

მომხმარებელთა უფლებების სამართლებრივი რეგულირება - წინ გადადგმული ნაბიჯი ევროინტეგრაციისკენ

ლიკა მორალიშვილი

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
იურიდიული ფაკულტეტის სამართლის მაგისტრი

აბსტრაქტი

თანამედროვე მსოფლიოში ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად ციფრულ განზომილებაში ინაცვლებს კომერცია და სამოქალაქო ბრუნვა. ასეთი ფუნდამენტური ცვლილებების შემდეგ მნიშვნელოვანია კომერციულ ურთიერთობებში მომხმარებლის უფლებების დაცვა. მომხმარებელი წარმოადგენს გარიგების სუსტ მხარეს, რადგან მას არ აქვს საბაზრო ძალაუფლება. კომერციული საქმიანობის გაციფრულების შედეგად კი უკვე მოწყვლადი მომხმარებელი ხდება უფრო მეტად მოწყვლადი. მომხმარებლის დასაცავად მნიშვნელოვანია არსებობდეს სრულყოფილი და ეფექტური კანონმდებლობა, რომელიც ორიენტირებული იქნება თანამედროვე გამოწვევებზე.

საქართველოში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი 2012 წლიდან 2022 წლამდე არ არსებობდა. 2022 წელს კი, ერთის მხრივ ევროკავშირთან ინტეგრაციის, ხოლო მეორე მხრივ - სამომხმარებლო ურთიერთობების დარეგულირების საჭიროების არსებობის გამო, კანონმდებელმა მიიღო გადაწყვეტილება და ძალაში შევიდა „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი. აღნიშნული კანონი სრულ თანხვედრაშია ევროკავშირის შესაბამის დირექტივებთან/რეგულაციებთან.

საკვანძო სიტყვები:

მომხმარებელთა უფლებები, ევროკავშირი, უსამართლო კომერციული პრაქტიკა, ხელშეკრულებიდან გასვლის უფლება, ინფორმირების ვალდებულება

Regulation on Consumer Protection - A Step Forward to the EU Integration

Lika Moralishvili

Master of Laws,
Department of Law,
Tbilisi State University

Abstract

In the contemporary world along with developing the technologies, commerce and business transactions are slowly moving towards full digitalization. After this fundamental changes, it is crucial to protect the rights of consumers in commercial relationships. A consumer is considered to be a vulnerable side of the transaction because he/her does not have a bargaining power. After the digitalization of commercial activities, already

vulnerable consumer becomes more vulnerable, Therefore, In order to protect the rights of consumers, effective and complete legislation is needed. The legislation that will be oriented towards modern challenges is crucial in order to strengthen the protection of consumer rights.

For more than 10 years, between 2012 and 2022, Georgia lacked consumer legislation. In 2022 Georgian legislators made a decision and adopted the law “On the Protection of Consumer Rights”. The adoption was caused by the country’s desire to integrate in EU and, moreover, the actual need of regulations in the field of consumer rights. The law is aligned with all the relevant EU acquis.

Keywords:

Consumer Rights, European Union, Unfair Commercial Practice, Right to withdraw from contracts, Right to be informed

შესავალი

მომხმარებელსა და ბიზნესს შორის დღეს არსებული მრავალფეროვანი და მრავალმხრივი ურთიერთობიდან გამომდინარე, ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხია ე.წ. „სუსტი მხარის“ ინტერესების მაქსიმალურად დაცვა და მისი უფლებების რეალიზება. აღნიშნული დაცვის საუკეთესო მექანიზმი ამ ყოველივეს კანონმდებლობაში მოწესრიგებაა, რათა დაიცვას მომხმარებელი ისეთი საქონლის ან/და მომსახურების შეძენისგან, რომელიც შეიძლება იყოს ნაკლოვანი, საშიში ან სულაც, არ შეესაბამებოდეს მომხმარებლის პრეფერენციებს. ეფექტური მომხმარებელთა უფლებების კანონმდებლობა ორიენტირებულია მომხმარებლის არჩევანზე და ამავდროულად, კრძალავს მოქმედებით ან უმოქმედობით მომხმარებლის არჩევანზე უარყოფითი ზეგავლენის მოხდენას. თანამედროვე მსოფლიოში, როდესაც მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის ურთიერთობა ცდება ტრადიციულ გზებს და ინაცვლებს ელექტრონულ სივრცეში, განსაკუთრებით აქტუალურია მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ისეთი საკანონმდებლო ჩარჩოს არსებობა, რომელიც თანამედროვე გამოწვევებთან შესაბამისობაში იქნებოდა.

