

საქართველოს კანონი

მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ

თავი I

ზოგადი დებულებანი

მუხლი 1. კანონის მიზნები

ამ კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების დაცვის მაღალი სტანდარტის უზრუნველსაყოფად მომხმარებლის უფლებების სახელმწიფო პოლიტიკისა და სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა, დაცვის სამართლებრივი მექანიზმის დადგენა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის განვითარების ხელშეწყობა.

მუხლი 2. კანონის რეგულირების სფერო

1. ეს კანონი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს, რომელიც სამართლებრივ ურთიერთობაში შედის მოვაჭრესთან მისი პროდუქტის, უპირატესად, პირადი ან საყოფაცხოვრებო მოხმარებისთვის გამოყენების მიზნით.

2. კანონი, ასევე, გავრცელდება ისეთი შერეული მიზნის ხელშეკრულებებზე, რომელშიც სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო და პროფესიული საქმიანობის ინტერესზე უპირატესი, პირადი ან საყოფაცხოვრებო მოხმარების ინტერესია. ხელშეკრულების ინტერესის უპირატესობასთან დაკავშირებული ბუნდოვანება უნდა გადაწყდეს მომხმარებლის სასარგებლოდ.

3. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში საქართველოს კანონმდებლობა შედგება საქართველოს კონსტიტუციის, საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებებისა და შეთანხმებების, ამ კანონისა და საქართველოს სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტებისაგან. მომხმარებლის უფლებების დასაცავად უპირატესობა ენიჭება იმ სპეციალურ კანონს და სპეციალური კანონიდან გამომდინარე კანონქვემდებარე ნორმატიულ აქტს, რომელიც მომხმარებლის უფლებების დაცვის უფრო მაღალ სტანდარტს ითვალისწინებს. ეს დათქმა არ შეიძლება იმგვარად განიმარტოს, რომ ერთი და იმავე დარღვევისთვის სხვადასხვა ნორმატიული აქტით გათვალისწინებული სანქციების დუბლირება გამოიწვიოს.

4. მომხმარებლის უფლებების დაცვის ზოგადი ნორმები მოქმედებს მათი შინაარსის გათვალისწინებით. დაუშვებელია ცალკეულ სფეროზე დაცვის მიზანთან არათავსებადი სტანდარტის გავრცელება.

5. ამ კანონის მოქმედება არ ვრცელდება იმ ხელშეკრულებებზე, 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.

მუხლი 3. მომხმარებლის ზოგადი უფლებები

1. მომხმარებლის უფლებაა, მოითხოვოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული უფლებების, მათ შორის უსაფრთხოების, ინფორმაციის მიღების, არჩევანის, ზიანის ანაზღაურების, ჯანსაღ და მდგრად გარემოში ცხოვრების უფლების დაცვა, ასევე, უფლებისა - მოუსმინონ.

2. მომხმარებელს უფლება აქვს, მისი უფლების დარღვევის შემთხვევაში, მოითხოვოს დარღვევის აღკვეთა ან/და საქმის ეფექტიანი და სწრაფი განხილვა და შესაბამისი რეაგირება, ამ კანონითა და საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული წესით.

მუხლი 4. ტერმინთა განმარტება

ამ კანონის მიზნებისთვის ტერმინები გამოყენებულია შემდეგი მნიშვნელობით:

ა) განმცხადებელი – ნებისმიერი პირი, რომელიც უფლებამოსილ ორგანოს მიმართავს მომხმარებლის უფლების დარღვევის ან/და სავარაუდო დარღვევის შესახებ, მიუხედავად იმისა დარღვეულია თუ არა უშუალოდ მისი ინტერესი.

ბ) ერთეულის ფასი - პროდუქტის საბოლოო ფასი, დღგ-სა და სხვა გადასახადების ჩათვლით, შემდეგი ერთეულებისთვის: ერთი კილოგრამი, ერთი ლიტრი, ერთი მეტრი, ერთი კვადრატული მეტრი, ერთი კუბური მეტრი ან სხვა ერთეულებისთვის, რომელიც, როგორც წესი, საქართველოში გამოიყენება საზომად;

გ) კანონისმიერი გარანტია - მე-17 - მე-19 მუხლებით გარანტირებული მომხმარებლის უფლებები;

დ) კომერციული გარანტია - მოვაჭრის ან მწარმოებლის (გარანტიის გამცემის) მიერ კანონისმიერი გარანტიის გარდა მომხმარებლის სასარგებლოდ დამატებით და უსასყიდლოდ ნაკისრი ვალდებულებები;

ე) კომერციული პრაქტიკა - მოვაჭრის ნებისმიერი მოქმედება, უმოქმედობა, ქცევა ან ახსნა-განმარტება, კომერციული კომუნიკაცია, მათ შორის, რეკლამა და მარკეტინგი, რაც უშუალოდ დაკავშირებულია მომხმარებლისთვის პროდუქტის მიყიდვასთან ან მიწოდებასთან, ან პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობასთან;

ვ) მოვაჭრე - ნებისმიერი ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც მოქმედებს სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო ან სხვა პროფესიული საქმიანობის ფარგლებში, ასევე, ნებისმიერი სხვა პირი, რომელიც მოქმედებს მოვაჭრის სახელით ან დავალებით;

ზ) მომხმარებელი - ნებისმიერი ფიზიკური პირი, რომელსაც სთავაზობენ ან რომელიც იძენს ან შემდგომ იყენებს პროდუქტს, უპირატესად, პირადი ან

საყოფაცხოვრებო მოხმარების და არა სავაჭრო სამეწარმეო, სახელობო ან სხვა პროფესიული საქმიანობის მიზნით.

თ) პროდუქტი - ნებისმიერი მომსახურება ან მოძრავი ნივთი, ასევე, მასში განთავსებული ან/და ელექტრონული ფორმით გავრცელებული ქონებრივი სიკეთე;

ი) სარეწი - ნებისმიერი უძრავი ან მოძრავი ობიექტი, სადაც მოვაჭრე ჩვეულებრივ ეწევა სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო და პროფესიულ საქმიანობას;

კ) საჯარო აუქციონი - გაყიდვის მეთოდი, რომლის დროსაც პროდუქტი მოვაჭრის მიერ შეთავაზებულია კონკურენტული და გამჭვირვალე განაცხადების გაკეთების მეშვეობით იმ მომხმარებლისთვის, რომელიც პირადად ესწრება აუქციონს და სადაც ყველაზე მაღალი ფასის განმცხადებელი ვალდებულია შეიძინოს პროდუქტი;

ლ) ფინანსური მომსახურება - ფინანსურ ინსტრუმენტებთან ან/და ფინანსურ ოპერაციებთან დაკავშირებული მომსახურება;

მ) ციფრული შინაარსი - მონაცემები, რომლებიც წარმოებული ან მიწოდებულია ციფრული ფორმით;

ნ) ხანგრძლივი მატარებელი - ნებისმიერი ინსტრუმენტი, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციის ხანგრძლივ შენახვასა და უცვლელ რეპროდუცირებას, ამ ინფორმაციის გამოყენებისთვის საჭირო დროის განმავლობაში.

თავი II

მომხმარებლის უფლებები და ვალდებულებები

მუხლი 5. ინფორმირების ძირითადი ვალდებულება

1. ხელშეკრულების დადებამდე, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად, მიაწოდოს შემდეგი უტყუარი და სრული ინფორმაცია, თუ ეს ინფორმაცია ისედაც ცხადი არ არის:

ა) პროდუქტის დასახელების, მწარმოებლის და პროდუქტის შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით.

ბ) მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ, ასევე, საკონტაქტო მონაცემები, რომლის მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტური კომუნიკაცია, ასევე, იმ მოვაჭრის საკონტაქტო მონაცემებს, რომლის სახელითაც მოქმედებს პირი, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

გ) პროდუქტის შეცვლის, შეკეთების და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელებისა და მისამართის შესახებ, თუ აღნიშნული განსხვავდება ამ მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში მითითებული მისამართისაგან;

დ) პროდუქტის სრული ფასის შესახებ, ძირითადი და დამატებითი (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და სხვ.) ხარჯების მითითებით. ასევე, თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე ასეთი ფასის

წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მისი გამოთვლის წესი და ინფორმაცია, რომ დამატებითი ხარჯი შეიძლება წარმოიშვას.

ე) არსებობის შემთხვევაში გადახდის, პროდუქტის მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ და მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის მოთხოვნის განხილვის წესის შესახებ;

ვ) კანონისმიერი გარანტიის და არსებობის შემთხვევაში - კომერციული გარანტიის შესახებ, ასევე, მომხმარებლის შემდგომი მომსახურების პირობების შესახებ;

ზ) არსებობის შემთხვევაში ხელშეკრულების მოქმედების ვადის შესახებ, ხოლო თუ ხელშეკრულება განუსაზღვრელი ვადით არის დადებული ან ავტომატურად განგრძობადია, ასეთ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ;

თ) არსებობის შემთხვევაში მომხმარებლის ვალდებულებების და მათი შესრულების მინიმალური ვადის/მოქმედების ხანგრძლივობის შესახებ;

ი) ციფრული შინაარსის პროდუქტის ფუნქციური მახასიათებლების, მათ შორის მისი დაცვისთვის გამოყენებული ტექნიკური საშუალებების შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, ასევე, ნებისმიერი ინფორმაცია ციფრული შინაარსის აპარატურა ან პროგრამულ უზრუნველყოფასთან თავსებადობის შესახებ, რომელიც მოვაჭრემ იცის ან უნდა სცოდნოდა, ასეთის არსებობის შემთხვევაში;

კ) ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

2. საჯარო აუქციონის შემთხვევაში, მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებული ინფორმაციის ნაცვლად მომხმარებელს მიეწოდება ინფორმაცია აუქციონის ორგანიზატორის შესახებ.

3. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებული ხელშეკრულების განუყოფელი ნაწილია.

4. ამ მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილი მოთხოვნები არ ვრცელდება ყოველდღიური საჭიროების წვრილმან ყოფით გარიგებებზე, თუ მისი შესრულება ხდება ხელშეკრულების დადებისთანავე.

5. მე-5, მე-6, მე-7, მე-9, მე-11, მე-12 და მე-13 მუხლებით დადგენილი ინფორმირების მოთხოვნებთან შესაბამისობაზე მტკიცების ტვირთი ეკისრება მოვაჭრეს.

6. თუ მოვაჭრე დაარღვევს მე-5 მუხლის 1-ლი პუნქტის „დ“ და „ე“ ქვეპუნქტით, მე-11 მუხლის „გ“ და მე-15 მუხლის მე-4 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტით დადგენილ მოთხოვნებს, მომხმარებელს არ დაეკისრება შესაბამისი დამატებითი ხარჯის გადახდა.

მუხლი 6. ინფორმაცია პროდუქტის ფასის შესახებ

1. მოვაჭრე ვალდებულია მკაფიო და გასაგები ფორმით უზრუნველყოს პროდუქტზე გასაყიდი და ერთეულის ფასის მითითება. ერთეულის ფასის მითითება არ არის აუცილებელი, თუ იგი გასაყიდი ფასის იდენტურია.

2. ფასის მითითება არ არის აუცილებელი, თუ:

ა) საქონლის მიწოდება მომსახურების ნაწილია;

ბ) საქონელი იყიდება საჯარო აუქციონზე;

გ) გასაყიდად წარმოდგენილია ხელოვნების ნიმუში ან ანტიკვარული ნივთი.

3. საქონელზე, რომელიც წინასწარ არ არის შეფუთული და აიწონება ან აიზომება მომხმარებლის თვალწინ, საკმარისია მხოლოდ ერთეულის ფასის მითითება.

