

მარიამ შაიშველაშვილი*

პერსონალურ მონაცემთა დაცვა სამომხმარებლო ურთიერთობებში (საერთაშორისო და ეროვნული სტანდარტების მიმოხილვა)

თანამედროვე სავაჭრო ურთიერთობის განვითარების კვალდაკვალ აქტუალური ხდება სავაჭრო ურთიერთობის დახვეწის საჭიროება, აღნიშნული კი წარმოუდგენელია მომხმარებლის უფლებების დაცვის მაღალი სტანდარტის დანერგვის გარეშე, რადროსაც მომხმარებლის პერსონალური მონაცემების დამუშავების საჭიროება იკვეთება და რომლის საფუძველზეც ხორციელდება, როგორც მარკეტინგული ღონისძიებები, ასევე, ვლინდება სამომხმარებლო ხელშეკრულებით გათვალისწინებული უფლებები და ვალდებულებები.

სასიხარულოა, რომ სახელმწიფოს ზემოხსენებულ ორივე დარგში აქვს მიღებული ევროდირექტივებთან შესაბამისი ორი ახალი სპეციალური კანონი, ერთი მხრივ, 2022 წლის 1 ივნისის „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი და მეორე მხრივ, 2023 წლის 14 ივნისის „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი.

სტატიამი განხილული იქნება სამომხმარებლო ურთიერთობების სამართლებრივი გარანტიები, რომელსაც ადგენს „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი და „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი, ასევე ის დირექტივები, რომელთა საფუძველზეც იმპლემენტირებულია აღნიშნული აქტები.

საკვანძო სიტყვები: მომხმარებელი, მოვაჭრე, პერსონალური მონაცემები, სამომხმარებლო ურთიერთობა, პერსონალური მონაცემების დაცვა.

1. შესავალი

თანამედროვე ეპოქაში, სადაც სავაჭრო ურთიერთობების განვითარება მზარდი ტემპით ხასიათდება, მეტად საჭირო ხდება სამართლებრივი რეგულაციების დახვეწა, ვინაიდან სწორედ სამართლებრივი რეგულაციები ქმნის იმის გარანტიას, რომ არსებული და სამომავლო გამოწვევები მყისიერად და შეუფერხებლად იქნეს დაძლეული.

* ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის იურიდიული ფაკულტეტის დოქტორანტი, სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს სასწავლო კვლევითი ცენტრის უფროსი.

სავაჭრო ურთიერთობების მოქნილობას ერთი მხრივ, დიდ წილად უზრუნველყოფს ტექნოლოგიური განვითარებები, ხოლო მეორე მხრივ, სამართლებრივი რეგულაციები, რომლებიც სავაჭრო ურთიერთობების მხარეებს ანიჭებს დაცულობის გარანტიას.

სავაჭრო ურთიერთობა, როგორც კერძოსამართლებრივი ურთიერთობა კომპლექსურობით ხასიათდება, აღნიშნული ურთიერთობის მხარეთა უფლებების დაცვას კი, სამართლის რამდენიმე დარგი უზრუნველყოფს, მათგან აღსანიშნავია, მომხმარებლის უფლებების დაცვა და სამომხმარებლო ურთიერთობაში პერსონალური მონაცემების დაცვის სტანდარტების ურთიერთმიმართება.

„პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი¹ მიიღეს 2011 წელს, ხოლო „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი² ჯერ კიდევ 1996 წელს, რომელიც უზოგადეს სტანდარტებს აწესებდა. 2014 წლის 18 ივლისს საქართველომ ხელი მოაწერა ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებას³ (შემდგომში - ასოცირების შეთანხმება), რომელიც სრულად ამოქმედდა 2016 წლის პირველი ივლისიდან, 2014 წლის 1 სექტემბრიდან, დაიწყო შეთანხმების ვაჭრობასთან დაკავშირებული დებულებების, მათ შორის, ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების (შემდგომში - „DCFTA“)⁴ ამოქმედება. საქართველომ აიღო ვალდებულება, რომ შეთანხმებით გათვალისწინებულ ვალდებულებებთან შესაბამისობაში მოეყვანა ეროვნული კანონმდებლობა. სწორედ ამ უწყვეტი პროცესის შედეგად, სამართლის ორივე დარგში ევროპული სტანდარტების სპეციალური კანონების ახალი რედაქციები შემუშავდა, რაც სამართლებრივი ურთიერთობების სუბიექტთა მაღალი დაცულობის მიღწევის მიზნით იყო გამოწვეული.

