



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის  
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
იურიდიული ფაკულტეტი

# სამართლის ჟურნალი

№2, 2019



უნივერსიტეტის  
გამომცემლობა

## მომხმარებელთა უფლება განათლებაზე საქართველოსა და ევროპული კავშირის ქვეყნებში

დღეს მომხმარებლები მონაწილეობენ მრავალ ბაზარში, სადაც მოზღვავებული ინფორმაცია, ასევე, პროდუქციისა და მომსახურების ფართო არჩევანია. ზოგადად, პროდუქტების და სერვისების მწარმოებლებს, ასევე მიმწოდებლებს აქვთ საბაზრო ძალაუფლება და ინფორმაციული უპირატესობა მომხმარებლებთან შედარებით, რომლებიც ძნელად თუ ერკვევიან შემოთავაზებული სერვისებისა და პროდუქტების მნიშვნელოვან სახელშეკრულებო პირობებში. ბაზრების ეს მახასიათებელი, ბუნებრივია, აიძულებს ქვეყნების მთავრობებს აამაღლონ მომხმარებელთა ფინანსური განათლების დონე.<sup>1</sup>

საერთოდ, მომხმარებელთა განათლებას შეუძლია განავითაროს კრიტიკული აზროვნება, აამაღლოს კლიენტთა ცნობიერება და გაზარდოს მათი აქტივობა. მომხმარებელთა განათლება დღეს მრავალ სფეროს მოიცავს. კერძოდ, მხარეთა უფლება-ვალდებულებებს, პერსონალური ფინანსირების საკითხებს, პროდუქციის სწორად მოხმარების წესებს, ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებას და სხვა, ე. ი. მომხმარებელთა განათლება რთული პროცესია.<sup>2</sup>

გასულ პერიოდში ევროპის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის მიერ სხვადასხვა ქვეყანაში ჩატარებულმა კვლევამ გამოკვეთა მომხმარებელთა განათლების კუთხით არსებული პრობლემები (სამომხმარებლო საკითხებთან დაკავშირებით მომხმარებელთა მწირი ცნობიერება; მათი განათლებისთვის საჭირო სტრატეგიებისა და სამართლებრივი მექანიზმების არარსებობა; ასევე, შესაბამისი რესურსების შეზღუდულობა). სამწუხაროდ, საქართველო დღესაც მსგავსი გამოწვევების წინაშეა, რაც განპირობებულია ხარვეზული კანონმდებლობით, უფლებამოსილი უწყებებისა თუ ორგანიზაციების სუსტი ურთიერთთანამშრომლობითა და უცხოეთის ანალოგიურ დაწესებულებებთან კავშირის არქონით; აგრეთვე, კერძო სექტორის პასიურობით.

ყოველივეს გათვალისწინებით, მომხმარებელთა განათლების უფლება აქტუალური სამართლებრივი საკითხია. შესაბამისად, წინამდებარე ნაშრომის მიზანია ეროვნული თუ საერთაშორისო რეგულაციებისა და დამკვიდრებული პრაქტიკის ანალიზი; არსებული სამართლებრივი პრობლემების იდენტიფიცირება და მათი თანმიმდევრულად აღმოფხვრისათვის საჭირო პროცედურების წარმოდგენა. ამ მიზნის მისაღწევად, სტატიაში გამოიყენება კვლევის შედეგების სამართლებრივი და ანალიტიკური მეთოდები.

**საკვანძო სიტყვები:** მომხმარებელთა განათლების უფლება, გაერო-ს №39.248 რეზოლუცია, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონპროექტი.

### 1. შესავალი

მომხმარებლების მიერ ეფექტიანი გადაწყვეტილებების მიღება და საკუთარი ინტერესების დაცვა ყოველ ჯერზე სათანადო ინფორმირებას მოითხოვს. ამ თვალსაზრისით, მომხმარებელთა განათლება უაღრესად მნიშვნელოვანია და იგი წარმოადგენს ინფორმირებული და სასარგებლო გადაწყვეტილების მისაღებად უნარ-ჩვევების შექმნა-განვითარების პროცესს. განათლება მომხმარებელთა ძირითად უფლებებს შორის ერთ-ერთია (ამ უფლებებში კი შედის ჯანმრთელობის დაცვა,

\* სამართლის მაგისტრი, იურიდიული ფაკულტეტი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის; ქ. თბილისის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს განათლებისა და კულტურის კომისიის სამდივნოს სპეციალისტი.

<sup>1</sup> Neuberger D., Financial Inclusion, Regulation and Education in Germany, ADBI Working Paper, №530, Asian Development Bank Institute (ADBI), Tokyo, 2015, 17.

<sup>2</sup> OECD, Consumer Education Policy Recommendations of the OECD's Committee on Consumer Policy, Paris, DSTI/CP, 2009, 5/Final, 3.

უსაფრთხოებისა და ეკონომიკური ინტერესების უზრუნველყოფა, ანაზღაურებით დაკმაყოფილება, ინფორმაციის მიღება და წარმომადგენლობის განხორციელება).<sup>3</sup>

მომხმარებელთა განათლება, ასევე მნიშვნელოვანია მენარმეებისთვისაც, რომლებიც კონკურენციის პირობებში საქმიანობენ და სურთ, გაზარდონ გაყიდვები, მიიღონ მეტი ფინანსური სარგებელი და გაიმყარონ საბაზრო პოზიციები. ბუნებრივია, მრავალი პროდუქტისა თუ მომსახურების შედარებისათვის მომხმარებლებს სჭირდებათ სრული ინფორმაცია და მისი სწორად აღქმის უნარი, რაც განაპირობებს მათ გადაწყვეტილებას – შეისყიდონ ან არ შეიძინონ რაიმე პროდუქტი თუ მომსახურება. ამიტომ, მენარმეები ცდილობენ, დროულად და ამომწურავად მიაწოდონ ინფორმაცია მომხმარებლებს, რომ სწორედ მათი პროდუქცია და სერვისი გაიყიდოს. განსაკუთრებული დატვირთვა აქვს ფინანსურ განათლებასაც, რომელიც სწორი საჭიროებების განსაზღვრას უზრუნველყოფს. ამასთან, მომხმარებლები, რომლებიც უგულვებელყოფენ ამ ფაქტორს, გაცილებით ბევრ ფინანსურ სახსრებს ხარჯავენ სერვისებზე/პროდუქტებზე და მეტად დამოკიდებულნი არიან სესხებზე.<sup>4</sup> ფინანსური განათლების მნიშვნელობაზე მეტყველებს 2014 წელს ჩატარებული *Gallup World Poll*-ის კვლევა, რომლის ფარგლებში მსოფლიოს მასშტაბით 150 000 ადამიანი გამოიკითხა. შედეგად, ევროპაში ფინანსური განათლების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი დაფიქსირდა: დანიაში, ფინეთში, გერმანიაში, ჰოლანდიაში, შვედეთში, ნორვეგიასა და დიდ ბრიტანეთში; დადგინდა, რომ მოზარდების დაახლოებით 65%-ი ფინანსურ საკითხებში კარგად ერკვევა.<sup>5</sup> ასე რომ, ეს ქვეყნები მომხმარებელთა მრავალმხრივ განათლებას საკმაო ყურადღებას აქცევენ. აღსანიშნავია, რომ, მომხმარებელთა განათლება საყოველთაოდ მნიშვნელოვანია, იგი ემსახურება მართლზომიერ, ეკონომიკურად მიზანშეწონილ ინტერესებსა და საჭიროებებს, ასევე ხელს უწყობს სამართლიანი და დაბალანსებული კონკურენციის განვითარებას, რაც საერთო-საზოგადოებრივ სიკეთესთან ერთად, სახელმწიფოს პრიორიტეტული მიზანიც არის. ამიტომ, მომხმარებელთა განათლება სახელმწიფოს პოლიტიკის მნიშვნელოვანი ელემენტი<sup>6</sup> და საჯარო-კერძო სექტორების თანამშრომლობის ერთ-ერთი საფუძველია.

ხსენებულიდან გამომდინარე, მომხმარებელთა განათლების უფლება ასახულია როგორც საერთაშორისო, ასევე ეროვნულ კანონმდებლობებსა და რეკომენდაციებში, სახელმძღვანელოებსა თუ სამოქმედო გეგმებში. მაგალითად, „ევროპული კავშირის ფუნქციონირების შესახებ“ ხელშეკრულების 169-ე<sup>7</sup> მუხლით გათვალისწინებული მომხმარებელთა განათლების უფლება მჭიდრო კავშირშია ინფორმირების უფლებასთან და განავრცობს მას. მსგავსი ფუნქცია აქვს ამავე ხელშეკრულების 165-ე და 167-ე<sup>8</sup> მუხლებსაც. ამასთანავე, 1997 წლის ე.წ. ამსტერდამის ხელშეკრულების 153-ე მუხლით მომხმარებელთა დაცვის ერთ-ერთ ძირითად მიზნად სწორედ მომხმარებელთა განათლება განი-

<sup>3</sup> *Harding C., Kohl U., Salmon N., Human Rights in the Market Place, The Exploitation of Rights Protection by Economic Actors, Aberystwyth University, UK, 2016, 132.*

<sup>4</sup> *Klapper L., Lussardi A., Oudheusden P. V., Financial Literacy Around the World: Insights From The Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey, 2015, 4, <[https://responsiblefinanceforum.org/wp-content/uploads/2015/12/2015-Finlit\\_paper\\_17\\_F3\\_SINGLES.pdf](https://responsiblefinanceforum.org/wp-content/uploads/2015/12/2015-Finlit_paper_17_F3_SINGLES.pdf)> [28/03/2019].*

<sup>5</sup> იქვე, 7.

