

მომხმარებელთა დაცვა ნაციონალურ და ევროპულ სამართალში

დოქ. არნდ ვაისჰაუპტი

უმაღლესი სამხარეო სასამართლოს მოსამართლე

I. მოწესრიგების აუცილებლობა

ის, ვინც სამოქალაქო ბრუნვაში მონაწილეობს, ზოგადად, თავადვე უნდა შეეძლოს საკუთარი ინტერესების დაცვა. ამ პრინციპს ემყარება, როგორც ევროპული მეორეული სამართალი, ასევე გერმანული სახელშეკრულებო სამართალი. ის თავის გამოხატულებას ჰპოვებს ხელშეკრულების თავისუფლებაში, რომელიც მხარეებს ზოგადად აძლევს უფლებას, თავად გადანყვიტონ, სურთ თუ არა შეიბოჭონ თავი ხელშეკრულებით და როგორ უნდა იყოს ეს ბოჭვა მოწყობილი. ხელშეკრულების თავისუფლება იზღუდება განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მოსაწესრიგებელ შემთხვევაში განსაკუთრებით დასაცავია ერთ-ერთი მხარე. ეს წესი მოქმედებს, მაგალითად, საცხოვრებელი სადგომის ქირავნობის შემთხვევაში, რადგან ბინა წამოადგენს დამქირავებლისათვის პირველად ყოფით აუცილებლობას. გარდა ამისა, კანონმდებელმა მალევე შეიცნო განსაზღვრული ჯგუფების დაცვის აუცილებლობა და საკანონმდებლო დონეზე მოაწესრიგა ის, მაგალითად, არასრულწლოვანთა დაცვის აუცილებლობა მათ მიერ განხორციელებული გარიგებისმიერი ქმედებების შედეგებისაგან.

ფოკუსი სულ უფრო და უფრო ინაცვლებს ასევე სხვა ისეთი ჯგუფების დაცვისაკენ, რომლებიც გარიგებისმიერ ბრუნვაში, ჩვეულებრივ, სტრუქტურულად დაუცველნი არიან ხოლმე - მაგალითად, მომხმარებლები. თუმცა მათი დაცვის აუცილებლობა დღის წესრიგში დგება მხოლოდ მაშინ, როდესაც ისინი არა თავისნაირებთან, არამედ მეწარმეებთან შედიან საქმიან ურთიერთობებში, რადგან ეს უკანა-

სკენლნი, ჩვეულებრივ, უფრო გამოცდილნი არიან ბიზნეს ურთიერთობებში და, შესაბამისად, შეუძლიათ, კანონით მინიჭებული მოქმედების თავისუფლება საკუთარი გამორჩენისათვის გამოიყენონ და ამით მომხმარებელი დააზიანონ. ეს განსაკუთრებით აქტუალურია იმ შემთხვევაში, როდესაც მეწარმე მომხმარებელს, ჩვეულებრივ, ისეთ სახელშეკრულებო პირობებს სთავაზობს, რომლებიც რეალურად არ გამხდარა მოლაპარაკების საგანი. ამგვარად, ეს ორი ცნება, „მომხმარებელი“ და „მეწარმე“, აღნიშნავს სამომხმარებლო სამართლის ურთიერთდაპირისპირებულ პოლუსებს.¹

პარიტეტის ამ დარღვევის აღმოსაფხვრელად, მომხმარებლის დაცვის სამართალი ორ გზას ირჩევს, რომლებიც სამართლებრივ რეალობაში ხანდახან, რა თქმა უნდა, კომბინირებული ფორმით გვხვდება. დაცვის ყველაზე ეფექტურად განხორციელება შესაძლებელია მომხმარებელთა დამცველი მატერიალურ-სამართლებრივი დანაწესების შემოტანით. ეს დანაწესები ზღუდავენ მოქმედების თავისუფლებას იმდენად, რამდენადაც ბათილია მომხმარებლის საზიანო შეთანხმება, რომელიც ეწინააღმდეგება კანონის ნორმებს. ამ მატერიალურ დანაწესებს ასევე განეკუთვნება გამოხმობის

¹ სამომხმარებლო გარიგებისათვის დამკვიდრდა აღნიშვნა „B2C“ ან „B to C“. ეს წარმოადგენს „Business to Consumer“-ის შემოკლებას, ანუ აღნიშნავს მეწარმესა და მომხმარებელს შორის ურთიერთობას. შესაბამისად, „B2B-ით“ აღინიშნება „Business to Business“, ანუ ურთიერთობა მეწარმეებს შორის, მაშინ როდესაც „C2C“ ეწოდება გარიგებას, რომელშიც მხოლოდ მომხმარებლები მონაწილეობენ – „Consumer to Consumer“.

უფლება, მტკიცების ტვირთის მოწესრიგება და ხარჯების გადაკისრებისა თუ რისკის ტარების რეგულაციები, რომლებიც მომხმარებლის პრივილეგირებას ისახავს მიზნად. ამგვარი დანაწესები მოიპოვება ევროკავშირის მეორეულ სამართალში, მაგალითად დირექტივებში, რომლებიც შეეხება **e-commerce**-ს ან ზოგადად ნასყიდობას.

საპირისპირო მოდელს წარმოადგენს მომხმარებელთა დაცვა, რომელიც უფრო ფორმალისტურ ხასიათს ატარებს და რომლის ქვაკუთხედსაც წარმოადგენენ ინფორმაციის სავალდებულო მიწოდებისა და ფორმასავალდებულობის დანაწესები. ისინი წარმოადგენენ ევროკავშირის სამომხმარებლო კრედიტის შესახებ დირექტივის ნაწილს. როგორც ქვემოთ იქნება ნაჩვენები, მომხმარებლის დაცვის მიზანი ამ სფეროში, რომელიც განსაკუთრებულ რეგულირებას საჭიროებს, ევროკავშირის ქვეყნებში მხოლოდ სუსტად არის განხორციელებული და მომხმარებელს სწორედ ისეთი აღმატებული რესურსების მქონე კონტრაჰენტის წინაშე, როგორიც ბანკია, მეტწილად მარტოსა და დაუცველს ტოვებს.

II. განვითარების გზები

ევროკავშირის ქვეყნების ნაწილმა უკვე ევროკავშირისა და მისი წინამორბედი ორგანიზაციების დაარსებამდე დიდი ხნით ადრე ცალკეული რეგულაციები თუ მთლიანი კანონები გამოსცა, რომლებიც მომხმარებელთა დამცავი დანაწესების იდენტურ მიზანს ატარებს.² თუ-

² მომხმარებელთა უფლებათა დამცავი კანონების წინამორბედად გერმანიაში შეიძლება დასახელდეს განვადებით გადახდის შესახებ 1984 წლის კანონი. ეს კანონი მიზნად ისახავს საქმიან ურთიერთობებში ჩვეულებრივ ნაკლებ გამოცდილი განვადებით მყიდველის დაცვას იმ სახელშეკრულებო პირობებისაგან, რომელთა რისკსაც ის ბოლომდე ვერ აცნობიერებს ხელშეკრულების დადების მომენტში. ამ კანონის მომდევნო რედაქციები უკვე შეიცავენ ამ დაცვის ელემენტებს, როგორც ეს მოგვიანებით ჩამოყალიბებული მომხმარებელთა დაცვის კანონებიდან არის ცნობილი, მაგალითად,

მცა მომხმარებელთა დაცვის სამართალმა ევროკავშირის ქვეყნებში თავისი განსაკუთრებული ფორმა კავშირის მეორეული სამართლის წყალობით მიიღო. ამასთან, ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვავოთ დადგენილებები და დირექტივები (ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების 288-ე მუხლი). დადგენილება არის ზოგადსავალდებულო. მისი ყველა ნაწილი სავალდებულოა და მოქმედებს პირდაპირ ყველა წევრ ქვეყანაში (ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების 288-ე მუხლის მე-2 ნაწილი). ამის საწინააღმდეგოდ, დირექტივა იმ წევრი ქვეყნებისათვის, რომელთაკენაც არის ის მიმართული, მხოლოდ მიზნის მიღწევის ნაწილში, თუმცა შიდასახელმწიფოებრივ ორგანოებს ანდობს ამ მიზნის მიღწევის საშუალების არჩევას (ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების 288-ე მუხლის მე-3 ნაწილი).

დირექტივის შემთხვევაში შემდეგი განსხვავება უნდა გაკეთდეს: თუ ის მინიმალურ ჰარმონიზებას ისახავს მიზნად, მაშინ ის აწესებს მინიმალურ სტანდარტს, რომლის ქვემოთაც არ უნდა დაიწიოს თამასამ წევრი ქვეყნების ნაციონალურ სამართალში. ამის საპირისპიროდ, წევრი ქვეყნები არ არიან შეზღუდულნი თამასა უფრო მაღლა აწიონ და გაითვალისწინონ უფრო მკაცრი რეგულაციები მომხმარებელთა დასაცავად.

განსხვავებულად არის საქმე, როდესაც დირექტივის მიზანია მისით მოცული სფეროს სრული ჰარმონიზაცია. ამ შემთხვევებში წევრი ქვეყნების მოქმედების თავისუფლება საკმაოდ შეზღუდულია. მათ უნდა დაიცვან დირექტივის მოთხოვნები და ამასთან არ შეიძლება მოწესრიგების ფარგლები, მისი ინტენსივობა და ხარისხი ზედა და ქვედა თამასას შორის მერყეობდეს.³ მომხმარებელთა დაცვის კანონის ფა-

70-იან წლებში ჩამოყალიბებული განვადებით მყიდველის გამოსმობის უფლების სახით. იხ. ამასთან დაკავშირებით BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 13 Rn. 10-11.4.

³ BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 13 Rn. 38-39.

რგლებში ევროპელი კანონმდებელი ძირითადად სრულ ჰარმონიზაციას ირჩევს.

მომხმარებელთა დაცვის სამართლის კოდიფიკაციისას საქართველო და გერმანია სხვადასხვა მიზანს ისახავს. გერმანიაში მომხმარებელთა დაცვის სამართლის ცენტრალური ნაწილი თავდაპირველად სამოქალაქო კოდექსის მიღმა, სპეციალურ კანონებში იყო მოწესრიგებული.⁴ 2002 წლის 1 იანვარს ძალაში შევიდა ვალდებულებითი სამართლის მოდერნიზაციის კანონი, რომლითაც მოხდა სამოქალაქო კოდექსში უამრავი დანაწესის ინტეგრირება. ამასთან მომხმარებელთა დაცვა გაიწესდა „შესაბამის“ ადგილას სამოქალაქო კოდექსში: მაგალითად, გსკ-ის 433-დან 473-ე მუხლის ჩათვლით დანაწესები, ზოგადად ნასყიდობას ეხება, დამოუკიდებლად მხარეთა რაობისა, ხოლო გსკ-ის 474-დან 479-ე მუხლის ჩათვლით მოწესრიგებულია სპეციალურად სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობა, ანუ ხელშეკრულებები, რომელითა საფუძველზეც მომხმარებელი მეწარმისაგან იძენს მოძრავ ნივთს. ამგვარად, სამოქალაქო კოდექსში მომხმარებელთა დაცვა ნასყიდობის სამართალში მოწესრიგებულია ნასყიდობასთან დაკავშირებულ ზოგად დანაწესებთან ერთად. შესაბამისად, გერმანიაში არ არსებობს ყოვლისმომცველი კოდიფიცირება ყველა სფეროს მომცველი მომხმარებელთა დაცვის სამართლისა.