უდავოა, რომ ქვეყნის განვითარების მნიშვნელოვანი წილი სწორედ თავისუფალ სავაჭრო ურთიერთობებზე დგას, რასაც განამტკიცებს თავის მხრივ „DCFTA“,⁵ თანამედროვე სავაჭრო ურთიერთობები კი ხორციელდება დიდი მოცულობის ინფორმაციის გაცვლის/დამუშავების საფუძველზე, რაც უფრო მოქნილს ხდის ურთიერთობას.

თავის მხრივ, პერსონალური მონაცემების დაცვის კანონმდებლობაც ითვალისწინებს სავაჭრო ურთიერთობების დაცულობის მიზნით მონაცემების დამუშავების გარანტიებს,⁶ რაც ადასტურებს ამ ორი სფეროს გადაჯაჭვულობას.

2. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი გარანტიები

სამომხმარებლო ურთიერთობებს მნიშვნელოვანი დატვირთვა აქვს საზოგადოების ყოველდღიურ ცხოვრებაში, აღნიშნული განპირობებულია იმ საკითხებისა და ურთიერთობების არეალით, რასაც ეს სფერო მოიცავს. ამიტომაც,

¹ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №5669-რს, 28/12/2011.

² საქართველოს კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, №151, 20/03/1996.

³ ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთი მხრივ, საქართველოსა და მეორე მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის <<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959?publication=4>> [29.07.2024].

⁴ თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან, <<https://dcfta.gov.ge/ge/agreement>> [29.07.2024].

⁵ იქვე.

⁶ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №3144-XIმს-Xმპ, 14/06/2023, მე-12 მუხლი.

მომხმარებელთა უფლებების დაცვა მნიშვნელოვანი, აქტუალური და უფუნდამენტურია განვითარებული სახელმწიფოებისთვის.

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი საქართველოს პარლამენტმა 1996 წლის 20 მარტს მიიღო. აღნიშნული კანონი ძალადაკარგულად გამოცხადდა 2012 წლის 8 მაისს, ხოლო დღეს მოქმედი ახალი კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ ძალაში შევიდა 2022 წლის 1 ივნისიდან.⁷

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს ახალი კანონი⁸ კი, შეესაბამება მრავალ ევროპულ დირექტივას,⁹ უახლეს დირექტივებთან დაახლოების პროცესი კი უწყვეტად მიმდინარეობს. ახალი კანონი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს, რომელიც სამართლებრივ ურთიერთობას ამყარებს მოვაჭრესთან მისი საქონლის ან მომსახურების პირადი მოხმარების მიზნით გამოსაყენებლად¹⁰, ამ კანონით დაცული უფლებების და აკრძალული ქმედებებისგან, სტატიის მიზნებისთვის შეფასდება „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის კანონის 24-ე მუხლი, რომლის თანახმადაც, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია. უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის აღრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია. უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა. ამ კანონის 27-ე მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, „ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია

⁷ საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, №1455-VIIIმს-Xმპ, 29/03/2022.

⁸ იქვე.

⁹ აღსანიშნავია:

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

¹⁰ საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, №1455-VIIIმს-Xმპ, 29/03/2022, მე-2 მუხლის პირველი პუნქტი.

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

აღსანიშნავია, რომ 24-ე და 27-ე მუხლებით გათვალისწინებული ქმედება, რომ მიჩნეულ იქნეს „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონთან შეუსაბამოდ, უნდა არსებობდეს რამდენიმე პირობა, კერძოდ, სადავო ქმედება უნდა წარმოადგენდეს მოვაჭრის ქმედებას, რომელიც აზიანებს მომხმარებელთა ფართო წრის საერთო ინტერესს და ქმედება უნდა იყოს კანონსაწინააღმდეგო.

ზემოაღნიშნული აკრძალვის საფუძველი კი ის გარემოებაა, რომ პირდაპირი მარკეტინგი, რომელიც რეკლამის შინაარს ატარებს და მიზნად ისახავს საქონლის/მომსახურების გაყიდვას ან წახალისებას და ადრესატის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენის მოხდენას, არის ძალისხმევა - მოახდინოს გავლენა მომხმარებელზე, წახალისოს ის თავისი ფინანსური რესურსი მიმართოს საქონლისა თუ მომსახურების შესაძენად.