<sup>6</sup> *Reich N., Micklitz H-W., Rott P., Tonner K., European Consumer Law, 2<sup>nd</sup> ed., Vol. 5, Cambridge, 2014, 26.*

<sup>7</sup> ევროპული კავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების 169.1 მუხლის მიხედვით, მომხმარებელთა ინტერესების დაცვისათვის, ევროპული კავშირი, სხვა ზომებთან ერთად, ხელს უწყობს მომხმარებელთა განათლების უფლებას. *Article 169, Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union, Official Journal of the European Union, EU, C 326/47, 01/12/2009.*

<sup>8</sup> 165-ე მუხლის შესაბამისად, ევროპული კავშირი განათლების ხარისხის გასაზრდელად უზრუნველყოფს წევრ ქვეყნებს შორის თანამშრომლობას. ამასთანავე, საგანმანათლებლო პროცესში კავშირი გაითვალისწინებს სახელმწიფოთა კულტურულ და ლინგვისტურ განსხვავებულობას. ხოლო 167-ე მუხლის მიხედვით, ევროპული კავშირი დაეხმარება წევრ სახელმწიფოებს საერთო კულტურული ღირებულებების განვითარებაში და პატივს სცემს მათ ეროვნულ თუ რეგიონულ მრავალფეროვნობას. იქვე, მუხლები — 165, 167.

საზღვრა, რომელსაც ევროპის კავშირმა უნდა მიაღწიოს.<sup>9</sup> აქვე ხაზი უნდა გაესვას, რომ ეს ნორმები მომხმარებელთა განათლების მნიშვნელოვანი, მაგრამ არა ერთადერთი, დამცავი მექანიზმებია, რაც ცალკეული ქვეყნების მაგალითზეც უკეთ გამოჩნდება.

## **2. მომხმარებელთა განათლების უფლების გარანტიები**

მომხმარებელთა განათლების უფლების გარანტიების შესაქმნელად, ბუნებრივია, საჭირო იყო ქვეყნებში არსებული გამოწვევების იდენტიფიცირება, მათი კატეგორიებად დაყოფა და შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება. სწორედ ამიტომ, ევროპის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის (ეთგო) მომხმარებელთა პოლიტიკის კომიტეტმა 2008 წელს ჩატარა კვლევა, რომლის მიზანი იყო დაედგინა, თუ რა მექანიზმებით უზრუნველყოფდნენ წევრი სახელმწიფოები მომხმარებელთა განათლებას. მომზადდა ანალიტიკური მოხსენება, რომელიც ეხებოდა სხვადასხვა ქვეყანაში მომხმარებელთა საგანმანათლებლო ინსტიტუციების მხარდაჭერის საკითხებს და არასამთავრობო ორგანიზაციების როლს აღნიშნულ პროცესში, არსებულ ძირითად ტენდენციებსა და გამოწვევებს, ასევე, განათლების პროგრამების შეფასების მექანიზმებს. კვლევა ჩატარდა ევროპული კავშირის ოცდაშვიდ ქვეყანაში და გამოვლინდა ექვსი ძირითადი გამოწვევა:

1. ქვეყნების უმეტესობაში არ არსებობდა მომხმარებელთა განათლების სტრატეგიები;
2. აუცილებელი იყო მომხმარებელთა განათლების საერთო დონის ამაღლება;
3. სკოლებში სასწავლო პროგრამების მხოლოდ მცირე ნაწილი შეიცავდა მომხმარებელთა განათლების ელემენტებს;
4. საჭირო იყო მომხმარებელთა განათლების უკეთ ინტეგრირება სხვადასხვა სასწავლო სისტემაში;
5. გამოიკვეთა სამომხმარებლო საკითხების სწავლებისათვის მოტივაციის ნაკლებობა;
6. მომხმარებელთა განათლებისთვის საჭირო რესურსები შეზღუდული იყო.<sup>10</sup>

მომხმარებელთა პოლიტიკის კომიტეტმა ამ ანალიტიკური რეპორტის საფუძველზე 2009 წელს მოამზადა რეკომენდაციები, სადაც გაიწერა ძირითადი ამოცანები, რომლებიც, თავის მხრივ, ქვეყნებში რეკომენდაციებად დაიყო. ესენია:

**1. მომხმარებელთა განათლების უზრუნველსაყოფად მიზნების/სტრატეგიების დასახვა და მათი შედეგების შეფასება – ა)** იგი უზრუნველყოფს მომხმარებელთა განათლების პოლიტიკის ეფექტიანობას. ამიტომ, ამგვარი მიზნების განსაზღვრისა და სტრატეგიების შემუშავებისას, საჭიროა სხვადასხვა დანესებულებისა და სახელმწიფო უწყებების მჭიდრო კოორდინაცია, როგორც შიდაეროვნულ, ასევე სხვა შესაბამის დონეებზე. **ბ)** მომხმარებელთა განათლება უნდა დაიწყოს ადრეული ასაკიდან და გაგრძელდეს მთელი ცხოვრების განმავლობაში. იგი უნდა ინტეგრირდეს ხანგრძლივ საგანმანათლებლო პროგრამებში ან სასკოლო კურიკულუმებში (საჭიროების მიხედვით). **გ)** მომხმარებელთა განათლებისთვის საჭირო მასალები უნდა შეესაბამებოდეს თანამედროვე მოთხოვნებს.

**2. მომხმარებელთა განათლებისთვის საერთო მიდგომების შერჩევა – ა)** განათლების ცალკეული პროგრამების არსებობის მიუხედავად, მომხმარებლები უნდა ჩაერთონ სასკოლო პროექტებში. მიზანშეწონილია, რომ მომხმარებელთა განათლება დამოუკიდებელ საგნად ისწავლებოდეს სკოლებში. ამასთან, ძალისხმევა უნდა გაიწიოს, რომ მასწავლებლები და მოსწავლეები მაქსიმალურად

<sup>9</sup> Article 153, Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts - Final Act, Official Journal of the European Communities, Vol. 40, OJ C 340, 10/11/1997, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1997:340:FULL&from=EN>> [28.03.2019].

<sup>10</sup> OECD, Consumer Education Policy Recommendations of the OECD's Committee on Consumer Policy, Paris, DSTI/CP, 2009, 5/Final, 3.

დაინტერესდნენ მომხმარებელთა განათლების საკითხებით. ბ) სხვადასხვა უწყებამ და დაწესებულებებმა უნდა ითანამშრომლონ, რათა შექმნან მასწავლებლებისათვის ადვილად ხელმისაწვდომი სასწავლო მასალები. გ) სახელმწიფოთა მთავრობებმა მომხმარებელთა სწავლება მუდმივ პროცესად უნდა გარდაქმნან. დ) მომხმარებელთა საგანმანათლებლო პროგრამები უნდა განსხვავდებოდეს ადრესატი ჯგუფების მიხედვით (მათი დემოგრაფიული და სოციალურ-ეკონომიკური ფაქტორების გათვალისწინებით). ყურადღება უნდა გამახვილდეს შედარებით დაუცველ მომხმარებლებზე - ბავშვებზე, მოხუცებზე, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებზე და სხვ. ე) სატელევიზიო არხები, ინტერნეტ რესურსები (საგანმანათლებლო პორტალები, სოციალური ქსელები, ბლოგები, სიახლეების საიტები, ვიდეო მასალები და სხვ.) ეფექტურად უნდა გამოიყენებოდეს მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლებისთვის.

**3. მომხმარებელთა განათლების პროცესში მონაწილეთა კოორდინაციისა და თანამშრომლობის გაუმჯობესება – ა)** უნდა გაუმჯობესდეს სამთავრობოთაშორისი თანამშრომლობა შესაბამის დაწესებულებებს შორის (განსაკუთრებით, განათლების სამინისტროებსა და მომხმარებელთა საკითხების სამინისტროებს შორის). **ბ)** ბიზნესექტორმა მომხმარებელთა განათლების საკითხებში კონსულტაცია უნდა გაუწიონ მთავრობებს; საქმიანობის სფეროების მიხედვით, უნდა შექმნან საკუთარი მეთოდოლოგიები და გაიდლაინები მომხმარებელთა განათლებისათვის. **გ)** კომპეტენტურ უწყებებს შორის უნდა გაუმჯობესდეს საერთაშორისო თანამშრომლობა, რათა ამაღლდეს მომხმარებელთა განათლების საერთო დონე. გაზიარებულ უნდა იქნას სხვადასხვა ქვეყნის წარმატებული გამოცდილება. **დ)** პროცესში მონაწილე მხარეებმა უნდა გაინაწილონ პასუხისმგებლობა სხვადასხვა სფეროებში; შექმნან სინერჯის ეფექტი და გამოიციონ სახსრების არაეფექტური ხარჯვა. **ე)** მასწავლებლებმა და სხვა დაინტერესებულმა პირებმა აქტიურად უნდა იმუშაონ მომხმარებელთა საგანმანათლებლო მასალების გაუმჯობესებისთვის.<sup>11</sup>

გამოვლენილი გამოწვევების დასაძლევად და შემუშავებული რეკომენდაციების შესასრულებლად, ევროპულ კავშირში დაიწყო სხვადასხვა ღონისძიების განხორციელება. მათ შორის, 2003 წელს ევროკომისიამ დაიწყო პროგრამა „ონლაინგანათლების განვითარება სრულწლოვანი მომხმარებლებისთვის“ (*DOLCETA*). რვა წლის განმავლობაში ევროპული კავშირის ექსპერტებმა შექმნეს სასწავლო გეგმები, რომლებიც მოიცავდა მომხმარებელთა შესახებ კანონმდებლობის, ფინანსური განათლების, სერვისის/პროდუქტის მომხმარებისა და უსაფრთხოების საკითხებს. პროექტის მიზანი იყო ევროპული კავშირის მოქალაქეთა ცნობიერების ამაღლება მომხმარებელთა უფლებებთან მიმართებით. რაც შეეხება პროექტის ბენეფიციარებს, ესენი იყვნენ: ფართო საზოგადოება, ლექტორები, მასწავლებლები და არასამეწარმეო ორგანიზაციები. თუმცა პროექტის სიძვირის გამო, 2013 წელს იგი შეწყვიტეს და ჩაანაცვლეს ვებგვერდით „მომხმარებელთა საკლასო ოთახი“.<sup>12</sup> ეს მრავალწლოვანი საიტი საშუალო სკოლებში მომხმარებელთა განათლების მიზნით, ევროპული კავშირის მასწავლებლებს უზრუნველყოფს სასწავლო მასალებით. ისინი თემატურად არის დალაგებული და პერიოდულად ახლდება, მასწავლებლებს აქვთ სრული წვდომა მათზე და შეუძლიათ, თვითონაც განათავსონ სასწავლო მასალები სხვებისთვის გასაზიარებლად.<sup>13</sup> ამასთანავე, 2012 წელს გამოქვეყნდა მომხმარებელთა

<sup>11</sup> OECD, Consumer Education Policy Recommendations of the OECD's Committee on Consumer Policy, Paris, DSTI/CP, 2009, 5/Final, 2, 5, 6, 7, 8.

