



**საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2024 წლის 12 სექტემბრის N04/887 ბრძანების
შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე
მიღებული გადაწყვეტილების დამტკიცების შესახებ**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის, მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 25-ე მუხლის პირველი და მეორე პუნქტების, „საქმის მოკვლევის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის №40 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-6 მუხლის პირველი, მეორე პუნქტებისა და 29-ე მუხლის შესაბამისად,

ვბრძანებ:

1. დამტკიცდეს მოკვლევის ჯგუფის მიერ წარმოდგენილი გადაწყვეტილება „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით საქმის მოკვლევის დაწყების და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 12 სექტემბრის N04/887 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული მოკვლევის თაობაზე“ - თანდართული სახით.
2. არ დადასტურდეს სს „თიბისი ბანკის“ (ს/ნ: 204854595) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის დარღვევის ფაქტი.
3. არ დადასტურდეს შპს „თინეთის“ (ს/ნ: 402116474) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის დარღვევის ფაქტი.
4. სს „თიბისი ბანკის“ (ს/ნ: 204854595) მიმართ გაიცეს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაცია.

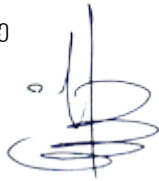


5. დამტკიცებული გადაწყვეტილება 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადაში გადაეგზავნოთ წინამდებარე ბრძანების მე-2 და მე-3 პუნქტებით განსაზღვრულ ეკონომიკურ აგენტებს.
6. გადაწყვეტილება მისი მიღებიდან 10 (ათი) სამუშაო დღის ვადაში გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებ-გვერდზე, ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვით.
7. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით, მხარის მიერ მისი გაცნობიდან ერთი თვის ვადაში თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, N64).
8. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

საფუძველი: მოკვლევის ჯგუფის 2025 წლის 31 დეკემბრის N03/1946 მოხსენებითი ბარათი.

ირაკლი ლეჟვინაძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

გადაწყვეტილება

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის საგარეუდო დარღვევის
ფაქტთან დაკავშირებით საქმის მოკვლევის დაწყების და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ
საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2024
წლის 12 სექტემბრის N04/887 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული მოკვლევის
თაობაზე

თბილისი

2025

სარჩევი

თავი I. აღწერილობითი ნაწილი	3
1. მოკვლევის დაწყების საფუძველი	3
2. მხარეებისგან მიღებული ინფორმაცია.....	4
2.1. სს „თიბისი ბანკისგან“ მიღებული ინფორმაცია.....	4
2.2. შპს „თინეთისგან“ მიღებული ინფორმაცია.....	5
თავი II. ახსნა-განმარტებითი შეხვედრები	5
1. ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრა თიბისისთან	5
2. ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრა თინეთთან.....	8
3. მესამე პირებისგან მიღებული ინფორმაცია.....	10
3.1. სს „მასტერქარდ იუროფისგან“ მიღებული ინფორმაცია	10
3.2. შპს „რეშენალ სოლუმენსისგან“ მიღებული ინფორმაცია	10
3.3. შპს „პირველი შოპისგან“ მიღებული ინფორმაცია	11
3.4. ფინანსური დაწესებულებებისგან მიღებული ინფორმაცია.....	11
3.4.1. სს „საქართველოს ბანკი“.....	11
3.4.2. სხვა კომერციული ბანკებისგან მიღებული ინფორმაცია.....	11
თავი III. ნორმატიული რეგულირება	12
1. მატერიალური რეგულირება	12
2. საბანკო-საგადახდო ბარათების ემისიის მარეგულირებელი კანონმდებლობა	14
3. პროცედურული რეგულირება	16
თავი IV. შესაბამისი ბაზარი.....	18
1. ზოგადი მიმოხილვა	18
2. შესაბამისი ბაზრის საზღვრები.....	20
2.1. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები.....	20
2.2. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები.....	24
2.3. სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის დროითი ჩარჩო	24
შუალედური დასკვნა.....	25
თავი V. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება - ზოგადი მიმოხილვა	26
თავი VI. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება - ექსკლუზიური გარიგება	31
დასკვნა	33
სარეზოლუციო ნაწილი	33
რეკომენდაცია	34