ამის საპირისპიროდ, საქართველომ სხვაგზა აირჩია. უკვე 1995 წლის კონსტიტუცია აცხადებდა მომხმარებელთა დაცვას სახელმწიფოს ამოცანად. ამან წარმოშვა მცდელობები მომხმარებელთა დაცვის ჩარჩო-კანონის გამოცემისა. თუმცა ეს აქამდე არ მოხერხდა.⁵ 2014 წელს დადებული და 01.07.2016-ში ძალაში შესული ასოცირების ხელშეკრულებით ევროკავშირთან საქართველოს ეკისრება ვალდებულება, მოახდინოს ნაციონალური კანონმდებლობის ჰარმონიზირება ასევე მომხმარებელთა და-

ცვის ნაწილში ევროკავშირის სამართალთან⁶ – შდრ., მაგალითად, Association Agenda-ს „Consumer Policy“-ის 2.6 პუნქტი. ამ პერსპექტივიდან მომხმარებელთა დაცვის სამართლის კოდიფიკაცია არის არა მხოლოდ საჭიროება, რომელიც გამოწვეულია ფაქტობრივად არსებული დაცვის აუცილებლობით, არამედ ვალდებულება ევროკავშირის წინაშეც.

III. მომხმარებლის ცნება

ევროკავშირის სამართალი არ შეიცავს მომხმარებლის ერთიან ცნებას. ამის საპირისპიროდ, მთელი რიგი დირექტივები და დადგენილებები შეიცავენ შესაბამისი მოსაწესრიგებელი სფეროსათვის გამოსადეგ მომხმარებლის ცნებას. თუმცა მათ ახასიათებთ გარკვეული მსგავსება და განმეორებადი სტრუქტურული ელემენტები.⁷

მომხმარებელი ყოველთვის მხოლოდ ფიზიკური პირია.⁸ ამ შეზღუდვის საფუძველი მდგომარეობს იმაში, რომ იურიდიულ პირს, ზოგადად, შეიძლება მოეთხოვოს, დაიცვას საკუთარი ინტერესები კანონმდებლის მიერ მისთვის მინიჭებული განსაკუთრებული დაცვის მექანიზმების გარეშე. თუმცა ეს პრინციპი *per se* არ ეხება ყველა იურიდიულ პირს.⁹ საფიქრებელია, მაგალითად, არაკომერციულ იურიდიულ პირებზე, ფონდებზე, რომლებიც არ არიან დაკავებული სამეწარმეო და ეკონომიკური საქმიანობით, სამომხმარებლო სამართლის გავრცელება. ამის შესაბამისად, 2011 წლის 25 ოქტომბრის მომხმარებელთა უფლებების შესახებ 2011/83/EU დირექტივის მე-13 განმარტება ანიჭებს წევრ სახელმწიფოებს თავისუფლებას, მოიცვას შესაბამისი რეგულაციით ასევე იურიდიული პირები და ასახელებს ასევე მაგალითე-

⁴ აღსანიშნავია ქუჩაში დადებული და მსგავსი გარიგებების გამოხმობის შესახებ კანონი, სამომხმარებლო კრედიტის შესახებ კანონი, კანონი სტანდარტული პირობების შესახებ, დისტანციური ვაჭრობის შესახებ კანონი.

⁵ 2021 წლის მდგომარეობით.

⁶ <https://www.irz.de/index.php/partnerstaaten/georgien/3049-online-seminar-zum-verbraucherschutz>.

⁷ BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 13 Rn. 123 ff.

⁸ MünchKomm-BGB/Micklitz, 8. Aufl. 2018, § 13 Rn. 14.

⁹ იურიდიულ პირზე გავრცელებასთან დაკავშირებით Faber, ZEuP 1998, 854 (860 ff.).

ბს, რა შემთხვევაშიც ეს გაფართოება განსახილველია – მაგალითად, არასამთავრობო ორგანიზაციები –, მაგრამ ასევე ახლად დაარსებული ან მცირე თუ საშუალო ზომის საწარმოები.

ფიზიკური პირი ამ ხელშეკრულების დადებისას არ უნდა მოქმედებდეს იმ მიზნით, რომელიც განეკუთვნება მის სამეწარმეო თუ პროფესიულ საქმიანობას. ეს დეფინიცია სიტყვასიტყვით მეორდება სხვადასხვა დირექტივაში.¹⁰ ამასთან დაკავშირებით ევროპული კავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ გადაწყვიტა, რომ ეს ცნება აღნიშნავს და მოიცავს ყველას, ვინც არ არის დაკავებული სამეწარმეო და პროფესიული საქმიანობით.¹¹ თუმცა აქვე სასამართლო თავის გადაწყვეტილებებში ხაზს უსვამს იმას, რომ მომხმარებლის ცნება ყოველთვის ევროკავშირის შესაბამისი სამართლის დანაწესების საფუძველზე უნდა იქნეს განმარტებული.¹² შესაბამისად, განმარტება ყოველთვის კონკრეტული ევროკავშირის რეგულაციის დაცვით მიზანზე უნდა იყოს ორიენტირებული.¹³

გერმანიაში მომხმარებლის ცნება მონესრიგებულია სამოქალაქო კოდექსის დასაწყისში, მის პირველ ნიგნში – „ზოგად ნაწილში“ –, უფრო კონკრეტულად, 1-ლ თავში: „პირები“.

§ 13 გსკ – მომხმარებელი

მომხმარებელი არის ყოველი ფიზიკური პირი, რომელიც დებს გარიგებებს იმ მიზნით, რომლებიც მეტწილად არ განეკუთვნება არც მის სამეწარმეო და არც მის პროფესიულ საქმიანობას.

შესაბამისად, მომხმარებელი ასევე გერმანიაში შეიძლება იყოს მხოლოდ ფიზიკური პირი, მაგრამ არა იურიდიული პირი. ამ ფიზიკური პირის მიერ დადებული გარიგების მიზანს კანონი ნეგატიურად აღწერს: ეს მიზანი არ შეიძლება

განეკუთვნებოდეს მის სამეწარმეო ან დამოუკიდებელ პროფესიულ საქმიანობას. პოზიტიურად რომ ჩამოვაყალიბოთ, ეს ნიშნავს იმას, რომ გარიგება უნდა განეკუთვნებოდეს მათ პირად ან დამოკიდებული პროფესიული საქმიანობის სფეროს.

პრობლემური შეიძლება იყოს ავტომანქანის ნასყიდობა, როდესაც მისი გამოყენება ხდება როგორც პირადი, ასევე დამოუკიდებელი პროფესიული თუ სამეწარმეო საქმიანობის მიზნებისათვის. ამ დროს გადამწყვეტია, თუ სარგებლობის რომელი მიზანი გადანონის: თუ პირადი გამოყენების მიზანი გადანონის, მაშინ სახეზეა სამომხმარებლო გარიგება.¹⁴ საბანკო და საბირჟო გარიგებები, რომელსაც ინჟინერი დებს საკუთარ ქონებაზე ზრუნვის ფარგლებში, ზოგადად არ განეკუთვნება მის პროფესიულ თუ სამეწარმეო საქმიანობას.¹⁵ ვინც მიუთითებს თავის, როგორც მომხმარებლის, სტატუსზე, ატარებს ამის მტკიცების ტვირთს.¹⁶ თუმცა, საექვოობისას, ობიექტურად არსებული სამომხმარებლო გარიგებისას გსკ-ის 13-ე პარაგრაფის შემთხვევა მოცემულად უნდა მივიჩნიოთ.¹⁷

IV. მეწარმის ცნება

ევროკავშირის სამართალი არ შეიცავს მეწარმის ყოვლისმომცველ და ერთიან ცნებას. მომხმარებლის ცნებასთან შედარებით მეწარმის ცნების აღსანიშნად უფრო მრავალფეროვანი ტერმინოლოგია გამოიყენება. ხანდახან ეს შესაბამისი დირექტივის ტერმინოლოგიაზეც არის დამოკიდებული.¹⁸ განსხვავებული ცნებე-

¹⁰ Faber, ZEuP 1998, 854 (856).

¹¹ EuGH, Urteil vom 05.12.2019 - C-708/17, C-725/17; EuGH, Urteil vom 04.10.2018 - C-105/17.

¹² EuGH, Urteil vom 05.12.2019 - C-708/17, C-725/17.

¹³ BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 13 Rn. 133.

¹⁴ OLG Celle, Urteil vom 11.08.2005 – 7 U 17/04; MünchKomm-BGB/Micklitz, 8. Aufl. 2018, § 13 Rn. 52.

¹⁵ BGH, Urteil vom 25.01.2011 – IX ZR 350/08.

¹⁶ BGH, Urteil vom 11.07.2007 – VIII ZR 110/06.

¹⁷ BGH, Urteil vom 30.09.2009 – VIII ZR 7/09.

¹⁸ მაგალითად, სამეწარმეო მიზნებით მოქმედი პირი სხვადასხვა დირექტივის გერმანულ ვერსიებში აღინიშნება როგორც „საწარმოს გამძლოლი“ (ქუჩაში დადებული გარიგებების შესახებ დირექტივა), „მიმწოდებელი“ (დისტანციური ვაჭრობის შესახებ დირექტივა) ან „მეწარმე“ (დირექტივა მო-

ბის გამოყენება აიხსნება იმით, რომ სამენარმეო საქმიანობით დაკავებული პირის აღმნიშვნელი სიტყვა ხშირად შერჩეულია დასარეგულირებელი ფაქტობრივი მოცემულობის მიხედვით. თუმცა, მიუხედავად ამისა, დასაშვებია ევროკავშირის სამართალში მენარმის დამახასიათებელი ზოგადი კრიტერიუმების გამოკვეთა.¹⁹ ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს საფუძვლად მდებარე დანაწესების დაცვითი მიზანი, თუმცა ამასთან განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია, რომ მენარმის ცნება საპირისპირო, მომხმარებლის ცნების პერსპექტივიდან განისაზღვრება.

გადამწყვეტი არ არის სამენარმეო საქმიანობით დაკავებულის იურიდიული ფორმა.²⁰ მენარმე შიძლება იყოს, როგორც ფიზიკური ისე იურიდიული პირი. ამის საპირისპიროდ, გადამწყვეტია მათი აქტივობის მიზანი: ის უნდა მდგომარეობდეს საწარმოს გაძღოლაში ან პროფესიულ საქმეში²¹, ანუ უნდა განეკუთვნებოდეს მის საქმიან სფეროს.²² ამგვარად, ეს საქმიანობის მიზანი განსაზღვრავს სადემარკაციო ხაზს მენარმისა და მომხმარებლის ცნებებს შორის: მენარმის პოზიტიურ მახასიათებლად დასახელებულია ის გარემოება, რომ მის მიერ განხორციელებული მოქმედებები მის საქმიან სფეროს განეკუთვნება, ხოლო მომხმარებლის ცნება აღწერილია ნეგატიურად – მისი მოქმედებები სწორედ რომ არ განეკუთვნება ამგვარ საქმიანობას.

გერმანულ სამართალში, სამოქალაქო კოდექსში მენარმის ცნება დეფინირებულია უშუალოდ მომხმარებლის ცნების შემდეგ გსკ-ის მე-14 მუხლში და ის შემდეგნაირად არის ჩამოყალიბებული:

§ 14 გსკ – მენარმე

(1) მენარმე არის ნებისმიერი ფიზიკური ან იურიდიული პირი, ან უფლებაუნარიანი პერსონალური საზოგადოება, რომელიც გარიგების დადებისას თავის საწარმო ან დამოუკიდებელი პროფესიული საქმიანობის ფარგლებში მოქმედებს.