<sup>12</sup> Euro Parliament, Parliamentary Questions, 2014, <[www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+P-2014-004562+0+DOC+XML+V0//EN&language=en](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+P-2014-004562+0+DOC+XML+V0//EN&language=en)> [04.12.2018].

<sup>13</sup> საიტი ხელმისაწვდომია ნორვეგიულ, გერმანულ, ინგლისურ, ფრანგულ, იტალიურ, პოლონურ, რუმინულ, სლოვაკურ, შვედურ, დანიურ, ესტონურ, ესპანურ, ხორვატიულ, ლატვიურ, უნგრულ, ჰოლანდიურ, პორტუგალიურ, სლოვაკურ, ფინურ, ჩეხურ, ბელგიურ და სხვა ენებზე. Consumer Classroom, European Commission, <[www.consumerclassroom.eu/en/about](http://www.consumerclassroom.eu/en/about)> [04.12.2018].

გეგმა, რომლის საფუძველზე ევრო კომისია ქმნის პლატფორმას საუკეთესო გამოცდილების გაზიარებისა და სასწავლო მასალების სპეციალისტებისთვის მისანოდებლად, რომლებიც 12-18 წლის ასაკის მოზარდებთან მუშაობენ.<sup>14</sup>

მომხმარებელთა განათლების უფლების საერთაშორისო მნიშვნელობის უკეთ გააზრებისთვის, წინამდებარე ნაშრომში წარმოდგენილია ცალკეულ ქვეყნებში დამკვიდრებული გარანტიები, რაც შედარებითსამართლებრივი ანალიზის საშუალებას იძლევა. შესაბამისად, სტატიაში, საქართველოსთან ერთად, განხილულია აღმოსავლეთ, ცენტრალური და ჩრდილოეთ ევროპის სახელმწიფოების (ფინეთის, გერმანიის, ავსტრიის, რუმინეთის, იტალიის, შვედეთის, ჩეხეთის, უნგრეთის, ესპანეთისა და ნორვეგიის) პრაქტიკაც. აღსანიშნავია, რომ ამ ათმა ქვეყანამ ეროვნულ დონეზე ეტაპობრივად დახვეწეს მომხმარებელთა საგანმანათლებლო სტანდარტები, გააძლიერეს უწყებათაშორისი თანამშრომლობა, შეიმუშავეს სამოქმედო გეგმები და ინტენსიურად ახორციელებენ სხვადასხვა ღონისძიებას. ამიტომ, ხსენებულ სახელმწიფოებში მომხმარებელთა განათლება სახელმწიფოს პრიორიტეტად იქცა და მისი მნიშვნელობა იზრდება.

ავსტრიაში „მომხმარებელთა უფლებების შესახებ“ დირექტივის<sup>15</sup> შესაბამისად, სოციალურ საკითხთა და მომხმარებელთა დაცვის სამინისტრო უზრუნველყოფს მომხმარებელთათვის საჭირო ინფორმაციის<sup>16</sup> მიწოდებას სკოლის მასწავლებლებისთვის. სამინისტრო აგრეთვე მონაწილეობს კონფერენციებსა და სასწავლო პროგრამებში, რათა გადაამზადოს შესაბამისი სპეციალისტები. მომხმარებელთა ინფორმირებისა და განათლების სფეროში დაინტერესებულ მასწავლებლებს წელიწადში ოთხჯერ ეგზავნებათ საინფორმაციო ბიულეტენები და სხვა მასალები. ამასთანავე, ხსენებულ პროგრამაში მონაწილეობა უფასოა და იგი ავსტრიის მთელ ტერიტორიაზე ვრცელდება. მომხმარებელთა განათლებისთვის ფინანსთა სამინისტროც ახორციელებს სხვადასხვა აქტივობას. კერძოდ, ამოქმედებს ახალგაზრდულ საგანმანათლებლო ვებგვერდს. ამასთანავე, ონლაინპორტალით ვრცელდება საგანმანათლებლო და საინფორმაციო ვიდეოები. დამატებით, ავსტრიის საგადასახადო და საბაჟო ადმინისტრაცია, ავსტრიის სკოლების ხელმძღვანელობასთან თანამშრომლობით, მოსწავლეებს ასწავლის საგადასახადო და საბაჟო საკითხებს.<sup>17</sup>

გერმანიაში ქვეყნის მასშტაბით მოქმედი ინსტიტუციები და დანესებულებები ფედერალური ბიუჯეტიდან ფინანსდება მომხმარებელთა ზოგადი განათლებისა და საკონსულტაციო პროგრამების განსახორციელებლად. ამ პროცესში მონაწილე როლს ასრულებს გერმანიის მომხმარებელთა ორგანიზაციების ფედერაცია, რომელიც აერთიანებს 51 ასოციაციას. იგი უკვე 30 წელია, რაც ენერჯის მოხმარებასთან დაკავშირებით გასცემს კონსულტაციებს. კერძოდ, მთელი ქვეყნის ტერიტორიაზე 350-ზე მეტი ენერგოკონსულტანტი ცნობებს აწვდის მომხმარებლებს ენერჯის მწარმოებლების, მისი მოხმარებისა და კონსერვაციის საკითხებზე.<sup>18</sup>

<sup>14</sup> Overview of Consumer Education in Europe, 1-2, <[www.academia.edu/14258385/Overview\\_of\\_consumer\\_education\\_in\\_Europe](http://www.academia.edu/14258385/Overview_of_consumer_education_in_Europe)> [28/03/2019].

<sup>15</sup> Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on Consumer Rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council (Text with EEA relevance), Official Journal of the European Union, L 304/64, (12), 22/11/2011.

<sup>16</sup> აღსანიშნავია, რომ ხსენებული სამინისტროს III დეპარტამენტი სპეციალურად მომხმარებელთა დაცვისათვის მუშაობს. Basic Information Report Austria, Reporting Year 2012/2013 Institutions, Procedures, Measures, Federal Ministry of Labor, Social Affairs and Consumer Protection, Vienna, 2013, 10.

<sup>17</sup> Behavioural Insights Applied to Policy, Austria, Country Overview, 3, <[www.ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc-biap2016-austria\\_en.pdf](http://www.ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc-biap2016-austria_en.pdf)> [01.04.2019].

<sup>18</sup> Federation of German Consumer Organisations – VZBV, The Voice of the Consumer, 1, 3, <[www.en.vzbv.de/vzbv\\_image\\_brochure.pdf](http://www.en.vzbv.de/vzbv_image_brochure.pdf)> [01.04.2019].

აღსანიშნავია, რომ 2016 წლის სექტემბრიდან გერმანიის სამხრეთ-აღმოსავლეთ მიწის – ბადენ-ვიურტემბერგის საშუალო სკოლებში წარმოდგენილ იქნა ახალი სასწავლო სქემა, შემუშავდა სავალდებულო სილაბუსი, რომლითაც კვების საკითხები და მომხმარებელთა განათლება საშუალო სკოლებში ინტერდისციპლინარულ საგნად შეიტანეს.<sup>19</sup> განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა მომხმარებელთა ფინანსურ განათლებას, რისთვისაც მოქმედებს ფინანსური განათლების პროექტი. მას ახორციელებენ მომხმარებელთა საკონსულტაციო ორგანიზაციები და სხვა დაწესებულებები, რათა მომხმარებელთა ჭარბვალიანობა თავიდან იქნეს არიდებული. მომხმარებლები სწავლობენ საკუთარი ეკონომიკური საჭიროებების განსაზღვრასა და ფინანსური სერვისების კრიტიკულ შეფასებას. ევროპის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციამ ეს პროგრამა შეაფასა, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე წარმატებული პროგრამა მომხმარებელთა განათლების სფეროში.<sup>20</sup> აღსანიშნავია ისიც, რომ გერმანიას აქვს სასმელებისა და კვების პროდუქტების უდიდესი საცალო ბაზარი ევროპის მასშტაბით, ამიტომ გერმანელი მომხმარებლები ყურადღებას მუდმივად ამახვილებენ ორგანულ, უსაფრთხო და ხარისხიან პროდუქციაზე. შესაბამისად, გასაკვირი არაა, რომ ისინი სულ უფრო კარგად ერკვევიან პროდუქციის მოხმარების საკითხებში.<sup>21</sup>

რუმინეთში დღეისათვის 800 000-ზე მეტი რეგისტრირებული ფირმაა (უმეტესად, კერძო კომპანიები), რომლებიც ხარისხიანი მენეჯმენტის დანერგვის გზით ცდილობენ კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას, მათი ნაწილი კი – საერთაშორისო ბაზარზე გასვლას. ამ პროცესში ქვეყანას ესაჭიროება ეროვნული პოლიტიკა და სტრატეგიები, რომლებიც, თავის მხრივ, მოიცავენ პროდუქციის/სერვისის ხარისხის უზრუნველყოფის, კონკურენციის განვითარებისა და მომხმარებელთა განათლების კომპონენტებს.<sup>22</sup>