ევროკავშირისა და საქართველოს შორის 2014 წელს გაფორმებული ასოცირების შეთანხმებით, საქართველომ აიღო ევროკავშირის საკანონმდებლო აქტებთან დაახლოების ვალდებულება. საქართველოსა და ევროკავშირს შორის გაფორმებული ასოცირების შეთანხმებით განისაზღვრა მომხმარებელთა უფლებების მომწესრიგებელი დირექტივებისა და რეგულაციების იმპლემენტაცია ქართულ კანონმდებლობაში.¹

2022 წლის 29 მარტს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, რომელიც შეესაბამება ევროკავშირში არსებულ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მომწესრიგებელ დირექტივებსა და რეგულაციებს.² შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული კანონის მიღებით საქართველომ კიდევ ერთი ნაბიჯი გადადგა ევროინტეგრაციის შეუქცევად გზაზე.

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო განვითარება საქართველოში

მომხმარებელთა უფლებების დაცვა ჯერ კიდევ საქართველოს 1995 წლის კონსტიტუციით იყო აღიარებული. 1996 წლიდან 2012 წლამდე არსებობდა კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, თუმცა იგი 2012 წელს გაუქმდა პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსით. შესაბამისად, შეიძლება ითქვას, რომ 2012 წლიდან 2022 წლამდე (თითქმის 10 წლის განმავლობაში) საქართველოში არ არსებობდა მომხმარებლის უფლებების მომწესრიგებელი სპეციალური ნორმები. მართალია, პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსით განსაზღვრული იყო მოვაჭრის მიერ უსაფრთხო პროდუქტის ბაზარზე განთავსება, თუმცა უფლებელყოფილი იყო მომხმარებლის მიერ მოვაჭრისთვის პროდუქტის უკან დაბრუნება ნაკლის აღმოჩენის შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ უსამართლო კომერციული პრაქტიკის განხორციელება და სხვა მნიშვნელოვანი საკითხები. მსგავსი ტიპის დავების წარმოქმნის შემთხვევაში სასამართლო ხელმძღვანელობდა სამოქალაქო კოდექსის ზოგადი ნორმებით, რომელიც არ აწესრიგებდა კონკრეტულ ურთიერთობას და მნიშვნელოვნად ჩამორჩებოდა ევროკავშირის სტანდარტებს. სამოქალაქო კოდექსით სრულყოფილად არ არის დარეგულირებული ისეთი ფუნდამენტური საკითხი, როგორცაა დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებიდან გამომდინარე მომხმარებლის უფლებები, რაც თავის მხრივ, უარყოფითად მოქმედებს როგორც მომხმარებელზე, ასევე, ზოგადად სამოქალაქო ბრუნვაზე. თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარების გათვალისწინებით, სამოქალაქო ბრუნვის ნაწილმა გადაინაცვლა ელექტრონულ სივრცეში, სადაც მომხმარებელი ყოველდღიურად დებს სხვადასხვა დისტანციურ ხელშეკრულებას (მაგ. ე.წ. „Delivery“ სერვისით სარგებლობა, ნივთის გამოწერა ვებ.გვერდიდან და ა.შ.)³. შესაბამისად, გარდა ევროკავშირთან ინტეგრაციის მიზნისა, უდავოა, რომ სამოქალაქო ბრუნვის სტაბილურობისათვის მნიშვნელოვანი იყო ისეთი სპეციალური კანონის მიღება, რომელიც დეტალურად მოაწესრიგებდა მსგავს საკითხებს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, 2022 წლის 29 მარტს ძალაში შევიდა „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი, სადაც კონკრეტულად არის გაწერილი მომხმარებლის უფლებების დაცვასთან დაკავშირებული ყველა მნიშვნელოვანი საკითხი.