4. რეკლამაში, სადაც მითითებულია პროდუქტის გასაყიდი ფასი, ასევე, უნდა მიეთითოს ერთეულის ფასი.

მუხლი 7. საქონლის მიწოდება

1. მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს მიაწოდოს საქონელი დაყოვნების გარეშე, მაგრამ ხელშეკრულების დადებიდან არა უგვიანეს 30 კალენდარული დღისა, თუ მხარეები სხვა ვადებზე არ შეთანხმდნენ.

2. თუ მოვაჭრემ არ შეასრულა ვალდებულება მომხმარებელთან დადებული ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ან ამ მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილ ვადაში, მომხმარებელმა მოვაჭრეს უნდა განუსაზღვროს დამატებითი გონივრული ვადა შესრულებისთვის. დამატებითი ვადის გასვლის შემდეგ, ვალდებულების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, მომხმარებელს შეუძლია უარი თქვას ხელშეკრულებაზე და მოითხოვოს ზიანის ანაზღაურება საქართველოს სამოქალაქო კანონმდებლობით გათვალისწინებული წესით.

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 საქონლის დროულ მიღებას.

4. თუ საქონლის მიწოდება არ ხდება, იმის გამო, რომ იგი არ არის ხელმისაწვდომი, მოვაჭრე ვალდებულია ამის თაობაზე დაუყოვნებლივ აცნობოს მომხმარებელს.

მუხლი 8. საქონლის შემთხვევით დაღუპვის ან გაფუჭების რისკი

1. გაყიდული საქონლის გადაცემასთან ერთად მომხმარებელზე გადადის საქონლის შემთხვევით დაღუპვის ან გაფუჭების რისკი, თუ მხარეები სხვა რამეზე არ შეთანხმებულან.

2. თუ ხელშეკრულებით გათვალისწინებულია საქონლის მომხმარებლისთვის გაგზავნა, საქონლის დაღუპვის ან გაფუჭების რისკი გადადის მომხმარებელზე იმ მომენტიდან, როდესაც მომხმარებელი ან მის მიერ უფლებამოსილი მესამე პირი (გარდა გადამზიდავისა) მოიპოვებს ფაქტობრივ მფლობელობას საქონელზე.

3. თუ გაყიდულ საქონელს გადამზიდავი აგზავნის მომხმარებლის დავალებით, საქონლის დაღუპვის ან გაფუჭების რისკი მომხმარებელზე გადადის საქონლის გადამზიდავისთვის მიწოდების მომენტიდან.

მუხლი 9. ხელშეკრულებასთან დაკავშირებული დამატებითი ხარჯები

1. მოვაჭრეს ეკრძალება, გადახდის ელექტრონული საშუალების გამოყენებისთვის, მომხმარებელს გადაახდევინოს იმაზე მეტი საფასური ვიდრე თვითონ იხდის.

2. თუ მოვაჭრეს საკონტაქტოდ მითითებული აქვს ტელეფონის ნომერი, მასთან დაკავშირებისთვის მომხმარებელს არ უნდა გადაახდევინოს კომუნიკაციისთვის დადგენილ ტარიფზე მეტი. აღნიშნული არ გამორიცხავს სატელეკომუნიკაციო მომსახურების გამწევის უფლებას ასეთი მომსახურებისთვის დააწესოს საფასური.

3. ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრემ მომხმარებლისგან უნდა მიიღოს თანხმობა, ძირითადი სახელშეკრულებო ვალდებულებისთვის დადგენილი ფასის გარდა, დამატებითი ხარჯების გადახდაზე. თუ მოვაჭრეს არ მიუღია მომხმარებლის მკაფიოდ გამოხატული თანხმობა, მომხმარებელი უფლებამოსილია მოითხოვოს დამატებით გადახდილი თანხის უკან დაბრუნება მიუხედავად იმისა, რომ მას უარი არ უთქვამს (არ უარუყვია ნაგულისხმევი პარამეტრები) დამატებითი ხარჯების ანაზღაურებაზე.

თავი III

დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებები

მუხლი 10. დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების ცნება და გამონაკლისი

1. სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულება გულისხმობს მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებულ ნებისმიერ ხელშეკრულებას, რომელიც:

ა) იდება მოვაჭრის სარეწს გარეთ და მოითხოვს მოვაჭრისა და მომხმარებლის ფიზიკურ თანყოფას;

ბ) იდება მოვაჭრის სარეწში ან დისტანციური კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით, მაგრამ დაუყოვნებლივ მას შემდეგ, რაც მომხმარებელმა ხელშეკრულების დადების თაობაზე ინდივიდუალური შეთავაზება უშუალოდ მიიღო მოვაჭრის სარეწის გარეთ, მოვაჭრისა და მომხმარებლის ფიზიკური თანყოფისას;

გ) იდება ექსკურსიის დროს, რომელიც მოვაჭრის მიერ ორგანიზებული იყო პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობის მიზნით ან იწვევს ასეთ შედეგს.

2. დისტანციური ხელშეკრულება იდება 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 თანყოფას.

3. დაკავშირებული ხელშეკრულებით მოვაჭრე იძენს პროდუქტს, რომელიც ურთიერთდაკავშირებულია დისტანციურ ან სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებასთან და თუ პროდუქტი მიწოდებულია მოვაჭრის ან მესამე პირის მიერ, მოვაჭრესა და მესამე პირს შორის შეთანხმების საფუძველზე.

4. ამ თავით დადგენილი მოთხოვნები არ ვრცელდება პროდუქტზე, რომლის ფასი არ აღემატება 30 ლარს.

მუხლი 11. ინფორმირების ვალდებულება დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების შემთხვევაში

1. დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, ხელშეკრულების დადებამდე, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს, მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან ერთად დამატებით, მკაფიოდ და გასაგებად, მიაწოდოს შემდეგი ინფორმაცია:

ა) მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართი (საწარმოს ფაქტობრივი ადგილსამყოფელი), თუ ის განსხვავდება მოვაჭრის ადგილმდებარეობისაგან (საწარმოს იურიდიული მისამართისაგან), ასევე, მოვაჭრის ელ-ფოსტის მისამართი ფაქსისა და ტელეფონის ნომერი, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, რომელზე კომუნიკაციაც შეეძლება მომხმარებელს სწრაფად და ეფექტიანად და იმ მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართი და ვინაობა ვისი სახელითაც იგი მოქმედებს;

ბ) განუსაზღვრელი ვადით დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, განვადებით ნასყიდობისას ან პროდუქტის გამოწერით მიღებისას პროდუქტის სრული ფასი, რაც მოიცავს სრულ ხარჯებს გადახდის თითოეული პერიოდისათვის, ხოლო, თუ სრული ფასის გამოთვლა წინასწარ შეუძლებელია, მისი გამოთვლის წესი. თუ ხელშეკრულებაში გათვალისწინებულია ფიქსირებული გადასახადი, სრული ფასი უნდა აღნიშნავდეს, ყოველთვიურ სრულ გადასახადს;

გ) ხელშეკრულების დადების დროს გამოყენებული დისტანციური კომუნიკაციის ხარჯი, თუ ხარჯი არ შედის ძირითად ფასში;

დ) იმ შემთხვევაში თუ შესაძლებელია ხელშეკრულებაზე უარის თქმა, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობები, ვადები, წესი და ინფორმაციის შესავსები ფორმა დანართ №1-ის მიხედვით;

ე) თუ მე-16 მუხლის შესაბამისად, შეუძლებელია ხელშეკრულებაზე უარის თქმა, ინფორმაცია რომ მომხმარებელი ვერ იტყვის ხელშეკრულებაზე უარს;

ვ) ინფორმაცია, რომ დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მომხმარებელი ვალდებულია გაწიოს პროდუქტის უკან დაბრუნების ხარჯი, თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე მისი უკან დაბრუნება ფოსტით შეუძლებელია;

ზ) ინფორმაცია, ქვევის კოდექსის არსებობის და მისი ხელმისაწვდომობის შესახებ;

თ) მოვაჭრის მოთხოვნის შემთხვევაში, მომხმარებლის მიერ წარსადგენი ან გადასახდელი ფინანსური უზრუნველყოფის პირობების შესახებ.

ი) სადაც შესაძლებელია, ინფორმაცია, სასამართლოს გარეშე გასაჩივრების წესისა და ანაზღაურების მიღების შესახებ.

2. ამ მუხლით განსაზღვრული ინფორმაცია არის ხელშეკრულების განუყოფელი ნაწილი და არ შეიძლება შეიცვალოს, გარდა იმ შემთხვევისა თუ მხარეები აშკარად გამოხატული ფორმით სხვაგვარად არ შეთანხმდნენ.

მუხლი 12. მოთხოვნები სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებისთვის

1. სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, მოვაჭრემ მე-11 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, წერილობით, მკაფიოდ და გასაგებად, ქალაქში ან მომხმარებლის თანხმობის შემთხვევაში, სხვა ხანგრძლივ მატარებელზე.

2. მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს მიაწოდოს ხელშეკრულების ხელმოწერილი ასლი ან ხელშეკრულების დადების დამადასტურებელი სხვა დოკუმენტი ქალაქში ან მომხმარებლის თანხმობის შემთხვევაში, სხვა ხანგრძლივ მატარებელზე.

3. თუ მომხმარებელი ითხოვს მომსახურების გაწევას მე-14 მუხლის 1-ლი პუნქტით გათვალისწინებული ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების ვადის გასვლამდე, მან ასეთი მოთხოვნა მოვაჭრეს ინფორმაციის ხანგრძლივი მატარებლის საშუალებით უნდა მიაწოდოს.

მუხლი 13. მოთხოვნები დისტანციური ხელშეკრულებისთვის

1. დისტანციური ხელშეკრულების შემთხვევაში, მოვაჭრემ მე-11 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაცია მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს დისტანციური კომუნიკაციის საშუალებების გამოყენებით, მკაფიოდ და გასაგები ფორმით. თუ ეს ინფორმაცია მიწოდებულია ხანგრძლივ მატარებელზე, ინფორმაცია უნდა იყოს აღქმადი.

2. თუ დისტანციური ხელშეკრულება იდება ელექტრონული საშუალებების გამოყენებით, მოვაჭრემ უნდა უზრუნველყოს, რომ მომხმარებელს შეკვეთის განთავსებისას ერთმნიშვნელოვნად გაცნობიერებული ჰქონდეს, რომ შეკვეთის განთავსება წარმოშობს მომხმარებლისთვის საფასურის გადახდის ვალდებულებას. თუ მოვაჭრემ არ უზრუნველყო ეს პირობა, მომხმარებელს საფასურის გადახდის ვალდებულება არ წარმოეშობა.

3. სავაჭრო ვებგვერდებზე მკაფიოდ და გასაგებად, არაუგვიანეს შეკვეთის პროცესის დაწყებისა, განთავსებული უნდა იყოს ინფორმაცია მიწოდებასთან დაკავშირებული შეზღუდვების თაობაზე, ასეთის არსებობის შემთხვევაში და ასევე - ინფორმაცია გადახდის საშუალების თაობაზე.

4. თუ ხელშეკრულება იდება დისტანციური საშუალებების გამოყენებით, რომელიც არ იძლევა საკმარის დროსა და ადგილს, რომ მოვაჭრემ მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია, მოვაჭრე ვალდებულია ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებელს მიაწოდოს, სულ მცირე, ინფორმაცია მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) შესახებ და მე-5 მუხლის 1-ლი პუნქტის „ა“, „ბ“ და „ზ“

ქვეპუნქტებით, და მე-11 მუხლის 1-ლი პუნქტის „ბ“ და „დ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებული ინფორმაცია. დისტანციური ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებული სხვა ინფორმაცია მოვაჭრემ მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს მე-11 მუხლის შესაბამისად.

