

განმარტებითი ბარათი

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტზე

ა) ზოგადი ინფორმაცია კანონპროექტის შესახებ

ა.ა) კანონპროექტის მიღების მიზეზი:

ა.ა.ა) პრობლემა, რომლის გადაჭრასაც მიზნად ისახავს კანონპროექტი:

სამომხმარებლო ურთიერთობებს მნიშვნელოვანი დატვირთვა აქვს საზოგადოების ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ეს განპირობებულია იმ საკითხებისა და ურთიერთობების ინტენსიურობითა და არეალით, რასაც სამომხმარებლო სფერო მოიცავს. სწორედ ამიტომ, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა ფუნდამენტური და პრიორიტეტული საკითხია ნებისმიერი განვითარებული სახელმწიფოსთვის.

მომხმარებლის უფლებების დაცვა, მისი მნიშვნელობიდან გამომდინარე ერთ-ერთი პრიორიტეტული სფეროა ევროკავშირშიც და ამ მიმართულებით გატარებული პოლიტიკა ემსახურება შემდეგ მიზნებს:

ა) დაიცვას მომხმარებელი ისეთი სერიოზული რისკის შემცველი ფაქტორებისა და საფრთხისგან, რომლის არიდებასაც იგი თავად ვერ შეძლებს;

ბ) მისცეს მომხმარებელს თავისუფალი არჩევანის შესაძლებლობა, რომელიც უტყუარ და ნათელ ინფორმაციაზე იქნება დაყრდნობილი;

გ) დაიცვას მომხმარებლის უფლებები იმით, რომ მომხმარებელს თვითონ შეეძლოს მოვაჭრესთან პრობლემის სწრაფად და ეფექტურად მოგვარება და

დ) უზრუნველყოს მუდმივად ცვალებად სოციალურ და ეკონომიკურ ფაქტორებთან მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მექანიზმების შესაბამისობაში მოყვანა.

უკანასკნელ პერიოდში საქართველოში სამომხმარებლო სფეროს დერეგულირებამ გამოიწვია სამომხმარებლო ურთიერთობის სუსტი მხარის - მომხმარებლის, მოვაჭრესთან არათანაბარ სამართლებრივ მდგომარეობაში ჩაყენება. 2012 წელს გაუქმდა კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, რათა შემუშავებულიყო უკეთესი სამართლებრივი აქტი. 1996 წლის კანონი არ ითვალისწინებდა მომხმარებელთა სხვადასხვა ტიპებს და იყენებდა მხოლოდ ერთ ტერმინს - „მომხმარებელი“. ამავე დროს, აღნიშნული კანონი პირდაპირ არ არეგულირებდა აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკას.

ამ სფეროში დღეს მოქმედი კანონმდებლობა, ასევე, მოძველებულია და ვეღარ პასუხობს თანამედროვე გამოწვევებს. იგი მომხმარებლის ინფორმაციაზე წვდომის უფლებების სფეროში, მომხმარებლის დაცვის მინიმალურ სტანდარტებსაც კი ვერ აკმაყოფილებს თუ არ ჩავთვლით ზოგიერთ სპეციალურად მოწესრიგებულ სფეროს, როგორცაა მაგალითად, ტელეკომუნიკაციები, ენერგეტიკა ან ტურისტული მომსახურება. საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსი“ მთავარი სამართლებრივი საფუძველია მომხმარებლისთვის, რათა საკუთარი უფლებები დაიცვას. თუმცა მასში მოცემული დებულებები, ევროკავშირის თანამედროვე კანონმდებლობის

სტანდარტებს ჩამორჩება. მასში სრულყოფილად არ არის დარეგულირებული „სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებებისა“ და განსაკუთრებით „დისტანციური ხელშეკრულებებთან“ დაკავშირებული საკითხები. ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ წარმოშვა ციფრულ სფეროში ახალი რეგულაციების მიღების აუცილებლობა, რათა მომხმარებელი დაცული იყოს უსამართლობისგან და ადვილად შეეძლოს მისი უფლებების დაცვა. საქართველოს კანონმდებლობა არ იცნობს ონლაინ დადებული კონტრაქტებისგან დასაბუთების გარეშე გასვლის უფლებას. ამ მხრივ ერთადერთი რეგულირება მოცემულია საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 336-ე მუხლში, რომელიც განსაზღვრავს, რომ ხელშეკრულებები, რომლებიც დადებულია ქუჩაში, სახლის წინ ან მსგავს ადგილებში ნამდვილია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მომხმარებელი ერთი კვირის ვადაში წერილობით არ უარყოფს ხელშეკრულებას. თუმცა, წინამდებარე მუხლი დაკავშირებულია მხოლოდ იმ მოვაჭრეებთან გაფორმებულ კონტრაქტებთან, რომლებსაც აქვთ სავაჭრო ადგილები საქონლის ჩვეულებრივი რეალიზაციისთვის და შესაბამისად, სრულად არ ფარავს დისტანციურ გაყიდვებს.

მართალია მომხმარებლისთვის სურსათთან დაკავშირებული ინფორმაციის მიწოდების წესი და ბაზარზე უსაფრთხო პროდუქტის განთავსებისა და მისი ეტიკეტირების წესები „სურსათის/ცხოველის საკვების უვნებლობის, ვეტერინარიისა და მცენარეთა დაცვის კოდექსით“ და „პროდუქტის უსაფრთხოებისა და თავისუფალი მიმოქცევის კოდექსით“ არის დარეგულირებული და ეს კანონმდებლობა შესაბამისია ევროკავშირის სტანდარტებთან, ამ კანონებით მოწესრიგებული სფეროების მიღმა სამომხმარებლო ურთიერთობების სფეროში სხვა საკითხებიც არსებობს, რომლებიც სამართლებრივი რეგულაციების გარეშე რჩება.

თითქმის მთლიანად დაურეგულირებელია უსამართლო კომერციული პრაქტიკა, რომლის მარეგულირებელი დირექტივა ევროკავშირში, მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში მთავარ მიღწევად მიიჩნევა.

არ არსებობს ორგანო, რომელიც მოახდენს მომხმარებლის უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დამრღვევის დაჯარიმებას. ნებისმიერ შემთხვევაში მომხმარებელმა მისი უფლებების აღსადგენად უნდა მიმართოს სასამართლოს, რაც ხარჯიანი, რთული და დროში გაწელილი, შესაბამისად არაეფექტური პროცესია, მითუმეტეს, რომ კანონით სავალდებულო ინფორმაციის გაცემის ვალდებულების დარღვევის შემთხვევაში მტკიცების ტვირთის საკანონმდებლო რეგულირება არ არსებობს. მომხმარებლის უფლებების დაცვის რთულმა მექანიზმმა, გამოიწვია მომხმარებლის ინტერესის დაკარგვა მისი უფლებების დაცვის პროცესის მიმართ და დროთა განმავლობაში იმდენად დაეცა მომხმარებლის ცნობიერება მისი უფლებების შესახებ, რომ ევროკავშირის სტანდარტების მიხედვით, იგი მოწყვლად მომხმარებელთა კატეგორიას გაუტოლა.

ევროკავშირის პრინციპების თანახმად, სახელმწიფომ მომხმარებელი უნდა უზრუნველყოს მისი უფლებების დაცვისთვის მოქნილი და სწრაფი მექანიზმით. მომხმარებლის უფლებების დაცვა გამართული საკანონმდებლო მექანიზმის მეშვეობით, ხელს შეუწყობს მოქალაქეთა ეკონომიკური ინტერესების ეფექტურ

დაცვას და მომხმარებლის დაინტერესებას, იცოდეს, საკუთარი უფლებები და მოითხოვოს მათი დაცვა. იგი საფუძველს შექმნის ჯანსაღი კონკურენციის განვითარებისთვის და ხელს შეუწყობს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარებას, რომელიც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს მდგრადი ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფაში.