1 იხ. ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთის მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის, 27/06/2014, ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959?publication=0>

2 იხ. განმარტებითი ბარათი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტზე, გვ. 5, ხელმისაწვდომია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/113041>

3 Howells, „G. Protecting Consumer Protection Values in the Fourth Industrial Revolution“. Journal of Consumer Policy 43, (2020). 147-148. ხელმისაწვდომია: <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09430-3>

ინფორმირების ვალდებულება, როგორც მომხმარებლის უფლების დაცვის ერთ-ერთი გამოხატულება

გონივრული და სასარგებლო არჩევანის გასაკეთებლად მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს სრულყოფილი ინფორმაცია პროდუქტის დეტალური მახასიათებლებისა და მოვაჭრის შესახებ. აღნიშნული პრინციპი განმტკიცებულია, როგორც გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გზამკვლევში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ⁴, ასევე ევროკავშირის საკანონმდებლო ნორმებში.⁵

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრულია როგორც მომხმარებლისთვის ძირითადი ინფორმაციის მიწოდების ზოგადი ვალდებულებები, ასევე დისტანციურ ან/და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულების დროს ინფორმირების დამატებითი მოთხოვნები. ძირითადი ვალდებულებები ეხება ისეთ საკითხებს, როგორცაა საქონლის/მომსახურების არსებითი მახასიათებლები და ფასი, მოვაჭრის სახელწოდება და მისამართი, გარანტიის, მიწოდების ხარჯის და ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობები.⁶ თუმცა, დისტანციური ან/და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების დროს მოვაჭრე დამატებით ვალდებულია მომხმარებელს მიაწოდოს ისეთი ტიპის დამატებითი ინფორმაცია, როგორცაა საქონლის/მომსახურების ფასი გადასახადების ჩათვლით, საქონლის მიწოდების ფასი, მოვაჭრის ფაქტობრივი ადგილსამყოფელი (თუ იურიდიული მისამართისგან განსხვავებულია), დისტანციური კომუნიკაციების გამოყენების ხარჯი, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების შესახებ ინფორმაცია და ა.შ.⁷

მომხმარებლის უფლებების დაცვის გარანტია დისტანციურ და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებებში

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის „დ“ ქვეპუნქტით განმარტებულია დისტანციური ხელშეკრულების ცნება, რომლის შესაბამისად, დისტანციურია ხელშეკრულება, რომელიც დადებულია მოვაჭრესა და მომხმარებელს შორის მხოლოდ დისტანციური კომუნიკაციის ერთი ან რამდენიმე საშუალების გამოყენებით, დისტანციური ნასყიდობის ან მომსახურების მიწოდების ორგანიზებული სქემის მეშვეობით და არ მოითხოვს მომხმარებლისა და მოვაჭრის ფიზიკურ თანაყოფობას. ამასთანავე, ხელშეკრულება დისტანციურ ხელშეკრულებად არ მიიჩნევა, თუ მხარეები ხელშეკრულების პირობებზე სარეწს შეთანხმდნენ და ხელშეკრულება დისტანციურად მხოლოდ ამის შემდეგ დაიდო.⁸ ამავე მუხლის „ლ“ ქვეპუნქტის მიხედვით კი, სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულება ნებისმიერი ხელშეკრულება, რომელიც დადებულია მოვაჭრესა და მომხმარებელს შორის სარეწს გარეთ და მოითხოვს მოვაჭრისა და მომხმარებლის ფიზიკურ თანაყოფობას.⁹ კანონის აღნიშნული განმარტება თანხვედრაშია ევროკავშირის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დირექტივასთან.¹⁰

