ბრძანება N 04/9

9-01-4-202102171549

17/02/2021

გადაწყვეტილება

2020 წლის 1 დეკემბრის №01/608 საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ

1. აღწერილობითი ნაწილი

1.1. მომჩივნის პოზიცია

შპს „საქართველოს ფოსტამ“ (ს/ნ: 203836233) (შემდგომში „მომჩივანი“), საქართველოს კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოში (შემდგომში „სააგენტო“), თანდართულ დოკუმენტებთან ერთად წარმოადგინა საჩივარი (რეგისტრაციის თარიღი: 01.12.2020; ნომერი: №01/608) შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ (ს/ნ: 204885810) (შემდგომში „მოპასუხე“, „კომპანია“) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11^3 მუხლის 1-ლი პუნქტის და მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევის შესახებ.

საჩივრის თანახმად, მოპასუხე მომხმარებლებს საქართველოს ტერიტორიაზე უწევს საფოსტო-საკურიერო მომსახურებას ტი ენ ტის (TNT) და ფედექსის (FedEx) სახელითა და საერთაშორისო სასაქონლო ნიშნ(ებ)ის გამოყენებით. TNT-სა და FedEx-ის დასახელებული სასაქონლო ნიშანი/ნიშნები დაცულია სსიპ - საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრში - „საქპატენტში“. მომჩივნის განცხადებით, ზემოთ აღნიშნული საერთაშორისოდ დაცული სასაქონლო ნიშნის/ნიშნების საქართველოს ტერიტორიაზე მოპასუხის მიერ გამოყენების უფლების ლიცენზია „საქპატენტში“ რეგისტრირებული არ არის, რაც მისივე განმარტებით ნიშნავს იმას, რომ მოპასუხეს არ აქვს ამ სასაქონლო ნიშნების საქართველოს ტერიტორიაზე გამოყენების უფლება. კერძოდ, მომჩივნის განცხადებით, „საქპატენტის“ 2020 წლის 29 ოქტომბრისა და 2020 წლის 10 ნოემბრის წერილებით დასტურდება, რომ „საქპატენტში“ რეგისტრირებული არ არის სალიცენზიო ხელშეკრულება, რომელიც მოპასუხეს მიანიჭებდა უფლებას, როგორც მესამე

პირს, საქართველოს ტერიტორიაზე გამოეყენებინა საერთაშორისოდ დაცული სასაქონლო ნიშნები, რომლის საიდენტიფიკაციო ნომრებია: 48394/3; 15905/3; 50002/3 და 6910/3; 10293/3; 64527/3; 75387/3; 87600/3.

მომჩივანი აცხადებს, რომ შესაბამისი ნებართვის/ლიცენზიის არარსებობის პირობებში, მოპასუხე მომხმარებლებს არასწორ წარმოდგენას უქმნის მისი მომსახურების შესახებ. მოპასუხე TNT-სა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნებს იყენებს როგორც მისი სერვის ცენტრების აბრებზე, ასევე ავტოსატრანსპორტო საშუალებებზე, ოფიციალური კორესპონდენციის ბლანკებსა და საფოსტო კონვერტებზე. გარდა ამისა, Google.ge-ს საძიებო სისტემაში შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მითითებისას, არაერთ ვებ-გვერდზე მოპასუხე მოხსენიებულია როგორც TNT/FedEx (ან TNT/FedEx-ის წარმომადგენლობა) და გამოსახულია TNT-ის სასაქონლო ნიშნით (მაგალითად, www.yell.ge; www.bia.ge), რაც მომხმარებელს უბიძგებს გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ. მოცემულ შემთხვევაში, ეკონომიკური ქმედება გამოიხატება მომხმარებლების მიერ მოპასუხის მომსახურების არჩევაში. როგორც უკვე აღინიშნა, TNT/FedEx საფოსტო-საკურიერო მომსახურების სფეროში საერთაშორისოდ აღიარებული კომპანიაა, შესაბამისად, მომხმარებელს ასეთი კომპანიის მიმართ აქვს მეტი ნდობა, რაც უბიძგებს მას, არჩევანის გაკეთებისას უპირატესობა მიანიჭოს კომპანიას, რომელიც წარმოადგენს საერთაშორისოდ აღიარებულ კომპანიას. მომჩივანი ასევე აღნიშნავს, რომ მის მიერ დასახელებულ ვებ-გვერდებზე მოპასუხე კომპანიის მონაცემებში მითითებულია ვებგვერდი www.tnt.ge, რომელიც აღარ ფუნქციონირებს. შპს „საქართველოს ფოსტის“ განმარტებით, ეს ფაქტი მეტყველებს მოპასუხის მიზანზე, შეცდომაში შეიყვანოს მომხმარებელი.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, მომჩივანი ითხოვს დადგინდეს მოპასუხე კომპანიის მხრიდან განხორციელებული არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტი იმ მიზნით, რომ მას აეკრძალოს შემდეგი სასაქონლო ნიშნის/ნიშნების გამოყენება საქართველოს ტერიტორიაზე: სასაქონლო ნიშნები, რომლის საიდენტიფიკაციო ნომრებია: 48394/3; 15905/3; 50002/3 და 6910/3; 10293/3; 64527/3; 75387/3; 87600/3.

მოგვიანებით, მომჩივანმა, საქმეზე დართვის მიზნით, საჩივარში მითითებულ გარემოებებთან დაკავშირებით წარმოადგინა დამატებითი დოკუმენტაცია (განცხადების სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 09.12.2020; ნომერი: 01/622).

მომჩივანმა, POST 20 00034281 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.12.2020; ნომერი: 01/652) სააგენტოში წარმოადგინა დამატებითი პოზიცია და დაზუსტებული მოთხოვნები.

აღნიშნულ წერილში მომჩივანი აცხადებს, რომ მოპასუხე უწყვეტად, მათ შორის 2019 წლის ივლისის შემდეგ სარგებლობს TNT-ს შესაბამისი სასაქონლო ნიშნებით (საიდენტიფიკაციო ნომრები: 48394/3 და 2209/3), რასაც ადასტურებს შპს „საქართველოს ფოსტის“ მიერ სააგენტოში წარდგენილი დოკუმენტებიც.

მომჩივანი მიუთითებს, რომ მოპასუხის სოციალური ქსელის (www.facebook.com) პროფილის ფოტოზე გამოსახული სასაქონლო ნიშანი TNT-ს სასაქონლო ნიშანს (ს/ნ: 48394/3) იმდენად გავს, რომ იწვევს მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანას. აღნიშნული ფოტო, სოციალურ ქსელში ბოლოს განახლდა/განთავსდა 2020 წლის 23 მარტს. მომჩივნის განცხადებით, მიმსგავსებული ნიშნის გარდა, მოპასუხის სოციალურ ქსელში

(www.facebook.com) განთავსებულია ფოტოები უშუალოდ TNT-ს სასაქონლო ნიშნის გამოსახულებით.

გარდა აღნიშნულისა, მომჩივანი აცხადებს, რომ ონლაინ ვაჭრობის ერთ-ერთ პლატფორმაზე (www.dressup.ge), მომხმარებელს შეძენილი პროდუქციის ტრანსპორტირებისათვის TNT Georgia-ს სთავაზობენ, რომლის გასწვრივაც TNT-ს სასაქონლო ნიშანია მითითებული. მომჩივანი ასევე მიუთითებს, რომ იუსტიციის სახლის ვებ-გვერდიდან, ნათლად ჩანს, რომ სახელმწიფო სერვისების შეთავაზებისას შესაბამის მომსახურებასთან დაკავშირებული კორესპონდენციის/პროდუქტის გაგზავნის/მიღების ერთ-ერთ ალტერნატივად შპს „საქართველოს ფოსტასთან“ ერთად მითითებულია TNT (სააგენტოში წარმოდგენილია შესაბამისი ე.წ. სქრინები).

მოპასუხესა და FedEx-ს შორის გაფორმებული ხელშეკრულების იმ ნაწილზე დაყრდნობით, რომელიც მომჩივანს, ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში, სააგენტოს მიერ გაეგზავნა, შპს „საქართველოს ფოსტა“ ყურადღებას ამახვილებს მე-10 თავის (Exhibit 10: Branding) მე-9 პუნქტზე და აცხადებს, რომ ამ ნორმიდან გამომდინარე, მოპასუხე არ არის უფლებამოსილი გამოიყენოს FedEx-ის სასაქონლო ნიშანი მომხმარებლისათვის შიდა, ადგილობრივი მომსახურების გაწევისას. მეორე წინადადების თანახმად, კი, კონტრაქტორმა FedEx-ის ოფიციალურ რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანზე მითითება უნდა გააკეთოს მხოლოდ საერთაშორისო სერვისების შეთავაზებისას/განხორციელებისას. მომჩივნის განმარტებით, FedEx უზღუდავს მოპასუხეს შიდა ადგილობრივი მომსახურების განხორციელებისას FedEx-ის სახელის გამოყენების უფლებას, რასაც ეს უკანასკნელი უგულებელყოფს. კერძოდ, არც შენობის აბრებზე, არც ავტოსატრანსპორტო საშუალებებზე, არც თანამშრომლების სამსახურებრივ ფორმაზე (სამოსზე), არც ინტერნეტ რესურსებში და არც ბლანკებზე არ კეთდება შესაბამისი მითითება, რომ მოპასუხე FedEx-ის წარმომადგენლობას ახორციელებს და მისი სასაქონლო ნიშნით ოპერირებს მხოლოდ საერთაშორისო მომსახურების შეთავაზების/გაწევის პროცესში. მომჩივნის განცხადებით, მათ მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებებით დასტურდება, რომ შიდა/ადგილობრივი მომსახურების შეთავაზებისას/განხორციელებისას შესაბამის ობიექტებზე ყოველთვის დატანილია FedEx-ის სასაქონლო ნიშანი, მათ შორის, რიგ შემთხვევებში TNT-ს ნიშანთან ერთად.