თავი I. აღწერილობითი ნაწილი

1. მოკვლევის დაწყების საფუძველი

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტომ (შემდგომში - სააგენტო) თავმჯდომარის 2024 წლის 12 სექტემბრის N04/887 ბრძანების შესაბამისად დაიწყო საქმის მოკვლევა სს „თიბისი ბანკსა“ (ს/ნ 204854595) (შემდგომში - თიბისი, ბანკი ან თიბისი ბანკი) და შპს „თინეთს“ (ს/ნ 402116474) (შემდგომში - თინეთი) შორის სავარაუდოდ არსებული ექსკლუზიური შეთანხმების კონკურენციის კანონმდებლობასთან თავსებადობის შესწავლის მიზნით „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) მე-6 მუხლის მოთხოვნათა შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

მოკვლევის დაწყების საფუძველი გახდა სააგენტოს ხელთ არსებული ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ თინეთის მიერ ადმინისტრირებულ პლატფორმაზე www.swoop.ge განთავსდა აქცია 2024 წლის ზაფხულის პერიოდის განმავლობაში სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით 25%-იანი ფასდაკლების შესახებ, რომლის ფარგლებშიც ჩართულნი იყვნენ როგორც სს „მასტერქარდ იუროფი“ (ბელგიური კომპანიის ნომრით RPR 0448.038.446) (შემდგომში - მასტერქარდი), აგრეთვე, თიბისი.

აღნიშნული ფასდაკლებით მომხმარებელი ისარგებლებდა შემდეგი პირობების კუმულატიურად დაკმაყოფილების შემთხვევაში:

1. სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურების შეძენა ონლაინ-პლატფორმა www.swoop.ge-ზე.
2. აღნიშნული მომსახურების შესაძენად თიბისის მიერ ემიტირებული საბანკო ბარათის (TBC Mastercard Gold ან TBC Mastercard Standard) გამოყენება.
3. გამოყენებული საბანკო ბარათი ჩართული უნდა ყოფილიყო სს „მასტერქარდ იუროფის“ საერთაშორისო საბარათე სისტემაში.

აღსანიშნავია, რომ ფასდაკლების აქციის პერიოდში იდენტური ან მსგავსი მარკეტინგული ღონისძიება ხელმისაწვდომი არ იყო კონკურენტ პლატფორმაზე - www.hotsale.ge-ზე.

კანონის 31-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, სააგენტო ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ საკითხს შეისწავლის, თუ სავარაუდო კანონის საწინააღმდეგო ქმედების განმახორციელებელი სუბიექტი/სუბიექტები არის/არიან ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკური აგენტი/ეკონომიკური აგენტები, მაგრამ ეს ქმედება (დავის საგანი) ეკონომიკის რეგულირებად სფეროში არ განხორციელებულა. სააგენტოს უფლებამოსილება წინამდებარე მოკვლევის დაწყების შესახებ განპირობებულია შემდეგ გარემოებათა საფუძველზე: 1. თინეთი ოპერირებს ონლაინ ვაჭრობის ბაზარზე, რაც ერთმნიშვნელოვნად არ განეკუთვნება ეკონომიკის რეგულირებად სფეროს; 2. თიბისი საქმიანობს საფინანსო სექტორში, რომელიც ცალსახად ეკონომიკის რეგულირებად სფეროს განეკუთვნება. ასევე, გასათვალისწინებელია შემდეგი გარემოებები: თიბისი და თინეთი TBC Bank Group PLC-თან ერთად განეკუთვნებიან ერთსა და იმავე კორპორატიულ ჯგუფს.

