

საქართველოს კანონი

მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ

თავი I

ზოგადი დებულებანი

მუხლი 1. კანონის მიზნები

ამ კანონის მიზანია:

- ა) მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი საფუძვლებისა და სახელმწიფო პოლიტიკის განსაზღვრა;
- ბ) მომხმარებლის უფლებების დაცვის ორგანოების ეფექტიანად ფუნქციონირების პირობებისა და საზოგადოებრივი მონიტორინგის ჩამოყალიბება;
- გ) მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის განვითარება;
- დ) საქართველოში მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში საერთაშორისო და ევროპული ქვეყნების საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვა.

მუხლი 2. კანონის რეგულირების სფერო

ეს კანონი აწესრიგებს საქართველოს ტერიტორიაზე იმ ფიზიკური პირის უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს, რომელიც სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შედის მოვაჭრესთან მისი პროდუქციის (საქონლის ან მომსახურების) პირადი მოხმარებისათვის გამოყენების მიზნით (მომხმარებელი).

მუხლი 3. კანონმდებლობა მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ

მომხმარებლის უფლებების დაცვის თვალსაზრისით უპირატესობა ენიჭება სპეციალურ კანონს, თუ ის მომხმარებლის უფლებების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს ითვალისწინებს.

მუხლი 4. სახელმწიფო პოლიტიკა მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში

სახელმწიფო უზრუნველყოფს:

- ა) პროდუქციის უსაფრთხოების ნორმების შესაბამისობას საერთაშორისოდ აღიარებულ მოთხოვნებთან;
- ბ) მომხმარებელთა ეკონომიკური ინტერესების დაცვას, მათ შორის შეცდომაში შემყვანი პრაქტიკისგან;
- გ) მომხმარებელთა ინფორმირებულობას და სამომხმარებლო განათლებას, მათ შორის მათი უფლებების დაცვის საშუალებებისა და პროცედურების თაობაზე;
- დ) მომხმარებელთა უფლებების ხელყოფის განხილვის სამართლიანი და ხელმისაწვდომი პროცედურების ფუნქციონირებას, მათ შორის სამომხმარებლო დავების მოგვარების ალტერნატიული საშუალებების განვითარებას;
- ე) მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში მოქმედი ორგანიზაციების და სხვა დაინტერესებული ჯგუფების საქმიანობის ხელშეწყობას.

თავი II
მომხმარებლის უფლებები და ვალდებულებები

მუხლი 5. მომხმარებელთა ზოგადი უფლებები

მომხმარებელს უფლება აქვს თავისუფლად აირჩიოს და მიიღოს პროდუქცია, რომელიც საფრთხეს არ უქმნის მის სიცოცხლეს, ჯანმრთელობას ან ქონებას, მოითხოვოს მისი უფლებების დაცვის უზრუნველყოფა, ხოლო პრეტენზიის შემთხვევაში მოითხოვოს საკითხის გულისხმიერი, ეფექტიანი და სწრაფი განხილვა და შესაბამისი რეაგირება საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.

მუხლი 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 დასახელების, მწარმოებლის და არსებითი მახასიათებლების შესახებ უტყუარი და სრული ინფორმაცია, რაც მისცემს მომხმარებელს სწორი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობას;

ბ) ინფორმაცია მოვაჭრის ვინაობის (საფირმო სახელწოდების) და საწარმოს ადგილმდებარეობის შესახებ, ასევე საკონტაქტო მონაცემები, რომლის მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება;

გ) ინფორმაცია მომხმარებელთა პრეტენზიის განხილვაზე უფლებამოსილი პირის რეკვიზიტებისა და წარდგენის ადგილის შესახებ, ასევე პროდუქციის შეცვლის, შეკეთების და ტექნიკური მომსახურების საწარმოო ერთეულის მისამართი, თუ აღნიშნული განსხვავდება ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში დასახელებული მისამართისაგან;