(2) უფლებაუნარიანი პერსონალური საზოგადოების ქვეშ მოაზრება ისეთი საზოგადოება, რომელიც აღჭურვილია უნარით, შეიძინოს უფლებები და იკისროს ვალდებულებები.

ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც მოქმედებს მისი საწარმოო ან დამოუკიდებელი პროფესიული საქმიანობის ფარგლებში, არის მენარმე. ამასთან საწარმოო საქმიანობა გულისხმობს დამოუკიდებელ (არ იგულისხმება: დასაქმებული) და გეგმაზომიერ, გარკვეული ხანგრძლივობის აქტივობას, რომელიც მდგომარეობს ბაზარზე სასყიდლის სანაცვლო შესრულების შეთავაზებაში.²³ ამასთან მოგების მიღების მიზანი აუცილებელი არ არის.²⁴ მენარმეებად განიხილებიან არა მხოლოდ ვაჭრები, არამედ თავისუფალი პროფესიის წარმომადგენლები (ექიმები, ადვოკატები და ა. შ.), ხელოსნები, ფერმერები, რომლებიც უძღვებიან საწარმოს.²⁵

უმნიშვნელოა, კანონიერია თუ არა მენარმის საქმიანობა.²⁶ თუ მენარმის ცნება მხოლოდ კანონით დასაშვებ საქმიანობას მოიცავდა, მაშინ მოქმედი პირი დაჯილდოვებოდა კანონის დარღვევისათვის იმით, რომ მასზე არ გავრცე-

მხმარებელთა უფლებების შესახებ). იმავე დირექტივების ინგლისურ ვერსიებში გამოყენებულია სიტყვა „trader“ ან „supplier“, ფრანგულ ვერსიებში – „commerçant“, „fournisseur“ ან „professionnel“, BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 14 Rn. 30 und 30.1.

¹⁹ BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 14 Rn. 31.

²⁰ MünchKomm-BGB/Micklitz, 8. Aufl. 2018, § 14 Rn. 2.

²¹ შდრ. Time-Sharing-დირექტივა, რომელიც მხოლოდ პროფესიულ საქმიანობაზე აკეთებს აქცენტს.

²² BeckOGK/Alexander, BGB, Stand: 01.10.2020, § 14 Rn. 39.

²³ MünchKomm-BGB/Micklitz, 8. Aufl. 2018, § 14 Rn. 19.

²⁴ BGH, Urteil vom 29.03.2006 – VIII ZR 173/05.

²⁵ Jauernig/Mansel, BGB, 18. Aufl. 2021, § 14 Rn. 2.

²⁶ შდრ. Deutscher Bundestag, Drucksachen 13/8444, Seite 24, zur Neudefinition des Begriffs „Handelsgewerbe“.

ლდებოდა მომხმარებელთა დაცვის მკაცრი დანაწესები.²⁷

V. გამოყენების პრობლემები და გვერდის ავლის სტრატეგია

მიუხედავად იმისა, რომ გერმანულ სამართალში (მენარმის) ცნება საკმარისად ცხადად არის დეფინირებული და შეესაბამება ევროკავშირის სამართლის მოთხოვნებს, ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში მაინც არ არის მარტივად პასუხგასაცემი შეკითხვა, არის თუ არა სახეზე მომხმარებელსა და მენარმეს შორის გარიგება. რადგან ზოგადად მენარმესაც არ ეკრძალება, დადოს კონკრეტული გარიგება, როგორც მომხმარებელმა. ეს, ერთი მხრივ, იწვევს არა მხოლოდ გამიჯვნის პრობლემებს, არამედ იძლევა ასევე მომხმარებელთა დაცვის დანაწესების გვერდის ავლის შესაძლებლობას. გამომდინარე იქიდან, რომ კანონმდებელი სამართლის ყოველი რეფორმის გატარებისას უნდა აცნობიერებდეს იმ პრაქტიკულ პრობლემებს, რომლებიც ამ ნორმების გამოყენებას მოჰყვება, ქვემოთ ნაჩვენები იქნება, რა ტიპის პრობლემები გამოავლინა პრაქტიკამ და რაში მდგომარეობს მომხმარებელთა დაცვის სუსტი მხარე, რომელიც, მიუხედავად ამ დამცავი ნორმების სავალდებულო ხასიათისა, შეიძლება იძლეოდეს მათი გვერდის ავლის საშუალებას.

მითითებული იქნება ისეთ მაგალითზე, როგორიც არის მეორადი მანქანის გაყიდვა, რომელიც პრაქტიკაში განსაკუთრებით რელევანტურია. თუ მომხმარებელი ყიდულობს ავტომანქანას მენარმისაგან, განსაკუთრებით მეორადი ავტომანქანებით მოვაჭრისაგან, აქ საქმე ეხება სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობას გსკ-ის 474-ე მუხლის გაგებით. მისთვის ძალაშია, ერთი მხრივ, – ნაწილობრივ გარკვეული მოდიფიკაციით – ნასყიდობის ზოგადი დანაწესები. ნასყიდობის ეს ზოგადი დანაწესები, ჩვეულებრივ, დისპოზიციურ ხასიათს ატარებენ. ამგვარად, ნასყიდობის მხარეებს, ზოგადად, თავისუფ-

ფლად შეუძლიათ შეათანხმონ კანონის დანაწესისაგან განსხვავებული წესი.

თუმცა, თუ საქმე ეხება სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობას, მაშინ, განსაზღვრული დანაწესები არ შეიძლება შეიცვალოს მომხმარებლის საზიანოდ, გსკ-ის 476-ე პარაგრაფი. განსაკუთრებით რელევანტურია: სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობისას არ შეიძლება გამოირიცხოს გამყიდველი მენარმის პასუხისმგებლობა ნასყიდობის საგნის ნაკლისათვის. ამგვარად, მეორადი ავტომანქანებით მოვაჭრე პასუხს აგებს ავტომანქანის ნაკლისათვის, რაც მისთვის პასუხისმგებლობის მაღალ რისკს შეიცავს. გარდა ამისა, ეს დანაწესები ითვალისწინებენ მტკიცების ტვირთის განსაკუთრებულ განაწილებას, რასაც ქვევით დეტალურად შევხებით.²⁸

ამიტომაც, განსაკუთრებით მეორადი მანქანებით მოვაჭრეებმა განავითარეს სხვადასხვა სტრატეგია იმისათვის, რომ გვერდი აუარონ ამ, მათთვის არახელსაყრელ დანაწესებს. გამომდინარე იქიდან, რომ პასუხისმგებლობის გამოირიცხვა მხოლოდ მაშინ არის აკრძალული, როდესაც მომხმარებელზე ნივთს მენარმე ყიდის, მთელი ძალისხმევა მიმართულია იქითკენ, რომ, ერთი მხრივ, ან მომხმარებლის „მენარმეობა“ მიიჩქმალოს, ან მყიდველი აღარ ჩაითვალოს „მომხმარებლად“.

1. კერძო გარიგებად გამოცხადება

მხოლოდ ის ფაქტი, რომ გამყიდველი მეორადი მანქანებით მოვაჭრეა, ჯერ კიდევ არ ნიშნავს, რომ ის ამ კონკრეტულ შემთხვევაში ამ კონკრეტულ ავტომანქანას აუცილებლად როგორც მენარმე, ისე ყიდის – ასევე მეორადი მანქანებით მოვაჭრემაც შეიძლება გაყიდოს ის მანქანა, რომლითაც ის პირადად სარგებლობდა; ეს, ჩვეულებრივ, არ წარმოადგენს მენარმის მიერ დადებულ გარიგებას და, შესაბამისად, არ მოქმედებს ზემოთ აღწერილი მომხმარებელთა დაცვის დანაწესები, ანუ, პასუხისმგებლობის გამორიცხვა დასაშვებია. გადა-

²⁷ MünchKomm-BGB/Micklitz, 8. Aufl. 2018, § 14 Rn. 27.

²⁸ იხ. თავი: VI.1.ბ.

მწყვეტია ის, თუ რა მიზნით იყენებდა გამყიდველი ავტომანქანას.²⁹

ამას თავის სასარგებლოდ იყენებენ მეორადი მანქანებით მოვაჭრეები იმგვარად, რომ ავტომანქანას ნასყიდობის დოკუმენტში მათ პირად მანქანად აცხადებენ. იმისათვის, რომ თავიდან ავირიდოთ უფლების ბოროტად გამოყენება, საკითხავია, გარიგება კლიენტისათვის, ობიექტურად, პირადი ნასყიდობაა თუ სამენარმო გარიგება. ამასთან, ივარაუდება, რომ მყიდველს, რომელიც მანქანას მოვაჭრისაგან ყიდულობს, შეუძლია მიიჩნიოს, რომ ყიდულობს არა მის პირად ავტომანქანას, არამედ მანქანას მისი სავაჭრო მარაგიდან.

ამასთან გადამწყვეტია, მისცა თუ არა გამყიდველმა, სხვა გარემოებებიდან გამომდინარე, მყიდველს ცალსახა მოლოდინი, რომ ის მოიპოვებდა ავტომანქანას მოვაჭრისაგან. ეს, მაგალითად, იმ შემთხვევაშია სახეზე, როდესაც გამყიდველი ავტომანქანას გასაყიდად სთავაზობდა ონლაინ-პორტალზე მისი საწარმოო სახელის ქვეშ. ამის კორექცია არ შეიძლება მხოლოდ იმით, რომ ის ხელშეკრულების დადებისას ხელს აწერს ნასყიდობის დოკუმენტს, რომელიც დასათაურებულია „პირადი ავტომანქანის ნასყიდობა“. ამის საპირისპიროდ, მის საზიანოდ მოქმედებს ის ფაქტი, რომ მან დასაწყისში წარმოშვა ილუზია, რომ ყიდდა ავტომანქანას, როგორც მოვაჭრე, და ამ სტატუსით უკეთებდა რეკლამას საკუთარ პროდუქციას დაინტერესებულ პირებში.³⁰

ამის საპირისპიროდ, არ იქნებოდა ფაქტობრივი გარემოებების შესაბამისი, მხოლოდ დოკუმენტის სიტყვასიტყვითი გაგებისათვის მიგვენიჭებინა გადამწყვეტი მნიშვნელობა. ცხოვრებისეული გამოცდილებიდან გამომდინარე, ეს დოკუმენტი მხოლოდ მაშინ ამოტივტივდება, როდესაც მოლაპარაკებებმა უკვე „ჩაიარა“ და მყიდველმა ნასყიდობის დადების გადანწყვეტილება უკვე მიიღო. ჩვეულებრივ, ხელშეკრულების დოკუმენტს, როგორც იურიდიულ „ფორმალობას“, უკვე აღარ ექცევა ყურადღება. ამის

საპირისპიროდ, დაინტერესებული პირი განცხადების შინაარსს, რომელიც ონლაინ-პორტალზე განთავსებული, ძალიან დეტალურად იცნობს. ამგვარად ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპიდან გამომდინარეობს, რომ გამყიდველის წინააღმდეგ მოქმედებს განცხადების მის მიერ ჩამოყალიბებული შინაარსი და ამით გამონეული ილუზია, რომ ავტომანქანას ყიდდა როგორც მოვაჭრე, არ შეიძლება გაქარწყლდეს ერთადერთი (ხანდახან, საერთოდ დამალული) მითითებით შესაბამის დოკუმენტში.³¹

2. სააგენტურო გარიგება

ასევე ე. წ. სააგენტურო ხელშეკრულებების შემთხვევაშიც არსებობს საფრთხე იმისა, რომ მოხდება მომხმარებელთა დამცავი დანაწესების გვერდის ავლა. ამასთან, საქმე ეხება ისეთ კონსტელაციას, როდესაც მოვაჭრე ავტომანქანას ასხვისებს „კლიენტის დავალებით“. ეს ნიშნავს იმას, რომ ავტომანქანის ნასყიდობა არ წარმოადგენს მოვაჭრის მიერ საკუთარი თვისათვის დადებულ გარიგებას, არამედ ის ამ გარიგებას დებს, როგორც კლიენტის წარმომადგენელი. ამ შემთხვევაში ნასყიდობა იდება შემძენსა და მოვაჭრის კლიენტს შორის. თუ კლიენტი თავადაც მომხმარებელია, მაშინ მომხმარებელთა დაცვის დანაწესები არ გამოიყენება, რადგან ისინი მოქმედებენ მომხმარებლის სასარგებლოდ და მენარმის წინააღმდეგ, თუმცა არ მოქმედებენ ორ მომხმარებელს შორის.

