապրանքների կամ ծառայությունների հետ կապված ցանկացած պայմանագիր, որը կնքվել է մատակարարի և սպառողի միջև՝ վաճառողի կողմից կազմակերպված հեռակա վաճառքի կամ ծառայությունների մատակարարման համակարգով, և որը, պայմանագիրը բացառիկ դարձնելու նպատակով, մինչև վերջին պահը, ներառյալ պայմանագիր կնքման պահը, օգտագործում է հեռակա հաղորդակցման մեկ կամ մի քանի միջոցներ:

Հրահանգը պահանջում է, որպեսզի սպառողը պայմանագրի կնքմանը նախորդող նպատակահարմար ժամանակահատվածում ստանա հետևյալ տեղեկատվությունը.

- ա) մատակարարողի ռեկվիզիտները, իսկ կանխավճար պահանջող պայմանագրերի դեպքում՝ նրա հասցեն,
- բ) ապրանքների կամ ծառայությունների հիմնական բնութագրիչները,
- գ) ապրանքների կամ ծառայությունների գները՝ ներառյալ բոլոր հարկերը,
- դ) ըստ անհրաժեշտության՝ տեղափոխման ծախսերը,
- ե) վճարման, տեղափոխման կամ իրագործման պայմանավորվածություններ,
- զ) հետևանքներն առկայությունը,
- է) հեռակա հաղորդակցման միջոցների օգտագործման արժեքը, եթե այն հաշվարկվում է հիմնական գնից անջատ,
- ը) այն ժամանակահատվածը, որի ընթացքում առաջարկը կամ գինը գործում են, և
- թ) մշտապես կամ պարբերաբար իրագործվող ապրանքների կամ ծառայությունների մատակարարման պայմանագրերի դեպքում, ըստ անհրաժեշտության, պայմանագրի տևողության նվազագույն ժամանակահատվածը:

Չարմանալի չէ, որ նշված տեղեկատվությունը պետք է տրամադրվի հստակ և հասկանալի ձևով, հեռակա հաղորդակցման միջոցներին համապատասխանության եղանակով՝ պատշաճ կերպով պահպանելով, մասնավորապես, առևտրային

հարաբերություններում բարեխիղճ վարքագծի սկզբունքները, և այն խավերի պաշտպանությունը վերահսկող սկզբունքները, որոնք անկարող են տալ իրենց համաձայնությունը, ինչպես օրինակ՝ փոքրամասնությունները:

Հեռախոսային հաղորդակցման դեպքում, մատակարարողի հատկորոշումը և զանգի կոմերցիոն նպատակը սպառողի հետ ցակացած երկխոսություն սկեսելուց առաջ պետք է աներկբայորեն հստակ լինեն:

Սպառողը չի կարող հրաժարվել տվյալ Հրահանգը արտացոլող ազգային օրենսդրությամբ իրեն շնորհված իրավունքից:

Սպառողը պետք է ստանա վերը հիշատակված տեղեկատվությունը՝ պայմանագրի իրագործման ընթացքում նպատակահարմար ժամանակահատվածում: Ցանկացած դեպքում, պետք է տրամադրվի հետևյալը.

- ա) գրավոր տեղեկատվություն՝ հետկանչման իրավունքի իրագործման պայմանների և գործընթացի վերաբերյալ,
- բ) մատակարարողի գործունեության վայրի աշխարհագրական հասցեն, որով սպառողը կարող է ներկայացնել ցանկացած բողոքներ,
- գ) տեղեկատվություն՝ վաճառքից հետո տրամադրվող ծառայությունների կամ երաշխիքների վերաբերյալ, և
- դ) պայմանագիրը լուծելու պայմանները, այն դեպքում երբ պայմանագրի գործողության ժամկետը հատկորոշված չէ կամ գերազանցում է մեկ տարին:

Այս կանոնը չի կիրառվում հեռակա կապի միջոցների օգտագործմամբ իրագործվող ծառայությունների նկատմամբ, երբ դրանք միանվագ մատակարարված են կամ օպերատորի կողմից հաշիվը ներկայացված է՝ հեռակա կապի միջոցների օգտագործմամբ: Ինչևէ, սպառողը ցանկացած դեպքում պետք է հնարավորություն ունենա ստանալ մատակարարողի գործունեության վայրի աշխարհագրական հասցեն, որով նա կարող է ներկայացնել ցանկացած բողոք:

Ցանկացած հեռակա պայմանագրի դեպքում սպառողը պետք է ունենա առնվազն յոթ աշխատանքային օր տևողությամբ ժամանակահատված, որի ընթացքում նա կարող է հետկանչել պայմանագիրը՝ առանց որևէ տուգանքի կամ բացատրությունների ներկայացման: Հետկանչման իր իրավունքը գործադրելու համար սպառողի նկատմամբ կիրառվող միակ պատժամիջոցը՝ ապրանքները վերադարձնելու ուղիղ արժեքն է: Այս յոթ աշխատանքային օր տևողությամբ ժամանակահատվածը սկիզբը վերը նկարագրված տեղեկատվության գրավոր հաստատման ստացումն է:

Ապրանքների դեպքում այս յոթ օր տևողությամբ ժամանակահատվածը սկսվում է վերը նկարագրված տեղեկատվության գրավոր հաստատման ստացման օրվանից: Ծառայությունների դեպքում՝ պայմանագիրը ստորագրելու պահից կամ վերը նկարագրված տեղեկատվության գրավոր հաստատման ստացման օրվանից, եթե այս պարտավորությունն իրագործվել է պայմանագիրը կնքելուց հետո՝ պայմանով, եթե այս ժամանակահատվածը չի գերազանցում երեք ամիս տևողությունը:

Եթե մատակարարը խախտել է տեղեկատվության հաստատման գրավոր տրամադրման պայմանը, ժամանակահատվածը երեք ամիս է՝ սկսած սպառողի կողմից ապրանքների ստացման օրվանից, կամ ծառայությունների ստացման համար՝ պայմանագրի կնքման օրվանից:



Սպառողը կարող է չկիրառել պայմանագրի հետևանքներն ի իրավունքը հետևյալ դեպքերում.

- ա) ծառայությունների մատակարարման համար՝ նախքան յոթ աշխատանքային օր տևողությամբ ժամանակահատվածի ավարտը, եթե իրագործումը սկսվել է սպառողի համաձայնությամբ,
- ա) ֆինանսական շուկայի տատանումներից կախյալ և մատակարարողի կողմից անվերահսկելի գին ունեցող ապրանքների կամ ծառայությունների մատակարարման պարագայում,
- գ) այնպիսի ապրանքների մատակարարման դեպքում, որոնք պատրաստվել են ելնելով սպառողի առանձնահատկություններից, կամ հստակորեն անհատականացված են, կամ որոնք՝ իրենց բնույթից ելնելով, չեն կարող վերադարձվել կամ ընդունակ են փչացման և արագ ոչնչացման,
- դ) սպառողի մեղքով վնասված աուդիո և վիդեո ձայնագրությունների կամ համակարգչային ծրագրերի մատակարարման պարագայում,
- ե) թերթերի, պարբերականների և ամսագրերի մատակարարման դեպքում,
- զ) խաղերի և վիճակախաղերի ծառայությունների պարագայում:

Եթե կողմերի միջև գոյություն չունի այլ պայմանավորվածություն, մատակարարը պարտավոր է իրականացնել պատվերը առավելագույնը 30 օրվա ընթացքում՝ սկսած այն օրվանից, երբ սպառողը ուղարկել է իր պատվերը մատակարարին: Երբ մատակարարը խախտել է իր պայմանագրային պարտավորությունը՝ այն հիմնավորմամբ, որ ապրանքները կամ ծառայությունները առկա չեն եղել, սպառողը պետք է տեղեկացված լինի նման իրավիճակի մասին և պետք է հնարավորություն ունենա հնարավորինս սեղմ ժամկետներում և մասնավորապես՝ 30 օրվա ընթացքում, հետ ստանալու իր կողմից վճարված ցանկացած գումար: Անդամ Երկրները կարող են պարզեցնել այս կանոնը և թույլատրել մատակարարին՝ տրամադրելու սպառողին համարժեք որակի և գնի ապրանքներ կամ ծառայություններ:

Անդամ Երկրները պետք է ընդունեն աղեկվատ կանոններ, որոնք թույլ կտան սպառողին պահանջել վճարման անվավեր ճանաչում այն դեպքում, երբ Հրահանգով կարգավորվող հեռակա պայմանագրերի առնչությամբ տեղի է ունեցել նրա քարտի անօրինական օգտագործում: Ակնհայտորեն, անօրինական օգտագործման դեպքում անօրեն տնօրինված ողջ գումարը պետք է վերադարձվի սպառողին:

Մատակարարի կողմից հետևյալ միջոցների օգտագործումը պետք է նախապես համաձայնեցված լինի սպառողի հետ.

- ա) առանց մարդկային մասնակցության ավտոմատ զանգի համակարգ (այսինք, ինքնապատասխանիչ), և
- բ) ֆաքսիմիլային սարքավորումներ:

Ցավալի է, սակայն Եվրոպական Միությունը չի ներառում այս ցանկում ելեկտրոնային փոստը և սպամը<sup>13</sup>:

Հրահանգի դրույթներին սպառողների շահերից բխող համապատասխանությունը երաշխավորելու նպատակով՝ Անդամ Երկրները պետք է ապահովեն համահունչ և արդյունավետ միջոցառումների առկայություն: Սա ներառում է դրույթներ, որոնց

<sup>13</sup> Գործնականում անօգուտ տեղեկատվություն, մեծամասամբ գովազդային բնույթի, որը պարտադրաբար ուղարկվում է էլեկտրոնային փոստի ծառայություններից օգտվող մեծ քանակությամբ բաժանորդներին: (\* Ծանոթություն՝ թարգմանչի կողմից:

միջոցով մեկ կամ մի քանի մարմիններ կարող են ազգային օրենսդրության ներքո գործողություններ ձեռնարկել՝ ապահովելու Հրահանգի իրագործման համար նախատեսված ազգային դրույթները կիրառումը: Նման մարմինները ներառում են.

- ա) պետական մարմինները կամ նրանց ներկայացուցչությունները,
- բ) գործունեության մեջ օրինական շահագրգռվածություն ունեցող սպառողների կազմակերպություններ:

Անդամ Երկրները պետք է հիմնադրեն կամ խթանեն Հրահանգով սահմանված դրույթներից առավել խիստ դրույթներ:

*Սպառողներին առաջարկվող ապրանքների գների հատկորոշման գործում սպառողների պաշտպանության մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 1998 թվականի փետրվարի 16-ի թիվ 98/6/EC Հրահանգ*

Ոչ շատ վաղ ժամանակներում թանկարժեք ակնագործները ցուցադրում էին իրենց ցուցափեղկերում գեղեցիկ ոսկերչական իրեր՝ չգետեղելով գինը արվեստի յուրաքանչյուր ստեղծագործության համար: Թանկարժեք ռեստորաններում ճաշացանկերում միշտ չէ, որ նշվում էին սպառողին առաջարկվող յուրաքանչյուր ճաշատեսակի գները:

Չնայած, որ այս գլխում քննարկվող Հրահանգի կիրառումը դեռևս է որոշակիորեն շրջանցվում է խանութպանների կողմից՝ որոշակի երևակայական տիրույթում, հիմնական կանոնները հստակորեն բարեխիղճ ձևով կիրառվում են Անդամ Երկրների խանութների մեծամասնությունում: Ինչևէ, այստեղ նկարագրված կանոնները այն նվազագույն չափանիշներն են, որ Անդամ Երկրները կարող են ընդունել և հիմնադրել պայմաններ, որոնք առավել համապատասխան են՝ կապված սպառողների տեղեկացման և գների համեմատման հետ՝ առանց Համաձայնագրի ներքո նրանց պարտավորությունների նկատմամբ կանխակալության:

Հրահանգի նպատակն է պարտադրել վաճառողների կողմից սպառողին առաջարկվող ապրանքների վաճառքի գների և չափման միավորների գնի նշագրումը՝ զարգացնելու համար սպառողների տեղեկացվածությունը և հեշտացնել գների համեմատման գործընթացը:

«Վաճառքի գին» նշանակում է ապրանքի միավորի կամ որոշակի քանակության վերջնական գին՝ ներառյալ ավելացված արժեքի հարկը և մյուս բոլոր հարկերը: Համապատասխանաբար, սպառողը չի հանդիպի ԱՄՆ-ում գործածվող դասական գնապիտակի, ուր դրամի որոշակի գումարից հետո խանութպաններն ավելացնում են՝ «գումարած հարկերը» արտահայտությունը: Նման բան չի թույլատրվի Եվրոպական Միության տարածքում:

Վաճառքի գինը և միավորի գինը պետք է հստակեցվեն՝ սպառողական բոլոր ապրանքների համար: Միավորի գինը կարիք չունի նշված լինելու, եթե այն համընկնում է վաճառքի գնի հետ: Վաճառքի գինը և միավորի գինը պետք է լինեն միանշանակ, հեշտությամբ ճանաչելի և բացարձակապես հստակ:

Անդամ Երկրները պետք է սահմանեն պատժամիջոցներ՝ Հրահանգի կիրարկման ընթացքում ընդունված ազգային դրույթների խախտման համար: Նրանք պետք է նաև անհրաժեշտ միջոցառումներ ձեռնարկեն՝ նման կանոնների պարտադրման համար:

Սպառողական վարկերի վերաբերյալ Եվրոպական Պառլամենտի և Խորհրդի 1998 թվականի փետրվարի 16-ի թիվ 98/7/EC Հրահանգ

Տվյալ Հրահանգի հիմնական նպատակն է մոտարկել սպառողական վարկերի ընդհանուր տոկոսադրույքների հաշվարկման եղանակները:

Սպառողների շահերի պաշտպանության դատական արգելանքների մասին Եվրոպական Պառլամենտի և Խորհրդի 1998 թվականի մայիսի 19-ի թիվ 98/27/EC Հրահանգ