გარდა აღნიშნულისა, მომჩივნის განცხადებით, სოციალური ქსელის, Facebook-ის მესენჯერით, გვერდის/პროფილის ადმინისტრატორთან კომუნიკაციით ირკვევა, რომ მოპასუხე კომპანიის წარმომადგენელი საქართველოში შიდა გადაზიდვით დაინტერესებულ პოტენციურ მომხმარებელს არასწორ ინფორმაციას აწვდის იმის შესახებ, რომ ის არის FedEx-ის წარმომადგენელი საქართველოში. შენობებზე, ავტოსატრანსპორტო საშუალებებზე, კომპანიის თანამშრომლების, მათ შორის, კურიერების, სამსახურებრივი სარგებლობის ტანისამოსზე (ფორმა) დატანილია FedEx-ის ნიშანი იმ სათანადო აღნიშვნის გარეშე, რომ FedEx გამოიყენება მხოლოდ საერთაშორისო გზავნილების გაგზავნის/მიღების დროს.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, მომჩივანმა დააზუსტა №01/608 საჩივარში ჩამოყალიბებული მოთხოვნა. კერძოდ, მომჩივანი ითხოვს:

- დადასტურდეს შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11[3] მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ და „დ“ ქვეპუნქტების დარღვევის ფაქტი:
- აეკრძალოს შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ საქართველოს ტერიტორიის ფარგლებში შიდა/ადგილობრივი საფოსტო საკურიერო მომსახურების შეთავაზებისას/განხორციელებისას შემდეგი საიდენტიფიკაციო ნომრების მქონე საერთაშორისო სასაქონლო ნიშნების გამოყენება: 10293/3; 64527/3; 75387/3; 6910/3; 87600/3;
- აეკრძალოს შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ საქართველოს ტერიტორიის ფარგლებში როგორც შიდა/ადგილობრივი, ისე საერთაშორისო საფოსტო-საკურიერო მომსახურების შეთავაზებისას/განხორციელებისას შემდეგი საიდენტიფიკაციო ნომრების მქონე საერთაშორისო ნიშნების გამოყენება: 48394/3; 15905/3; 50002/3; 2209/3.
- დაევალოს შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ თავისი საქმიანობის წარმართვა იმგვარად, რომ თავიდან იქნეს აცილებული შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებისა“ და მითითებული სასაქონლო ნიშნების მფლობელი კომპანიების აღრევისა და მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის რისკი (მათ შორის არამხოლოდ საკუთარი სახელწოდების აბრევიატურის სასაქონლო ნიშნის სახით გამოყენებისას, აგრეთვე საერთაშორისო საფოსტო-საკურიერო მომსახურების შეთავაზებისას/განხორციელებისას ზემოთ აღნიშნული სასაქონლო ნიშნები გამოიყენოს მხოლოდ შემდეგი აღნიშვნით - „მხოლოდ საერთაშორისო საფოსტო-საკურიერო მომსახურებისათვის“).

1.2. მოპასუხის პოზიცია

შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ 2020 წლის 18 დეკემბრის №01/633 წერილით წარმოადგინა პოზიცია და შესაბამისი დოკუმენტები 2020 წლის 1 დეკემბრის №01/608 საჩივართან დაკავშირებით. მოპასუხის განცხადებით, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ 1996-2008 წლებში წარმოადგენდა გლობალური გადამზიდავი კომპანია TNT-ს ლიცენზირებულ კომპანიას და ფლობდა სასაქონლო ნიშან TNT-ს გამოყენების უფლებას (მ.შ. 1996-1998 წლებში: საიდენტიფიკაციო ნომრით 15905/03, სარეგ. ნომერი 690959; ხოლო 1999-2018 წლებში: საიდენტიფიკაციო ნომრით 48394/3, საერთ. რეგისტრაციის ნომერი: 957169). აღნიშნული სასაქონლო ნიშნების მოქმედება დღეისათვის შეწყვეტილია იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ 2016 წელს TNT ჰოლდინგი შეისყიდა „ფედერალ ექსპრეს კორპორეიშენმა“ (FedEx) და შესყიდვის ხელშეკრულების პირობის შესაბამისად, 2019 წლის ივლისიდან შესაბამის ბაზარზე დამოუკიდებელ საქმიანობას აგრძელებს მხოლოდ კომპანია FedEx. ამავე კომპანიამ ჩაატარა საერთაშორისო ბაზარზე წარმოდგენილი კომპანია TNT-ს წარმომადგენლობების დამოუკიდებელი აუდიტი, რომელთა შედეგების საფუძველზე შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ მიიღო შეთავაზება, გამხდარიყო კომპანია FedEx-ის გლობალური ქსელის წევრი კომპანია

საქართველოს ტერიტორიაზე. შესაბამისი ხელშეკრულება კომპანიასა და FedEx-ს შორის გაფორმდა 2018 წლის 1 ივლისს (GLOBAL SERVICE PARTICIPANT CONTRACT Between FedEx Express Belgium Internationa BVBA („FedEx“) and ICS Ltd („ICS“) Contract for the appointment of a Global Service Participant in Republic of Georgia). ხელშეკრულების შესაბამისად, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ გახდა FedEx-ის გლობალური ქსელის წევრი და ინტეგრირებულ იქნა FedEx-ის საოპერაციო სისტემაში. დასახელებული ხელშეკრულების მე-12 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, კომპანია გახდა FedEx-ის ლიცენზიანტი (Licensee of Federal Express) სასაქონლო ნიშნის გამოყენების ნაწილში და მიენიჭა აღნიშნული უფლების (სასაქონლო ნიშნის საიდენტიფიკაციო ნომერი: 75387/3; რეგისტრაციის ნომერი: 1176410, სტატუსი: „დაცული საერთაშორისო ნიშანი“) შეუზღუდავი გამოყენების უფლება. ზემოთ აღნიშნული ხელშეკრულების დანართით - Exhibit 10: Branding - განისაზღვრა კომპანიის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული მომსახურების ბრენდირების პირობები, კერძოდ, რეგლამენტირებულია გამოყენებული სატრანსპორტო საშუალებების, თანამშრომელთა უნიფორმის, გამოყენებული რეკვიზიტების (სარეკლამო რეკვიზიტები, საკანცელარიო საქონელი, ბეიჯები და ა.შ.) და სერვის ცენტრების ბრენდირების პირობები FedEx-ის სტანდარტების მიხედვით. ამდენად, მოპასუხის განცხადებით, ავტოსატრანსპორტო საშუალებების, ოფიციალური კორესპონდენციის ბლანკებსა და საფოსტო კონვერტებზე, სერვის ცენტრების აბრებზე FedEx-ის და TNT-ს სასაქონლო ნიშნების გამოყენება, სწორედ, სასაქონლო ნიშნის მფლობელი კომპანიის პირობას წარმოადგენს და რეგლამენტირებულია კომპანიასთან დადებული ხელშეკრულების საფუძველზე.

ზემოთ აღნიშნულზე დაყრდნობით, მოპასუხე განმარტავს, რომ ერთადერთი სასაქონლო ნიშანი, რომელსაც შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ კანონმდებლობის სრული დაცვით იყენებს (2019 წლის ივლისიდან - დღემდე) არის საიდენტიფიკაციო ნომრით: 75387/3; რეგისტრაციის ნომერი: 1176410, სტატუსი: „დაცული საერთაშორისო ნიშანი“. რაც შეეხება ყველა სხვა სასაქონლო ნიშანს, რომლის უკანონოდ გამოყენების შესახებაც არის მითითებული საჩივარში, მოპასუხე განმარტავს, რომ კომპანიის მიერ არასდროს ყოფილა გამოყენებული (გამონაკლისს წარმოადგენს მხოლოდ 2 სასაქონლო ნიშანი, საიდენტიფიკაციო ნომრებით 48394/3 და 2209/3, რომელთაც მოპასუხე TNT-ს ლიცენზიანტობის პერიოდში იყენებდა).

№02/2021 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 18.01.2021; ნომერი: 01/35) მოპასუხემ სააგენტოში დამატებით წარმოადგინა პოზიცია და შესაბამისი დოკუმენტაცია შპს „საქართველოს ფოსტის“ 2020 წლის 28 დეკემბრის POST 20 00034281 წერილთან (სააგენტოში რეგისტრაციის ნომერი: 01/652; თარიღი: 29.12.2020) დაკავშირებით.

წარმოდგენილ წერილში მოპასუხე განმარტავს, რომ მასსა და FedEx-ს შორის ხელშეკრულების (GLOBAL SERVICE PARTICIPANT CONTRACT Between FedEx Express Belgium International BVBA („FedEx“) and ICS Ltd („ICS“) Contract for the appointment of a Global Service Participant in Republic of Georgia) გაფორმების პერიოდისთვის, 2018 წლის 1 ივლისისთვის, ძალაში ასევე რჩებოდა კომპანიის ხელშეკრულება „JOINT OPERATING AGREEMENT Between TNT and ICS Ltd („ICS“)“, რომელიც თავდაპირველად უვადო იყო, მაგრამ მოგვიანებით (შეთანხმების საფუძველზე), მისი შეწყვეტის ვადად განისაზღვრა 01.07.2021. აღნიშნულის შედეგად, მოქმედი ორი ხელშეკრულების პირობებზე

დაყრდნობით, მოპასუხემ Fedex-ისგან მიიღო მითითება მენეჯმენტის შიდა კომუნიკაციის სისტემების გზით, ე.წ. „გარდამავალ პერიოდში“ ორივე სასაქონლო ნიშნის (TNT და FedEx) გამოყენების პრაქტიკის დანერგვის შესახებ.

მოპასუხის განმარტებით, სააგენტოში წარდგენილ წერილში (სააგენტოში რეგისტრაციის ნომერი: 01/633; თარიღი: 18.12.2020) ნახსენები „ე.წ. გარდამავალი დროის პერიოდი, რაც დასრულდა 2019 წლის ივლისში“ განმარტავდა 2 კომპანიის (TNT და FedEx) კონცენტრაციის იმ ეტაპის დასასრულს, რომლის განმავლობაშიც მოპასუხე საქმიანობდა ორივე სასაქონლო ნიშნის (TNT და FedEx) გამოყენებით: სერვის-ცენტრების (შიდა და გარე სივრცეების) ბრენდირებისას, სატრანსპორტო საშუალებების და თანამშრომელთა უნიფორმის ნაწილში. შედეგად, ამ ფაზის დასრულების შემდეგ, კომპანიის სერვის ცენტრებზე, სატრანსპორტო საშუალებებზე და თანამშრომელთა უნიფორმებზე მხოლოდ FedEx-ის სასაქონლო ნიშანია დატანილი პარტნიორის სათაო ოფისის მენეჯმენტის მიერ განსაზღვრული სტანდარტების მიხედვით. მოპასუხის განცხადებით, კომპანიამ აღნიშნული ეტაპის დასასრული განმარტა იმ მიზეზით, რომ მომჩივნის მიერ საჩივრის საწყის ვერსიაში საუბარი იყო ორივე სასაქონლო ნიშნის გამოყენების ფაქტებზე სერვის ცენტრებზე, სატრანსპორტო საშუალებებსა და თანამშრომელთა უნიფორმებზე. რაც შეეხება სხვა რეკვიზიტებს (მ.შ. ე.წ. სახარჯ აქტივებს/მასალას - სარეკლამო რეკვიზიტები, სტიკერები (არ არის მკაცრი აღრიცხვის დოკუმენტაცია) და ა.შ. აქტივობასთან დაკავშირებული სხვა რეკვიზიტები, რაც ექსკლუზიურად მხოლოდ პარტნიორის სათაო ოფისიდან იგზავნება დაბეჭდილი სახით და მოპასუხის მიერ არ მზადდება საქართველოში), მათთვის განსაზღვრულია კომპანიების ერთობლივი აქტივობიდან ამოღების განსხვავებული ვადები. შედეგად, პარტნიორის მიერ კვლავ იგზავნება TNT-ს სასაქონლო ნიშნით დატანილი დასახელებული რეკვიზიტები და ამ ნაწილში, ორივე სასაქონლო ნიშნის გამოყენების პრაქტიკა არ დასრულებულა.

