

საქართველოს კანონმდებლობა

საქართველოში მომხმარებელთა უფლებების დაცვა გარანტირებულია საქართველოს კონსტიტუციის 30-ე მუხლის მე-2 პუნქტით. გარდა ამისა, მომხმარებელთა დაცვის შესახებ ზოგადი დებულებები მოცემულია საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 336-ე მუხლში მომხმარებელთა ხელშეკრულებების შესახებ და 342-248 მუხლებში ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების შესახებ. გარდა ამისა, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება კანონებს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის და მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ. ამას გარდა, დებულებები, რომელიც გამოყენებადია მომხმარებელთა დაცვასთან დაკავშირებული კონკრეტული საკითხების მიმართ, გაერთიანებულია კანონში რეკლამის შესახებ და კანონებში ფასებისა და ფასწარმოქმნის საფუძვლების, პროდუქციის და მომსახურების სერტიფიკაციის, სტანდარტიზაციის შესახებ და ა.შ.

I. სამოქალაქო კოდექსი

სამოქალაქო კოდექსის 336-ე მუხლი, რომელიც არეგულირებს ქუჩაში დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებულ საკითხებს, წარმოადგენს ერთადერთ დებულებას, რომელიც სპეციალურად ეძღვნება არა ბიზნეს გარემოში დადებულ ხელშეკრულებებს. წინამდებარე დებულების მიხედვით, ხელშეკრულება, დადებული მომხმარებელსა და გამყიდველს შორის ქუჩაში, გამყიდველის საკუთარი სახლის ან მისი კუთვნილი სავაჭრო ობიექტის ფარგლებში, ძალაშია მხოლოდ მაშინ, თუ მომხმარებელი ერთი კვირის ვადაში ხელშეკრულებას წერილობით არ უარყოფს, გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა ხელშეკრულების შესრულება ხდება მისი დადებისთანავე.

342-348 მუხლები არეგულირებს ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების გამოყენების სამართლებრივ ასპექტებს. 342-ე მუხლი განმარტავს ხელშეკრულების სტანდარტულ პირობებს, როგორც წინასწარ ჩამოყალიბებულ, მრავალჯერადი გამოყენებისათვის გამიზნულ პირობებს, რომელთა მეშვეობითაც შემთავაზებული არ იძლევა ხელშეკრულების პუნქტების შესახებ მოლაპარაკებების გამართვის საშუალებას.

ხელშეკრულების სტანდარტული პირობები გახდება ხელშეკრულების შემადგენელი ნაწილი მაშინ, როცა:

- ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების შემთავაზებელი კონტრაქტში თვალსაჩინო წარწერას გააკეთებს და მიუთითებს ამ პირობებზე;

- ხელშეკრულების მეორე მხარეს შესაძლებლობა აქვს გაეცნოს ამ პირობების შინაარსს და თუ თანახმაა, მიიღოს ეს პირობები.

ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების ის დებულებანი, რომელნიც ფორმის მიხედვით იმდენად უჩვეულოა, რომ მეორე მხარისათვის შეუძლებელი იქნებოდა მათი გათვალისწინება, არ იქცევიან ხელშეკრულების შემადგენელ ნაწილად, მუხ. 347. ამას გარდა, თუ ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების ტექსტი ბუნდოვანია, მაშინ იგი განიმარტება მეორე მხარის სასარგებლოდ, მუხ. 345.

და ბოლოს, 346-ე მუხლით გათვალისწინებულია, რომ ბათილია ხელშეკრულების სტანდარტული პირობა, თუ იგი ეწინააღმდეგება ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპს, ხოლო 347-ე და 348-ე მუხლები შეიცავს ბათილი სტანდარტული პირობების არა ამომწურავ ჩამონთვალს:

- დებულება, რომლითაც შემთავაზებელი აწესებს შეთავაზებული წინადადების მიღების ან უარყოფის, ანდა ამა თუ იმ სამუშაოს შესრულების შეუსაბამოდ ხანგრძლივ ან აშკარად მცირე ვადებს (წინადადების მიღებისა და შესრულების ვადები);
- დებულება, რომლითაც შემთავაზებელი აწესებს მისივე ვალდებულებათა შესასრულებლად კანონით დადგენილი ნორმებისაგან განსხვავებულ, შეუსაბამოდ ხანგრძლივ ან არასაკმარისად განსაზღვრულ ვადებს (ვადები ვალდებულების დარღვევისას);
- დებულება, რომელიც შემთავაზებელს უფლებას აძლევს გაუმართლებლად და ხელშეკრულებაში მითითებული საფუძვლის გარეშე უარი თქვას თავისი ვალდებულების შესრულებაზე (ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობა);
- დებულება, რომელიც შემთავაზებელს უფლებას აძლევს შეცვალოს შეპირებული სამუშაო ან გადაუხვიოს მას, თუ ამის შესახებ შეთანხმება მიუღებელია ხელშეკრულების მეორე მხარისათვის (ცვლილების შეტანის პირობა);
- დებულება, რომელიც შემთავაზებელს უფლებას აძლევს ხელშეკრულების მეორე მხარეს მოსთხოვოს გაწეული ხარჯების შეუსაბამოდ მაღალი ანაზღაურება (გაწეული ხარჯების შეუსაბამოდ მაღალი ანაზღაურება).
- დებულება, რომელიც ითვალისწინებს ფასის მომატებას გაუმართლებლად მოკლე ვადაში (ფასების მოკლევადიანი მომატება);
- დებულება, რომლითაც იზღუდება ან გამოირიცხება: შესრულებაზე უარის თქმის უფლება, რომელიც ხელშეკრულების მხარეს ამ კანონის თანახმად აქვს; ან ხელშეკრულების მხარის უფლება, უარი თქვას შესრულებაზე, ვიდრე მეორე

მხარეს არ შეუსრულებია დაკისრებული ვალდებულება (შესრულებაზე უარის თქმის უფლება);

- დებულება, რომლითაც ხელშეკრულების მხარეს ერთმევა უფლება, გაქვითოს უდავო ან სასამართლო გადაწყვეტილებით დადგენილი მოთხოვნა (ურთიერთ მოთხოვნათა ჩათვლის აკრძალვა);
- დებულება, რომლითაც შემთავაზეველი თავისუფლდება კანონით გათვალისწინებული იმ მოვალეობისაგან, რომ ხელშეკრულების მხარე გააფრთხილოს ან დაუნიშნოს მას ვადა ვალდებულების შესასრულებლად (გაფრთხილება ვალდებულების შესრულების შესახებ; ვადის დანიშვნა);
- შეთანხმება ზიანის ოდენობაზე მეტი თანხის მოთხოვნის შესახებ (ზიანის ანაზღაურების გადამეტებული მოთხოვნა);
- დებულება, რომელიც გამორიცხავს ან ზღუდავს პასუხისმგებლობას იმ ზიანისათვის, რაც გამოწვეულია შემთავაზებლის ან მისი წარმომადგენლის მიერ უხეში გაუფრთხილებლობით ვალდებულების დარღვევის გამო (პასუხისმგებლობა გაუფრთხილებლობის გამო);
- დებულება, რომლითაც შემთავაზებლის მიერ ძირითადი ვალდებულების დარღვევისას: ხელშეკრულების მეორე მხარეს ერთმევა ან ეზღუდება უფლება, უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, ან ხელშეკრულების მეორე მხარეს ერთმევა ან "ვ" ქვეპუნქტის საწინააღმდეგოდ ეზღუდება ხელშეკრულების შეუსრულებლობისათვის ზიანის ანაზღაურების მოთხოვნის უფლება (ძირითადი ვალდებულების შესრულების დარღვევა);
- დებულება, რომელიც შემთავაზებლის მიერ ვალდებულების ნაწილობრივ შესრულების შემთხვევაში ხელშეკრულების მეორე მხარეს ართმევს უფლებას, მოითხოვოს ზიანის ანაზღაურება მთლიანი ხელშეკრულების შეუსრულებლობისათვის ან უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, თუკი მას დაეკარგა ინტერესი ნაწილობრივი შესრულებისადმი (ინტერესის დაკარგვა ვალდებულების ნაწილობრივ შესრულებისას);
- დებულებები, რომლებიც, კანონით გათვალისწინებული წესებისგან განსხვავებით, ზღუდავენ ახალწარმოებული საქონლის მიწოდებისა და სამუშაოების შესრულებისას შემთავაზებლის პასუხისმგებლობას ნივთის ნაკლის გამო.

სამოქალაქო კოდექსში მოცემულია დამატებითი დებულებები, რომლებშიც ასახულია მომხმარებელთა დაცვასთან დაკავშირებული ზოგიერთი კონკრეტული საკითხი. ეს დებულებებია: უხარისხო პროდუქტით მიყენებული ზიანისათვის პასუხისმგებლობა, მუხ. 1009-1016; ტურისტული მომსახურება, მუხ. 657-667; საბანკო კრედიტი, მუხ. 867-875.

II. კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ

1996 წლის მარტის კანონი "მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ" უზრუნველყოფს მომხმარებელთა უფლებას მოითხოვონ საქონლის, სამუშაოს, საგაჭრო და სხვა სახის მომსახურების სტანდარტთან შესაბამისი სათანადო ხარისხი, ისევე, როგორც პროდუქციის უსაფრთხოება და სათანადო ინფორმაცია პროდუქციის რაოდენობაზე, ხარისხსა და ასორტიმენტზე, მე-2 და მე-4 მუხლები. გარდა ამისა, მომხმარებლებს უფლება აქვთ მიიღონ სათანადო ინფორმაციის პროდუქციის მწარმოებელსა და მომსახურების მიმწოდებელზე, მუხ. 5.

თუ მწარმოებელი დაარღვევს ამ ვალდებულებებს, მაშინ მომხმარებელს უფლება აქვს გააუქმოს შეთანხმება, მუხ. 7 და წარადგინოს სარჩელი სასამართლოში, მისი ჯანმრთელობისა და ქონებისათვის მიყენებული ზიანის ანაზღაურების თაობაზე, მე-2 და მე-5 მუხლები.

მეორე თავი არეგულირებს "მომხმარებელთა უფლებებსა და მათ დაცვასთან დაკავშირებულ საკითხებს, კერძოდ კი, უხარისხო პროდუქციის გაყიდვის შედეგებს, მუხ. 13; მის გამოსწორებასთან დაკავშირებულ წესებსა და პირობებს მე-15 და მე-17 მუხლები; მის შეცვლას, მე-16 და მე-19 მუხლები, ისევე, როგორც მომხმარებლისათვის დადგენილ ანაზღაურებას.

ინსტიტუციონალური ჩარხო გათვალისწინებულია წინამდებარე კანონის მესამე თავით, რომელიც უფლებამოსილს ხდის ანტიმონოპოლიურ ორგანოს, რომელიც დაფუძნებულია ეკონომიკის სამინისტროში, სახელმწიფო მმართველობის სხვა და სხვა ორგანოებს, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ადგილობრივ ორგანოებსა და მომხმარებელთა საზოგადოებრივ გაერთიანებებს.

III. კანონი მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ

1996 წლის ივნისის კანონი "მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ" შეიქმნა კონკურენტული სამეწარმეო გარემოს უზრუნველყოფისა და მომხმარებელთა დაცვის მიზნით. წინამდებარე კანონის პირველადი მიზანია მეწარმეებს შორის კონკურენციის უზრუნველყოფა, თუმცა, როგორც მეორადი მიზანი, იგი ითვალისწინებს მომხმარებელთა პოზიციის გამყარებას. ამ კანონის დეტალური გარჩევა მოცემულია წინამდებარე სტატიის ნაწილში კონკურენციის შესახებ.

IV. კანონი რეკლამის შესახებ

1998 წელს მიღებული კანონი რეკლამის შესახებ არეგულირებს საქართველოს სასაქონლო და საფინანსო ბაზრებზე რეკლამის წარმოების, განთავსებისა და გავრცელების დროს წარმოქმნილ სამართლებრივ ურთიერთობებს. კანონის მიზანია რეკლამის სფეროში ჯანსაღი კონკურენციის განვითარება და არასათანადო რეკლამის აღკვეთა.

კანონის მე-2 თავი (მუხ. 4-14) ითვალისწინებს ზოგად და სპეციალურ მოთხოვნებს რეკლამისადმი, მუხ. 4; მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში, მუხ. 5; გარე, მუხ. 6; სატრანსპორტო საშუალებებზე, მუხ. 7, ისევე, როგორც ალკოჰოლიანი სასმელებისა და თამბაქოს ნაწარმის, მუხ. 8; სამედიცინო ნაწარმის, მუხ. 9; იარაღის, მუხ. 10 და ფასიანი ქაღალდების, მუხ. 11, რეკლამას.

გარდა ამისა, კანონი არეგულირებს რეკლამის დამკვეთის, მწარმოებლისა და გამავრცელებლის უფლებებსა და ვალდებულებებთან (თავი III, მუხ. 15-16), რეკლამის სფეროში სახელმწიფო კონტროლთან (თავი IV, მუხ. 17-18), კონტრრეკლამასა და არასათანადო რეკლამისათვის პასუხისმგებლობასთან (თავი V, მუხ. 19-20) დაკავშირებულ საკითხებს.