კანონპროექტი თავს უყრის მომხმარებლის უფლებების დაცვის დებულებებს ერთ საკანონმდებლო აქტში, რაც როგორც მომხმარებლისთვის, ასევე, მოვაჭრისთვისაც მარტივად აღქმადი და მოსახერხებელია. იგი ერთგვარი ჩარჩო კანონის ფუნქციას შეასრულებს მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში და იქნება ამ სფეროს ძირითადი პრინციპების განმსაზღვრელი საკანონმდებლო აქტი. იგი საფუძველს ქმნის იმისთვის, რომ მომხმარებლის დასაცავად გამოყენებული იყოს ის საკანონმდებლო აქტი, რომელიც მომხმარებლის დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს ითვალისწინებს. კანონპროექტი აერთიანებს ევროკავშირის შემდეგ საკანონმდებლო აქტებს:

1. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის დირექტივა მომხმარებლის უფლებების შესახებ, რომელიც ცვლის საბჭოს 92/13 და ევროპარლამენტის 1999/44 დირექტივებს და ევროპარლამენტისა და საბჭოს 97/7 დირექტივას;
2. 1998 წლის 16 თებერვლის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 98/6/EC დირექტივა მომხმარებელთა დაცვის შესახებ მომხმარებელთათვის შეთავაზებულ პროდუქტებზე ფასების მითითებისას;
3. 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC დირექტივა, შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ („დირექტივა უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ“);
4. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1999 წლის 25 მაისის დირექტივა 1999/44/EC სამომხმარებლო საქონლის რეალიზაციის გარკვეული ასპექტებისა და მათთან დაკავშირებული გარანტიების შესახებ;
5. საბჭოს 1993 წლის 5 აპრილის დირექტივა 93/13/EEC სამომხმარებლო ხელშეკრულებების უსამართლო პირობების შესახებ;
6. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2009 წლის 23 აპრილის დირექტივა 2009/22/EC „მომხმარებლის ინტერესების დამცავი ღონისძიებების შესახებ“;
7. 2004 წლის 27 ოქტომბრის რეგულაცია მომხმარებლის დაცვის შესახებ კანონების აღსრულებაზე პასუხისმგებელ ეროვნულ ორგანოებს შორის თანამშრომლობის შეახებ (რეგულაცია მომხმარებლის დაცვის სფეროში თანამშრომლობის შესახებ) - დაახლოება უნდა მოხდეს შემდეგ მუხლებთან: 3 (c); 4(3) – (7); 13 (3); 13(4).

ა.ა.ბ) არსებული პრობლემის გადასაჭრელად კანონის მიღების აუცილებლობა:

საქართველოში არ არსებობს ერთიანი საკანონმდებლო რეგულაციები, რომლებიც მომხმარებლის უფლებების დაცვას და აღსრულების მექანიზმის ფუნქციონირების

წესს დაარეგულირებს. მომხმარებლის უფლებებისა და მოვაჭრის ვალდებულებების შესახებ ნორმები მიმოფანტულია სხვადასხვა საკანონმდებლო აქტებში. კანონპროექტი კი ქმნის ერთიან საკანონმდებლო ჩარჩოს და აწესებს ზოგად პრინციპებს მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში. რადგან საქართველოში დღეს არსებული ვითარება მოითხოვს მომხმარებლის უფლებების დაცვის ახალი საკანონმდებლო გარანტიების შექმნას, რათა მომხმარებელს შეეძლოს საკუთარი უფლების ეფექტიანად განხორციელება და დაცვა. სახელმწიფოს მიზანს აღნიშნული პროცესის ხელშეწყობა წარმოადგენს.

კანონპროექტის მიზანია მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის განვითარების ხელშეწყობა და მომხმარებლისთვის საფუძვლის შექმნა, რომ მას პროდუქტის თაობაზე მაქსიმალურად ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა ჰქონდეს. იგი ითვალისწინებს ახალ რეგულაციებს, რომლებიც მოხმარებელს დაიცავს ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტული პირობებისა და უსამართლო კომერციული პრაქტიკისგან, განსაზღვრავს პროდუქტის შეძენისა და მომსახურების მიღებისას მომხმარებლისთვის სავალდებულო ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას, არეგულირებს სარეწს გარეთ დადებული და დისტანციური ხელშეკრულების პირობებს და განსაზღვრავს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის საფუძვლებს. მომხმარებელს აძლევს უფლებას სარეწს გარეთ დადებულ და დისტანციურ ხელშეკრულებებზე უპირობოდ თქვას უარი 14 დღის განმავლობაში, აყალიბებს სამართლებრივ მექანიზმს, რომელიც უზრუნველყოფს მომხმარებლის უფლებების უფრო მაღალი სტანდარტით დაცვას. იქმნება მომხმარებლის უფლებების დაცვის სწრაფი და ეფექტიანი მექანიზმი. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო მოახდენს მომხმარებლის უფლებების დაცვაზე ზედამხედველობასა და რეაგირებას დარღვეული უფლებების აღსადგენად.

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, საქართველოსა და ევროკავშირს შორის გაფორმებული „ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირისა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით“ საქართველომ აიღო ვალდებულება, რომ ქვეყანაში უზრუნველყოს მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე და მომხმარებელთა დაცვის ქართული სისტემა დაუახლოოს ევროკავშირში არსებულს. ეს პროცესი ქვეყნის კანონმდებლობის ევროკავშირის საკანონმდებლო აქტებთან, მათ შორის, სამომხმარებლო სფეროში არსებულ დირექტივებთან, რეგულაციებსა და რეკომენდაციებთან დაახლოების ვალდებულებას გულისხმობს, რომელთა შესრულების ვადაც 2019 წლის 1 სექტემბერია.

ამრიგად, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტების დანერგვა მნიშვნელოვანია ქვეყნის ევროკავშირში ინტეგრაციის პროცესისთვის. მომხმარებელთა უფლებების დაცვისთვის საკანონმდებლო საფუძვლის შესაქმნელად ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტმა შეიმუშავა კანონპროექტი, რომელიც ეყრდნობა საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკასა და ევროკავშირის კანონმდებლობას.

ა.ბ) კანონპროექტის მოსალოდნელი შედეგები:

) კანონპროექტი შექმნის მომხმარებლის უფლებების დაცვის ძირითად საკანონმდებლო საფუძველს, რომელიც ევროკავშირის სტანდარტებთან იქნება მიახლოებული. იგი ქართველ მოვაჭრეებს, დროთა განმავლობაში გადაიყვანს ევროპულ სტანდარტზე, აღნიშნული, თავის მხრივ, მოვაჭრეებს შორის კონკურენციის ზრდასა და ქართული სამომხმარებლო ბაზრის განვითარებას შეუწყობს ხელს. მოვაჭრისთვის მომხმარებლის სათანადოდ ინფორმირების ვალდებულების დაკისრებით, მოხდება მომხმარებლის უპირატესად ეკონომიკური ინტერესების დაცვა. მას შესაძლებლობა ექნება მიიღოს კარგად ინფორმირებული გადაწყვეტილება, რაც მას თავის მხრივ, კარგად ინფორმირებული, სათანადო არჩევანის გაკეთების საშუალებას მისცემს და დაიცავს მისთვის არასასურველი გადაწყვეტილების მიღებისგან. შედეგად, შემცირდება ყალბი და უხარისხო საქონელი ბაზარზე.

კანონპროექტის მიღება მნიშვნელოვანი იქნება განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფებისთვის, რომლებიც, როგორც წესი, წარმოადგენენ აგრესიული მარკეტინგული კამპანიების სამიზნეებს. მომხმარებლისთვის ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების მინიჭება და არასასურველი პროდუქტის უკან დაბრუნების შესაძლებლობის არსებობა გაზრდის მომხმარებლის აქტივობას ონლაინ ვაჭრობაში, რაც დადებითად აისახება ონლაინ ვაჭრობის მოცულობის ზრდაზე. თავის მხრივ იგი სარგებელს მოუტანს ბიზნესსაც. თუ ონლაინ გაყიდვები გარკვეული სექტორის ვაჭრობის პრიორიტეტულ არხად იქცევა, ბიზნესმა შესაძლოა გაზარდოს ფოკუსი ონლაინ გაყიდვებზე, რაც სარეწში ვაჭრობის და ტრადიციული გაყიდვების ხაზების მართვასთან დაკავშირებული ხარჯების შემცირებას, და საბოლოო ჯამში ბიზნესის საერთო ხარჯების შემცირებას გამოიწვევს.

