

დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული მოდელი ხელშეკრულების უარყოფის უფლების გაბაღლით

სტატიაში გადმოცემულია მომხმარებელთა მონაწილეობითა და დისტანციური კომუნიკაციის წესით დადებული ხელშეკრულებების თავისებურებები. ამასთან, განხილულია დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტი, რომელიც ხელშეკრულების უარყოფის უფლებაში ვლინდება. გაანალიზებულია დასახელებულ სახელშეკრულებო ურთიერთობებში მომხმარებლის ნების ფორმირების თავისებურებები და ხელშეკრულების უარყოფის უფლების დაცვითი ეფექტი.

საკვანძო სიტყვები: მომხმარებელი, ხელშეკრულების უარყოფა, დისტანციური ხელშეკრულებები.

1. შესავალი

მომხმარებელთა უფლებების დაცვა ევროპის სახელშეკრულებო სამართლის ქვაკუთხეა. ხელშეკრულების ფორმირებისა და ამ პროცესში მომხმარებელთა მონაწილეობის თავისებურებათა გათვალისწინებით, ევროპის სახელშეკრულებო სამართალში შემოიღეს მთელი რიგი დაცვითი მექანიზმებისა სახელშეკრულებო ურთიერთობებში „სუსტად“ მიჩნეული მხარის ინტერესების უზრუნველსაყოფად. მომხმარებელთა უფლებების დაცვის თავისებურება იმითაც ვლინდება, რომ დაცვის სპეციალური მექანიზმები მიმართულია კონკრეტული საფრთხეების წინააღმდეგ და უკავშირდება შესაბამის სახელშეკრულებო ურთიერთობას. ამიტომაც ხელშეკრულების უარყოფის უფლება ვრცელდება მხოლოდ გარკვეული ტიპის სახელშეკრულებო ურთიერთობაზე, რომელთა შორის ერთ-ერთი დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებებია.

დღეისათვის არც საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი და არც სხვა საკანონმდებლო აქტი არ შეიცავს დებულებებს დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებების შესახებ. სახელშეკრულებო ურთიერთობათა დასახელებული სფეროს განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ამ მიმართულებით ევროკავშირში არსებული პრაქტიკის კვლევა და გათვალისწინება. საგულისხმოა, რომ 2014 წლის 27 ივნისის საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ხელმოწერილი ასოცირების შეთანხმების მიხედვით,¹ ევროკავშირის შიდა ბაზარზე საქართველოს დაშვების ერთ-ერთი წინაპირობაა ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დანერგვა და მათი ნდობის ამაღლების უზრუნველყოფა.

* თსუ-ის იურიდიული ფაკულტეტის მონვეული ლექტორი, სამართლის დოქტორი.

¹ 2014 წლის 27 ივნისის ასოცირების შეთანხმება, ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის, [www. macne.gov.ge.](http://www.macne.gov.ge), შეად., 127-ე მუხლის მეორე პუნქტი, 128-ე მუხლის პირველი პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტი.

2. მომხმარებელი დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებში

ხელშეკრულებებში, რომლის ერთი მხარე მომხმარებელია, სახელშეკრულებო თავისუფლება მომხმარებლის კერძო ინტერესზეა ორიენტირებული.² ამის მიზეზი მომხმარებლის სახელშეკრულებო ურთიერთობის სუსტ მხარედ აღიარებაა.³ ამასთან, „სისუსტე“ ვლინდება როგორც ობიექტურ, ისე სუბიექტურ ფაქტორებში. პირველში იგულისხმება მენარმეთა ძალაუფლება, ინფორმირებულობა, მარკეტინგული პოლიტიკა – ნებისმიერი ხერხითა და მეთოდით მიიზიდონ მომხმარებლები და დაიყოლიონ ხელშეკრულების დადებაზე,⁴ ერთი სიტყვით, მენარმეთა თანდაყოლილი მიდრეკილება, მოიპოვონ უპირატესობა, მყიდველთან შედარებით.⁵ ამ თვალსაზრისით, მომხმარებელი დაუცველ პოზიციაში იმყოფება განაფულ მენარმესთან ურთიერთობისას. მას არა აქვს საკმარისი ცოდნა და გამოცდილება, გაუმკლავდეს ინფორმაციულ დისბალანსს, ანდა თავს მოხვევულ ხელშეკრულებას; მეორე მხრივ, მომხმარებელს არც მოეთხოვება სავაჭრო უნარ-ჩვევების ზედმინევენით ფლობა. მისი ერთადერთი მიზანია, დაიკმაყოფილოს თავისი მოთხოვნილებები. მომხმარებლის მონაწილეობა ხელშეკრულების შინაარსის ფორმირებაში ფორმალური ხასიათისაა. იგი მხოლოდ ეთანხმება შეთავაზებულ პირობებს მათგან გამომდინარე ვალდებულებების გაცნობიერების გარეშე, რაც განაპირობებს კიდევაც მის ობიექტურ „სისუსტეს“ სახელშეკრულებო ურთიერთობებში.⁶

სუბიექტურ „სისუსტეში“ მომხმარებელთა პიროვნულ თვისებებს გულისხმობენ.⁷ მერყეობა გადანყვეტილების მიღებისას მომხმარებელთა თანდაყოლილი თვისებაა.⁸ გარდა ამისა, ყველა ერთნაირად მდგრადი არ არის მენარმეთა თავს მოხვეული ვაჭრობის მეთოდების მიმართ. მომხმარებლები ხშირად ექცევიან მენარმეთა ფსიქოლოგიური გავლენის ქვეშ – განიცდიან თვითკმაყოფილებას ინდივიდუალური მიმართვისაგან, იხიბებიან შეთავაზებული პირობებით, ანდა საქონლის დახასიათებით, რომელიც არცთუ ისე იშვიათად გადამეტებული ხასიათისაა. ამ დროს ყურადღების მიღმა რჩება საქონლის ღირებულება და ხარისხი, რასაც შედეგად მომხმარებელთა იმედგაცრუება მოჰყვება.⁹

ამიტომაც მომხმარებელთა მონაწილეობით დადებულ ხელშეკრულებებში მათ თვითგა-

² კროფტოლერი ი., გერმანიის სამოქალაქო კოდექსი, სასწავლო კომენტარი, საიას იურიდიული განათლების ხელშეწყობის ფონდი GIZ-ის დავალებით, თბ., 2014, 316.