შესაბამისად, ამ ჯგუფის შიგნით განხორციელებული ნებისმიერი გარიგება შესაძლოა განხილულ იქნეს როგორც ერთიანი ეკონომიკური აგენტის ქმედება. მოცემულ შემთხვევაში, აღნიშნული ქმედება, განხორციელებულია ეკონომიკის არარეგულირებად სფეროში - ონლაინ ვაჭრობის პლატფორმაზე. გარდა ამისა, საბარათე ტრანზაქციების განხორციელება ასევე ხდება სხვა ნებისმიერი ტიპის სავაჭრო ურთიერთობაში - როგორც ვირტუალურ (ონლაინ), აგრეთვე არავირტუალური მიმართულებით. შესაბამისად, სააგენტოს კომპეტენციას განსაზღვრავს არა ფულადი ანგარიშსწორების ფორმა (ნაღდი თუ უნაღდო), არამედ ის გარემოება, თუ რომელ სფეროშია (ეკონომიკის რეგულირებად თუ არარეგულირებად) განხორციელებული სადავო ქმედება. სააგენტოს მიერ განსახილველი შეთანხმებები ერთმნიშვნელოვნად განეკუთვნებიან ონლაინ პლატფორმაზე მარკეტინგული აქტივობების მარეგულირებელ მექანიზმს და შესაძლოა მიმართულნი იყვნენ კონკრეტული სუბიექტის მიმართ ექსკლუზივის სავარაუდო მინიჭებისკენ.

შესაბამისად, ზემოთ მითითებული გარემოებების ერთობლიობა განსაზღვრავს სააგენტოს უფლებამოსილებას კანონის 31-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად დაიწყოს საქმის მოკვლევა.

2. მხარეებისგან მიღებული ინფორმაცია

2.1. სს „თიბისი ბანკისგან“ მიღებული ინფორმაცია

იქიდან გამომდინარე, რომ სააგენტოსთვის ცნობილი გახდა თინეთის მიერ ადმინისტრირებულ პლატფორმაზე - www.swoop.ge-ზე განთავსებული ზემოთ აღნიშნული 25%-იანი დამატებითი ფასდაკლების შესახებ, ინფორმაციის დაზუსტებისა და დეტალების გარკვევის მიზნით სააგენტომ თიბისისგან გამოითხოვა ინფორმაცია.¹

თიბისის მიერ წარმოდგენილ საპასუხო კორესპონდენციაში მითითებულია,² რომ აქცია დაიგემა თავად ბანკის ინიციატივით, თუმცა აქცია იყო ერთობლივი მარკეტინგული აქტივობა, ეხებოდა მხოლოდ სასტუმროების მიმართულებას და მიზნად ისახავდა ერთი მხრივ, Swoop.ge-ს მომხმარებლებში ცნობადობის გაზრდას პლატფორმაზე არსებული ბანკის პროდუქტის შესახებ (TBC Mastercard Gold და TBC Mastercard Standard ბარათები) და მეორე მხრივ, პლატფორმაზე მომხმარებლების მოზიდვასა და გაზრდას. ბანკი, ასევე, აცხადებს, რომ სხვა ეკონომიკურ აგენტს არ გამოუხატავს სურვილი აღნიშნულ აქციაში ჩართვასთან დაკავშირებით.

თიბისი ბანკი ასევე აღნიშნავს, რომ მარკეტინგულ აქტივობაში სს „მასტერქარდ იუროფის“ სახელისა და მისი ბარათების გამოყენება ყველა შემთხვევაში შეთანხმებული უნდა იყოს მასტერქარდთან და ბანკს არ აქვს უფლება, ცალმხრივად, მასტერქარდთან შეთანხმების გარეშე გამოიყენოს ისინი.

თიბისის განცხადებით, ბოლო სამი წლის განმავლობაში მას არაერთხელ გამოუყენებია სხვა საგადახდო სქემებიც მსგავსი ტიპის აქციებში, მაგალითად, Visa ტიპის ბარათები და

¹ სააგენტოს 09.08.2024წ. წერილი, რეგ. N02/2985.

² თიბისის 2024 წლის 24 სექტემბრის N01/4836 წერილით წარმოდგენილი ინფორმაცია.

ბანკის მიერ დადგენილ აქციებში მონაწილეობა მიღებული აქვთ საერთაშორისო საგადახდო სქემების მეშვეობით მომსახურების გამწევ სხვადასხვა ეკონომიკურ აგენტებს.

