

**„მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“  
საქართველოს კანონის პროექტის ანალიზი**

დავით კერესელიძე\*

წინამდებარე ანალიზი შესრულებულია საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრისა და ნიუ ვიჟენ უნივერსიტეტის ევროპული და შედარებითი სამართლის ინსტიტუტის თანამშრომლობის ფარგლებში. იგი მიზნად ისახავს რეკომენდაციების შემუშავებას „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის შემდგომი გაუმჯობესებისთვის.

**1. კანონის ადგილი საკანონმდებლო სისტემაში**

ანალიზის ამ ნაწილის მიზანია მოქმედების სფეროსა და მოწესრიგებულ საკითხთა წრის მიხედვით „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის მიმართების განსაზღვრა სხვა კანონებთან.

**1.1 მოქმედების სფერო**

მოქმედების სფეროს მოწესრიგებისას თავდაპირველად აქცენტი კეთდება პირთა წრეზე („მომხმარებელი“), ხოლო შემდგომ ტერიტორიული მოქმედების პრინციპზე („საქართველოს ტერიტორიაზე“), ბოლოს დეკლარირებულია, რომ მისი მოქმედება ვრცელდება „უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებსა და სამართლებრივ გარანტიებზე“.

ცხადია, „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონი უნდა იცავდეს „მომხმარებელს“. ამასთან, ის, რომ „მომხმარებელს“ კანონის თანახმად, შეიძლება წარმოადგენდეს მხოლოდ ფიზიკური პირი, დასაშვებია გადაწყვეტა, თუმცა კანონის მოქმედების იურიდიულ პირებზე გავრცელებაც არ არის უცხო მომხმარებელთა დაცვის სფეროსთვის.

---

\* ნიუ ვიჟენ უნივერსიტეტის პროფესორი.

შესაძლებელია მე-4 მუხლში (ტერმინთა განმარტება) მოცემული „მომხმარებლის“ განმარტების უშუალოდ დაკავშირება კანონის რეგულირების სფეროსთან. ამ გადაწყვეტას პოზიტიური შედეგი „ტერმინთა განმარტების“ ცალკე მუხლად ჩამოყალიბების მიზანშეწონილობაზე უარის თქმის თვალსაზრისითაც ექნებოდა.

ამასთან, კანონში დათქმა, რომ მომხმარებელთა დაცვა ისე ხორციელდება „როგორც ფიზიკურ პირთა“, კანონის მოქმედების სფეროს ამსახველი ძირითადი ფორმულირებიდან ამოიღება.

ამასთან, გასათვალისწინებელია, რომ იურიდიულად ცნება „პროდუქტის“ ნაცვლად უფრო სწორია ტერმინის – „საქონლის“ გამოყენება. მართალია, ამ ეტაპზე მეტად დამკვიდრებულია ცნება „პროდუქტი“, მაგრამ ტერმინ „საქონლის“ დამკვიდრება მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში უდავოდ დასაფიქრებელი და პრიორიტეტულიც შეიძლება იყოს ერთიან ტერმინოლოგიასთან მეტი თანხვედრის უზრუნველსაყოფად.

გარდა ამისა, ნიშანდობლივია, რომ კანონის რეგულირების სფეროს განმარტებამ შესაძლებელია, „მომხმარებლის“ ცნების გარდა, მოიცვას „პროდუქციის“ ცნებაც. კერძოდ, თუ მოხდება შეთანხმება იმის თაობაზე, რომ „პროდუქციის“ ქვეშ უნდა მოიაზრებოდეს „საქონელი“ და „მომსახურება“, რაც აპრობირებულია ევროპულ დირექტივებში (მაგ.: შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის შესახებ (2005/29) დირექტივა) და საკანონმდებლო ტექნიკის თვალსაზრისითაც, მნიშვნელოვნად გაამარტივებს ნორმათა ფორმულირებას (იმ კუთხით, რომ საჭირო აღარ იქნება ყველა პუნქტში საქონლისა და მომსახურების ცალკე მითითება).

საქართველოს ტერიტორიაზე მოქმედების აქცენტი მართებულია.

რაც შეეხება „უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებსა“ და „სამართლებრივ გარანტიებს“, გასაანალიზებელია ამ ორი ელემენტის შინაარსის ურთიერთმიმართება. მაგალითად, შეიძლება ჩაითვალოს, რომ პირველი უკვე მოიცავს მეორეს და, შესაბამისად, შესაძლებელია, მე-2 მუხლის შემდეგი ფორმულირება:

„მუხლი 2. კანონის რეგულირების სფერო

ეს კანონი აწესრიგებს საქართველოს ტერიტორიაზე იმ ფიზიკურ პირთა უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს, რომლებიც მომხმარებლების სტატუსით სახელშეკრულებო

ურთიერთობაში შედიან პროდუქციის (საქონელი ან მომსახურება) პირადი ან საყოფაცხოვრებო მოხმარებისთვის გამოყენების მიზნით”.

## 1.2 კანონის მიზნები

პროექტის პირველი მუხლი ეთმობა კანონის მიზნებს. აღნიშნული ნორმის „ა“ ქვეპუნქტში კანონის მიზნად გამოცხადებულია „ეროვნული პოლიტიკის“ განსაზღვრა, რაც შესაძლებელია არ იყოს მომგებიანი (იხ. ქვემოთ, 2.1).

აქვე, მიზანშეწონილია, „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტების ურთიერთკავშირში განმარტების ნაცვლად, მათი ერთ მუხლად გაერთიანება და, მაგალითად, შემდეგი შინაარსით ჩამოყალიბება:

„ჩამოყალიბდეს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ორგანოების ეფექტიანად ფუნქციონირების პირობები სახელმწიფო ზედამხედველობისა და საზოგადოებრივი მონიტორინგის ჩართულობით, მათ შორის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო ზედამხედველობის სისტემა“;

მცირე ჩასწორებას საჭიროებს „დ“ ქვეპუნქტიც, რომლის ფორმულირების ალტერნატივა შეიძლება იყოს:

„ხელი შეუწყოს მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ჩამოყალიბებას“.

რაც შეეხება „ე“ ქვეპუნქტს, უმჯობესია იგი ამოღებულ იქნას კანონის ნორმიდან და შესაბამისი ტექსტი აისახოს კანონპროექტის განმარტებით ბარათში. სახელმწიფოში ცალკეული მოწესრიგების მიზანშეწონილობა არ არის დამოკიდებული მხოლოდ „საუკეთესო საერთაშორისო და ევროპული პოლიტიკის გაზიარებაზე“. ეს ცალსახად ლეგიტიმური ფრაზაა კანონპროექტის განმარტებითი ბარათისთვის, მაგრამ არა უშუალოდ კანონის მიზნად გამოცხადებისთვის. შესაბამისად, ნებისმიერი მოწესრიგების ჩამოყალიბებისას მხედველობაშია მისაღები შესაბამისი მოწესრიგების შედარებით სამართლებრივი ალტერნატივები, თუმცა გადაწყვეტილება მიიღება ცალკეული ღირებულების

დამკვიდრების მიზანშეწონილობიდან გამომდინარე და არა იმიტომ, რომ იგი სხვა სახელმწიფოებში უკვე არსებობს.

ამდენად, მიზანშეწონილია, კანონის პირველი მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგნაირად:

„მუხლი 1. კანონის მიზნები

ამ კანონის მიზანია:

- ა) განისაზღვროს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართლებრივი საფუძვლები;
- ბ) ჩამოყალიბდეს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ორგანოების ეფექტიანად ფუნქციონირების პირობები სახელმწიფო ზედამხედველობისა და საზოგადოებრივი მონიტორინგის ჩართულობით, მათ შორის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო ზედამხედველობის სისტემა;
- გ) ხელი შეუწყოს მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ჩამოყალიბებას”.

### 1.3 მიმართება სხვა ნორმატიულ აქტებთან

„მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონმა მისი მოქმედების სფეროს ფარგლების გათვალისწინებით ადგილი უნდა დაიკავოს საქართველოს სამოქალაქო კოდექსსა და სხვა სპეციალურ კანონებს შორის. შესაბამისად, იგი უფრო სპეციალური იქნება, ვიდრე სამოქალაქო კოდექსი და უფრო ზოგადი, ვიდრე მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში მოქმედი სხვა კანონები.