³ *Antoniolli L.*, Consumer Law as an Instance of the Law of Diversity, *Vermont Law Review*, Vol., 30:855, 2006, <<http://Lawreview.vermontLaw.edu/files/2012/02/antoniolli.pdf>> [3.12.2013], 856.

⁴ *Kessler F.*, Contract of Adhesion – Some Thoughts About Freedom Of Contract, Faculty Scholarship Series. Paper 2731. <http://digitalcommons.Law.yale.edu/fss_papers/2731_630> [28.02.2014], 11.

⁵ *Howells G., Ramsay I., Wilhelmsson Th.*, Consumer Law in its International Dimension, Handbook of Research on International Consumer Law, Published by Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2011, 7.

⁶ *Kessler F.*, Contract of Adhesion – Some Thoughts About Freedom Of Contract, Faculty Scholarship Series. Paper 2731. <http://digitalcommons.Law.yale.edu/fss_papers/2731_630> [28.02.2014], 3.

⁷ *Dani M.*, Assembling the Fractured European Consumer, A New Concept of European Federalism, LEQS Paper, No., 29/2011, <<http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/LEQS/LEQSPaper29.pdf>>, [22.07.2013], 19.

⁸ *Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., Hogg M. K.*, Consumer Behavior, A European Perspective, third edition, Pearson Education Limits, Harlow, England, 2006, 22.

⁹ *Luzak J.A.* To withdraw or not to withdraw? Evaluations of the mandatory right of withdrawal in consumer distance selling contracts taking into account its behavioral effects on consumer, Amsterdam Law School Legal Research Paper No. 2013-21, Centre for the study of European Contract Law working Paper No. 2013-04, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2243645> [20.01.2015], 6.

მორკვევის თავისუფლებას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა. სახელშეკრულებო თავისუფლების ფარგლები კი საშუალო მომხმარებლის მოლოდინით იზომება,¹⁰ რაშიც, უპირველეს ყოვლისა, იგულისხმება არჩევანის თავისუფლება და რაციონალური გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა.¹¹

ამდენად, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიღმა სწორედ მათი სახელშეკრულებო თავისუფლების დაცვის იდეა დგას. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართლისათვის დამახასიათებელია დაცვის ღონისძიებათა კატეგორიზება¹² – მომხმარებელთა დაცვა კონკრეტულ ურთიერთობაში არსებული საფრთხისაგან, რომელსაც სამართალი არსებითად მიიჩნევს. შესაბამისად, მომხმარებელთა სახელშეკრულებო თავისუფლების ფარგლები იზომება იმ ურთიერთობის თავისებურებით, რომელიც კონკრეტულ შემთხვევაში დაცვის ობიექტია.

3. მომხმარებელი დისტანციური კომუნიკაციის სამყაროში

ხელშეკრულების დადების ინოვაციურმა საშუალებებმა, დისტანციური და ელექტრონული კომერციის განვითარებამ, ელექტრონული მედიისა და ინტერნეტის არნახულმა პროგრესმა აუცილებელი გახადა ეკონომიკური და სამართლებრივი ინსტიტუტების ადაპტირება ახალ ტექნოლოგიებსა და ვაჭრობის წესებთან.¹³ ტექნოლოგიურმა პროგრესმა გავლენა მოახდინა მომხმარებელთა მონაწილეობით დადებულ ხელშეკრულებებზეც. მომხმარებელსა და ონლაინმომსახურების გამწევ პირს შორის ურთიერთობა მაღაზიის კონსულტანტსა და მის კლიენტს შორის ურთიერთობის იდენტური არ არის. შეიძლება ითქვას, რომ ვირტუალურმა კომუნიკაციამ შეცვალა არა მხოლოდ სახელშეკრულებო ურთიერთობათა ფორმატი, არამედ მომხმარებელთა ნდობისა და მოლოდინის დონეც.¹⁴

ამ თვალსაზრისით, ევროპის სახელშეკრულებო სამართალში ყურადღება გამახვილდა ჯერ დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებზე, შემდგომ კი, ელექტრონულ ვაჭრობაზე. საქონლისა და მომსახურების მიწოდების შესახებ დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებების ხელშეწყობა, უპირველეს ყოვლისა, მიზნად ისახავს ტრანსსასაზღვრო სავაჭრო ურთიერთობებისა და საერთოევროპული ბაზრის განვითარებას.¹⁵ დასახული მიზნის მიღწევა შეუძ-

¹⁰ კროფტოლერი ი., გერმანიის სამოქალაქო კოდექსი, სასწავლო კომენტარი, საიას იურიდიული განათლების ხელშეწყობის ფონდი GIZ-ის დავალებით, თბ., 2014, 43.

¹¹ *Twigg-Flesner Ch. and Schulze R.*, Protection Rational Choice: Information and The Right of Withdrawal, Handbook of Research on International Consumer Law, Published by Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 2011, 130.

¹² ძლიერიშვილი ზ., ცერცვაძე ვ., რობაქიძე ი., სვანაძე ვ., ცერცვაძე ლ., ჯანაშია ლ., სახელშეკრულებო სამართალი, თბ., 2014, 29.

¹³ *Katz A.W.*, Is Electronic Contracting Different? Contract Law in the Information Age, <<http://www.columbia.edu/~ak472/papers/Electronic%20Contracting.pdf>>, [12.03.2014]; *Kaufmann Winn J., Haubold J.*, Electronic Promises: Contract Law Reform and E-Contracts in Comparative Perspective, European Law Review, 27, 2002, 568-569, <http://www.Law.washington.edu/Directory/docs/Winn/Electronic_Promises_Revised.pdf>, [11.05.2014].