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, კოსმეტიკური, სამკურნალო, საყოფაცხოვრებო ქიმიის პროდუქცია და სხვა);

ე) ინფორმაცია პროდუქციის სრული ფასის (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და ა.შ), ან თუ წინსაწარ 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 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 პროდუქციის 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, მოხმარების, დამონტაჟების, ექსპლუატაციისა და მომსახურების სახელმძღვანელო (ინსტრუქცია), ასეთის არსებობის შემთხვევაში;

- მ) პროდუქციის შესაბამისობის დამადასტურებელი დოკუმენტი კანონმდებლობით დადგენილ შემთხვევაში;
2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებული ხელშეკრულების განუყოფელი ნაწილია.
3. მოვაჭრე ვალდებულია თვალსაჩინო ადგილას ჰქონდეს განთავსებული ინფორმაცია საფირმო სახელწოდებისა და მუშაობის რეჟიმის შესახებ;
4. მცდარი ან შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მიწოდებისთვის მოვაჭრე პასუხს აგებს საქართველოს 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 პირველი პუნქტში გათვალისწინებული ინფორმაცია აისახება პროდუქციის თანდართულ ტექნიკურ დოკუმენტაციაში, ეტიკეტზე მარკირებით, გამოშვების ვადის ჩვენებით, ან ცალკეული სახეობის და მომსახურების სფეროებისათვის მიღებული სხვა ხერხით. ამასთან, ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ა“, „ბ“, „ე“, „ზ“, „თ“, „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 არ უნდა იყოს.

მუხლი 7. ინფორმაციასთან დაკავშირებული ვალდებულებები დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულებების შემთხვევაში

1. ქუჩაში დადებული ხელშეკრულება იდება მოვაჭრის სარეწის (სამეწარმეო საქმიანობის ადგილი) ფარგლებს გარეთ და მოითხოვს მოვაჭრისა და მომხმარებლის ფიზიკურ თანყოფას.
2. დისტანციური ხელშეკრულება იდება ტექნიკური ან სხვა საშუალებებების გამოყენებით და არ მოითხოვს მოვაჭრისა და მომხმარებლის ფიზიკურ თანყოფას.
3. დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია ამ კანონის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის პარალელურად, გასაგები ფორმით (მომხმარებლის მიერ მოთხოვნის შემთხვევაში - წერილობით) მიაწოდოს მომხმარებელს ინფორმაცია:
- ა) ხელშეკრულების დადების დროს გამოყენებული დისტანციური კომუნიკაციის ხარჯების შესახებ, თუ იგი არ შედის ძირითად ფასში;
- ბ) მომხმარებელს საჩივრით მიმართვის უფლების შეზღუდვის ან დაკარგვის პირობების შესახებ, 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) ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში პროდუქციის უკან დაბრუნებისთვის საჭირო ხარჯების მოვაჭრის მიერ დაფარვის შესახებ;
- ე) მოვაჭრის მხრიდან ფინანსური გარანტიის მოთხოვნის უფლებისა და ამ მოთხოვნის წინაპირობების შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

4. მოვაჭრე ვალდებულია მიაწოდოს მომხმარებელს ხელშეკრულების ასლი, მისი წერილობითი ფორმით არსებობის შემთხვევაში, ან ხელშეკრულების დადების დამადასტურებელი სხვა დოკუმენტი. ამ მუხლის მესამე პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს არაუგვიანეს პროდუქციის მიწოდებამდე/შესრულების დაწყებამდე, მარტივად გასაგებ ენაზე, ბეჭდური ფორმით. მომხმარებლის თანხმობის შემთხვევაში, ასევე, დისტანციური ხელშეკრულებისას, შესაძლებელია სხვა საშუალების გამოყენებაც. თუ ხელშეკრულებით მომხმარებელს ეკისრება ფასის გადახდა, ამ შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია ამ კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“, „ე“, „ი“ ქვეპუნქტებითა და ამ მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს მიაწოდოს მის მიერ ხელშეკრულების დადების ნების გამოვლენამდე.