ამასთან, კანონპროექტის მე-3 მუხლის პირველი ნაწილი არ ითვალისწინებს რაიმე ახალ ან არსებით რეგულაციას. შესაბამისად, იგი შეიძლება ამოღებულ იქნას პროექტის ტექსტიდან. რაც შეეხება მე-3 მუხლის მე-2 პუნქტს, იგი უმჯობესია, დაიხვეწოს საკანონმდებლო ტექნიკის თვალსაზრისით. დასახელებული მუხლით კანონმდებელს, ცალსახად, ვერ ექნება სამართლებრივ ნორმათა ურთიერთმიმართების განსაზღვრის პრეტენზია; მიუხედავად იმისა, რომ „ნორმატიული აქტების შესახებ“ საქართველოს კანონიც, რომელიც სამართლებრივ ნორმათა იერარქიას აწესრიგებს, „კანონის“ ფორმით მოქმედი აქტია.

ამრიგად, აღნიშნული ნორმის ფორმულირება უნდა მოხდეს სამართლის ზოგადი პრინციპებიდან გამომდინარე. შესაბამისად, გაზიარებულ უნდა იქნას მიდგომა, რომლის თანახმად, მომხმარებლისთვის პრეფერენციული მოწესრიგების დათქმით, უპირატესობა სპეციალურ კანონს უნდა მიენიჭოს.

ფორმულირების თვალსაზრისით, მე-3 მუხლი შეიძლება ჩამოყალიბდეს შემდეგნაირად:

„მუხლი 3. კანონმდებლობა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შემთხვევაში უპირატესობა ენიჭება სპეციალურ კანონს, თუ ის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს ითვალისწინებს”.

## **2. კანონით მოსაწესრიგებელ საკითხთა წრე და რეგულირების ფარგლების ანალიზი**

ამ ნაწილის მიზანია მოსაწესრიგებელ საკითხთა წრის სხვადასხვა ასპექტის ანალიზი, რათა შესაძლებელი გახდეს კანონის პროექტის შინაარსის შესახებ ცალკეული გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო დისკუსიის წარმართვა.

### **2.1 სახელმწიფო პოლიტიკის მოწესრიგება**

პროექტის პირველი მუხლის „ა“ ქვეპუნქტში კანონის მიზნად გამოცხადებულია „ეროვნული პოლიტიკის“ განსაზღვრა, ხოლო მე-5 მუხლში საუბარია „სახელმწიფო პოლიტიკაზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში“. სისტემური თვალსაზრისით, არამართებულია ზოგად დებულებებში გაცხადებული მიზნისა და მიზნის შესაბამისი ამომწურავი მოწესრიგების თანაარსებობა.

შესაბამისად, არსებობს ორი ალტერნატივა:

ა) თუ მიღებული იქნება გადაწყვეტილება „სახელმწიფო პოლიტიკის“ კანონით განსაზღვრის თაობაზე (რაც თავისთავად გარკვეულ აზრთა სხვადასხვაობას წარმოშობს), მე-5 მუხლი სისტემურად დამოუკიდებელ თავად უნდა ჩამოყალიბდეს;

ბ) ამის საპირისპიროდ, შესაძლებელია, უფრო მიზანშეწონილი იყოს პირველი მუხლის დათქმის ამოღება („ეროვნული პოლიტიკის“ შესახებ) და მე-5 მუხლის დატოვება, სწორედ ზოგადი დებულებების ფორმატში.

შესაბამისად, სახელმწიფო პოლიტიკის მარეგულირებელი ნორმა შესაძლებელია, ჩამოყალიბდეს შემდეგნაირად:

„მუხლი 5 (4). სახელმწიფო პოლიტიკა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში

სახელმწიფო უზრუნველყოფს საერთაშორისოდ აღიარებული ნორმების შესაბამისად, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში მოქმედი სამართლებრივი რეგულაციების მუდმივ განახლებას, მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის ეფექტიანი მექანიზმების დანერგვასა და მომხმარებელთა უფლებებთან დაკავშირებული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას”.

## **2.2 მიმართება პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსთან**

გამოსაკვეთია პროექტის მიმართება „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსთან“.

### **2.2.1 მოწესრიგების სფეროების გამოიჯვანა**

კოდექსის პირველი სამი თავი არსებითად კანონის პროექტით გათვალისწინებულ საკითხთა წრეს აწესრიგებს. შესაბამისად, თუ ეს ნორმები შენარჩუნდება (რაც ამ მომენტისთვის უალტერნატივო ჩანს), ისინი შესაძლებელია, შესაბამისობაში მოვიდეს პროექტით გათვალისწინებულ ზოგად პრინციპებთან და მოწესრიგებასთან.

თავის მხრივ, შესაძლებელია პროექტით გათვალისწინებული საკითხების ნაწილის „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ შინაარსში დაინტეგრირება. მაგალითად, ის დებულებები, რომლებიც ითვალისწინებს მარეგულირებელი, თუ მაკონტროლებელი ორგანოების ჩამოყალიბებასა და

ადმინისტრაციული ჯარიმების დაწესებას, შესაძლებელია, დაინტეგრირდეს კოდექსში.

ეს გამართული და ლოგიკური სისტემის ფორმირებისკენ გადადგმული ნაბიჯი იქნება. კერძოდ, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონი თავისი არსით კერძოსამართლებრივ კანონად შეიძლება ჩამოყალიბდეს, ხოლო პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსი დარჩეს ადმინისტრაციული ურთიერთობების მარეგულირებლად.

## **2.2.2 გადასადგმელი ნაბიჯების ეტაპობრივი განხორციელების უპირატესობა**

არსებობს ეტაპობრივი მოქმედების ალტერნატივა:

პირველ ეტაპზე – შემუშავდეს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კერძოსამართლებრივი რეგულაციები, რომლის პარალელურადაც ყველაზე უმტკივნეულო გზად კოდექსში, კანონპროექტის შინაარსიდან გამომდინარე, აუცილებელი ცვლილებების ინტეგრირება იკვეთება. მით უმეტეს, რომ ასეთი ცვლილებები შეიძლება მხოლოდ რამდენიმე პრინციპულ საკითხს შეეხოს.

მეორე ეტაპზე – მომზადდეს ადმინისტრაციულსამართლებრივი რეგულაციები, რომლებიც როგორც კონტროლის, ისე სანქციების დადგენის ნაწილში, სისტემურად აისახება „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ შინაარსში. ამ ეტაპს სხვადასხვა პირობის დადგომა და მნიშვნელოვანი მოსამზადებელი სამუშაოს ჩატარება (პოლიტიკური ნება, მიდგომების შეჯერება) დასჭირდება.

ამასთან, შესაძლებელია, სახელმწიფო თუ საზოგადოებრივი კონტროლის ელემენტი პირველ ეტაპზევე აისახოს და გამოიხატოს მომხმარებელთა უფლებების დამცველი ორგანიზაციებისთვის მნიშვნელოვანი უფლებების მინიჭებით თუ ომბუდსმენის ინსტიტუტის ჩამოყალიბებით. ამით კანონის პროექტი ნაკლებ წინააღმდეგობას წააწყდება და მისი ამოქმედებაც გაცილებით უფრო მალე იქნება შესაძლებელი.