გარდა ამისა, კანონპროექტის ამოქმედების შემდეგ მოვაჭრეები მეტი პასუხისმგებლობით მოეკიდებიან მომხმარებლის უფლებებს და მათი აღსრულების მექანიზმებს.

) სასამართლო საუკეთესო ევროპულ გამოცდილებაზე დაყრდნობით მომზადებული, თანამედროვე სტანდარტების კანონპროექტით იხელმძღვანელებს, რაც მომხმარებლის უფლებების დაცვის უფრო მაღალ ეფექტს უზრუნველყოფს. მას არ მოუწევს, როგორც მოსარჩელეს, ყველაფრის თავად მტკიცება. არსებული გამოცდილება დღესდღეობით მომხმარებელს, როგორც ურთიერთობის სუსტ მხარეს, მოვაჭრესთან შედარებით არამომგებ პოზიციაში აყენებს. კანონპროექტით განსაზღვრულ შემთხვევებში, მიუხედავად იმისა რომელი მხარე იქნება მოსარჩელე, მტკიცების ტვირთი იქნება მოვაჭრეზე;

) კანონპროექტის მიღებით ჩამოყალიბდება მომხმარებლის უფლებების დაცვის მექანიზმი, რომელიც ხელს შეუწყობს საქართველოს ბაზარზე მომხმარებლის უფლებების დარღვევის პრევენციას, დაცვასა და უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის აღმოფხვრას. კანონპროექტის მიხედვით ასეთი უფლებამოსილებით აღიჭურვება საქართველოს კონკურენციის სააგენტო, რომელიც მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტებს შეისწავლის და მოვაჭრეებს გამოსწორების საშუალებას მისცემს,

ხოლო მისი მითითებებისა და გაფრთხილების შეუსრულებლობის შემთხვევაში დააჯარიმებს. აღნიშნული პრაქტიკის დამკვიდრება თავისთავად აამაღლებს მომხმარებლის გათვითცნობიერებას საკუთარ უფლებებში, რაც გაააქტიურებს მომხმარებელს საკუთარი უფლებების დაცვის მოთხოვნის მიმართულებით და შესაბამისად დადებით გავლენას იქონიებს მოვაჭრეების ქცევაზე. ინფორმაციის საჯაროობა კი ხელს შეუწყობს ნორმების აღსრულებას და დაეხმარება მხარეებს ახალ რეალობასთან ადაპტირებაში.

) საქართველო შეასრულებს მომხმარებლის უფლებების დაცვის პოლიტიკის სფეროში ასოცირების შესახებ შეთანხმებით განსაზღვრულ ვალდებულებებს დაუახლოვოს ამ სფეროს მარეგულირებელი ნორმები ევროკავშირის სამართალს, კერძოდ, XXIX დანართში მოცემულ ევროკავშირის საკანონმდებლო აქტებს.

ა.გ) კანონპროექტის ძირითადი არსი:

კანონპროექტის მიზანია მომხმარებლის უფლებების დარღვევის პრევენცია და დარღვეული უფლებების აღდგენის სამართლებრივი მექანიზმის შექმნა, რაც არა დამრღვევის დასჯაზე, არამედ უპირველეს ყოვლისა სწორი პრაქტიკის წახალისებაზე და პრევენციაზეა ორიენტირებული. იგი არეგულირებს მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის სამოქალაქო სამართლებრივ ურთიერთობებს, ფიზიკური პირის უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს, რომელიც სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შედის მოვაჭრესთან მისი პროდუქტის პირადი მოხმარებისთვის გამოყენების მიზნით, არეგულირებს ეკონომიკური ინტერესების დაცვის, სამომხმარებლო განათლებისა და დაინტერესებული ჯგუფების საქმიანობის ხელშეწყობის შესახებ სახელმწიფო პოლიტიკას.

კანონპროექტი ეფუძნება საერთაშორისო, კერძოდ, ევროპულ გამოცდილებასა და კანონმდებლობას მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში. მომხმარებლის უფლებების დაცვა არ ხდება მოვაჭრის ინტერესების დაკნინების ხარჯზე, კანონპროექტი უზრუნველყოფს მოვაჭრის ინტერესების დაცვასაც წინასწარ დადგენილი ნორმების კანონში გაწერით, განჭვრეტადობით და სამართლიანი ბიზნეს გარემოს ხელშეწყობით.

კანონპროექტით მოწესრიგებულია სხვადასხვა სამომხმარებლო სფერო, მათ შორის: დისტანციური კომუნიკაციის საშუალებით დადებული ხელშეკრულებები, სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებები, შეცდომაში შემყვანი რეკლამა და შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა და ხელშეკრულების უსამართლო პირობები.

კანონპროექტის I თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის ზოგად უფლებებს და მათი დაცვის ზოგად პრინციპებს, რეგულირების სფეროს და გამონაკლისებს და მასში განმარტებულია ყველა შესაბამისი ტერმინი, რომელიც სრულად შეესაბამება ევროკავშირის დირექტივებით განსაზღვრულ განმარტებებს.

კანონპროექტის I თავის მიხედვით მომხმარებლის უფლებების დასაცავად უპირატესობა ენიჭება იმ სპეციალურ კანონს და სპეციალური კანონიდან გამომდინარე კანონქვემდებარე ნორმატიულ აქტს, რომელიც მომხმარებლის

უფლებების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს ითვალისწინებს. კერძოდ, როდესაც მომხმარებლის უფლებების დასაცავად ერთზე მეტი ნორმა შეიძლება იყოს გამოყენებული, გამოიყენება ის ნორმა, რომელიც უფრო ეფექტური და სწრაფია მომხმარებლის უფლებების დასაცავად. ხოლო აღსრულების თვალსაზრისით კანონპროექტი ადგენს, რომ ერთი და იმავე დარღვევისთვის სხვადასხვა ნორმატიული აქტით გათვალისწინებული სანქციების გამოყენება დაუშვებელია, რომ არ მოხდეს სანქციების დუბლირება. რეგულირების სფეროდან გამონაკლისია ისეთი ხელშეკრულება, რომლითაც მოვაჭრე მოქმედებს „ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის“ მე-2 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული ხელშეკრულებით მინიჭებული საჯარო უფლებამოსილების ფარგლებში, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრე მომხმარებელთან დებს ხელშეკრულებას, რომელშიც მოვაჭრის სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო და პროფესიული საქმიანობის ინტერესი უპირატესია. ასეთ შემთხვევებში, ხელშეკრულება მოიაზრება ჩვეულებრივ სამომხმარებლო ხელშეკრულებად.

კანონპროექტის II თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებსა და ვალდებულებებს, კონკრეტულად, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დაღუპვას, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს. კერძოდ, კანონის პროექტით განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მომხმარებლისთვის პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებულ ვალდებულებებს. კანონპროექტის მე-5 მუხლის მიხედვით, მომხმარებელს უფლება აქვს მიიღოს, ხოლო მოვაჭრე ვალდებულია გასცეს ინფორმაცია პროდუქტის დასახელების, მოვაჭრის ვინაობის, პრეტენზიის განხილვის პირობების, პროდუქტის დამზადების თარიღის, ვარგისიანობის, პროდუქტის სრული ფასის, გადახდის, მიწოდებისა და საგარანტიო პირობების, პროდუქტის გამოყენების წესების, ხელშეკრულების ვადის, ციფრული შინაარსის ფუნქციური მახასიათებლებისა და მისი დაცვის, ტექნიკური პასპორტისა და შესაბამისობის დამადასტურებელი დოკუმენტის შესახებ. ხოლო ინფორმაციის გაცემის მთავარი პრინციპია, რომ იგი იყოს მკაფიო და გასაგები.