ეს სააგენტურო გარიგება, რომელიც ზოგადად დასაშვებია, გახდა ასევე ევროპული კავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს მსჯელობის საგანი.³² გადანწყვეტილების ამოსა-

²⁹ BGH, Urteil vom 13.03.2013 – VIII ZR 186/12.

³⁰ OLG Düsseldorf, Urteil vom 03.09.2020 – I-10 U 60/20.

³¹ ეს წესი კონკრეტულად ნივთის თვისებებთან მიმართებით, რომელთა შესახებაც განაცხადა გამყიდველმა რეკლამაში, გამყარებულია გსკ-ის 434 III პარაგრაფში. ამის უკან მდგომი პრინციპი უნდა გამოვიყენოთ ყველა შემთხვევაზე, როდესაც გამყიდველი საჯაროდ აცხადებს რომელიმე საკუთარი თვისების შესახებ, მათ შორის იმის შესახებ, რომ მენარმეა.

³² EuGH, Urteil vom 09.11.2016 – C-149/15.

ვალ წერტილს წარმოადგენდა სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის შესახებ დირექტივა **RL 1999/44/EG**, რომელიც განეკუთვნება იმ სადამფუძნებლო ნორმატიულ აქტებს, რომლებიც შეიცავენ მომხმარებლის ცნების განსაზღვრას:

მუხლი 1. მოქმედების სფერო და ცნებების განსაზღვრა

(1) ამ დირექტივის მიზანს წარმოადგენს ნევერი სახელმწიფოების სამართლებრივი და ადმინისტრაციული დანაწესების გარკვეული ასპექტების ჰარმონიზირება სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობისა და სამომხმარებლო სიკეთეების გარანტიების ნაწილში იმისათვის, რომ მოხდეს მომხმარებელთა დაცვის ერთიანი მინიმალური სტანდარტის უზრუნველყოფა საერთო ბაზრის ფარგლებში.

(2) ამ დირექტივის ფარგლებში ცნებებს აქვთ შემდეგი მნიშვნელობა

ა) „მომხმარებელი“ არის ყოველი ფიზიკური პირი, რომელიც იმ გარიგების ფარგლებში, რომელიც ექცევა ამ დირექტივის ფარგლებში, მოქმედებს იმ მიზნით, რომელიც არ განეკუთვნება მის პროფესიულ და სამეწარმეო საქმიანობას; ...

გ) „გამყიდველი“ არის ყოველი ფიზიკური და იურიდიული პირი, რომელიც ხელშეკრულების ფარგლებში, რომელიც განეკუთვნება მის პროფესიულ ან სამეწარმეო საქმიანობას, ყიდის სამომხმარებლო სიკეთეებს; ...

ევროპული კავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ „მყიდველის“ ცნება სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის შესახებ დირექტივის 1 II გ) მუხლის მიხედვით განმარტა იმგვარად, რომ ის მოიცავს ასევე იმ შუამავალ პირს, რომელიც მოქმედებს კერძო პირის ხარჯზე, თუმცა დაკავებულია საწარმოო საქმიანობით და მომხმარებელს/მყიდველს არასაკმარისად განუმარტა ის ფაქტი, რომ ნასყიდობის საგნის გამყიდველი იყო კერძო პირი.

ევროპული სასამართლოს მიერ განხილულ შემთხვევაში ფაბრიკამ გაყიდა მისი კლიენტის ავტომანქანა, როგორც შუამავალმა, თუმცა ამასთან არასაკმარისად ნათელიყო, რომ ფაბრი-

კა მხოლოდ შუამავალის როლს თამაშობდა და რეალური გამყიდველი კერძო პირი იყო. ევროპულმა სასამართლომ შეამოწმა, არის თუ არა მომხმარებელი, რომელიც ყიდულობს სამომხმარებლო საქონელს, მოცემულ სიტუაციაში დირექტივა **1999/44**-ით დაცული იმგვარად, რომ შუამავალი შეიძლება ჩაითვალოს გამყიდველად ამ დირექტივის გაგებით.

ევროპულმა სასამართლო მიიჩნია აუცილებლად, რომ მომხმარებელმა უნდა მოიპოვოს ინფორმაცია გამყიდველის ვინაობის შესახებ და განსაკუთრებით იმის შესახებ, არის თუ არა ის კერძო პირი თუ საწარმოო საქმიანობით დაკავებული პირი. თუ იმგვარ სიტუაციაში, რომელიც ზევით იყო აღწერილი, მენარმე კერძო პირის შუამავლად გვევლინება, მომხმარებლის მხრიდან არცოდნა იმ ნიშან-თვისებისა, რომელიც ახასიათებს ამ სიტუაციაში მოქმედ მენარმეს, დააკარგვინებდა მას **1999/44** დირექტივით გარანტირებულ უფლებებს. იმისათვის, რომ დირექტივის ფარგლებში უზრუნველყოფილი იყოს მომხმარებლის ეფექტიანი დაცვა, აუცილებელია, მომხმარებელს ეცნობოს, რომ მესაკუთრე კერძო პირია. ამგვარად, **1999/44** დირექტივის მიხედვით, გამყიდველის პასუხისმგებლობა უნდა დაეკისროს შუამავალს, რომელმაც საკუთარი ქმედებით გააჩინა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის საფრთხე იმით, რომ წარმოუშვა მას წარმოდგენა, რომ ის იყო ნასყიდობის საგნის მესაკუთრე.

3. მომხმარებლის ჩართვა მენარმის მხარეზე

საშუამავლო ხელშეკრულების სპეციალურ ვარიანტს წარმოადგენს შემთხვევა, როდესაც მოვაჭრე, ავტომანქანის გასხვისებამდე ავტომანქანის მონმობაში უთითებს თავის ნათესავს, რომელიც არ არის მენარმე და რომელიც უნდა ჩაითალოს გამყიდველად. ამ მოქმედების მიზანს წარმოადგენს მყიდველის, როგორც მომხმარებლის, მისთვის მინიჭებული სპეციალური დაცვის გარეშე დატოვება. აქ ეკონომიკური პერსპექტივა უნდა იყოს გადამწყვეტი: თუ ნათესავის შეტანა ემსახურება მხოლოდ იმ მიზანს,

რომ დაიფაროს მენარმის არსებობა, მოვაჭრე უნდა ჩავაყენოთ ისეთ მდგომარეობაში, როგორშიც იქნებოდა, თავად რომ მიეყიდა ავტომანქანა მომხმარებლისათვის.³³

4. მომხმარებლის მხარეზე მენარმის ჩართვა

ზოგი მოვაჭრე ცდილობს, იმგვარად აუაროს გვერდი მომხმარებელთა დაცვის სამართალს, რომ აქციოს მისი კლიენტი მენარმედ. ამ მიზნით ისინი კლიენტს ხელს აწერინებენ იმაზე, რომ მენარმეა.

თუმცა მენარმედ დაკვალიფიცირებისათვის გადამწყვეტია გარიგების დადების მიზანი ხელშეკრულების დადების მონეტისათვის და არ არის მხარეთა ნებაზე დამოკიდებული, იქნება თუ არა სახეზე სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობა.³⁴ ამასთან უნდა განვასხვავოთ: თუ მყიდველი იბრალებს, რომ არის მენარმე, რადგან იცის, რომ წინააღმდეგ შემთხვევაში გამყიდველი მას არ მიჰყიდდა, ის რჩება მომხმარებელად, თუმცა ვეღარ მიუთითებს მომხმარებელთა დაცვის დანაწესებზე. თუმცა თუ ინიციატივა გამყიდველისაგან მოდის, რომლისათვისაც ცნობილი იყო, რომ მყიდველი რეალურად მომხმარებელი იყო, არ არსებობს გამართლება იმისა, რომ მყიდველს წაერთვას უფლება, მოგვიანებით მიუთითოს იმაზე, რომ მომხმარებელია. თუ ორივე მხარემ იცოდა, რომ მყიდველი მომხმარებელია და მხოლოდ ურთიერთშეთანხმებით შექმნეს გარე ილუზია, რომ აქ საქმე ეხებოდა B2B-გარიგებას, აქ გამყიდველი არ იმსახურებს განსაკუთრებულ დაცვას. მოცემულ შემთხვევაში გამართლებულია, რომ გარიგება ჩაითვალოს B2C-გარიგებად, რაც განპირობებულია მისი რეალური მიზნით, რომელიც ცნობილი იყო ასევე გამყიდველისათვისაც. პრაქტიკაში მყიდველი, რომელიც უთითებს იმაზე, რომ მომხმარებელია, ვალდებულია დაამტკიცოს, რომ ის მოქმედებდა,

როგორც მომხმარებელი და მას არ უნდა ჩამოერთვას დამცავ ნორმებზე მითითების უფლება, რადგან გამყიდველმა მას გაცნობიერებულად უბიძგა განეცხადებინა, რომ ის იყო მენარმე.

VI. მომხმარებელთა დაცვის შინაარსობრივი გამართვა

ევროკავშირის მითითების საფუძველზე გერმანიაში მიღებული კანონისმიერი დანაწესები მომხმარებელთა დაცვის სამართალთან დაკავშირებით ეხება ხელშეკრულებათა განსხვავებულ ტიპებსა და სიტუაციებს. მომხმარებელთა დაცვის შინაარსობრივი გამართვისას განსხვავება უნდა გაკეთდეს ორ ძირითად მოდელს შორის. ერთ შემთხვევაში ეს მიიღწევა მატერიალური რეგულაციების მეშვეობით, მეორე შემთხვევაში, პირველ რიგში, ფორმალური რეგულაციების მეშვეობით.

1. მომხმარებელთა დაცვა მატერიალური კუთხით

მომხმარებელთა დაცვის მატერიალური კუთხით მომწესრიგებელი რეგულაციების შემთხვევაში ისევ ორ ძირითად ხაზს შორის უნდა განვასხვავოთ.