გასათვალისწინებელია, რომ რეკლამას გააჩნია ორი არსებითი მახასიათებელი: ინფორმაცია უნდა იყოს დაკავშირებული ადრესატის ეკონომიკურ, კომერციულ, ფინანსურ ან პროფესიულ საქმიანობასთან და მიწოდებული ინფორმაციით უნდა ხდებოდეს საქონლის შეძენის ან გამოყენების წახალისება.¹¹ შესაბამისად, ზემოთ ნახსენები დარღვევა საკმაოდ მძიმეა, აღნიშნულს აგრეთვე ითვალისწინებს ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC „არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ“¹² დირექტივა.

ცალსახაა, რომ 27-ე მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ შეთავაზებას, მოვაჭრე ვერ გააკეთებს, თუკი არ დაამუშავებს მომხმარებელთა პერსონალურ მონაცემებს, რაც დაცულია „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-12 მუხლით და ითვალისწინებს პირდაპირი მარკეტინგის გზით მონაცემების დამუშავების გარანტიებს.

აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის პრინციპების თანახმად, სახელმწიფომ მომხმარებელი უნდა უზრუნველყოს მისი უფლებების დაცვისთვის მოქნილი და სწრაფი მექანიზმით. მომხმარებლის უფლებების დაცვა ეფექტური საკანონმდებლო მექანიზმის მეშვეობით, ხელს შეუწყობს მოქალაქეთა ეკონომიკური ინტერესების ეფექტიან დაცვას და მომხმარებლის დაინტერესებას, იცოდეს, საკუთარი უფლებები და მოითხოვოს უფლებების დაცვა, სწორედ ამ მიზნით განსაზღვრა კანონმდებელმა კანონის ძირითად აღმასრულებელ ორგანოდ სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, რომელიც „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ კანონის“ შესაძლო დარღვევის თაობაზე განცხადებას განიხილავს და გადაწყვეტილებას იღებს ერთი თვის ვადაში, საქმის სირთულის შემთხვევაში კი, 3 თვის ვადაში.¹³

¹¹ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2023 წლის 22 მარტის №04/141 გადაწყვეტილება, <https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/php8oEZGi.pdf> [29.07.2024].

¹² Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005, Annex 1, 26, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02005L0029-20220528&qid=1673608274813>> [29.07.2024].

¹³ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის №45 ბრძანება „საქმის შესწავლის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“, 29/09/2022, მე-7 მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტები.

3. პერსონალური მონაცემების დაცვის სამართლებრივი გარანტიები

ვინაიდან პერსონალურ მონაცემთა დაცვის საკანონმდებლო ბაზის ჰარმონიზაცია და კონსოლიდაცია წარმოადგენს საქართველოს მიერ ევროპის კავშირთან ასოცირების შეთანხმებითა და ასოცირების დღის წესრიგით ნაკისრ ვალდებულებას, მისი შესრულების მიზნით, 2023 წელს მიიღეს „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ ახალი კანონი, რომელიც ეყრდნობა ევროკავშირის „მონაცემთა დაცვის ძირითად რეგულაციას“, ევროპის საბჭოს 108-ე კონვენციას და მის დამატებით ოქმს, ასევე, ევროკავშირის 2008 წლის 27 ნოემბრის 2008/977/JHA ჩარჩო გადაწყვეტილებებს და ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის 1987 წლის 15 ნოემბრის №R(87)15 რეკომენდაციას. გარდა ამისა, „საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკის“ თანახმად, მონაცემთა დაცვის შესახებ საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობის დაახლოება მონაცემთა დაცვის უახლეს ევროპულ სტანდარტებთან წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას/სამომავლო გეგმას.¹⁴

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე და 27-ე მუხლების საპირწონედ, „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის წინა რედაქციის¹⁵ მე-8 მუხლი ითვალისწინებდა შემდეგ რეგულაციას: პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის შესაძლებელი იყო დამუშავებულიყო საჯაროდ ხელმისაწვდომი წყაროებიდან მოპოვებული მონაცემები, რომლებიც შეგროვების მიზნის მიუხედავად, შესაძლო იყო მხოლოდ ყოფილიყო სახელი (სახელები), მისამართი, ტელეფონის ნომერი, ელექტრონული ფოსტის მისამართი, ფაქსის ნომერი, ხოლო მონაცემთა სუბიექტის მიერ ამავე კანონით დადგენილი წესით გაცემული წერილობითი თანხმობის საფუძველზე კი პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის შეიძლებოდა ნებისმიერი მონაცემის დამუშავება.