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

6. სატელეფონო კომუნიკაციის საშუალების გამოყენებით ხელშეკრულება დადებულად ითვლება იმ შემთხვევაში, თუ სახეზეა მომხმარებლის ხელმოწერა ან წერილობითი თანხმობა. მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის სატელეფონო კომუნიკაციის დაწყებისთანავე მოვაჭრემ მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია საუბრის კომერციული მიზნისა და საკუთარი ან იმ პირის ვინაობის შესახებ, ვისი სახელითაც იგი მოქმედებს.

7. ვებგვერდის მეშვეობით ელექტრონული ვაჭრობის შემთხვევაში, არაუგვიანეს შეკვეთის პროცესის დაწყებისა, მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია პროდუქციის მიწოდებასთან დაკავშირებული სირთულეებისა და მოქმედი გადახდის საშუალებების შესახებ.

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 მომხმარებლის მიერ პროდუქციის მფლობელობაში მიღებიდან 14 დღის განმავლობაში. პროდუქციის მფლობელობაში მიღების ვადა აითვლება:

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

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

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

ა) მოვაჭრე ვალდებულია სრულად დაუბრუნოს მომხმარებელს გადახდილი თანხა, გარდა მიწოდების ხარჯებისა, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 14 დღის განმავლობაში;

ბ) ნასყიდობის ხელშეკრულების შემთხვევაში მოვაჭრეს უფლება აქვს, უარი თქვას თანხის უკან დაბრუნებაზე მანამ, ვიდრე არ დაიბრუნებს პროდუქციას;

გ) მომხმარებელი ვალდებულია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემდეგ, დაუყოვნებლივ ან არაუგვიანეს მოვაჭრისათვის 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.

3. მომხმარებელს არ 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) მომხმარებლისათვის მიწოდებული პროდუქცია, რომელიც დამზადდა მისი ინდივიდუალური შეკვეთით ან აშკარად მორგებულია მის პირად საჭიროებებს;

გ) მომხმარებლისათვის მიწოდებული პროდუქცია მალფუჭებადია, გააჩნია მოკლე ვარგისიანობის ვადა ან რომლისთვისაც დადგენილია შენახვის სპეციალური წესი;

დ) მომხმარებლისათვის მიწოდებულია ჰერმეტიულად დაცული პროდუქცია, რომელიც ჯანმრთელობის ან ჰიგიენური ნორმების დაცვის თვალსაზრისით, არ ექვემდებარება უკან დაბრუნებას და მისი ჰერმეტიულობა დარღვეულია დაბრუნების მომენტში;

ე) მომხმარებლისათვის მიწოდებულია პროდუქცია, რომელიც მიწოდების დროს, მისი მახასიათებლებიდან გამომდინარე, განუყოფლად შეერწყა სხვა პროდუქციას;

ვ) მომხმარებლისათვის მიწოდებულია ჟურნალ-გაზეთები ან სხვა სახის პუბლიკაციები, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მიწოდება ხორციელდება სააბონენტო ხელშეკრულების საფუძველზე;

ზ) ხელშეკრულება დადებულია საჯარო აუქციონის შედეგად;

თ) მომხმარებელს მიეწოდა ციფრული შინაარსის მქონე პროდუქცია ინფორმაციის არასხეულებრივ მატარებელზე, თუ აღნიშნული განხორციელდა მომხმარებლის წინასწარი თანხმობით, იმის გათვალისწინებით, რომ იგი დაკარგავდა ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას;

კ) საქონელს დაკარგული აქვს სასაქონლო სახე, არა აქვს პლომბი ან საწარმოო იარლიყი (ეტიკეტი), არ ახლავს საკასო ჩეკი (ან შეძენის დამადასტურებელი სხვა დოკუმენტი), რომელიც გაყიდულ პროდუქციასთან ერთად გადაეცა მომხმარებელს.