ევროპის მომხმარებელთა ორგანიზაციის (BEUC) მიერ დაკვეთილი კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მომხმარებელთა დატვირთვა დიდი ინფორმაციით, მისი გაგებისა და გაანალიზებისთვის სათანადო საშუალებების მიცემის გარეშე არის არა ეფექტური და „წარმოშობს დაცულობისა და ნდობის ყალბ შეგრძნებას“. უფრო მეტიც, BEUC-ს კვლევამ აჩვენა, რომ ინფორმაციის სათანადო კომუნიკაციისთვის საჭირო ზომების მიღების გარეშე, ინფორმაციაზე წვდომის ზრდა შესაძლებელია კონტრ-პროდუქტიულიც კი იყოს.

გერმანიის მომხმარებელთა ორგანიზაციის ფედერაციის 2017 წლის კვლევის მიხედვით აღმოჩნდა, რომ საშუალო მომხმარებელს არ აქვს საშუალება გაიგოს და აღიქვას გრძელი და კომპლექსური ინფორმაცია. ამის გამო, კვლევამ წარმოაჩინა საჭიროება, რომ განისაზღვროს ინფორმაციის სხვადასხვა ეტაპებზე მიწოდების ვალდებულება: რეკლამის, წინა-სახელშეკრულებო, ხელშეკრულების გაფორმებამდე,

ხელშეკრულების გაფორმების დროს და ხელშეკრულების გაფორმების შემდგომ ეტაპებზე.

ევროკავშირის კომისიის მანდატით „მომხმარებელთა, ჯანდაცვის, სოფლის მეურნეობისა და კვების სააგენტომ“ განახორციელა მომხმარებლის დამოკიდებულების კვლევა სტანდარტული პირობების მიმართ და შეაფასა, რომ ინფორმაციის გაცემისას გათვალისწინებული უნდა იყოს, ინფორმაციის მიღების სხვადასხვა ტექნიკურ საშუალებები, მაგალითად, სხვადასხვა ელექტრონული აღჭურვილობა (პერსონალური კომპიუტერი, ტაბლეტი, ტელეფონი), რომელსაც აქვს ინფორმაციის მიწოდებისა და აღქმის განსხვავებული შესაძლებლობა. შესაბამისად, შესაძლებელია იყოს შემთხვევა, რომ მოვაჭრის ვებ-გვერდზე განთავსებული ინფორმაცია უფრო აღქმადია პერსონალური კომპიუტერით ვებ-გვერდის გახსნის დროს, ვიდრე მობილური ტელეფონით შესაბამისი გვერდის ვიზიტისას.

კანონპროექტის მე-6 მუხლით განსაზღვრულია პროდუქტის გასაყიდი და ერთეული ფასი და მოვაჭრის ვალდებულებები ფასის მითითებისას. მე-2 და მე-3 პუნქტებში ჩამოთვლილია გარემოებები, რომლის დროსაც ფასის მითითება არ არის აუცილებელი და როდის არის მხოლოდ ერთეული ფასის მითითება საკმარისი. ხოლო მე-4 პუნქტში განსაზღვრულია ფასის მითითების წესი პროდუქტის რეკლამირებისას.

კანონპროექტის III თავით რეგულირდება სარეწს გარეთ დადებულ და დისტანციურ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული ინფორმირების ვალდებულებები და ხელშეკრულებაზე უარის თქმის წესი და შედეგები, ასევე, გამონაკლისი ხელშეკრულებები, რომლებზეც უარის თქმის უფლება არ ვრცელდება. გარდა კანონპროექტის მე-5 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციისა, ხელშეკრულების დისტანციურად და ქუჩაში დადების დროს, კანონპროექტის მე-10 მუხლის მიხედვით მოვაჭრემ მომხმარებელს დამატებით უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია კომუნიკაციის ხარჯების, საჩივრით მიმართვის უფლების, ვალდებულებების შესრულების მინიმალური ვადის და ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, პროდუქტის უკან დაბრუნებისთვის საჭირო ხარჯების დაფარვის შესახებ. კანონპროექტის მიხედვით, ხელშეკრულების შესაბამისი პროდუქტის მიღების დროს, მომხმარებელს უფლება აქვს, პროდუქტის მფლობელობაში მიღებიდან 14 დღის განმავლობაში ყოველგვარი საფუძვლის გარეშე უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც მომსახურება გაწეულია სრულად, პროდუქტი დამზადებულია ინდივიდუალური შეკვეთით, მიწოდებულია მალფუჭებადი პროდუქტი, დარღვეულია ჰერმეტიულობა ან პროდუქტი განუყოფლად შეერწყა სხვა პროდუქტს, მომხმარებლისთვის მიწოდებულია ჟურნალ-გაზეთები, ხელშეკრულება დადებულია საჯარო აუქციონის შედეგად, საქონელს დაკარგული აქვს სასაქონლო სახე და ა. შ. ევროკავშირში ჩატარებული, 2015 წლის მომხმარებელთა დამოკიდებულების კვლევის მიხედვით მომხმარებლებმა მოვაჭრეთა მხრიდან დარღვევების ერთ-ერთ გავრცელებულ შემთხვევად აღნიშნეს ონლაინ შესყიდულთან შედარებით განსხვავებული ან დეფექტიანი საქონლის მიღების ფაქტები. დეფექტური პროდუქტის დაბრუნებაზე უარი მომხმარებელთა უკმაყოფილების მთავარ მიზეზად იქნა წარმოჩენილი.

კანონპროექტის IV თავი აწესრიგებს სამომხმარებლო ნასყიდობის ხელშეკრულებებთან დაკავშირებულ გარანტიებს, კერძოდ, რა შემთხვევაში ჩაითვლება ან არ ჩაითვლება პროდუქტი ხელშეკრულების შესაბამისად, მოვაჭრისა და მომხმარებლის უფლებებს და პასუხისმგებლობას, ასევე, ადგენს პასუხისმგებლობის გამომრიცხავ გარემოებებს, საგარანტიო ვადებს, მომსახურებასთან დაკავშირებული ვალდებულებების დარღვევის შედეგებს. მე-17 მუხლის მე-3 პუნქტი განსაზღვრავს, რომ საქონლის არასწორი დამონტაჟება უთანაბრდება ხელშეკრულების პირობებთან საქონლის შეუსაბამობას თუ საქონლის მონტაჟი ხელშეკრულების ნაწილს შეადგენდა. მე-18 მუხლი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებს შეძენილი საქონლის ხელშეკრულებასთან შეუსაბამობის აღმოჩენის შემთხვევაში და მოვაჭრის უფლებას, უარი თქვას ნაკლის გამოსწორებასა და საქონლის შეცვლაზე თუ ეს შეუსაბამოდ დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული.

კანონპროექტის მე-19, მე-20 და 21-ე მუხლებში მოცემულია მომსახურების გაწევისა და საგარანტიო პირობები და მომსახურებაში ნაკლოვანებათა აღმოჩენის შემთხვევაში მომხმარებლის უფლებები და ვადები.