5. სატელეფონო კომუნიკაციის საშუალებით დისტანციური ხელშეკრულების დადებისას, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს, სატელეფონო კომუნიკაციის დაწყებისთანავე, გარდა ამ მუხლის მე-4 პუნქტში განსაზღვრული ინფორმაციისა, მიაწოდოს ინფორმაცია საკუთარი ვინაობის (სახელწოდების) ან იმ პირის ვინაობის შესახებ, ვისი სახელითაც მოქმედებს და სატელეფონო კომუნიკაციის კომერციული მიზნის თაობაზე.

6. მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს დაუდასტუროს ხელშეკრულების დადება ხანგრძლივ მატარებელზე, ხელშეკრულების დადებიდან გონივრულ ვადაში, მაგრამ არაუგვიანეს პროდუქტის მიწოდებისას ან უშუალოდ მომსახურების დაწყებამდე. ასეთი დასტური უნდა შეიცავდეს:

ა) მე-5 მუხლის 1-ლი პუნქტის „ა“ - „თ“, ქვეპუნქტებით და მე-11 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციას, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ მომხმარებელს დისტანციური ხელშეკრულების დადებამდე აღნიშნული ინფორმაცია უკვე მიაწოდა ხანგრძლივ მატარებელზე;

ბ) ასეთის არსებობის შემთხვევაში, მომხმარებლის წინასწარ თანხმობას და დასტურს, რომ მას მიეწოდა მე-16 მუხლის მე-2 პუნქტის „მ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია.

7. როდესაც მომხმარებელს სურს, რომ მომსახურების უზრუნველყოფა მოხდეს მე-14 მუხლის 1-ლი პუნქტით გათვალისწინებული, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების განხორციელების ვადაში, მან მოვაჭრეს ასეთი მოთხოვნა უნდა მიაწოდოს ცხადად.

მუხლი 14. დისტანციურ და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება

1. მე-16 მუხლით დადგენილი გამონაკლისების გარდა, მომხმარებელს უფლება აქვს, ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე, უარი თქვას დისტანციურ ან/და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე პროდუქტის მომხმარებლის ან მის მიერ განსაზღვრული მესამე პირის მიერ (გარდა გადამზიდავისა) მფლობელობაში მიღებიდან, რეგულარული (განსაზღვრული პერიოდულობით) მიწოდების შემთხვევაში ნივთის მფლობელობაში პირველად მიღების მომენტიდან, ხოლო პროდუქტის ნაწილ-ნაწილ გაყიდვისას - ბოლო ნივთის მფლობელობაში მიღებიდან ან მომსახურების ხელშეკრულების დადებიდან 14 კალენდარული დღის განმავლობაში.

2. მომხმარებლის მიერ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, მომხმარებელს არ დაეკისრება რაიმე ხარჯის (მათ შორის მიწოდების ხარჯის) გაწევა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებელმა აირჩია მოვაჭრის მიერ შეთავაზებულ სტანდარტულ მიწოდებაზე უფრო ძვირი მიწოდების მომსახურება ან თუ პროდუქტის ფასი შემცირდა ისეთი სარგებლობის შედეგად, რაც არ არის დაკავშირებული პროდუქტის ბუნების, მახასიათებლების და ფუნქციონირების

დადგენასთან. პროდუქტის ფასის შემცირების შედეგად სხვაობის გადახდის ვალდებულება არ დაეკისრება მომხმარებელს თუ მოვაჭრემ ამ კანონით გათვალისწინებული, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესაძლებლობაზე სრული ინფორმაცია არ მიაწოდა მას.

3. მომხმარებლის მიერ დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა, ავტომატურად იწვევს მასთან დაკავშირებულ ხელშეკრულებიდან გასვლას და პირვანდელი მდგომარეობის აღდგენას.

4. მომხმარებელი ვალდებულია, ამ მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილ ვადაში, მოვაჭრეს გაუგზავნოს დანართ №1-ში მოცემული, შევსებული ფორმა ან სხვა ცალსახა მტკიცებულება, რომელიც ასახავს მომხმარებლის გადაწყვეტილებას პროდუქტის უკან დაბრუნების შესახებ. ამ მუხლით გათვალისწინებულ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების დადგენილ ვადაში განხორციელების თაობაზე მტკიცების ტვირთი ეკისრება მომხმარებელს.

5. მოვაჭრეს არ აქვს უფლება ხელშეკრულებაზე უარის თქმის განსახორციელებლად მომხმარებელს მოსთხოვოს ამ მუხლის მე-4 პუნქტით გათვალისწინებულ ინფორმაციაზე მეტი.

6. მოვაჭრე უფლებამოსილია, დანართი №1-ით გათვალისწინებული ფორმა ჩაიბაროს ელექტრონულად, ჩაბარების თაობაზე მომხმარებელს ინფორმაცია მიეწოდება დაუყოვნებლივ, ხანგრძლივ მატარებელზე;

7. მომხმარებელს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების გამოყენება შეუძლია ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრულ პერიოდში თუ შეტყობინება ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ მოვაჭრეს გაუგზავნა ამ ვადის ამოწურვამდე.

8. იმ შემთხვევაში, თუ მოვაჭრე მომხმარებელს არ მიაწვდის ინფორმაციას ამ კანონით გათვალისწინებული პროდუქტის უკან დაბრუნების უფლების შესახებ, პროდუქტის უკან დაბრუნების ვადა აითვლება ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ვადის ათვლის პერიოდიდან 12 თვის განმავლობაში.

9. იმ შემთხვევაში, თუ მოვაჭრემ მომხმარებელს ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ვადის ათვლის პერიოდიდან 12 თვის ვადაში მიაწოდა ინფორმაცია ამ კანონით გათვალისწინებული პროდუქტის უკან დაბრუნების უფლების შესახებ, პროდუქტის უკან დაბრუნების ვადა აითვლება ინფორმაციის მიღებიდან 14 დღის განმავლობაში.

მუხლი 15. ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგები

1. ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგად ქარწყლდება მხარეთა მიერ დისტანციური ან სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებები, ხოლო მიღებული შესრულება მხარეებს უკან უბრუნდებათ.

2. ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია:

ა) სრულად დაუბრუნოს მომხმარებელს გადახდილი თანხა და ასეთის არსებობის შემთხვევაში, მიწოდების ხარჯი გაჭიანურების გარეშე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 7 კალენდარული დღის განმავლობაში. მოვაჭრე არ არის ვალდებული

მომხმარებელს დაუბრუნოს დამატებითი ხარჯი, რაც დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ მიწოდების არასტანდარტული ან უფრო ძვირი მომსახურების არჩევასთან, ვიდრე ეს შეთავაზებული იყო მოვაჭრის მიერ;

ბ) თანხა უნდა ანაზღაურდეს გადახდის იმავე საშუალებებით, რაც გამოყენებული იყო მომხმარებლის მიერ, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებელი თანხმობას განაცხადებს გადახდის სხვა საშუალების გამოყენებაზე და თუ მომხმარებელს არ წარმოეშობა დამატებითი ხარჯი.

3. ნასყიდობის ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, მოვაჭრეს უფლება აქვს, უარი თქვას თანხის უკან დაბრუნებაზე მანამ, სანამ არ დაიბრუნებს პროდუქტს ან მომხმარებლისგან არ მიიღებს პროდუქტის გაგზავნის დამადასტურებელ დოკუმენტს, იმის მიხედვით, რომელიც უფრო ადრე განხორციელდება, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ თავად იკისრა პროდუქტის უკან წაღება.

4. ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, მომხმარებელი ვალდებულია:

ა) მოვაჭრეს ან მის მიერ განსაზღვრულ მესამე პირს დაუბრუნოს პროდუქტი ხელშეკრულებაზე უარის თქმის თაობაზე შეტყობინების გაგზავნიდან დაუყოვნებლივ, მაგრამ არა უგვიანეს 7 კალენდარული დღისა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ თავად იკისრა პროდუქტის უკან წაღება;

ბ) დაფაროს მხოლოდ პროდუქტის დაბრუნებასთან დაკავშირებული პირდაპირი (უშუალო) ხარჯი, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მოვაჭრემ თავად იკისრა ამ ხარჯის გაწევა ან მომხმარებელს არ მიაწოდა ინფორმაცია, რომ პროდუქტის დაბრუნების შემთხვევაში ამგვარი ხარჯი წარმოიშობოდა. სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, როდესაც პროდუქტი მოხმარებელს მიეწოდება სახლში, მოვაჭრე ვალდებულია პროდუქტი საკუთარი ხარჯით წაიღოს უკან, თუ პროდუქტის ბუნების გამო შეუძლებელია მისი ფოსტით გაგზავნა.

მუხლი 16. ხელშეკრულებაზე ყოველგვარი საფუძვლის გარეშე უარის თქმასთან დაკავშირებული გამონაკლისები

1. ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება არ ვრცელდება საფინანსო და სადაზღვევო სფეროში დადებულ ხელშეკრულებაზე, გარდა სარეწს გარეთ დადებული, ქონებით უზრუნველყოფილი საბანკო საკრედიტო ხელშეკრულებისა.

2. მომხმარებელს არ აქვს უფლება უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, თუ:

ა) ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურება სრულად იქნა გაწეული, თუ მოვაჭრემ მომსახურების გაწევა დაიწყო მომხმარებლის წინასწარი თანხმობით და მომხმარებელმა იცოდა, რომ მომსახურების სრულად მიღების შემთხვევაში დაკარგავდა ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას;

ბ) ხელშეკრულებით გათვალისწინებულია, რომ მიწოდებული პროდუქტის ფასი დამოკიდებულია ფინანსურ ბაზარზე არსებულ ცვლილებებზე, რომელსაც მოვაჭრე ვერ აკონტროლებს და რომელიც წარმოიშვა ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების განხორციელებისთვის ამ კანონით დადგენილ ვადაში;

გ) მიწოდებული პროდუქტი დამზადებულია მომხმარებლის ინდივიდუალური შეკვეთით ან აშკარად მორგებულია მის პირად საჭიროებებს;

დ) მიწოდებული პროდუქტი მალფუჭებადია ან აქვს მოკლე ვარგისიანობის ვადა;

ე) მიწოდებულია ჰერმეტიკულად დაცული პროდუქტი, რომლის ჰერმეტიკულობა დარღვეულია მიწოდების შემდეგ და ამდენად, მისი დაბრუნება შეუძლებელია ჯანმრთელობის ან ჰიგიენური ნორმების დაცვის გამო;

ვ) მიწოდებულია პროდუქტი, რომელიც მიწოდების დროს, მისი მახასიათებლებიდან გამომდინარე, განუყოფლად შეერწყა სხვა პროდუქტს;

ზ) ხელშეკრულების პირობების შესაბამისად, მომხმარებელმა მოვაჭრე გამოიძახა გადაუდებელი სარემონტო/ტექნიკური მომსახურების გაწევის მიზნით. ეს შეზღუდვა არ ვრცელდება ამ ვიზიტის ფარგლებში მომსახურების მიღმა გაწეულ დამატებით მომსახურებაზე;

თ) მიწოდებულია დალუქული აუდიო ან ვიდეო ჩანაწერი ან დალუქული პროგრამული უზრუნველყოფა, რომლის ლუქი დაირღვა მიწოდების შემდეგ;

ი) მიწოდებულია ჟურნალ-გაზეთები ან სხვა სახის პერიოდული გამოცემა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მიწოდება ხორციელდება სააბონენტო ხელშეკრულების საფუძველზე;

კ) ხელშეკრულება დადებულია საჯარო აუქციონის შედეგად;

ლ) ხელშეკრულება დადებულია უძრავი ქონების გადაცემაზე (არასაცხოვრებელი მიზნით), პროდუქტის გადაზიდვაზე, სატრანსპორტო საშუალების ქირავნობაზე, კვების ორგანიზებაზე ან დასვენებასთან დაკავშირებულ მომსახურებაზე და რომელშიც შესრულების განსაზღვრული თარიღი ან პერიოდი მითითებული;

მ) ციფრული შინაარსი მიწოდებულია არამყარი მატარებლით, რომლის შესრულებაც დაიწყო მომხმარებლის წინასწარი თანხმობით და მომხმარებელმა იცოდა, რომ ამით ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას დაკარგავდა.