სწორედ ამიტომ, მომხმარებელთა დაცვის ეროვნული სამსახური 2001 წლიდან მოყოლებული, ყოველწლიურად ატარებს ღონისძიებებს მომხმარებელთა ინფორმირებისთვის, მართავს პრესკონფერენციებს, ავრცელებს ბეჭდურ მასალებს. ქვეყანაში 2008 წლიდან ტარდება სპეციალური კამპანია, რომელიც ემსახურება მომხმარებელთა ინფორმირებასა და მათთვის სახელმძღვანელოების შემუშავებას. ამრიგად, რუმინეთი ამ გზით ასრულებს „მომხმარებელთა დაცვის ძირითადი პრინციპების შესახებ“ გაეროს 1985 წლის №.39.248 რეზოლუციას, რომლის მიხედვით, წევრმა ქვეყნებმა უნდა შექმნან მომხმარებელთა განათლების სისტემა და უზრუნველყონ მომხმარებელთა ეფექტიანი განათლება.<sup>23</sup> ბუნებრივია, ამ პროცესში რუმინეთმა, გერმანიისა და ავსტრიის მსგავსად, სათანადო ყურადღება უნდა დაუთმოს მომხმარებელთა განათლების ელემენტის სკოლებში შეტანასაც.

რაც შეეხება იტალიას, 2010 წელს გაეროს გარემოს დაცვის პროგრამამ შეიმუშავა რეკომენდაციებისა და გაიდლაინების პაკეტი სახელწოდებით – *Here and Now! Education for Sustainable Consumption*. იგი მოიცავს ახალგაზრდა მომხმარებლების ფორმალურ და არაფორმალურ განათლებას სხვადასხვა

<sup>19</sup> Angele C., Nutrition and Consumer Education as a Constituent Part of Global Education in the Light of the New Education Framework in State Schools in Southern Germany: The Case of Baden-württemberg, *International Journal of Development Education and Global Learning*, 9 (2) 2017, 90.

<sup>20</sup> Neuberger D., Financial Inclusion, Regulation, and Education in Germany, ADBI Working Paper, № 530, Asian Development Bank Institute (ADBI), Tokyo, 2015, 17, 18.

<sup>21</sup> Daly E., Origin Green Ambassador, German Market, German Consumers are Educated, Discerning and Future Focused, <[www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/germanconsumersareeducated,discerningandfuturefocused.aspx](http://www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/germanconsumersareeducated,discerningandfuturefocused.aspx)> [01.04.2019].

<sup>22</sup> Drăgulănescu N. -G., Years of Quality Management and Consumer Protection in Romania, University Polytechnics of Bucharest, 2013, 13, <[www.researchgate.net/publication/307473866\\_21\\_years\\_of\\_quality\\_management\\_and\\_consumer\\_protection\\_in\\_Romania/download](http://www.researchgate.net/publication/307473866_21_years_of_quality_management_and_consumer_protection_in_Romania/download)> [01.04.2019].

<sup>23</sup> Condrea E., Popovici V., Bucur Crina R., The Consumers' Protection in Romania – Authorities' Permanent Preoccupation, 601, <<http://steconomiceuradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/106.pdf>> [03.12.2018].

ინტერდისციპლინარული მეთოდის გამოყენებით. იტალიამ სწორედ ამ გაიდლაინების შერულების მიზნით დანერგა სასწავლო პროგრამა ნორვეგიის „ჰელმარკის საუნივერსიტეტო კოლეჯთან“ თანამშრომლობით.<sup>24</sup> ამასთანავე, ქალაქ რომის „რომა ტრეს“ უნივერსიტეტში პერიოდულად იბეჭდება სპეციალური გამოცემები მნიშვნელოვან სამომხმარებლო საკითხებზე. იტალიაში მომხმარებელთა განათლების ღონისძიებებს, ასევე, ახორციელებს მომხმარებელთა ეროვნული გაერთიანება, რომელიც ექსკლუზიურად მომხმარებელთა უფლებების დაცვაზე მუშაობს.<sup>25</sup> აქვე, კონკურენციის სააგენტომ (ICA) რამდენიმე ინიციატივა წამოაყენა, რომლის მიხედვით ფონდებს შეუძლიათ, განახორციელონ ფინანსური პროექტები მომხმარებელთა ინფორმირებისა და განათლების დონის ასამაღლებლად, განსაკუთრებით ახალგაზრდა თაობებში.

შვედეთში მომხმარებელთა სააგენტო „უმაღლესი განათლების შესახებ“ აქტის მოთხოვნათა შესაბამისად, ქმნის და ავრცელებს მომხმარებელთა საგანმანათლებლო მასალებს.<sup>26</sup> სკოლებში „საყოფაცხოვრებო და მომხმარებელთა განათლება“ ცალკე საგნადაა შემოღებული და მაღალ კლასებში ძირითადი საგნების პარალელურად ისწავლება. მომხმარებელთა განათლება აქ სავალდებულოა, მონაწილეები იღებენ საჭირო ინფორმაციას საკვებსა და ჯანმრთელობასთან, მომხმარებელთა უფლებებთან, ოჯახურ ეკონომიკებთან, გარემოს დაცვასა და რეკლამასთან დაკავშირებით.<sup>27</sup> აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა ასოციაციებს შეუძლიათ მონაწილეობის მიღება სასკოლო კურიკულუმების შემუშავებაში, მაგრამ მათი როლი, ძირითადად, არაფორმალურია და შემოიფარგლება დებატების, სემინარებისა და სასკოლო შეჯიბრებების ორგანიზებით. თუმცა მომხმარებელთათვის დამატებითი გარანტიების უზრუნველსაყოფად, ასოციაციები შეიმუშავებენ საგანმანათლებლო და პედაგოგიურ მასალებს (მასწავლებელთა სახელმძღვანელოებს, ბროშურებს, კითხვარებს), უზრუნველყოფენ მასწავლებელთა და ტრენერთა გადამზადებას.

აღსანიშნავია, რომ არჩევანის შესაძლებლობა და პროდუქტზე ინფორმირება მჭიდროდ უკავშირდება მომხმარებელთა განათლების მაჩვენებელს. კვლევებით გამოვლინდა, რომ ეს ინდიკატორი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია განვითარებადი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. მაგალითად, უნგრეთში, კომუნისტური მმართველობისას, მომხმარებლებს მცირე არჩევანი ჰქონდათ, ბაზარზე არ იყვნენ საერთაშორისო კომპანიები და ადგილობრივი მომხმარებლები ძალაუვნებურად ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში ნაწარმოებ, დაბალხარისხიან პროდუქციას იძენდნენ. ეს ფაქტი თავისებურად აისახებოდა მომხმარებელთა განათლების დონეზე. თუმცა გვიან 1990-იან წლებში, როდესაც ქვეყანაში ხელმისაწვდომი გახდა ახალი პროდუქცია/ზრენდები და გავრცელდა მარკეტინგული კამპანიები, ინდუსტრიების წარმომადგენლებმა მომხმარებელთა განათლების მიმართულებით დადებითი ძვრები შენიშნეს.<sup>28</sup>

დღეს უნგრეთში მომხმარებელთა ადრეული ასაკიდანვე განათლება სახელმწიფო პოლიტიკის პრიორიტეტია, რისთვისაც შესაბამისი უწყებები თანამშრომლობენ საშუალო და უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, სხვადასხვა ღონისძიების ჩასატარებლად. 2012 წლიდან ბავშვებისათ-

<sup>24</sup> Here and Now! Education for Sustainable Consumption, Recommendations And Guidelines, United Nations Environment Programme, Paris, 2010, 36, <[www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1252xPA-Here%20and%20Now%20EN.pdf](http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1252xPA-Here%20and%20Now%20EN.pdf)> [28.03.-2019].

<sup>25</sup> National Consumer Union of Italy, <[www.consumatori.it/welcome/](http://www.consumatori.it/welcome/)> [03.12.2018].

<sup>26</sup> OECD, Promoting Sustainable Consumption — Good Practices in OECD Countries, 2008, 26, <[www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf](http://www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf)> [03.12.2018].

<sup>27</sup> Consumer Education — Draft Report, Directorate for Science, Technology and Industry, Committee on Consumer Policy, Organisation for Economic Co-operation and Development, DSTI/CP, 11/REV4, 2007, 5, 8, 20, <[www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP\(2007\)11/REV4&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP(2007)11/REV4&docLanguage=En)> [03.12.2018].

<sup>28</sup> Cutler R. A., Price L. L., Feick L., Micu C., The Evolution of Consumer Knowledge and Sources of Information: Hungary in Transition, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 33, № 4, 2005, 608, <[www.academia.edu/17831503/The\\_Evolution\\_of\\_Consumer\\_Knowledge\\_and\\_Sources\\_of\\_Information\\_Hungary\\_in\\_Transition](http://www.academia.edu/17831503/The_Evolution_of_Consumer_Knowledge_and_Sources_of_Information_Hungary_in_Transition)> [01.04.2019].



ვის ფუნქციონირებს სპეციალური ვებგვერდი, სადაც ისინი მრავალ ფორმატში ეცნობიან საგანმანათლებლო მასალას. „ეროვნული საჯარო განათლების შესახებ“ 2011 წლის აქტის მიხედვით კი – 2016 წლიდან საშუალო საგანმანათლებლო დაწესებულების ფინალურ გამოცდაზე მოსწავლეები აბარებენ ტესტს, რომელიც მოიცავს სამომხმარებლო საკითხებსაც.