მუხლი 9. სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობა და მასთან დაკავშირებული გარანტიები

1. მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულების შესაბამისი საქონელი.

2. თუ მხარეები სხვაგვარად არ შეთანხმებულან საქონელი ჩაითვლება ხელშეკრულების შესაბამისად, თუ იგი აკმაყოფილებს შემდეგ მოთხოვნებს:

ა) შეესაბამება მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებულ აღწერას და გააჩნია იგივე თვისებები, რაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის წარდგენილ საჩვენებელ საქონელს გააჩნდა;

ბ) ვარგისია იმგვარი სარგებლობისთვის, რომლისთვისაც ამ ტიპის საქონელი ჩვეულებრივ გამოიყენება;

გ) გამოსადეგია მომხმარებლის მიერ დასახული მიზნისათვის, რომლის თაობაზეც მოვაჭრე მომხმარებელს ხელშეკრულების დადების ეტაპზე დაეთანხმა;

დ) აქვს ის თვისებები, რომელიც ამ ტიპის საქონლისათვის ჩვეულებრივია და რომლის გონივრული მოლოდინიც მომხმარებელს შეიძლება ჰქონოდა საქონლის ბუნებიდან და იმ საჯარო განცხადებებიდან გამომდინარე, რომელიც გაკეთდა მოვაჭრის, მწარმოებლის ან ბაზარზე განათავსებაზე პასუხისმგებელი სხვა პირის მიერ, მათ შორის რეკლამისა და ეტიკეტის საშუალებით. აღნიშნული წესი საჯარო განცხადებებთან მიმართებით არ გამოიყენება იმ შემთხვევებში, როდესაც მოვაჭრე დაამტკიცებს, რომ მან არ იცოდა ან არ შეიძლებოდა სცოდნოდა იმ მახასიათებლების შესახებ, რომლებიც შემდგომ აღმოაჩნდა საქონელს ან მათ შესახებ წინასწარ ეცნობა მომხმარებელს ხელშეკრულების დადების დროს.

3. მოვაჭრის მიერ ან მისი პასუხისმგებლობის ქვეშ, საქონლის არასწორი დამონტაჟების შედეგად წარმოქმნილი შეუსაბამობა უთანაბრდება ხელშეკრულების პირობებთან საქონლის შეუსაბამობას, თუ საქონლის მონტაჟი ხელშეკრულების შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენდა. აღნიშნული წესი, ასევე ვრცელდება საქონელზე, რომელიც განკუთვნილია მომხმარებლის მიერ ასაწყობად ან დასამონტაჟებლად და საქონელზე თანდართული ინსტრუქციის ნაკლოვანების გამო აწყობა ან მონტაჟი არასწორად განხორციელდა.

4. მომხმარებელი, რომლის მიერ შეძენილი საქონელი ხელშეკრულების შეუსაბამო აღმოჩნდა, უფლებამოსილია მოითხოვოს მოვაჭრისგან საქონლის გადაცვლა ან შეკეთება, ხელშეკრულების პირობებთან მისი შესაბამისობაში მოყვანის მიზნით.

5. მოვაჭრეს შეუძლია უარი თქვას როგორც ნაკლის გამოსწორებაზე, ასევე ნივთის შეცვლაზე, თუ ეს მოითხოვს შეუსაბამოდ დიდ ხარჯებს. ასეთ შემთხვევაში მომხმარებელი უფლებამოსილია, დაუყოვნებლივ გავიდეს ხელშეკრულებიდან.

6. საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობაში მოყვანა უნდა განხორციელდეს გონივრულ ვადაში, რომლის უშედეგოდ გასვლის შემდეგ, მომხმარებელს შეუძლია მოითხოვოს:

ა) ფასის შემცირება იმ ოდენობით, რაც საჭიროა საქონლის ხელშეკრულებასთან შესაბამისობაში მოყვანისათვის;

ბ) ხელშეკრულებიდან გასვლა (საქონლის დაბრუნება და თანხის უკან დაბრუნება).