თიბისიმ სააგენტოს განუმარტა, რომ

2.2. შპს „თინეთისგან“ მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ საკითხის გამოკვლევის მიზნით ინფორმაცია გამოითხოვა ასევე თინეთისგან.³ თინეთი სააგენტოსთვის წარმოდგენილ წერილში (რეგ. N01/4203; თარიღი: 19.08.2024) მიუთითებს,⁴ რომ აქციის დაგეგმვა მოხდა ბანკის ინიციატივით. ასევე, აქციის პირობები განისაზღვრა 2024 წლის 28 ივნისის შეთანხმებით მარკეტინგული აქტივობის შესახებ და იგი ვრცელდებოდა მხოლოდ სასტუმროების მიმართულებაზე.

თინეთი ასევე აცხადებს, რომ სხვა ეკონომიკურ აგენტებს სურვილი არ გამოუთქვამთ ასეთი აქცია თავად ჩატარებინათ.

საპასუხო წერილში თინეთი მიუთითებს, რომ ბოლო სამი წლის განმავლობაში, სხვადასხვა პერიოდში მის მიერ ადმინისტრირებულ პლატფორმაზე თავსდებოდა სხვადასხვა ფინანსური დაწესებულების (მაგალითად: სს „იმანი“; სს „საქართველოს ბანკი“; შპს „ნიუ დიჯიტალ ტექნოლოჯიზ“) ფასდაკლების აქციები.

თავი II. ახსნა-განმარტებითი შეხვედრები

1. ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრა თიბისისთან

ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის ფარგლებში, თიბისის წარმომადგენელმა განმარტა, რომ ბანკის შეთავაზებების ბაზრის განსაზღვრა საკმაოდ რთული საკითხია, რადგან ბაზარი შეიძლება იყოს განსხვავებული, აქციაში ჩართული სუბიექტების მიზნიდან გამომდინარე. განსახილველ შემთხვევაში, აქციით განსაზღვრული იყო სასტუმროების შეთავაზების ბაზარი, მაგრამ ბანკის, როგორც ბიზნეს სუბიექტის ინტერესია კონკრეტული მომხმარებლებისათვის და კონკრეტულ ბაზარზე თავისი პროდუქტები გახადოს მიმზიდველი და გაყიდვაუნარიანი. აქედან გამომდინარე, ბანკის წარმომადგენლების განმარტებით, ეს ბანკისთვის არის შეთავაზებების ბაზარი, ანუ ზოგადად ბანკის შეთავაზება მომხმარებლებისთვის ლოიალურობის/ფასდაკლებების თვალსაზრისით.⁵ შესაძლოა კონკრეტულ ბიზნეს სფეროს თავისი ბაზარი ჰქონდეს და მაგალითად სასტუმრო არ იყოს ჩანაცვლებადი სპორტული აქტივობით, მაგრამ იმის განსაზღვრას, თუ სად განთავსდება

³ სააგენტოს 09.08.2024წ. წერილი, რეგ. N N02/2981.

⁴ თინეთის 2024 წლის 19 აგვისტოს N01/403 წერილით წარმოდგენილი ინფორმაცია.

⁵ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 04:02-05:38.

აქცია, სასტუმროებზე ან/და სხვა პროდუქტზე, აქვს სეზონური და პროდუქციული ხასიათი. აქცია იგეგმება იმის მიხედვით, თუ რა მიმართულებით უფრო მეტ ინტერესს გამოავლენს მომხმარებელი (მაგალითად, დეკემბერში ნაძვის ხეებზე, აღდგომას სააღდგომო პროდუქტზე, ზაფხულში სასტუმროს შეთავაზებაზე და ასე შემდეგ). ეს არის ზოგადად ლოიალურობა, ანუ შეთავაზებები, სადაც ბანკი კონკრეტულ ბაზარზე არ არის წარმოდგენილი როგორც მონაწილე, არამედ როგორც იმ შეთავაზების ავტორი, რომელიც თან ახლავს ბარათს. აქედან გამომდინარე, მაგალითად, მხოლოდ სასტუმროს შეთავაზებით დავიწროვებას თიბისი არ მიიჩნევს ბაზრის განსაზღვრის სწორ კრიტერიუმად.⁶

ბანკის წარმომადგენლების განმარტებით, აქციების ინიციატორი ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში განსხვავდება. მაგალითად, აქციები იგეგმება როგორც ბანკის მიერ ინდივიდუალურად, კონკრეტულ ბიზნეს სუბიექტთან, ასევე საგადახდო სისტემების ჩართულობით (მაგ. Visa, Mastercard). ასევე, შესაძლებელია ბიზნეს სუბიექტი თვითონ დაუკავშირდეს ბანკს და გამოთქვას თანამშრომლობის სურვილი. თიბისის წარმომადგენლების განმარტებით, ბანკი თანამშრომლობს ძალიან პატარა კომპანიებთანაც და სრულიად ღიაა მათი ინიციატივებისთვის.