ფინეთში მომხმარებელთა განათლება თავდაპირველად სკოლებში დამოუკიდებელ საგნად არ ისწავლებოდა და ის ცალკეულ საგნებში თემატურად ნაწილდებოდა. თუმცა 1994 წელს ფინეთის განათლების ეროვნულმა საბჭომ გამოაქვეყნა სასწავლო გეგმა, რომლითაც მუნიციპალიტეტებსა და სკოლებს გაეზარდათ დელეგირებული უფლებები. სკოლებში შეიქმნა ახალი კურიკულუმები და მომხმარებელთა განათლებას მეტი მნიშვნელობა მიენიჭა.<sup>29</sup> დღეისათვის, განათლების ეროვნული საბჭო დაწყებით და საშუალო საფეხურებზე ახორციელებს მომხმარებელთა სკოლამდელი განათლების პროგრამებს და ხელს უწყობს მასწავლებელთა გადამზადებას სპეციალურად ამ სფეროში (მათ აწვდის საჭირო საგანმანათლებლო რესურსებს და ნერგავს სასწავლო მეთოდოლოგიას).

ამასთანავე, ფინეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა სააგენტომ გამოკვეთა მომხმარებელთა განათლების პრიორიტეტული მიმართულებები და დასახა მიზნები, რომლებიც ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით გადაანაწილა. ეს ძირითადი მიმართულებებია: პროდუქციის ეფექტური მოხმარება, მედია და ტექნოლოგიური ცნობიერება, სახლის პირობებში სწავლების მენეჯმენტი და მომხმარებელთა ჩართულობა, მომხმარებელთა უფლებები და ვალდებულებები, პერსონალური ფინანსირების საკითხები, მარკეტინგი და კომერციული მედია.<sup>30</sup> ბუნებრივია, ეს მექანიზმები მომხმარებელთა განათლების დამატებითი გარანტიები იქნება, მით უმეტეს, სერვისისა და პროდუქციის მოზღვაგების პირობებში.

ჩეხეთში მომხმარებელთა განათლებაზე მუშაობენ სამთავრობო დაწესებულებები,<sup>31</sup> რომლებიც საგანმანათლებლო მასალას ავრცელებენ საიტების, ბეჭდური პრესის, ტელევიზიისა და რადიოს მეშვეობით. არასამთავრობო ორგანიზაციები სახელმწიფოს დაფინანსებით ახორციელებენ სასწავლო პროექტებს, ინტერნეტში ავრცელებენ ინფორმაციასა და ბეჭდურ სახელმძღვანელოებს, სწვენ კონსულტაციებს, ატარებენ სემინარებს, ლექციებსა და დისკუსიებს. ამავე პროცესში მონაწილეობენ მედია საშუალებებიც. მნიშვნელოვანი როლი აქვს ჩეხეთის მომხმარებელთა დაცვის ასოციაციას (SCS), რომელმაც დაწყებითი და საშუალო სკოლის სილაბუსებში შეიტანა მომხმარებელთა განათლება და თანამშრომლობს პედაგოგიკის ფაკულტეტებთან.<sup>32</sup> იგი 1993 წლიდან ავრცელებს სპეციალურ ჟურნალს – *Shield of Consumer*, ბროშურებს, ცნობარებს, ასევე CD დისკებს. მოქმედებს ასოციაციის საიტიც – *World of Consumer*, რომელიც ჩეხურ, ინგლისურ, ფრანგულ და გერმანულ ენებზეა ხელმისაწვდომი. საიტზე თავსდება კომენტარები მომხმარებელთა დაცვის მოქმედ კანონმდებლობასა და კანონპროექტებზე.

აქვე 2004 წელს გამოიცა წიგნი – *Guide to the Capital Market*, რომელიც საშუალო სკოლებისა და პროფესიული კოლეჯების მოსწავლეებისთვისაა განკუთვნილი და ფოკუსს ეკონომიკურ საკითხებზე აკეთებს. 2004-05 წლებში ჩეხეთის ტელევიზიასა და რადიოში გაეშვა შვიდეპიზოდისანი გადაცემა –

<sup>29</sup> Kärpistö K., The Objectives and Contents of and the Working Methods in Consumer Education for Teacher Training, Copenhagen, 2000, 12.

<sup>30</sup> Consumer Education, Finnish Competition and Consumer Authority, <[www.kkv.fi/en/education/](http://www.kkv.fi/en/education/)> [01.04.2019].

<sup>31</sup> მათ შორის, განათლების, ახალგაზრდულ საკითხთა და სპორტის სამინისტრო, რომელიც საშუალო სკოლებში უზრუნველყოფს მომხმარებელთა ფინანსურ განათლებას და ასევე, კონკურენციის დაცვის სამსახური (UOHS). The World Bank Private and Financial Sector Development Department Europe and Central Asia Region, Czech Republic Technical Note on Consumer Protection in Financial Services, Washington DC, 2007, 13, <[www.siteresources.worldbank.org/EXT/ECAR/REGTOPPRVSECDEV/Resources/CR\\_CPFS\\_12June07.pdf](http://www.siteresources.worldbank.org/EXT/ECAR/REGTOPPRVSECDEV/Resources/CR_CPFS_12June07.pdf)> [02.04.2019].

<sup>32</sup> Consumers Defence Association of the Czech Republic (SOS), <[www.nepim.eu/cms/index.php?article\\_id=13&clang=3](http://www.nepim.eu/cms/index.php?article_id=13&clang=3)> [04.12.2018].

*Investment Advisor*. ეს გადაცემა DVD ფორმატშიც გამოქვეყნდა და სასწავლო მასალების სახით დაეგზავნა სკოლებს.<sup>33</sup> ამასთანავე, 2005 წელს ჩეხეთის მომხმარებელთა ასოციაციამ წამოიწყო ფართომასშტაბიანი კამპანია სახელწოდებით *Read before you sign!*, რომელიც მომხმარებლებს ურჩევს, რომ მნიშვნელოვანი დოკუმენტების ხელმოწერამდე ყურადღებით გაეცნონ მის პირობებს (განსაკუთრებით, ფინანსური სერვისების შესყიდვამდე).<sup>34</sup>

**ესპანეთში** კონსტიტუციის მიხედვით, მომხმარებელთა დაცვა ერთ-ერთი ძირითადი პრინციპია. კონსტიტუციის 51-ე მუხლის შესაბამისად, ხელისუფლებამ უნდა უზრუნველყოს მომხმარებელთა განათლება.<sup>35</sup> აქ, მომხმარებელთა დაცვის მარეგულირებელი ნორმები, ძირითადად, კონსტიტუციასა და ევროპული კავშირის კანონმდებლობას ეფუძნება.<sup>36</sup> 1983 წელს რვა სხვადასხვა ავტონომიური რეგიონიდან დამოუკიდებელმა მომხმარებელთა ასოციაციებმა შექმნეს მომხმარებელთა კონფედერაცია (*CECU*), რომელიც ესპანეთის მომხმარებელთა საბჭოს წევრია. ეს კონფედერაცია ქვეყანას წარმოადგენს ევროპის დონეზე სტანდარტიზაციის საკითხებში მომხმარებელთა წარმომადგენლობების ასოციაციასა (*ANEC*) და ევროპული კავშირის მომხმარებელთა საკონსულტაციო ჯგუფთან (*ECCG*).

მომხმარებელთა კონფედერაციამ მოაწყო 6 რეგიონთაშორისი კონგრესი ესპანური და ლათინური ამერიკის სააგენტოებისთვის, სადაც 18 ქვეყნის მომხმარებელთა ასოციაციებმა მიიღეს მონაწილეობა. შედეგად, ზოგიერთ მათგანთან გაფორმდა თანამშრომლობის ხელშეკრულებები. დღეისათვის, კონფედერაცია ლობირებს მომხმარებლებს; ატარებს საინფორმაციო და საგანმანათლებლო კამპანიებს/პროექტებს; თანამშრომლობს სხვადასხვა უწყებასთან, როგორც ეროვნული, ასევე ევროპის მასშტაბით.<sup>37</sup> ფინეთის, გერმანიის, ავსტრიის, რუმინეთის, იტალიის, შვედეთის, ჩეხეთისა და უნგრეთის მსგავსად, აქაც არის დანერგილი მომხმარებელთა განათლების პროგრამები. მათ შორის, სასკოლო პროგრამა მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლებისათვის. არსებობს ბეჭდური რესურსები და საიტები პროდუქციასა და მომსახურებაზე მომხმარებელთა უკეთესი ინფორმირებისთვის.<sup>38</sup>

**ნორვეგია** არაა ევროპული კავშირის წევრი ქვეყანა, მაგრამ ამკვიდრებს მის მსგავს სტანდარტებსა და გარანტიებს მომხმარებელთა განათლებისთვის. ჩრდილოეთის მინისტრთა საბჭოს<sup>39</sup> ცნობით, ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ბავშვები მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენენ ოჯახების საბაზრო გადაწყვეტილებებზე და პატარა ასაკიდანვე ითვისებენ მომხმარებელთა როლს. შესაბამისად, საზოგადოების, მედიისა და ბაზრების ცვლილების პარალელურად, დღეს მომხმარებელთა განათლება ადრეული ასაკიდანვეა აუცილებელი.<sup>40</sup> მინისტრთა საბჭოს განმარტებით, სკოლებში მომხმარებელთა განათლების საკითხები სხვადასხვა საგანში უნდა ისწავლებოდეს (როგორებიცაა, ეთიკა, სა-

<sup>33</sup> The World Bank Private and Financial Sector Development Department Europe and Central Asia Region, Czech Republic Technical Note on Consumer Protection in Financial Services, Washington DC, 2007, 39, <[www.siteresources.worldbank.org/EXT/ECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/CR\\_CPFS\\_12June07.pdf](http://www.siteresources.worldbank.org/EXT/ECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/CR_CPFS_12June07.pdf)> [02.04.2019].