¹⁴ *Nimmer R. T.*, The Legal Landscape of E-commerce: Redefining Contract Law in an Information Era, Journal of Contract Law Conference, „Contract and the Commercialization of Intellectual Property“, Singapore Academy of Law and Singapore Management University, 2006, 5.

¹⁵ *Macsim A.-R.*, The New Consumer Rights Directive, A Comparative Law and economics Analysis of the

ლებელი იქნებოდა მომხმარებელთა აქტიური ჩართულობის გარეშე ისევე, როგორც ამ ტიპის სავაჭრო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის გარეშე. ამიტომაც ევროპელი კანონმდებელი განსაკუთრებულ ყურადღებას იჩენს მომხმარებელთა უფლებების მიმართ დისტანციურად დადებულ ტრანზაქციებში.

ფართო გაგებით, დისტანციური კომუნიკაციის ნებისმიერი ფორმით დადებული ხელშეკრულებები კერძო სამართლის განუყოფელი ნაწილია. ვაჭრობის დასახელებულ ფორმა შესაძლებლობას აძლევს მენარმეებს, განახორციელონ კანონით აუკრძალავი ნებისმიერი მოქმედება. ვინრო გაგებით, არსებობს ელექტრონული კომერციის ორი ძირითადი მიმართულება: ხელშეკრულებები, რომლებიც იდება მენარმე სუბიექტებს შორის და ხელშეკრულებები, რომლებიც იდება მენარმეებსა და მომხმარებლებს შორის.¹⁶ ხელშეკრულების დიფერენციაცია სუბიექტების მიხედვით იწვევს მათ განსხვავებულ რეგულირებას. მენარმე სუბიექტებს შორის დადებული ელექტრონული ხელშეკრულებები წესრიგდება საერთაშორისო და შიდა სახელშეკრულებო რეჟიმებით. მომხმარებელთა მონაწილეობით დადებული ხელშეკრულებები შედარებით ვინრო რეგულაციებს ექვემდებარება. ისინი მოცემულია შიდასახელმწიფოებრივ და რეგიონალურ აქტებში (მაგალითად, ევროკავშირის დერექტივები), როგორც მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მომწესრიგებელი სამართლებრივი მექანიზმები. ორივე შემთხვევაში მიდგომა ხელშეკრულების ნამდვილობისა და მისი შესრულების მიმართ ერთგვაროვანია და გამომდინარეობს კერძო სამართლის ზოგადი საფუძვლებიდან. განსხვავებულია მხოლოდ მხარეთა უფლება-მოვალეობანი. მომხმარებელთა მონაწილეობით დადებულ ხელშეკრულებებში, მენარმეთა კეთილსინდისიერად და გულსხმიერად მოქმედების ვალდებულება დამატებითი იმპერატიული ნორმებითაა უზრუნველყოფილი.¹⁷

მიუხედავად იმისა, რომ ელექტრონული კომერცია იძლევა ნოვატორულ შესაძლებლობებს ქმედითი ხელშეკრულებების დასადავად, ის იწვევს ხელშეკრულების ნამდვილობასთან დაკავშირებულ ახალ ხარვეზებს. ის, თუ როგორ უნდა იქნეს აცილებული დისტანციური კომუნიკაციის მეთოდებით დადებული ხელშეკრულებების შესაძლო უარყოფითი შედეგები, ერთ-ერთი ქვაკუთხედაა სამართლებრივ დოქტრინაში.¹⁸ ამიტომაც, უფლების დაცვის საერთო საფუძვლებთან ერთად, არათანაბარ სახელშეკრულებო ურთიერთობებში (მომხმარებელთა მონაწილეობით დადებული დისტანციური ხელშეკრულებები კი სწორედ ასეთებად განიხილება) მომხმარებელი დამატებით დაცულია ხელშეკრულების უარყოფის უფლებით, როგორც ადეკვატური და ეფექტური საშუალებით მის მიმართ ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპების უგულებელყოფისას.¹⁹ თუმცა ხელშეკრულების უარყოფის უფლების დამკვიდრების

Maximum Harmonization Effects on Consumers and Businesses, The Case of the Cooling-off Period from Online contracts, <<http://pure.au.dk/portal/files/44659752/Thesis.pdf>>, [27.11.2013].

¹⁶ Schmidt W-A., Priess M., Germany, Spindler G., Borner F., E-Commerce Law in Europe and the USA, Springer, Verlag Berlin Heidelberg, 2002. Schmidt W-A., Priess M., Germany, 181.

¹⁷ Daunel-Lieb B., A Special Private Law for B2C? Silver Bullet or Blind Alley? New Features in Contract Law, R. Schulze sd. pub. Mucchen, Sellier, European Law Publishers, 2007, 107-117; Wang F.F., Law of Electronic Commercial Transactions, Contemporary Issues in EU, US and China, Routledge Research in IT and E-Commerce Law, Taylor & Francis Group, New York 2010, 14.

¹⁸ Wang F.F., Law of Electronic Commercial Transactions, Contemporary Issues in EU, US and China, Rutledge Research in IT and E-Commerce Law, Taylor & Francis Group, New York 2010, 13.

¹⁹ Twigg-Flesner C., A Cross-Border-Only Regulations for Consumer Transactions in the EU, A Fresh Approach

მიღმა ელექტრონულ ვაჭრობაში მომხმარებელთა ჩაბმისა და ნახალისების მიზანიც აშკარად იჩენს თავს.

4. დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებები

დისტანციურ კომუნიკაციაში იგულისხმება ურთიერთობის ნებისმიერი ფორმა, რომელიც არ უკავშირდება მხარეთა პირდაპირ ურთიერთობას. იგი მოიცავს ხელშეკრულებებს, რომლებიც იდება ტელეფონის, ფოსტის, ელექტრონული ფოსტის, კატალოგების, ანდა ინტერნეტის გამოყენებით. ამავე ჯგუფს მიეკუთვნება პრესაში გავრცელებული რეკლამის, რადიოსა და ტელევიზიის მეშვეობით დადებული ხელშეკრულებებიც, თუ მათში საგანგებოდაა მითითებული საქონლისა და მომსახურების შემთავაზებელი პირის ტელეფონის ნომერი ანდა ელექტრონული მისამართი.²⁰

თავის მხრივ, დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებად ჩაითვლება ისეთი გარიგებები, რომლებიც იდება ერთსა და იმავე ან სხვადასხვა იურისდიქციას დაქვემდებარებულ მომხმარებელსა და მენარმეს შორის კავშირგაბმულობის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით, ანდა ერთსა და იმავე ან სხვადასხვა იურისდიქციას დაქვემდებარებულ მომხმარებელსა და მენარმეს შორის ელექტრონული კომუნიკაციის ნებისმიერი ფორმის (ინტერნეტის) გამოყენებით.²¹

შეიძლება ითქვას, რომ თანამედროვე სამყაროში ურთიერთობის დასახელებული ფორმები დროსა და სივრცეში საქონლისა და მომსახურების შეთავაზების გამარტივებულ საშუალებად ითვლება. ისინი ქმნიან სამართლებრივი ურთიერთობის დამყარების უნიკალურ შესაძლებლობას ხელშეკრულების ორივე მხარისათვის. ეს განსაკუთრებით კომფორტულია მომხმარებლებისათვის, რომლებსაც შეუძლიათ, სახლიდან გაუსვლელად დაიკმაყოფილონ თავიანთი ინტერესები. სწორედ ამ ფაქტორის გათვალისწინებით, დისტანციური და ელექტრონული ვაჭრობა ბოლო ათწლეულის განმავლობაში სახელშეკრულებო სამართლის განუყოფელ ნაწილად იქცა, ხოლო ამ ურთიერთობის ერთ-ერთი მხარის – მომხმარებლის – ინტერესების დაცვა თანამედროვე ცივილიზებული სამართლის პრიორიტეტად იქნა აღიარებული.²²

დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებში მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის ერთ-ერთ გარანტიად მათთვის ხელშეკრულების უარყოფის უფლების მინიჭებაა აღიარებული.²³

to EU Consumer Law, Springer Briefs in Business, 2012 <<http://www.springer.com/cn/book/9781461420460>>, [10.11.2013], 5; *Micklitz H-W.*, The Target Full Harmonization Approach” Looking Behind Curtain, Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law, Sellier, ELP, Munich, 2009, 48-51; *Ben-Shahar O., Posner E., A.*, The Right to Withdraw in Contract Law, Journal of legal studies, Vol.,, 40 January 2011. 116, <<http://www.jstor.org/stable/10.1086/658403>>.

²⁰ *Stone R.*, The Modern Law of Contract, fifth edition, Cavendish Publishing limited, Portland, Oregon, USA, 2002, 64.

²¹ *Twigg-Flesner C.*, A Cross-Border-Only Regulations for Consumer Transactions in the EU, A Fresh Approach to EU Consumer Law, Springer Briefs in Business, 2012, 5.

²² *Loos M., Helberger N., Guibaut L., Pessers L.*, Digital Content Contracts for Consumers, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2012-66, Centre for the Study of European Contract Law, Working Paper Series No.2012-05, University van Amsterdam, The Netherlands, 2-5; *Twigg-Flesner C.*, A Cross-Border-Only Regulations for Consumer Transactions in the EU, 7.

²³ *Loos M.*, Right of Withdrawal, Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law, Sellier, European Law Publishers, Munich, 2009, 244-250.

თავის მხრივ, უფლების ეფექტურად განხორციელებისათვის გადამწყვეტია იმის განსაზღვრა, თუ რა ტიპის ხელშეკრულებები ჩაითვლება დისტანციურად დადებულად. „მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ 2011 წლის დირექტივა დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებს მიაკუთვნებს „ნებისმიერ გარიგებას, რომელიც დადებულია მომხმარებელსა და მენარმეს შორის დისტანციური ვაჭრობისათვის, ანდა მომსახურების განწესისათვის სპეციალურად ორგანიზებული სისტემის მეშვეობით, მომხმარებლისა და მენარმის ერთდროული მონაწილეობის გარეშე, დისტანციური კომუნიკაციის ერთი ან რამდენიმე განსაკუთრებული წესის გამოყენებით.“²⁴ დისტანციური ხელშეკრულებების მოცემული დეფინიცია თავის თავში მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან ელემენტს.

4.1. გარიგების ნამდვილობა

პირველ რიგში, ამ გზით დადებული ყველა შეთანხმება უნდა აკმაყოფილებდეს გარიგების ნამდვილობისათვის ნაყენებულ პირობებს, რაც ევროკავშირის დირექტივებისაგან დამოუკიდებლად რეგულირდება წევრი სახელმწიფოების შიდა კანონმდებლობით.²⁵

4.2. კომუნიკაციის არარსებობა

ხელშეკრულების დისტანციურად დადებულად მიჩნევისა და, შესაბამისად, ხელშეკრულების უარყოფის უფლების დაცვითი ფუნქციის გამართლებისათვის მნიშვნელოვანია ამ ტიპის ხელშეკრულებების განსაკუთრებულობის წარმოჩენა. „განსაკუთრებულობაში“, უპირველეს ყოვლისა, იგულისხმება ხელშეკრულების პირობებზე შეთანხმება მხარეთა პირისპირი კომუნიკაციის გარეშე, რომელიც მოიცავს როგორც მოლაპარაკებების პროცესს, ასევე უშუალოდ ხელშეკრულების დადების ფაქტსაც. დისტანციური ვაჭრობა ხასიათდება იმ თავისებურებით, რომ გამყიდველი ამყარებს სახელშეკრულებო ურთიერთობებს მყიდველთან ისე, რომ ამ ურთიერთობის მონაწილე პირები არათუ პირისპირ არ ხვდებიან ერთმანეთს, არამედ, ხშირ შემთხვევაში, თანხმობა ოფერტზე შემოიფარგლება მხოლოდ შესაბამის ლილაკზე დაჭერით, რაც საკმარისია ხელშეკრულების დადებულად მიჩნევისა და თვითბოჭვისათვის.²⁶