ნ) იგი ითვალისწინებს ალკოჰოლური სასმელების მიწოდებას, რომელთა ფასი შეთანხმებულია ხელშეკრულების დადების მომენტში, ხოლო მიწოდება ხდება 30 დღის შემდეგ და რომლის ფასი დამოკიდებულია ფინანსურ ბაზარზე არსებულ მერყეობაზე, რომელსაც მოვაჭრე ვერ აკონტროლებს.

თავი IV

სამომხმარებლო ხელშეკრულებასთან დაკავშირებული გარანტიები

მუხლი 17. მოვაჭრის ვალდებულებები სამომხმარებლო ნასყიდობისას

1. მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი.

2. ივარაუდება, რომ საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისია, თუ იგი აკმაყოფილებს შემდეგ მოთხოვნებს:

ა) შეესაბამება მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებულ აღწერას და აქვს იგივე თვისებები, რაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის წარდგენილ საქონლის ნიმუშს ჰქონდა;

ბ) ვარგისია იმგვარი სარგებლობისთვის, რომლისთვისაც ჩვეულებრივ გამოიყენება;

გ) გამოსადეგია იმ მიზნისთვის, რომლის თაობაზეც მომხმარებელმა მოვაჭრეს ხელშეკრულების დადებისას აცნობა და მოვაჭრე დაეთანხმა;

დ) აქვს ის თვისებები და ფუნქციონირებს იმგვარად, როგორც ამ სახეობის საქონლისთვის არის დამახასიათებელი და რისი გონივრული მოლოდინიც მომხმარებელს შეიძლება ჰქონოდა საქონლის ბუნებიდან და იმ საჯარო განცხადებებიდან გამომდინარე, რაც გაკეთდა მოვაჭრის, მწარმოებლის, მისი წარმომადგენლის ან ბაზარზე განთავსებაზე პასუხისმგებელი სხვა პირის მიერ, მათ შორის რეკლამისა ან/და ეტიკეტის საშუალებით.

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

4. ამ მუხლის მიზნებისთვის, საქონელი არ ჩაითვლება ნაკლის მქონედ, თუ ხელშეკრულების დადების მომენტისთვის, მომხმარებელმა იცოდა ან უნდა სცოდნოდა, რომ საქონელს ჰქონდა ნაკლი ან თუ ნაკლი განპირობებულია მომხმარებლის მიერ მიწოდებული მასალით.

5. მოვაჭრე არ ეკისრება პასუხისმგებლობა პროდუქტის შესახებ საჯარო განცხადებისთვის იმ შემთხვევაში თუ:

ა) დაამტკიცებს, რომ არ იყო ან ვერ იქნებოდა ინფორმირებული განცხადების თაობაზე;

ბ) დაამტკიცებს, რომ ხელშეკრულების დადებამდე პროდუქტის შესახებ საჯარო განცხადებაში მოცემული ინფორმაცია შეიცვალა;

გ) დაამტკიცებს, რომ განცხადება ვერ მოახდენდა გავლენას, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის შეძენაზე.

მუხლი 18. მომხმარებლის უფლებები ნასყიდობის ხელშეკრულებისას

1. თუ საქონელი ნაკლის მქონე აღმოჩნდა, მომხმარებელს უფლება აქვს მოვაჭრეს მოსთხოვოს ნაკლის აღმოფხვრა - საქონლის უსასყიდლოდ შეცვლა ან შეკეთება, ფასის შემცირება ან უფლება აქვს გავიდეს ხელშეკრულებიდან.

2. საქონლის შეცვლა ან შეკეთება მომხმარებლის პირველი რიგის უფლებებია. მომხმარებელს უფლება აქვს მოვაჭრეს მოსთხოვოს საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, გარდა იმ შემთხვევისა, თუ ეს შეუძლებელია საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, ან მოითხოვს არათანაზომიერ ან შეუსაბამოდ დიდ ხარჯებს.

3. საქონლის შეკეთება ან შეცვლა უნდა განხორციელდეს გონივრულ ვადაში და იმგვარად, რომ მომხმარებელს არ შეექმნას მნიშვნელოვანი შეფერხება, საქონლის ბუნებისა და იმ მიზნის გათვალისწინებით, რისთვისაც შეიძინა მომხმარებელმა საქონელი.

4. საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა გულისხმობს მოვაჭრის მიერ ყველა ხარჯის გაწევას, რაც საჭიროა საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობაში მოსაყვანად, მათ შორის, ფოსტის, სამუშაო ძალის და მასალების ხარჯს.

5. მომხმარებელს უფლება აქვს მოითხოვოს საქონლის ფასის შემცირება ან უარი თქვას ხელშეკრულებაზე თუ:

ა) საქონლის შეკეთება ან შეცვლა ამ მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად შეუძლებელია, ან;

ბ) მოვაჭრემ არ შეაკეთა ან არ შეცვალა საქონელი გონივრულ ვადაში და მომხმარებელმა შესრულების მიმართ ინტერესი დაკარგა, ან;

გ) მოვაჭრის მიერ საქონლის შეკეთება ან შეცვლა მომხმარებელს შეუქმნის მნიშვნელოვან შეფერხებას.

6. მომხმარებელს უფლება აქვს ხელშეკრულებიდან გასვლის შემთხვევაში მოითხოვოს ხელშეკრულების შეუსრულებლობით მიყენებული ზიანის ანაზღაურება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

7. მომხმარებელს უფლება არა აქვს უარი თქვას ხელშეკრულებაზე, თუ საქონლის ნაკლი უმნიშვნელოა.

8. იმის განსაზღვრისას, თუ რამდენად არათანაზომიერი ან შეუსაბამოდ დიდია ხარჯი, გათვალისწინებული უნდა იქნეს შემდეგი პირობები:

ა) პროდუქტის ღირებულება ხელშეკრულების პირობებთან მისი შესაბამისობის შემთხვევაში;

ბ) შეუსაბამობის ხარისხი;

გ) ნაკლის აღმოფხვრის ალტერნატიული შესაძლებლობა მომხმარებლისთვის შეფერხების შექმნის გარეშე;

მუხლი 19. მომხმარებლის უფლებები მომსახურების ხელშეკრულებისას

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

2. მომხმარებელმა ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვადების გადაცილების, აგრეთვე ნაკლის აღმოჩენის შემთხვევაში, მომსახურების გამწევს უნდა დაუდგინოს მომსახურების გაწევისა და ნაკლის აღმოფხვრის გონივრული ვადა, გარდა იმ შემთხვევისა, თუ ეს შეუძლებელია მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, ან მოითხოვს არათანაზომიერ ან შეუსაბამოდ დიდ ხარჯებს. არათანაზომიერი ან შეუსაბამოდ დიდი ხარჯი განისაზღვრება მე-18 მუხლის მე-8 პუნქტით დადგენილი წესით.

3. დამატებით განსაზღვრული გონივრული ვადის უშედეგოდ გასვლის შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს:

ა) მომსახურების გაწევა/ნაკლის აღმოფხვრა სხვა პირს შესთავაზოს, მომსახურების გამწევის ხარჯით;

ბ) მოითხოვოს მომსახურების ფასის ადეკვატური შემცირება;

გ) უარი თქვას ხელშეკრულებაზე და მოითხოვოს ზიანის ანაზღაურება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით.

4. ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული დამატებითი ვადის განსაზღვრა არ არის სავალდებულო თუ ამკარაა, რომ მას არავითარი შედეგი არ მოყვება ან თუ მომხმარებელმა ხელშეკრულების შესრულება დაუკავშირა მომსახურების დროულ მიღებას.

5. თუ მომსახურების გამწევი დროულად არ შეუდგა მომსახურების გაწევას ან პროცესი ჭიანურდება, რაც შეუძლებელს ხდის დათქმულ ვადაში მომსახურების გაწევას, მომსახურების გამწევს არ აქვს უფლება მოითხოვოს მომსახურების პროცესში გაწეული ხარჯების ანაზღაურება, ასევე, უკვე გაწეული მომსახურების საზღაური, თუ ნაწილობრივი შესრულებისადმი მომხმარებელმა დაკარგა ინტერესი.

მუხლი 20. კომერციული გარანტია

1. მოვაჭრისთვის სავალდებულოა მის მიერ გაცემული კომერციული გარანტიის, მათ შორის რეკლამაში აღწერილი პირობების დაცვა.

2. კომერციული გარანტია უნდა მოიცავდეს:

ა) ინფორმაციას იმასთან დაკავშირებით, რომ კომერციული გარანტია არ ზღუდავს კანონისმიერი გარანტიის პირობებს;

ბ) მკაფიოდ გაწერილ საგარანტიო პირობებს, მათ შორის გარანტიის ხანგრძლივობასა და მისი მოქმედების ტერიტორიას და გასაჩივრებისთვის საჭირო ინფორმაციას, როგორცაა მოთხოვნის ხანდაზმულობის ვადა, მოვაჭრის სახელი და მისამართი.

3. მომხმარებლის მოთხოვნით, გარანტია უნდა მიაწოდონ წერილობით ან სხვა მისთვის მისაღები ფორმით.

4. ამ მუხლის 1-ლი, მე-2 და მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებული მოთხოვნების დარღვევა, გავლენას ვერ იქონიებს კომერციული გარანტიის ნამდვილობაზე.

5. ბათილია გარანტიის პირობა, რომელიც ზღუდავს მომხმარებლის კანონით გათვალისწინებულ უფლებებს.

მუხლი 21. გარანტიის ვადები

1. თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი აღმოაჩინა საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან ექვსი თვის განმავლობაში, საწინააღმდეგოს დამტკიცებამდე იგულისხმება, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას, თუ ასეთი რამ შესაძლებელია საქონლის ბუნებიდან ან ნაკლის ხასიათიდან გამომდინარე. ასეთ შემთხვევაში მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეზეა. თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი აღმოაჩინა საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან ექვსი თვის შემდეგ, მტკიცების ტვირთი, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას ეკისრება მომხმარებელს.

2. მომხმარებელს უფლება აქვს ისარგებლოს მე-17, მე-18 და მე-19 მუხლებით დადგენილი უფლებებით, თუ საქონლის ნაკლი აღმოჩენილია საქონლის მომხმარებლისთვის გადაცემიდან ორი წლის განმავლობაში, ხოლო კომერციული გარანტიის არსებობის შემთხვევაში - მთელი საგარანტიო პერიოდის განმავლობაში.

3. მე-18 მუხლის მე-2 პუნქტი არ ვრცელდება მეორეული საქონლის ნასყიდობაზე.

თავი V

ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტული პირობები

მუხლი 22. ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების ნამდვილობა

1. ხელშეკრულების სტანდარტული პირობა არის მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის დადგენილი, წინასწარ ჩამოყალიბებული, მრავალჯერადი გამოყენებისთვის გამიზნული პირობა, რომლის გაცნობის შესაძლებლობა მომხმარებელს ჰქონდა.