ა) დაცვა კანონისმიერი სტანდარტისაგან გადახვევისაგან

მატერიალური კუთხით მომხმარებელთა დაცვის ერთ-ერთი პრინციპი მდგომარეობს იმაში, რომ მომხმარებელი დაცული იყოს კანონისმიერი სტანდარტისაგან გადახვევისაგან. ამის ტიპიურ მაგალითს წარმოადგენს სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობა. ნასყიდობის ზოგადი დანაწესებით, რომელთა მიხედვითაც გამყიდველი პასუხს აგებს ნივთის ნაკლისათვის, მყიდველი უკვე დაცულია იმდენად, რამდენადაც ამას ობიექტურად მოითხოვს მისი ინტერესები მეორე მხარის ინტერესების გათვალისწინებით. თუმცა მხარეებს უფლება აქვთ შე-

³³ შდრ. მაგალითისათვის BGH, Urteil vom 22.11.2006 – VIII ZR 72/06.

³⁴ BGH, Urteil vom 22.12.2004 – VIII ZR 91/04.

თანხმდნენ ამისაგან განსხვავებული წესზე. მაგალითად, ნაკლისათვის გამყიდვლის პასუხისმგებლობის გამორიცხვა ბევრ სფეროში ჩვეულებრივ მოვლენაა. ამგვარი, კანონისმიერი სტანდარტისაგან გადახვევა შეთანხმება არღვევს კანონისმიერი რეგულაციით დაწესებულ ბალანსს ორმხრივ ინტერესებს შორის. როგორც უკვე აღინიშნა, პრობლემურია კანონისმიერი სტანდარტისაგან მომხმარებლის საზიანოდ გადახვევა განსაკუთრებით B2C-გარიგებებში. ამ გარემოების გათვალისწინებით, მატერიალური კუთხით მომხმარებელთა დაცვა მიზნად ისახავს, შეზღუდოს კანონისმიერი სტანდარტისაგან გადახვევის შესაძლებლობა ან საერთოდ გამორიცხოს ის, თუ ეს გადახვევა მომხმარებლის საზიანოდ ხდება.

ამის შემდეგ მაგალითს წარმოადგენს ხელშეკრულების მხარის დაცვა სტანდარტული პირობების მეშვეობით შეუსაბამოდ დაზიანებისაგან. ამგვარი სტანდარტიზირებული სახელშეკრულებო პირობები ჩვეულებრივ იმგვარად არის მოწყობილი, რომ შემთავაზებელი დისპოზიციურ სამართალს მაქსიმალურად ირგებს საკუთარ თავზე. დამცავი დანაწესები ემყარება პრინციპს, რომ კანონისმიერმა რეგულაციებმა უნდა უზრუნველყონ საპირისპირო ინტერესთა ოპტიმალური მორიგება. მხარეებს ზოგადად აქვთ უფლება გადაუხვიონ მათ ასევე სტანდარტულ ხელშეკრულებებში სახელშეკრულებო თავისუფლების ფარგლებში. თუმცა ამის გაკეთების უფლება აქვთ მხოლოდ გარკვეულ ჩარჩოებში: თუ ამით ხელშეკრულების ერთ-ერთი მხარის ინტერესები შეუსაბამოდ ზიანდება, მაშინ პირობა ბათილია. მართალია სტანდარტული პირობების დანაწესები, რომლებიც იცავენ შეუსაბამო დაზიანებისაგან, იცავენ ასევე მენარმეებს, თუმცა მათი დაცვა არ არის ისე ყოვლისმომცველი, როგორც მომხმარებელთა დაცვა დამაზიანებელი სტანდარტული პირობებისაგან.

ბ) კანონისმიერი სტანდარტის მოდიფიცირება

მომხმარებელთა მატერიალური დაცვის სხვა პრინციპი გამოხატულია იმაში, რომ კანონისმიერი, ზოგადად მოქმედი საბაზისო მოდე-

ლი გარდაიქმნება მომხმარებლის სასარგებლოდ.

აა) გამოსაყოფია ამ კონტექსტში სამომხმარებლო გარიგებების გამოხმობის უფლება განსაზღვრულ სიტუაციებში, განსაკუთრებით ქუჩაში დადებული გარიგებებისა და დისტანციური გარიგებების შემთხვევაში, ისევე, როგორც სამომხმარებლო საკრედიტო ხელშეკრულებების შემთხვევაში.

ზოგადად ის პირი, რომელიც ნებას გამოხატავს, შებოჭილია მისით. თავის დახსნის უფლება არ არსებობს. ის, ვინც დებს ნასყიდობას, ზოგადად, თავს იბოჭავს გამოუხმობადად – მაშინაც კი, როდესაც პრაქტიკაში არაერთი გამყიდველი ანიჭებს მეორე მხარეს გადაცვლის უფლებას, რომელიც, მაგალითად, საშობაო პერიოდში ხშირად დროში გაწელილია ხოლმე. სხვა წესი მოქმედებს, როდესაც კანონი ითვალისწინებს გამოხმობის უფლებას. ამ შემთხვევაში საბოლოო ბოჭვის მომენტი დგება მხოლოდ მას შემდეგ, რაც გამოხმობის უფლების მქონე ამისათვის გათვალისწინებულ ვადაში – ჩვეულებრივ, ორ კვირაში – მას არ გამოიყენებს. გამოხმობის უფლებით ხდება იმგვარი გადახვევა კანონისმიერი საბაზისო მოდელიდან, რომ ბოჭვა დგება არა ნების გამოხატვის ნამდვილობის მომენტიდან, არამედ გადანულია ცალმხრივად, კერძოდ, გამოხმობის უფლების მქონის სასარგებლოდ. ანუ, ეს პირი მოიპოვებს მოსაფიქრებელ დროს. გამოხმობის უფლება არის მომხმარებლის ყველაზე კლასიკური უფლება.

ბბ) კანონისმიერი სტანდარტის შემდეგი მოდიფიკაცია მოცემულია სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის შესახებ დანაწესებებში. გსკ-ის 477-ე პარაგრაფის მიხედვით, მტკიცების ტვირთი შეტრიალებულია: თუ ნივთის ნაკლი გამოვლინდება ექვსი თვის განმავლობაში რისკის გადასვლიდან, რაც, გსკ-ის 446-ე პარაგრაფის მიხედვით, ჩვეულებრივ, განისაზღვრება ნივთის გადაცემის მომენტით, ივარაუდება, რომ ნივთი იყო უკვე რისკის გადასვლის მომენტისათვის ნაკლოვანი, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს ვარაუდი შეუთავსებელია ნივთისათუ ნაკლის სახესთან. ეს არის მნიშვნელოვანი

იმდენად, რამდენადაც რისკის გადასვლის მომენტი გადამწყვეტია ნაკლისათვის გამყიდველის პასუხისმგებლობისათვის. მაგალითად, ნივთი უნაკლოა, თუ მას რისკის გადასვლის მომენტისათვის ახასიათებს შეთანხმებული თვისებები, გსკ-ის 434 I 1 პარაგრაფი. ნაკლის არსებობა ამ მომენტისათვის დავისას უნდა დაამტკიცოს იმ მყიდველმა, რომელიც მასზე მიუთითებს. მართალია, გსკ-ის 477-ე პარაგრაფში მტკიცების ტვირთის შეტრიალება მას არ ათავისუფლებს სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის შემთხვევაში ნაკლის მტკიცების ვალდებულებისაგან, თუმცა, თუ ეს ნაკლი გამოვლინდა და ეს მოხდა რისკის გადასვლიდან ექვსი თვის განმავლობაში, სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის შემთხვევაში ზოგადად გამყიდველის საქმეა დაამტკიცოს, რომ ეს ნაკლი წარმოიშვა მხოლოდ რისკის გადასვლის შემდეგ და გამყიდველმა არ უნდა აგოს მისთვის პასუხი.³⁵

გგ) მატერიალური დამცავი დანაწესები, რომლებიც გარდაქმნიან კანონისმიერ სტანდარტს მომხმარებლის სასარგებლოდ, ნაწილობრივ ვრცელდება ასევე სპეციალურ კონსტელაციებზე, მაგალითად, შეუკვეთავი ნივთების გაგზავნაზე. მაგალითად, მოძრავი ნივთის მიწოდებით არ წარმოიშობა მენარმის მოთხოვნა მომხმარებლის მიმართ, თუ მომხმარებელს ეს ნივთი არ შეუკვეთია. ამით გამორიცხულია ასევე მესაკუთრისათვის ზოგადად მინიჭებული ნივთის მფლობელისაგან გამოთხოვის უფლება. დანაწესის მიზანია წინ აღუდგეს იმას, რომ მომხმარებელს თავს მოახვიონ მისთვის არასასურველი შესრულება და მენარმის ქმედების საფუძველზე, რომელიც მას არ უსურვია, მას წარმოეშობა რაიმე ვალდებულებები, მაგალითად გადახდის ვალდებულება კონკლუდენტური აქცეპტიდან გამომდინარე.³⁶

შემდეგი სპეციალური კონსტელაცია ეხება მოგების შეპირებას: მენარმე, რომელიც ჰპირდება მომხმარებელს რაიმე მოგებას ან უკეთეს რაიმე მსგავს დაპირებას და აკეთებს ამას

იმგვარი ფორმით, რომ უჩენს მას წარმოდგენას, რომ მან მოიგო რაიმე პრიზი, უნდა გადასცეს კიდევ მომხმარებელს ეს პრიზი, გსკ-ის 661a პარაგრაფი. ეს ნორმა აწესებს თვითმყოფად კანონისმიერ ვალდებულებით ურთიერთობას, რომელიც არ მიეკუთვნება არც ჩვეულებრივ გარიგებისმიერ დანაწესებს და არც ზოგად დელიქტურ სამართალს.³⁷

2. მომხმარებელთა დაცვა ფორმალური კუთხით

მეორე საბაზისო მოდელი, რომლის მიხედვითაც შეიძლება მოენყოს მომხმარებელთა დაცვა, მდგომარეობს ფორმალურ დაცვაში.

ა) ფორმის დანაწესები

ამასთან მომხმარებელთა დაცვის განხორციელების ერთ-ერთ გზას ფორმის მომწესრიგებელი დანაწესები წარმოადგენს. მაგალითად, წერილობითი ფორმის აუცილებლობამ, როგორც ეს გათვალისწინებულია სამომხმარებლოს სესხის ხელშეკრულებისათვის, უნდა დაიცვას მომხმარებელი ნაჩქარევი გადაწყვეტილების შედეგებისაგან.

ნაჩქარევი გადაწყვეტილებისაგან დაცვის შემთხვევები ფორმასავალდებულოობის დანაწესების მეშვეობით სხვადასხვა ქვეყნების მართლწესრიგებში არ ამოიწურება მხოლოდ იმ გარიგებებით, რომლებშიც მომხმარებელი მონაწილეობს. ჩვეულებრივ, ფორმასავალდებულოობის დანაწესები დადგენილია იქ, სადაც განსაკუთრებული მნიშვნელობის გარიგებებს ეხება საქმე. მაგალითად, გერმანიაში უძრავი ნივთის ნასყიდობა ექვემდებარება განსაკუთრებული ფორმასავალდებულოობის დანაწესებს.

³⁵ BGH, Urteil vom 15.01.2014 – VIII ZR 70/13.

³⁶ MünchKomm-BGB/Finkenauer, 8. Aufl. 2019, § 241a Rn. 2.

³⁷ MünchKomm-BGB/Schäfer, 8. Aufl. 2020, § 661a Rn. 6-9.