ამ მოსაზრების გათვალისწინებით, მიზანშეწონილი იქნება, კანონის პროექტიდან ამოღებულ იქნას მე-4 და მე-5 თავები,

ამასთან, ცალკე ჩამოყალიბდეს „მომხმარებელთა ომბუდსმენის“ ინსტიტუტის მარეგულირებელი ნორმა:

„მუხლი 15. მომხმარებელთა ომბუდსმენი

1. მომხმარებელთა ომბუდსმენი ზედამხედველობას უწევს საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვას, ავლენს მათი დარღვევის ფაქტებს, ხელს უწყობს დარღვეული უფლების აღდგენასა და მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის შესაძლო ინტერესთა კონფლიქტის მოგვარების ალტერნატიული საშუალებების შეთავაზებას.
2. მომხმარებელთა ომბუდსმენი უფლებამოსილია, განახორციელოს კვლევითი, ანალიტიკური და შეფასებითი საქმიანობა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიზნით, ითანამშრომლოს სათანადო მაკონტროლებელ/ზედამხედველ/საკანონმდებლო ორგანოებთან და სამომხმარებლო არასამთავრობო ორგანიზაციებთან კონსულტაციების შედეგად, შეიმუშაოს რეკომენდაციები მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შემდგომი გაუმჯობესების მიზნით.
3. მომხმარებელთა ომბუდსმენს 4 წლის ვადით თანამდებობაზე ნიშნავს და ათავისუფლებს საქართველოს პრემიერმინისტრი, საქართველოში მოქმედი სამომხმარებლო არასამთავრობო ორგანიზაციების წარდგინების საფუძველზე. ერთი და იგივე პირი მომხმარებელთა ომბუდსმენის თანამდებობაზე შეიძლება დაინიშნოს ზედიზედ მხოლოდ ორჯერ.
4. მომხმარებელთა ომბუდსმენის უფლებამოსილება, მისი საქმიანობის ძირითადი პრინციპები და ფორმები რეგულირდება მომხმარებელთა ომბუდსმენის დებულებით, რომელსაც ამტკიცებს საქართველოს პრემიერმინისტრი.
5. მომხმარებელთა ომბუდსმენი წელიწადში ერთხელ საგაზაფხულო სესიაზე საქართველოს პარლამენტს წარუდგენს ინფორმაციას საქართველოში მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და მდგომარეობის შესახებ.
6. მომხმარებელთა ომბუდსმენი განიხილავს მომხმარებელთა განცხადებებსა და საჩივრებს, რომლებიც შეეხება მომხმარებელთა უფლებების დარღვევის ფაქტებს. მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის წარმოშობილ დავაში იგი მონაწილეობს, როგორც



მომხმარებლის წარმომადგენელი და ვალდებულია იმოქმედოს მომხმარებლის ინტერესების შესაბამისად.

7. დავის მოუგვარებლობის შემთხვევაში, მომხმარებელთა ომბუდსმენს უფლება აქვს მიმართოს სასამართლოს მომხმარებლის ინტერესების დასაცავად.

8. მომხმარებელთა ომბუდსმენი ვალდებულია დავის განხილვის პროცესში უზრუნველყოს საქართველოში მოქმედი სამომხმარებლო არასამთავრობო ორგანიზაციების ჩართულობა.

9. ომბუდსმენის მომსახურების ხარჯები ანაზღაურდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან. მომხმარებლის მიერ დავის წარმოების განზრახ და გაუმართლებლად გაჭიანურების გამო, მომხმარებელი ვალდებულია თავად აანაზღაუროს მისი ქმედებით გამოწვეული დამატებითი ხარჯები”.

### **2.2.3 ალტერნატივა – მოსაწესრიგებელ საკითხთა ერთ კანონში თავმოყრა**

დასაშვებია, კიდევ ერთი განვითარება – კოდექსის ზემოაღნიშნული სამი თავი გადამუშავდეს და შეივსოს ისე, რომ აღარ გახდეს აუცილებელი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონის მიღება. ამრიგად, სასურველია სამუშაო ჯგუფის ფორმატში გაიმართოს დისკუსია აღნიშნულ საკითხზე.

ამის საპირისპირო დაშვება, რომელიც პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის ან მისი ნაწილის გაუქმებას და შესაბამისი რეგულირების ახალ კანონში თავმოყრას შეიძლება ითვალისწინებდეს, არარაციონალური იქნებოდა თანამიმდევრულობის, პროცესების ეკონომიურობისა და სიახლის დამკვიდრების სიმარტივის პრინციპებიდან გამომდინარე.

### **3. შესაბამისობა საქართველოს კანონმდებლობასთან**

ამ ნაწილის მიზანია, მოწესრიგებული ინსტიტუტებისა და გამოყენებული ტერმინოლოგიის ანალიზის საფუძველზე, დადგინდეს საქართველოს სამოქალაქო კოდექსისა და სპეციალური კანონების (მაგალითად, „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და

თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსი“) ნორმებთან კანონპროექტის შესაბამისობა.

### **3.1 მიმართება პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის ზოგად პრინციპებთან**

პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის ზოგადი პრინციპების მოწესრიგება ხორციელდება მე-2 მუხლით, რომლის პირველი ნაწილის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად, კოდექსი ეფუძნება ზოგად პრინციპს – „სახელმწიფოს მიერ დაწესებული უსაფრთხოების სავალდებულო მოთხოვნების მხოლოდ რეგულირებულ სფეროზე გავრცელებას. სხვა სფეროში მეწარმეს თავად აქვს უფლება, აირჩიოს და დააკმაყოფილოს უსაფრთხოების მოთხოვნები“. თუმცა ამავე ნორმის „ბ“ ქვეპუნქტით კოდექსი ზოგად პრინციპად განამტკიცებს, ასევე, „მინიმალურად საჭირო რეგულირებით უსაფრთხო პროდუქტის ბაზარზე განთავსების უზრუნველყოფას“.

ამ ორი ნორმის ურთიერთკავშირში განმარტებით უნდა მიიღწეს ის, რომ მეწარმის „არჩევანი“, ნებაყოფლობით დააკმაყოფილოს უსაფრთხოების მოთხოვნები, არ უნდა უქმნიდეს საფრთხეს „ბ“ ქვეპუნქტით დეკლარირებულ „უსაფრთხო პროდუქტის ბაზარზე განთავსების უზრუნველყოფას“. შესაბამისად, კანონმდებლის მიზანია, მეწარმეს არ დაუწესდეს არათანაზომიერი შეზღუდვები, თუმცა, ამავდროულად, გარანტირებული იყოს ბაზარზე უსაფრთხო პროდუქტის დაშვება.

ასეთი განმარტების შემთხვევაში, ეს დებულებები არ ეწინააღმდეგება განსახილველი კანონპროექტის ზოგად პრინციპებს

### **3.2 მიმართება პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის რეგულირებასთან პროდუქციის ბაზარზე შეზღუდვის გარეშე დაშვების თვალსაზრისით**

პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მე-3 მუხლის პირველი ნაწილის შესაბამისად, „რეგულირებული სფეროსთვის მიკუთვნებული პროდუქტი, რომელიც წარმოებულია პროდუქტის უსაფრთხოების სათანადო

სტანდარტებისა და განვითარებული ხარისხის ინფრასტრუქტურის ქვეყანაში, მისი კანონმდებლობის შესაბამისად, ბაზარზე განთავსდება შეზღუდვის გარეშე“.

ამ შემთხვევაშიც, მოქმედებს ანალოგიური პრინციპი, რომლის თანახმად, „ბაზარზე განთავსდება შეზღუდვის გარეშე“ ხორციელდება იმ შემთხვევაში, თუ არსებობს „პროდუქტის უსაფრთხოების სათანადო სტანდარტების“ დაცვის პრეზუმფცია. ამას კანონმდებელი ცალკეულ ქვეყანაში არსებულ შიდა კონტროლის მექანიზმებს უკავშირებს. ცხადია, პრეზუმფციის დაშვება არ გამორიცხავს იმას, რომ კონტროლის მექანიზმების არსებობის მიუხედავად, შესაძლებელია, დაირღვეს უსაფრთხო პროდუქტის ბაზარზე განთავსების ვალდებულება. პრეზუმფციის არსი, სწორედ იმაში მდგომარეობს, რომ ვარაუდი შეიძლება ყოველთვის არ გამართლდეს, თუმცა ეკონომიურობის პრინციპიდან გამომდინარე, ამან ხელი არ უნდა შეუშალოს ცალკეული პროდუქტის მწარმოებლის მიმართ ნდობას.

ამ შემთხვევაშიც, შესაძლებელია, არსებული რეგულაციის შენარჩუნების სასარგებლოდ გაკეთდეს არჩევანი.

### **3.3 მიმართება საქართველოს სამოქალაქო კოდექსისა და პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის დაცული სფეროს მომწესრიგებელ დებულებებთან**

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 1009-ე მუხლით გათვალისწინებული პასუხისმგებლობა, წუნდებული პროდუქტით გამოწვეული ზიანისთვის, ამავე კოდექსის 1014-ე მუხლით, ვრცელდება „ზიანზე, რომელიც წარმოიშვა სიკვდილით ან სხეულის ან/და ჯანმრთელობის დაზიანებით“. პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის მე-5 მუხლის „ბ“ პუნქტის „ბ.ა“ და „ბ.ბ“ ქვეპუნქტების შესაბამისად, ეს პასუხისმგებლობა ფართოვდება და მოიცავს, ასევე, „ქონების ნებისმიერი ნაწილის დაზიანებას ან განადგურებას (...), რომლის ღირებულება 300 ლარზე მეტია“.