.⁷ თიბისის წარმომადგენლების განმარტებით, თიბისის არცერთი კომპანიისთვის არ უთქვამს უარი თანამშრომლობაზე, თუ კომპანიის საქმიანობის სფერო არ ეწინააღმდეგება ბანკის პოლიტიკას და რეპუტაციულად არ უქმნის საფრთხეს მასთან თანამშრომლობა (მაგალითად, თუ ეწევა იარაღით ვაჭრობას ან სხვა კანონით აკრძალულ ქმედებებს).

. ეს დამოკიდებულია უკვე ბანკისა და კომპანიების ინიციატივებზე, რომლებისთვისაც ბანკი სრულიად ღიაა.⁸

ბანკის წარმომადგენლები განმარტავენ, რომ არც მათი და არც მასტერქარდის მხრიდან შეთანხმებაზე უარის თქმის შემთხვევას ადგილი არ ჰქონია.⁹

თიბისის წარმომადგენლებმა განმარტეს, რომ ბანკის მიერ აქციისთვის ბარათების ტიპების შერჩევა ხდება მათზე არსებული მოთხოვნის გათვალისწინებით. აქციისთვის ირჩევა ის ბარათები

ბანკის მიერ ასევე განიმარტა, რომ რადგან ივლისი-აგვისტო აქტიური სეზონია და მომხმარებელი უფრო მეტად ამ პერიოდში გეგმავს დასვენებას, აქედან გამომდინარე, ბანკის

⁶ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 06:00- 07:16.

⁷ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 08:08 – 11:13.

⁸ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 12:30 – 13:15.

⁹ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1- 13:47-14:17.

¹⁰ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 15:04-15:33.

მოლოდინი იყო რომ ამ პერიოდში უფრო მეტი სასტუმრო გაიყიდებოდა და მომხმარებელიც უფრო მეტად იქნებოდა ორიენტირებული ბარათით გადახდა, შესაბამისად მეტად გამოყენებინა ბანკის ბარათები. აღნიშნულიდან გამომდინარე ეს პერიოდი ბანკისთვისაც ამ აქციის განსახორციელებლად უფრო მომგებიანი იქნებოდა. მათი განმარტებით, ეს არის კონკრეტული ბიზნეს რაციონალი, რომ კონკრეტული თვე აირჩიოს ბანკმა და კონკრეტული თანხა გამოიყენოს აქციის განსახორციელებლად.¹¹

თიბისის წარმომადგენლებმა მიუთითეს, რომ ბანკი თანამშრომლობს უშუალოდ სასტუმროებთანაც. მაგალითად, კონცეპტ ბარათების მფლობელებს ზოგადად აქვთ ფასდაკლებები გარკვეულ პროდუქტებზე და მათ შორის არის სასტუმროებიც. აქედან გამომდინარე, ბანკს ნაკლებად აქვს ინტერესი რომ კონკრეტულად მოიძიოს სუბიექტი რომელიც უშუალოდ სასტუმროების მიმართულებით ითანამშრომლებს მასთან და განათავსებს აქციას. ამასთან ერთად, ბანკის წარმომადგენლები აღნიშნავენ, რომ 2023 წელს თინეთთან არანაირი აქცია არ დაგეგმილა, ხოლო 2024 წელს სულ იყო სამი აქცია და მხოლოდ ერთი მათგანი იყო უშუალოდ სასტუმროების მიმართულებით. აქედან გამომდინარე, მაშინ როცა ბანკი წელიწადში , სამი აქციის არსებობა არ მიუთითებს შეთანხმებულ ექსკლუზივზე.¹²