სებს.³⁸ იგივე წესი მოქმედებს ქორწინებაში შესვლასთან დაკავშირებით.³⁹

ბ) ინფორმაციის ვალდებულებები, განსაკუთრებით საბანკო საქმეში

მეორე მხრივ, მომხმარებელთა ფორმალური დაცვის მნიშვნელოვანი ელემენტია მენარმისათვის დაკისრებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებები. ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს ინფორმირებული ან, სულ მცირე, ინფორმირებადი მომხმარებელი. ეს პრინციპი განსაკუთრებით გამოკვეთილი სახით მოქმედებს სამომხმარებლო კრედიტის მომწესრიგებელ დანაწესების შემთხვევაში, რომლებიც ქვემოთ განხილული იქნება, როგორც მომხმარებელთა დაცვის წარუმატებელი მაგალითი, ისევე, როგორც სადაზღვეო ხელშეკრულების მომწესრიგებელ დანაწესებში.

ა) თავისთავად შეიცავენ სამომხმარებლო კრედიტის ხელშეკრულების მომწესრიგებელი დანაწესები რეგულაციებს მომხმარებელთა დაცვის მატერიალური კუთხით, მაგალითად, გამოხმობის ყოვლისმომცველი უფლების ფორმით. მომხმარებელთა დაცვის ბირთვს წარმოადგენენ კრედიტის გამცემის ყოვლისმომცველი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებები. მან კრედიტის ამღებს უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია შემდეგ საკითხებთან დაკავშირებით.⁴⁰

- სესხის გამცემის სახელი, გვარი და მისამართი,
- სესხის სახე,
- ეფექტური წლიური საპროცენტო განაკვეთი,
- სესხის ნეტო თანხა,
- ნომინალური საპროცენტო განაკვეთი,
- ხელშეკრულების ხანგრძლივობა,

³⁸ ნოტარიული დამოწმება, გსკ-ის 331b I პარაგრაფი.

³⁹ ქორწინების დადება სამოქალაქო რეესტრის მოხელის წინაშე გაკეთებული შესაბამისი განცხადებით, გსკ-ის 1310 I პარაგრაფი.

⁴⁰ გერმანიის სამოქალაქო კოდექსის შესავალი კანონის 247 III 1 მუხლი.

- ცალკეული ნაწილობრივ გადასახდელი თანხა, გადახდების რაოდენობა და ვადამოსულობის თარიღი,
- მთლიანი თანხა,
- თანხის მიღების პირობები,
- ყველა სხვა დამატებითი ხარჯი თუ პირობა, რომელთა მიხედვითაც უნდა მოხდეს ამ ხარჯების კორექტირება,
- ვადის გადაცილებისას დარიცხული პროცენტები და მისი კორექტირების ხერხი, ასევე, ვადის გადაცილებით გამონვეული ხარჯები.
- ვალის ნაწილის არგადახდის სამართლებრივი შედეგები,
- გამოხმობის უფლების არსებობა ან არარსებობა,
- სესხის ამღების უფლება, დააბრუნოს სესხის თანხა დროზე ადრე,
- ცალკეული, მონაცემთა დაცვასთან დაკავშირებული უფლებები.

თუ ამ მონაცემთაგან რომელიმე აკლია, სამომხმარებლო კრედიტი არის ბათილი, გსკ-ის 494 I პარაგრაფი. თუმცა, თუ მსესხებელი მიიღებს სესხის თანხას ან გამოიყენებს მას, ხელშეკრულება ნამდვილი ხდება. ამასთან, სესხის ნომინალური პროცენტი, რომელიც საფუძვლად დაედო სამომხმარებლო სესხის ხელშეკრულებას მცირდება კანონისმიერ პროცენტებამდე, თუ ხელშეკრულებაში მითითებული არ იყო ნომინალური პროცენტები ან ეფექტური წლიური საპროცენტო განაკვეთი ან მთლიანი თანხა. თუ წლიური საპროცენტო განაკვეთი უფრო ნაკლებია, მაშინ სამომხმარებლო კრედიტის საფუძვლად დადებული ნომინალური საპროცენტო განაკვეთი მცირდება იმ ოდენობით, რამდენითაც ნაკლები იყო მითითებული ეფექტური წლიური საპროცენტო განაკვეთი. მსესხებელს არ ეკისრება იმ ხარჯების გადახდა, რაც მითითებული არ იყო. თუ ხელშეკრულებაში მითითებული არ არის, თუ რა წინაპირობების საფუძველზე შეიძლება დანახარჯებისა და პროცენტების მისადაგება, მაშინ აღარ არსებობს ამ მისადაგების შესაძლებლობა მსესხებლის საზიანოდ. თუ ხელშეკრულება არ შე-

იცავს მითითებას ვადასთან და მოშლის უფლებასთან დაკავშირებით, მაშინ მსესხებელი უფლებამოსილია ნებისმიერ დროს მოშალოს ის. თუ არ არსებობს მითითება უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით, დაუშვებელია ამ უზრუნველყოფის მოთხოვნა.

ბბ) განსაკუთრებით ცხადად ინფორმირებული მომხმარებლის ფიგურა წარმოჩენილია შემდეგ პარაგრაფში:

გსკ-ის 491a III 1 პარაგრაფი

გამსესხებელი ვალდებულია, მსესხებელს სამომხმარებლო სესხის ხელშეკრულების დადებამდე მისცეს შესაბამისი განმარტებები, რათა ჩააყენოს მსესხებელი ისეთ მდგომარეობაში, რომ შეეძლოს განსაჯოს, შეესაბამება თუ არა ხელშეკრულება მის მიერ დასახულ მიზანსა და მის ქონებრივ მდგომარეობას.

მსესხებლის ქონებრივ მდგომარეობაზე აქცენტის გაკეთება ნათელყოფს შემდეგ პრობლემატიკას: მთელი რიგ მსესხებლებს არ შეუძლიათ ჯეროვნად შეაფასონ სესხის აღების ეკონომიკური შედეგები და ებმებიან ადრე თუ გვიან ვალების მახეში, საიდანაც მხოლოდ კერძო გაკოტრებაა გამოსავალი. ეს, რა თქმა უნდა, პირველ რიგში, ვერ იქნება სასურველი ვალაუფალი მსესხებლისათვის, მაგრამ ასევე გამსესხებლისათვისაც, რომელიც ამ შემთხვევაში ძირითადად უკვე ვერ ახერხებს საკუთარი მოთხოვნის რეალიზაციას. თუმცა ძალუძს თუ არა ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას, რომელიც თანდათან სულ უფრო მოცულობითი ხდება, ამ რისკის ეფექტური პრევენცია, კითხვის ნიშნის ქვეშ დგას.

გ) ინფორმაციის მიწოდების მოდელის კრიტიკა

მომხმარებლისათვის მიწოდებული ყოვლისმომცველი ინფორმაცია, როგორც ეს გათვალისწინებულია ევროკავშირის დირექტივებში და მათი იმპლემენტაციის კანონებში წევრ სახელმწიფოებში, არასაკმარისია მომხმარებლის დაცვისათვის. პრობლემა მდგომარეობს უკვე

იმაში, რომ ინფორმაცია სტრუქტურულ უთანასწორობას მომხმარებელსა და მენარმეს შორის ვერ აღმოფხვრას. თუ მომხმარებელი იღებს სესხს ბანკისაგან, მაშინ ეს უთანასწორობა მდგომარეობს იმაში, რომ ბანკი სამართლებრივ მდგომარეობას გაცილებით უკეთ იცნობს, ვიდრე მომხმარებელი და აქედან გამომდინარე შეუძლია ხელშეკრულების შინაარსობრივად გამართვის შესაძლებლობები, რომელსაც მას კანონი სთავაზობს, თავის სასარგებლოდ გამოიყენოს. მომხმარებელთა დაცვის სამართალი ამის აღმოფხვრას ცდილობს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებებით, რომლებიც – ამაში მდგომარეობს თეორიული ამოსავალი წერტილი – უნდა დაეხმაროს მომხმარებელს, ხელშეკრულების დადებამდე გააცნობიეროს, თუ რაზე აცხადებს თანხმობას და რა ეკონომიკური შედეგები მოჰყვება ხელშეკრულების დადებას.

თუმცა ეს არის მედლის მხოლოდ ერთი მხარე. უფრო თვალში მოსახვედრია, რომ ბანკთან დადებული ხელშეკრულება, როგორც წესი, არ არის თავისუფალი მოლაპარაკებების შედეგი ბანკსა და იმ პირს შორის, რომელიც ინფორმაციის მიწოდების საფუძველზე ამ მომენტისათვის უკვე გათვითცნობიერებულია. ამგვარი წარმოდგენა იქნებოდა რეალური ცხოვრებისეული ხდომილების მიღმა. ამის საპირისპიროდ, რეალურად ხდება ის, რომ ბანკი მეორე მხარეს ცალმხრივად კარნახობს ხელშეკრულების პირობებს, რომელზეც ამ უკანასკნელს არანაირი ზემოქმედების მოხდენა აღარ შეუძლია. ამას კლიენტი წინ ვეღარ აღუდგება: ბანკი არ არის რომელიმე ცალკეულ კერძო კლიენტზე დამოკიდებული და ეს კლიენტი ყველა სხვა ბანკშიც იმავე სიტუაციას წააწყდება. ხელშეკრულების შინაარსის გამართვაზე მას არანაირი ზემოქმედების მოხდენა არ შეუძლია და, შესაბამისად, ბანკთან დადებული სესხის ხელშეკრულება არასოდეს არ არის თავისუფალი მოლაპარაკებების შედეგი. სწორედ ამიტომ არის ინფორმაციის მოდელი, რომელსაც ემყარება სამომხმარებლო კრედიტი, არასრულყოფილი: თეორიულად ის ავსებს მხოლოდ ინფორმაციის დეფიციტს მომხმარებლის მხარეზე – პრაქტიკაში კი ესეც არ ხდება. მხარეთა ძალთა უთანასწორო-

ბას ხელშეკრულების შინაარსის გამართვისას ინფორმაციაზე დაფუძნებული მომხმარებელთა დაცვა საერთოდ ვერ ეხება. ეს მით უფრო გაუგებარია, რადგან სწორედ საბანკო და სადაზღვეო საქმეშია ძალთა უთანასწორობა განსაკუთრებით თვალსაჩინო და ამგვარად, მომხმარებლის მატერიალური დაცვის მოთხოვნა ისე დიდი, როგორც არც ერთ სხვა სფეროში.

ამას ემატება, რომ კანონით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებები არ ანიჭებენ მომხმარებელს იმის შესაძლებლობას, სესხის ალებისას მიიღოს კარგად მოფიქრებული გადაწყვეტილება ამასთან დაკავშირებით. იდეა, რომ ბაზრის მონაწილე ყოველთვის, როდესაც კარგად ინფორმირებულია, მიიღებს მისთვის ოპტიმალურ გადაწყვეტილებას, მხოლოდ სურვილის სფეროს განეკუთვნება. ამის განმაპირობებელი, პირველ რიგში, არის ის, რომ ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებები იმდენად მოცულობითია, რომ მათ ხელშეკრულების განსაკუთრებულ შინაარსამდე მივყავართ, რომელიც ხშირად გაფორმებულია ზოგად საკრედიტო პირობებში და მომხმარებელს პრაქტიკაში უწევს დოკუმენტაციის მთლიან პაკეტთან კონფორმაცია.⁴¹ მაგალითად, სესხის აღების მსურველ პირს ხშირად აწვდიან 50 გვერდიან მითითებებს. ცალსახაა, რომ არც ერთი მომხმარებელი ამ მითითებებს რეალურად არ ეცნობა. ამგვარად, ევროკავშირის მოდელი იწვევს დეზინფორმაციას ზედმეტი ინფორმაციის მიწოდებით. თავისი დირექტივის გამოცემისას ევროკავშირმა საერთოდ არ გაითვალისწინა უბრალო მომხმარებელი, რომელსაც სესხის ხელშეკრულებით უნდა, რომ ავტომანქანის შეძენის სურვილი აისრულოს. ამ მომხმარებელს ჩვეულებრივ არ შეუძლია ან არ ექნება ამის სურვილი, გაერკვეს დეტალებში ეფექტურ წლიურ საპროცენტო განაკვეთთან დაკავშირებით ან წინმსწრებად ვადამოსულობისათვის კომპენსაციის (Vorfälligkeitsentschädigung) მოცულობაში.