7. ხელშეკრულებასთან საქონლის შესაბამისობაში მოსაყვანად საჭირო ყველა ხარჯი (მათ შორის, ტრანსპორტირების, სამუშაო ძალის და მასალების) უნდა გაიღოს მოვაჭრემ.

8. მომხმარებელს უფლება აქვს წარადგინოს ამ მუხლით დადგენილი მოთხოვნები, თუ საქონლის ხელშეკრულებასთან შეუსაბამობა აღმოჩენილია საქონლის მომხმარებლისთვის გადაცემიდან 2 წლის ან საქონლის ვარგისიანობის ვადის განმავლობაში, საქონელზე მისი მკაფიოდ მითითების შემთხვევაში და მათი წარდგენა ხორციელდება საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შეუსაბამობის აღმოჩენიდან 2 თვის ვადაში.

9. მოვაჭრე ვალდებულია დააკმაყოფილოს ამ მუხლით განსაზღვრული მომხმარებლის მოთხოვნები იმ შემთხვევაში, თუ ვერ დაამტკიცებს, რომ შეუსაბამობა ხელშეკრულებასთან წარმოიშვა მომხმარებლის მიერ საქონლით არასათანადო სარგებლობის გამო.

10. ბათილია ხელშეკრულების ან გარანტიის პირობა, რომელიც აუარესებს მომხმარებლის უფლებრივ მდგომარეობას საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილთან შედარებით.

მუხლი 10. მომსახურებასთან დაკავშირებული ვალდებულებების დარღვევის შედეგები

1. მომსახურების გამწევი ვალდებულია გაუწიოს მომხმარებელს ხელშეკრულებით შეთანხმებული პირობების შესაბამისი მომსახურება.

2. მომხმარებელმა ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვადების გადაცილების, აგრეთვე ნაკლოვანებათა აღმოჩენის შემთხვევაში, შემსრულებელს უნდა დაუდგინოს მომსახურების გაწევისა და ნაკლოვანებათა აღმოფხვრის გონივრული ვადა, რომლის უშედეგოდ გასვლის შემთხვევაში მომხმარებელს უფლება აქვს:

ა) დაავალოს მომსახურების გაწევა/ნაკლოვანებათა აღმოფხვრა სხვა პირს შემსრულებლის ხარჯზე;

ბ) მოითხოვოს მომსახურების ფასის ადეკვატური შემცირება;

გ) უარი თქვას ხელშეკრულებაზე და მოითხოვოს ზიანის ანაზღაურება.

3. ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული დამატებითი ვადის განსაზღვრა არ არის სავალდებულო მაშინ, როდესაც აშკარაა, რომ მას არავითარი შედეგი არ ექნება ან

მომხმარებელმა ხელშეკრულების შესრულება დაუკავშირა მომსახურების დროულ მიღებას.

4. ხელშეკრულების დარღვევის ასეთ შემთხვევაში, როდესაც შემსრულებელი დროულად არ შეუდგა მომსახურების გაწევას ან პროცესი ჭიანჭურდება, რაც შეუძლებელს ხდის მომსახურების დათქმულ ვადაში შესრულებას, შემსრულებელს არ აქვს უფლება მოითხოვოს მომსახურების პროცესში გაწეული დანახარჯების ანაზღაურება, აგრეთვე უკვე შესრულებული მომსახურების საზღაური, თუ ნაწილობრივი შესრულებისადმი მომხმარებელმა დაკარგა ინტერესი.

5. მომხმარებელს უფლება აქვს წარადგინოს ამ მუხლით დადგენილი მოთხოვნები მომსახურების მიღების დროს, ხოლო იმ შემთხვევაში, როდესაც ნაკლის აღმოჩენა შეუძლებელია მომსახურების მიღებისას – მთელი საგარანტიო პერიოდის განმავლობაში; ასეთის არარსებობის შემთხვევაში – მომსახურების მიღებიდან 2 წლის განმავლობაში.