ნიშანდობლივია, რომ, თუ ხელშეკრულების დადების რომელიმე სტადიაზე მომხმარებელს შეუძლია შეხვდეს მენარმეს ან წინასწარ, ფიზიკურად დაათვალიეროს მისთვის სასურველი საქონელი და შემდგომ შეათანხმოს პირობები, ასეთი ხელშეკრულება არ ჩაითვლება დისტანციურად დადებულად და ვერც მომხმარებელი ვერ ისარგებლებს ხელშეკრულების უარყოფის უფლებით.²⁷

²⁴ Directive 2011/83/EU Of The European Parliament and of The Council of 25 October 2011, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0083> 26.04.2014

²⁵ *Fina S.*, The Consumer's Right of Withdrawal and Distance Selling in Europe: A Consumer Stronghold in European Distance Selling and E-Commerce, in Festschrift Franz Zehetner, Markus Haslinger, Arthur Kanonier and Sylvia Zehetner eds. 2009, 31; *Spindler G., Borner F.*, E-Commerce Law in Europe and the USA, Springer, Verlag Berlin Heidelberg, 2002, *Schmidt W-A., Priess M.*, Germany, 164-176, *Renard L. A., Barberis M. A.*, France, 97-101.

²⁶ *Fina S.*, The Consumer's Right of Withdrawal and Distance Selling in Europe: A Consumer Stronghold in European Distance Selling and E-Commerce, in Festschrift Franz Zehetner, Markus Haslinger, Arthur Kanonier and Sylvia Zehetner eds. 2009, 31.

²⁷ იქვე.

4.3. ხელშეკრულების დადების მეთოდი

იმისათვის, რომ მომხმარებელმა ისარგებლოს უარყოფის უფლებით, ხელშეკრულება უნდა დაიდოს დისტანციური კომუნიკაციის წესების გამოყენებით. დისტანციურ კომუნიკაციაში იგულისხმება ხელშეკრულების დადებაზე წინადადების შეთავაზება, ისევე, როგორც ამ შეთავაზების მიღება და არსებით პირობებზე შეთანხმება ტელეფონის, ფაქსის, ინტერნეტის, ელექტრონული ფოსტის ან სხვა დისტანციური კომუნიკაციის მეთოდის გამოყენებით.²⁸

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მობილური ტელეფონების ფუნქციის გაფართოებამ წარმოშვა მათი გამოყენებით ხელშეკრულების დადების შესაძლებლობის საკითხი. ამ თემასთან დაკავშირებით არსებობდა აზრთა სხვადასხვაობაც, თუმცა მობილური ტელეფონების ბოლოდროინდელმა ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა ცხადყო, რომ თანამედროვე პირობებში მობილური ტელეფონი თავისუფლად შეიძლება იყოს გამოყენებული როგორც ხელშეკრულების დადების ინსტრუმენტი. უფრო მეტიც, არ არის აუცილებელი, ტელეფონს წვდომა ჰქონდეს ინტერნეტთან და ელექტრონული კომუნიკაციის წყაროდ იქცეს. დღევანდელ რეალობაში მოკლე ტექსტური შეტყობინებაც, SMS, საკმარისია კონტრაქტის ნების გამოვლენისათვის და, მაშასადამე, ხელშეკრულების მბოჭავი ძალის წარმოშობისათვის.²⁹

რაც შეეხება ელექტრონული წესით ხელშეკრულების დადებას, საგულისხმოა, რომ საერთაშორისო სავაჭრო პალატა ელექტრონულად დადებულ ხელშეკრულებას განმარტავს როგორც მხარეების კომპიუტერების მეშვეობით ქსელურად ან ელექტრონული გზავნილების საშუალებით ხელშეკრულების დადების ავტომატურ პროცესს.³⁰ ამასთან, არსებობს ელექტრონული ხელშეკრულების დადების სამი ფორმა: ყველაზე გავრცელებულია ხელშეკრულების დადება ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით. ელექტრონული ფოსტა შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს როგორც ოფერტის, ასევე აქცეპტის გასაგზავნად; ელექტრონულად დადებული ხელშეკრულებების მეორე სახეა მსოფლიო ქსელის მეშვეობით დადებული ხელშეკრულებები. ასეთ შემთხვევაში მენარმე თავის ვებგვერდზე მიუთითებს საქონლის კატალოგს და ინფორმაციას მისი მახასიათებლებისა და ღირებულების შესახებ. მომხმარებელი ვებგვერდის დათვალიერების შედეგად ირჩევს მისთვის სასურველ საქონელს და ხელშეკრულების პირობებზე დათანხმებით ყიდულობს მას; ელექტრონული კომერციის მესამე ფორმაა ისეთი ხელშეკრულებები, რომელთა პირობებიც მენარმეთა ვებგვერდზე მოცემულია დამაკავშირებელი ბმულის მეშვეობით, ე.წ. გადამამისამართებელი ხელშეკრულებები. მათი თავისებურება ისაა, რომ მომხმარებელს უნევს რამდენიმე კომპლექსური ანდა ერთმანეთისაგან დამოუკიდებელი ხელშეკრულების პირობებზე დათანხმება სასურველი საქონლის ყიდვის მიზნით.³¹

²⁸ *Fina S.*, The Consumer's Right of Withdrawal and Distance Selling in Europe: A Consumer Stronghold in European Distance Selling and E-Commerce, in *Festschrift Franz Zehetner*, Markus Haslinger, Arthur Kanonier and Sylvia Zehetner eds. 2009, 31.

²⁹ *Henderson K., Poulter A.*, The Distance Selling Directive, <http://www.cis.strath.ac.uk/cis/research/publications/papers/strath_cis_publication_238.pdf>, [09.05.2014], 238.

³⁰ International Chamber of Commerce (ICC), General Usage for International Digitally Ensured Commerce (GUIDEC), Version II, www.iccwbo.org.