2. მტკიცების ტვირთი იმისა, რომ ხელშეკრულების პირობა მხარეთა მიერ ინდივიდუალურად იქნა შეთანხმებული, ეკისრება მოვაჭრეს.

3. მომხმარებლისთვის წერილობითი ფორმით შეთავაზებული პირობები უნდა ჩამოყალიბდეს მარტივ და გასაგებ ენაზე. პირობა, რომელიც იძლევა მისი ორაზროვნად განმარტების საშუალებას, განიმარტება მომხმარებლის სასარგებლოდ.

მუხლი 23. ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტული პირობების ბათილობა

1. ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტული პირობები, მიუხედავად ხელშეკრულებაში მისი ჩართვისა, ბათილია, თუ ეწინააღმდეგება ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპებს და იწვევს მომხმარებლის საზიანოდ სახელშეკრულებო უფლება-მოვალეობების გაუმართლებელ დისბალანსს, მათ შორის მისი ბუნდოვანი ფორმულირების გამო. მხოლოდ ხელშეკრულების საგნის რაობა ან მისი შესაბამისობა საპასუხო შესრულებასთან, არ ჩაითვლება ასეთ შეუსაბამობად.

2. ბათილია, ხელშეკრულების შემდეგი უსამართლო სტანდარტული პირობები:

ა) დებულება, რომელიც გამორიცხავს ან ზღუდავს მოვაჭრის პასუხისმგებლობას მომხმარებლის გარდაცვალების, ჯანმრთელობის დაზიანების ან მისთვის უხეში გაუფრთხილებლობით სხვა სახის ზიანის მიყენების გამო, თუ ეს გარემოება დადგა მოვაჭრის მოქმედების ან უმოქმედობის შედეგად;

ბ) დებულება, რომელიც უსამართლოდ ზღუდავს ან გამორიცხავს მომხმარებლის მიერ მოვაჭრის ან მესამე პირის მიმართ მოთხოვნის წარდგენას მოვაჭრის მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების სრულად ან

ნაწილობრივ შეუსრულებლობის, ასევე, ნაკლიანი შესრულების გამო. ასევე, დებულება, რომელიც გამორიცხავს მოთხოვნათა ურთიერთგაქვითვის შესაძლებლობას;

გ) დებულება, რომლითაც მომხმარებელი ვალდებულია შეასრულოს ხელშეკრულების პირობა, მაშინ როდესაც მოვაჭრის მიერ ვალდებულების შესრულება განპირობებულია მხოლოდ მის ნებაზე დამოკიდებული პირობის დადგომით;

დ) დებულება, რომლითაც მოვაჭრეს უფლება ეძლევა დააკავოს მომხმარებლის მიერ გადახდილი თანხა, როდესაც მომხმარებელი უარს ამბობს ხელშეკრულების დადებაზე ან ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულებაზე, თუ ხელშეკრულებიდან გასვლა ხდება მოვაჭრის ინიციატივით და მომხმარებელი არ იღებს თანხის შესაბამის შესრულებას;

ე) დებულება, რომლითაც მოვაჭრე თავისუფლდება ვალდებულებისგან, დაუწესოს მომხმარებელს დამატებითი ვადა თავისი ვალდებულების შესასრულებლად.

ვ) დებულება, რომელიც მომხმარებელს, ნაკისრი ვალდებულების შეუსრულებლობის შემთხვევაში, აკისრებს ზიანის ოდენობაზე მეტი თანხის გადახდის ვალდებულებას ან მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას მომხმარებელს მოსთხოვოს გაწეული ხარჯების შეუსაბამოდ მაღალი ანაზღაურება;

ზ) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას გაუმართლებლად და ხელშეკრულებაში მითითებული საფუძვლის გარეშე ცალმხრივად თქვას უარი ხელშეკრულებაზე, ან მოვაჭრის მიერ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში, უფლებას აძლევს მას, დააკავოს თანხა იმ მომსახურებისთვის, რომელიც არ გაუწევია;

თ) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას, უარი თქვას განუსაზღვრელი ვადით დადებულ ხელშეკრულებაზე, მომხმარებლისთვის გონივრულ ვადაში გაგზავნილი წინასწარი შეტყობინების გარეშე, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც არსებობს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის მნიშვნელოვანი საფუძველი;

ი) დებულება, რომლითაც ავტომატურად გრძელდება განსაზღვრული ვადით დადებული ხელშეკრულება მომხმარებლის თანხმობის გარეშე ან როდესაც მომხმარებლის მიერ ხელშეკრულების შეწყვეტის ან გაგრძელების თაობაზე ნების გამოვლენისთვის დადგენილია არაგონივრულად მცირე ვადა;

კ) დებულება, რომლითაც მოვაჭრე უწესებს მომხმარებელს ამა თუ იმ სამუშაოს შესრულებისთვის შეუსაბამოდ ხანგრძლივ ან აშკარად მცირე ვადას ან რომლითაც მოვაჭრე აწესებს საკუთარ ვალდებულებათა შესასრულებლად კანონით დადგენილი ნორმებისგან განსხვავებულ, შეუსაბამოდ ხანგრძლივ ვადებს ან რომლითაც ვადები ფორმულირებულია ბუნდოვნად;

ლ) დებულება, რომელიც მომხმარებელს ბოჭავს იმ პირობებით, რომელთა გაცნობის რეალური შესაძლებლობა მომხმარებელს ხელშეკრულების დადებამდე არ ჰქონდა;

მ) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას, ხელშეკრულებაში განსაზღვრული საფუძვლიანი მიზეზის გარეშე ცალმხრივად შეცვალოს ხელშეკრულების პირობები, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ხელშეკრულება

დადებულია განუსაზღვრელი ვადით და მოვაჭრე ხელშეკრულების პირობების ცვლილების შესახებ მომხმარებელს გაუგზავნის შეტყობინებას გონივრულ ვადაში, ხოლო მომხმარებელს უფლება ექნება უარი თქვას ხელშეკრულებაზე;

ნ) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას, ყოველგვარი მნიშვნელოვანი საფუძვლის გარეშე ცალმხრივად შეცვალოს პროდუქტის თვისებები;

ო) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას, პროდუქტის მიწოდების მომენტში დაადგინოს პროდუქტის ფასი ან გაზარდოს ფასი ისე, რომ მომხმარებელს არ მიეცეს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესაძლებლობა, თუ პროდუქტის საბოლოო ფასი მნიშვნელოვნად აღემატება ხელშეკრულების დადების მომენტში დადგენილ ფასს. გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ფასის ინდექსირება კანონით ნებადართულია და ხდება წინასწარ დადგენილი მეთოდოლოგიით;

პ) დებულება, რომელიც მოვაჭრეს ანიჭებს უფლებას, განსაზღვროს - შეესაბამება თუ არა პროდუქტი ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ პირობებს ან ცალმხრივად განმარტოს ხელშეკრულების ნებისმიერი პირობა;

ჟ) დებულება, რომელიც ზღუდავს მოვაჭრის ვალდებულებას, უზრუნველყოს მისი წარმომადგენლის მიერ აღებული ვალდებულების შესრულება ან ნაკისრი ვალდებულებები დაუქვემდებაროს ფორმალურ მოთხოვნებს;

რ) დებულება, რომელიც მომხმარებელს ავალდებს ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულების შესრულებას, იმის მიუხედავად, ასრულებს თუ არა მოვაჭრე მასზე დაკისრებულ ვალდებულებას, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც მომხმარებელი ვალდებული იყო თავისი ვალდებულება წინასწარ შეესრულებინა ან დებულება, რომელიც მომხმარებელს უზღუდავს კანონით მინიჭებულ უფლებას უარი თქვას შესრულებაზე სხვა საფუძვლით;

ს) დებულება, რომლითაც მოვაჭრე ხელშეკრულებით ნაკისრ უფლებებსა და მოვალეობებს გადასცემს სხვა პირს, რასაც შესაძლოა მოჰყვეს ხელშეკრულების პირობების გაუარესება და რაზეც მომხმარებელს არ მიუცია თანხმობა;

ტ) დებულება, რომელიც ზღუდავს ან გამორიცხავს მომხმარებლის სამართლებრივი დაცვის უფლებას, მათ შორის დებულება, რომელიც ავალდებულებს მომხმარებელს, მისი უფლებების დაცვა განახორციელოს მხოლოდ არბიტრაჟში ან ზღუდავს მომხმარებლის შესაძლებლობას, მოიპოვოს მტკიცებულებები ან მომხმარებელს აკისრებს მტკიცების ტვირთს, მაშინ როდესაც კანონის შესაბამისად, მტკიცების ტვირთი ეკისრება ხელშეკრულების მეორე მხარეს.

3. ხელშეკრულების უსამართლო სტანდარტული პირობების ბათილობა არ იწვევს მისი სხვა ნაწილების ბათილობას, თუ უსამართლო სტანდარტული პირობა არ წარმოადგენს ხელშეკრულების არსებით პირობას და თუ სავარაუდოა, რომ ხელშეკრულება დაიდებოდა მისი ბათილი ნაწილის გარეშე.

24. სტანდარტული პირობების ბათილობასთან დაკავშირებული გამონაკლისები

1. განუსაზღვრელი ვადით დადებული ფინანსური მომსახურების ხელშეკრულების შემთხვევაში 23-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „თ“ ქვეპუნქტით განსაზღვრული დებულება არ ჩაითვლება ბათილად თუ არსებობს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის საფუძვლიანი მიზეზი და მოვაჭრე დაუყოვნებლივ აცნობებს ამის თაობაზე მომხმარებელს.

2. ფინანსური მომსახურების ხელშეკრულების შემთხვევაში, ბათილად არ ჩაითვლება ისეთი სტანდარტული პირობა, რომლის მიხედვით საფუძვლიანი მიზეზის არსებობის შემთხვევაში, მოვაჭრე ინარჩუნებს უფლებას, მომხმარებლისთვის წინასწარი შეტყობინების გაგზავნის გარეშე, შეცვალოს ფინანსურ მომსახურებასთან დაკავშირებული საპროცენტო განაკვეთი ან საკომისიოს ოდენობა, თუ იგი პირველივე შესაძლებლობისთანავე აცნობებს ამის თაობაზე მომხმარებელს, ხოლო მომხმარებელს უფლება ექნება დაუყოვნებლივ უარი თქვას ხელშეკრულებაზე;

3. 23-ე მუხლის პირველი პუნქტის „თ“, „მ“ და „ო“ ქვეპუნქტებით განსაზღვრული დებულებები არ ჩაითვლება ბათილად მიმოქცევადი ფასიანი ქაღალდების, ფინანსური ინსტრუმენტებისა და სხვა ისეთი პროდუქტის თაობაზე დადებულ გარიგებაში, სადაც ფასი დაკავშირებულია საფონდო ბირჟაზე დადგენილი კოტირების ან ინდექსების ცვალებადობაზე ან ფინანსური ბაზრის განაკვეთზე, რასაც მოვაჭრე ვერ აკონტროლებს, ასევე - უცხოური ვალუტის ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებაზე, სამგზავრო ჩეკზე ან უცხოურ ვალუტაში დენომინირებულ საერთაშორისო ფულად გზავნილზე.

თავი VI

უსამართლო კომერციული პრაქტიკა

მუხლი 25. უსამართლო კომერციული პრაქტიკის აკრძალვა

1. აკრძალულია უსამართლო კომერციული პრაქტიკა.

2. უსამართლოა კომერციული პრაქტიკა, რომელიც ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა პროდუქტთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი ან არსებით უარყოფით ზეგავლენას ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული პრაქტიკის ადრესატია მომხმარებლის განსაზღვრული ჯგუფი.