6. მომხმარებელს უფლება აქვს მოითხოვოს ნაკლოვანებათა უსასყიდლოდ აღმოფხვრა საგარანტიო ვადის დამთავრების შემდეგაც, თუ საგარანტიო პერიოდში აღმოჩენილი იქნება შემსრულებლის მიზეზით დაშვებული არსებითი ხარვეზები. აღნიშნული მოთხოვნის შეუსრულებლობის შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს ისარგებლოს ამ მუხლის მე-2 პუნქტით მინიჭებული უფლებებით.

მუხლი 11. ხელშეკრულების უსამართლო პირობები

1. ხელშეკრულების პირობები, რომლებიც მხარეთა ინდივიდუალური შეთანხმების საგანს არ წარმოადგენდა (წინასწარ ცალმხრივად არის განსაზღვრული მოვაჭრის მიერ, ისე რომ მომხმარებელს არ გააჩნდა მათზე გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა), უნდა ჩაითვალოს უსამართლოდ, თუ ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპებს და იწვევს მომხმარებლის საზიანოდ გაუმართლებელ დისბალანსს სახელშეკრულებო უფლება-მოვალეობებში.

2. მტკიცების ტვირთი იმისა, რომ ხელშეკრულების პირობები წარმოადგენდა ინდივიდუალური მოლაპარაკების საგანს, ეკისრება მოვაჭრეს.

3. ხელშეკრულების პირობის უსამართლოდ ცნობისას მხედველობაში არ მიიღება ხელშეკრულების ფასისა და ხელშეკრულების საგნის ადეკვატურობა, თუ აღნიშნული წარმოადგენდა მხარეთა შეთანხმების საგანს.

4. მომხმარებლისათვის წერილობითი ფორმით მიწოდებული პირობები უნდა ჩამოყალიბდეს მკაფიო და გასაგებ ენაზე. ხელშეკრულების ბუნდოვანი პირობები განიმარტება მომხმარებლის სასარგებლოდ.

მუხლი 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 მომხმარებელს უქმნის ან სავარაუდოდ შეუქმნის ისეთ მცდარ წარმოდგენას, რომლის საფუძველზეც მომხმარებელი იღებს ეკონომიკურ გადაწყვეტილებას.

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 ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიზნისადმი შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვის 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 იდენტიფიკაცია, კვალიფიკაცია, საწარმოო, კომერციული ან ინტელექტუალური საკუთრების უფლება.

3. შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისათვის არასწორი ინფორმაციის მიწოდება, რასაც შედეგად მოჰყვება ან შეიძლება მოჰყვეს მომხმარებლის მოტყუება ან შეცდომაში შეყვანა, ასევე ფაქტობრივად სწორი ინფორმაციის მიწოდება არასწორ კონტექსტში ან არასრულად, რის საფუძველზეც მომხმარებელმა დადო ან შეიძლება დაედო 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 ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიზნისადმი შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვის და შენახვის პირობები, გამოყენების შედეგები, ასევე პროდუქციის ტესტირების შედეგები და მის საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) ფასს ან ფასის კალკულაციის სათანადო მეთოდს, ან მითითებას სპეციალურ ფასზე;

გ) მოვაჭრის ან მწარმოებლის შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, კვალიფიკაციას, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ქონას ან მათთან კავშირს, ასევე სხვა უფლებებს წარმოებასთან ან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებით;

დ) მომხმარებელთა უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ პროდუქციის დაბრუნების, შეცვლის და შეკეთების, ასევე საჩივრებით მიმართვის შესაძლებლობისა და ფორმის შესახებ.