ერთი შეხედვით, პასუხისმგებლობის გაფართოება და ზიანის ანაზღაურების მოთხოვნის ქონებრივ ზიანზე გავრცელება სპეციალური კანონით მისასაღებელია, თუმცა 300 ლარზე აქცენტის გაკეთების მიზანშეწონილობა ნაკლებად დამაჯერებელია,

განსაკუთრებით, იმ გარემოების გათვალისწინებით, რომ ნორმის ფუნქცია მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა უნდა იყოს.

ცხადია, მომხმარებლისთვის 300 ლარის ოდენობით მიყენებული ზიანიც უნდა ექვემდებარებოდეს ანაზღაურებას. შესაბამისად, არსებითია თავად ზიანის ფაქტი, მისი ანაზღაურების აუცილებლობა და არა – ზიანის ოდენობა, რომელიც მხოლოდ ანაზღაურების მოცულობაზე შეიძლება ახდენდეს გავლენას. ამდენად, მიზანშეწონილია, შესაბამისი ცვლილების განხორციელება „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-5 მუხლის „ბ“ პუნქტის „ბ.ბ“ ქვეპუნქტში.

### **3.4 მიმართება საქართველოს სამოქალაქო კოდექსისა და პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის წუნდებული პროდუქტის მომწესრიგებელ ნორმებთან**

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 1010-ე მუხლის შესაბამისად, „პროდუქტი წუნდებულად მიიჩნევა, თუ იგი არ უზრუნველყოფს იმ საიმედოობას, რომელიც ყველა გარემოების გათვალისწინებით მოსალოდნელი იყო ამ პროდუქტისაგან“. „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-5 მუხლის „ა“ ქვეპუნქტით, აქცენტი კეთდება უსაფრთხოების ისეთ მოთხოვნებზე, რომელთაც პირი ამ პროდუქტისგან ელის. ამასთან, აღნიშნული ჩანაწერიდან გამომდინარე, რომ აქცენტი ე.წ. სუბიექტურ თუ ობიექტურ ტესტზე უნდა გაკეთდეს, არსებითად ინტერესს მოკლებულია და საკანონმდებლო ჩარევის აუცილებლობას არ იწვევს.

ამის საპირისპიროდ, „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-6 მუხლის მე-6 ნაწილი სადავო სამართლებრივ კონსტრუქციას აყალიბებს: „წუნდებული პროდუქტი შეიძლება განთავსდეს ბაზარზე, თუ მიმწოდებელმა მკაფიოდ აცნობა მომხმარებელს, რომ იგი წუნდებულია“. ამ შემთხვევაში არსებითია, რომ სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესრულება უნაკლოდ ჩაითვლება შეთანხმებული „წუნის“ არსებობის მიუხედავად (რომელიც აღარ იქნება წუნი, ვინაიდან მხარეები სწორედ ასეთ შესრულებაზე თანხმდებიან), ხოლო ქონების გადაცემის შემთხვევაში – ეს ქონება შეთანხმებული ხარისხის მქონე იქნება. ამდენად, პროდუქტის „წუნდებულობა“

კარგავს მნიშვნელობას, რადგან ჩაითვლება, რომ განხორციელდა ნივთობრივად უნაკლო შესრულება.

ამდენად, „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-6 მუხლის მე-6 ნაწილი არ ითვალისწინებს სამართლებრივად არსებით რეგულირებას და მისი არსებობა მიზანშეუწონელია.

ანალოგიურად, გაუგებარია „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-8 მუხლის რეგულაცია მწარმოებლის პასუხისმგებლობის გამორიცხვის წინაპირობების კონტექსტში:

– „ა“ ქვეპუნქტი – „პროდუქტი ბაზარზე მას არ განუთავსებია“;

– „გ“ ქვეპუნქტი – „...პროდუქტი არ ყოფილა წარმოებული / გავრცელებული მის მიერ საწარმოს საქმიანობის პერიოდში“;

– „დ“ ქვეპუნქტი – „წუნი პროდუქტის ტექნიკური რეგლამენტის მოთხოვნებთან შესაბამისობამ გამოიწვია“.

მწარმოებლის პასუხისმგებლობის გამორიცხვა თითოეულ ასეთ შემთხვევაში გაუმართლებელია:

– ის რომ „პროდუქტი ბაზარზე მას არ განუთავსებია“ („ა“ ქვეპუნქტი), არ გამორიცხავს მწარმოებლის პასუხისმგებლობას; ამ უკანასკნელს, თავის მხრივ, უნდა ჰქონდეს მოთხოვნა იმ მესამე პირისადმი, ვის ქმედებასაც მოჰყვა პროდუქტის ბაზარზე დაშვება. გამონაკლის შემთხვევად კი, შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ მწარმოებელს არ შეეძლო (ობიექტური ტესტი) და არც დაუშვია (სუბიექტურ ტესტთან ერთობლიობაში), რომ მის ქმედებებს მოჰყვებოდა პროდუქტის ბაზარზე განთავსება;

– სადავოა „გ“ ქვეპუნქტის დათქმაც; კერძოდ ის, რომ „პროდუქტი არ ყოფილა წარმოებული / გავრცელებული მის მიერ საწარმოს საქმიანობის პერიოდში“ უნდა იწვევდეს წინა შემთხვევის ანალოგიურ შედეგს – იგი არ უნდა გამორიცხავდეს პასუხისმგებლობას, არამედ უნდა წარმოშობდეს მწარმოებლის მოთხოვნას მესამე პირებისადმი (რეგრესის წესით);

– „დ“ ქვეპუნქტის დათქმა გაუგებარია, ვინაიდან რჩება შთაბეჭდილება, რომ „ტექნიკური რეგლამენტის მოთხოვნებთან შესაბამისობამ“ შეიძლება გამოიწვიოს „პროდუქტის წუნი“. ბუნებრივია, ასეთი დათქმის საკანონმდებლო მოწესრიგება არამართებულია: პროდუქტის „წუნის“ შეფასებისას ერთ-ერთი

მთავარი კრიტერიუმი, სწორედ, ტექნიკურ რეგლამენტებთან შესაბამისობაა. ამდენად, თუ პროდუქტი ასეთ მოთხოვნებს შეესაბამება, ის წუნდებულად ვეღარ ჩაითვლება და აღნიშნულის დამოუკიდებელი მოწესრიგების საჭიროებაც არ არსებობს.

აქვე, საგულისხმოა, რომ „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსის“ მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის თანახმად, მწარმოებელს არ ეკისრება პასუხისმგებლობა წუნდებული პროდუქტის ბაზარზე განთავსებისთვის, თუ ამ პროდუქტს ზიანი არ გამოუწვევია. ამავე კოდექსის მე-9 მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად კი, მწარმოებელი ვალდებულია ბაზარზე განათავსოს მხოლოდ უსაფრთხო პროდუქტი. შესაბამისად, აღნიშნული ნორმები წინააღმდეგობრივი შინაარსისაა, რადგან კოდექსის მე-5 მუხლის „ა“ ქვეპუნქტიდან ნათლად ჩანს, რომ „წუნდებულობა“ დაკავშირებულია „უსაფრთხოებასთან“ – წუნდებულია პროდუქტი, რომელიც არ აკმაყოფილებს „უსაფრთხოების“ მოთხოვნებს. აქვე აღსანიშნავია, რომ მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის ჩანაწერი ზოგადად მიუღებელია მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის კუთხით, რადგან ზიანის არარსებობა შესაძლებელია ათავისუფლებდეს მწარმოებელს მხოლოდ სამოქალაქოსამართლებრივი და არა – ზოგადად, სამართლებრივი პასუხისმგებლობისგან. „წუნდებული“ თუ საფრთხის შემცველი პროდუქციის ბაზარზე განთავსებისთვის მწარმოებელს უნდა ეკისრებოდეს პასუხისმგებლობა, მიუხედავად იმისა, სახეზეა თუ არა ამ პროდუქციით გამოწვეული ზიანი.