დ) ალტერნატიული გადაწყვეტა

ინფორმაციის მიწოდების სულ ახალი და ახალი ვალდებულებების მოფიქრებაზე, ბუკლეტების შექმნასა და პროცენტების გამოთვლის ფორმულებზე უკეთესი იქნებოდა მომხმარებლისათვის ეფექტიანი მატერიალური დაცვის მინიჭება. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს უფლება მიენდოს სამართლიან სახელშეკრულებო სამართალს ისე, რომ არ ჰქონდეს შიში, რომ ხელშეკრულებების პირობებით, ხარჯებით, ანაზღაურებებითა და საჭიროების შემთხვევაში შეცვლილ გარემოებებთან მორგების აუცილებლობით არ მოატყუონ. ეს, პირველ რიგში, ეხება უძრავი ქონების გრძელვადიან კრედიტს, რომლის შემთხვევაშიც მისი მიმდინარეობისას გარემოებები ჩვეულებრივ იცვლება ხოლმე.⁴²

მომხმარებელთა დაცვის იმ მექანიზმის მაგალითად, რომელიც უსარგებლოდ რთულად არის მოწყობილი, შეიძლება წლიური ეფექტური საპროცენტო განაკვეთთან დაკავშირებული მითითებების მოყვანა. მის უკან დგას მოსაზრება, რომ მომხმარებელს, ეფექტურ წლიურ საპროცენტო განაკვეთზე მითითების შემდეგ, ექნება რეალური ინფორმაცია, თუ რა „ღირს“ კრედიტი და ამგვარად შეეძლება ერთმანეთს შეადაროს სხვადასხვა საკრედიტო შემოთავაზებები.⁴³ ეფექტური წლიური საპროცენტო განაკვეთი, ზოგადად, საკუთარ თავში მოიცავს ყველა ხარჯსა და გადასახადს, რომელიც წარმოიშობა კრედიტის აღებისას. მას განეკუთვნება, მაგალითად, ნომინალური პროცენტები, ანუ, პროცენტები, რომლებიც წლიურად არის გადასახდელი კრედიტისათვის, Disagio, რომელიც იწვევს იმას, რომ გადახდილი თანხა უფრო ნაკლებია, ვიდრე უკან დასაბრუნებელი თანხა, გარდა ამისა, დარჩენილი ვალის დაზღვევის ხარჯები, თუ ბანკი ხელშეკრულების დადებისას ამას ითხოვს. პრობლემატურია უკვე

⁴¹ BeckOGK/Knops, BGB, Stand: 01.09.2020, § 491 Rn. 5.

⁴² BeckOGK/Knops, BGB, Stand: 01.09.2020, § 491 Rn. 5.

⁴³ MünchKomm-BGB/Schürnbrand/Weber, 8. Aufl. 2019, § 491a Rn. 16; BeckOGK/Knops, BGB, Stand: 01.09.2020, § 491 Rn. 18.

ის გარემოება, რომ ეფექტური საპროცესო განაკვეთის გამოთვლისას არ არის ხოლმე გათვალისწინებული კრედიტის ყველა შესაძლო ხარჯი. მაგალითად, შეიძლება დამატებით წარმოიშვას კიდევ საბანკო ანგარიშის ქონისა და კრედიტის დარიცხვის პროცენტები.⁴⁴ საბოლოო ჯამში, ეფექტური წლიური საპროცენტო განაკვეთი აღნიშნავს იმ საპროცენტო განაკვეთს, რომელიც ამ ოდენობით კრედიტის მიმდინარეობის არც ერთ მომენტში არ არის გადასახდელი. თუ კრედიტის ხანგრძლივობა იცვლება, თავდაპირველად მითითებული ეფექტური საპროცენტო განაკვეთი ისედაც არაზუსტად ჩაითვლება.

მომხმარებლის დაცვის რეალური ქმედითი მექანიზმის ბირთვულ რეგულაციას არ შეიძლება წარმოადგენდეს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ეფექტურ წლიურ საპროცენტო განაკვეთთან დაკავშირებით. ტრანსპარენტულობა, საბოლოოდ რომლის მიღწევასაც ისახავს მიზნად მომხმარებელთა დაცვის სამართალი, მხოლოდ მაშინ მიიღწეოდა, როდესაც ბანკს აეკრძალებოდა მოეთხოვა ყოველგვარი გასამრჯელო, გარდა წლის ბოლოს უკვე გაცემული თანხისათვის გადასახდელი პროცენტისა. რეალური გამართლება იმისათვის, რომ საკრედიტო ინსტიტუტს ჰქონდეს, პროცენტების გარდა, ძალზე კრეატიულად მოწყობილი სხვადასხვა კომპენსაციების მოთხოვნის უფლება, როგორიც არის დარიცხვის პროცენტები, **Disagio** და ა. შ., არ არსებობს. ვინც მანქანას ყიდულობს, იხდის შეთანხმებულ ფასს – არც მეტს და არც ნაკლებს. არავის მოუვა თავში, მანქანის ნასყიდობისას დამატებით, ნასყიდობის ფასის გარდა, მოითხოვოს დამუშავების მოსაკრებელი, **Agio** ან სხვა პროვიზია. ის, რომ საკრედიტო ხელშეკრულებისას ეს სხვაგვარად არის, განპირობებულია მხოლოდ იმით, რომ უკეთესი შემოთავაზების არსებობა კონკურენტის მხრიდან საკრედიტო ინსტიტუტებისათვის პრობლემას არ წარმოადგენს. სხვადასხვა კომპენსაციები, გარდა იმისა, რომ მათი გამო-

თვლა განსხვავებულად ხდება, ემსახურება მხოლოდ იმას, რომ დაფაროს ის რეალური ხარჯები, რომლებიც აწვება კრედიტის ამღებს. არაფერი მეტყველებს იმის საწინააღმდეგოდ, რომ სესხის გაცემის ანაზღაურებად განისაზღვროს მხოლოდ ნომინალური პროცენტები, რომლებიც ამ შემთხვევაში, მართალია, უფრო მაღალი იქნებოდა, თუმცა გაათავისუფლებდა მსესხებელს სხვა გადასახადებისაგან. მომხმარებელთა დაცვა იქნებოდა უფრო ეფექტიანი, თუ ამ, დამატებითი საზღაურის შეთანხმების აკრძალვის დარღვევა გამოიწვევდა არა მხოლოდ დამატებით შეთანხმებული საზღაურის არანამდვილობას, არამედ ასევე იმ ნომინალური პროცენტების მოთხოვნასაც გააქარწყლებდა, რომელიც მანამდე დასაშვები იყო. ანუ, ამგვარად სესხი სრულებით „უფასოდ“ იქნებოდა გაცემული. ამით რეალურად აღიკვეთებოდა ბანკის მცდელობები, შეეთხზათ ახალი და ახალი გადასახადები. ნომინალური პროცენტების გვერდით დამატებითი ანაზღაურებისა და ხარჯების მოთხოვნის აკრძალვა უზრუნველყოფდა იმას, რომ კრედიტის ამღებმა ისე, რომ არ ჩაეფლას ინფორმაციის პაკეტში, იცოდეს, რომ მას, 10.000 ევროიანი კრედიტისათვის 5%-იანი ნომინალური წლიური პროცენტის ფარგლებში, წლის ბოლოს გადასახდელი ექნება ზუსტად 500 ევრო. ეს გზა იქნებოდა არსებითად უფრო ეფექტიანი, ვიდრე იმის დაშვება, რომ კრედიტის ამღებს გადასახდელი აქვს ფანტაზიის მეშვეობით შეთხზული სხვადასხვა გადასახადი, როდესაც ბანკს მხოლოდ ის ეკისრება, რომ ამ გადასახადების შესახებ კლიენტს განუმარტოს და ნაწილობრივ, ეფექტურ წლიურ საპროცენტო განაკვეთში გადაუანგარიშოს.

იგივე წესი მოქმედებს წინმსწრებად ვადამოსულობის კომპენსაციისათვის. ზოგადად, კლიენტს უფლება აქვს, სესხი განსაზღვრული ოდენობით დაფაროს წინმსწრებად. თუმცა, ცალკეულ შემთხვევებში, უნდა გადაიხადოს ამისთვის წინმსწრებად ვადამოსულობის კომპენსაცია. იმის მაგივრად, რომ ხელშეკრულებაში დაფიქსირებული ყოფილიყო რთულად გაჩვენებადი წესები წინმსწრებად ვადამოსულობის კომპენსაციისათვის, მომხმარებელთა დაცვის მიზნებიდან გამომდინარე, სასურველი

⁴⁴ ეფექტურ წლიურ საპროცენტო განაკვეთთან დაკავშირებით დეტალურად იხ. BeckOK/Möller, BGB, Stand: 01.08.2020, § 492 Rn. 15.

იქნებოდა, თუ ნებადართული იქნებოდა, რომ კრედიტის ამღებმა განსაზღვრული დროის მონაკვეთების გასვლის შემდეგ დაფაროს კრედიტი ნებისმიერი მოცულობით წინმსწრებად და ამის შემდეგ გადასახდელი პროცენტი გავრცელდება მხოლოდ დარჩენილ ვალზე. ამასთან, ეს იქნებოდა კრედიტის მიმღებისა და გამცემის უფლებებს შორის დისპროპორციულობა, რადგან ამ უკანასკნელს, ზოგადად, არ ექნებოდა შესაძლებლობა ნაადრევად დაემთავრებინა საკრედიტო ხელშეკრულება. თუმცა კრედიტის გამცემს არავინ უშლის ხელს, გაითვალისწინოს ეს ნომინალური პროცენტების განსაზღვრისას, ანუ, მოითხოვოს შესაბამისად გაზრდილი ნომინალური პროცენტები.