ბანკმა სააგენტოს ასევე განუმარტა, რომ ნებისმიერ კონკრეტორთან შეიძლება იყოს ნებისმიერი ბარათი. პრაქტიკაში ბანკს აქვს შემთხვევა Visa-სთან თანამშრომლობის და მათ შორის ბოლო თვეების განმავლობაში დაიგეგმა Visa-სთან აქცია. ბანკი არ არჩევს საგადახდო სისტემების მიხედვით ვისთან ითანამშრომლებს, შესაბამისად ფაქტობრივად თანაბრად ხდება მსგავსი თანამშრომლობა.¹³ რაც შეეხება ამ მიდგომას, სასტუმროებისა და განათავსების ობიექტებთან მიმართებაში, ბანკის წარმომადგენლების განმარტებით, ამ კონკრეტულ სეგმენტზე არ აქვთ გამოცდილება მრავალჯერადი თანამშრომლობის, რადგან არ დაგეგმილა მსგავსი აქციები. ერთი შემთხვევა, რომელიც ბანკს ჰქონდა, სწორედ მასტერქარდთან თანამშრომლობის შემთხვევაა. იქიდან გამომდინარე, რომ პრაქტიკა არ აქვთ ამ მიმართულებით, თიბისიმ ზოგადად განმარტა, რომ ქცევა ამ შემთხვევაში არის თავისუფალი. თუ თანამშრომლობის სურვილს გამოთქვამს Visa, ბანკი შეისწავლის, შეაფასებს და თუ ინტერესების თანხვედრა იქნება, დაიგეგმება აქცია სასტუმროების მიმართულებით და იგივენაირად მოხდება მასტერქარდთანაც. იმის გათვალისწინებით, რომ Visa და Mastercard კონკურენტები არიან, ისინიც თავიანთ ინტერესებს იცავენ - ბანკმა ცალკე აღებულ რომელიმე მათგანს უპირატესობა არ მიანიჭოს.¹⁴

განსახილველ შემთხვევაში, როგორც ბანკის მიერ განიმარტა,

¹¹ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 16:25-18:05.

¹² თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 18:52-22:12.

¹³ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 23:00-23:41.

¹⁴ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 23:56-24:56.

2. ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრა თინეთთან

ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის ფარგლებში, თინეთმა პირველ რიგში მიუთითა, რომ სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების ცალკე პლატფორმა არ არსებობს, ამიტომ თავის კონკურენტად მოიაზრებს ბანკებს, Hotsale-ს, Travelbox-სა და თავად სასტუმროებს.¹⁷ სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებს ცალკე ბაზრად არ მიიჩნევს, ვინაიდან თვლის, რომ ეს არის ფასდაკლებების და ზოგ შემთხვევაში ვაუჩერების დიდი ბაზრის ნაწილი.¹⁸

¹⁵ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 25:00-25:54.

¹⁶ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 28:21-31:55.

¹⁷ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 05:04 – 06:40.

¹⁸ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 06:41 – 07:04.

¹⁹ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 08:02 – 08:20.

²⁰ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 09:02 – 09:25.

²¹ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 09:44 – 09:53.

თინეთის წარმომადგენელი აღნიშნავს, რომ პლატფორმაზე ხშირია შემთხვევა, როდესაც სხვადასხვა სუბიექტთან თავად მიდიან და სთავაზობენ შეთავაზებაში ჩართვას, გამოხატავენ დაინტერესებას იმ შემთხვევაში თუ ისინი შემოვლენ ბიუჯეტით. შეიძლება არსებობდეს იდეა ან საჭიროება იმისა, რომ გაიზარდოს გაყიდვები და ეს იყოს მათი კომპანიის ინიციატივა. რაც შეეხება სუბიექტებს, თინეთი ღიაა მესამე პირებთან ურთიერთობაში, რაც დასტურდება სხვადასხვა აქტივობებით.²² კომპანია აერთიანებს სხვადასხვა მიმართულებებს და მათთვის უკეთესია რაც მეტ შესაძლებლობას, კომფორტსა და ფულად წახალისებას შეუქმნიან მომხმარებლებს.²³