#### **4. შესაბამისობა ევროკავშირის დირექტივებთან**

ამ ნაწილის მიზანია, მოწესრიგებული საკითხთა წრიდან გამომდინარე, განხორციელდეს შესაბამისი საკითხების ევროკავშირის დირექტივებში გათვალისწინებულ მოთხოვნებთან შედარება და ჩამოყალიბდეს შეთავაზება, ამ ეტაპზე, ყველაზე ოპტიმალური მიდგომის შერჩევის თვალსაზრისით.

#### 4.1 ევროკავშირის კანონმდებლობის ზოგადი მიმოხილვა და კანონპროექტის მიდგომა

ევროკავშირის კანონმდებლობა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ მოიცავს უფლებათა ფართო სპექტრს, თუმცა შესაძლებელია მისი რამდენიმე ძირითად მიმართულებად გაერთიანება:

ა) მომხმარებლის ეკონომიკური და სამართლებრივი ინტერესების დაცვა,

ბ) მომხმარებლის უსაფრთხოება,

გ) პროდუქტის აღნიშვნა (დასახელება) და შეფუთვა.

პირველ ჯგუფში ერთიანდება ე.წ. სამომხმარებლო სახელშეკრულებო სამართალი, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა სახის სამომხმარებლო ხელშეკრულებების მომწესრიგებელ ნორმებს (მათ შორის ელექტრონულ, ფინანსურ თუ გადაყვანის გარიგებებთან დაკავშირებულ სპეციალურ წესებს), წარმომადგენლობას, მეორად მოთხოვნებსა და დავების განხილვის პროცედურებს.

მეორე ჯგუფი აერთიანებს მომხმარებლის ჯანმრთელობის დაცვის, პროდუქტისა და მომსახურების უსაფრთხოების მოწესრიგებას, ასევე საქონლისა და მომსახურების ხარისხთან დაკავშირებულ რეგულაციებს.

მესამე ჯგუფი აერთიანებს როგორც საკვებ, ისე მომხმარებლის ჯანმრთელობასა და სამომხმარებლო ინტერესთან დაკავშირებული პროდუქციის ფართო სპექტრს, მათი წარმომავლობის, შემადგენლობისა და წარმოების თავისებურებებს. ამ ჯგუფით გათვალისწინებული უფლებები არსებითად მომხმარებლისთვის ინფორმირებული არჩევანის მინიჭების მიზანს ემსახურება.

კანონპროექტის ანალიზისას იკვეთება ევროკავშირის დირექტივებით გათვალისწინებული საკითხთა წრის მოწესრიგების მცდელობა. ამასთან, მეორე თავი (მე-6 და შემდგომი მუხლები) ეთმობა მომხმარებელთა ზოგად უფლებებს, ხოლო მესამე თავი მიზნად ისახავს ცალკეული დირექტივით გათვალისწინებული რეგულირების იმპლემენტაციას.

ეს მიდგომა თავისთავად მისაღებია, თუმცა გარკვეულ სირთულეებთან არის დაკავშირებული. კერძოდ, არსებობს

დუბლირების მაღალი ალბათობა, როდესაც ერთი და იმავე, თუ მსგავს საკითხზე მსჯელობა რამდენიმე ნორმაში გახდება აუცილებელი. მაგალითად, ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება სახელშეკრულებო სამომხმარებლო სამართლის არსებითად ყველა სფეროში ფიგურირებს და ზოგად ნორმაში გამაერთიანებელი ფორმულირების გამოტანა, სამართლებრივ-ტექნიკური თვალსაზრისით, განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს. თუმცა, მიუხედავად დასახელებული სირთულეებისა, ეს მიდგომა მაინც უალტერნატივოა და აუცილებელია ზოგადი ნორმების შემუშავება, ცალკეული სფეროს მარეგულირებელი სხვადასხვა დირექტივის მიდგომების კანონის პროექტში კონსოლიდირებული ასახვის მიზნით.

ამ თვალსაზრისით, შეიძლება მომგებიანი იყოს „მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ 2011/83 დირექტივის გათვალისწინება, რომლის შედეგად, გაუქმდა „ქუჩაში დადებული ხელშეკრულებებისა“ (85/577) და „დისტანციური ხელშეკრულებების“ (97/7) შესახებ დირექტივები, ხოლო „უსამართლო პირობებისა“ (93/13) და „სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობისა და გარანტიების“ (99/44) დირექტივებში განხორციელდა მცირე ცვლილებები.

იმის გათვალისწინებით, რომ ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებასთან დაკავშირებით ზოგადი ნორმა უკვე ჩამოყალიბებულია (განსახილველი პროექტის მე-7 მუხლის სახით), არ არის გამორიცხული, რომ კანონის პროექტი არსებითად შემოიფარგლოს სამომხმარებლო სახელშეკრულებო სამართლის ზოგადი მოწესრიგებით.

შესაბამისად, „მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ 2011/83 დირექტივის გათვალისწინებით, ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებასთან დაკავშირებულმა ნორმამ შესაძლებელია, განიცადოს მცირე მოდიფიცირება და ჩამოყალიბდეს შემდეგი სახით:

„მუხლი 7 (6). ზოგადი ვალდებულებები ინფორმაციასთან დაკავშირებით

1. მომხმარებელს უფლება აქვს, მიიღოს, ხოლო მოვაჭრე ვალდებულია გასცეს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, ასევე,



საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში – სხვა ენებზე:

ა) პროდუქციის დასახელებისა და არსებითი მახასიათებლების შესახებ უტყუარი და სრული ინფორმაცია, რაც მისცემს მომხმარებელს სწორი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობას;

ბ) ინფორმაცია მოვაჭრის ვინაობის, საფირმო სახელწოდებისა და საწარმოს ადგილმდებარეობის შესახებ, ასევე ტელეფონის, ფაქსის და ელექტრონული ფოსტის მისამართის შესახებ, რომლის მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაციის დამყარება;

გ) ინფორმაცია მომხმარებელთა პრეტენზიის წარდგენის ადგილის შესახებ ან/და პასუხისმგებელი პირის რეკვიზიტები, ასევე პროდუქციის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების საწარმოო ერთეულის მისამართი, თუ აღნიშნული განსხვავდება ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში დასახელებული მისამართისგან;

დ) ინფორმაცია პროდუქციის დამზადების თარიღის და იმ პროდუქციის ვარგისიანობის ვადის შესახებ (პროდუქციის გამოყენების ბოლო თარიღი ან შენახვის ვადა), რომლის სამომხმარებლო თვისებები უარესდება დროთა განმავლობაში (სურსათი, საკვები, კოსმეტიკური, სამკურნალო, საყოფაცხოვრებო ქიმიის პროდუქცია და სხვა);

ე) ინფორმაცია პროდუქციის სრული ფასის (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და ა.შ.), ან თუ წინასწარ მისი დადგენა შეუძლებელია – ფასის შემადგენელი კომპონენტების და მათი გაანგარიშების მეთოდის, აგრეთვე რეალიზების წესების შესახებ;

ვ) ინფორმაცია გადახდის, მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების, ასევე ამ ვალდებულებათა შეუსრულებლობის გამო, საჩივრით მიმართვის ფორმისა და შესაძლებლობების შესახებ;

ზ) ინფორმაცია საგარანტიო პირობების ან/და სხვა ვალდებულებების, მათ შორის, შემდგომი მომსახურებისა და პროდუქციის სათადარიგო ნაწილებით უზრუნველყოფის შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში;

- თ) ინფორმაცია პროდუქციის მიზნობრივი და უსაფრთხო გამოყენების წესებისა და პირობების, ასევე შენახვის სპეციალური პირობების შესახებ;
  - ი) ინფორმაცია ხელშეკრულების ვადის, ასევე უვადო ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობებისა და ვადის ავტომატური გაგრძელების შესახებ;
  - კ) ინფორმაცია ციფრული შინაარსის ფუნქციური მახასიათებლებისა და მისი დაცვის ტექნიკური შესაძლებლობების შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში; ასევე, ინფორმაცია ციფრული შინაარსის ტექნიკურ ან პროგრამულ უზრუნველყოფასთან თავსებადობის შესახებ;
  - ლ) ტექნიკური პასპორტი ან/და მოხმარების, დამონტაჟების, ექსპლუატაციისა და მომსახურების სახელმძღვანელო (ინსტრუქცია), ასეთის არსებობის შემთხვევაში;
  - მ) პროდუქციის შესაბამისობის დამადასტურებელი დოკუმენტი, ხოლო სავალდებულო სერტიფიცირებას დაქვემდებარებული პროდუქციის შემთხვევაში – სერტიფიკატი;
2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია წარმოადგენს მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებული ხელშეკრულების განუყოფელ ნაწილს.
3. მოვაჭრე ვალდებულია თვალსაჩინო ადგილას ჰქონდეს განთავსებული ინფორმაცია საქმიანობის პროფილის, საფირმო სახელწოდებისა და მუშაობის რეჟიმის შესახებ;
4. ყალბი და შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მიწოდებისთვის მოვაჭრე პასუხს აგებს კანონმდებლობით გათვალისწინებული წესით.
5. პროდუქციის საცალო შეფუთვის ფართობის თვალსაჩინო ადგილას, მსხვილი, მკაფიო, კონტრასტული, ადვილად აღქმადი შრიფტით უნდა გაკეთდეს წარწერა პროდუქციის ისეთი თვისებების შესახებ, რომელიც პირდაპირ უკავშირდება მომხმარებლის მიერ გადაწყვეტილების მიღებას და მის უსაფრთხოებას. თუ ასეთი ინფორმაციის დატანა უშუალოდ ერთეულ შეფუთვაზე შეუძლებელია, მაშინ ასეთი ინფორმაცია მას თან უნდა ახლდეს.
6. ამ მუხლის პირველ პუნქტში გათვალისწინებული ინფორმაცია აისახება პროდუქციის თანდართულ ტექნიკურ დოკუმენტაციაში, ეტიკეტზე მარკირებით, გამოშვების ვადის ჩვენებით, ან ცალკეული

სახეობისა და მომსახურების სფეროებისთვის მიღებული სხვა ხერხით. ამასთან, ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ა“, „ბ“, „ე“, „ზ“, „ლ“ და „მ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქართულ ენაზე და განთავსდეს ისე, რომ არ დაიფაროს ინფორმაცია ორიგინალ ენაზე, რაც არ ზღუდავს მის სხვა ენაზეც მიწოდების შესაძლებლობას იმ დათქმით, რომ ქართულ ენაზე შესრულებული წარწერა ზომით უცხო ენაზე შესრულებულ წარწერაზე მცირე უნდა იყოს.

7. მოვაჭრე/მომსახურების გამწევი ვალდებულია გასცეს ქვითარი/ჩეკი ან გაყიდვის/მომსახურების გაწევის ფაქტის დამადასტურებელი სხვა დოკუმენტი”.

#### **4.2 ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მიახლოების მოცულობა**

განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს გასათვალისწინებელი დირექტივების შერჩევა და იმპლემენტაციის მოცულობის დადგენა. ეს სხვადასხვა სახელმწიფო უწყების კოორდინირებულ მუშაობასა და მათ კონსენსუსს მოითხოვს, რაც ცალკეული რეგულაციის შინაარსზე ფართო შეთანხმების მიღწევის აუცილებლობას განაპირობებს.

სამართლებრივ-ტექნიკური თვალსაზრისით ამ დისკუსიის შედეგს შეუძლია არსებითი გავლენა მოახდინოს კანონპროექტის შინაარსზე და ცალკეულ ტექნიკურ გადაწყვეტაზე. წინა ქვეთავში ჩამოყალიბებული რეკომენდაციის თვალსაზრისით, შესაძლებელია, კანონის პროექტი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართლის ზოგადი მოწესრიგებით შემოიფარგლოს.

მოცემული მომენტისთვის, პროექტის არსებული რედაქციით დამატებითი რეგულაციები გათვალისწინებულია „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის“ (2006/114, რომელმაც ჩაანაცვლა 84/450), „შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის“ (2005/29), „სამომხმარებლო საბანკო კრედიტსა“ (87/102) და „(კომბინირებული) სატრანსპორტო გადაყვანის“ (90/314) დირექტივების იმპლემენტაციის თვალსაზრისით.

ამასთან, თუ არ იქნება მიღებული გადაწყვეტილება სპეციალური რეგულაციების წრის არსებითად გაფართოების შესახებ, შესაძლებელია, „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამისა“ და „შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის“

დირექტივების შესაბამისად ჩამოყალიბებული მუხლების შინაასრობრივი გაერთიანება ერთ ზოგად მუხლში.

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია, პროექტის მე-9 და მე-10 მუხლები ჩამოყალიბდეს შემდეგი სახით:

„მუხლი 9 (12). შეცდომაში შემყვანი რეკლამა და კომერციული საქმიანობა

1. შეცდომაში შემყვანია ნებისმიერი ფორმით გამოხატული რეკლამა, რომელიც უშუალოდ მიმართულია ან სხვაგვარად აღწევს მომხმარებელამდე ისეთი სახითა და შინაარსით, რომელიც მცდარია ან სავარაუდოა, რომ მცდარი აღმოჩნდება და რომლის საფუძველზეც მომხმარებლის მიერ განხორციელებული ეკონომიკური ქმედება იწვევს ქონებრივ ზიანს.

2. იმის დასადგენად, შეცდომაში შემყვანია თუ არა რეკლამა, მხედველობაში მიიღება ყველა არსებითი გარემოება, მათ შორის მიწოდებული ინფორმაცია:

ა) პროდუქციის ბუნებისა და ძირითადი მახასიათებლების შესახებ, როგორცაა ვარგისიანობა, გამოყენებადობა, შემადგენლობა, წარმოების/დამზადების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიზნისადმი შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვის/გადატანისა და შენახვის პირობები, გამოყენების შედეგები, ასევე პროდუქციის ტესტირების შედეგები და მის საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) ფასის, მისი შეთავაზების ან კალკულაციის მეთოდისა და მასთან დაკავშირებული პირობების შესახებ;

გ) მარეკლამირებლის უფლებების შესახებ, როგორცაა მისი იდენტობა, კვალიფიკაცია, საწარმოო, კომერციული ან ინტელექტუალური საკუთრების უფლება.

3. შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის არასწორი ინფორმაციის მიწოდება, რასაც შედეგად მოჰყვება მომხმარებლის მოტყუება ან/და შეცდომაში შეყვანა, ასევე ფაქტობრივად სწორი ინფორმაციის მიწოდება არასწორ კონტექსტში ან არასრულად, რის საფუძველზეც მომხმარებელმა დადო ხელშეკრულება, რომელსაც სრულყოფილი ინფორმაციის მიწოდების შემთხვევაში, არ დადებდა.

4. ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მოიცავს:

ა) პროდუქციის ბუნებასა და მთავარ მახასიათებლებს, როგორცაა ვარგისიანობა, გამოყენებადობა, შემადგენლობა, წარმოების/დამზადების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიზნისადმი შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვის/გადატანისა და შენახვის პირობები, გამოყენების შედეგები, ასევე პროდუქციის ტესტირების შედეგები და მის საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) ფასს ან/და ფასის კალკულაციის სათანადო ფორმას, ან მითითებას სპეციალურ ფასზე;

გ) მოვაჭრის ან/და პროდუქციაზე პასუხისმგებელი პირის/შემთავაზებლის შესახებ ინფორმაციას, მათ უფლებებს წარმოებასთან ან/და კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებით, მათ საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, კვალიფიკაციას, აგრეთვე, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ქონის ან მათთან კავშირის შესახებ;

დ) მომხმარებელთა უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ პროდუქციის დაბრუნების, შეცვლის ან/და შეკეთების, ასევე საჩივრებით მიმართვის ფორმის/შესაძლებლობების შესახებ;

ე) მოვაჭრის საქმიანობის საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ მოთხოვნებსა და ვალდებულებებთან შესაბამისობის დასაბუთებას.

5. შეცდომაში შემყვან კომერციულ/ბიზნესსაქმიანობას ადგილი აქვს მაშინაც, როდესაც აღნიშნული საქმიანობა ყველა გარემოებისა და ვითარების გათვალისწინებით იწვევს მომხმარებლის მიერ ისეთი ხელშეკრულების დადებას, რომელსაც იგი არ დადებდა იმ შემთხვევაში, რომ ჰქონოდა ინფორმაცია:

ა) პროდუქციის მარკეტინგის შესახებ, მათ შორის, შედარებითი რეკლამის სახით, რაც მოიცავს სავაჭრო მარკას, სახელსა და სხვა განმასხვავებელ ნიშნებს;

ბ) პროდუქციის შესახებ სწორი ინფორმაციის მიწოდების პარალელურად, პროდუქციის ნაკლოვანების შესახებ”.

„მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ 2011/83 დირექტივის გათვალისწინებით, ასევე მიზანშეწონილია, პროექტში მოცემულ „დისტანციური ხელშეკრულებების“ მარეგულირებელ ნორმასთან ერთად მოწესრიგდეს „ქუჩაში დადებულ ხელშეკრულებებთან“ დაკავშირებული საკითხები და ჩამოყალიბდეს შემდეგი შინაარსის ნორმა:

„მუხლი 12 (7). ინფორმაციასთან დაკავშირებული ვალდებულებები დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულებების შემთხვევაში

1. დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია ამ კანონის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის პარალელურად, ნათელი და გასაგები ფორმით მიაწოდოს მომხმარებელს ინფორმაცია:

ა) ხელშეკრულების დადების დროს გამოყენებული დისტანციური კომუნიკაციის ხარჯების შესახებ, თუ იგი არ შედის ძირითად ფასში;

ბ) იმის შესახებ, თუ როდის არა აქვს მომხმარებელს საჩივრით მიმართვის უფლება ან როდის კარგავს იგი ამ უფლებას, ასევე საჩივრის საფუძვლების არსებობისას, გასაჩივრების პირობებისა და მასთან დაკავშირებული წარმოების შესახებ, მათ შორის, დავის ალტერნატიული საშუალებებით გადაწყვეტის შესაძლებლობის შესახებ;

გ) მინიმალურ ვადის შესახებ, რომლის განმავლობაშიც მოვაჭრე კისრულობს ხელშეკრულებიდან გამომდინარე ვალდებულებებს, ასეთის არსებობის შემთხვევაში;

დ) ამგვარი დათქმის არსებობისას, იმის შესახებ, რომ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, მოვაჭრე თავის თავზე იღებს პროდუქციის უკან დაბრუნებისთვის საჭირო ხარჯებს, ასევე – დისტანციური ხელშეკრულების შემთხვევაში, პროდუქციის უკან დაბრუნების ხარჯებს, თუ პროდუქციის მახასიათებლებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით გაგზავნა შეუძლებელია;

ე) მოვაჭრის მხრიდან ფინანსური გარანტიის მოთხოვნის უფლებისა და ამ მოთხოვნის წინაპირობების შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

2. ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ბეჭდური ფორმით ან მისი თანხმობის შემთხვევაში, სხვა ნებისმიერი ინფორმაციის მატარებელი საშუალების გამოყენებით, ისე, რომ ინფორმაცია იყოს ადვილად წასაკითხი და ნათლად/გასაგებ ენაზე ჩამოყალიბებული.
3. მოვაჭრე ვალდებულია გადასცეს მომხმარებელს ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების ასლი ან ხელშეკრულების დადების დამადასტურებელი დოკუმენტი ბეჭდური ფორმით ან მომხმარებლის თანხმობით, სხვა ნებისმიერი ინფორმაციის მატარებელი საშუალების გამოყენებით.
4. დისტანციური ხელშეკრულების შემთხვევაში, ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ჩამოყალიბებული უნდა იყოს ნათლად/გასაგებ ენაზე და მიეწოდოს მომხმარებელს დისტანციური კომუნიკაციის ერთი ან მეტი საშუალებით, რომელიც შესაძლებელს გახდის მომხმარებლის მიერ ინფორმაციის გამოყენებას.
5. ელექტრონული კომუნიკაციის საშუალებით დადებული ხელშეკრულება, რომელიც მომხმარებლისთვის წარმოშობს ფასის გადახდის ვალდებულებას, ავალდებულებს მოვაჭრეს, მომხმარებლის მიერ შეკვეთის განხორციელებამდე, ნათელი და გასაგები ფორმით მიაწოდოს მას ამ კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“, „ე“, „ი“ ქვეპუნქტებითა და ამ მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია. მოვაჭრე, ასევე ვალდებულია, უზრუნველყოს მომხმარებლის ინფორმირება შეკვეთის განხორციელებით გადახდის ვალდებულების წარმოშობის შესახებ. წინააღმდეგ შემთხვევაში, მომხმარებელი თავისუფლდება ხელშეკრულებით ან/და შეკვეთით წარმოშობილი ბოჭვისგან.
6. ვებგვერდის მეშვეობით ელექტრონული ვაჭრობის შემთხვევაში, არაუგვიანეს შეკვეთის პროცესის დაწყებისა, მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია პროდუქციის მიწოდებასთან დაკავშირებული სირთულეებისა და მოქმედი გადახდის საშუალებების შესახებ.
7. სატელეფონო კომუნიკაციის საშუალების გამოყენებით ხელშეკრულება დადებულად ითვლება იმ შემთხვევაში, თუ სახეზეა მომხმარებლის ხელმოწერა ან წერილობითი თანხმობა.

მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის სატელეფონო კომუნიკაციის დაწყებამდე, მოვაჭრემ მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია საუბრის კომერციული მიზნისა და საკუთარი ან იმ პირის ვინაობის შესახებ, ვისი სახელითაც იგი მოქმედებს.

8. მოვაჭრე ვალდებულია გონივრულ ვადაში დაუდასტუროს მომხმარებელს დისტანციური ხელშეკრულების დადება და არაუგვიანეს პროდუქციის მიწოდებამდე/შესრულების დაწყებამდე მიაწოდოს მას ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია”.

გასაზიარებელია პროექტით გათვალისწინებული რეგულაციები სხვადასხვა სფეროში მომხმარებლის უფლებების დაცვის პრინციპებისა და პირობების შესახებ, თუმცა მიზანშეწონილია, ნორმათა მცირე მოდიფიცირების პარალელურად, პროექტის მე-3 თავის ინტეგრირება მე-2 თავში – „უფლებები და ვალდებულებები“ (დეტალურად, იხ.: გადამუშავებული პროექტის მე-2 თავი). ამასთან, შესაძლებელია, პროექტის მე-8 მუხლი – „უფლება ხელშეკრულების შეუსაბამო პროდუქციის შექმნის ან მომსახურების მიღებისას“ გაიმიჯნოს საქონლის ნასყიდობისა და მომსახურების მიღების ნაწილში. შესაბამისად, გადამუშავებულ პროექტში განხორციელდა არსებული ნორმის მოდიფიცირება და დაემატა მომსახურებასთან დაკავშირებული ვალდებულებების დარღვევის შედეგების მომწესრიგებელი ნორმა (იხ.: გადამუშავებული პროექტის მე-9 და მე-10 მუხლები).

აქვე, უნდა აღინიშნოს, რომ გასაზიარებელია არსებული პროექტის მე-9 მუხლის მიდგომა და, 2011/83 დირექტივით მოცემული ალტერნატივის ნაცვლად, ზოგადი ნორმის სახით ჩამოყალიბდეს ხელშეკრულების შესაბამისი პროდუქციის მიღების დროს მომხმარებლის უფლებებთან დაკავშირებული დებულება, რომელიც არ შემოიფარგლება მხოლოდ დისტანციური ან ქუჩაში დადებული ხელშეკრულებებით. შესაბამისად, შესაძლებელია ჩამოყალიბდეს შემდეგი შინაარსის ზოგადი ნორმა:

„მუხლი 8. მომხმარებლის უფლება ხელშეკრულების შესაბამისი პროდუქციის მიღების დროს



1. მომხმარებელს უფლება აქვს, გარდა ამ მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული შემთხვევებისა, ყოველგვარი საფუძვლის გარეშე უარი თქვას ხელშეკრულებაზე:

ა) მომსახურების ხელშეკრულების შემთხვევაში, მისი დადებიდან 14 დღის განმავლობაში;

ბ) ნასყიდობის ხელშეკრულების შემთხვევაში, მომხმარებლის ან მის მიერ საამისოდ განსაზღვრული მესამე პირის მიერ პროდუქციის მფლობელობაში მიღებიდან 14 დღის განმავლობაში, ამასთან:

ბ.ა) თუ ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენს ერთზე მეტი ნივთი და მათი მიწოდება ხორციელდება ცალ-ცალკე, ვადა აითვლება ბოლო ნივთის მფლობელობაში მიღების დღიდან;

ბ.ბ) თუ პროდუქციის მიწოდება ხორციელდება ნაწილ-ნაწილ, ვადა აითვლება პროდუქციის ბოლო ნაწილის მფლობელობაში მიღების დღიდან;

ბ.გ) თუ ხელშეკრულება ითვალისწინებს პროდუქციის რეგულარულ მიწოდებას დროის განსაზღვრულ პერიოდში, ვადა აითვლება პროდუქციის პირველი მიწოდების დღიდან.