3. კომერციული პრაქტიკის უსამართლოდ მიჩნევისთვის, რომელმაც შესაძლოა არსებითად უარყოფითად შეცვალოს მომხმარებლის მხოლოდ იმ ჯგუფის ეკონომიკური ქცევა, რომელიც საკუთარი გონებრივი ან ფიზიკური შესაძლებლობის, ან/და ასაკის გამო განსაკუთრებით მოწყვლადია, მხედველობაში მიიღება ჯგუფის საშუალო წევრის ქცევა. კომერციული პრაქტიკა უსამართლოდ

არ მიიჩნევა თუ რეკლამაში გადმოცემული ინფორმაცია გაზვიადებულია ან პირდაპირი მნიშვნელობით არ უნდა ყოფილიყო გაგებული.

4. უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად, მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი ან აგრესიული კომერციული პრაქტიკა.

მუხლი 26. მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა

1. შეცდომაში შემყვან კომერციულ პრაქტიკად, რაც გამოხატულია მოვაჭრის მოქმედებით, მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, მაშინაც კი თუ ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მოიცავს:

ა) პროდუქტის არსს და ძირითად მახასიათებლებს, როგორცაა ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემაღგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვის შემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზნისადმი შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვის და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, ასევე, პროდუქტის შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მის საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) მოვაჭრის პასუხისმგებლობის ფარგლებს, რომელიც ეხება კომერციული პრაქტიკის მოტივს და გაყიდვის პროცესის თავისებურებას, ასევე, ნებისმიერი სახის ინფორმაციას, რაც უკავშირდება მოვაჭრის მიერ პროდუქტის პირდაპირ ან არაპირდაპირ სპონსორობას;

გ) ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს, ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, ასევე პროდუქტის მიწოდების პირობებს;

დ) პროდუქტთან დაკავშირებულ მომსახურებას, პროდუქტის ნაწილის შეცვლის ან შეკეთების საჭიროებას;

ე) მოვაჭრის ან წარმომადგენლის შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, თანხმობას, კვალიფიკაციას, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებს ან მათთან კავშირს, ასევე, წარმოებასთან ან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა უფლებებს;

ვ) მომხმარებლის უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის დაბრუნების, შეცვლის და შეკეთების, ასევე, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის და მოსალოდნელი რისკის შესახებ.

3. შეცდომაში შემყვან კომერციულ პრაქტიკად, ასევე, მიიჩნევა პროდუქტის იმგვარი მარკეტინგი, მათ შორის შედარებითი რეკლამა, რომელიც იწვევს

გაურკვევლობას კონკურენტის სასაქონლო ნიშანთან, სახელსა (სახელწოდებას) და სხვა განმასხვავებელ ნიშანთან მიმართებაში.

4. მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანია კომერციული პრაქტიკა, როდესაც მოვაჭრე აცხადებს, რომ ქცევის კოდექსის ხელმომწერია და არღვევს ქცევის კოდექსით გათვალისწინებულ სავალდებულო ქცევის წესებს.

მუხლი 27. უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა

1. შეცდომაში შემყვანია მოვაჭრის უმოქმედობით გამოხატული კომერციული პრაქტიკა, როდესაც კონკრეტულ შემთხვევაში, ყველა ფაქტობრივი გარემოებისა და საკომუნიკაციო საშუალების მახასიათებლების შეზღუდულობის გათვალისწინებით, ინფორმაციის ფაქტობრივი შინაარსი არ შეიცავს არსებითი ხასიათის ინფორმაციას, რომელიც საჭიროა საშუალო მომხმარებლისთვის ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად და რის შედეგადაც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც ამ ინფორმაციის მიღების შემთხვევაში არ დადებდა.

2. შეცდომაში შემყვანია უმოქმედობით გამოხატული კომერციული პრაქტიკა, როდესაც მოვაჭრე 1-ლი პუნქტით გათვალისწინებულ არსებით ინფორმაციას მომხმარებელს აწვდის ბუნდოვნად, გაურკვეველად ან უდროოდ ან კომერციულ პრაქტიკაში არ იკვეთება და გარემოებებიც არ ცხადყოფს კომერციულ მიზანს, შედეგად კი მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც არ დადებდა.

3. თუ კომერციული პრაქტიკის თაობაზე ინფორმაციის მიწოდებისთვის გამოყენებული საკომუნიკაციო მატარებელი შეზღუდულია ინფორმაციის განთავსებისთვის საჭირო სივრცით ან დროით, იმის დასადგენად, მოვაჭრის უმოქმედობამ მომხმარებელი შეცდომაში შეიყვანა თუ არა, მხედველობაში მიიღება ყველა გარემოება, რაც დაკავშირებულია მოვაჭრის მცდელობასთან, მომხმარებლისთვის სხვა ნებისმიერი საშუალებით მიეწოდებინა ინფორმაცია.

4. პროდუქტის შესაძენად შეთავაზების შემთხვევაში შემდეგი ინფორმაცია ჩაითვლება არსებით ინფორმაციად, თუ ის ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს შინაარსიდან:

ა) პროდუქტის არსებითი მახასიათებლები პროდუქტისა და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით;

ბ) მოვაჭრის ვინაობა (სახელწოდება), ფაქტობრივი მისამართი და საიდენტიფიკაციო მონაცემები, ასევე მოვაჭრის წარმომადგენლის სახელი (სახელწოდება), ფაქტობრივი მისამართი და საიდენტიფიკაციო მონაცემები;

გ) პროდუქტის სრული ფასი, ძირითადი და დამატებითი (მათ შორის ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟის და სხვ.) ხარჯების მითითებით. თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე მისი ძირითადი ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მისი გამოთვლის წესი. იმ შემთხვევაში, თუ დამატებითი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია, ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ ამგვარი ხარჯების დაფარვის ვალდებულება წარმოიშობა;

დ) ინფორმაცია გადახდის, პროდუქტის მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ და მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის საჩივრის განხილვის წესის შესახებ;

ე) ინფორმაცია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების თაობაზე, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

5. მე-5, მე-6, მე-9, მე-11, მე-13 და მე-14 მუხლებით დადგენილი ინფორმირების ვალდებულებების დარღვევა, ასევე, ჩაითვლება უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ პრაქტიკად.

მუხლი 28. აგრესიული კომერციული პრაქტიკა

1. აგრესიულია კომერციული პრაქტიკა, როდესაც მისი შინაარსი, ყველა გარემოების გათვალისწინებით, შევიწროების, იძულების, მათ შორის ფიზიკური ძალის გამოყენების ან გავლენის ბოროტად გამოყენების გზით, მნიშვნელოვნად ხელყოფს ან შესაძლოა ხელყოს საშუალო მომხმარებლის თავისუფალი არჩევანის უფლება ან ცვლის ან/და შესაძლოა შეცვალოს მისი ქცევა პროდუქტთან მიმართებაში და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

2. იმის დასადგენად, კომერციული პრაქტიკისას განხორციელებული იყო თუ არა შევიწროება, იძულება, მათ შორის ფიზიკური ძალის ან გავლენის ბოროტად გამოყენება, გათვალისწინებული უნდა იქნეს შემდეგი გარემოებები:

ა) დროის მონაკვეთი, ადგილი, არსი, ხასიათი და ინტენსივობა;

ბ) მუქარის შემცველი ან შეურაცხმყოფელი ენის გამოყენება ან ამგვარი ქცევა;

გ) მომხმარებლის გადაწყვეტილებაზე ზეგავლენის მიზნით, მოვაჭრის მიერ, კონკრეტული უბედური შემთხვევის, სტიქიური უბედურების ან მსგავსი გარემოების ბოროტად გამოყენება, რაც ართმევს მომხმარებელს შესაძლებლობას, საღად განსაჯოს და მიიღოს გადაწყვეტილება პროდუქტთან დაკავშირებით;

დ) წინააღმდეგობების ხელოვნურად შექმნა, რაც არ გამომდინარეობს ხელშეკრულებიდან და რითაც მოვაჭრე ცდილობს ხელი შეუშალოს მომხმარებლის ხელშეკრულებით გათვალისწინებული უფლებების განხორციელებას, მათ შორის, მომხმარებლის უფლებას, უარი თქვას ხელშეკრულებაზე ან აირჩიოს სხვა პროდუქტი ან მოვაჭრე;

ე) უკანონო მოქმედების განხორციელების ნებისმიერი მუქარა.

მუხლი 29. კომერციული პრაქტიკა, რომელიც ყველა შემთხვევაში მიიჩნევა უსამართლოდ

1. ამ მუხლით გათვალისწინებული კომერციული პრაქტიკა ყველა შემთხვევაში მიიჩნევა უსამართლოდ და შესაბამისად, აკრძალულ საქმიანობად.

2. შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა შემდეგი საქმიანობა:

ა) საწდომის ნიშნის, ხარისხის ნიშნის ან სხვა მსგავსი ნიშნის განთავსება, კანონმდებლობით გათვალისწინებული უფლებამოსილების მიღების გარეშე;

ბ) ცრუ მითითება, რომ მოვაჭრე, რომელიმე ქცევის კოდექსის მონაწილეა/ხელმომწერია.

გ) მტკიცება იმისა, რომ მოვაჭრეს (მის კომერციულ პრაქტიკას) ან პროდუქტს საჯარო ორგანოს ან კერძო პირისგან მიღებული აქვს ნებართვა, ლიცენზია, ავტორიზაცია, აკრედიტაცია და ა. შ., ასეთის არარსებობის შემთხვევაში, ან მტკიცება იმისა, რომ თანხმობის, ნებართვის, ლიცენზიის, ავტორიზაციის, აკრედიტაციის და ა. შ. მიღებისთვის სავალდებულო პირობები შესრულებულია, მაშინ როდესაც პირობები არ არის შესრულებული;

დ) პროდუქტის სპეციალურ ფასად შექმნის შეთავაზება იმ მნიშვნელოვანი საფუძვლის გამჟღავნების გარეშე, რომელიც მოვაჭრეს ავარაუდებინებს, რომ თავად ან სხვა მოვაჭრის საშუალებით ვერ შეძლებს ამ პროდუქტის ან მსგავსი პროდუქტის იმ დროში, რაოდენობითა და იმ ფასად მიწოდებას, რაც ამ პროდუქტიდან, რეკლამირების მასშტაბიდან და შეთავაზებული ფასიდან გამომდინარეობს (შეცდომაში შემყვანი რეკლამა).