შეიძლება ითქვას, რომ კანონი დისტანციურ ხელშეკრულებად განიხილავს, ყველა ისეთ ხელშეკრულებას, რომელიც მხარეებს შორის დაიდო მათი ფიზიკური თანაყოფის გარეშე. ასეთი ტიპის ხელშეკრულების მაგალითები შეიძლება იყოს რაიმე ნივთის შეძენა ვებ.გვერდზე, სატელეფონო კომუნიკაციის ან სხვა საკომუნიკაციო ქსელის საშუალებით. რაც შეეხება სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულების ცნებას, აღნიშნული მოიცავს ისეთ შემთხვევებს, სადაც ხელშეკრულება დადებულია მოვაჭრის ჩვეულებრივი სავაჭრო საქმიანობის ადგილის გარეთ, ორივე მხარის ფიზიკური თანაყოფობით.¹¹

აღსანიშნავია, რომ კანონმდებელმა მნიშვნელოვანი უფლებამოსილება მისცა მომხმარებელს, კერძოდ, ყოველგვარი მიზეზისა და საფუძვლის არსებობის გარეშე უარი თქვას დისტანციურ ან/და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე მომსახურების ხელშეკრულების დადებიდან ან ნასყიდობის ხელშეკ-

4 United Nations, “Guidelines for Consumer Protection”, New York and Geneva, United Nations, 2016. 7, მე-5 მუხლის (e) ქვეპუნქტი. ხელმისაწვდომია: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_en.pdf
5 იხ. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, მე-2 და მე-3 თავი. ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02011L0083-20220528>

6 საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, მე-5 და მე-6 მუხლები, ხელმისაწვდომია: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5420598?publication=0>

7 დეტალურად იხილეთ. საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, მე-10 მუხლი, ხელმისაწვდომია: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5420598?publication=0>

8 იქვე, მე-4 მუხლის „დ“ ქვეპუნქტი.

9 იქვე, მე-4 მუხლის „ლ“ ქვეპუნქტი.

10 იხ. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, 20-ე და 21-ე პარაგრაფები. ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02011L0083-20220528>

11 ტერმინი „სარეწი“ განმარტებულია „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონის მე-4 მუხლის „კ“ ქვეპუნქტით, „სარეწი – ნებისმიერი უძრავი ობიექტი ან მოძრავი ობიექტი, სადაც მოვაჭრე, ჩვეულებრივ, კომერციულ საქმიანობას ახორციელებს“.

რულებიდან გამომდინარე ნივთის მიღებიდან 14 კალენდარული დღის ვადაში. ამასთან, გამონაკლისი შემთხვევების გარდა, მომხმარებელს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში არ უნდა დაეკისროს არანაირი ხარჯის, მათ შორის ნივთის მიწოდების ხარჯის გაწევა.¹² აღნიშნული საკითხის საკანონმდებლო ჩარჩოში მოქცევა ძალიან მნიშვნელოვანი წინგადადგმული ნაბიჯია მომხმარებლის უფლებების დაცვის თვალსაზრისით, რადგან როდესაც პირი დებს დისტანციურ ხელშეკრულებას და არ აქვს შესაძლებლობა შეაფასოს ესა თუ ის ნივთი მატერიალურად, ეს ყოველივე გარკვეულ რისკებთან არის დაკავშირებული და მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა უარი თქვას ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ვალდებულებებზე.