.²⁴

.²⁵

თინეთმა აქციის მოქმედების პერიოდთან დაკავშირებით აღნიშნა, რომ რეალურად ხალხი ისვენებს ივლისი-აგვისტოს თვეებში და

.²⁶

აგრეთვე, თინეთის წარმომადგენელმა ივლისის თვის აქციის დადებით ეფექტზეც ისაუბრა. კერძოდ, სააგენტოს განუმარტა, რომ ეს არის ვაუჩერების ბიზნესი და როცა პლატფორმაზე თავსდება ფასდაკლება, მუდმივად იზრდება მომხმარებელთა რაოდენობა

²⁷), . თუმცა, აქვე აღნიშნა, რომ განსაკუთრებული არაფერია, ვინაიდან, ერთთვისანი აქტივობა არ ყოფნის მომხმარებელთა ზრდას, აქციის პერიოდის სიმცირიდან გამომდინარე.²⁸

სააგენტოს მიერ დასმულ შეკითხვაზე თუ რატომ არ მიუმართავს არცერთ ბანკს (გამონაკლისია სს „იმანი ჯორჯია“, რომელიც მართალია ფინანსური ორგანიზაციაა, თუმცა ბანკი არ არის) კომპანიისთვის ბოლო სამწლიანი პერიოდის განმავლობაში ან რატომ არ გაჩნდა დაინტერესება სხვა ბანკების მიმართ, საკუთარი პლატფორმა შეეთავაზებინათ მათი აქციების განსათავსებლად, კომპანიის წარმომადგენელმა განმარტა, რომ თინეთი მართავს 10 სხვადასხვა კომპანიას. შესაბამისად,

²² თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 10:46 – 11:38.

²³ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 11:43 – 11:55.

²⁴ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 12:53 – 13:12.

²⁵ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 13:27 – 13:43.

²⁶ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 18:15 – 18:59.

²⁷ სააგენტოში შემოსული წერილი (რეგ: N01/6363; თარიღი: 10.12.2024).

²⁸ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 22:16 – 23:08.

3. მესამე პირებისგან მიღებული ინფორმაცია

3.1. სს „მასტერქარდ იუროფისგან“ მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ მასტერქარდისგან გამოითხოვა ინფორმაცია, მასსა და თიბისის შორის 2024 წლის ზაფხულის პერიოდში (მათ შორის 01.07.2024 – 31.07.2024 პერიოდის განმავლობაში) სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით ონლაინ-პლატფორმა www.swoop.ge-ზე განთავსებულ დამატებით 25%-იან ფასდაკლებასთან დაკავშირებით. კომპანიამ წარმოადგინა თიბისისთან გაფორმებული ხელშეკრულება მარკეტინგული თანამშრომლობის შესახებ³⁰.

სააგენტოს წერილის პასუხად მასტერქარდმა განაცხადა, რომ 2024 წლის ივლისის თვეში swoop.ge-ზე დასვენების მიმართულებით სასტუმროების შეთავაზების ნაწილში მასტერქარდის ბარათებით გადახდისას დამატებით 25%-იან ფასდაკლებაზე მასტერქარდს კონკრეტული გადაწყვეტილებები არ მიუღია³¹. იგი მიუთითებს, რომ პარტნიორებს ბიუჯეტს გადასცემს განსაზღვრული სექტორული მიზნობრივობით, ხოლო მისი გამოყენების სახეს (როდის და რა ტიპის ქეშბეკები, ფასდაკლებები განხორციელდეს), თავად პარტნიორები განსაზღვრავენ და შემდგომ აწვდიან მას ინფორმაციას უკვე განხორციელებული აქტივობების შესახებ. მასტერქარდი ასევე მიუთითებს, რომ თიბისის უფლება არ აქვს გამოიყენოს მისი სასაქონლო ნიშნები თანხმობის გარეშე.