³¹ *Wang F.F.*, Law of Electronic Commercial Transactions, Contemporary Issues in EU, US and China, *Rutledge Research in IT and E-Commerce Law*, Taylor & Francis Group, New York 2010, 34; *Nimmer R. T.*, The Legal Landscape of E-commerce: Redefining Contract Law in an Information Era, *Journal of Contract Law Conference*, "Contract and the Commercialization of Intellectual Property", Singapore Academy of Law and Singapore Management University, 2006, 15.

4.4. ციფრული შიგთავსის მქონე საქონელი და ხელშეკრულების უარყოფის უფლება

ელექტრონული ვაჭრობის მასშტაბებმა და ტექნოლოგიურმა პროგრესმა გავლენა მოახდინა მომსახურებისა და საქონლის მოთხოვნისა და მონოდების ფორმატზეც. ნივთების მოძრავად და უძრავად ტრადიციული კლასიფიკაციის გვერდზე ჩნდება ისეთი „საქონელი“, რომელიც თავისი შინაარსით არცერთ მათგანს არ მიეკუთვნება. საუბარია ციფრული შიგთავსის მქონე მატერიალურ სიკეთეებზე, რომლებიც ყოველდღიურად სხვადასხვა ხელშეკრულების საგნად გვევლინება. ასეთებია ე.წ. ონლაინგარიგებები, რომელთა არა მხოლოდ დადება, არამედ შესრულებაც ელექტრონული ფორმით ხორციელდება. მაგალითად, ელექტრონული პროგრამის შეკვეთა ინტერნეტით, როდესაც მისი მინოდება ხდება ვებგვერდიდან ელექტრონული პროგრამის ჩამოტვირთვით, ან ინფორმაციის მინოდება ელექტრონული ფორმით და ა.შ.³²

„მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ 2011 წლის დირექტივა ყურადღებას ამახვილებს ციფრული შიგთავსის მქონე საქონელზე და განმარტავს მას, როგორც „მონაცემებს, რომელთა წარმოება და მინოდება ხორციელდება ისეთი ციფრული ფორმატით, როგორებიცაა: კომპიუტერული პროგრამა, განაცხადის ფორმები, თამაშები, მუსიკა, ვიდეო- ან ტექსტი, იმის მიუხედავად, ისინი ხელმისაწვდომია ჩამოტვირთვის თუ პირდაპირი გამოყენების გზით მატერიალური (სხეულებრივი) მატარებლიდან ან სხვა წყაროდან. იმ შემთხვევაში კი, როცა ციფრული შინაარსის მქონე შიგთავსის მინოდება ხდება სხეულებრივი მატარებლიდან, როგორცაა, ვთქვათ, CD/DVD დისკები, ანდა USB-მატარებელი, იგი, ჩვეულებრივ, მოძრავ ნივთად განიხილება.“³³

ამ საკითხის განხილვა მით უფრო მნიშვნელოვანია უარყოფის უფლებასთან მიმართებით, ვინაიდან ხელშეკრულებებში, სადაც შეთანხმების საგანი ციფრული შინაარსის მქონე შიგთავსია, მომხმარებლის უფლება ხელშეკრულების უარყოფაზე იზღუდება. კერძოდ, ასეთ ხელშეკრულებებში მომხმარებელი უფლებამოსილია, ისარგებლოს ნების უკან გამოთხოვის შესაძლებლობით, ვიდრე ციფრული შინაარსის მქონე შიგთავსის გადმოტვირთვის პროცესი დაიწყება. როგორც კი ამ სახის პროდუქტის მინოდება დაიწყება, ანდა დასრულდება, მომხმარებელი (შემძენი) კარგავს ხელშეკრულების უარყოფის უფლებას. ამ შემთხვევაში, ციფრული შინაარსის მქონე საქონლის მინოდებას წინ უნდა უსწრებდეს მომხმარებლის ინფორმირებული თანხმობა ჩამოტვირთვის დაწყებაზე და მენარმის მხრიდან სავალდებულო გაფრთხილება იმის შესახებ, რომ შეძენილი საქონლის ჩამოტვირთვის დაწყებისთანავე მომხმარებელი კარგავს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლებას.³⁴

³² Loos M., Helberger N., Guibaut L., Pessers L., Digital Content Contracts for Consumers, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2012-66, Centre for the Study of European Contract Law, Working Paper Series No.2012-05, University van Amsterdam, The Netherlands, 3; Loos M., The Regulation of Digital Content B2C Contracts in CESL, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2013-60, Centre for the Study of European Contract Law, Working Paper Series No.2013-10, University van Amsterdam, The Netherlands, 1-2; ერქვანია თ., მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტები ელექტრონული ვაჭრობის სფეროში და ქართული კანონმდებლობა, ჟურნ. „მართლმსაჯულება და კანონი“, №3(30), 2011, 49.

³³ Directive 2011/83/EU Of The European Parliament and of The Council of 25 October 2011, < <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>>.

³⁴ Roinn Post A., Nualaichta F., Consultations on the Implementation of Directive 2001/83/EU On Consumer Rights, < <http://www.djei.ie/publications/commerce/2013/CRD.pdf>>, [10.02.2014].