ე) შეთავაზების გაკეთება პროდუქტის სპეციალურ ფასად შექმნის თაობაზე და შემდეგ, უარის თქმა მომხმარებლისთვის რეკლამირებული პროდუქტის ჩვენებაზე ან შეკვეთის მიღებაზე ან პროდუქტის გონივრულ ვადაში მიწოდებაზე, ან/და პროდუქტის ნაკლის მქონე ნიმუშის დემონსტრირება, იმ განზრახვით, რომ მოხდეს სხვა პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობა;

ვ) ცრუ განაცხადის გაკეთება, რომ პროდუქტი ხელმისაწვდომი იქნება ან/და განსაკუთრებული პირობები იმოქმედებს მხოლოდ დროის მცირე მონაკვეთში, იმ მიზნით, რომ მომხმარებელმა მიიღოს მყისიერი გადაწყვეტილება და მას არ მიეცეს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებისთვის საკმარისი დრო და შესაძლებლობა;

ზ) განაცხადის გაკეთება ან შთაბეჭდილების შექმნა, რომ შეიძლება კანონით აკრძალული პროდუქტის გაყიდვა;

თ) მომხმარებლისთვის კანონით მინიჭებული უფლების განხორციელების შესაძლებლობის იმგვარად წარმოჩენა, თითქოს ეს მოვაჭრის კეთილი ნება და შეთავაზების განსაკუთრებული პირობაა;

ი) ცრუ მტკიცება, იმ რისკის სახეობისა და მასშტაბის თაობაზე, რაც დაკავშირებულია მომხმარებლის ან მისი ოჯახის პირად უსაფრთხოებასთან, იმ შემთხვევაში, თუ მომხმარებელი პროდუქტს არ შეიძენს;

კ) ისეთი პირამიდული სქემის ჩამოყალიბება, მართვა ან მისი განვითარების ხელშეწყობა, სადაც მომხმარებელს უჩნდება მოლოდინი, რომ სარგებლის უმეტეს წილს მიიღებს არა პროდუქტის გაყიდვიდან ან მოხმარებიდან, არამედ პირამიდულ სქემაში სხვა მომხმარებლების ჩართვის ხარჯზე;

ლ) განაცხადის გაკეთება, თითქოს მოვაჭრე აპირებს ვაჭრობის შეწყვეტას ან ადგილმდებარეობის შეცვლას, თუ ეს სიმართლეს არ შეესაბამება;

მ) მცდარი მტკიცება, თითქოს პროდუქტს შეუძლია დაავადებისგან, დისფუნქციის ან განვითარების ნაკლისგან განკურნება;

ნ) არსებითად არასწორი ინფორმაციის გავრცელება ბაზრის პირობების ან პროდუქტის მოძიების შესაძლებლობის შესახებ იმ მიზნით, რომ დაიყოლიოს მომხმარებელი, შეიძინოს პროდუქტი ბაზრის პირობებთან შედარებით ნაკლებად ხელსაყრელი პირობით;

ო) კონკურსის გამოცხადება ან ჯილდოს საჯაროდ დაპირება, ჯილდოს ან მისი გონივრული ექვივალენტის შემდგომში გადაცემის გარეშე;

პ) განაცხადის გაკეთება, რომ პროდუქტი შეთავაზებულია უსასყიდლოდ, მაშინ, როდესაც მომხმარებელს იმ აუცილებელი ხარჯების გარდა, რომელიც საჭიროა პროდუქტის მისაღებად ან მისი ტრანსპორტირებისთვის, დამატებით უწევს თანხის გადახდა;

ჟ) მარკეტინგულ მასალაში ანგარიშფაქტურის/ზედნადების ან სხვა გადახდის დამავალდებულებელი დოკუმენტის ჩადება, რაც მომხმარებელს შეუქმნის მცდარ შთაბეჭდილებას, თითქოს პროდუქტი შეუკვეთა, მაშინ როდესაც არ შეუკვეთავს;

რ) ცრუ განაცხადის გაკეთება ან შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მოვაჭრე არ მოქმედებს სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო ან პროფესიული მიზნებით, ან საკუთარი თავის მომხმარებლად გასაღება.

ს) მომხმარებლისთვის მცდარი წარმოდგენის შექმნა იმის თაობაზე, რომ შესყიდვის შემდგომი მომსახურება ხელმისაწვდომია სხვა ქვეყანაში;

ტ) მედიაში, მოვაჭრის დაკვეთით, პროდუქტის იმგვარი რეკლამირება, სადაც რეკლამის შინაარსით, გამოსახულებებით ან ხმით მომხმარებლისთვის შეუძლებელია სარეკლამო მიზნის ამოცნობა.

უ) მწარმოებლის მიერ, სხვა მწარმოებლის მსგავსი პროდუქტის რეკლამირება განზრახ იმგვარად, თითქოს ეს პროდუქტი იგივე მწარმოებლის მიერაა წარმოებული, რასაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი;

ფ) მტკიცება, რომ პროდუქტმა შესაძლოა აზარტული თამაშისას მომხმარებელს მოუტანოს მოგება;

ქ) ნასყიდობის შემდგომი სამომხმარებლო მომსახურების გაწევა გარიგებამდე გამოყენებული ენისგან განსხვავებულ ენაზე, რომელიც არ არის სახელმწიფო ენა, მომხმარებლისთვის ამის შესახებ ნასყიდობის გარიგების დადებამდე ინფორმაციის გარკვევით მიწოდების გარეშე.

3. აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკად მიიჩნევა:

ა) შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მომხმარებელი ვერ შეძლებს სარეწის ტერიტორიის დატოვებას, სანამ არ გააფორმებს ხელშეკრულებას;

ბ) მომხმარებლის ნების საწინააღმდეგოდ მოვაჭრის მიერ უარის თქმა მისი საცხოვრებელი ადგილის დატოვებაზე, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებლის საცხოვრებელ ადგილას ყოფნა აუცილებელია ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვალდებულების შესასრულებლად;

გ) მომხმარებლისთვის სისტემატურად არასასურველი შეთავაზებების გაკეთება ტელეფონით, ან სხვა დისტანციური კომუნიკაციის საშუალებით, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს აუცილებელია ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვალდებულების შესასრულებლად;

დ) რეკლამაში ბავშვის მიმართ პირდაპირი მოწოდების გაკეთება შეიძინოს რეკლამირებული პროდუქტი ან დაარწმუნოს მშობლები ან სხვა სრულწლოვანი პირები შეიძინონ მისთვის რეკლამირებული პროდუქტი;

ე) მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება, რომ თუ არ შეიძენს პროდუქტს, მოვაჭრის საქმიანობას ან სიცოცხლეს საფრთხე დაემუქრება;

ვ) მცდარი შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მომხმარებელმა მოიგო, მოიგებს ან გარკვეული მოქმედების შესრულების შედეგად მოიგებს პრიზს ან მიიღებს სხვა მსგავს საარგებელს, მაშინ როდესაც არ არის დაწესებული პრიზი ან სხვა მსგავსი საარგებელი ან მოქმედების შესრულების მოთხოვნა, რომლის შედეგად მომხმარებელმა შესაძლოა მოიგოს ჯილდო ან მიიღოს სხვა მსგავსი საარგებელი, თუმცა მოქმედების შესრულება დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ ფულის გადახდასთან ან სხვა დამატებითი ხარჯის გაწევასთან;

ზ) მომხმარებლისგან, რომელსაც სურს მიიღოს სადაზღვევო ანაზღაურება, მოითხოვოს ისეთი დოკუმენტის წარდგენა, რომელიც არ არის აუცილებელი მოთხოვნის უფლების არსებობის დასადაგენად, ან მომხმარებლის მიმოწერის რეაგირების გარეშე დატოვება, მისი უფლების შეზღუდვის მიზნით;

თ) მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის ისეთი პროდუქტის მიწოდება, რომელიც მას არ შეუკვეთავს და ამისთვის პროდუქტის საფასურის მთლიანად ან ნაწილ-ნაწილ ანაზღაურების მოთხოვნა ან მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მისი შეკვეთისგან განსხვავებული პროდუქტის მიწოდება ამ პროდუქტის მოვაჭრის ხარჯით, პირვანდელი მდგომარეობით დაბრუნების შესაძლებლობის გარეშე.

თავი VII

მომხმარებლის უფლებების დაცვის ინსტიტუციური გარანტიები

მუხლი 30. მომხმარებლის უფლებების დაცვის მექანიზმები

1. ამ კანონის დარღვევის თაობაზე მომხმარებელი უფლებამოსილია მიმართოს კონკურენციის სააგენტოს ან შესაბამისი სფეროს უფლებამოსილ მარეგულირებელს.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული უფლების არსებობა მომხმარებელს არ ართმევს სასამართლოსთვის მიმართვის ან/და დავის მედიაციის გზით გადაწყვეტის უფლებას.

მუხლი 31. კონკურენციის სააგენტოს უფლებამოსილება მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში

1. საქართველოს ტერიტორიაზე ამ კანონით განსაზღვრული მომხმარებლის უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლების აღდგენის ხელშეწყობას, დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ შესაბამის რეაგირებას ახორციელებს დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - კონკურენციის სააგენტო (შემდგომ - სააგენტო) და შესაბამისი სფეროს უფლებამოსილი მარეგულირებელი.

2. სააგენტოს უფლებამოსილება არ ვრცელდება „საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონით, „კომერციული ბანკების

საქმიანობის შესახებ“, „საინვესტიციო ფონდების შესახებ“, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“, „მაუწყებლობის შესახებ“ და „ელექტროენერგეტიკისა და ბუნებრივი გაზის შესახებ“ საქართველოს კანონებით დადგენილ სფეროებზე, აგრეთვე, იმ სფეროებზე, სადაც მომხმარებლის უფლებების დაცვას უზრუნველყოფს შესაბამისი კანონმდებლობით გათვალისწინებული უფლებამოსილი ორგანო.

3. თუ სააგენტოს წარედგინა განცხადება ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებულ სფეროებში მომხმარებელთა უფლებების შესაძლო დარღვევის თაობაზე, სააგენტო ამ განცხადებას გადაუგზავნის შესაბამის უფლებამოსილ ორგანოს და ამის შესახებ აცნობებს განმცხადებელს.

4. საქართველოს კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილების განსახორციელებლად, სააგენტო:

ა) შეისწავლის ამ კანონით განსაზღვრულ მომხმარებლის უფლებების შესაძლო დარღვევის ისეთ ფაქტს, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების დარღვევა;

ბ) საქმის განხილვის მიზნით განმცხადებლის ან/და მოვაჭრისაგან გამოითხოვს ინფორმაციას (მათ შორის, კონფიდენციალურს), რომელიც საჭიროა სააგენტოს მიერ შესაბამისი უფლებამოსილების განხორციელებისთვის;

გ) საქმესთან დაკავშირებული ინფორმაციის მიუღებლობის შემთხვევაში, უფლებამოსილია სასამართლოს წარუდგინოს შუამდგომლობა მოვაჭრის მიერ შესაბამისი ინფორმაციის წარმოდგენის თაობაზე;

დ) იწვევს მხარეებს/დაინტერესებულ პირებს ახსნა-განმარტების მისაღებად;

ე) საჭიროების შემთხვევაში, მართავს საკონსულტაციო შეხვედრებს სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლებთან, ექსპერტებთან ან/და სხვა პირებთან;

ვ) შეიმუშავებს რეკომენდაციებს საქართველოში მომხმარებლის უფლებების დაცვის მდგომარეობის გაუმჯობესებისთვის გასატარებელი ღონისძიებების თაობაზე;

ზ) საქმის შესწავლის შედეგად, მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტის დადგენის შემთხვევაში, მოვაჭრეს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვეული უფლების აღსადგენად ან/და მოსთხოვს, დადგენილ ვადაში, დარღვევად მიჩნეული ან/და ამ კანონით აკრძალული ქმედების შეწყვეტას;

თ) საქმის შესწავლის შედეგად, სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილების დადგენილ ვადაში შეუსრულებლობის ან არაჯეროვანი შესრულების შემთხვევაში, მოვაჭრეს აკისრებს ჯარიმას;

ი) ხელშეკრულების სტანდარტული პირობის უსამართლოდ მიჩნევის, შემთხვევაში უფლებამოსილია იმავე ეკონომიკურ სექტორში მოქმედ მოვაჭრეებს ან მათ გაერთიანებებს აუკრძალოს მსგავსი უსამართლო სტანდარტული პირობების გამოყენება ან რეკომენდაციის გაცემა, რომ ასეთი პირობები გამოიყენონ.