დამატებით აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრემ მომხმარებელს დისტანციური ან/და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების დროს უნდა აცნობოს ხელშეკრულებაზე უპირობოდ უარის თქმის უფლების არსებობის შესახებ, ხოლო თუ არ აცნობებს, 14 კალენდარული დღე იცვლება 12 თვით.¹³ მიუხედავად იმისა, რომ კანონი მომხმარებელს ანიჭებს ასეთი ტიპის ფართო უფლებამოსილებას, არსებობს ლოგიკური გამონაკლისების ჩამონათვალიც, რომლის მიხედვითაც ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება არ წარმოიშობა მაშინ, როდესაც მომსახურება სრულად იქნა გაწეული, ნივთი ინდივიდუალური შეკვეთითაა დამზადებული, ნივთის დაბრუნება შეუძლებელია ჰიგიენური ან/და ჯანმრთელობასთან დაკავშირებული მიზეზების გამო და ა.შ.¹⁴

ხელშეკრულებიდან გასვლის ეს უფლება განპირობებულია ე.წ. „ინფორმაციული ასიმეტრიის“ და მოვაჭრის საბაზრო ძალაუფლების (ე.წ. Bargaining Power) გამო. მომხმარებელი, როგორც ფიზიკური პირი, სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შედის მოვაჭრესთან, რომელიც სამოქალაქო ბრუნვის ძლიერი მონაწილეა, შესაბამისად, მომხმარებლის „მოწყვლადობა“, განსაკუთრებით კი დისტანციური/სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებების დროს, დაბალანსებული უნდა იყოს მისთვის ფართო უფლებების არსებობით.¹⁵

უსამართლო კომერციული საქმიანობა

უსამართლო კომერციული საქმიანობა წარმოადგენს მოვაჭრის ისეთ საქმიანობას, რომელმაც შესაძლებელია შეცვალოს მომხმარებლის ქცევა პროდუქტთან მიმართებით, შეცდომაში შეიყვანოს მომხმარებელი ან აიძულოს პროდუქტის/მომსახურების შესყიდვა. აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის უსამართლო კომერციული საქმიანობის მომწესრიგებელი დირექტივა 2005/29/EC არ მოითხოვს, რომ მომხმარებელი უკვე იყოს დაზარალებული, დირექტივის მიზნებისთვის საკმარისია ისიც, რომ მოვაჭრის საქმიანობა პოტენციურად უარყოფით გავლენას ახდენს მომხმარებლის ინტერესზე.¹⁶

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონის მე-6 თავი ეხება სწორედ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას. კანონის მიხედვით, უსამართლო კომერციული საქმიანობაა ისეთი საქმიანობა, რომელიც ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების საყოველთაოდ აღიერებულ პრინციპს და არსებითად უარყოფითად ცვლის მომხმარებლის ქცევას. კანონი უსამართლო კომერციულ საქმიანობას ყოფს მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან და უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად, ასევე, აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკად.

მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკის მაგალითებია ისეთი ქმედებები, როგორცაა სანდოობის ან ხარისხის ნიშნის მითვისება, პირამიდული სქემის ჩამოყალიბება, განსაკუთრებულ პირობებზე ცრუ განაცხადის გაკეთება და ა.შ.¹⁷ უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის სიას/მაგალითებს კანონი არ გვთავაზობს, კანონმდებლის მიდგომა ამ კონკრეტულ შემთხვევაში უფრო ფართოა და მიუთითებს ისეთ ზოგად შემთხვევებზე, როდესაც მოვაჭრემ მომხმარებელს არ მიაწოდა საჭირო ინფორმაცია და ამ ქმედების შედეგად უარყოფითად შეიცვალა მომხმარებლის ქცევა.¹⁸

აგრესიული კომერციული საქმიანობა მოიცავს მოვაჭრის ისეთ ქმედებებს, როგორცაა სატელეფონო ან სხვა დისტანციური საშუალებით მომხმარებლისთვის მუდმივად არასასურველი შეთავაზებების გაკეთება, შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მომხმარებელი ვერ დატოვებს სარეწს ნივთის/მომსახურების 12 საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, მე-13 მუხლი, ხელმისაწვდომია: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5420598?publication=0>

13 იქვე, მე-13 მუხლის მე-8 პუნქტი.

14 დეტალურად იხილეთ იქვე, მე-14 მუხლი.

15 Abril, Patricia, Oliva Blázquez. „The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law“. InDret, Vol. 3, 2018, University of Miami Business School Research Paper No. 18-13, 2020. 5. ხელმისაწვდომია: <https://ssrn.com/abstract=3260506>

16 მაისურაძე, შაკიაშვილი და სხვები. რეგულირების ზეგავლენის შეფასება საქართველოს კანონპროექტზე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“. თბილისი, GIZ, 2019 წ. გვ. 31. ხელმისაწვდომია: http://lawlibrary.info/ge/books/giz2020_GEO_RIA_CRP_LAW.pdf

17 დეტალურად იხ. საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, 25-ე მუხლი, ხელმისაწვდომია: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5420598?publication=0>

18 იქვე, 26-ე მუხლი.

შეუძენლობის შემთხვევაში, რეკლამაში ბავშვისთვის მოწოდება ნივთის/მომსახურების შესაძენად.¹⁹ შეიძლება ითქვას, რომ კანონმდებელი აგრესიულიად მიიჩნევს მოვაჭრის ისეთი საქმიანობას, რომელიც უარყოფითად მოქმედებს მომხმარებელზე, აიძულებს ქცევის შეცვლას, იძულების ან სხვა გავლენების ბოროტად გამოყენებით. ანალოგიური მიდგომა გამოყენებული ევროკავშირის შესაბამის საკანონმდებლო აქტშიც - უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ 2005/29/EC დირექტივაში. კერძოდ, ევროკავშირი კომერციულ საქმიანობას მიჩნევს აგრესიულად, თუ იგი ფაქტობრივად, ზეწოლით, ფიზიკური ძალის ან სხვა ზეგავლენის გამოყენებით ზღუდავს საშუალო მომხმარებლის თავისუფალ ნებას.²⁰

დასკვნა

როგორც აღინიშნა, 2012 წლიდან დღემდე საქართველოში არ არსებობდა მომხმარებლის უფლებების დაცვის მომწესრიგებელი ნორმები. აღნიშნული კანონის მიღებით კი ჩნდება შესაძლებლობა შეივსოს ეს საკანონმდებლო ვაკუუმი. წინამდებარე სტატიაში მიმოხილული რამდენიმე ძირითადი საკითხი უდაოდ პოზიტიურად იმოქმედებს როგორც ქართველ მომხმარებლებზე, ასევე ეკონომიკაზეც. აღიარებულია, რომ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ეფექტური საკანონმდებლო ჩარჩო ხელს უწყობს დინამიური და ეფექტური ბაზრების განვითარებას, სადაც ბიზნესებს შესაძლებლობა აქვთ გაზარდონ მოგება. პირველ რიგში, ეფექტური საკანონმდებლო ჩარჩო ხელს უწყობს ბაზრის სტაბილურობას, ბიზნესი (მოვაჭრეები) სამომხმარებლო პოლიტიკას აგებენ სწორედ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო ჩარჩოს გათვალისწინებით. მომხმარებელთა მოთხოვნები ხელს უწყობს ინოვაციასა და ეკონომიკურ განვითარებას იმ კუთხითაც, რომ მოვაჭრეები ვალდებული არიან დააწესონ სამართლიანი ფასები და მომხმარებლებს შესთავაზონ ფასის შესაბამისი ხარისხის საქონელი და მომსახურება.²¹