სამომხმარებლო ნასყიდობის შესახებ დირექტივით განსაზღვრული მინიმალური სტანდარტი მოქმედებს ევროკავშირის ყველა სახელმწიფოში, მეტიც, ზოგიერთი ქვეყანა არ დასჯერდა სავალდებულო მინიმუმს და შიდა კანონმდებლობით გაითვალისწინა მომხმარებლის უფლების დაცვის უფრო მაღალი სტანდარტი. ევროკავშირში ჩატარებული კვლევის შედეგად შეფასდა ის შესაძლო გავლენა, რომელიც ორ წლიანი გარანტიის ვადის მეტად გაზრდას შეიძლება მოჰყვეს. წევრი სახელმწიფოების უმრავლესობა, ამ შესაძლებლობას მომხმარებლის უფლებების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტზე გადასვლად აფასებს. კვლევის თანახმად, მთელი რიგი დაინტერესებული მხარეები - ჰოლანდიის როგორც მომხმარებლის უფლებების დაცვის, ისე ხელისუფლების ორგანოები, ბულგარეთის სამომხმარებლო ასოციაცია, ასევე საბერძნეთსა და ხორვატიის ხელისუფლების წარმომადგენლები ხაზგასმით აღინიშნავენ, რომ ჰარმონიზებული წესები ხელს შეუწყობს გამჭვირვალობის მომხმარებელთა ნდობას ზრდას და აქედან გამომდინარე, ფასდება როგორც დადებითი - სარგებლის მომტანი მოვლენა. მიუხედავად წევრ სახელმწიფოებს შორის არსებული კულტურული თუ ენობრივი განსხვავებებისა, საკონსულტაციო პროცესში ჩართული დაინტერესებული მხარეების უმრავლესობა, საბოლოო ჯამში თანხმდება, რომ გარანტიის ორ წლიანი პერიოდი ხელს უწყობს ე. წ. სამართლიანი ბალანსის დაცვას" მომხმარებელთა და ბიზნესის ინტერესებს შორის“.

კანონპროექტის V თავი განსაზღვრავს ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტულ პირობებს, ასეთი პირობების ბათილობის წესსა და მტკიცების ტვირთს, კერძოდ, კანონპროექტის 22-ე მუხლი ადგენს თუ ხელშეკრულების რომელი პირობაა სტანდარტული და ხელშეკრულების, რომელი სტანდარტული პირობა ითვლება უსამართლოდ და შესაბამისად ბათილად. ამ მუხლის მიხედვით მტკიცების ტვირთი, წარმოადგენდა თუ არა ხელშეკრულების სტანდარტული პირობა მხარეთა ინდივიდუალური მოლაპარაკების საგანს, ეკისრება მოვაჭრეს, ხოლო ხელშეკრულების ბუნდოვანი პირობები განიმარტება მომხმარებლის სასარგებლოდ.

ხელშეკრულების სტანდარტული პირობები საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსიდან“ არის გადმოტანილი, თუმცა უფრო ფართოდაა განვრცობილი და ამავდროულად დაახლოებულია ევროკავშირის შესაბამის დირექტივასთან.

2013 წელს ევროკავშირის კომისიის მანდატით ჩატარებულმა „მომხმარებელთა, ჯანდაცვის, სოფლის მეურნეობისა და კვების სააგენტოს“ კვლევამ ცხადყო, რომ ზოგადად ძალიან დაბალია სტანდარტული პირობების, მომხმარებლის მიერ წაკითხვალობა. აღნიშნული კვლევა მითითებას აკეთებს დიდი ბრიტანეთის მომხმარებელთა ასოციაციის მიერ ჩატარებულ, სიტყვების დათვლის შედეგებზე, რომლის მიხედვითაც დადგინდა, რომ ზოგიერთი სტანდარტული პირობების დოკუმენტში სიტყვების რაოდენობა აჭარბებს 35,000 სიტყვას. სტანდარტული ხელშეკრულებების ასეთი კომპლექსური და მოცულობითი ბუნება განაპირობებს არსებულ მდგომარეობას, რომელშიც მომხმარებელთა უმრავლესობა მოკლებულია რეალურ შესაძლებლობას გაეცნონ და სათანადოდ აღიქვან იმ პოტენციურად მათთვის არახელსაყრელი პირობების შინაარსი, რომელსაც ისინი თანხმდებიან.

ევროკავშირის კომისიის სამომხმარებლო ხელშეკრულებების უსამართლო პირობების შესახებ დირექტივა 93/13/EEC-ის აღსრულების ანგარიშში ხაზი გაესვა, რომ დირექტივის ინტეგრირება ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში სირთულეების გარეშე განხორციელდა, ვინაიდან საქართველოს მსგავსად მათ უმეტესობას უკვე გააჩნდა უსამართლო სტანდარტული პირობების მარეგულირებელი გარკვეული კანონმდებლობა. ევროკავშირის მასშტაბით დირექტივით შემოტანილი ყველაზე მნიშვნელოვანი სიახლე უსამართლო სტანდარტული პირობების ბათილობის, როგორც სამართლებრივი შედეგის, განსაზღვრა და სანქციების შემოღება იყო.

ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპების საწინააღმდეგო, უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის აკრძალვასთან დაკავშირებული ნორმები განსაზღვრულია კანონპროექტის VI თავში. მასში მოცემულია დებულებები, რომელიც ადგენს უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის სახეებს, კერძოდ შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ სავაჭრო პრაქტიკას. ამავე თავშია ჩამონათვალი იმ აგრესიული სავაჭრო პრაქტიკისა, რომელიც ყველა შემთხვევაში მიიჩნევა უსამართლოდ. ევროკავშირის წევრი ქვეყნების აღმასრულებელი ორგანოები და სასამართლოები ითვალისწინებენ ყველა გარემოებას განსახილველი საქმის შესახებ, როდესაც საქმე ეხება აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკას. ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ეროვნულ დონეზე, აგრესიული კომერციული პრაქტიკის დეფინიცია უფრო ყოვლისმომცველი და სრულყოფილია ევროკავშირის დეფინიციასთან შედარებით, რადგან აგრესიული კომერციული პრაქტიკის განხორციელების შემთხვევაში უფლებადარღვეულთა უმრავლესობა მოწყვლადი მომხმარებელია.

კანონპროექტის VII თავით განისაზღვრება აღმასრულებლის - კონკურენციის სააგენტოს უფლებამოსილებები, სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის პროცედურა, ვადები და საზღვრები, რომლებიც სააგენტოს აქვს მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დაცვის სფეროში, ასევე, გადაწყვეტილების მიღების და მისი გამოქვეყნების წესი, სანქციები ამ კანონის დარღვევისთვის, სააგენტოს

გადაწყვეტილების გასაჩივრების წესი, სააგენტოს საქმიანობის ანგარიშგება და სხვა საკითხები.

იქიდან გამომდინარე, რომ სააგენტოს ფუნქციები და უფლებამოსილება მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით უნდა იყოს პირველ რიგში პრევენციული და არა სადამსჯელო ხასიათის, კანონპროექტის მიხედვით სანქცია იქნება ორსაფეხურიანი. იგი დარღვევის აღმოჩენის შემთხვევაში გააფრთხილებს მოვაჭრეს და მისცემს ვადას დარღვევის აღმოფხვრისთვის. მხოლოდ სააგენტოს მოთხოვნისა და მითითებების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, სააგენტოს ექნება მოვაჭრის დაჯარიმების უფლება.

ევროკავშირში სანქციები მერყეობს 9000 ევროდან (ლიტვა) 6,5 მილიონამდე (უნგრეთი). ევროპული კავშირის 8 წევრი ქვეყანა ჯარიმას განსაზღვრავს გამყიდველის, მოვაჭრის წლიური შემოსავლიდან. ლიტვაში ჯარიმა განისაზღვრება წლიური შემოსავლის 3%-ით, ხოლო 10%-ს წარმოადგენს საფრანგეთში, პოლონეთში, ნიდერლანდებში, ლატვიაში და შვედეთში. ზოგიერთ ქვეყანაში განსაზღვრულია სანქციის მაქსიმალური ზღვარი.

კანონპროექტის VIII თავი მოიცავს მომხმარებლის დაცვის პოლიტიკის განვითარებასა და განხორციელებაში არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების უფლებამოსილებებს.

ევროკავშირში ევროპის მომხმარებელთა ორგანიზაცია, რომელიც 43 ევროპულ ორგანიზაციას აერთიანებს, 1962 წელს დაარსდა. ორგანიზაციის მიღწევებს მიეკუთვნება: „გმო“ მარკირების შემოღება და სათამაშოების უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით ფტალატის შემცველი საქონლის აკრძალვა. ევროკავშირის თითოეულ წევრ ქვეყანას ჰყავს საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, რომლებიც მომხმარებლის უფლებებს იცავენ.