მოპასუხე ასევე განმარტავს, რომ კომპანია ყოველთვიურად გადის ე.წ. ბრენდ-აუდიტს (სადაც მოთხოვნები პერიოდულად იცვლება პარტნიორის სათაო ოფისის მიერ დადგენილი საქმიანობის სტანდარტების მიხედვით) და იგი ყველა ეტაპზე აკმაყოფილებდა/აკმაყოფილებს აღნიშნული აუდიტის მოთხოვნებს.

იმ საკითხებთან დაკავშირებით, რომელიც შეეხება მოპასუხის სასაქონლო ნიშნის დიზაინს, სოციალურ ქსელში განთავსების პირობებს და მის მსგავსებას TNT-ის სასაქონლო ნიშანთან, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ კიდევ ერთხელ მიუთითებს, რომ TNT-სა და FedEx-ის მენეჯმენტი რეგულარულად ახორციელებს კომპანიის ბაზარზე საქმიანობის პირობებისა და ფორმების (მ.შ. სოციალურ ქსელში) მონიტორინგს.

მოპასუხის განმარტებით, სადავო არ არის ის გარემოება, რომ FedEx არ უზრუნველყოფს საქართველოში შიდა გადაზიდვის მომსახურებას. ამასთან, FedEx-ის მოთხოვნა არასდროს ყოფილა, რომ ადგილობრივ პარტნიორს მოეხდინა დამოუკიდებელი სერვის ცენტრის გამოყოფა - მხოლოდ საერთაშორისო გზავნილებისთვის და ცალსახად მომხდარიყო იმ დასაქმებულების და სატრანსპორტო საშუალებების გამიჯვნა, რომლებიც ექსკლუზიურად დაკავდებოდნენ მხოლოდ საერთაშორისო გზავნილების მომსახურებით და შეხება არ ექნებოდათ ადგილობრივ გზავნილებთან. შესაბამისად, მოპასუხის განცხადებით, ერთი და იგივე სერვის ცენტრიდან ხდება როგორც საერთაშორისო გზავნილების მენეჯმენტი (FedEx-ის და TNT-ს გლობალური ქსელის გამოყენებით), ასევე,

ადგილობრივი გზავნილების მომსახურება (მოპასუხის ადილობრივი ქსელის გამოყენებით); ანალოგიურად კომპანიის თანამშრომლები (მ.შ. კურიერები) უნივერსალურად ემსახურებიან როგორც საერთაშორისო გზავნილების, ასევე ადგილობრივი გზავნილების მომსახურებას კომპანია FedEx-ის მოწოდებული უნიფორმების გამოყენებით - ამ ტიპის მენეჯმენტი სრულად თავსებადია პარტნიორი კომპანიის სტანდარტებთან.

1.3. დამატებითი ინფორმაცია

საჩივარში დასმული საკითხების სრულყოფილად შესწავლის მიზნით, სააგენტომ 2020 წლის 28 დეკემბრის №02/841 წერილით მიმართა სსიპ - საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრს - „საქპატენტს“ და სთხოვა განემარტა - სასაქონლო ნიშნის კანონიერად გამოყენების მიზნებისათვის, რამდენად არის სავალდებულო მხარეთა შორის გაფორმებული სალიცენზიო ხელშეკრულების „საქპატენტში“ რეგისტრაცია და მსგავსი რეგისტრაციის გარეშე აქვს თუ არა პირს სასაქონლო ნიშნის გამოყენების უფლება.

„საქპატენტის“ 2021 წლის 21 იანვრის №72 წერილის (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 25.01.2021; ნომერი: 01/69) თანახმად, „სასაქონლო ნიშნების შესახებ” საქართველოს კანონის 26-ე მუხლის მიხედვით, სასაქონლო ნიშნის გამოყენების უფლება მისმა მფლობელმა (ლიცენზიარმა) შეიძლება მიანიჭოს სხვა პირს (ლიცენზიანტს) სალიცენზიო ხელშეკრულებით. სალიცენზიო ხელშეკრულება იდება როგორც საქონლის მთლიანი ჩამონათვალის, ისე მისი ნაწილის მიმართ.

ამასთან, სასაქონლო ნიშანზე სალიცენზიო ხელშეკრულების დადების ფაქტის რეგისტრაცია წარმოებს „საქპატენტში“ და შესაბამისი ინფორმაცია ქვეყნდება ბიულეტენში, დადგენილი საფასურის გადახდის შემდეგ. თუმცა, სალიცენზიო ხელშეკრულების „საქპატენტში“ რეგისტრაცია არ წარმოადგენს ამ ხელშეკრულების ნამდვილობის წინაპირობას - მისი რეგისტრაცია არ არის სავალდებულო. რეგისტრაცია სამართლებრივი მნიშვნელობის მატარებელია მესამე პირებისათვის ნიშანზე უფლების არსებობის შესახებ სამართლებრივი სიცხადისა და ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით. უფლების მფლობელსა და ლიცენზიანტს შორის უფლება-მოვალეობების საკითხი განისაზღვრება მხარეებს შორის კერძო სახელშეკრულებო ურთიერთობების ფარგლებში და მის წარმოშობასა და ძალაში შესვლის საკითხს არეგულირებს კერძო სამართალი, სახელშეკრულებო ურთიერთობებისათვის დამახასიათებელი თავისებურებების გათვალისწინებით.

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, მოპასუხემ სააგენტოს 2021 წლის 22 იანვრის №02/22 და 2021 წლის 02 თებერვლის №02/32 წერილების პასუხად, №29.01.21/01 (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი: 01/113) და №04.02/01 (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 04.02.2021; ნომერი:01/142) წერილებით წარმოადგინა მოთხოვნილი დამატებითი ინფორმაცია (მათ შორის, ხელშეკრულებების სრული ვერსიები, ბრენდ-აუდიტის შედეგები, მენეჯმენტთან შიდა მიმოწერა და ა.შ.). წარმოდგენილი ინფორმაცია, მოპასუხის განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს

თავმჯდომარის 2021 წლის 01 თებერვლის №04/6 და 2021 წლის 05 თებერვლის №04/7 ბრძანებების საფუძველზე კომერციულ საიდუმლოებად იქნა მიჩნეული.

2. ნორმატიული რეგულირება

2.1. კონკურენციის კანონმდებლობის მატერიალური ნაწილი

საქართველოს კონსტიტუციის მე-6 მუხლის შესაბამისად, „სახელმწიფო ზრუნავს თავისუფალი და ღია ეკონომიკის, თავისუფალი მეწარმეობისა და კონკურენციის განვითარებაზე“.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) პირველი მუხლით, კანონის რეგულირების სფეროდ განისაზღვრება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის პრინციპების დადგენა, რაც, თავის მხრივ, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია. აღნიშნულის საფუძველზე, მე-2 მუხლით კონკრეტდება კანონის მიზანი: საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაციის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა.

კანონის 11^3 მუხლის თანახმად:

“1. არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია დაუშვებელია.

2. ამ მუხლის მიზნებისთვის არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევა ეკონომიკური აგენტის ისეთი ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესებს, მაგალითად:

ა) კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს;

ბ) ეკონომიკური აგენტის მიერ მხარის შეცდომაში შესაყვანად გარიგების ნამდვილი მიზნის დამალვა და ამით კონკურენციაში უპირატესობის მოპოვება;

გ) ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტის რეპუტაციის შელახვა (საწარმოზე, პროდუქციაზე, სამეწარმეო საქმიანობასა და სავაჭრო საქმიანობაზე არასწორი წარმოდგენის შექმნა), მისი უსაფუძვლო კრიტიკა ან დისკრედიტაცია;

დ) კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება;

ე) სამეცნიერო-ტექნიკური, საწარმოო ან სავაჭრო ინფორმაციის ან კომერციული საიდუმლოების მისი მფლობელის თანხმობის გარეშე მიღება, მოპოვება, გამოყენება ან გავრცელება;

ვ) შემსყიდველის, მიმწოდებლის, მისი თანამშრომლის ან გადაწყვეტილების მიღების უფლებამოსილების მქონე პირის მოსყიდვა, რათა მან დამქირავებლის ინტერესების საწინააღმდეგოდ იმოქმედოს ან უგულებელყოს მომხმარებლის ინტერესები;

ზ) ბოიკოტისკენ მოწოდება.”

კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტის დადასტურების შემთხვევაში ეკონომიკურ აგენტს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს სააგენტოს მიერ შესაბამისი გადაწყვეტილების მიღების წინა ფინანსური წლის განმავლობაში ეკონომიკური აგენტის წლიური ბრუნვის 1%-ს.

ამასთან, კანონის მე-18 მუხლის 1-ლი პუნქტის „ზ[2]“ ქვეპუნქტის თანახმად, სააგენტო უფლებამოსილია, ეკონომიკურ აგენტს წარუდგინოს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები. ხოლო, 17[2] მუხლის „ე“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სააგენტოს ერთ-ერთი ფუნქციაა მიღებული გადაწყვეტილებებისა და გაცემული რეკომენდაციების შესრულების მონიტორინგი.

2.2. კონკურენციის კანონმდებლობის პროცედურული ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 22-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, სააგენტოში საჩივრის წარდგენის უფლება აქვს მომჩივანს, რომელიც მხარედ განიხილება. მან სააგენტოში საჩივართან ერთად უნდა წარადგინოს მტკიცებულებები და მასვე ეკისრება მტკიცების ტვირთი.

კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული „საჩივრის ფორმა, მისი წარდგენის წესი და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურებისა და ვადების“ (შემდგომში - „პროცედურა“) მე-7 მუხლის 1-ლი პუნქტის თანახმად, სააგენტო საჩივრის მატერიალურ დასაშვებობას და მის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყების მიზანშეწონილობას შეისწავლის საჩივრის სრულყოფილი სახით რეგისტრაციიდან 30 სამუშაო დღის ვადაში. საქმის სირთულიდან გამომდინარე, ეს ვადა შეიძლება გაგრძელდეს არაუმეტეს 15 სამუშაო დღით. აღნიშნულ ვადაში სააგენტოს გამოაქვს ერთ-ერთი შემდეგი გადაწყვეტილება: საჩივრის დასაშვებად ცნობის და საქმის მოკვლევის დაწყების შესახებ ან საჩივრის დაუშვებლად ცნობისა და საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ.

პროცედურის მე-13 მუხლის 1-ლი პუნქტის თანახმად: ზემოაღნიშნულ ვადაში (30 სამუშაო დღე, რომელიც შესაძლებელია გახანგრძლივდეს არაუმეტეს 15 სამუშაო დღით) სააგენტო შეისწავლის მხარეთა მიერ წარმოდგენილ ინფორმაციას, მტკიცებულებებს, დამატებით მოძიებულ ინფორმაციას და ახდენს მათ ურთიერთშეჯერებას. სააგენტო ასევე აანალიზებს, ხომ არ არსებობს საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული საფუძვლები და წარმოიშვება თუ არა გონივრული ეჭვი სავარაუდო დარღვევის არსებობის თაობაზე.

საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის საფუძვლები გაწერილია კანონის 24-ე მუხლსა და პროცედურის მე-13 მუხლში. მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილება საჩივრდება კანონის 33[2] მუხლით დადგენილი წესით, თბილისის საქალაქო სასამართლოში.

3. სამოტივაციო ნაწილი

3.1. მოკვლევის დაწყებისათვის აუცილებელი პირობების მიმოხილვა

უნდა აღინიშნოს, რომ საჩივრის დასაშვებობის საკითხის შესწავლა ხდება ორ ეტაპად: ჯერ მოწმდება, აქვს თუ არა სააგენტოს კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილება, აწარმოოს მოკვლევა კონკრეტულ საკითხთან მიმართებით, შემდგომ ხდება იმის ანალიზი, შესაძლებელია თუ არა სააგენტოს უფლებამოსილებას დაქვემდებარებულ საკითხებთან დაკავშირებით წარმოდგენილი საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყება, მათ შორის, გონივრული ეჭვის სტანდარტის დაკმაყოფილებიდან გამომდინარე. იმ შემთხვევაში, თუ სააგენტო უფლებამოსილი არ არის განიხილოს საკითხი, ამ საკითხის შინაარსობრივი ანალიზი აღარ ხორციელდება და დაუშვებლობა დგინდება პროცედურულ საფუძველზე.

შპს „საქართველოს ფოსტის“ საჩივარში და წერილში, სადაც დაზუსტებულია პირვანდელი მოთხოვნები, საუბარია კანონის მე-11^3 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ და „დ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებულ დარღვევაზე. შესაბამისად, საჩივრის დასაშვებად ცნობისა და მოკვლევის დაწყებისთვის საჭიროა:

ა) კანონის მე-11^3 მუხლით დადგენილი პირობების ერთობლივად არსებობა;

ბ) გონივრული ეჭვის სტანდარტის დაკმაყოფილება.

ა) კანონის მე-11^3 მუხლით დადგენილი პირობების ერთობლივად არსებობა

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდეგში - კანონი) 11^3 მუხლი კრძალავს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას და არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევს ეკონომიკური აგენტის ისეთ ქმედებას, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს. ამავდროულად, მუხლი განსაზღვრავს ქმედებების კონკრეტულ შემადგენლობებს. შესაბამისად, კანონის 11^3 მუხლის მიზნებისათვის, ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიჩნევისათვის, საჭიროა შემდეგი პირობების ერთობლივად არსებობა:[1]

ა) ქმედების - მოცემულ შემთხვევაში, კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს; კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება - არსებობა;

ბ) ქმედება უნდა ეწინააღმდეგებოდეს საქმიანი ეთიკის ნორმებს;

გ) ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს;

დ) ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს.

---

[1] არაკეთილსინდისიერ კონკურენციასთან დაკავშირებულ ერთ-ერთ უახლეს გადაწყვეტილებას, სადაც მსგავსი მიდგომაა გამოყენებული წარმოადგენს საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 30 სექტემბრის №04/135 ბრძანება („სადაზღვევო კომპანია უნისონი“ „სადაზღვევო კომპანია ალდაგის“ წინააღმდეგ), გვ. 10.

(ა) კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს - ამ ქმედებას, სააგენტო, როგორც წესი, საქონლის/მომსახურების რეკლამის ჭრილში განიხილავს. ამავდროულად, სააგენტო აღნიშნულ კრიტერიუმს აფასებს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში.[2]

კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება - შესაძლებელია გამოიხატოს მათ შორის კონკურენტის ან მესამე პირის სასაქონლო ნიშნებთან დაკავშირებული უფლებების დარღვევაში, თუმცა, როგორც ყოველთვის, სააგენტო აღნიშნულ კრიტერიუმსაც ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში აფასებს.

(ბ) წინააღმდეგობა საქმიანი ეთიკის ნორმებთან - „კონკურენციის შესახებ" საქართველოს კანონი, ისევე როგორც, ზოგადად, ქართული კანონმდებლობა, არ განმარტავს, თუ კონკრეტულად რა მოიაზრება „საქმიანი ეთიკის ნორმებში". გასათვალისწინებელია, რომ საქართველოში კერძო სამართლებრივი ურთიერთობები ეფუძნება კეთილსინდისიერების პრინციპს. ამდენად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ საქმიანი ეთიკის ნორმები ირღვევა, როდესაც ეკონომიკური აგენტის ქცევა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს. კერძოდ, სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილენი ვალდებულნი არიან, კეთილსინდისიერად შეასრულონ თავიანთი უფლება-მოვალეობები.[3]

(გ) ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს - კანონის მე-3 მუხლის „გ" პუნქტის თანახმად, კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტად მიიჩნევა შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ან პოტენციური ეკონომიკური აგენტი, ხოლო იმავე მუხლის „დ" პუნქტის მიხედვით, პოტენციური ეკონომიკური აგენტი არის დაინტერესებული ეკონომიკური აგენტი, რომელსაც აქვს დასაბუთებული განზრახვა შესაბამის ბაზარზე შესასვლელად. შესაბამისად, კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის ინტერესების შელახვად ჩაითვლება ნებისმიერი ქმედება, რომელიც რაიმე ფორმით ზიანს აყენებს იმავე შესაბამის ბაზარზე ამჟამად მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტს.[4]

(დ) ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს: „კონკურენციის შესახებ" საქართველოს კანონი არ იცნობს სპეციალურ ტერმინს „მომხმარებელი". თუმცა, მისი განმარტება მოცემულია „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე" კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №37 ბრძანებით დამტკიცებული „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების" (შემდგომში „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები") მეორე მუხლის „ვ" ქვეპუნქტში, რომლის

---

[2] იხ. საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2018 წლის 18 ოქტომბრის N04/279 და 2020 წლის 14 სექტემბრის N04/130 ბრძანებები.

[3] საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 30 სექტემბრის №04/135 ბრძანება. გვ. 10.

[4] იქვე. გვ. 10

მიხედვითაც მომხმარებელი არის პირი, რომელიც პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს პროდუქციას/მომსახურებას. შესაბამისად, სააგენტოში მიმდინარე ადმინისტრაციული წარმოებების მიზნებისათვის, მომხმარებლად მიიჩნევა როგორც ფიზიკური, ასევე იურიდიულ პირი, რომლის სასარგებლოდაც ხდება პროდუქციის ან მომსახურების შეძენა პირადი ან სამეწარმეო მიზნით და რომელიც, სამართლებრივ ურთიერთობებში გამოდის მხარედ.[5]

ბ) გონივრული ეჭვის სტანდარტი, როგორც მოკვლევის დაწყების საფუძველი

მოკვლევის დაწყების აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს გონივრული ეჭვის სამართლებრივი სტანდარტის დაკმაყოფილება. შესაბამისად, ყოველ კონკრეტულ საკითხზე მოკვლევის დაწყება შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სააგენტოს ხელთ არსებული ინფორმაცია/დოკუმენტაცია აკმაყოფილებს აღნიშნულ სტანდარტს.

საჩივრის დასაშვებობის შემოწმების ეტაპზე, სააგენტოს, როგორც კონკურენციის სამართლის აღმასრულებელ და კონკურენციის პოლიტიკის განმახორციელებელ ორგანოს, უფლება აქვს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში განსაზღვროს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი და მასში მითითებული ფაქტობრივი გარემოებები კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის გონივრული ეჭვის სტანდარტს.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობა არ შეიცავს გონივრული ეჭვის ცნების ლეგალურ დეფინიციას. სააგენტოს მიერ დამკვიდრებული ერთგვაროვანი პრაქტიკის მიხედვით,[6] საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილების მიღების პროცესში გონივრული ეჭვის განსაზღვრისას სააგენტო ხელმძღვანელობს ევროკომისიისა (შემდგომში - „კომისია“) და ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - „მართლმსაჯულების სასამართლო“) მიერ ჩამოყალიბებული საუკეთესო პრაქტიკით.

ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ შეთანხმების (შემდგომში - „TFEU“) 101-ე და 102-ე მუხლების შესაბამისად პროცედურების წარმართვის საუკეთესო პრაქტიკის შესახებ ევროკომისიის ნოტა[7] განმარტავს, რომ კონკურენციის სამართლის ყველა საქმე, მიუხედავად მათი დაწყების საფუძვლებისა, გადის პირველადი შეფასების ფაზას. ამ სტადიაზე კომისია ამოწმებს, თუ რამდენად არის მიზანშეწონილი საქმეზე შემდგომი მოკვლევის განხორციელება. ასევე, პრაქტიკაში, პირველადი შეფასებების სისტემა ნიშნავს, რომ ზოგიერთი საქმე წყდება წარმოების ძალიან ადრეულ ეტაპზე, რადგან ამ საქმეებზე შემდგომი მოკვლევისა თუ შესწავლის განხორციელება არ არის გონივრული. მართლმსაჯულების სასამართლოს განმარტებით, კომისია აღჭურვილია უფლებამოსილებით, ევროპული კავშირის სამართლით მისთვის დაკისრებული ვალდებულებების გათვალისწინებით, დამოუკიდებლად განსაზღვროს მის წინაშე

[5] იქვე. გვ. 11

[6] სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 26 თებერვლის №04/51 ბრძანება, სააგენტოს თავმჯდომარის 2019 წლის 3 ივნისის №04/179 ბრძანება, სააგენტოს თავმჯდომარის 2018 წლის 23 იანვრის №04/11 ბრძანება, სააგენტოს თავმჯდომარის 2017 წლის 28 მარტის №04/76 ბრძანება და სხვა.