Տվյալ Հրահանգի հիմնական նպատակն է հիմնել նոր մեխանիզմներ, որոնք հնարավորություն կտան ճիշտ ժամանակին վերացնել սպառողների կոլեկտիվ շահերի համար վնասաբեր խախտումները: Նման կոլեկտիվ շահերը պետք է ընկալվեն որպես շահեր, որոնք չեն ներառում խախտումից վնաս կրած անհատների շահերը: Գաղափարը կայանում է միջառնամային խնդրի լուծման մեջ, որը ազդեցություն է ունենում այն Անդամ Երկրների վրա, որի սահմաններից դուրս ծագել է տվյալ խնդիրը:

Հայաստանի Հանրապետության համար տվյալ Հրահանգն ունի զուտ սահմանափակ հետաքրքրություն, քանի որ այն կապված է այստեղ վերահսկվող ընդգծված սկզբունքների պարզ հատկորոշման հետ:

Սպառողական ապրանքների վաճառքի և հարակից երաշխիքների որոշակի տեսանկյունների մասին Եվրոպական Պառլամենտի և Խորհրդի 1999 թվականի մայիսի 25-ի թիվ 1999/44/EC Հրահանգ

Այս Հրահանգի վերնագիրը վկայում է, որ տվյալ դեպքում մենք գործ ունենք այն իրավական գործիքներից մեկի հետ, որը ադապտացնում է հին «caveat emptor» դոկտրինան՝ արդի սպառողական հասարակությանը: Այն պարզապես հանդիսանում է Եվրոպական Միության սպառողների պաշտպանության քաղաքականության հենասյուներից մեկը: Ավելին, Հրահանգը հստակորեն նշում է, որ իր կանոնները պարունակում են Անդամ Երկրների ներսում սպառողներին հատկացվող պաշտպանության նվազագույն կանոնները: Այլ կերպ ասած, կախված Անդամ Երկրից՝ սպառողը կարող է նույնիսկ ունենալ ավելի լավ իրավունքներ, քան նկարագրված են այս բաժնում:

Հրահանգի միջուկը հետևյալ կանոնն է՝ վաճառողը պետք է մատակարարի սպառողին այն ապրանքները, որոնք համապատասխանում են վաճառքի պայմանագրին:

Սպառողական ապրանքները սահմանվում են, որպես նյութական տեղաշարժելի առարկա, բացառությամբ՝

- ա) այն ապրանքների, որոնք վաճառվել են օրենքով պահանջվող ձևակերպմամբ կամ այլ կերպ,
- բ) ջրի և գազի, այն դեպքում, երբ նրանք հանվել վաճառքի չսահմանափակված ծավալով կամ քանակությամբ,
- գ) էլեկտրաէներգիայի:

Նման սպառողական ապրանքները համարվում են պայմանագրին համապատասխանող, եթե դրանք.

ա) բավարարում են վաճառողի կողմից տրված նկարագրությանը և օժտված են այնպիսի հատկանիշերով, ինչպիսիք վաճառողի կողմից՝ որպես օրինակ կամ ձևատիպ, առաջարկել է սպառողին,

ա) համապատասխանում են սպառողի կողմից դրանց վերաբերյալ ակնկալվող ցանկացած մասնավոր նպատակին և որոնց մասին նա տեղեկացրել է վաճառողին՝ պայմանագրի կնքման պահին, իսկ վաճառողը ընդունել է դրանք,

գ) համապատասխանում են այն նպատակներին, որոնց նման ապրանքները սովորաբար ծառայում են, և

դ) արտահայտում են նմանատիպ ապրանքներին բնորոշ որակները և իրագործման եղանակը, որոնք սպառողը կարող է խելամտորեն ակնկալել՝ նկատի ունենալով ապրանքների բնույթը և հաշվի առնելով վաճառողի, արտադրողի կամ նրա ներկայացուցչի կողմից ապրանքների առանձնահատկությունների վերաբերյալ ցանկացած հանրային հայտարարությունները՝ հատկապես կատարված գովազդի կամ պիտակավորման միջոցով:

Սպառողի կողմից համապատասխանության բացակայության մասին իմացությունը՝ պայմանագիրը կնքելու պահին, հատկորոշում է համապատասխանության բացակայության առկայությունը՝ հետագա փուլերում:

Համապատասխանության ցանկացած բացակայություն, որը հանգեցնում է սպառողական ապրանքների ոչ ճիշտ գործածման, համարվում է համարժեք ապրանքների համապատասխանության բացակայությանը, եթե վաճառքի պայմանագրի մաս հանդիսացող տեղադրման ձևերը և ապրանքները տեղադրվել են վաճառողի կողմից կամ նրա պատասխանատվության ներքո: Տվյալ կանոնը նմանապես կիրառվում է, եթե սպառողի կողմից տեղադրման ենթակա ապրանքը տեղադրվել է սպառողի կողմից, և ոչ ճիշտ տեղադրումը արդյունք է տեղադրման հրահանգների թերության:

Հրահանգի հիմնական կանոնը կիրառվում է հետևյալ կերպ.

ա) վաճառողը պատասխանատու է սպառողի առջև համապատասխանության ցանկացած բացակայության դեպքում, որը ի հայտ են գալիս ապրանքի ստացման պահին,

բ) համապատասխանության բացակայության դեպքում սպառողը իրավունք ունի ստանալու փոխարինման կամ նորոգման միջոցով համապատասխանեցված ապրանքը՝ առանց որևէ վճարում կատարելու (եթե միայն դա անհնարին կամ հարմար չէ), կամ գնի համապատասխան իջեցում կամ այդ ապրանքներին առնչվող պայմանագրի լուծում:

Այն դեպքում, երբ վաճառողը պատասխանատու է սպառողի առջև՝ արտադրողի, պայմանագրերի միևնույն շղթայում նախորդ վաճառողի կամ ցանկացած այլ միջնորդի գործողության կամ բացթողման արդյունքում, համապատասխանության առաջ եկած բացակայության պատճառով, վերջնական վաճառողն իրավասու է պահանջելու փոխհատուցում՝ պայմանագրային շղթայով պատասխանատվություն կրող անձից կան անձանցից: Տվյալ երկրորդ աստիճանի փոխհատուցման նկատմամբ կիրառելի է Ազգային օրենսդրությունը: Սպառողների հեռանկարից ելնելով՝ Հրահանգը նպաստում է նրանց կողմից իրենց իրավունքների գործածմանը. Հրահանգի պահանջը հասցեագրված է միայն վաճառողին, որը հետագայում կարող է հանդիպակաց պահանջ ներկայացնել այն ամենի վերաբերյալ, ինչ նա պարտավորվել է վճարել կամ

կատարել՝ սպառողի համար: Այս հաջորդող գործընթացին սպառողը մասնակից չի հանդիսանում:

Վաճառողը պատասխանատու է ցանկացած անհամապատասխանության համար, որն ի հայտ է գալիս ապրանքի մատակարարման օրվանից երկու տարվա ընթացքում: Այս ժամանակահատվածը Անդամ Երկրները չեն կարող կրճատել, սակայն մյուս կողմից, սպառողի և վաճառողի կողմից կարող է ընդունվել պատասխանատվության ավելի կարճ, սակայն երբեք ոչ պակաս քան մեկ տարի, ժամանակահատվածի մասին պայմանագրային դրույթ:

Ամեն դեպքում, սպառողը պարտավոր է վաճառողին տեղեկացնել անհամապատասխանության առկայության մասին երկու ամսվա ընթացքում՝ սկսած անհամապատասխանության հայտնաբերման օրվանից:

Հրահանգով զարգացված հաջորդ տարրը, ինչպես նշվել է վերը, երաշխիքն է: Երաշխիքը իրավականորեն պարտադրվում է օֆերենտին՝ ելնելով երաշխիքի վերաբերյալ հայտարարության և համապատասխան գովազդում սահմանված պայմաններից: Նման երաշխիքը պետք է.

ա) ամրագրի, որ սպառողը ունի վաճառքը կարգավորող ազգային օրենսդրությունից հետևող օրինական իրավունքներ, և որ երաշխիքի կողմից տվյալ իրավունքները չեն ոտնահարվում, և

բ) պարզ, հասկանալի լեզվով հստակորեն արձանագրի երաշխիքի բովանդակությունը և երաշխիքի շրջանակներում պահանջների ներկայացման էական մանրամասները՝ հատկապես երաշխիքի տևողությունն ու տարածքային սահմանները և երաշխավորողի անվանումն ու հասցեն:

Սպառողի պահանջով երաշխիքը պետք է հասանելի լինի գրավոր կամ նրա համար ընդունելի և հարմար մեկ այլ վստահելի եղանակով: Բնականաբար, նման փաստաթուղթը պետք է մշակվի պատասխանատու Անդամ Երկրի պաշտոնական լեզուներից մեկով:

Հրահանգը նաև հստակեցնում է, որ վաճառողի ուշադրությանը ներկայացված անհամապատասխանությունից առաջ վաճառողի հետ ձեռք բերված ցանկացած պայմանագրային պայմաններ կամ համաձայնություններ, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի կերպով խախտում կամ սահմանափակում է Հրահանգով սահմանվող իրավունքները՝ պարտադիր չեն սպառողի համար:

*Ըվերթների երկարատև հետաձգման, չեղյալ հայտարարման կամ փոխադրման մերժման դեպքում ուղևորներին տրվող օժանդակության և փոխհատուցման հիմնական կանոնները հաստատելու մասին Եվրոպական Պառլամենտի և Խորհրդի 2004 թվականի փետրվարի 11-ի թիվ (ԵՄ) 261/2004 Կանոնակարգ*

Խորագրից հասկանալի է, որ Կանոնակարգը հատկապես առնչություն ունի տոմսերի գերամրագրման հետ: Գերամրագրումը, որը սահմանված չէ Կանոնակարգում, իրենից ներկայացնում է սովորական գործընթաց, որի միջոցով ավիատուրիստները ընդունում և կատարում են տվյալ չվերթում առկա նստատեղերի քանակությունից ավելի մեծ քանակությամբ տոմսերի ամրագրում: Ավիատուրիստների հիմնական ենթադրությունն այն է, որ շատ ուղևորների չեն հայտնվի օդակայանում և այս կերպ հնարավոր կլինի խուսափել սրահում դատարկ նստատեղերով չվերթի իրագործումից:

Ինքնին ենթադրվում է, որ տեղափոխման մերժումը և չվերթների չեղյալ հայտարարումը կամ հետաձգումը առաջացնում են լրջագույն դժվարություններ և անհարմարություններ ուղևորների համար:

Կանոնակարգից բխող պաշտպանությունը ներառում է.

- ա) ծրագրավորված և չծրագրավորված չվերթները, ներառյալ տուրիստական ուղևորության ձևակերպման մասը՝ Անդամ Երկրում տեղակայված օդակայանից փոխադրմամբ, կամ
- բ) ծրագրավորված և չծրագրավորված չվերթները, ներառյալ տուրիստական ուղևորության ձևակերպման մասը՝ Անդամ Երկրի տարածքում տեղակայված օդակայան երրորդ երկրում տեղակայված օդակայանից փոխադրմամբ, երբ չվերթն իրագործվում է Համայնքի փոխադրողի կողմից:

Հետևաբար, Կանոնակարգը նաև կիրառվում է ցածրաժեք ավիատուրիստների նկատմամբ, և ոչ միայն խոշարագույն ազգային փոխադրողների նկատմամբ: Հետևաբար, այն չի կիրառվում ուղղաթիռներով իրականացվող չվերթների նկատմամբ, ինչպես օրինակ Իսպանիայում՝ Մալագայի և Բեուֆի միջև օդային ուղու դեպքում:

Իհարկե, անհրաժեշտ է, որ ուղևորները հաստատեն ցանկալի չվերթի ամրագրումը և ժամանակին ներկայանան գրանցման (ըստ գրավոր համաձայնեցվածության, կամ եթե որևէ ժամանակ նշված չէ՝ չվերթի հայտարարված ժամից 45 րոպե առաջ):

Երբ չվերթն իրականացնող փոխադրողը ակնկալում է հրաժարվել փոխադրումը կամ չվերթն իրագործելուց, նա նախ և առաջ պետք է փնտրի կամավորների, որոնք կհրաժարվեն իրենց ամրագրումներից՝ փոխարենը շահագրգիռ ուղևորների և փոխադրող օդային օպերատորի միջև համաձայնեցված պայմաններով փոխհատուցում ստանալով: Փորձը ցույց է տալիս, որ նման գործողությունները սովորաբար իրականացվում են օդակայանում՝ բարձրախոսով հայատարարման միջոցով. ավիափոխադրողը որևէ պատճառ չունի առաջարկելու ավելի մեծ փոխհատուցում, քան Կանոնակարգով նախատեսվածն է: Այդ իսկ պատճառով, նշվածը վկայում է, որ նման բանաձևը գործնականում իրապես արդյունավետ չէ:

Ավիափոխադրողը կարող է հրաժարվել փոխադրումն իրագործելուց միայն վերը նկարագրված գործողություններն իրականացնելու հետո: Եթե փոխադրումը մերժված է ի հակառակ ուղևորների կամքի, ավիափոխադրողը պետք է անհապաղ տրամադրի նրանց փոխհատուցում՝ ստորև նկարագրված պայմաններով և օժանդակի նրանց և ստորև նկարագրված եղանակով:

Ըստ էության, չվերթների չեղյալ համարման դեպքում կիրառվում է նույն կանոնակարգը:

Հետաձգման դեպքում, երբ ավիափոխադրողը պատճառաբանված կերպով ակնկալում է, որ չվերթը կհետաձգվի ծրագրավորված ժամից ավելի ուշ ժամի, ավիափոխադրողի կողմից ուղևորներին պետք է առաջարկվի օժանդակություն՝ հետևյալ վարկածով.

- ա) երբ հետաձգումը տևում է երկու և ավելի ժամ՝ 1.500 կիլոմետր և ավելի կարճ չվերթների դեպքում,
- բ) երբ հետաձգումը տևում է երեք և ավելի ժամ՝ 1.500 կիլոմետրից ավելի ներհամայնքային չվերթների և 1.500 և 3.500 միջակայքի մյուս բոլոր չվերթների դեպքում, կամ

գ) երբ հետաձգումը տևում է չորս և ավելի ժամ՝ «ա» և «բ» կետերով չսահմանված մյուս բոլոր չվերթների դեպքում:

Սա նշանակում է, որ չվերթի հետաձգման համար պատժամիջոցը կայանում է ուղևորներին օժանդակության տրամադրման մեջ. դրամային փոխհատուցումը տրվում է միայն չվերթի չեղյալ հայտարարման դեպքում:

Դրամական փոխհատուցումները սահմանվում են հետևյալ կերպ.

- ա) 250 Եվրո՝ 1.500 կիլոմետր և ավելի կարճ չվերթների համար,
- բ) 400 Եվրո՝ 1.500 կիլոմետրից ավելի ներհամայնքային չվերթների և 1.500 և 3.500 միջակայքի մյուս բոլոր չվերթների համար,
- գ) 600 Եվրո՝ «ա» և «բ» կետերով չսահմանված մյուս բոլոր թռիչքներ:

Նշված գումարները ընդհանուր առմամբ ընդունելի են էկոնոմ դասի ուղևորների համար. բիզնես դասի ուղևորները չեն զգա իրենց համարժեքորեն բավարարված, եթե նրանց տեղափոխումը մերժվի:

Օժանդակությունը ներառում է տոմսի լրիվ արժեքի փոխհատուցման իրավունք (7 օրվա ընթացքում), կամ առաջին իսկ հնարավորության դեպքում փոխադրման սկզբնակետում տոմսի վերադարձման հնարավորություն, կամ առաջին իսկ հնարավորության դեպքում այլ ընդունելի տրանսպորտային միջոցով ուղևորի փոխադրում՝ մինչև նշանակման վայրը, կամ ըստ ուղևորի հարմարության՝ ամսաթվի հետաձգում, սակայն վերջինիս դեպքում՝ նստատեղերի առկայության պարագայում:

Օժանդակության երկրորդ մակարդակը կոչվում է «հոգածության իրավունք» և նշանակում է, որ ուղևորին առանց որևէ վճարի առաջարկվում է.

- ա) սնունդ և հանգիստ՝ սպասելու ժամանակահատվածին համապատասխան,
- բ) հյուրանոցային ապաստան՝ երբ ավելի քան մեկ գիշեր է անհրաժեշտ սպասել, կամ երբ ենթադրվում է, որ ուղևորները կարիք կունենան սպասելու դրանից ավելի երկար ժամանակ, և
- գ) տրանսպորտային միջոց՝ օդակայանից մինչև ապաստանելու վայր (հյուրանոց կամ այլ):

Ի հավելումն, ուղևորներին պետք է անվճար առաջարկվի երկու հեռախոսային զանգի, հեռագրման կամ ֆաքսի, կամ էլեկտրոնային նամակների ուղարկման հնարավորություն:

Ավիափոխադրողներին, իհարկե թույլատրվում է բարելավել ուղևորների թռիչքի պայմանները, մինչդեռ վատացումը ընդունելի է, երբ 7 օրվա ընթացքում ուղևորները ստացել են դրամական փոխհատուցում: Նշված դրամական փոխհատուցումը հաշվարկվում է տոմսի դիմաց վճարված գնի հիման վրա:

Կանոնակարգը ողջունում է ազգային օրենսդրությունների կողմից սահմանվող փոխհատուցման մյուս եղանակները:

*Ֆինանսական գրավի համաձայնությունների մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 2004 թվականի հունիսի 6-ի թիվ 2004/47/EC Հրահանգ*

Այս Հրահանգը հանդիսանում է անվտանգության հաստատման համակարգի փաթեթի բաղկացուցիչ մաս:

Այն կիրառվում է «ֆինանսական գրավի համաձայնությունների» նկատմամբ, որը սահմանվում է որպես իրավունքի փոխանցման ֆինանսական գրավի համաձայնագիր կամ ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագիր՝ լինի այն նախատեսված, թե ոչ հիմնական պայմանագրով կամ ընդհանուր պայմաններով և դրույթներով: Այսպիսով, ֆինանսական գրավի համաձայնությունը բաղկացած է երկու տարրերից: Սա նաև սահմանված է Հրահանգում: «Իրավունքի փոխանցման ֆինանսական գրավի համաձայնագիր» նշանակում է մի համաձայնագիր, ներառյալ վերավաճառքի համաձայնագիրը, ըստ որի գրավատուն՝ համապատասխան ֆինանսական պարտավորությունները ապահովելու կամ դրանց իրագործումն այլ կերպ երաշխավորելու նպատակով, գրավառուին է փոխանցում ֆինանսական գրավի տնօրինման ողջ իրավունքը: «Ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագիր» նշանակում է համաձայնագիր, ըստ որի գրավատուն գրավառուին է փոխանցում ֆինանսական գրավը՝ որպես գրավառուի ապահովության երաշխիք, և երբ ֆինանսական գրավի տնօրինման բացարձակ իրավունքը մնում է գրավատուին՝ այն դեպքում, երբ գրավառուի անվտանգությունը հաստատված է:

Անդամ Երկրներին չի թույլատրվում պահանջել, որպեսզի ֆինանսական գրավի համաձայնագրի կամ տվյալ համաձայնագրով պայմանավորված ֆինանսական գրավադրման դրույթների ստեղծումը, օրինականությունը, կատարելագործումը, օրինական ուժը կամ թույլատրելիությունը կախյալ լինեն որևէ ձևական ակտի իրագործումից:

Հրահանգի հիմնական նպատակն է ապահովել, որ ֆինանսական գրավի պայմանավորվածությունները պարտադրաբար կատարելու անհրաժեշտության առաջացման դեպքում՝ գրավառուին հնարավորություն ունենա իրացնել ֆինանսական գրավի համաձայնագրի առարկա հանդիսացող և դրանով տրամադրվող ֆինանսական ցանկացած գրավ:

Ֆինանսական գրավի յուրացումը հնարավոր է միայն, եթե.

- ա) այդ մասին կողմերը համաձայնության են եկել ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագրով,
- բ) կողմերը ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագրով պայմանավորվել են ֆինանսական ակտիվների գնահատման մասին:

Եթե և այն դեպքում, երբ ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագրի պայմանները տրամադրված են՝ Անդամ Երկրները պետք է ապահովեն, որ գրավառուն իրավասու լինի կիրարկել ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագրով իրեն վերապահված ֆինանսական գրավի օգտագործման իրավունքը: Որպես այլընտրանք, գրավառուն համապատասխան ֆինանսական պարտավորությունների իրագործման համար սահմանված ժամկետում կարող է կամ փոխանցել համարժեք գրավը, կամ, եթե և այն դեպքում, երբ ֆինանսական գրավի երաշխավորման համաձայնագրի պայմանները տրամադրված են, հաշվանցել գրավին համարժեք գումարը՝ ի հաշիվ համապատասխան ֆինանսական պարտավորության մարման:

Անդամ Երկրները պետք է ապահովեն, որ իրավունքներ փոխանցող ֆինանսական գրավի համաձայնագրերը իրականացվեն դրանց պայմաններին համապատասխան:

Համայնքի տվյալ կարգը այսպիսով կիրառվում է երաշխիքների և ինչպես գրավի, այնպես էլ միաժամանակ անվտանգության երաշխիքների և իրավունքների փոխանցման կառույցների վերաբերյալ դրույթների նկատմամբ՝ ներառյալ