ხორვატიის „მომხმარებლის დაცვის შესახებ“ კანონის მიხედვით მთავრობის წარდგინებით პარლამენტი იღებს მომხმარებლის უფლებების დაცვის ეროვნულ პროგრამას, რომელიც განსაზღვრავს დაფინანსებას მომხმარებელთა ასოციაციების განვითარებისა და ღონისძიებების გააქტიურების წახალისებისთვის. თავის მხრივ მსგავსი ასოციაციები ქმნიან საკონსულტაციო ცენტრებს მომხმარებლებისთვის.

ესტონეთში მომხმარებლის დაცვასთან დაკავშირებით ღონისძიებებს ახორციელებს მომხმარებლის კოლექტიური უფლებების დაცვის ასოციაციის ან ასოციაციების ფედერაცია. ესტონეთის საკანონმდებლო რეგულაციების მიხედვით, ისინი შეიძლება დაფინანსდეს სახელმწიფოს ბიუჯეტიდან.

პოლონეთის მომხმარებელთა ფედერაციის ექსპერტები ეწევიან მომხმარებელთა კონსულტაციას და იურიდიულ დახმარებას, ასევე, პოლონეთის ფინანსური განათლების გაძლიერების ასოციაცია ეწევა იურიდიულ კონსულტაციას, რომელიც მომხმარებლის ვალაუვალობასა და სხვა ფინანსურ მომსახურებასთან დაკავშირებულ პრობლემებს ეხება.

დანიის არსებული არასამთავრობო ორგანიზაცია „დანის მომხმარებელთა საბჭო“ ქვეყანაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით ყველაზე დიდი ორგანიზაციაა და მისი საქმიანობის 65% სახელმწიფო გრანტით ფინანსდება. საბჭომ

მონაწილეობა მიიღო გაეროს მომხმარებელთა დაცვის სახელმძღვანელოს განახლებაში.

შვედეთში მომხმარებელთა ომბუდსმენი უზრუნველყოფს ამ სფეროში არსებული არასამთავრობო ორგანიზაციების დაფინანსებას, ხოლო ფინეთში ფუნქციონირებს მომხმარებელთა დაცვის გაერთიანებული ორგანიზაცია.

კანონპროექტის ბოლო, IX თავი, განსაზღვრავს კანონპროექტის ზოგიერთი ნორმის ეტაპობრივი ამოქმედების ვადებს და კონკურენციის სააგენტოს მიერ განსახორციელებელ ღონისძიებებს.

ა.დ) კანონპროექტის კავშირი სამთავრობო პროგრამასთან და შესაბამის სფეროში არსებულ სამოქმედო გეგმასთან, ასეთის არსებობის შემთხვევაში (საქართველოს მთავრობის მიერ ინიცირებული კანონპროექტის შემთხვევაში):

აღნიშნული ქვეპუნქტი კანონპროექტთან მიმართებაში არ გამოიყენება

ა.ე) კანონპროექტის ძალაში შესვლის თარიღის შერჩევის პრინციპი, ხოლო კანონისთვის უკუძალის მინიჭების შემთხვევაში – აღნიშნულის თაობაზე შესაბამისი დასაბუთება:

კანონპროექტის ძალაში შესვლის თარიღი გამომდინარეობს „ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით“ აღებულ ვალდებულებებს, რომელთა შესრულების ვადა 2019 წლის 1 სექტემბერია.

ა.ვ) კანონპროექტის დაჩქარებული წესით განხილვის მიზეზები და შესაბამისი დასაბუთება (თუ ინიციატორი ითხოვს კანონპროექტის დაჩქარებული წესით განხილვას):

ინიციატორი არ ითხოვს კანონპროექტის დაჩქარებული წესით განხილვას.

ბ) კანონპროექტის ფინანსური გავლენის შეფასება საშუალოვადიან პერიოდში (კანონპროექტის ამოქმედების წელი და შემდგომი 3 წელი):

ბ.ა) კანონპროექტის მიღებასთან დაკავშირებით აუცილებელი ხარჯების დაფინანსების წყარო:

ვინაიდან დეპარტამენტის შექმნა დაგეგმილია 2020 წლიდან, კანონპროექტის მიღება არ საჭიროებს ხარჯების გამოყოფას მიმდინარე წელს. რაც შეეხება შემდგომ საშუალოვადიან პერიოდს (2020 - 2022 წლები) დაფინანსების წყარო არის სახელმწიფო ბიუჯეტი. კერძოდ, ვინაიდან კონკურენციის სააგენტოს ეკისრება სრულიად ახალი და მისი მოქმედი უფლებამოსილებისგან განცალკევებული ფუნქციის განხორციელების ვალდებულება, ხოლო ამ უფლებამოსილების განხორციელების მიზნით, სააგენტოში უნდა შეიქმნას ახალი სტრუქტურული ერთეული, რომელიც პასუხისმგებელი იქნება „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონით დაკისრებული უფლებამოსილებების განხორციელებაზე.

ბ.ბ) კანონპროექტის გავლენა სახელმწიფო ან/და მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტის საშემოსავლო ნაწილზე:

კანონპროექტის მიღება გავლენას მოახდენს სახელმწიფო ბიუჯეტის საშემოსავლო ნაწილზე გადახდილი ჯარიმების სახით. კერძოდ, სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში მისი გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან არაჯეროვანი შესრულების შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მოვაჭრის წლიური ბრუნვის 2 პროცენტს. ასევე, დარღვევის 12 თვის განმავლობაში განმეორებით ჩადენის შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება უკვე დაკისრებული ჯარიმის ორმაგი ოდენობა. სახელმწიფო ბიუჯეტის საშემოსავლო ნაწილზე 2021-2022 წლებში გავლენის ოდენობა დამოკიდებული იქნება, ჩადენილი სამართალდარღვევების რაოდენობასა და სააგენტოს მიერ განსაზღვრული ჯარიმის ოდენობაზე.

ბ.გ) კანონპროექტის გავლენა სახელმწიფო ან/და მუნიციპალიტეტის ბიუჯეტის ხარჯვით ნაწილზე:

კონკურენციის სააგენტოში უნდა მოხდეს ახალი სტრუქტურული ერთეულის შექმნა, თანამშრომლების დასაქმება, მათთვის შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა და ა.შ, რაც გავლენას მოახდენს სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯვით ნაწილზე. კერძოდ, 2020 წელს ახალი სტრუქტურული ერთეულის შექმნისთვის (20 სამტატო ერთეული) საჭირო იქნება დაახლოებით 630 000 ლარის გამოყოფა. მათ შორის, შრომის ანაზღაურებისთვის 520 000 ლარი, მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფისთვის - 110 000 ლარი. რაც შეეხება შემდგომ 2021-2022 წლებს, დეპარტამენტის ფუნქციონირებისთვის საჭირო იქნება წელიწადში საშუალოდ 550 000 ლარი (დააკლდება მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფისთვის საჭირო ხარჯი). რაც შეეხება სასამართლოში ახალი საქმეების რაოდენობას, სასამართლოს მიერ მათი განხილვა მოხდება მისთვის გამოყოფილი ასიგნებების ფარგლებში.

ბ.დ) სახელმწიფოს ახალი ფინანსური ვალდებულებები, კანონპროექტის გავლენით სახელმწიფოს ან მის სისტემაში არსებული უწყების მიერ მისაღები პირდაპირი ფინანსური ვალდებულებების (საშინაო ან საგარეო ვალდებულებები) მითითებით:

კანონპროექტის მიხედვით სახელმწიფო არ იღებს რაიმე ახალ ფინანსურ ვალდებულებას.