2. მომხმარებლის მიერ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების გამოყენებით წყდება მხარეთა შორის არსებული ვალდებულებები, ამასთან:

ა) მოვაჭრე ვალდებულია სრულად დაუბრუნოს მომხმარებელს გადახდილი თანხა, ასევე, საჭიროების შემთხვევაში, პროდუქციის მიწოდების ხარჯები დაუყოვნებლივ ან ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 14 დღის განმავლობაში;

ბ) მოვაჭრე არ არის ვალდებული აანაზღაუროს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგად წარმოშობილი დამატებითი ხარჯები, თუ მომხმარებელი პროდუქციის უკან დაბრუნებისთვის იყენებს სხვა საშუალებას და არა – მოვაჭრის მიერ შეთავაზებულ ხელსაყრელ და სტანდარტულ მიწოდების საშუალებას;

გ) ნასყიდობის ხელშეკრულების შემთხვევაში მოვაჭრეს უფლება აქვს, უარი თქვას თანხის უკან დაბრუნებაზე მანამ, ვიდრე არ დაიბრუნებს პროდუქციას ან არ მიიღებს მომხმარებლის მიერ პროდუქციის მისთვის გაგზავნის დამადასტურებელ დოკუმენტს, იმის მიხედვით, თუ რომელი ქმედება განხორციელდება უფრო ადრე;

დ) მომხმარებელი ვალდებულია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემდეგ, დაუყოვნებლივ ან არაუგვიანეს მოვაჭრისთვის შესაბამისი შეტყობინების გაგზავნიდან 14 დღის ვადაში, დაუბრუნოს მოვაჭრეს ან მოვაჭრის მიერ საამისოდ განსაზღვრულ მესამე პირს მიღებული პროდუქცია, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ გამოხატა პროდუქციის საკუთარი ძალებით უკან წაღების ნება;

ე) მომხმარებელი ვალდებულია გაიღოს მხოლოდ პროდუქციის უკან დაბრუნებასთან დაკავშირებული უშუალო ხარჯები, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ წინასწარ განაცხადა ან შემდგომ შეატყობინა მომხმარებელს ამ ხარჯების საკუთარი სახსრებით დაფარვის თაობაზე.

3. მომხმარებელს არა აქვს უფლება უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, თუ:

ა) ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურება სრულად იქნა გაწეული ისე, რომ მოვაჭრემ მომსახურების გაწევა დაიწყო მომხმარებლის წინასწარი თანხმობით, იმის გათვალისწინებით, რომ მომსახურების სრულად მიღების შემდეგ იგი დაკარგავდა ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას;

ბ) მომხმარებელმა მიიღო პროდუქცია, რომლის ღირებულება, მოვაჭრისგან დამოუკიდებლად, დამოკიდებულია ფინანსურ ბაზარზე ფასების ფლუქტუაციაზე/მერყეობაზე და განიცდის ცვლილებას ხელშეკრულებაზე უარის თქმისთვის განსაზღვრულ პერიოდში. აღნიშნული წესი გამოიყენება ალკოჰოლურ სასმელთან მიმართებითაც, თუ მის ფასზე შეთანხმება მოხდა ნასყიდობის ხელშეკრულების დადების ეტაპზე, პროდუქციის მიწოდება კი, განხორციელდა ხელშეკრულების დადებიდან არაუადრეს 30 დღისა;

გ) მომხმარებლისთვის მიწოდებული პროდუქცია, რომელიც დამზადდა მისი ინდივიდუალური შეკვეთით ან აშკარად მორგებულია მის პირად საჭიროებებს;

დ) მომხმარებლისთვის მიწოდებული პროდუქცია მალფუჭებადია ან გააჩნია მოკლე ვარგისიანობის ვადა;

ე) მომხმარებლისთვის მიწოდებულია ჰერმეტიულად დაცული პროდუქცია, რომელიც ჯანმრთელობის ან ჰიგიენური ნორმების დაცვის თვალსაზრისით, არ ექვემდებარება უკან დაბრუნებას და მისი ჰერმეტიულობა დაირღვევა უკან დაბრუნების შედეგად;

- ვ) მომხმარებლისთვის მიწოდებულია პროდუქცია, რომელიც მიწოდების დროს, მისი მახასიათებლებიდან გამომდინარე, განუყოფლად შეერწყა სხვა პროდუქციას;
- ზ) მომხმარებლისთვის მიწოდებულია ჟურნალ-გაზეთები ან სხვა სახის პუბლიკაციები, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მიწოდება ხორციელდება სააბონენტო ხელშეკრულების საფუძველზე;
- თ) ხელშეკრულება დადებულია საჯარო აუქციონის შედეგად;
- ი) მომხმარებელს მიეწოდა ციფრული შინაარსის მქონე პროდუქცია ინფორმაციის არასხეულებრივ მატარებელზე, თუ აღნიშნული განხორციელდა მომხმარებლის წინასწარი თანხმობით, იმის გათვალისწინებით, რომ იგი დაკარგავდა ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას”.

პროექტის არსებული რედაქციიდან გადასაწყვეტი იქნება „სამომხმარებლო საბანკო კრედიტისა“ და „(კომბინირებული) სატრანსპორტო გადაყვანის“ დირექტივებით გათვალისწინებული საკითხთა წრის მოწესრიგების ფორმაც.

პირველი მათგანი (პროექტში განხილული – 87/102 დირექტივა), რომელიც ჩანაცვლდა 2008/48 დირექტივით, ასახულია „კომერციული ბანკების მიერ საბანკო მომსახურების გაწევისას მომხმარებლისთვის აუცილებელი ინფორმაციის მიწოდების წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის 2011 წლის 13 მაისის №35/04 ბრძანებაში. შესაბამისად, მოწესრიგდა კომერციული ბანკების მიერ ფიზიკური პირებისთვის სამომხმარებლო კრედიტის გაცემისა და სადეპოზიტო მომსახურების გაწევის დროს სრული, აუცილებელი, გასაგები, უტყუარი და თავისდროული ინფორმაციის თანამიმდევრული მიწოდების საკითხები. ამდენად, აღნიშნული საკითხის ინტეგრირება მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ კანონის პროექტში აღარ არის მიზანშეწონილი.

ალტერნატივის სახით, დირექტივის ცალკეული ასპექტი შეიძლება გაიწეროს სხვადასხვა მსგავსი საკითხების მომწესრიგებელ ნორმებში, დათქმის სახით.

მეორე შემთხვევაში, საკითხის სპეციფიკა მოითხოვს ცალკე მუხლის არსებობას. თუმცა არ არის გამორიცხული, რომ ამ ნორმების შინაარსის გაფართოება მოხდეს, მაგალითად, საჭაერო გადაყვანასთან დაკავშირებული რეგულაციების ინკორპორირების

ჭრილში, ან პირიქით, ამ დირექტივის შინაარსი აისახოს მოქმედ კანონში – „საქართველოს საჰაერო კოდექსში“.

უკანასკნელი ალტერნატივა შეიძლება ჩაითვალოს კიდევ ერთ მნიშვნელოვან, სტრატეგიულ გადაწყვეტილებად – ევროკავშირის მომხმარებელთა უფლებების სტანდარტების სპეციალურ კანონებში ინტეგრაციის თანამიმდევრული მიდგომის ჩამოყალიბებისა და მოწესრიგების დაახლოების თვალსაზრისით.

შესაბამისად, პროექტში აქცენტი გაკეთდება მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ზოგად რეგულაციაზე, ხოლო ეროვნულ კანონმდებლობაში ცალკეული დირექტივის მოთხოვნების უფრო ფართო ინკორპორირება მოხდება სპეციალურ კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის გზით, რაც, ბუნებრივია, ასევე არ გამორიცხავს ახალი კანონების მიღების აუცილებლობას.