მომხმარებელთა უფლებების სამართლის განვითარებისთვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება იმ ინსტიტუციურ გარანტიებს, რომლითაც მომხმარებელს საშუალება ექნება კანონის დარღვევის შემთხვევაში დაიცვას საკუთარი უფლებები. ასეთი ინსტიტუციები განსაზღვრულია კანონით. კერძოდ, კანონის აღსრულებაზე პასუხისმგებელ ორგანოდ განსაზღვრულია საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო, ამავდროულად, თუ სავარაუდოდ დარღვევა სახეზეა ეკონომიკის რეგულირებად სექტორებში, მის აღსრულებაზე პასუხისმგებლობა გადადის შესაბამისი სფეროს მარეგულირებელ ორგანოზე (მაგ. სემეკი, კომუნიკაციების კომისია, ეროვნული ბანკი, დაზღვევის ზედამხვედველობის სამსახური).²² დამატებით აღსანიშნავია, რომ კონკურენციის ეროვნული სააგენტო და მარეგულირებელი ორგანოები არ წარმოადგენენ კანონის აღმასრულებელ ექსკლუზიურ ორგანოებს. მომხმარებელს საკუთარი უფლებების დასაცავად შეუძლია მიმართოს სასამართლოს, არბიტრაჟს ან დავა მოაგვაროს მედიაციის საშუალებით.²³

უდავოა, რომ კანონი გთავაზობს მომხმარებლის დაცვისთვის მაღალ სტანდარტებს. აღნიშნული სტანდარტები დიდი სარგებლის მომტანია, როგორც მომხმარებლისთვის, ასევე - ბიზნესისთვის. თუმცა, ამ სტანდარტების პრაქტიკაში დანერგვა უპირატესად ბიზნესის წარმომადგენლებმა უნდა უზრუნველყონ. ხოლო შემდგომში, ამ სტანდარტების პრაქტიკულ საქმიანობაში გამოყენების ავ-კარგიანობა უნდა შეფასდეს შესაბამისი აღმასრულებელი ორგანოს მიერ. ამ კუთხით განსაკუთრებით დიდი როლი შეიძლება მიენიჭოს სასამართლოს, რადგან, როგორც უკვე აღინიშნა, კანონის დარღვევის თაობაზე მომხმარებელს სასამართლოსადმი მიმართვა შეუძლია. სასამართლოს დანერგილი პრაქტიკა, კონკრეტული ნორმის განმარტება კი დე ფაქტოდ სავალდებულო იქნება კანონის აღსრულებაზე პასუხისმგებელ სხვა ორგანოებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

- Abril, Patricia, Oliva Blázquez. „The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law“. InDret, Vol. 3, 2018, University of Miami Business School Research Paper No. 18-13, 2020;
- ASSOCIATION AGREEMENT between the European Union and the European Atomic Energy Community and their Member States and Georgia. 27/06/2014;
- Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights;

19 იქვე, 27-ე მუხლი.

20 Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices. მე-8 და მე-9 მუხლები. ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

21 Maciej BUKOWSKI, Tomasz KACZOR. ‘Consumer Protection, Delivering economic benefits for citizens and businesses’. European Parliament, 2019. 6-7. ხელმისაწვდომია: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/638396/IPOL_STU\(2019\)638396_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/638396/IPOL_STU(2019)638396_EN.pdf)

22 საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, 28-ე მუხლის პირველი პუნქტი, ხელმისაწვდომია: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5420598?publication=0>

23 იქვე. 28-ე მუხლის მე-2 პუნქტი.

- Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices;
- Explanatory Note of The Parliament of Georgia on the draft law “On the Protection of Consumer Rights”;
- Howells, „G. Protecting Consumer Protection Values in the Fourth Industrial Revolution“. *Journal of Consumer Policy* 43, (2020);
- Law of Georgia “On the Protection of Consumer Rights”. 29/03/2022;
- Maisuradze, Shakiashvili and others. “Regulatory Impact Assessment of the Draft Law of Georgia on Consumer Rights Protection”. Tbilisi. GIZ. 2019;
- Maciej BUKOWSKI, Tomasz KACZOR. ‘Consumer Protection, Delivering economic benefits for citizens and businesses“. European Parliament, 2019;
- United Nations, “Guidelines for Consumer Protection”, New York and Geneva, United Nations, 2016.