საგულისხმოა, რომ ამგვარი დათქმა იცავს მენარმეებს არაკეთილსინდისიერი მომხმარებლებისაგან. კერძოდ, არ არის გამორიცხული, რომ მომხმარებელმა ბოროტად ისარგებლოს ხელშეკრულების უარყოფის უფლებით – გადმოტვირთოს მისთვის სასურველი კომპიუტერული პროგრამა ან ინფორმაცია, გაეცნოს მას, გააკეთოს ასლი და შემდეგ მოინდომოს მისი უკან გადაგზავნა, მასში გადახდილი თანხის დაბრუნების მოთხოვნით.³⁵ სწორედ ამის გათვალისწინებით ზღუდავს კანონმდებელი ხელშეკრულების უარყოფის უფლების მოქმედებას ციფრული შიგთავსის მქონე საქონლისათვის. ცხადია, ამგვარი მიდგომა გამართლებულად უნდა ჩაითვალოს, ვინაიდან ციფრული შიგთავსის მქონე საქონელი უმეტეს შემთხვევაში საავტორო უფლებით არის დაცული (მაგ., ელექტრონული წიგნები). თუ მომხმარებლებს განუსაზღვრელი უფლება ექნებათ ასეთი საქონლის შედარებით ნაკლები დანახარჯით გამოყენებისათვის, ეს, უპირველეს ყოვლისა, გამოიწვევს სხვათა (საავტორო უფლებების მქონე პირთა) უფლებების დარღვევას, რაც მიუღებელია კერძო სამართლის ფუნდამენტური პრინციპებისათვის.³⁶

4.5 აუქციონი, როგორც დისტანციურად ვაჭრობის ფორმა და ხელშეკრულების უარყოფის უფლება

აუქციონი ვაჭრობის ფორმაა, რომლის ტრადიციაც ჩაისახა ბაბილონში, ჯერ კიდევ 500-იან წლებში ჩვ. წ.აღ.-ამდე, როცა ქალები იყიდებოდნენ ყველაზე გულუხვი შეთავაზების შედეგად. იქიდან მოყოლებული აუქციონი არ კარგავს თავის აქტუალობას, მაგრამ, ბაბილონის ტრადიციებისაგან განსხვავებით, თანამედროვე გაგებით. აუქციონი ნიშნავს საქონლისა და მომსახურების შეთავაზებას კონკურსის მეშვეობით, სადაც ყველაზე მაღალ შეთავაზებას სახელშეკრულებო ბოჭვის ძალა აქვს. საუკუნეების განმავლობაში ვაჭრობის ეს სახე სხვადასხვა ფორმით ჩამოყალიბდა. ზოგი ორგანიზებულია საჯარო დაწესებულებების მიერ, ზოგი სასამართლოების მიერ, ზოგი პროფესიონალი სპეციალისტების და ზოგიც პირდაპირ მოვაჭრეების მიერ.³⁷

წლების წინ აუქციონები, ძირითადად, ტარდებოდა საამისოდ მოწყობილ შენობებში. თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარებამ გავლენა ვაჭრობის ამ ფორმაზეც მოახდინა. დღეს აუქციონის ჩატარება და მასში მონაწილეობის მიღება შესაძლებელია ინტერნეტის საშუალებითაც, რასაც შედეგად მოჰყვა ფართო მასების ხელმისაწვდომობა ვაჭრობის ამ სახეობაზე. შესაბამისად, ვირტუალური ფორმით ჩატარებული აუქციონი დისტანციური ხელშეკრულების ერთ-ერთ გამოვლინებად ითვლება.³⁸

³⁵ *Riefa Ch.*, The Reform of Electronic Consumer Contracts in Europe: Towards an Effective Legal Framework?, 39, <http://www.lex-electronica.org/docs/articles_244.pdf>, [08.05.2014].

³⁶ *Loos M., Helberger N., Guibaut L., Pessers L.*, Digital Content Contracts for Consumers, Amsterdam Law School Legal Studies Research Paper No. 2012-66, Centre for the Study of European Contract Law, Working Paper Series No.2012-05, University van Amsterdam, The Netherlands, 12-14.

³⁷ *Riefa Ch.*, A Dangerous Erosion of Consumer Rights: The Absence of a Right to Withdraw from Online Auctions, Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law, *Howells G., and Schultze R.*, eds., Sellier European Law Publishers, pp. 177-188, 2009, SSRN, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1374063> [15.01.2015], 1.

³⁸ *Riefa Ch.*, A Dangerous Erosion of Consumer Rights: The Absence of a Right to Withdraw from Online Auctions, Modernizing and Harmonizing consumer Contract Law, Geraint Howells and Reiner Schultze, eds., Sellier European Law Publishers, pp. 177-188, 2009, SSRN, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1374063>, [15.01.2015], 1.

აუქციონზე გამარტივებულმა წვდომამ მთელი რიგი უხერხულობებისა წარმოშვა მომხმარებლებისათვის. ერთ შემთხვევაში, ეს არის პირისპირი კომუნიკაციის არარსებობა და, შესაბამისად, პირობების დაზუსტების შეუძლებლობა; სხვა შემთხვევაში, შექმნილი საქონლის შეუსაბამობა ოფერტში აღწერილ მახასიათებლებთან, მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები, დაზიანებული ან გატეხილი საქონლის მიწოდება ან საერთოდ სხვა საქონლის გადაცემა. ამიტომაც ინტერნეტაუქციონები მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მარეგულირებელი კანონმდებლობის ფარგლებში მოექცნენ. თუმცა ამ საკითხის მიმართ არ არსებობდა ერთგვაროვანი დამოკიდებულება ევროპის კავშირის წევრი სახელმწიფოების კანონმდებლობებში.³⁹

ეს განსაკუთრებით თვალსაჩინო იყო ხელშეკრულების უარყოფის უფლებასთან მიმართებით. მაგალითად, საფრანგეთსა და ლუქსემბურგში მომხმარებლები, რომლებიც მონაწილეობდნენ ინტერნეტაუქციონებში, დაცული იყვნენ დისტანციურად დადებული ხელშეკრულების შესახებ წესებით და, შესაბამისად, შეეძლოთ, ესარგებლათ ხელშეკრულების უარყოფის უფლებით. დასახელებულ ქვეყნებში მხოლოდ საჯარო აუქციონზე არ ვრცელდებოდა დისტანციურად დადებული ხელშეკრულების დაცვითი ნორმები. ბელგიასა და საბერძნეთში „იბი“ აუქციონები ასევე ექცეოდნენ დისტანციური ვაჭრობის რეჟიმში, ვინაიდან ამ სახელმწიფოების შიდა კანონმდებლობები საერთოდ არ ითვალისწინებდა აუქციონების მიმართ დისტანციურად დადებული ხელშეკრულების შესახებ დირექტივის შეზღუდვებს. მაგალითად, გერმანიაში მომხმარებლები სარგებლობდნენ ადეკვატური დაცვით ინტერნეტაუქციონში მონაწილეობისას, რაც განპირობებული იყო გერმანიის ფედერალური სასამართლოს გადაწყვეტილებით, რომელმაც დაუშვა ხელშეკრულების უარყოფის უფლების გამოყენების შესაძლებლობა ინტერნეტაუქციონის შედეგად დადებული ხელშეკრულების მიმართ.⁴⁰