კ) აუცილებლობის შემთხვევაში, უფლებამოსილია დანიშნოს ექსპერტიზა;

ლ) ახორციელებს მიღებული გადაწყვეტილებების შესრულების მონიტორინგს;

მ) აღრიცხავს და აანალიზებს სტატისტიკურ მონაცემებს მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტების შესახებ;

ნ) ახორციელებს ღონისძიებებს მომხმარებლის უფლებების საკითხებზე საზოგადოების ცნობიერების ასამაღლებლად;

ო) მომხმარებლის უფლებების დაცვის საკითხებზე თანამშრომლობს სახელმწიფო და ადგილობრივი ხელისუფლების, საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლებთან;

მუხლი 32. სააგენტოს მიერ მომხმარებლის უფლებების სავარაუდო დარღვევის ფაქტების შესწავლის საფუძველი

1. განმცხადებელს უფლება აქვს სააგენტოს წარუდგინოს განცხადება მომხმარებლის უფლების სავარაუდო დარღვევის თაობაზე.

2. სააგენტო იწყებს მომხმარებლის უფლების სავარაუდო დარღვევის ფაქტის შესწავლას, როდესაც მას აქვს ინფორმაცია, რომ კონკრეტული პირის/პირთა ქმედების შედეგად ირღვევა ან შესაძლოა დაირღვეს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებები.

3. შესწავლის დაწყების საფუძველია გონივრული ვარაუდი იმის შესახებ, რომ ამ კანონის მოთხოვნების დარღვევისას ზიანი ადგება ან შესაძლოა მიაღწეს მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესს.

მუხლი 33. სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის ვადა და პროცედურა

1. განცხადების წარდგენიდან 10 სამუშაო დღის ვადაში, სააგენტო განმცხადებელს აცნობებს განცხადებაზე რეაგირების თაობაზე ან 32-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებული საფუძველის არ არსებობის შესახებ.

2. სააგენტო საქმის შესწავლას ახორციელებს საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღებიდან 1 თვის ვადაში.

3. საქმის შესწავლა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შეიძლება გაგრძელდეს არაუმეტეს 3 თვისა.

4. 1-ლი პუნქტით გათვალისწინებული ვადის ან/და საქმის შესწავლის ვადის დინება ჩერდება საქმესთან დაკავშირებული დამატებითი ინფორმაციის გამოთხოვის ან/და ექსპერტიზის დანიშვნის შემთხვევაში.

5. საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღებიდან 3 სამუშაო დღის ვადაში სააგენტო შესაბამის ინფორმაციას აწვდის მოვაჭრეს და განუსაზღვრავს მას არანაკლებ 5 სამუშაო დღეს სავარაუდო დარღვევის თაობაზე პოზიციის წარმოსადგენად.

6. საქმის შესწავლის პროცესში სააგენტოს შეუძლია მხარე/დაინტერესებული პირი მოიწვიოს ახსნა-განმარტების მისაღებად, ასევე, გამართოს საკონსულტაციო შეხვედრა.

7. სააგენტო უფლებამოსილია, საქმის შესწავლის პროცესში, აუცილებლობის შემთხვევაში, მიიღოს გადაწყვეტილება ექსპერტიზის ჩატარების

თაობაზე, თუ ექსპერტიზის დასკვნის გარეშე ვერ მოხდება საქმეზე დასაბუთებული გადაწყვეტილების მიღება.

8. სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლისას, თუ იგი დაკავშირებულია უსამართლო კომერციულ პრაქტიკასთან და არსებობს გადაუდებელი აუცილებლობა და დაყოვნებამ შეიძლება გამოიწვიოს საქმისთვის მნიშვნელოვანი ფაქტობრივი მონაცემების განადგურება ან შეუძლებელი გახადოს ამ მონაცემების მოპოვება, სააგენტოს შეუძლია მიმართოს სასამართლოს მოვაჭრის ქმედების დროებითი შეჩერების შესახებ შუამდგომლობით და დასაბუთებით, რომ ასეთი ღონისძიების გამოუყენებლობა გააძნელებს ან შეუძლებელს გახდის საქმის შესწავლას, დარღვეული ან სადავო უფლების განხორციელებას, გამოიწვევს გამოუსწორებელ და პირდაპირ ზიანს ან ისეთ ზიანს, რომელიც კომპენსირებული ვერ იქნება მოვაჭრისთვის ზიანის ანაზღაურების დაკისრებით.

მუხლი 34. სააგენტოს გადაწყვეტილება

1. საქმის შესწავლის შედეგად, სააგენტო გამოსცემს გადაწყვეტილებას მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების დარღვევის დადასტურების ან არ დადასტურების თაობაზე 33-ე მუხლით დადგენილ ვადებში.

2. მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების დარღვევის დადასტურების შემთხვევაში, სააგენტო მიღებული გადაწყვეტილებით მოვაჭრეს განუსაზღვრავს ვადას და მოსთხოვს:

- ა) დარღვეული უფლების აღდგენას ან/და
- ბ) ამ კანონით განსაზღვრული აკრძალული ქმედების შეწყვეტას.

3. სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის შედეგად მიღებული გადაწყვეტილება, 3 სამუშაო დღის ვადაში ეგზავნება მოვაჭრეს.

4. მოვაჭრე ვალდებულია, სააგენტოს მიერ განსაზღვრული ვადის გასვლიდან არაუგვიანეს 5 სამუშაო დღისა სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია მის მიერ დარღვეული უფლების აღდგენასთან ან ქმედების შეწყვეტასთან დაკავშირებით განხორციელებული ღონისძიებების თაობაზე.

5. ამ მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად და დადგენილ ვადებში სააგენტოს გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან არაჯეროვანი შესრულების შემთხვევაში, სააგენტო მოვაჭრეს აკისრებს ჯარიმას 35-ე მუხლის შესაბამისად.

6. სააგენტოს გადაწყვეტილება უნდა შეიცავდეს:

ა) მოვაჭრის რეკვიზიტებს, რომლის მიმართაც მიმდინარეობდა საქმის შესწავლა;

ბ) ფაქტების აღწერას;

გ) საქმესთან დაკავშირებით სააგენტოს მიერ მიღებულ და დამუშავებულ ინფორმაციას;

დ) სააგენტოს დასაბუთებულ შეფასებას;

ე) მოვაჭრის მიერ დარღვევის ფაქტის აღმოფხვრის, დარღვეული უფლების აღდგენის ან/და აკრძალული ქმედების შეწყვეტის მიზნით განსახორციელებელ ქმედებებს, შესაბამისი ვადის მითითებით.

7. გადაწყვეტილების მიღებიდან 3 სამუშაო დღის ვადაში, სააგენტო ვალდებულია სააგენტოს ვებ-გვერდზე გამოაქვეყნოს გადაწყვეტილების სრული

ტექსტი, დასაბუთების ჩათვლით, გარდა კანონით დადგენილი კონფიდენციალური ინფორმაციისა.

8. საქმის შესწავლის წესსა და პროცედურას შეიმუშავებს და ამტკიცებს სააგენტო.

მუხლი 35. ჯარიმა

1. 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.

2. იმ შემთხვევაში, თუ ჯარიმდება მოვაჭრე, რომელიც ისეთ დროს არის დაფუძნებული, რომ შეუძლებელია მისი წინა ფინანსური წლის ბრუნვის დაანგარიშება, ჯარიმის ოდენობა განისაზღვრება მოვაჭრის დაფუძნებიდან მის დაჯარიმებამდე არსებული პერიოდის მიხედვით გამოანგარიშებული ბრუნვიდან.

3. ჯარიმის განსაზღვრისას გათვალისწინებულ უნდა იქნას დარღვევის ხასიათი, სიმძიმე და ხანგრძლივობა.

4. დარღვევის 12 თვის განმავლობაში განმეორებით ჩადენის შემთხვევაში, მოვაჭრეს დაეკისრება უკვე დაკისრებული ჯარიმის ორმაგი ოდენობა.

5. ჯარიმის დაკისრება მოვაჭრეს არ ათავისუფლებს სააგენტოს გადაწყვეტილების შესრულების ვალდებულებისგან.

6. მოვაჭრე ვალდებულია დაკისრებული ჯარიმა გადაიხადოს ჯარიმის დაკისრებიდან ერთი თვის ვადაში.

7. ჯარიმა გადაიხდება სახელმწიფო ბიუჯეტში.

8. ჯარიმის გადაუხდელობის შემთხვევაში, კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად, იგი მიექცევა დაუყოვნებლივ აღსასრულებლად.

მუხლი 36. სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრება

1. სააგენტოს გადაწყვეტილება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში, სააგენტოს მიერ გადაწყვეტილების მიღებიდან 30 კალენდარულ დღეში.

2. დარღვევის დადგენის შესახებ სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილების გასაჩივრება სააგენტოს არ ართმევს უფლებას, განახორციელოს 34-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

მუხლი 37. სააგენტოსთვის მიმართვის ვადა

1. ამ კანონის დარღვევის თაობაზე სააგენტოსთვის მიმართვის ვადაა დარღვევის ჩადენიდან არა უმეტეს 2 წელი.

2. სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის დაწყება ამ ვადის დინების შეჩერების საფუძველია.

მუხლი 38. წლიური ანგარიში

სააგენტო ყოველწლიურად, არაუგვიანეს პირველი მაისისა, საქართველოს მთავრობას წარუდგენს მომხმარებლის უფლებების სფეროში განხორციელებული საქმიანობის შესახებ ანგარიშს, რომელიც საჯაროა და ქვეყნდება სააგენტოს ოფიციალურ ვებ-გვერდზე.

თავი VIII
საზოგადოებრივი დაცვა

მუხლი 39. არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირები

არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირები უფლებამოსილი არიან მონაწილეობა მიიღონ მომხმარებლის დაცვის პოლიტიკის განვითარებასა და განხორციელებაში, მათ შორის:

- ა) მონაწილეობა მიიღონ ამ კანონით დადგენილი მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების დარღვევის შემთხვევაში განცხადების მომზადებაში;
- ბ) ითანამშრომლონ მეწარმეთა გაერთიანებებთან და შესაბამის სახელმწიფო ორგანოებთან მომხმარებელთა ჯგუფების უფლებების დასაცავად;
- გ) ხელი შეუწყონ დავის მედიაციის საშუალებით გადაწყვეტას;
- დ) მონაწილეობა მიიღონ მომხმარებლის ცნობიერების ამაღლების მიზნით საინფორმაციო კამპანიებისა და საგანმანათლებლო პროგრამების განხორციელებაში.

თავი IX
გარდამავალი დებულებები

მუხლი 40. კანონის ამოქმედება

1. 2019 წლის 1 დეკემბრამდე სექტემბრამდე სააგენტომ შეიმუშაოს და დაამტკიცოს ამ კანონით გათვალისწინებული შესაბამისი სამართლებრივი აქტი.

3. 30-ე მუხლის მე-2 პუნქტში მოცემული დებულება, რომ მომხმარებელს აქვს დავის მედიაციის გზით გადაწყვეტის უფლება და 39-ე მუხლის „გ“ ქვეპუნქტი ამოქმედდეს „მედიაციის შესახებ“ საქართველოს კანონის ამოქმედებისთანავე.

4. ეს კანონი ამოქმედდეს 2020 წლის 1 იანვრიდან.

საქართველოს პრეზიდენტი

სალომე ზურაბიშვილი

თბილისი, 2019 წელი

დანართი №1

ხელშეკრულებაზე უარის თქმის ფორმა

(თუ გსურთ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა, შეავსეთ და დააბრუნეთ ეს ფორმა)

— მოვაჭრის მიერ მითითებული სახელი, ფაქტობრივი მისამართი, ფაქსი, ელექტრონული ფოსტა:

— მინდა შემდეგი პროდუქტის ნასყიდობის/მომსახურების ხელშეკრულებაზე უარის თქმა:

— შეკვეთის თარიღი:

— მიღების თარიღი:

— მომხმარებლის სახელი:

— მომხმარებლის მისამართი:

— მომხმარებლის ხელმოწერა (თუ ფორმა შევსებულია ქაღალდზე):

— თარიღი: