



არსებული რედაქცია	შეთავაზებული რედაქცია	შენიშვნა
<p>“მაუწყებლობის შესახებ“ მე-16 მუხლის (შინაარსობრივი ვალდებულებები) ზ) ქვეპუნქტი: „ზ) ეთერის არანაკლებ 25%-ისა დაუთმოს დამოუკიდებელი კერძო სამართლის იურიდიული პირების მიერ მომზადებულ პროგრამებს, რომელთა შესყიდვა განხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონითა და ამ კანონით დადგენილი წესით; (27.03.2009 N 1130)“</p>	<p>მე-16 მუხლის „ზ)-<u>საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროდუქციის ეთერის</u>—არანაკლებ 25%-ისა დაუთმოს დამოუკიდებელი კერძო სამართლის იურიდიული პირების მიერ მომზადებულ პროგრამებს, რომელთა შესყიდვა განხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონითა და ამ კანონით დადგენილი წესით;“</p>	<p>იმის გათვალისწინებით, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი მაუწყებლობას ახორციელებს რამოდენიმე რამოდენიმე განსხვავებული პლატფორმის მეშვეობით (რადიო, ტელევიზია, ვებ) მიზანშეწონილია დაზუსტდეს ამ მუხლის ფორმულირება.</p>
<p>“მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მუხლი 20<sup>1</sup>. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ტელერადიოპროდუქციის ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა (25.12.2009 N 2471)</p> <p>საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ განსახორციელებელი ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა ხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ხორციელდება არარეზიდენტი პირისაგან ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები,</p>	<p>მუხლი 20<sup>1</sup>. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ ტელერადიოპროდუქციის ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა</p> <p><u>1. „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი არ ვრცელდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით გადასაცემი გადაცემების, სერიალ(-ებ)ის, მხატვრული ან/და დოკუმენტური ფილმ(-ებ)ის დამზადების მომსახურების შესყიდვაზე.</u></p> <p>1-2. საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ განსახორციელებელი ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა ხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ხორციელდება არარეზიდენტი პირისაგან</p>	<p><b>ალტერნატიული ვარიანტი:</b></p> <p>1. „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონი არ ვრცელდება საზოგადოებრივი მაუწყებლის მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერით გადასაცემი ტელეპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) რეკვიზიტების, აგრეთვე, მასში მონაწილე პირების და წამყვანებისათვის ტანსაცმლის და კოსმეტიკური საშუალებების შესყიდვაზე.</p> <p><b>ინიციირებული ვარიანტის ფარგლებში გათვალისწინებული გადაცემების, სერიალების და ფილმების შერჩევა შესაძლებელია განხორციელდეს კონკურსის წესით, რომელიც უზრუნველყოფს პროცესის გამჭვირვალობას და მიუკერძოებლობას.</b></p>



<p>გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა.</p>	<p>ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) ან/და მასთან დაკავშირებული მომსახურების, აგრეთვე სატელიტური თანამგზავრის საშუალებით ტელერადიოპროდუქციის (პროგრამები, გადაცემები, ფილმები, რეპორტაჟები, კულტურული ღონისძიებები) გავრცელებასთან ან/და მის მიღებასთან დაკავშირებული მომსახურების შესყიდვა.</p>	<p>შესაბამისი ცვლილება უნდა აისახოს „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონში</p>
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, სამეურვეო საბჭო „გენერალური დირექტორის წარდგინებით, სრული შემადგენლობის არანაკლებ ორი მესამედით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებას, რომელიც უნდა ითვალისწინებდეს შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულების რედაქციული დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფას; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური დირექტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს დებულებაში;“</p>	<p>სამეურვეო საბჭო: „ბ) გენერალური დირექტორის წარდგინებით, სრული შემადგენლობის არანაკლებ ორი მესამედით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის დებულებას, <u>ასევე ცვლილებებს დებულებაში, რომელიც უნდა ითვალისწინებდეს შესაბამისი სტრუქტურული ერთეულების რედაქციული დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფას; <u>უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით შეიტანოს დებულებაში ცვლილებები, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ცვლილება შეეხება საზოგადოებრივი მაუწყებლის სტრუქტურასთან დაკავშირებულ დებულებებს;</u>“</u></p>	
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, სამეურვეო საბჭო „გენერალური დირექტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს და ამტკიცებს მისი შესრულების ანგარიშს; უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური დირექტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს ბიუჯეტში;</p>	<p>სამეურვეო საბჭო: „გ) გენერალური დირექტორის წარდგინებით იღებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბიუჯეტს, <u>ასევე ცვლილებებს ბიუჯეტში</u> და ამტკიცებს მისი შესრულების ანგარიშს; <u>უფლებამოსილია, საკუთარი ინიციატივით ან გენერალური დირექტორის წინადადებით, ცვლილებები შეიტანოს ბიუჯეტში;</u>“</p>	



<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „თ)“ ქვეპუნქტის თანახმად, სამეურვეო საბჭო „ადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის თანამშრომლების შრომითი ხელშეკრულების ძირითად პირობებს, მათ შორის, ხელშეკრულების ვადამდე შეწყვეტის პირობებს, იმის გათვალისწინებით, რომ შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 1 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს, გარდა საინჟინრო-ტექნიკური მუშაკებისა, რომელთა შრომითი ხელშეკრულების მოქმედების ვადა 5 წელზე ნაკლები არ უნდა იყოს (გამონაკლისია ისეთი პროგრამების შესრულებასთან დაკავშირებული ხელშეკრულებები, რომელთა მოქმედების ვადაც 1 წელზე ნაკლებია);“</p>	<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „თ)“ ქვეპუნქტი ამოღებულ იქნეს</p>	
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „დ)“ ქვეპუნქტის თანახმად, სამეურვეო საბჭო „ისმენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობის ყოველკვარტალურ ანგარიშს, მათ შორის, ფინანსურ ანგარიშს (ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად), კვარტალის დასრულებიდან 1 თვის ვადაში.</p>		<p>კანონის მოყვანილ ნორმაში მიზანშეწონილია დაზუსტდეს თუ რომელი საერთაშორისო სტანდარტებით უნდა ხორციელდებოდეს ფინანსური ანგარიშგება სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ შესაბამისი სამსახურების მიერ.</p>
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 34-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის შესაბამისად, „სამეურვეო საბჭოს მიერ კონკურსის წესით დანიშნული, საერთაშორისოდ აღიარებული დამოუკიდებელი აუდიტორული ფირმა წელიწადში ერთხელ ატარებს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გარე აუდიტს.</p>		<p>მიზანშეწონილია დაზუსტდეს, რა ტიპის აუდიტს მოიცვას მოცემულ მუხლში აღნიშნული გარე აუდიტი (ფინანსური, შესაბამისობის, ეფექტიანობის).</p>
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მუხლი 64. კომერციული რეკლამისა და ტელეშოპინგის განთავსების თავისებურებები (სათაური 19.02.2015. N3088 ამოქმედდეს 2015 წლის</p>	<p>მუხლი 64. კომერციული რეკლამისა და ტელეშოპინგის განთავსების თავისებურებები 1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის</p>	<p><b>პირველადი ვარიანტი:</b> 1. საზოგადოებრივი მაუწყებლობის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის</p>



<p>1 აპრილიდან)</p> <p>1. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე სპონსორობა და კომერციული რეკლამის განთავსება დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს. ამ შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 30 წუთს, ხოლო ყოველ საათში – 6 წუთს (10%-ს). (19.02.2015. N3088 ამოქმედდეს 2015 წლის 1 აპრილიდან)</p>	<p>ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე <u>სპონსორობა და კომერციული რეკლამის განთავსება დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალისა და კონკურსის ფარგლებში, საკონკურსო პროგრამის დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროს. ამ შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 60-30 წუთს, ხოლო ყოველ საათში – 12-6 წუთს (20-10%-ს).</u></p> <p><u>1<sup>1</sup>. საზოგადოებრივი მაუწყებლის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე დასაშვებია მხოლოდ სპორტული რეპორტაჟის, საერთაშორისო ფესტივალის/კონკურსის და გასართობი გადაცემის (მათ შორის, მეგა-შოუს), სერიალ(-ებ)ის სპონსორობის განთავსება. ამ შემთხვევაში სპონსორობის მოცულობა დღე-ღამის განმავლობაში არ უნდა აღემატებოდეს 30 წუთს, ხოლო ყოველ საათში – 6 წუთს (10 %-ს).</u></p>	<p>აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს არხებზე კომერციული რეკლამა არ შეიძლება განთავსდეს დასვენებისა და უქმე დღეებში, აგრეთვე საუკეთესო დროს – სხვა დღეებში, გარდა სპორტული პროგრამების დაწყების, ბუნებრივი ინტერვალისა და დასრულების დროისა.</p> <p>ამ შემთხვევაში კომერციული რეკლამის მოცულობა ყოველ საათში არ უნდა აღემატებოდეს 3 წუთს (5 %-ს).</p> <p><b>შესაბამისი ცვლილება უნდა აისახოს „რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონში</b></p>
<p>„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „37)“ ქვეპუნქტი - სოციალური რეკლამა – საზოგადოებრივი სიკეთის ხელშეწყობისკენ, საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ, მნიშვნელოვან საზოგადოებრივ საკითხებზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისკენ ან/და საზოგადოების ქცევის პოზიტიური თვალსაზრისით შეცვლის ხელშეწყობისკენ მიმართული რეკლამა, რომელიც არ არის არც კომერციული და არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას; (31.10.2014. N2759)</p>	<p><u>37) სოციალური რეკლამა – საქველმოქმედო მიზნების მიღწევისკენ, მოსახლეობის სიცოცხლის, ჯანმრთელობის ან/და ქონების დაცვისკენ, პირთა სოციალური ინტეგრაციის უზრუნველყოფისკენ ან/და გარემოს დაცვისკენ მიმართული რეკლამა, რომელიც არ არის არც კომერციული და არც წინასაარჩევნო რეკლამა და არ შეიცავს სახელმწიფო ან ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოს, კერძო ან საჯარო სამართლის იურიდიული პირის მიერ გაწეული მომსახურების რეკლამას;</u></p>	