მონაცემთა სუბიექტს უფლება ჰქონდა, მონაცემთა დამმუშავებლისთვის ნებისმიერ დროს მოეთხოვა მის შესახებ მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის გამოყენების შეწყვეტა. თავის მხრივ, მონაცემთა დამმუშავებელი ვალდებული იყო შეეწყვიტა მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის დამუშავება ან/და უზრუნველყო უფლებამოსილი პირის მიერ მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის დამუშავების შეწყვეტა მონაცემთა სუბიექტის მოთხოვნის მიღებიდან არაუგვიანეს 10 სამუშაო დღისა.

მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის დამუშავებისას მონაცემთა დამმუშავებელი ვალდებული იყო შეეტყობინებინა მონაცემთა სუბიექტისთვის ზემოაღნიშნული უფლების შესახებ და უზრუნველყო, რომ მონაცემთა სუბიექტს ჰქონოდა შესაძლებლობა მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგული მიზნებისათვის დამუშავების შეწყვეტის მოთხოვნისა იმავე ფორმით, რა ფორმითაც ხორციელდებოდა პირდაპირი მარკეტინგი, ან/და განესაზღვრა ხელმისაწვდომი და ადეკვატური საშუალება მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის დამუშავების შეწყვეტის მოთხოვნისთვის.

ახალი კანონის მე-12 მუხლში კანონმდებელმა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისთვის პერსონალური მონაცემების დამუშავების უფრო მაღალი სტანდარტი გაითვალისწინა, მიუხედავად მონაცემთა შეგროვების/მოპოვების საფუძვლისა და

¹⁴ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №3144-XIმს-XXმ, 14/06/2023.

¹⁵ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №5669-რს, 28/12/2011.

მათი ხელმისაწვდომობისა, პირდაპირი მარკეტინგის მიზნით მონაცემთა დამუშავება შეიძლება მხოლოდ მონაცემთა სუბიექტის თანხმობით, მონაცემთა სუბიექტის თანხმობის მიღებამდე და პირდაპირი მარკეტინგის განხორციელებისას დამუშავებისთვის პასუხისმგებელმა პირმა/დამუშავებაზე უფლებამოსილმა პირმა მონაცემთა სუბიექტს ნათლად, მარტივ და მისთვის გასაგებ ენაზე უნდა განუმარტოს მის მიერ თანხმობის ნებისმიერ დროს გამოხმობის უფლება და ამ უფლების განხორციელების მექანიზმი/წესი, ამასთან წინა რეაქციით გათვალისწინებული იყო მონაცემთა სუბიექტის უფლება, განეცხადებინა მონაცემთა დამუშავებისთვის მონაცემთა დამუშავების შეწყვეტის მოთხოვნა და დამუშავებელსაც შეეწყვიტა მონაცემთა დამუშავება არაუმეტეს 10 დღეში შემცირდა არაუმეტეს 7 დღემდე ვადით.¹⁶

4. სავაჭრო ურთიერთობაში პერსონალური მონაცემების დაცვის პრაქტიკული ასპექტები

მიუხედავად მათი განსხვავებული კონსტიტუციური საფუძვლებისა,¹⁷ მომხმარებლის უფლებების დაცვისა და პერსონალური მონაცემების დაცვის სამართალი დაუახლოვდა ერთმანეთს ევროპულ კანონმდებლობასთან ჰარმონიზაციისას.¹⁸ თანამედროვე სავაჭრო ურთიერთობები დიგიტალიზებულია, რაც თავისთავად პერსონალური მონაცემების გაცვლის საფუძველზე ხორციელდება, დისტანციური ვაჭრობის რეგულირება, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის დამსახურებაა, ვინაიდან სწორედ აღნიშნული სავაჭრო ურთიერთობა ხდის, ერთი მხრივ, მომხმარებელს მოწყვლადს, მეორე მხრივ კი კომფორტს უქმნის, რომ სავაჭრო ურთიერთობები გახადოს უფრო მობილური, ნაკლები დროის, ადამიანური და ფინანსური რესურსის გარეშე შეიძინოს საქონელი და მომსახურება.

დისტანციური ვაჭრობისას, მომხმარებელი/მონაცემთა სუბიექტი ვალდებულია მოვაჭრეს გადასცეს რიგი ინფორმაცია, მათ შორის ზოგ შემთხვევაში მოვაჭრის ვებგვერდზე გაიაროს რეგისტრაცია, გააზიაროს ელექტრონული ფოსტის, პაროლის, სახელისა და გვარის, საბანკო ბარათის, საცხოვრებელი მისამართის, ტელეფონის ნომრის შესახებ ინფორმაცია, წინააღმდეგ შემთხვევაში მის მიერ შესყიდულ საქონელსა თუ მომსახურებას ვერ მიიღებს. მოვაჭრეს კი, თავის მხრივ შეუძლია ამ ინფორმაციის გარდა დაამუშაოს ასევე მომხმარებლის მიერ ვებგვერდზე გატარებული დროისა და მოძიებული ინფორმაციის შესახებ მონაცემები, რაც შემდგომში მარკეტინგული შეთავაზებების მიზნით გამოყენებაში შეუწყობს ხელს. მონაცემების გაცვლის პროცესამდე კი ყველაზე მნიშვნელოვან ეტაპს წარმოადგენს მონაცემთა სუბიექტის/მომხმარებლის ინფორმირება.

„პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე და 25-ე მუხლი, განამტკიცებს მონაცემთა სუბიექტის ინფორმირებულობის მექანიზმს, შესაბამისად ხაზს უსვამს მის მნიშვნელობას. 24-ე მუხლი ჩამოთვლის მონაცემთა სუბიექტისთვის დამუშავებისთვის პასუხისმგებელი პირის მიერ მისაწოდებელი

¹⁶ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №3144-XIმს-XXმ, 14/06/2023, მე-12 მუხლის პირველი პუნქტი.

¹⁷ EU Charter of Fundamental Rights, Art. 7, <https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf> [29.07.2024].

¹⁸ Zuiderveen Borgesius F., Helberger N., Reyna A., Common Market Law Review, Volume 54, Issue 5, 2017.

ინფორმაციის ნუსხას, როდესაც მონაცემების დამუშავება უშუალოდ სუბიექტისგან ხდება, ხოლო 25-ე მუხლი - თუ მონაცემების შეგროვება უშუალოდ მისგან არ ხდება,¹⁹ აღნიშნული დებულებები თანხვედრაშია ევროპულ სტანდარტებთან, კერძოდ ევროკავშირის „მონაცემთა დაცვის ძირითადი რეგულაცია“,²⁰ დიდ ყურადღებას უთმობს საკითხს, თუ რა სახით უნდა მოხდეს მომხმარებლების ინფორმირება ისე, რომ მათ შეძლონ ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მიღება. ინფორმირებული თანხმობის პრინციპი არის პერსონალური მონაცემების კანონიერი დამუშავების ძირითადი სამართლებრივი საფუძველი. გარდა ამისა, ძირითადი რეგულაცია აწესებს ჩამონათვალს,²¹ რის შესახებაც მონაცემთა სუბიექტები უნდა იყვნენ ინფორმირებული, მათ შორის მონაცემების დამუშავების მიზნები და ყველა სხვა ინფორმაცია, რომელიც აუცილებელია პერსონალური მონაცემების დამუშავების სამართლიანობის უზრუნველსაყოფად. GDPR ასევე ადგენს სტანდარტს²² და პრინციპს ინფორმაციის მიწოდების ფორმასთან დაკავშირებით, კერძოდ, სუბიექტების ინფორმირება უნდა მოხდეს ლაკონიური, ადვილად გასაგები, მკაფიო და მარტივი ენით.

ინფორმირებულობის მაღალ სტანდარტს სავაჭრო/სამომხმარებლო ურთიერთობებში ადგენს „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5, მე-6 და მე-10 მუხლებიც, აღნიშნული მუხლები ჩამოთვლის მისაწოდებელი ინფორმაციის ნუსხას, როგორც დისტანციური ვაჭრობისას, აგრეთვე, ადგილზე ვაჭრობისას, აღსანიშნავია, რომ დისტანციური ვაჭრობისას მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტი, როგორც ზემოთ აღინიშნა, უფრო მაღალია, ვინაიდან მომხმარებელმა საქონლის/მომსახურების შეძენამდე „ინფორმირებული არჩევანის“ ფარგლებში მიიღოს შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება. საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში არსებით ინფორმაციად მიიჩნევა ინფორმაცია (თუ იგი ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს მისი შინაარსიდან) საქონლის ან მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ, საქონლის ან მომსახურების და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით.²³