<sup>34</sup> იქვე, 21.

<sup>35</sup> *Gutierrez J., Buigas B.*, Consumer Protection in Spain, Comparative Law Yearbook of International Business, Barcelona, 2014, 2, 3.

<sup>36</sup> იქვე, 1.

<sup>37</sup> Consumers International, <[www.consumersinternational.org/members/members/confederation-of-consumers-and-users-cecu/](http://www.consumersinternational.org/members/members/confederation-of-consumers-and-users-cecu/)> [02.01.2019].

<sup>38</sup> European Commission (EC), Consumer Policy Institutions, National Consumer Organizations at Listing, 2017, Finland - 3, 4, 6, 11, 12, 13, Germany - 14, Austria - 17, Romania - 14, Italy - 19, 20, Sweden - 8, Czech Republic - 16, Hungary - 29, Spain - 2, 3, 6, 8, 9, <[www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations\\_en](http://www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations_en)> [07.11.2018].

<sup>39</sup> დანიის, ისლანდიის, ნორვეგიის, ფინეთისა და შვედეთის ეკონომიკური, იურიდიული და კულტურული თანამშრომლობის საბჭო. შეიქმნა 1952 წელს, ჰყავს 87 წევრი. Nordic Co-operation, <[www.norden.org/en/nordic-council](http://www.norden.org/en/nordic-council)> [02.04.2019].

<sup>40</sup> Teaching Consumer Competences – a Strategy for Consumer Education, Proposals of Objectives and Content of Consumer Education, Copenhagen, 2009, 20, 26.

შინაო ეკონომიკა, უცხო ენები, სოციალური თუ საბუნებისმეტყველო მეცნიერებები, ხელოვნება, ფსიქოლოგია, მათემატიკა, ტექნოლოგიები, მედია და სხვ.).

აქედან გამომდინარე, ნორვეგიის მთავრობისთვის მომხმარებელთა განათლება პრიორიტეტულია და იგი მოიცავს: მომხმარებელთა დაცვის საკითხებზე მასწავლებელთა გადამზადებასა და შესაბამისი სასკოლო პროგრამების შექმნას, სკოლებისათვის საინფორმაციო წყაროების მიწოდებას, საჭირო მასალების ფართოდ გავრცელებას, ნორვეგიის უნივერსიტეტის მიერ ერასმუსის აკადემიური ქსელის გამოცდილების გაზიარებას, ევროპის თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის „მომხმარებელთა განათლების შესახებ“ რეკომენდაციების გათვალისწინებას, გაეროსთან შესაბამის პროექტებში თანამშრომლობას.

ნათელია, რომ პრიორიტეტებით განსაზღვრულ ამ მიზნებს ნორვეგია თანდათანობით აღწევს. კერძოდ, 2010 წელს შემუშავდა მასწავლებელთა გადამზადების ახალი სახელმძღვანელოები; „მოხმარებელთა დაცვა და პერსონალური ეკონომიები“ ცალკე საგნად შეიტანეს ეროვნულ სასწავლო გეგმაში; მომდევნო პერიოდში კი – განახლდა საგანი „საკვები და ჯანმრთელობა.“<sup>41</sup>

**საქართველოში** მომხმარებელთა განათლებაზე მუშაობს მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური, რომელიც 2014 წლიდან, მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლებისა და საინფორმაციო უზრუნველყოფის მიზნით, ატარებს ღონისძიებებს. სამსახური კონსულტაციებს უწევს მომხმარებლებს მათი უფლებების შესახებ, ახორციელებს საინფორმაციო კამპანიებს, აწყობს სამუშაო შეხვედრებს, ავრცელებს ბროშურებს, თანამშრომლობს მედიის წარმომადგენლებთან.<sup>42</sup> თუმცა კვლავ აქტუალურია მომხმარებელთა არასათანადო ინფორმირების პრობლემა, რაც უარყოფითად აისახება მათი სამომხმარებლო განათლების დონეზეც. კერძოდ, საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური გამოქვეყნებულ წლიურ ანგარიშში უთითებს, რომ წინა წლის მსგავსად, 2017 წელსაც განსაკუთრებული აქტუალობით წარმოჩინდა საზოგადოების, როგორც სატელეკომუნიკაციო დარგის მომხმარებელთა არასათანადო ინფორმირების პრობლემა. მიმდინარე წელს აღნიშნულ საკითხზე მნიშვნელოვნად იმატა მოქალაქეთა მხრიდან მომართვიანობის მაჩვენებელმა. სამსახურში შემოსულ საჩივართა უმრავლესობა ასევე ეხებოდა მომსახურების მიმწოდებლის მიერ მომხმარებლისთვის უზუსტო, არასწორი და ბუნდოვანი ინფორმაციის მიწოდებას.<sup>43</sup>

მართალია, საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური გარკვეულწილად იცავს მომხმარებელთა განათლების უფლებას, მაგრამ ის არ ეხება სასკოლო საგანმანათლებლო პროგრამებს; ანუ, სამსახური არ თანამშრომლობს საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროსთან. შესაბამისად, ზემოთხსენები ღონისძიებები არასაკმარისია და ეფექტიანობის, ხანგრძლივობის, თუ მასშტაბურობის თვალსაზრისით მნიშვნელოვან სარგებელს ვერ იძლევა.

<sup>41</sup> European Commission (EC), Consumer policy institutions, National Consumer Organizations at Listing, 2017, Finland - 3, 4, 6, 11, 12, 13, Norway - 15, <[www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations\\_en](http://www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations_en)> [09.11.2018].

<sup>42</sup> სამსახური პერიოდულად მონაწილეობს მომხმარებელთა ინფორმირებასთან თემატურად დაკავშირებულ აქტივობებში (მაგ., შეხვედრა გამართა შპს „კაკასუს ონლაინის“ წარმომადგენლებთან ომბუდსმენის რეკომენდაციასთან დაკავშირებულ საკითხზე; ჩაატარა დისკუსია „სატელევიზიო სერვისის ხარისხი საქართველოში“, გამართა პრესკონფერენცია მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საერთაშორისო დღესთან დაკავშირებით. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიასთან დამოუკიდებლად მოქმედი მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური, მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურის საქმიანობის ანგარიში 2014 წელი, თბ., 2014, 9, 18, 25, 32.

<sup>43</sup> საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიასთან დამოუკიდებლად მოქმედი მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური, მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურის საქმიანობის ანგარიში 2017 წელი, თბ., 2017, 10.

ამ უფლების უზრუნველსაყოფად მუშაობს საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროც. კერძოდ, მომხმარებელთა განათლების კომპონენტი ნაწილობრივ შეტანილია III-IV კლასისთვის განკუთვნილ საგანში „მე და საზოგადოება“, რომელიც უკვე ისწავლება სკოლებში. ასევე, VII-IX კლასებისთვის მომზადებულია საგანი „მოქალაქეობა“, რომელიც აგრეთვე ითვალისწინებს მოსწავლეთა განათლებას მომხმარებელთა უფლებებისა და მოვალეობებში;<sup>44</sup> მისი სწავლების დაწყება დაგეგმილია 2019-2020 სასწავლო წლიდან.<sup>45</sup> მაგრამ, აღსანიშნავია, რომ ეს საგნები მხოლოდ სკოლის მოსწავლეებისთვის არის განკუთვნილი და უფროსი ასაკის მომხმარებელთა განათლებას არ უზრუნველყოფს. არადა, საქართველოში (ისევე, როგორც სხვა ქვეყნებში) სწორედ საშუალო ასაკის მომხმარებლები არიან ეკონომიკურად ყველაზე აქტიურნი, რადგან შემოსავლის დამოუკიდებელი წყარო გააჩნიათ.<sup>46</sup> შესაბამისად, საქართველოში სწორედ მათი განათლების პროგრამებია გასააქტიურებელი, რათა დაბალანსდეს სხვადასხვა ასაკის მომხმარებელთა ინტერესები.

საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს 2015 წლის კანონპროექტის (2018 წლის 14 ივნისის სამუშაო რედაქცია) მე-2 მუხლი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში სახელმწიფოს პოლიტიკას განსაზღვრავდა და ადგენდა, რომ სახელმწიფოს უნდა უზრუნველყო მომხმარებელთა განათლება.<sup>47</sup> თავისთავად, ეს ნორმა პროგრესული იყო, რადგან სახელმწიფოს ავალდებულებდა შეექმნა მომხმარებელთა განათლების მექანიზმები და ისინი პრაქტიკულად აემოქმედებინა. თუმცა მოგვიანებით აღნიშნული ჩანაწერი საერთოდ ამოიღეს და კანონპროექტის ბოლო ვერსია<sup>48</sup> აღარ შეიცავს ჩანაწერს საქართველოს სახელმწიფოს ვალდებულებაზე – უზრუნველყოს მომხმარებელთა განათლება. ამგვარად, კანონმდებელმა, ნებისთ თუ უნებლიედ, პერსპექტივაში შეზღუდა მომხმარებელთა განათლების უფლების რეალიზების საშუალებები.