վերավաճառքի (այսպես կոչված, ռեսուրսների) համաձայնագրերը: Հրահանգն այսպիսով խթանում է ծառայությունների մատուցման ազատությունը և Միասնական Շուկայում ֆինանսական ծառայությունների ոլորտում կապիտալի ազատ տեղաշարժումը: Պետք է նշվի, որ այս Հրահանգի կիրառումը և դրա ազդեցությունը՝ որոշակի անվճարունակության դրույթների վրա, կարող են կիրառվել միայն միանգամայն զարգացած ֆինանսական շուկաներում:

*Ներքին շուկայում «գործարար սպառողին» անբարեխիղճ առևտրային գործունեության մասին Եվրոպական Պաշտպանության և Խորհրդի 2005 թվականի մայիսի 11-ի թիվ 2005/29/EC Հրահանգ (Անբարեխիղճ Առևտրային Գործունեության Հրահանգ)*

Տվյալ Հրահանգը հիմնված է մոլորեցման և համեմատական գովազդի վերաբերյալ Խորհրդի Հրահանգի վրա և մասնավորապես այն փաստի վրա, որ Հրահանգը չի սահմանափակում Անդամ Երկրների հնարավորությունը՝ պահպանել կամ ընդունել միջոցառումներ, որոնք տրամադրում են սպառողների ավելի ընդարձակ պաշտպանություն: Արդյունքում, մոլորեցնող գովազդի վերաբերյալ Անդամ Երկրների դրույթները շատ հաճախ տարբերվում են:

Այս անհավասարությունը առաջացնում է անորոշություն, որի պարագայում անբարեխիղճ առևտրային գործունեության նկատմամբ կիրառվող ազգային կանոնները խաթարում են սպառողների շահերը. դրանք նաև առաջացնում են բազմաթիվ խոչընդոտներ, որոնք ազդում են գործարարության և սպառողների վրա: Այս անորոշությունը և խոչընդոտները կարող են միայն հաղթահարվել Եվրոպական Համայնքի մակարդակով կանոնների ստեղծմամբ, ինչպես պահանջում է Հրահանգը:

Այսպիսով, Հրահանգի դրույթները կիրառելի են նաև գովազդի նկատմամբ:

Հրահանգը առնչվում է այնպիսի կոմերցիոն գործունեությանը, որը անմիջականորեն կապված է ապրանքների վերաբերյալ սպառողների գործնական որոշումների վրա ներգործության հետ: Հետևաբար, այն պաշտպանում է սպառողների տնտեսական շահերը՝ գործարարություն-սպառող անբարեխիղճ առևտրային գործունեությունից: Այսպիսով, Հրահանգը վերաբերում է անբարեխիղճ մրցակցության որոշ խնդիրների, սակայն Եվրոպական Հանձնաժողովը պահպանում է տվյալ ոլորտում հետագայում ենթադրվող կանոնակարգման իր իրավունքը: «Սպառողը» ֆիզիկական անձ է, որը կոմերցիոն գործունեության մեջ պաշտպանված լինելով Հրահանգով՝ գործում է իր առևտրից, գործարարությունից, արհեստից կամ մասնագիտությունից դուրս նպատակով:

«Գործարար որոշումներ» հասկացությունը սահմանվում է, որպես սպառողի կողմից ընդունված ցանկացած որոշում՝ կապված այն բանի հետ, թե ինչպես և ինչ պայմաններով գնել, վճարել ամբողջությամբ թե մասամբ, պահպանել թե վերացնել ապրանքը կամ գործածել ապրանքի հետ կապված պայմանագրային իրավունքը, այնպես էլ սպառողի որոշումը՝ գործելու կամ գործողություններից ձեռնպահ մնալու մասին:

Չնայած Հրահանգի գործողության շրջանակին, այն զերծ է պայմանագրային իրավունքի և, մասնավորապես, օրինականության, պայմանագրի ձևակերպման կամ արդյունքի, և դատարանի իրավասության շրջանակը սահմանող կանոնների նկատմամբ կանխակալությունից: Այն նաև զերծ է որևէ կանխակալ վերաբերմունքից մասնագիտական (ինչպես օրինակ, իրավաբանների, բժիշկների և այլն) ցանկացած էթիկայի կամ գործնական կանոնների նկատմամբ:

Հրահանգը սահմանում է անբարեխիղճ առևտրային գործունեության հասկացությունը, դրանք արգելված են և ներառում են.

- մոլորեցնող գործողություններ և անգործություն, և
- ագրեսիվ կոմերցիոն գործունեություն:

Կոմերցիոն գործունեությունը համարվում է անբարեխիղճ, եթե.

ա) այն հակասում է մասնագիտական վարքագծ պահանջներին, և  
բ) այն նյութապես շեղում է կամ կարող է շեղել տնտեսական վարքագիծը՝ կապված ապրանքի այն միջին սպառողի հետ, ում տվյալ ապրանքը մատչելի կամ հասցեագրված, կամ խմբի միջին անդամի հետ՝ եթե առևտրային գործունեությունը ուղղված է սպառողների խմբերին: «Սպառողների տնտեսական գործունեությունը նյութապես շեղել» արտահատությունը պետք է մեկնաբանվի որպես՝ սպառողի կողմից տեղեկացված որոշում կայացնելու հնարավորությանը էապես վնասելուն ուղղված կոմերցիոն գործունեության կիրառում, որի արդյունքում սպառողի կողմից կայացվում է գործնական որոշում, որը այլ պայմաններում նա չէր կայացնի:

Կոմերցիոն գործունեությունն ընկնում է մոլորեցնող կատեգորիայի տակ, եթե այն պարունակում է սխալ տեղեկատվություն և դրանով իսկ հանդիսանում է անվստահելի, կամ ցանկացած դեպքում, ներառյալ դրա ընդհանուր ներկայացումը, խաբում կամ կարող է խաբել միջին սպառողին, նույնիսկ եթե տեղեկատվությունը փաստացիորեն ճիշտ է, կապված է ստորև բերված տարրերից մեկի կամ մի քանիսի հետ, և այլ կերպ ասած՝ ստիպում կամ կարող է ստիպել նրան ընդունել գործնական որոշում, որը այլ պայմաններում նա չէր կայացնի:

ա) ապրանքի առկայությունը կամ բնույթը,  
բ) ապրանքի հիմնական բնութագրիչները, ինչպիսիք են պիտանելիությունը, օգտակարությունը, ռիսկը, իրագործումը, պատրաստումը, պիտույքները, մեթոդներըն ու արտադրության կամ մատակարարման ամսաթիվը, տեղափոխումը, նպատակին համապատասխանությունը, կիրառումը, քանակությունը: Առանձնահատկությունները, աշխարհագրական կամ առևտրային ծագումը կամ դրա գործածումից ակնկալվող արդյունքը կամ ապրանքի վերաբերյալ իրականացված փորձարկումների կամ թեստավորումների արդյունքները և նյութական առանձնահատկությունները:

գ) վաճառողի պատասխանատվության տիրույթը, առևտրային գործունեության դրդապատճառները և վաճառքի գործընթացի բնույթը, ուղղակի կամ անուղղակի հովանավորությունը, վաճառողի վերաբերյալ բարենպաստ կարծիքի կամ ապրանքի հետ կապված որևէ հայտարարությունը կամ տարբերանշանը,

դ) գինը կամ գնի հաշվարկման եղանակը, կամ յուրահատուկ գնային առավելության առկայությունը,

ե) սպասարկման, նմուշի, փոխարինման կամ վերանորոգման կարիքը,

զ) բնույթը, ատրիբուտները, և վաճառողի կամ նրա գործակալի իրավունքները, ինչպես օրինակ՝ նրա ինքնությունն ու ակտիվները, որակավորումները, կարգավիճակը, հաստատումը, անդամությունը, փոխկապակցվածությունը կամ կապը, և արդյունաբերական, առևտրային կամ մտավոր սեփականության իրավունքները կամ նրա մրցականներն ու առանձնահատկությունը,

է) սպառողների իրավունքները, ներառյալ՝ փոխարինման կամ փոխհատուցման իրավունքը, կամ ռիսկը, որին նա կարող է բախվել:

«Մոլորեցնող առևտրային գործունեության» երկրորդ սահմանումը ներառում է այնպիսի գործունեություն, որը իր փաստացի ենթատեքստով, հաշվի առնելով դրա բոլոր առանձնահատկություններն ու հանգամանքները՝ ստիպում է կամ կարող է ստիպել

միջին սպառողին կայացնել գործնական որոշում, որը նա այլ հանգամանքներում չէր կայացնի, և որը ներառում է.

ա) ապրանքի վաճառքի հանման որևէ գործողություն, ներառյալ համեմատական գովազդումը, որը առաջացնում է շփոթություն ցանկացած ապրանքների, ապրանքնային նշանների, ապրանքնային անվանումների կամ մրցակցի այլ առանձնահատկությունների վերաբերյալ, կամ

բ) վաճառողի կողմից իր իսկ ընդունված վարքագծի կանոններում պարունակվող պարտավորությունների խախտումը, ուր՝

- I. պատավորությունը ցանկալի չէ բայց հաստատուն է և ենթակա է ստուգման, և
- II. առևտրային գործունեության մեջ վաճառողը նշում է, որը նա սահմանափակված է օրենսդրությամբ:

Կապված մոլորեցնող բացթողումների հետ, Հրահանգը մեկնաբանում է առևտրային գործունեությունը որպես մոլորեցնող եթե, իր փաստացի ենթատեքստով, հաշվի առնելով դրա բոլոր առանձնահատկություններն ու հանգամանքները և հաղորդակցման միջոցների սահմանափակումը, այն բաց է թողնում էական տեղեկատվությունը, որն անհրաժեշտ է սպառողին տեղեկացված գործնական որոշում կայացնելու համար, և դրանով իսկ ստիպում կամ կարող է ստիպել միջին սպառողին կայացնել գործնական որոշում, որը նա այլ հանգամանքներում չէր կայացնի: «Մոլորեցնող բացթողման» տվյալ սահմանումը ներառում է այնպիսի իրավիճակ, երբ վաճառողը թաքցնում կամ անհատակ, անհասկանալի, երկիմաստ և ժամանակավրեպ եղանակով տրամադրում է վերը հիշատակված նյութական տեղեկատվությունը, կամ չի հատկորոշում առևտրային գործունեության առևտրային էությունը, որը ակնհայտորեն չի հասկացվում ենթատեքստից, և երբ նմանատիպ դեպքում, դա ստիպում կամ կարող է ստիպել միջին սպառողին կայացնել գործնական որոշում, որը նա այլ հանգամանքներում չէր կայացնի:

Վաճառքի հրավերի դեպքում, էական է համարվում հետևյալ տեղեկատվությունը, եթե այն արդեն իսկ ակնհայտ չէ ենթատեքստից.

ա) ապրանքի հիմնական բնութագրիչները՝ իրավիճակին և ապրանքին համապատասխան ծավալով,

բ) վաճառողի աշխարհագրական հասցեն և հատկորոշիչները, ինչպիսին է նրա առևտրային անվանումը, և ըստ անհրաժեշտության այն վաճառողի աշխարհագրական հասցեն ու հատկորոշիչները, ի օգուտ որի նա գործում է,

գ) գինը՝ ներառյալ հարկերը, իսկ այն դեպքում, երբ ապրանքի բնույթից ելնելով գինը հնարավոր չէ նախօրոք հաշվարկել՝ գնի հաշվարկման եղանակը, ինչպես նաև, ըստ անհրաժեշտության, մյուս լրացուցիչ տրանսպորտային ծախսերը, տեղափոխման կամ փոստով ուղակրման ծախսերը կամ այն դեպքում, երբ հնարավոր չէ նշված ծախսերը հիմնավոր կերպով հաշվարկել նախօրոք՝ այն փաստը, որ նման ծախսեր կարող են վճարման ենթակա լինել,

դ) վճարման, տեղափոխման իրականացման կամ բողոքարկման քաղաքականության վերաբերյալ պայմանավորվածություններ, եթե դրանք դուրս են մասնագիտական վարքագծի պահանջներից, կամ

ե) ապրանքների և գործարքների համար, ներառյալ հետկանչման և չեղյալ համարման իրավունքը՝ նման իրավունքների առկայությունը:

ԵՄ սպառողների պաշտպանության հիմնադրույթների շարքում անհրաժեշտ է հստակորեն նշել վերջնական գնի հստակ հայտարարումը: Տվյալ սկզբունքն առկա է Եվրոպական Միության կառույցների կողմից ընդունված բազմաթիվ կանոններում, ներառյալ վերը բերած ցանկի «գ» պարբերությունը: Սույն սկզբունքի կարևորությունը լրացուցիչ անգամ ապացուցվել է Եվրոպական Միության վերջին նախաձեռնությամբ՝

կապված Եվրոպական Միությունում ցածրարժեք ավիատոմսերի պարտադրման մասին Հրահանգի ընդունման հետ, որի նպատակը ոչ միայն փոխադրման գնի, այլ նաև զանձվող բոլոր ծախսերի և օդակայանային վճարումների վերհանումն է: Իրականում, ցածրարժեք ավիատոմսերը սովորաբար հայտարարում են չվերթներ, որոնց գները պարզապես կրկնապատկվում են, երբ ուղևորը գնում է տոմար:

Վերջապես, Հրահանգը սահմանում է, որ առևտրային գործունեությունը համարվում է ազդեցիկ, եթե իր փաստացի ենթատեքստով, հաշվի առնելով բոլոր առանձնահատկություններն ու հանգամանքները, վիրավորելով, բռնանալով, ներառյալ ֆիզիկական ուժի կիրառումը, կամ ազդեցության չարաշահմամբ՝ այն էապես վնասում է սպորանքի հետ կապված միջին սպառողի ընտրության կամ վարքագծի ազատությունը, և դրանով իսկ ստիպում կամ կարող է ստիպել միջին սպառողին կայացնել գործնական որոշում, որը նա այլ հանգամանքներում չէր կայացնի: Հետևյալ տարրերը հնարավորություն են տալիս որոշելու, արդյոք առևտրային գործունեությունը կիրառում է վիրավորանք, բռնություն, ներառյալ ֆիզիկական ուժի կիրառումը, կամ ազդեցության չարաշահում:

- ա) դրա ժամանակային ընտրությունը, տեղակայումը, բնույթը կամ համառությունը,
- բ) ստիպողական կամ չարաշահող լեզվի կամ վարքագծի կիրառումը,
- գ) սպառողի մտածելակերպի վրա վնասակար ազդեցություն ունեցող և վաճառողին հայտնի որևէ առանձնահատուկ անհաջողության կամ նման ծանր իրավիճակի շահագործումը վաճառողի կողմից՝ սպորանքի վերաբերյալ սպառողի որոշման վրա ներգործելու նպատակով,
- դ) վաճառողի կողմից ինչ-որ ծանրացուցիչ կամ անհամաչափ ոչ պայմանագրային խոչընդոտների հաստատում, երբ սպառողը ցանկանում է գործածել պայմանագրից բխող իր իրավունքները, ներառյալ պայմանագիրը լուծելու, կամ սպորանքը կամ վաճառողին փոխելու իրավունքը, կամ
- ե) որևէ գործողություն կատարելու պարտադրում, որը իրավականորեն իրագործելի չէ:

Ամենաէականն այն է, որ Հրահանգը պահանջում է, որ Անդամ Երկրները ապահովեն անբարեխիղճ առևտրային գործունեության դեմ պայքարի համապատասխան և արդյունավետ միջոցառումներ: Նման միջոցառումները ներառում են սպառողների կողմից նախաձեռնվող համապատասխան իրավական գործողություններ, որոնք կարող են ներկայացվել արդարադատության կամ վարչական մարմիններին՝ ներառյալ վերաքննիչ և միջնորդ ատյանները: Պարտադրման վերջնական նպատակը անբարեխիղճ առևտրային գործունեության դադարեցումն ու արգելումն է. փաստացի կորստի կամ վնասի, կամ վաճառողի կողմից մտադրության կամ անփութության սպացուցումը պարտադիր չէ: Ավելին, Անդամ Երկրները պետք է սահմանեն տույժեր՝ Եվրոպական Միության Հրահանգի դրույթները արտացոլող ազգային կանոնների խախտման համար: Նման տույժերը պետք է լինեն արդյունավետ, համաչափ և տարհամոզիչ:

Հրահանգը նաև պարունակում է գործողությունների ցանկ, որոնք ցանկացած պարագայում համարվում են անբարեխիղճ: Այդ ցանկը ներառում է հետևյալը.

- ա) խաբեության միջոցով հայտարարումը, թե սպորանքը հասանելի կլինի միայն շատ սահմանափակ ժամանակահատվածում, կամ որ այն առանձնահատուկ պայմաններով հասանելի կլինի սահմանափակ ժամանակահատվածում, կամ կորզել սպառողից շուտափույթ որոշում և գրկել նրան տեղեկացված որոշում կայացնելու համար բավականաչափ հնարավորությունից կամ ժամանակից,
- բ) հետգործարքային սպասարկում տրամադրելու ուղղությամբ գործողությունների նախաձեռնում այն սպառողների համար, որոնց հետ վաճառողը գործարքն իրականացնելուց առաջ հարաբերվել է տվյալ վաճառողի տեղակայման վայր

հանդիսացող Անդամ Երկրի պաշտոնական լեզու չհանդիսացող լեզվով, և այնուհետև նման ծառայություն տրամադրում միայն այլ լեզվով՝ հստակորեն չտեղեկացնելով այդ մասին սպառողին նախքան նրա ենթարկվում է տեղաշարժման,

զ) պնդումը, թե հանդիսանում է վարքագծի կանոնների ստորագրած կողմ, եթե վաճառողն այդպիսին չի հանդիսանում,

դ) վստահության նշանների, որակի նշանների կամ նման այլ բաների ցուցադրում՝ չունենալով դրանց համար անհրաժեշտ թույլտվություններ,

ե) ըստ էության ոչ ճիշտ հայտարարություններ կատարում՝ կապված ապրանքը սպառողի կողմից չգնելու դեպքում սպառողի կամ նրա ընտանիքի անձնական անվտանգության ռիսկի բնույթի և ծավալների հետ,

զ) հայտարարում, թե վաճառողը դադարեցնում է վաճառքը կամ փոփոխում է սկզբնական պայմանները, երբ նա նման բան չի անում,

է) պնդելում, թե ապրանքն ընդունակ է հեշտացնելու ազարտ խաղերում հաղթելու հնարավորությունը, և այլն:

#### **IV. Եվրոպական Միությունում սպառողների պաշտպանության ապագան**

Ավարտելու համար այս կարճ ներկայացումը պարզապես անհրաժեշտ է նշել, որ սույն ձեռնարկի նախագծման ժամակահատվածում Եվրոպական Միության պաշտոնյաների և օրենսդիրների ուշադրությունը կենտրոնացած է 2005 թվականի ապրիլի 6-ին ընդունված Առողջության և Սպառողների Պաշտպանության 2007-2013 Ծրագրի վրա՝ այնքանով, որքանով սպառողների պաշտպանությունը ենթադրվում է: Տվյալ ծրագրի առավել հարվածային տարն այն է, որ այն միավորում է սպառողի պաշտպանության և առողջության խնդիրները. ինչևէ, կարելի է համոզվել, որ սպառողների պաշտպանության սահմաններն անցյալում միշտ չէ որ պարզ են եղել: Տվյալ ոլորտները համատեղելու նպատակով Ծրագիրը հատկորոշում է հիմնական նպատակները և այն նպատակները, որոնք հատուկ են սպառողների պաշտպանության և առողջության համար:

Հնարավոր չէ անդրադառնալ այն տարբեր օրենսդրական նախաձեռնություններին, որոնք ներկայումս անավարտ են Եվրոպական կառույցների մակարդակում. պարզապես կարելի է արձանագրել, որ սպառողների պաշտպանության ոլորտում օրենսդրական միջոցառումները միանգամայն վճռական են:

Եզրափակելու համար մեջբերենք ԵՄ սպառողական քաղաքականության Հիմնական Սկզբունքների կրկնօրինակները պարունակող ձեռնարկը<sup>14</sup>, որը անտարակույս կգործի դեռևս երկար տարիներ.

1. գնիր ինչ կարող ես, որտեղ կարող ես,
2. եթե դա չի աշխատում՝ վերադարձրու հետ,
3. սննդամթերքի և այլ սպառողական ապրանքների անվտանգության բարձր չափորոշիչներ,
4. իմացիր ինչ ես ուտում,
5. պայմանագիրը պետք է լինի ազնիվ սպառողների համար,
6. երբեմն սպառողները կարող են փոխել իրենց մտադրությունը,
7. հեշտացնել գների համեմատման գործընթացը,
8. սպառողները չպետք է մոլորեցվեն,
9. պաշտպանություն, երբ դուք գտնվում եք արձակուրդում,
10. օտարերկրյա տարածայնությունների արդյունավետ ճշգրտում:

<sup>14</sup> Ձեռնարկը կարելի է ստանալ հետևյալ կայքից՝  
[http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_info/10principles/en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/en.pdf):