3. კომბინირებული მოდელები, განსაკუთრებით ონლაინ-ვაჭრობაში

სფერო, რომელიც, ზემოთ აღწერილი სამომხმარებლო კრედიტისაგან განსხვავებით, გამოირჩევა მომხმარებელთა დაცვის ფორმალური და მატერიალური დანაწესების საკმაოდ წარმატებული კომბინაციით, არის ონლაინ-ვაჭრობა. რეგულირების განსაკუთრებული აუცილებლობა, ერთი მხრივ, გამომდინარეობს იქიდან, რომ ონლაინ-ვაჭრობას სულ უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება. ეს ძალაშია არამხოლოდ კორონა-პანდემიის დროს, როდესაც სუპერმარკეტში გასეირნებას ბევრი არჩევს კორონასაგან უსაფრთხო ნასყიდობის დადებას საკუთრი კომპიუტერის მეშვეობით, რის შედეგადაც საბაზრო კრიზისის გამო ამაზონმა თავისი ბრუნვის მოცულობა კიდევ უფრო მნიშვნელოვნად გაზარდა. ონლაინ-პლატფორმების ბრუნვამ, უკვე დიდი ხანია, ევროში ათ მილიარდს გადააჭარბა. მით უფრო მნიშვნელოვანია მომხმარებელთა ეფექტიანი დაცვა ამ სფეროში. მეორე მხრივ, დაცვის აუცილებლობა გამომდინარეობს იქიდან, რომ მყიდველი საქონელს, რომელსაც ის უკვე თავს, განსხვავებით მაღაზიაში ნასყიდობისაგან, ადგილზე ვერ ხედავს, არ შეუძლია ხელში აიღოს და შეამოწმოს. ნასყიდობასთან დაკავშირებული გადანყვებილება უნდა მიიღოს მხოლოდ გამყიდველის მიერ მო-

წოდებული ინფორმაციასა და სურათებზე მინდობით. გარდა ამისა, მყიდველს არ აქვს შესაძლებლობა, პირდაპირ მოეთათბიროს გამყიდველს სახელშეკრულებო პირობებთან დაკავშირებით და ყველა მნიშვნელოვან ინფორმაციას იღებს გამყიდველის ვებსაიტის მეშვეობით.

ა) ხელშეკრულების დადება

ამ საფუძვლიდან გამომდინარე უკვე ხელშეკრულების დადებისათვის მოქმედებს განსაკუთრებული დანაწესები. სანამ მყიდველს შეეძლება გაგზავნოს თავისი შეკვეთა, საიდანაც გადახდის ვალდებულება წარმოეშობა, ანუ, ყველაზე გვიან კალათში მოთავსებისას ან სალაროს განყოფილებაში, შემთავაზებელმა ცხადად და გარკვევით, ხაზგასმით უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია ხელშეკრულების არსებით პირობებთან დაკავშირებით, მაგალითად, საქონლის საერთო ფასთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებით, ყველა გადასახადისა და მოსაკრებლის თუ გაგზავნის ხარჯების ჩათვლით. იმისათვის, რათა შემთავაზებელმა გაწეული შესრულებისათვის გადახდის ვალდებულებები არ შენიღბოს, აუცილებელია, რომ, თუ შეკვეთის გაგზავნა ხორციელდება ღილაკზე დაჭრის გზით, ამ ღილაკზე განთავსებული იყოს წარწერა: „შეკვეთა, რომელიც წარმოშობს გადახდის ვალდებულებას“ ან მსგავსი ფორმულირება. სხვაგვარად ხელშეკრულება არ დაიდება.

პრობლემა მგომარეობს იმაში, რომ არაკეთილსინდისიერად მოქმედი შემთავაზებლები კლიენტებს ხშირად, გაცხადებული შეთანხმების გარეშე, შეაპარებენ ხოლმე დამატებით ვალდებულებებს. ამის მაგალითს წარმოადგენს მცდელობა, რომ პირს, რომელიც ინტერნეტით უკვე თავს მომსახურებას, შეაპარონ ხელშეკრულებიდან გასვლის დაზღვევა იმგვარად, რომ ხელშეკრულების დადებისას შესაბამისი გრაფა უკვე მონიშნულია. ამგვარად დადებული შეთანხმება დამატებით შესრულებებთან დაკავშირებით არანამდვილია. ამის საპირისპიროდ, კლიენტმა შეგნებულად უნდა აარჩიოს დამატებითი შესრულება, ანუ მონიშვნა თავად უნდა განახორციელოს. მხოლოდ ამ შემთხვევა-

ში ხდება დამატებითი შესრულება ხელშეკრულების შემადგენელი ნაწილი.

ბ) გამოსვლის უფლება

ონლაინ-ვაჭრობისას კლიენტს აქვს 14 დღიანი გამოსვლის უფლება. ვადის ათვლა იწყება მხოლოდ მას შემდეგ, რაც გამყიდველი მიაწვდის შესაბამის ინფორმაციას გამოსვლის უფლებასთან დაკავშირებით. საქონლის შეკვეთის შემთხვევაში ვადის დენა იწყება პროდუქტის მიღების დღეს, სხვა შემთხვევაში ხელშეკრულების დადების მომენტიდან. ცალკეული პროდუქტების შემთხვევაში ეს გამოსვლის უფლება არ არსებობს, მაგალითად, მაშინ, თუ ნივთი კლიენტის მოთხოვნების მიხედვით არის შექმნილი (ზომაზე შეკერილი ტანსაცმელი), მაღფუჭებადი პროდუქტები ან თუ უკან დაბრუნება ჰიგიენური მოსაზრებებიდან გამომდინარე გამორიცხული.

დ) გამოსვლის შემდეგ უკუქცევა

გამოსვლის შემდეგ კლიენტმა საქონელი უნდა დააბრუნოს 14 დღის განმავლობაში. კლიენტმა, მართალია, ჯეროვნად უნდა შეფუთოს ნივთი, თუმცა მას არ აქვს ორიგინალური შეფუთვის გამოყენების ვალდებულება. თუ ნივთი ტრანსპორტირებისას იკარგება ან ზიანდება, ეს გამყიდველს აწვება კისერზე, რომელიც ატარებს შესაბამის რისკს. გამყიდველმა მყიდველს ფული უნდა დაუბრუნოს 14 დღის განმავლობაში. თუმცა მას შეუძლია უკან გადმოირიცხვა დააყენოს მანამ, სანამ ნივთს უკან არ მიიღებს. უკან დაბრუნების ვალდებულება მოიცავს ასევე გაგზავნის ხარჯებს, თუ აქ საქმე არ ეხება გაგზავნის სპეციალურ სახეს, როგორიცაა ექსპრეს-მიწოდება. თუმცა წარსულში მოქმედი სამართლებრივი რეგულაციისაგან განსხვავებით, კლიენტმა უკუგაგზავნის ხარჯები თავად უნდა იტვირთოს. მიუხედავად ამისა, არაერთი ინტერნეტ-შემთავაზებელი ნებაყოფლობით იღებს უკუგაგზავნის ხარჯებს საკუთარ თავზე.

ე) ნივთის დაკარგვა კლიენტისკენ გზაზე

გამყიდველი ატარებს არა მხოლოდ იმ რისკს, რომ ნივთი გამოსვლის შემდეგ უკანა გზაზე დაიკარგება, არამედ უკვე იმ რისკს, რომ ნივთი დაიკარგება კლიენტისკენ გზაზე. თუ მან გაგზავნისათვის საიმედო გადამზიდველი შეარჩია, მაშინ გამყიდველი არ არის ვალდებული თავიდან მიანოდოს. მაგრამ მას არ შეუძლია მოითხოვოს დაკარგული ნივთის საფასურის გადახდა.

ამგვარად, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მიმწოდებლის შეცდომას. მიმწოდებელს სწარმოებს ხშირად დროით წნეხში უწევს მუშაობა. მაგალითად ხდება ისე, რომ მიმწოდებელი მძლოლი ნივთს ხშირად მეზობელთან ტოვებს, თუ ის რეალურ ადრესატს ვერ გადაეყრება. თუმცა თუ კლიენტი არ განაცხადებს თანხმობას, რომ ნივთი მის მეზობელს ჩაბარდეს, ანუ, თუ არ ნიშნავს მას მიმღების შიკრიკად (Empfangsbote), ნივთს იღებს მხოლოდ იმ მომენტში, როდესაც მას მეზობელი ამ ნივთს გადასცემს. თუ ეს არ ხდება, მაგალითად, იმიტომ, რომ მეზობელი ნივთს მიითვისებს, ეს არ ექცევა კლიენტის რისკის სფეროში. ანუ, ამით გადახდის ვალდებულება ჯერ კიდევ არ არის წარმოშობილი. იგივე წესი მოქმედებს იმ შემთხვევებში, როდესაც მიმწოდებელი ნივთს, ადრესატის მხრიდან გაცხადებული ნებართვის გარეშე, უბრალოდ კარებთან ტოვებს და ის იკარგება. ამის საპირისპიროდ, კლიენტის ოჯახის წევრებს აქვთ მიღების კომპეტენცია იმგვარად, რომ მათთვის გადაცემა ითვლება ადრესატისათვის პირადად გადაცემად.

VII. შედეგი

ევროკავშირის მხრიდან ყოვლისმომცველი რეგულაციების შემუშავების შედეგად ნევრს სახელმწიფოებში უკანასკნელ ათწლეულში სულ უფრო მეტად გამოიკვეთა და ჩამოყალიბდა მომხმარებელთა დაცვის სამართალი. მაგრამ, ასევე ევროკავშირის ფარგლებს მიღმა სულ უფრო მეტად ხდება იმის გაცნობიერება, რომ აუცილებელია მომხმარებელთა უფლებე-

ბის გაძლიერებული დაცვა. ამის მაგალითად შესაძლებელია საქართველოს მოყვანა. თუმცა ეს ძალაშია არა მხოლოდ ევროპული სახელმწიფოებისათვის. ევროპის მიღმა მდებარე სახელმწიფოებშიც, როგორიცაა, მაგალითად, იორდანია, ეს თემატიკა სულ უფრო მეტად აქტუალური ხდება.

მომხმარებლის ეფექტიანი დაცვა შეიძლება უზრუნველყოფილი იყოს მხოლოდ მატერიალური დანაწესებით. თუმცა სწორედ იმ სფეროში, რომელშიც მომხმარებელთა უფლებების ეფექტიანი დაცვა ყველაზე მნიშვნელოვანია, კერძოდ, სამომხმარებლო კრედიტის სამართალში, ევროკავშირის მიერ მოცემული დანაწესები ამოიწურება ფორმალური რეგულაციებით, განსაკუთრებით, მოცულობით ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებებთან დაკავშირებით. ამით ის სტრუქტურული ძალთა უთანასწორობა, რომელიც არსებობს მომხმარებელსა (მსესხებელს) და მწარმეს (საკრედიტო ინსტიტუტს) შორის, არასაკმარისად არის აღმოფხვრი-

ლი. ამგვარად, აქ არსებობს რეფორმის გადაუდებელი აუცილებლობა. რეგულაციის მიზანი უნდა იყოს სამართლიანი სახელშეკრულებო სამართალი, რომელიც, პირველ რიგში, წინ აღუდგებოდა ბანკის მიერ სხვადასხვა საზღაურთა მოთხოვნის მანკიერ პრაქტიკას.

მომხმარებელთა დაცვის წარმატებული დაცვის მაგალითად შეიძლება ონლაინ-ვაჭრობისა და სამომხმარებლო საქონლის ნასყიდობის მომწესრიგებელი დანაწესების მოყვანა. აქ მომხმარებელთა დაცვის რეგულაციური ბირთვი ცალსახად მატერიალური დაცვის მომნიჭებელ დანაწესებში მდგომარეობს, რომლებიც მომხმარებელს იცავენ იმისგან, რომ არ მოხდეს დისპოზიციური კანონისმიერი სამართლიდან მნიშვნელოვანწილად მის საზიანოდ გადახრა და ახდენს ზოგადი დანაწესების იმგვარ მოდიფიცირებას, რომ მომხმარებელს ენიჭება უფრო ხელსაყრელი პოზიციები, ვიდრე მას ეს სამართლის ზოგადი ნორმებით აქვს მინიჭებული.