5. შეცდომაში შემყვანია კომერციულ საქმიანობა 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, სახელს და სხვა განმასხვავებელ ნიშნებს;

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

მუხლი 13. ინფორმაცია პროდუქციის ფასის შესახებ

1. ამ კანონის მიზნებისთვის:

ა) გასაყიდი ფასი - ერთეული ან გარკვეული რაოდენობის პროდუქციის საბოლოო სარეალიზაციო ფასი, რომელიც მოიცავს დღგ-ს და სხვა გადასახადებს;

ბ) ერთეული ფასი - პროდუქციის საბოლოო სარეალიზაციო ფასი, რომელიც მოიცავს დღგ-ს და სხვა გადასახადებს ერთი კილოგრამი, ერთი ლიტრი, ერთი მეტრი, ერთი კვადრატული მეტრი ან ერთი კუბური მეტრი პროდუქციისთვის, ან განსხვავებული სიდიდის ერთეული, რომელიც ფართოდ არის გამოყენებული ქვეყანაში პროდუქციის საბაზრო მიმოქცევისას.

2. მოვაჭრე ვალდებულია ნათელი და გასაგები ფორმით უზრუნველყოს პროდუქციაზე გასაყიდი და ერთეული ფასების მითითება. ერთეული ფასის მითითება არ არის აუცილებელი, თუ იგი გასაყიდი ფასის იდენტურია.

3. ფასის მითითება არ არის აუცილებელი, თუ:

ა) საქონლის მიწოდება მომსახურების ნაწილია;

- ბ) პროდუქციის რეალიზაცია ხდება აუქციონზე;
 - გ) გასაყიდად წარმოდგენილია ხელოვნების ნიმუშები ან ანტიკვარული ნივთები.
4. პროდუქციაზე, რომელიც წინასწარ არ არის შეფუთული და აიწონება ან აიზომება მომხმარებლის თვალწინ საკმარისია მხოლოდ ერთეული ფასის მითითება.

თავი III. მომხმარებელთა ომბუდსმენი

მუხლი 14. მომხმარებელთა ომბუდსმენი

1. მომხმარებელთა ომბუდსმენი: იცავს მომხმარებელთა ინტერესებს, ზედამხედველობას უწევს საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვას, ავლენს და განიხილავს მათი დარღვევის ფაქტებს, ხელს უწყობს დარღვეული უფლებების აღდგენას, მათ შორის მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დავის მოგვარების ალტერნატიული საშუალებების გამოყენებით.
2. მომხმარებლის ომბუდსმენს უფლება აქვს მიმართოს სასამართლოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული მომხმარებლის უფლებების ხელყოფის აღსაკვეთად, ასევე მიიღოს მონაწილეობა სასამართლო განხილვაში როგორც მომხმარებლის წარმომადგენელმა.
3. მომხმარებელთა ომბუდსმენი ახორციელებს კვლევით, ანალიტიკურ და შეფასებით საქმიანობას, შეიმუშავებს რეკომენდაციებს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შემდგომი გაუმჯობესების მიზნით მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებთან კონსულტაციების შედეგად.
4. მომხმარებელთა ომბუდსმენს 4 წლის ვადით თანამდებობაზე ნიშნავს და ათავისუფლებს საქართველოს პრემიერ-მინისტრი, საქართველოში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებთან კონსულტაციის საფუძველზე. ერთი და იგივე პირი მომხმარებელთა ომბუდსმენის თანამდებობაზე შეიძლება დაინიშნოს ზედიზედ მხოლოდ ორჯერ.
5. მომხმარებელთა ომბუდსმენის უფლებამოსილება, მისი საქმიანობის ძირითადი პრინციპები და ფორმები, დამოუკიდებელ მარეგულირებელ ორგანოებთან არსებული მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივ დამცველებთან ურთიერთობის მექანიზმი რეგულირდება მომხმარებელთა ომბუდსმენის დებულებით, რომელიც მტკიცდება საქართველოს მთავრობის დადგენილებით.
6. წელიწადში ერთხელ, საქართველოს მომხმარებელთა ომბუდსმენი პარლამენტს წარუდგენს ანგარიშს ქვეყანაში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მდგომარეობის შესახებ. მომხმარებელთა ომბუდსმენი უფლებამოსილია პარლამენტის ბიუროს წინაშე დასვას მომხმარებლის უფლებების დაცვასთან დაკავშირებული საკითხი და სათათბირო ხმის უფლებით მიიღოს მონაწილეობა მის განხილვაში. ასევე, იგი უფლებამოსილია საკუთარი ინიციატივით დაესწროს პარლამენტის პლენარულ სხდომას.