ინტერნეტით გამართულ აუქციონებში ხელშეკრულების უარყოფის უფლების მიმართ ერთგვაროვანი მიდგომის დამკვიდრების მიზნით, 2011 წლის დირექტივაში „მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ პირდაპირ მიეთითა, რომ ამ დირექტივის მოქმედება და, შესაბამისად, ხელშეკრულების უარყოფის უფლება არ ვრცელდება მხოლოდ საჯარო აუქციონებზე. ამასთან, განიმარტა საჯარო აუქციონის შინაარსიც. კერძოდ, ასეთად მიიჩნევა ისეთი აუქციონი, რომელსაც მენარმე და მომხმარებელი პირადად ესწრება ან აქვთ პირადად დასწრების შესაძლებლობა. ინტერნეტპლატფორმების გამოყენება აუქციონებისათვის, რომლებიც მომხმარებლების და მენარმეების განკარგულებაშია, არ უნდა ჩაითვალოს საჯარო აუქციონად ამ დირექტივის მიზნებისათვის.⁴¹

შესაბამისად, თუ აუქციონი ტარდება ინტერნეტის გამოყენებით ისე, რომ მხარეებს არა აქვთ მასზე დასწრების შესაძლებლობა, ეს ჩაითვლება დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებად და მომხმარებელი უფლებამოსილი იქნება, სურვილის შემთხვევაში, ისარგებლოს ხელშეკრულების უარყოფის უფლებით. ამასთან, უფლების არსებობის შესახებ მომხმარებელს უნ-

³⁹ *Twig-Flesner Ch., Metcalfe D., The Proposed Consumer Rights Directive – Less Haste, More Thought?* European Review of Contract Law, 2009, SSRN, <<http://ssrn.com/abstract=1345783>>, [20.01.2015], 9.

⁴⁰ *Riefa Ch., A Dangerous Erosion of Consumer Rights: The Absence of a Right to Withdraw from Online Auctions, Modernizing and Harmonizing consumer Contract Law, Geraint Howells and Reiner Schultze, eds., Sellier European Law Publishers, pp. 177-188, 2009, SSRN, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1374063> [15.01.2015], 3.*

⁴¹ Directive 2011/83/EU Of The European Parliament and of The Council of 25 October 2011, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32011L0083_26.04.2014.

და ეცნობოს აუქციონის დასრულების, შედეგების გამოცხადებისა და გამარჯვებულის გამოვლენის შემდეგ. ამგვარი რეგულირება ანგარიშს უწევს ინტერნეტაუქციონის თავისებურებას. კერძოდ, აუქციონის მიმდინარეობისას კონკრეტულ მხარესთან ხელშეკრულების დადებამდე ფაქტობრივად შეუძლებელია ხელშეკრულების პოტენციური და, ამასთანავე, უცნობი პირისათვის მისი უფლებების ინდივიდუალური განმარტება. მომხმარებელს მხოლოდ სახელშეკრულებო ბოჭვის პირობებში ეძლევა ხელშეკრულების ცალმხრივად გაუქმების დამატებითი შანსი. გარდა ამისა, რადგანაც მომხმარებელი ხელშეკრულების დადებისთანავე უნდა იქნეს გაფრთხილებული ხელშეკრულების უარყოფის უფლების წესისა და პირობების შესახებ, მენარმე ვალდებულია, დაუყოვნებლივ, პირველი შესაძლებლობისთანავე წერილობით განუმარტოს მას ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების თაობაზე. ამ ვალდებულების დარღვევა იწვევს ხელშეკრულების გადახედვის ვადის გახანგრძლივებას.⁴²

5. დასკვნა

ამდენად, ხელშეკრულების უარყოფის უფლება დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებებში მომხმარებელთა დაცვას ემსახურება. თავის მხრივ, დაცვაში იგულისხმება მომხმარებელთა თვითგამორკვევისა და სწორი არჩევანის გაკეთების ხელშეწყობა. შეიძლება ითქვას, რომ ხელშეკრულების უარყოფის უფლება იცავს მომხმარებლებს არასწორი არჩევანისაგან და მისი გადალახვის ქმედით მექანიზმად ითვლება. ამავდროულად, ხელშეკრულების შემდგომი გადახედვის შესაძლებლობა ყოველთვის ვერ იხსნის მომხმარებელს იმედგაცრუებისაგან, მაგრამ იგი დისტანციურად დადებულ ხელშეკრულებას შექცევით ეფექტს აძლევს. ხელშეკრულების უარყოფის უფლებას შეუძლია, დაიცვას მომხმარებელი დადებული ხელშეკრულების გამო სინანულის გრძნობის განცდისაგან და ნაახალისოს იგი მომავალში ხელშეკრულებების დისტანციურად დადებისაკენ. სწორედ ამიტომაც ითვლება მომხმარებლებისათვის მინიჭებული ეს საგამონაკლისო რეგულაცია მათი უფლებების დაცვის ეფექტურ საშუალებად, რომელიც, ერთი მხრივ, ემსახურება მომხმარებლის დამაჯერებლობისა და ნდობის ამაღლებას, ხოლო, მეორე მხრივ, ხელს უწყობს დისტანციურად დადებულ სახელშეკრულებო ურთიერთობების მხარდაჭერასა და მათ შემდგომ განვითარებას.

⁴² კროფტოლერი ი., გერმანიის სამოქალაქო კოდექსი, სასწავლო კომენტარი, საიას იურიდიული განათლების ხელშეწყობის ფონდი GIZ-ის დავალებით, თბ., 2014, 251-252.