ძირითადი რეგულაციით დადგენილი სტანდარტის მსგავსად, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონის მე-5 მუხლიც ადგენს ინფორმაციის მიწოდების მკაფიოობის სტანდარტს, კერძოდ: „ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს შემდეგი უტყუარი და სრული ინფორმაცია (თუ ეს ინფორმაცია თავისთავად ცხადი არ არის)...“.

აღნიშნული სტანდარტი, რა თქმა უნდა შესაბამისობაშია ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC (შემდგომში - 2011/83/EC)²⁴

¹⁹ საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №3144-XIმს-XXმპ, 14/06/2023.

²⁰ ევროპარლამენტისა და საბჭოს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის ძირითადი რეგულაცია (EU) 2016/679 „პერსონალურ მონაცემთა დამუშავებისას ფიზიკურ პირთა დაცვისა და ასეთი მონაცემების მიმოცვლის შესახებ“, 27/04/2016, მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი <<https://gdpr-info.eu/>> [29.07.2024].

²¹ იქვე, მე-14 მუხლი.

²² იქვე.

²³ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს 2024 წლის 11 ივლისის №04/612 გადაწყვეტილება, <https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/phpwMZgnd.pdf> [29.07.2024].

²⁴ მომხმარებელთა უფლებების, საბჭოს დირექტივასა 93/13/EEC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივაში 1999/44/EC შესწორებების შეტანის და საბჭოს დირექტივისა 85/577/EEC და

დირექტივასთან, რომლის მიზანია მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული წევრ სახელმწიფოთა კანონმდებლობების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გარკვეული ასპექტების დაახლოების გზით. 2011/83 დირექტივის მე-3 თავის მე-5 და მე-6 მუხლები შეიცავს ინფორმაციის იმ ჩამონათვალს, რომლის მიწოდებაც ევალება მოვაჭრეს მომხმარებლისთვის ხელშეკრულების დადებამდე. მე-5 მუხლით ძირითადად იმ ინფორმაციის ჩამონათვალია შემოთავაზებული, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. 2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დაცვის წარმოშობის შემთხვევაში, სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

სამომხმარებლო ურთიერთობებში პერსონალური მონაცემების დამუშავების კანონიერების მნიშვნელობაზე მსჯელობისას აუცილებელია პრაქტიკული ნიმუშის განხილვაც, რისი მაგალითიცაა საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს პრაქტიკა. სააგენტომ ერთ-ერთი საქმის²⁵ შესწავლის ფარგლებში კომპლექსურად იმსჯელა მოვაჭრის მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე და 27-ე მუხლების შესაძლო დარღვევის ფაქტზე, სადაც მომხმარებელი მიუთითებდა, რომ გამუდმებით იღებდა სარეკლამო შინაარსის მოკლე ტექსტურ შეტყობინებებს და შეტყობინებების გამორთვის ყველა მცდელობა იყო უშედეგო. განმცხადებლის განმარტებით, მსგავსი სახის აგრესიული კომერციული საქმიანობა ზიანს აყენებდა არა მხოლოდ მას, არამედ სხვა მომხმარებლების ინტერესსაც.

სააგენტომ აგრეთვე შეისწავლა ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC „არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ დირექტივა²⁶, რომლის თანახმადაც, აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკად მიჩნეულია ტელეფონით, ფაქსით, ელექტრონული ფოსტით ან სხვა დისტანციური საშუალებით დაჟინებული და არასასურველი რეკლამა, გარდა ეროვნული კანონმდებლობით გათვალისწინებული გარემოებებისა. როგორც კანონის 27-ე მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, ასევე ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC „არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ დირექტივის თანახმად, სისტემატურ ხასიათად მიიჩნევა ისეთი სიხშირით მოკლე ტექსტური შეტყობინებების გაგზავნა, რომელიც არის შემაწუხებელი და დამღლელი. გარდა ამისა, სააგენტომ მიიჩნია, რომ გაგზავნილი მარკეტინგული შინაარსის მოკლე ტექსტური შეტყობინება უნდა ყოფილიყო დაკავშირებული ადრესატის ეკონომიკურ, კომერციულ, ფინანსურ ან პროფესიულ საქმიანობასთან და მიწოდებული ინფორმაციით უნდა მომხდარიყო

ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივის 97/7/EC გაუქმების შესახებ, <<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4488461?publication=0>> [29.07.2024].

²⁵ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2023 წლის 22 მარტის №04/141 გადაწყვეტილება, <https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/php8oEZGi.pdf> [29.07.2024].

²⁶ Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the COUNCIL of 11 May 2005, Annex 1, 26, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02005L0029-20220528&qid=1673608274813>> [29.07.2024].

საქონლის/მომსახურების შეძენის ან გამოყენების წახალისება. განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ გაგზავნილი მოკლე ტექსტური შეტყობინებების პერიოდულობისა და შინაარსის გათვალისწინებით, სააგენტომ მიიჩნია, რომ მათ არ გააჩნდათ სისტემური ხასიათი, ამასთან მოვაჭრის მიერ მოწოდებული მტკიცებულებების თანახმად, მომხმარებელს/მონაცემთა სუბიექტს გაცხადებული ჰქონდა თანხმობა ინფორმაციის მიღებაზე, მასთან მოვაჭრის მიერ გაგზავნილ ყველა მარკეტინგულ შეთავაზებას გააჩნდა შეტყობინების გათიშვის საშუალებაზე მითითება, ხოლო მომხმარებელს აღნიშნული საშუალება გამოყენებული არ ჰქონდა, შესაბამისად, სააგენტომ საქმის შესწავლის შედეგად „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის დარღვევა არ დაადგინა.

5. დასკვნა

სტატიაში განხილული სამართლებრივი ასპექტების საფუძველზე, შესაძლოა ითქვას, რომ ამ ორი სხვადასხვა დარგის საკანონმდებლო რეგულირება ავსებს ერთმანეთს და უზრუნველყოფს ფიზიკური პირის დაცულობას. „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონმა, რომელიც 2 წელია მოქმედებს, წარმატებით დაადგინა მაღალი სტანდარტი სავაჭრო სფეროში და „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ ახალ კანონთან ერთად ქმნის მომხმარებლის/მონაცემთა სუბიექტის უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტის ანალოგს, რომელიც ევროკავშირის წევრი ქვეყნების უმრავლესობაში ათეულობით წელია რაც მოქმედებს.

ბიბლიოგრაფია:

1. ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთი მხრივ, საქართველოსა და მეორე მხრივ, ევროკავშირის და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის, 27/06/2014, <<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959?publication=4>> [29.07.2024].
2. ევროპარლამენტისა და საბჭოს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის ძირითადი რეგულაცია (EU) 2016/679 „პერსონალურ მონაცემთა დამუშავებისას ფიზიკურ პირთა დაცვისა და ასეთი მონაცემების მიმოცვლის შესახებ“, 27/04/2016, <<https://gdpr-info.eu/>> [29.07.2024].
3. მომხმარებელთა უფლებების, საბჭოს დირექტივასა 93/13/EEC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივაში 1999/44/EC შესწორებების შეტანის და საბჭოს დირექტივისა 85/577/EEC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივის 97/7/EC გაუქმების შესახებ, <<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4488461?publication=0>> [29.07.2024].
4. საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №5669-რს, 28/12/2011.
5. საქართველოს კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, №3144-XIმს-Xმპ, 14/06/2023.
6. საქართველოს კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, №151, 20/03/1996.

7. საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, №1455-VIIIმს-Xმპ, 29/03/2022.
8. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის №45 ბრძანება „საქმის შესწავლის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“, 29/09/2022.
9. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2023 წლის 22 მარტის №04/141 გადაწყვეტილება, <https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/php8oEZGi.pdf> [29.07.2024].
10. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს 2024 წლის 11 ივლისის №04/612 გადაწყვეტილება, <https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/phpwMZgnd.pdf> [29.07.2024].
11. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005, Annex 1, 26, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02005L0029-20220528&qid=1673608274813>> [29.07.2024].
12. EU Charter of Fundamental Rights, <https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf> [29.07.2024].
13. *Zuiderveen Borgesius F., Helberger N., Reyna A.*, Common Market Law Review, Volume 54, Issue 5, 2017.
14. <<https://dcfta.gov.ge/ge/agreement>> [29.07.2024].