კანონპროექტის ბოლო სამუშაო ვერსიაში სამომხმარებლო განათლებასთან დაკავშირებით მოგვიანებით ვაკეთდა სხვა ჩანაწერი. კერძოდ, 38-ე მუხლის „დ“ პუნქტში მიეთითა, რომ არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირები უფლებამოსილი არიან მონაწილეობა მიიღონ მომხმარებლის საინფორმაციო კამპანიებისა და საგანმანათლებლო პროგრამების განხორციელებაში.<sup>49</sup> მაგრამ, ეს ტექნიკური მანევრი ვერ ასწორებს ზემოთაღნიშნულ საკანონმდებლო ხარვეზს და მომხმარებლის გარანტიებს სრულად ვერ აღდგენს. მეტიც, ცხადია, რომ კანონმდებელი გაურბის მომხმარებელთა განათლების უფლების სახელმწიფო დონეზე დაცვას და აღნიშნულ პასუხისმგებლობას კერძო იურიდიულ პირებს აკისრებს, რომლებიც, ბუნებრივია, ნაკლებად ეფექტიანი იქნება ამ უფლების რეალიზებისას. ნაკლებეფექტიანობა კი შეიძლება, გამოიწვიოს ამ იურიდიული პირების ფინანსური თუ ადამინაური რესურსების შეზღუდულობამ ან/და მათი სურვილის არქონამ მსგავს პროექტებში მონაწილეობაზე. საყურადღებოა ისიც, რომ კანონპროექტი უკვე მეოთხე წელია ვერ მტკიც-

<sup>44</sup> საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს 2018 წლის 23 მარტის საპასუხო წერილი № MES 2 18 00328434 მომხმარებელთა განათლების შესახებ მოთხოვნილ ინფორმაციაზე.

<sup>45</sup> საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს 2018 წლის 7 დეკემბრის საპასუხო წერილი № MES 5 18 01575946 მომხმარებელთა განათლების შესახებ მოთხოვნილ ინფორმაციაზე.

<sup>46</sup> საქსტატის მონაცემების მიხედვით, 2018 წლის II კვარტალში ეკონომიკურად აქტიურმა მოსახლეობამ, შრომისუნარიანი ასაკის მოსახლეობის 64 პროცენტი შეადგინა, <[www.commersant.ge/ge/post/saqartveloshi-umushvrobanciredit-shemcirca](http://www.commersant.ge/ge/post/saqartveloshi-umushvrobanciredit-shemcirca)> [13.12.2018].

<sup>47</sup> კანონპროექტის მე-2 მუხლის მიხედვით, სახელმწიფო უზრუნველყოფს მომხმარებელთა ინფორმირებულობასა და სამომხმარებლო განათლებას, მათ შორის, მათი უფლებების დაცვის საშუალებებისა და წესების თაობაზე. მუხლი 2, პუნქტი „ბ“, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონპროექტის სამუშაო ვერსია, საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომეტიტი, 14/06/2018.

<sup>48</sup> კერძოდ, 2019 წლის 28 თებერვლის რედაქცია.

<sup>49</sup> მუხლი 38, პუნქტი „დ“, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონპროექტის სამუშაო ვერსია, საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომეტიტი, 28/02/2019.

დება, რომლის გარეშე აღნიშნული იურიდიული პირებიც კი ჯეროვნად ვერ განახორციელებენ მომხმარებელთა განათლების პროგრამებს (საკანონმდებლო ჩარჩოს არარსებობის გამო).

უფრო მეტიც, კანონპროექტი არ ითვალისწინებს ევროპის ქვეყნების (ფინეთის, გერმანიის, ავსტრიის, რუმინეთის, იტალიის, შვედეთის, ჩეხეთის თუ უნგრეთის) წარმატებული პრაქტიკის გაზიარების მექანიზმებს – იქნება ეს: სახელმწიფო ინსტიტუციების თუ კერძო ასოციაციების, სააგენტოების თუ კომპანიების აქტიური მონაწილეობა სასწავლო პროექტებში, მომხმარებელთა განათლების კამპანიების წარმოება, შესაბამისი სატელევიზიო, რადიო და ინტერნეტ რესურსების შექმნა და გავრცელება, მასწავლებელთა და სხვა სპეციალისტთა გეგმიური გადამზადება. აღნიშნული ხარვეზი (თუ ის კანონის მიღებამდე არ გამოხსნორდა ან განეიტრალდა მაინც), ბუნებრივია, დააბრკოლებს ევროპულ კავშირთან ასოციირების შეთანხმების 345, 346-ე მუხლებით<sup>50</sup> ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებას.

### 3. დასკვნა

ევროპული კავშირის წევრი ქვეყნებისგან (ფინეთის, გერმანიის, ავსტრიის, რუმინეთის, იტალიის, შვედეთის, ჩეხეთისა და ესპანეთისგან) განსხვავებით, მომხმარებელთა განათლება საქართველოში შედარებით დაბალ ნიშნულზეა და არაა ინტეგრირებული ერთიან საგანმანათლებლო სისტემაში. ამის მნიშვნელოვან ნიშანსადაც საკანონმდებლო ხარვეზები უნდა მიიჩნეოდეს (უპირველესად კი, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონპროექტის დღემდე მიუღებლობა), ასევე სახელმწიფოსა და ბიზნეს სექტორის ნაკლები დაინტერესება ამ საკითხით. მართალია, ზოგიერთი უწყება და უფლებადამცველი მუშაობს მომხმარებელთა განათლებისთვის, მაგრამ საქმიანობის მცირე მასშტაბის გამო, ისინი ჯეროვნად ვერ იცავენ მომხმარებელთა განათლების უფლებას.

ამიტომ, საქართველოში მომხმარებელთა განათლების ხარისხის გაუმჯობესებისთვის, საწყის ეტაპზე აუცილებელია „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონპროექტის მე-2 მუხლის პირვანდელი სახით (2018 წლის 14 ივნისის რედაქციით) აღდგენა და ამ კანონის მალევე ამოქმედება. აღნიშნული საფუძველს დაუდებდა სამინისტროებს და უწყებებს, საგანმანათლებლო დაწესებულებებს, მენარმეებსა და მომხმარებლებს შორის ეფექტიან თანამშრომლობას.

ამასთანავე, განათლების უფლების პრაქტიკაში დანერგვისას, საქართველომ უნდა იხელმძღვანელოს საუკეთესო უცხოური გამოცდილებით; თუნდაც, გაითვალისწინოს უნგრეთის მაგალითი, რომელიც არაა ევროპული კავშირის წევრი ქვეყანა, მაგრამ მჭიდროდ ურთიერთობს მასთან და მომხმარებელთა განათლების წარმატებულ პროგრამებსაც ახორციელებს.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> 345-ე მუხლის შესაბამისად, მხარეები ითანამშრომლებენ, რათა უზრუნველყონ მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე და მიაღწიონ თავსებადობას მომხმარებელთა დაცვის თავიანთ სისტემებს შორის. 346 (b) მუხლიდან გამომდინარე მხარეების თანამშრომლობა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაძლოა, მოიცავდეს: მომხმარებელთა დაცვის სისტემების შესახებ ინფორმაციის გაცვლის ხელშეწყობას, რომელიც, თავის მხრივ, მოიცავს მომხმარებელთა განათლებას/ინფორმირებულობასა და მათი შესაძლობების გაძლიერებას. ასოციირების შესახებ შეთანხმება, ერთი მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ-სახელმწიფოებსა და მეორე მხრივ, საქართველოს შორის, 30/08/2014, <[www.parliament.ge/ge/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmehis-shesaxeb/associationagreement1](http://www.parliament.ge/ge/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmehis-shesaxeb/associationagreement1)> [12.12.2018].

<sup>51</sup> ასეთია გაეროს „მომხმარებელთა ინფორმირების პროგრამა“, რომელიც მოქმედებს როგორც გლობალური პლატფორმა პროდუქტებსა და მომსახურებაზე ხარისხიანი ინფორმაციის მიწოდებისას. პროგრამა ეხმარება წევრ სახელმწიფოებს თანამშრომლობისას, შესაბამისი პოლიტიკის, სტრატეგიებისა და პროექტების განხორციელებისას. პროგრამაში მონაწილეობენ ევრო კომისია, საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრი (ITC), გაერო-ს გარემოს დაცვის სააგენტო (UNEP) და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციები. United Nations Environment Programme, <[www.web.unep.org/10yfp/programmes/consumer-information](http://www.web.unep.org/10yfp/programmes/consumer-information)> [21.11.2018].

მომხმარებელთა განათლების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პროგრამაა „სწავლა და სწავლება მდგრადი მომავლისთვის“, <sup>52</sup> რომლის ძირითადი მიზანი პროდუქტების სწორი მოხმარების უზრუნველსაყოფად, საგანმანათლებლო მექანიზმების გამოყენებაა. ხსენებულ პროგრამას გაერო-ს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია (იუნესკო) ახორციელებს და იგი ვრცელდება სტუდენტებზე, მასწავლებლებსა და მომხმარებელთა განათლების სფეროში ჩართულ სხვა პირებზე. პროგრამა ეხმარება აუცილებელი სამომხმარებლო უნარ-ჩვევების გამომუშავებას, საოჯახო ბიუჯეტირებასა და ფინანსური სიძნელების დაძლევას.

აქედან გამომდინარე, საქართველოსაც, როგორც გაერო-ს წევრ სახელმწიფოს, შეუძლია გააღრმავოს ამ ორგანიზაციასთან თანამშრომლობა და ჩაერთოს აღნიშნულ საგანმანათლებლო პროგრამაში. ამგვარად, ხელი შეეწყობოდა „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონის ეფექტიან ამოქმედებას მომხმარებელთა განათლების უფლების თვალსაზრისით, რაც, თავის მხრივ, მომხმარებელთა, ბიზნესისა და სახელმწიფოს ინტერესებს დაიცავდა.