ბ.ე) კანონპროექტის მოსალოდნელი ფინანსური შედეგები იმ პირთათვის, რომელთა მიმართაც ვრცელდება კანონპროექტის მოქმედება, იმ ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე გავლენის ბუნებისა და მიმართულების მითითებით რომლებზედაც მოსალოდნელია კანონპროექტით განსაზღვრულ ქმედებებს ჰქონდეს პირდაპირი გავლენა:

კანონპროექტის მიღება გამოიწვევს მოვაჭრის ხარჯების გაზრდას კანონით გათვალისწინებული მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად და ამ კანონის დარღვევის შემთხვევაში ჯარიმების გადახდის გამო. კერძოდ, სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში მისი გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან არაჯეროვანი შესრულების

შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მოვაჭრის წლიური ბრუნვის 2 პროცენტს. ასევე, დარღვევის 12 თვის განმავლობაში განმეორებით ჩადენის შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება უკვე დაკისრებული ჯარიმის ორმაგი ოდენობა.

ასევე, კანონპროექტით გათვალისწინებული ახალი ვალდებულებები მოვაჭრეებისთვის, შესაძლოა იყოს დაკავშირებული შესაბამის ფინანსურ შედეგებთან. კერძოდ, წინასწარი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება, გასაყიდი და ერთეული ფასის მითითების ვალდებულება, დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების შემთხვევაში მომხმარებლისთვის პროდუქტის უპირობოდ უკან დაბრუნების უფლების მინიჭება და სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრებისთვის გადასახდელი სასამართლო ბაჟი, გავლენას იქონიებს სახელმწიფო ბიუჯეტზეც.

მომხმარებლისთვის ფინანსური შედეგი იქნება პოზიტიური, რადგან მას შეეძლება საკუთარი ეკონომიკური ინტერესის უკეთ დაცვა, ხოლო რიგ შემთხვევებში ფინანსური ზარალის ანაზღაურების მიღება ევროკავშირის სტანდარტის შესაბამისად, მარტივად და სწრაფად.

ბ.ვ) კანონპროექტით დადგენილი გადასახადის, მოსაკრებლის ან სხვა სახის გადასახდელის (ფულადი შენატანის) ოდენობა შესაბამის ბიუჯეტში და ოდენობის განსაზღვრის პრინციპი:

კანონპროექტის შესაბამისად სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში მისი გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან არაჯეროვანი შესრულების შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მოვაჭრის წლიური ბრუნვის 2 პროცენტს. ასევე, დარღვევის 12 თვის განმავლობაში განმეორებით ჩადენის შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება უკვე დაკისრებული ჯარიმის ორმაგი ოდენობა.

გ) კანონპროექტის მიმართება საერთაშორისო სამართლებრივ სტანდარტებთან:

გ.ა) კანონპროექტის მიმართება ევროკავშირის სამართალთან:

კანონპროექტის მიღება შესაბამისობაშია ევროკავშირის სამართალთან და მიმართულია ქართული კანონმდებლობის ევროკავშირის სამართალთან დაახლოებისკენ.

გ.ბ) კანონპროექტის მიმართება საერთაშორისო ორგანიზაციებში საქართველოს წევრობასთან დაკავშირებულ ვალდებულებებთან:

კანონპროექტის მიღებას გავლენა არ ექნება საქართველოს წევრობასთან საერთაშორისო ორგანიზაციებში.

გ.გ) კანონპროექტის მიმართება საქართველოს ორმხრივ და მრავალმხრივ ხელშეკრულებებთან და შეთანხმებებთან, აგრეთვე, ისეთი ხელშეკრულების/შეთანხმების არსებობის შემთხვევაში, რომელსაც უკავშირდება კანონპროექტის მომზადება, – მისი შესაბამისი მუხლი ან/და ნაწილი:

კანონპროექტი გამომდინარეობს „ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ,

ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების“ VI კარის მე-13 თავის 345-ე, 346-ე და 347-ე მუხლებით განსაზღვრული ვალდებულებიდან, რომლის მიხედვით; „მხარეები ითანამშრომლებენ, რათა უზრუნველყონ მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე და მიაღწიონ თავსებადობას მომხმარებელთა დაცვის თავიანთ სისტემებს შორის“. მე-13 თავის 346-ე მუხლის „ა“ ქვეპუნქტი განსაზღვრავს, რომ ამ მიზნის მისაღწევად საჭირო თანამშრომლობა შეიძლება მოიცავდეს: „მომხმარებელთა შესახებ კანონმდებლობის დაახლოებას სავაჭრო ბარიერების თავიდან აცილების პარალელურად;“. ხოლო, 347-ე მუხლით დადგენილი ვალდებულების მიხედვით: „საქართველო მოახდენს ეროვნული კანონმდებლობის დაახლოებას წინამდებარე შეთანხმების XXIX დანართში მითითებულ ევროკავშირის საკანონმდებლო აქტებთან და საერთაშორისო სამართლებრივ ინსტრუმენტებთან, ამავე დანართის დებულებების შესაბამისად.“

გ.დ) არსებობის შემთხვევაში, ევროკავშირის ის სამართლებრივი აქტი, რომელთან დაახლოების ვალდებულებაც გამომდინარეობს „ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებიდან“ ან ევროკავშირთან დადებული საქართველოს სხვა ორმხრივი და მრავალმხრივი ხელშეკრულებებიდან:

1. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის დირექტივა 2011/83/EC მომხმარებელთა უფლებების, საბჭოს დირექტივასა 93/13/EEC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივაში 1999/44/EC შესწორებების შეტანის და საბჭოს დირექტივისა 85/577/EEC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივის 97/7/EC გაუქმების შესახებ;
2. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1998 წლის 16 თებერვლის 98/6/EC დირექტივა მომხმარებელთა დაცვის შესახებ მომხმარებელთათვის შეთავაზებული პროდუქტების ფასების მითითებისას;
3. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC დირექტივა, შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ („დირექტივა უსამართლო სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ“);
4. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1999 წლის 25 მაისის 1999/44/EC დირექტივა სამომხმარებლო საქონლის გაყიდვისა და მასთან დაკავშირებული გარანტიების ზოგიერთი ასპექტის შესახებ;
5. საბჭოს 1993 წლის 5 აპრილის 93/13/EEC დირექტივა მომხმარებელთა კონტრაქტებში უსამართლო პირობების შესახებ;
6. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2009 წლის 23 აპრილის დირექტივა 2009/22/EC „მომხმარებლის ინტერესების დამცავი ღონისძიებების შესახებ“;
7. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2004 წლის 27 ოქტომბრის (EC) N 2006/2004 რეგულაცია მომხმარებლის დაცვის შესახებ კანონების აღსრულებაზე პასუხისმგებელ ეროვნულ ორგანოებს შორის თანამშრომლობის შესახებ (რეგულაცია მომხმარებლის დაცვის სფეროში თანამშრომლობის შესახებ) (საქართველოს კანონმდებლობის

დაახლოება მოხდება ამ რეგულაციის მხოლოდ შემდეგ მუხლებთან: მუხლი 3(c); 4(3)-დან (7)-მდე; 13(3); და 13(4)).

დ) კანონპროექტის მომზადების პროცესში მიღებული კონსულტაციები:

დ.ა) სახელმწიფო, არასახელმწიფო ან/და საერთაშორისო ორგანიზაცია/დაწესებულება, ექსპერტები, რომლებმაც მონაწილეობა მიიღეს კანონპროექტის შემუშავებაში, ასეთის არსებობის შემთხვევაში:

კანონპროექტის შემუშავების პროცესში საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტთან შეიქმნა სამუშაო ჯგუფი, რომელშიც მონაწილეობა მიიღეს საქართველოს საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ხელისუფლების წარმომადგენლებმა, მოსამართლეებმა, სამეცნიერო წრეების წარმომადგენლებმა, მომხმარებელთა უფლებების დამცველმა არასამთავრობო ორგანიზაციებმა, ბიზნესის წარმომადგენლებმა და დარგის ექსპერტებმა.

კანონპროექტის მომზადების პროცესში, კომიტეტს, საორგანიზაციო და ექსპერტული დახმარება გაუწია გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოებამ (GIZ). ამასთან, სამუშაო ჯგუფთან იმუშავეს ევროკავშირის ექსპერტებმაც.