თავი IV. საზოგადოებრივი დაცვა

მუხლი 15. არასამთავრობო ორგანიზაციები

1. არასამთავრობო ორგანიზაციები უფლებამოსილნი არიან მონაწილეობა მიიღონ მომხმარებელთა დაცვის პოლიტიკის განვითარებასა და განხორციელებაში, მათ შორის:
 - ა) ითანამშრომლონ მეწარმეთა გაერთიანებებთან და შესაბამის სახელმწიფო ორგანოებთან მომხმარებელთა ინტერესების დასაცავად;

ბ) მონაწილეობა მიიღოს ბაზარზე დომინირებული მდგომარეობის მქონე ან სხვა შემთავაზებელსა და მომხმარებელს შორის ხელშეკრულების სტანდარტულ პირობებთან დაკავშირებულ მოლაპარაკებებში;

გ) მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესების დაცვის მიზნით, სასამართლოს მეშვეობით მოითხოვონ მომხმარებლის უფლებების ხელყოფის აღკვეთა;

დ) ხელი შეუწყოს სამომხმარებლო დავის მედიაციის საშუალებით მოგვარებას;

ე) მონაწილეობა მიიღონ პროდუქციის უსაფრთხოების მოთხოვნათა შესაბამისი მოთხოვნების შემუშავებაში და ჩაატარონ პროდუქციის ხარისხისა და უსაფრთხოების დამოუკიდებელი ექსპერტიზა;

ვ) მონაწილეობა მიიღონ მომხმარებელთა საგანმანათლებლო საქმიანობის და ინფორმირებულობის ღონისძიებებისა და პროგრამების განხორციელებაში სახელმწიფო ორგანოებთან ერთად.

2. მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიზნით განხორციელებული არასამთავრობო ორგანიზაციების აქტივობები შეიძლება დაფინანსდეს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.

თავი V

გარდამავალი დებულებანი

მუხლი 15. გარდამავალი დებულებანი

1. მცირე - ან მიკრო ბიზნესის სტატუსის მქონე პირებისა და ინდივიდუალური მეწარმეებისათვის, რომლებისთვისაც ფასების მითითება გამოიწვევს მნიშვნელოვან ხარჯებს გასაყიდი პროდუქციის რაოდენობის, ბუნებისა და სავაჭრო ადგილის პირობების გათალისწინებით, ამ კანონის მე-13 მუხლის მოთხოვნა პროდუქციაზე ერთეული ფასის მითითების შესახებ ამოქმედდეს 2016 წლის 1 იანვრიდან.

2. საქართველოს მთავრობამ, ამ კანონის ამოქმედებიდან უმოკლეს ვადაში შეიმუშავოს კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტი, რომლითაც განისაზღვრება გამონაკლისები ერთეული ფასის მითითების ამ კანონით განსაზღვრული ვალდებულებებისაგან.

3. საქართველოს მთავრობამ უზრუნველყოს 2016 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტში მომხმარებელთა ომბუდსმენის ინსტიტუტის ამოქმედებისა და ფუნქციონირებისათვის საჭირო ხარჯების ასახვა.

თავი VI

დასკვნითი დებულება

მუხლი 16. კანონის ამოქმედება

1. ეს კანონი, გარდა მე-14 მუხლისა, ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.
2. ამ კანონის მე-14 მუხლი ამოქმედდეს 2016 წლის 1 იანვრიდან