[7] Commission notice on best practices for the conduct of proceedings concerning Articles 101 and 102 TFEU (იხ. http://ec.europa.eu/competition/consultations/2010_best_practices/best_practice_articles.pdf), პარ. 11-12.

არსებული საჩივრებიდან, რომელ შემთხვევაშია მიზანშეწონილი და გონივრული საქმეზე შემდგომი მოკვლევის გაგრძელება. ამასთან მართლმსაჯულების სასამართლოს ერთგვაროვანი პრაქტიკის მიხედვით, დასაშვებობის ეტაპზე კომისიის მხრიდან განსაკუთრებული ყურადღების ქვეშ ექცევა ის ფაქტები და სამართლის ის ნორმები, რომლებზეც აპელირებენ მომჩივანი მხარეები.

TFEU 81-ე და 82-ე მუხლების (დღეს მოქმედი შეთანხმების 101-ე და 102-ე მუხლები) შესაძლო დარღვევის შესახებ საჩივრებზე რეაგირების შესახებ ევროკომისიის ნოტა ასევე იმეორებს, რომ „ევროკომისია არ არის ვალდებული, ყველა საჩივრის შესახებ მოკვლევა დაიწყოს“ და რომ „იმ შემთხვევაში, თუ საჩივარი აკმაყოფილებს ფორმის მოთხოვნებს, მაგრამ საკმარისად ვერ ასაბუთებს მასში აღნიშნულ ბრალდებებს, კომისიას ამ საფუძვლით შეუძლია მისი უარყოფა.“

შესაბამისად, საჩივრის დასაშვებობის ეტაპზე, სააგენტო, ამოწმებს, მოკვლევის დასაწყებად საჩივარში მოყვანილი ფაქტობრივი გარემოებები და მტკიცებულებები აკმაყოფილებს თუ არა კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევასთან დაკავშირებით გონივრული ეჭვის სამართლებრივ სტანდარტს.

სააგენტო ასევე ხელმძღვანელობს კანონის 24-ე მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტით, რომლის მიხედვით, საჩივრის დასაშვებობაზე უარის თქმის საფუძველს წარმოადგენს შესაბამისი საკანონმდებლო საფუძვლის არარსებობა. აქედან გამომდინარე, წარმოდგენილი საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დასაწყებად აუცილებელია, სახეზე იყოს შესაბამისი საკანონმდებლო საფუძველი. სააგენტო განმარტავს, რომ აღნიშნული, უპირველეს ყოვლისა, გულისხმობს, იმ მატერიალური ნორმების არსებობას, რომელიც შესაძლოა ირღვეოდეს საჩივარში მითითებული ქმედების შედეგად.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო, განიხილავს რამდენად აკმაყოფილებს საქმის ფაქტობრივი გარმოებები კანონის 11^3 მუხლის მე-2 პუნქტით დადგენილ მოთხოვნებს. პირველ ყოვლისა, კი, გაანალიზდება რამდენად ექცევა მოპასუხედ დასახელებული ეკონომიკური აგენტის ქმედებები 11^3 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ან/და „დ“ ქვეპუნტებით დადგენილი ქმედების შემადგენლობაში.

3.2. სააგენტოს შეფასება

3.2.1. ქმედების არსებობა

როგორც უკვე აღინიშნა, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის დადგენისათვის, პირველ რიგში უნდა შემოწმდეს, სახეზეა თუ არა ეკონომიკური აგენტის მიერ განხორციელებული ქმედება. მოცემულ შემთხვევაში, უნდა გაანალიზდეს, რამდენად წარმოადგენს მოპასუხის ქმედებები კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემას, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს ან/და კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისებას.

მოპასუხის ქმედებები გაანალიზდება საჩივარსა და მოპასუხის მიერ დამატებით კორესპონდენციაში დასახელებული ფაქტების შესაბამისად.

ა) შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ TNT-სა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენება

TNT-ს სასაქონლო ნიშნის/ნიშნების გამოყენების ზოგადი უფლება

შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“[8] სააგენტოში წარმოადგინა:[9]

1) მასსა და GD Express Worldwide (Deutschaland) GMBH-ს (TNT) შორის გაფორმებული, 1996 წლის სექტემბრით დათარიღებული ხელშეკრულება (Joint Operating Agreement);
2) მასსა და TNT Express Nederland BV-ს (TNT) შორის გაფორმებული, 2012 წლის 01 მაისით დათარიღებული ხელშეკრულება.
3) 07.01.2018-ით დათარიღებული დამატებითი შეთანხმება (Additional Agreement to Joint Operating Agreement), რომელიც გაფორმებულია მასსა და TNT Express Worldwide, spol. s.r.o-ს შორის.

ზემოთ ხსენებულ ხელშეკრულებებზე დაყრდნობით დგინდება, რომ მოპასუხეს TNT-ის შესაბამისი სასაქონლო ნიშნ(ებ)ის გამოყენების უფლება აქვს 1996 წლიდან. სასაქონლო ნიშნების გამოყენების ნაწილში უფრო ახალია მოპასუხესა და TNT Express Nederland BV-ს (TNT) შორის გაფორმებული, 2012 წლის 01 მაისით დათარიღებული ხელშეკრულება (Joint Operating Agreement) (შემდგომში - JOA-01.05.2012). JOA-01.05.2012-ის ნაწილია (თან ერთვის) სალიცენზიო ხელშეკრულებაც (Schedule 6), თავის მხრივ, ამ ხელშეკრულების შემადგენელი ნაწილია სალიცენზიო ხელშეკრულება (Schedule A), რომლის 1.1 მუხლის თანახმად, TNT ანიჭებს ლიცენზიანტს (შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“) ლიცენზირებული ქონების საქართველოს ტერიტორიაზე არაექსკლუზიური გამოყენების უფლებას და ლიცენზიას. ამასთან, JOA-01.05.2012-ის 1-ლი მუხლით განმარტებულია „ლიცენზირებული ქონება”, რომელიც გულისხმობს ხელშეკრულების მე-6 დანართით (Schedule 6, Schedule B) განსაზღვრულ სასაქონლო ნიშნებს და ასეთ სხვა სასაქონლო ნიშნებს, სავაჭრო სახელწოდებებს, ლოგოებს, დიზაინს, სიმბოლოებს, ემბლემებს, განმასხვავებელ ნიშნებს (insignia), სლოგანებს, საავტორო უფლებებს და სხვა იდენტიფიცირებულ მასალებს, მიუხედავად იმისა, რეგისტრირებულია თუ არა ან ექვემდებარება თუ არა რეგისტრაციას და ყველა სხვა

[8] აღსანიშნავია, რომ თავდაპირველად მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის სახელწოდება იყო შპს „სკს“. კომპანიას შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ ეწოდა 2018 წლის ოქტომბერში (https://enreg.reestri.gov.ge/main.php?m=new_index). ამდენად, ამ პერიოდამდე, მოპასუხის მიერ სააგენტოში წარმოდგენილი ხელშეკრულებები, გაფორმებულია შპს „სკს“-ს მიერ. თუმცა, წინამდებარე გადაწყვეტილებაში, სააგენტო ყველა შემთხვევაში გამოიყენებს „შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“.

[9] ქვევით დასახელებული სამივე დოკუმენტი წარმოდგენილია მოპასუხის 29.01.21/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი: 01/113). ეს დოკუმენტები საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2021 წლის 01 თებერვლის №04/6 ბრძანების შესაბამისად, მიჩნეულია კომერციულ საიდუმლოებად.

საკუთრების უფლებებს (მათ შორის არაქონებრივი უფლებები), რომელსაც ფლობს ან ხელმისაწვდომია TNT (TNT Holdings BV) ან მიღებულია ან განკუთვნილია ამჟამად ან ამის შემდგომ ნებისმიერ დროს TNT-ისთვის (TNT Holdings BV) და რომლის ლიცენზირების შესახებ თანხმობას განაცხადებს TNT (TNT Holdings BV), პერიოდულად.

JOA-01.05.2012-ს თან ერთვის ლიცენზირებული ქონების (სასაქონლო ნიშნების) ჩამონათვალიც (Schedule B – Licensed Property), საიდანაც ირკვევა, რომ შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს" მიენიჭა მათ შორის იმ სასაქონლო ნიშნის საქართველოს ტერიტორიაზე გამოყენების უფლება, რომლის საიდენტიფიკაციო ნომერია 48394/3; ხოლო საერთაშორისო რეგისტრაციის ნომერია - 957169.

აღსანიშნავია, რომ 07.01.2018-ით დათარიღებული, TNT Express Worldwide, spol. s.r.o-სთან გაფორმებული დამატებითი შეთანხმების თანახმად, JOA-ს მოქმედების ბოლო ვადად განისაზღვრა - 07.01.2021. მოპასუხე, სააგენტოში წარმოდგენილი წერილის თანახმად, აცხადებს, რომ JOA-ს მოქმედების ბოლო ვადაა 2021 წლის 07 ივლისი.[10] ამასთან, მოპასუხისა და TNT Express Worldwide (CIS)-სა და FedEx Express Europe-ის ბიზნესის განვითარების მენეჯერის (აღმოსავლეთ ევროპა), ლ.ო.-ის განმარტებით[11] ირკვევა, რომ TNT-ისა და შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს" შორის გაფორმებული ხელშეკრულება, მათ შორის, TNT-ის სასაქონლო ნიშნის გამოყენების შესახებ, დღეის მდგომარეობით, ისევ ძალაშია. ამ ფაქტებზე დაყრდნობით, სააგენტოს მიაჩნია, რომ დღეის მდგომარეობით, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს" აქვს TNT-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების ზოგადი უფლება.

მოპასუხე განმარტავს,[12] რომ ამ ეტაპზე TNT-ის ერთადერთი სასაქონლო ნიშანი, რომელსაც კომპანია ჯერ კიდევ იყენებს, TNT-ისთან გაფორმებული ხელშეკრულებისა და FedEx-ის მითითების შესაბამისად, არის სასაქონლო ნიშანი საიდენტიფიკაციო ნომრით 48394/3. აღსანიშნავია, რომ დასახელებული სასაქონლო ნიშანი, ჯერ ისევ ძალაშია (რეგისტრაციის ვადა გადის 2027 წლის 28 დეკემბერს).[13]

FedEx-ის სასაქონლო ნიშნის/ნიშნების გამოყენების ზოგადი უფლება

შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა" სააგენტოში წარმოადგინა 2018 წლის 1 ივლისით დათარიღებული ხელშეკრულება,[14] რომელიც გაფორმებულია შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს" და FedEx Express Belgium International BVBA-ს შორის (GLOBAL SERVICE PARTICIPANT CONTRACT. Contract for the appointment of a Global Service Participant in Republic of Georgia (შემდგომში - GSPC)). GSPC-ის მე-12 მუხლი

[10] მოპასუხის 02/2021.15.01 წერილი (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 18.01.2021; ნომერი: 01/35).

[11] ლ.ო.-ს 2021 წლის 26 იანვრის წერილი/ელფოსტა წარმოდგენილია მოპასუხის 29.01.21/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი: 01/113).

[12] მოპასუხის მიერ სააგენტოში წარმოდგენილი წერილი (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 18.12.2020; ნომერი: 01/633).

[13] http://www.sakpatenti.gov.ge/ka/search_engine/search/3/

[14] ხელშეკრულება წარმოდგენილია მოპასუხის 04.02/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 04.02.2021; ნომერი: 01/142). ხელშეკრულება საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2021 წლის 05 თებერვლის №04/7 ბრძანების შესაბამისად, მიჩნეულია კომერციულ საიდუმლოებად.

არეგულირებს მხარეთა ურთიერთობას/უფლება-მოვალეობებს FedEx-ის ინტელექტუალურ საკუთრებასთან დაკავშირებით. მათ შორის, აღსანიშნავია, რომ ხსენებული მუხლის შესაბამისად, GSPC-ის მოქმედების პერიოდში, FedEx-სთან დაკავშირებული/ FedEx-ის მომსახურების გაწევის დროს, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ ენიჭება, მათ შორის, FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლება.

შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ სააგენტოში ასევე წარმოადგინა GSPC-ის შესაბამისად, მხარეთა შორის გაფორმებული ხელშეკრულება საქართველოში სასაქონლო ნიშნის გამოყენების თაობაზე (Service Mark Use Agreement between Federl Express Corporation and ICS LTD. Agreement for the use of FedEx Service Mark in Georgia)[15]. ხელშეკრულება აწესრიგებს, FedEx-ის მომსახურების გაწევასთან დაკავშირებით, FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების, ლოგოების, და სხვა სახელწოდებების, დიზაინის და სიმბოლოების, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე გამოყენების უფლებას და პირობებს.

საქართველოში სასაქონლო ნიშნის გამოყენების თაობაზე ხელშეკრულების დანართ A-ს (Schedule A) შესაბამისად, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ ენიჭება FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლება რეგისტრაციის ნომრებით: 7982, 7715, 8722. აღსანიშნავია, რომ ჩამონათვალში არ არის სასაქონლო ნიშანი რეგისტრაციის ნომრით: 1176410.

საქართველოში სასაქონლო ნიშნის გამოყენების თაობაზე ხელშეკრულების თანახმად „ნიშნები“ განიმარტება როგორც სასაქონლო ნიშნები, ლოგოები, სხვა სახელწოდებები, დიზაინი და სიმბოლოები, რომელიც მითითებულია დანართ A-ში (Schedule A) და რომელიც შესაძლებელია დროდადრო განახლდეს/შეიცვალოს.

აღსანიშნავია, რომ მოპასუხემ, 29.01.21/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი:01/113) სააგენტოში წარმოადგინა FedEx-ის მიერ განხორციელებული 2020 წლის ბრენდ-აუდიტის შედეგები (Georgia GSP Branding Audit. EU Brand Marketing December 2020 და Georgia GSP Branding Audit Report. EU Brand Marketing. December 14, 2020). როგორც ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში სააგენტოსთვის გახდა ცნობილი, ბრენდ-აუდიტის დროს, FedEx-ის მიერ მოწმდება, კონტრაქტორი/ლიცენზიანტი იყენებს თუ არა სასაქონლო ნიშანს FedEx-ის სტანდარტების შესაბამისად. წარმოდგენილი დოკუმენტების თანახმად, ირკვევა, რომ FedEx-მა შეამოწმა შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ თანამშრომლების/კურიერების უნიფორმებზე, მაიდენტიფიცირებელ ნიშნებზე, სერვის ცენტრებზე (როგორც შენობის შიგნით, ისე გარე აბრებზე), ავტომობილებზე და ა.შ. FedEx-ის სასაქონლო ნიშნის - მათ შორის სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციის ნომრით: 1176410 - გამოყენების შესაბამისობა მხარეთა შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებებსა და FedEx-ის მიერ დადგენილ სტანდარტებთან. აუდიტის შედეგების თანახმად, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ FedEx-ის გამოსახულების/სასაქონლო ნიშნის გამოყენება შესაბამისობაშია ხელშეკრულებებსა და წესებთან.

[15] ხელშეკრულება წარმოდგენილია მოპასუხის 29.01.21/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი: 01/113)

როგორც უკვე აღინიშნა, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ TNT-ისა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების საქართველოს ტერიტორიაზე კანონიერად გამოყენების საკითხის სრულყოფილად შესწავლის მიზნით, სააგენტომ მიმართა სსიპ - საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრს - „საქპატენტს“ და სთხოვა განემარტა სასაქონლო ნიშნის კანონიერად გამოყენების მიზნებისათვის, რამდენად არის სავალდებულო მხარეთა შორის გაფორმებული სალიცენზიო ხელშეკრულების „საქპატენტში“ რეგისტრაცია და მსგავსი რეგისტრაციის გარეშე აქვს თუ არა პირს სასაქონლო ნიშნის გამოყენების უფლება.[16]

ზემოთ აღნიშნულ ინფორმაციასა და „საქპატენტისგან“ მიღებულ პასუხზე დაყრდნობით, ***სააგენტოს დადგენილად მიაჩნია, რომ შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ აქვს საქართველოს ტერიტორიაზე TNT-ისა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლება. ამდენად, ამ ნაწილში, სახეზე არ არის არც კონკურენციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს და არც კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისების ქმედების შემადგენლობა.***

TNT-სა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლება მოპასუხის მომსახურების ცენტრების აბრებზე, ავტომანქანებზე, თანამშრომლების უნიფორმებზე, სავიზიტო ბარათებზე და ა.შ.

როგორც უკვე აღინიშნა, TNT-ისთან გაფორმებული ხელშეკრულების - JOA-01.05.2012-ის ნაწილია (თან ერთვის) სალიცენზიო ხელშეკრულებაც (Schedule 6, Schedule A, Schedule B).

სალიცენზიო ხელშეკრულებაში (მე-6 დანართი (Schedule 6)) გაწერილია გარდამავალი პერიოდი, რომლის განმავლობაშიც შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ უნდა შეუსაბამოს საწერი და სხვა საკანცელარიო მასალა (stationery), მაიდენტიფიცირებელი ნიშნები/აბრები და ა.შ. (signage), ტრანსპორტი, მარკეტინგული მასალები, ჩანთები (satchels), ვებგვერდი და უნიფორმები სასაქონლო ნიშნის გამოყენების ახალ სტანდარტებს.

სალიცენზიო ხელშეკრულების დანართი A (Schedule A), კი, ადგენს TNT-ის სასაქონლო ნიშნ(ებ)ის გამოყენების პირობებს. დოკუმენტის 1.1 მუხლის თანახმად, TNT ანიჭებს ლიცენზიანტს (შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“) ლიცენზირებული ქონების საქართველოს ტერიტორიაზე არაექსკლუზიური გამოყენების უფლებას და ლიცენზიას. ხელშეკრულების თანახმად, კომპანია ასევე ვალდებულია ლიცენზირებულ ქონებასთან დაკავშირებით მკაცრად დაიცვას TNT-ის მიერ დროდადრო, წერილობითი ფორმით დადგენილი სტანდარტები. ამასთან, კომპანიას არ აქვს უფლება

[16] იხილეთ წინამდებარე გადაწყვეტილების 1-ლი თავის 1.3 ქვეთავი („დამატებითი ინფორმაცია“), გვ. 6-7

გამოიყენოს TNT-ის სახელი ან სხვა არსებითად მსგავსი საკუთარ კორპორატიულ ან სავაჭრო სახელწოდებაში.

ხელშეკრულების მე-3 მუხლი შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ აკისრებს იმ ბეჭდური მასალის, საკანცელარიო/საწერი საქონლის, სარეკლამო მასალების, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გზით წარსადგენი ინფორმაციის/მასალის, დიზაინის, დეკორაციების და სხვა მასალების TNT-ისთან წინასწარ შეთანხმების ვალდებულებას, რომელზეც დაიტანება ლიცენზირებული ქონება.

თავის მხრივ, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებსა“ და FedEx-ს შორის გაფორმებული ხელშეკრულების - GSPC-ის - შემადგენელი ნაწილია მე-10 დანართი - ბრენდინგი (Branding), რომლის მიხედვითაც, მხარეები თანხმდებიან, რომ GSPC-ის ფარგლებში კონტრაქტორის (შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“) საქმიანობა დაიბრენდება FedEx-ის გამოსახულებით (graphics). დოკუმენტით დარეგულირებულია კონტრაქტორის სატრანსპორტო საშუალებებზე, უნიფორმებზე, პიროვნების მაიდენტიფიცირებელ სამკერდე ნიშნებზე (ID Badges), ობიექტებზე, მათ შორის მომსახურების ცენტრებზე, საკანცელარიო მასალაზე (ბლანკებზე, კონვერტებზე, სავიზიტო/ბიზნეს ბარათებსა და კორპორაციულ ბარათებზე (compliment cards), ეტიკეტებზე, სტიკერებსა და საქმიანობის განხორციელების დროს გამოყენებულ სხვა დოკუმენტებზე, გაყიდვებისა და მარკეტინგულ მასალებზე, სარეკლამო მასალებზე, ვებგვერდებზე, ელფოსტაზე, ელფოსტით კომუნიკაციისას, საკონტაქტო ინფორმაციის ნაწილში (email signature) FedEx-ის გამოსახულების გამოყენების საკითხები.

როგორც უკვე აღინიშნა, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ სააგენტოში ასევე წარმოადგინა FedEx-თან გაფორმებული ხელშეკრულების - GSPC-ის - შესაბამისად, მხარეთა შორის გაფორმებული ხელშეკრულება საქართველოში სასაქონლო ნიშნის გამოყენების თაობაზე (Service Mark Use Agreement between Federal Express Corporation and ICS LTD. Agreement for the use of FedEx Service Martk in Georgia). ეს უკანასკნელი არეგულირებს მხარეთა უფლება-მოვალეობებს FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების ნაწილში.

2016 წლის 8 იანვარის გადაწყვეტილებით (Case M.7630 FedEx/TNT Express)[17] ევროკომისიამ დაადგინა, რომ FedEx-მიერ TNT-იზე კონტროლის მოპოვება არ შეზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას. შესაბამისად, დაიწყო ორი კომპანიის შემწყმის პროცესი, რომელმაც გავლენა მოახდინა ასევე შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მიერ TNT-ის სასაქონლო ნიშნის გამოყენების რეჟიმზეც. როგორც სააგენტოში წარმოდგენილ წერილში[18] მოპასუხე განმარტავს, 2019 წლის ივლისში დასრულდა კომპანიების შერწყმის ის პერიოდი, როდესაც ორივე კომპანიის - TNT-ისა და FedEx-ის - სასაქონლო ნიშნები გამოიყენებოდა მომსახურების/სერვის ცენტრების (შიდა და გარე სივრცეები), სატრანსპორტო საშუალებების და თანამშრომელთა უნიფორმების ბრენდირებისას. შედეგად, ამ ობიექტებზე, დღეის მდგომარეობით დატანილია მხოლოდ FedEx-ის სასაქონლო ნიშანი, FedEx-ის სათაო ოფისის მენეჯმენტის მიერ განსაზღვრული

[17] გადაწყვეტილება ხელმისაწვდომია შემდეგ ბმულზე:
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7630_4582_4.pdf
[18] მოპასუხის 02/2021.15.01 წერილი (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 18.01.2021; ნომერი: 01/35).

სტანდარტების შესაბამისად. რაც შეეხება სხვა რეკვიზიტებს, სარეკლამო რეკვიზიტები, სტიკერები და ა.შ. მოპასუხის განმარტებით, ეს რეკვიზიტები კომპანიას FedEx-ის სათაო ოფისიდან ეგზავნებათ დაბეჭდილი სახით, მათთვის განსაზღვრულია ერთობლივი აქტივობიდან ამოღების განსხვავებული ვადები.

მოპასუხემ ზემოაღნიშნული განმარტების დასადასტურებლად, წარმოადგინა:[19]

- TNT Express Worldwide (CIS)-ის ბიზნესის განვითარების მენეჯერის (აღმოსავლეთ ევროპა), ლ.ო.-ის 2019 წლის 7 ოქტომბრის ელფოსტა. ელფოსტის შესაბამისად, FedEx-ის ბრენდთან დაკავშირებული სტრატეგიის შესაბამისად, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ სთხოვენ წარადგინოს ინფორმაცია იმ ობიექტების/ინვენტარის შესახებ, რომელზეც ჯერ კიდევ დატანილია TNT-ის ნიშანი, სხვა ნიშანთან ერთად ან დამოუკიდებლად. ამასთან, ლ.ო კომპანიას სთხოვს წარადგინოს ინვენტარის სია და მიუთითოს საბოლოო ვადა, როდესაც განხორციელდება მათი დებრენდინგი/რებრენდინგი. ლ.ო-ს განმარტებით, სრული დებრენდინგის საბოლოო ვადაა 2020 წლის მარტი (ამასთან, კომპანიას დამატებით ეცნობება, საქმიანობის განხორციელებასთან დაკავშირებულ ინვენტარზე FedEx-ის სასაქონლო ნიშნის დატანის ვადების შესახებ).
- TNT Express Worldwide (CIS)-სა და FedEx Express Europe-ის ბიზნესის განვითარების მენეჯერის (აღმოსავლეთ ევროპა) ლ.ო.-ის 2021 წლის 26 იანვრის ელფოსტა. წერილში ლ.ო. განმარტავს, რომ შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ მოქმედებს ორი ხელშეკრულების - TNT-ისთან და FedEx-თან გაფორმებული ხელშეკრულებების - შესაბამისად. ამდენად, კომპანიას უფლება აქვს გამოიყენოს ორივე ბრენდი. ამასთან, ბრენდის/სასაქონლო ნიშნების დოკუმენტებზე, აბრებსა და ა.შ. გამოყენება/განთავსება, რეგულირდება სასაქონლო ნიშნების შესახებ შეთანხმებებით, ზოგადად და დეტალური წესებით, რომელიც კომპანიას [მოცემულ შემთხვევაში, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“] ეგზავნება FedEx/TNT-ის მიერ ელფოსტის საშუალებით. ლ.ო. ასევე განმარტავს, რომ FedEx/TNT-ის წინასწარ არ გაუცია რჩევა/რეკომენდაცია, იმასთან დაკავშირებით, თუ რომელი ტიპის ბრენდინგი უნდა გამოიყენოს კომპანიამ - იგი ძალაშია ხელშეკრულებით განსაზღვრული პერიოდიდან ცვლილების შესახებ FedEx/TNT-ის შესაბამის შეტყობინებამდე. თავის მხრივ, ამ შეტყობინებებით, FedEx/TNT-ის მარკეტინგი კომპანიას აწვდის ინფორმაციას, თუ როგორ უნდა განთავსდეს ბრენდები/ნიშნები, ერთობლივად თუ დამოუკიდებლად, ასევე განსაზღვრულია საბოლოო პერიოდი, რომლის შემდეგაც შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ მხოლოდ FedEx-ის სასაქონლო ნიშანი უნდა გამოიყენოს, FedEx-ის შესაბამისი სტრატეგიის თანახმად.

[19] ქვევით განხილული დოკუმენტები/ინფორმაცია წარმოდგენილია მოპასუხის 29.01.21/01 წერილით (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.01.2021; ნომერი: 01/113).

- FedEx-ის მიერ განხორციელებული 2020 წლის ბრენდ აუდიტთან დაკავშირებული დოკუმენტები/შედეგები (Georgia GSP Branding Audit. EU Brand Marketing December 2020 და Georgia GSP Branding Audit Report. EU Brand Marketing. December 14, 2020). წარმოდგენილი დოკუმენტებიდან ასევე ირკვევა, თუ როგორ აძლევს FedEx შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ 4 ავტოსატრანსპორტო საშუალებიდან და ელფოსტის ე.წ. ხელმოწერიდან (signature) “და TNT-ის” მოშლის რეკომენდაციას და ამისთვის განუსაზღვრავს ვადას, პირველ შემთხვევაში 2020 წლის 15 იანვრამდე, ხოლო მეორე შემთხვევაში - 2020 წლის 15 დეკემბრამდე. აუდიტის ანგარიშიდან ირკვევა, რომ შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებმა“ დასახელებული რეკომენდაციები შეასრულა. ამასთან, დოკუმენტიდან ირკვევა ის ფაქტიც, რომ მოპასუხე საქართველოში არ ამზადებს სარეკლამო მასალას, არამედ ამ მასალას იწერს/უკვეთავს კატალოგიდან (Central Portfolio Catalogue) FedEx-ის მოთხოვნების შესაბამისად. აუდიტის შედეგების შესაბამისად, ირკვევა, რომ შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემები“ თანამშრომლების უნიფორმებზე, მაიდენტიფიცირებელ ნიშნებზე, სერვის ცენტრებზე (როგორც შენობის შიგნით, ისე გარეთ აბრებზე), ავტომობილებზე და ა.შ. FedEx-ის სასაქონლო ნიშანს ამ უკანასკნელის მოთხოვნის შესაბამისად იყენებს.
- TNT-ის მარკეტინგის უფროსი სპეციალისტის (აღმოსავლეთ ევროპა, ჩეხეთის რესპუბლიკა) ბ.მ-ს 2018 წლის 16 აგვისტოს წერილი, სადაც საუბარია მხარეთა შორის შეთანხმებული დიზაინის მქონე ფანჯრის სტიკერების დაბეჭდვასა და საქართველოში, შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების” მიერ მითითებულ მისამართზე გამოგზავნაზე. აღსანიშნავია, რომ ამ პერიოდისთვის, სტიკერებზე დატანილია როგორც FedEx-ის, ისე TNT-ს სასაქონლო ნიშნები.
- TNT/FedEx-ის სათაო ოფისისთვის სახარჯი მასალის (ორივე სასაქონლო ნიშნის გამოყენებით) ღირებულების გადახდის დამადასტურებელი ინვოისის ნიმუში (მოპასუხის განმარტებით, გადახდა განხორციელდა შეკვეთილი მასალის საქართველოში ჩამოსვლის შემდგომ).

  მოპასუხე ასევე განმარტავს, რომ მისთვის მოწოდებულ ხარჯვად რეკვიზიტებს/მასალას, კომპანია ამ მასალის ამოწურვამდე იყენებს. ამის შემდეგ, შესაბამისი/ახალი ინსტრუქციის მიხედვით ხდება ხარჯვადი რეკვიზიტების ახალი ჯგუფის შეკვეთა.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, წარმოდგენილ ხელშეკრულებებსა და სხვა დოკუმენტებზე/ინფორმაციაზე დაყრდნობით, სააგენტოს მიაჩნია, რომ მოპასუხის მიერ, TNT-სა და FedEx-სთან გაფორმებული ხელშეკრულებების შესაბამისად მომსახურების გაწევასთან დაკავშირებით, TNT-სა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენება (მათ შორის მომსახურების ცენტრების აბრებსა და ინტერიერში,

ავტომანქანებზე, თანამშრომლების/კურიერების უნიფორმებზე და ა.შ.) შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ ვალდებულებაა და არა უფლება.

ამდენად, ამ ნაწილში, სახეზე არ არის არც კონკურენციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს და არც კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისების ქმედების შემადგენლობა.

მოპასუხის მიერ FedEx/TNT-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენებასთან დაკავშირებული ერთი გარემოება, რომელზეც მომჩივანი ამახვილებს ყურადღებას და რომლის განმარტებაც სააგენტოს მიზანშეწონილად მიაჩნია, უკავშირდება, სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლებას მხოლოდ საერთაშორისო გადაზიდვებთან მიმართებაში (FedEx/TNT-სთან გაფორმებული ხელშეკრულებიდან გამომდინარე). კერძოდ, იმ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, რომელიც ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში შპს „საქართველოს ფოსტისთვის“ გახდა ცნობილი, მომჩივანი აცხადებს,[20] რომ FedEx-თან გაფორმებული ხელშეკრულება მოპასუხეს უზღუდავს შიდა, ადგილობრივი მომსახურების განხორციელებისას FedEx-ის სახელის გამოყენების უფლებას. მომჩივანს მიაჩნია, რომ FedEx-ის სასაქონლო ნიშნის/სავაჭრო სახელის გამოყენება მოპასუხის მიერ შიდა სერვისების განხორციელებისას ხდება უნებართვოდ, შესაბამისი უფლებამოსილების მინიჭების გარეშე, რაც წარმოადგენს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას საფოსტო-საკურიერო ბაზარზე სხვა ეკონომიკური აგენტების მიმართ.

ამ საკითხთან დაკავშირებით განმარტება გააკეთა მოპასუხემაც. კერძოდ, სააგენტოში 02/2021.15.01 წერილით წარმოდგენილ პოზიციაში (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 18.01.2021; ნომერი: 01/35), მოპასუხე ასევე ადასტურებს, რომ კომპანია FedEx-ი საქართველოში არ უზრუნველყოფს შიდა გადაზიდვის მომსახურებას. ამასთან, განმარტავს, რომ FedEx-ს არასდროს მოუთხოვია ადგილობრივ პარტნიორს გამოეყო დამოუკიდებელი მომსახურების ცენტრი მხოლოდ საერთაშორისო გზავნილებისთვის და ცალსახად მომხდარიყო იმ დასაქმებულების და სატრანსპორტო საშუალებების გამიჯვნა, რომლებიც ექსკლუზიურად დაკავდებოდნენ მხოლოდ საერთაშორისო გზავნილების მომსახურებით და შეხება არ ექნებოდათ ადგილობრივ გზავნილებთან.

მხარეთა პოზიციებისა და სააგენტოში წარმოდგენილი ინფორმაციის/დოკუმენტაციის ანალიზის შედეგად, გამოიკვეთა, რომ TNT-ის, FedEx-სა და შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“ შორის გაფორმებული ხელშეკრულებების შესაბამისად, მოპასუხეს TNT-სა და FedEx-ის სასაქონლო ნიშნების გამოყენების უფლება მინიჭებული აქვს საერთაშორისო გზავნილებთან - TNT-სა და FedEx-თან დაკავშირებული მომსახურების გაწევასთან - დაკავშირებით. თუმცა, ხაზგასასმელია, რომ მხარეთა შორის არსებული სახელშეკრულებო ურთიერთობების ფარგლებში, მოპასუხის ერთი და იგივე სერვის ცენტრიდან ხდება როგორც საერთაშორისო

[20] შპს “საქართველოს ფოსტის” 2020 წლის 28 დეკემბრის POST 20 00034281 წერილი (სააგენტოში რეგისტრაციის თარიღი: 29.12.2020; ნომერი: 01/652)

გზავნილების მენეჯმენტი (FedEx-ის და TNT-ს გლობალური ქსელის გამოყენებით), ასევე, ადგილობრივი გზავნილების მომსახურება (მოპასუხის ადილობრივი ქსელის გამოყენებით); ანალოგიურად კომპანიის თანამშრომლები (მ.შ. კურიერები) უნივერსალურად ემსახურებიან როგორც საერთაშორისო გზავნილების, ასევე ადგილობრივი გზავნილების მომსახურებას კომპანია FedEx-ის მოწოდებული უნიფორმების გამოყენებით და აღნიშნული პოლიტიკა დაშვებულია ხელშემკვრელი მხარის მხრიდანაც. სააგენტოს ხელთარსებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, შიდა და საერთაშორისო გზავნილების გამიჯვნის ვალდებულება არ გამომდინარეობს მოქმედი ხელშეკრულებებიდან და ამასთან, FedEx-ის მხრიდან არ ყოფილა გაკეთებული რაიმე სახის მითითება, რომ მოპასუხეს გაემიჯნა სერვის ცენტრები, კურიერები, უნიფორმა, სატრანსპორტო საშუალებები და სხვა. ასევე, სააგენტოს ხელთარსებული მტკიცებულებებიდან (მათ შორის ბრენდ-აუდიტის შედეგები) არ იკვეთება, რომ მხარეთა შორის არსებობდა რაიმე სახის დავა ხელშეკრულების დარღვევის გამო, აღნიშნული სასაქონლო ნიშნების ადგილობრივი გადაზიდვების პროცესში გამოყენებასთან დაკავშირებით. ამასთან, გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ მხარეთა შორის არსებული ხელშეკრულების შესრულება (თუ არ არის სახეზე უშუალოდ აღნიშნული ხელშეკრულების საფუძველზე ან მის ფარგლებში კონკურენციის შეზღუდვა) და მისი ცალკეული ნორმის დარღვევის შეფასება სცილდება საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს უფლებამოსილებას და მიეკუთვნება მხარეთა სამოქალაქო-სამართლებრივ, სახელშეკრულებო ურთიერთობას.

მოპასუხესთან დაკავშირებით ვებგვერდებსა და სოციალურ ქსელებში განთავსებული ინფორმაცია

როგორც ზევით აღინიშნა, მომჩივანი აცხადებს, რომ Google.ge-ს საძიებო სისტემაში შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემების“ მითითებისას, არაერთ ვებგვერდზე მოპასუხე მოხსენიებულია როგორც TNT/FedEx ან TNT Georgia ან TNT/FedEx-ის წარმომადგენლობა და გამოსახულია TNT-ის სასაქონლო ნიშნით (მაგალითად, www.yell.ge; www.bia.ge, www.dressup.ge, იუსიტიციის სახლის ვებ-გვერდი).

ამ საკითხთან დაკავშირებით განმარტებას აკეთებს მოპასუხეც. მისი განცხადებით, ვებგვერდების ნაწილზე განთავსებული ინფორმაცია შეესაბამება მოპასუხესა და TNT/FedEx-ს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებით რეგლამენტირებულ ფარგლებს, ხოლო რიგი ვებგვერდების ადმინისტრირების პროცესში კომპანია უშუალოდ არ არის ჩართული, ამიტომ ვერ აკონტროლებს ინფორმაციის სისწორეს.

სააგენტოს პოზიციით, მნიშვნელოვანია, რომ საინფორმაციო და სხვა სახის ვებ-გვერდებზე, საიდანაც შესაძლებელია მომხმარებელი ინფორმაციას იღებდეს კონკრეტული კომპანიის სერვისების შესახებ, მონაცემები სწორად იქნეს განთავსებული და არ იყოს მითითებული ისეთი არაზუსტი/არასწორი ინფორმაცია, რამაც შესაძლოა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა გამოიწვიოს. ამდენად, მნიშვნელოვანია მოპასუხე კომპანიის მხრიდან შესაბამისი ქმედებების განხორციელება, მათ შორის, მსგავს ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციის მონიტორინგი, მოქმედ ხელშეკრულებებთან შესაბამისობაში მოყვანა და საჭიროების შემთხვევაში, ვებ-გვერდების ადმინისტრირებაზე

პასუხისმგებელი პირების ინფორმირება, განთავსებული მონაცემების კორექტირების საჭიროების თაობაზე. ამ მიზნით, მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში, სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს მოპასუხე კომპანიის მიმართ შესაბამისი რეკომენდაციის გაცემას.

დასკვნა

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, საჩივრისა და წარმოდგენილი მტკიცებულებების დეტალურად განხილვის შედეგად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ მის ხელთ არსებულ დოკუმენტებზე/ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მომჩივნის მიერ წარმოდგენილ საჩივარში დაფიქსირებულ არც ერთ ეპიზოდში არ იკვეთება „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11^3 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ და „დ“ ქვეპუნქტების დარღვევის გონივრული ეჭვი. ამდენად, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, შპს „საქართველოს ფოსტის“ საჩივარი დაუშვებლად უნდა იქნეს ცნობილი.

3.3. რეკომენდაცია შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“

„შპს „საინფორმაციო კომინიკაციების სისტემებმა“ განახორციელოს სოციალურ ქსელებსა და ვებ-გვერდებზე მის შესახებ არსებული ინფორმაციის მონიტორინგი და გაატაროს შესაბამისი ღონისძიებები, რათა მის მიერ არაოპერირებად ელექტრონულ რესურსებზე შპს „საინფორმაციო კომინიკაციების სისტემების“ შესახებ განთავსებულ იქნას რელევანტური ინფორმაცია, რაც შესაბამისობაში იქნება გაფორმებულ ხელშეკრულებებთან. შეუსაბამობის გამოვლენის შემთხვევაში, შპს „საინფორმაციო კომინიკაციების სისტემებმა“ შესაბამის უფლებამოსილ პირებს მოსთხოვოს ინფორმაციის კორექტირება.

სარეზოლუციო ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ” საქართველოს კანონის 17^1 მუხლის მე-2 და მე-4 პუნქტების, 23-ე მუხლის 1-ლი და მე-8 პუნქტების, 24-ე მუხლის “ბ” ქვეპუნქტის, 33^2 მუხლის 1-ლი პუნქტის, „საჩივრის ფორმა, მისი წარგდენის წესი და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურები და ვადების“ შესახებ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტისა და მე-13 მუხლის 1-ლი და მე-2 პუნქტების, მე-3 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნტის, აგრეთვე „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-18 მუხლის 1-ლი პუნქტის „$ზ^2$“ ქვეპუნქტის და 17^2 მუხლის „ე“ ქვეპუნქტის შესაბამისად,

სააგენტომ დაადგინა:

1. შპს „საქართველოს ფოსტის“ 2020 წლის 1 დეკემბრის №01/608 საჩივარი დაუშვებლად იქნეს ცნობილი.

2. მომჩივანს უარი ეთქვას წარმოდგენილი საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებაზე.

3. დაევალოს შპს „საინფორმაციო კომუნიკაციების სისტემებს“, გადაწყვეტილების მიღებიდან/ჩაბარებიდან 30 (ოცდაათი) სამუშაო დღის ვადაში წარმოადგინოს ინფორმაცია წინამდებარე გადაწყვეტილების 3.3. ქვეთავში მითითებული რეკომენდაციების ფარგლებში, მის მიერ გატარებული ღონისძიებების შესახებ.

4. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ ვადაში და წესით თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მისამართი: ქალაქი თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64).

5. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

ირაკლი ლექვინაძე

თავმჯდომარე