სამუშაო ჯგუფის ფარგლებში, გაიმართა 13 სამუშაო შეხვედრა და მონაწილეებს შორის ინფორმაციის გაცვლა მიმდინარეობდა უწყვეტ რეჟიმში. ჯგუფის მონაწილეების მიერ გაანალიზდა საქართველოს კანონმდებლობა და მომხმარებლის უფლებების დარგში ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკა. პროფესორმა ჰანს-ვოლფგანგ მიკლიცმა წარმოადგინა ექსპერტული შეფასება კანონპროექტის პირვანდელ და საბოლოო ვერსიებზე. ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის ერთობლივი პროექტის ექსპერტმა, ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროექტის ექსპერტმა, პროფესორმა ადამ ლაზოვსკიმ მოამზადა ევროკავშირის იმ სამართლებრივ აქტებთან დაკავშირებული ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს გადაწყვეტილებების ანალიზი, რომლებთან შესაბამისობაში მოდის კანონპროექტი.

2018 წლის იანვარში, კანონპროექტის შესახებ ევროკავშირის TAIEX პროგრამის ფარგლებში საქართველოს პარლამენტს ეწვივნენ დარგის ექსპერტები მ. ჩაპლინსკი, პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის სააგენტოს მრჩეველი და რ.სარგენტი, დიდი ბრიტანეთის დასავლეთ სასექსის რეგიონის საბჭოს ჯგუფის ხელმძღვანელი, ევროკავშირის ექსპერტი მომხმარებლის უფლებების დარგში. ექსპერტებმა საქართველოს პარლამენტის წევრებმა, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსა და სსიპ კონკურენციის სააგენტოსთან ერთად განიხილეს კანონპროექტის დებულებები და შეადარეს ევროკავშირის კანონმდებლობას.

2018 წელს, გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) მხარდაჭერით, აკადემიური წრეების წარმომადგენლების მონაწილეობით კანონპროექტის შესახებ მომზადდა რეგულირების ზეგავლენის შეფასების დოკუმენტი კანონპროექტიდან გამომდინარე წინასწარ განსაზღვრულ პრობლემურ საკითხებზე.

კანონპროექტის შემუშავებაში, საქართველოს პარლამენტის წევრების და აპარატის წარმომადგენლების გარდა, მონაწილეობა მიიღეს შემდეგი სახელმწიფო, არასახელმწიფო და საერთაშორისო ორგანიზაცია/დაწესებულების წარმომადგენლებმა და ექსპერტებმა:

1. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო;
2. საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაცია
3. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო;
4. საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი;
5. კონკურენციის სამართლისა და მომხმარებელთა დაცვის ცენტრი;
6. ასოციაცია „ქალი და ბიზნესი“;
7. საქართველოს ადვოკატთა ასოციაცია;
8. თამარ ლაკერბაია - თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის მოსამართლე;
9. ზაზა მარტიაშვილი - თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის მოსამართლე;
10. თამარ ხაჭომია - თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის მოსამართლე;
11. ბიზნეს ომბუდსმენის აპარატი;
12. საქართველოს ბიზნეს ასოციაცია;
13. გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოება.
14. ამერიკის სავაჭრო პალატა;
15. ჰანს-ვოლფგანგ მიკლიცი, ეკონომიკის სამართლის პროფესორი - ფლორენციის ევროპის უნივერსიტეტი, საერთაშორისო ექსპერტი მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში;
16. მერაბ ნარმანია - UNDP პროგრამის ექსპერტი
17. დავით კერესელიძე - პროფესორი კერძო სამართლის მიმართულებით;
18. ადამ ლაზოვსკი - პროფესორი, ვესტმინსტერის სამართლის სკოლა, ვესტმინსტერის უნივერსიტეტი; ევროკავშირი-გაეროს განვითარების საპარლამენტო პროექტის, ევროკავშირის სამართლის ექსპერტი;
19. მ. ჩაპლინსკი, პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის სააგენტოს მრჩეველი და რ. სარგენტი, დიდი ბრიტანეთის დასავლეთ სასექსის რეგიონის საბჭოს ჯგუფის ხელმძღვანელი, ევროკავშირის ექსპერტი მომხმარებლის უფლებების დარგში - TAIEX პროგრამის ფარგლებში, მოწვეული ექსპერტთა მისია.
20. რეგულირების ზეგავლენის შეფასების ჯგუფი:
ქეთი გუჯარაიძე - საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი;
დავით მაისურაძე - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
ირაკლი შაკიაშვილი - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
ჯაბა გველებიანი - საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი;

ლიანა ახობაძე - გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) სამართლის პროგრამა;
ანა ხურციძე - საქართველოს უნივერსიტეტი;
ნატა სტურუა - საქართველოს უნივერსიტეტი;
გაიოზ ჯაფარიძე - საქართველოს უნივერსიტეტი;
ჰანს-ვოლფგანგ მიკლიცი, ეკონომიკის სამართლის პროფესორი - ფლორენციის ევროპის უნივერსიტეტი, საერთაშორისო ექსპერტი მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში;
ლორენცო ალიო, დოქტორი - საერთაშორისო ექსპერტი რეგულირების ზეგავლენის შეფასების სფეროში;
ჯულია კერხერი, საერთაშორისო ექსპერტი „დღის წესრიგი - 2030“-ის სფეროში;
გიორგი გაფრინდაშვილი - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
დემეტრე ეგნატაშვილი - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
გიორგი ხიშტოვანი - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი;
მაია ამაშუკელი - საქართველოს უნივერსიტეტი;
ირაკლი თედორაძე - გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი;
ნესტან გაფრინდაშვილი - გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი;
გიორგი სვანაძე - თავისუფალი უნივერსიტეტი;
ვახტანგ ბარამიძე - თავისუფალი უნივერსიტეტი.

დ.ბ) კანონპროექტის შემუშავებაში მონაწილე ორგანიზაციის (დაწესებულების) ან/და ექსპერტის შეფასება კანონპროექტის მიმართ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში:

1. გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების მხარდაჭერით მომზადებული „მომხმარებლის უფლებების შესახებ“ კანონპროექტის რეგულირების ზეგავლენის შეფასება.

2. საქართველოში ევროკავშირის წარმომადგენლობისა და გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების მხარდაჭერით, ფლორენციის ევროპის უნივერსიტეტის, ეკონომიკის სამართლის პროფესორის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში საერთაშორისო ექსპერტის ჰანს-ვოლფგანგ მიკლიცის მიერ მომზადებული დასკვნა „მომხმარებლის უფლებების შესახებ“ კანონპროექტზე.

დ.გ) სხვა ქვეყნების გამოცდილება კანონპროექტის მსგავსი კანონების იმპლემენტაციის სფეროში, იმ გამოცდილების მიმოხილვა, რომელიც მაგალითად იქნა გამოყენებული კანონპროექტის მომზადებისას, ასეთი მიმოხილვის მომზადების შემთხვევაში;

აღნიშნული ინფორმაცია წარმოდგენილია რეგულირების ზეგავლენის შეფასების დოკუმენტში და თან ერთვის კანონპროექტს.

ე) კანონპროექტის ავტორი:

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტთან არსებული სამუშაო ჯგუფი.

ვ) კანონპროექტის ინიციატორი:

საქართველოს პარლამენტის წევრები: თამარ ხულორდავა, ირინე ფრუიძე, ბექა ნაცვლიშვილი, გიორგი გაჩეჩილაძე, შოთა ხაბარელი, ზაზა ხუციშვილი, გიორგი მოსიძე, გუგული მალრაძე, გიორგი ხატიძე, გურამ მაჭარაშვილი, სოფიო ქაცარავა, დიმიტრი ცქიტიშვილი, ნინო წილოსანი, აკაკი ზოიძე, თამარ ჩუგოშვილი, გიორგი ვოლსკი, ენძელა მაჭავარიანი, დიმიტრი ხუნდაძე, არჩილ თალაკვაძე.