### **ბიბლიოგრაფია:**

1. ასოცირების შესახებ შეთანხმება, ერთი მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ-სახელმწიფოებსა და, მეორე მხრივ, საქართველოს შორის, 30/08/2014, <[www.parliament.ge/ge/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmebis-shesaxeb/associationagreement1](http://www.parliament.ge/ge/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmebis-shesaxeb/associationagreement1)> [12.12.2018].
2. “მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ” საქართველოს კანონპროექტის სამუშაო ვერსია, საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომეტიტი, 14/06/2018.
3. “მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ” საქართველოს კანონპროექტის სამუშაო ვერსია, საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომეტიტი, 28/02/2019.
4. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიასთან დამოუკიდებლად მოქმედი მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური, მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურის საქმიანობის ანგარიში 2014 წელი, თბ., 2014, 9, 18, 25, 32.
5. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიასთან დამოუკიდებლად მოქმედი მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახური, მომხმარებელთა ინტერესების საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურის საქმიანობის ანგარიში 2017 წელი, თბ., 2017, 10.
6. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს 2018 წლის 23 მარტის საპასუხო წერილი № MES 2 18 00328434 მომხმარებელთა განათლების შესახებ მოთხოვნილ ინფორმაციაზე.
7. საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს 2018 წლის 7 დეკემბრის საპასუხო წერილი № MES 5 18 01575946 მომხმარებელთა განათლების შესახებ მოთხოვნილ ინფორმაციაზე.
8. Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union, Official Journal of the European Union, EU, C 326/47, 01/12/2009.
9. Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts - Final Act, Official Journal of the European Communities, Vol. 40, OJ C 340, 10/11/1997, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1997:340:FULL&from=EN>> [28.03.2019].
10. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on Consumer Rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council (Text with EEA relevance), Official Journal of the European Union, L 304/64, (12), 22/11/2011.
11. *Angele C.*, Nutrition and Consumer Education as a Constituent Part of Global Education in the Light of the New Education Framework in State Schools in Southern Germany: The Case of Baden-württemberg, International Journal of Development Education and Global Learning, 9 (2) 2017, 90.

<sup>52</sup> Teaching and Learning for a Sustainable Future, A Multimedia Teacher Education Programme, <[www.unesco.org/education/tlsf/](http://www.unesco.org/education/tlsf/)>, [24.11.2018]; <[www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme\\_b/mod09.html](http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_b/mod09.html)> [27.11.2018].

12. Basic Information Report Austria, Reporting Year 2012/2013 Institutions, Procedures, Measures, Federal Ministry of Labor, Social Affairs and Consumer Protection, Vienna, 2013, 10.
13. Behavioural Insights Applied to Policy, Austria, Country Overview, 3, <[www.ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc-biap2016-austria\\_en.pdf](http://www.ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc-biap2016-austria_en.pdf)> [01.04.2019].
14. *Condrea E., Popovici V., Bucur Crina R.*, The Consumers' Protection in Romania – Authorities' Permanent Preoccupation, 601, <<http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/106.pdf>> [03.12.2018].
15. Consumer Education – Draft Report, Directorate for Science, Technology and Industry, Committee on Consumer Policy, Organisation for Economic Co-operation and Development, DSTI/CP, 11/REV4, 2007, 5, 8, 20, <[www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP\(2007\)11/REV4&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/CP(2007)11/REV4&docLanguage=En)> [03.12.2018].
16. *Cutler R. A., Price L. L., Feick L., Micu C.*, The Evolution of Consumer Knowledge and Sources of Information: Hungary in Transition, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 33, № 4, 2005, 608, <[www.academia.edu/1783-1503/The\\_Evolution\\_of\\_Consumer\\_Knowledge\\_and\\_Sources\\_of\\_Information\\_Hungary\\_in\\_Transition](http://www.academia.edu/1783-1503/The_Evolution_of_Consumer_Knowledge_and_Sources_of_Information_Hungary_in_Transition)> [01.04.2019].
17. *Daly E.*, Origin Green Ambassador, German Market, German Consumers are Educated, Discerning and Future Focused, <[www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/germanconsumersareeducated,discerningandfuturefocused.aspx](http://www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/germanconsumersareeducated,discerningandfuturefocused.aspx)> [01.04.2019].
18. *Drăgulănescu N.-G.*, Years of Quality Management and Consumer Protection in Romania, University Polytechnics of Bucharest, 2013, 13, <[www.researchgate.net/publication/307473866\\_21\\_years\\_of\\_quality\\_management\\_and\\_consumer\\_protection\\_in\\_Romania/download](http://www.researchgate.net/publication/307473866_21_years_of_quality_management_and_consumer_protection_in_Romania/download)> [01.04.2019].
19. European Commission (EC), Consumer Policy Institutions, National Consumer Organizations at Listing, 2017, Finland — 3, 4, 6, 11, 12, 13, Germany — 14, Austria — 17, Romania — 14, Italy — 19, 20, Sweden — 8, Czech Republic — 16, Hungary — 29, Spain — 2, 3, 6, 8, 9, Finland — 3, 4, 6, 11, 12, 13, Norway — 15, <[www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations\\_en](http://www.ec.europa.eu/info/strategy/consumers/consumer-protection/our-partners-consumer-issues/national-consumer-organisations_en)> [07.11.2018].
20. Euro Parliament, Parliamentary Questions, 2014, <[www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+P-2014-004562+0+DOC+XML+V0//EN&language=en](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+WQ+P-2014-004562+0+DOC+XML+V0//EN&language=en)> [04.12.2018].
21. Federation of German Consumer Organisations – VZBV, The Voice of the Consumer, 1, 3, <[www.en.vzbv.de/vzbv\\_image\\_brochure.pdf](http://www.en.vzbv.de/vzbv_image_brochure.pdf)> [01.04.2019].
22. *Gutierrez J., Buigas B.*, Consumer Protection in Spain, Comparative Law Yearbook of International Business, Barcelona, 2014, 1, 2, 3.
23. Here and Now! Education for Sustainable Consumption, Recommendations And Guidelines, United Nations Environment Programme, Paris, 2010, 36, <[www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1252xPA-Here%20and%20Now-%20EN.pdf](http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1252xPA-Here%20and%20Now-%20EN.pdf)> [28.03.2019].
24. *Harding C., Kohl U., Salmon N.*, Human Rights in the Market Place, The Exploitation of Rights Protection by Economic Actors, Aberystwyth University, UK, 2016, 132.
25. *Kärpijoki K.*, The Objectives and Contents of and the Working Methods in Consumer Education for Teacher Training, Copenhagen, 2000, 12.
26. *Klapper L., Lussardi A., Oudheusden P. V.*, Financial Literacy Around the World: Insights From The Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey, 2015, 4, 7, <[https://responsiblefinanceforum.org/wp-content/uploads/2015/12/2015-Finlit\\_paper\\_17\\_F3\\_SINGLES.pdf](https://responsiblefinanceforum.org/wp-content/uploads/2015/12/2015-Finlit_paper_17_F3_SINGLES.pdf)> [28/03/2019].
27. *Neuberger D.*, Financial Inclusion, Regulation, and Education in Germany, ADBI Working Paper, № 530, Asian Development Bank Institute (ADBI), Tokyo, 2015, 17, 18.
28. Overview of Consumer Education in Europe, 1-2, <[www.academia.edu/14258385/Overview\\_of\\_consumer\\_education\\_in\\_Europe](http://www.academia.edu/14258385/Overview_of_consumer_education_in_Europe)> [28.03.2019].
29. OECD, Consumer Education Policy Recommendations of the OECD's Committee on Consumer Policy, Paris, DSTI/CP, 2009, 5/Final, 2, 3, 5, 6, 7, 8.
30. OECD, Promoting Sustainable Consumption — Good Practices in OECD Countries, 2008, 26, <[www.oecd.org/green-growth/40317373.pdf](http://www.oecd.org/green-growth/40317373.pdf)> [03.12.2018].
31. *Reich N., Micklitz H. -W., Rott P., Tonner K.*, European Consumer Law, 2<sup>nd</sup> ed., Vol. 5, Cambridge, 2014, 26.
32. Teaching and Learning for a Sustainable Future, A Multimedia Teacher Education Programme, <[www.unesco.org/education/tlsf/](http://www.unesco.org/education/tlsf/)> [24.11.2018]; <[www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme\\_b/mod09.html](http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_b/mod09.html)> [27.11.2018].

33. Teaching Consumer Competences – a Strategy for Consumer Education, Proposals of Objectives and Content of Consumer Education, Copenhagen, 2009, 20, 26.
34. The World Bank Private and Financial Sector Development Department Europe and Central Asia Region, Czech Republic Technical Note on Consumer Protection in Financial Services, Washington DC, 2007, 13, 21, 39, <[www.siteresources.worldbank.org/EXTECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/CR\\_CPFS\\_12June07.pdf](http://www.siteresources.worldbank.org/EXTECAREGTOPPRVSECDEV/Resources/CR_CPFS_12June07.pdf)> [02.04.2019].
35. Consumers International, <[www.consumersinternational.org/members/members/confederation-of-consumers-and-users-cecu/](http://www.consumersinternational.org/members/members/confederation-of-consumers-and-users-cecu/)> [02.01.2019].
36. Consumer Classroom, European Commission, <[www.consumerclassroom.eu/en/about](http://www.consumerclassroom.eu/en/about)> [04.12.2018].
37. Consumer Education, Finnish Competition and Consumer Authority, <[www.kkv.fi/en/education/](http://www.kkv.fi/en/education/)> [01.04.2019].
38. Consumers Defence Association of the Czech Republic (SOS), <[www.nepim.eu/cms/index.php?article\\_id=13&clang=3](http://www.nepim.eu/cms/index.php?article_id=13&clang=3)> [04.12.2018].
39. Nordic Co-operation, <[www.norden.org/en/nordic-council](http://www.norden.org/en/nordic-council)> [02.04.2019].
40. National Consumer Union of Italy, <[www.consumatori.it/welcome/](http://www.consumatori.it/welcome/)> [03.12.2018].
41. United Nations Environment Programme, <[www.web.unep.org/10yfp/programmes/consumer-information](http://www.web.unep.org/10yfp/programmes/consumer-information)>, [21.11.2018].
42. <[www.commersant.ge/ge/post/saqartveloshi-umushevroba-mcredit-shemcirda](http://www.commersant.ge/ge/post/saqartveloshi-umushevroba-mcredit-shemcirda)> [13.12.2018].