3.2. შპს „რეშენალ სოლუშენსისგან“ მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ ინფორმაცია გამოითხოვა ასევე შპს „რეშენალ სოლუშენსისგან“ (შემდგომში - რეშენალ სოლუშენსი) 2024 წლის 01 იანვრიდან მის პლატფორმაზე განხორციელებული ფასდაკლებების შესახებ, სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურებით ონლაინ ვაჭრობის ფარგლებში. კომპანიის მიერ წარმოდგენილი პასუხის მიხედვით, მის პლატფორმაზე განთავსებული ობიექტების მომსახურებით სარგებლობისთვის მომხმარებელი თანხას იხდის საქართველოში ლიცენზირებული კომერციული ბანკების მიერ გაცემული ბარათით, თუმცა ამ მომსახურების შეთავაზება რომელიმე ბანკთან ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველზე არ მომხდარა³².

²⁹ თინეთთან ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების აუდიო ჩანაწერი I – 23:32 – 25:46 (კონფიდენციალური).

³⁰ მასტერქარდის 2024 წლის 07 ოქტომბრის N01/5107 წერილი.

³¹ მასტერქარდის 2024 წლის 09 სექტემბრის N01/4576 წერილით მოწოდებული ინფორმაცია.

³² რეშენალ სოლუშენსის 2024 წლის 25 აგვისტოს N01/4864 წერილით მოწოდებული ინფორმაცია.

3.3. შპს „პირველი შოპისგან“ მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ ინფორმაცია გამოითხოვა შპს „პირველი შოპისგან“ (შემდგომში - პირველი შოპი) 2023 წლის 01 იანვრიდან 2024 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით მის პლატფორმაზე კომერციული ბანკების ინიცირებით ან/და დაფინანსებით განხორციელებული ფასდაკლებების /აქციების შესახებ, სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურებით ონლაინ ვაჭრობის მიმართულებით. კომპანიის დირექტორმა საპასუხო წერილში მიუთითა, რომ კომპანია აღნიშნულ ბაზარზე არ ფუნქციონირებს უკვე რამდენიმე წელია, ხოლო 2023 წლის 01 იანვრიდან 2024 წლის 31 დეკემბრის ჩათვლით პირველი შოპის პლატფორმაზე კომერციული ბანკების ინიცირებით ან/და დაფინანსებით, სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურებით ონლაინ ვაჭრობის მიმართულებით აქცია არ განთავსებულა³³.

3.4. ფინანსური დაწესებულებებისგან მიღებული ინფორმაცია

თინეთის მიერ ადმინისტრირებულ ინტერნეტ პლატფორმებზე განთავსებული ფასდაკლების აქციების შესახებ სააგენტომ ინფორმაცია გამოითხოვა სხვა ფინანსური დაწესებულებებისგანაც.³⁴ სააგენტომ ასევე კომერციული ბანკებისგან გამოითხოვა ინფორმაცია იმის თაობაზე, იღებდნენ თუ არა ისინი მონაწილეობას ონლაინ პლატფორმებზე სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების აქციებში და უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში, ჰქონიათ თუ არა სურვილი და მიუძღრათ თუ არა რომელიმე ონლაინ პლატფორმისთვის მსგავს აქციაში ჩართვის სურვილით.³⁵

3.4.1. სს „საქართველოს ბანკი“

სს „საქართველოს ბანკმა“ სააგენტოს მოაწოდა ინფორმაცია თინეთის მიერ ადმინისტრირებულ ყველა პლატფორმაზე განთავსებული და მისი მონაწილეობით ჩატარებული აქციების შესახებ ნებისმიერი სფეროს მიმართულებით³⁶. კომპანიის განცხადებით, აქციები განთავსებული იყო, როგორც tkt.ge-ზე, ასევე, swoop.ge-სა და vendoo.ge-ზე.

3.4.2. სხვა კომერციული ბანკებისგან მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ, ეროვნული ბანკის ოფიციალური ვებგვერდის მეშვეობით მოიპოვა ინფორმაცია საქართველოს მასშტაბით მოქმედ 14 კომერციულ ბანკთან დაკავშირებით. ეს კომერციული ბანკები არიან: სს „ლიბერთი ბანკი“ (ს/ნ 203828304), სს „პაშა ბანკი საქართველო“ (ს/ნ 404433671), სს „ჰემ ბანკი“ (ს/ნ 405555359), სს „სილქ ბანკი“ (ს/ნ 201955027), სს „პეიჯ ბანკ ჯორჯია“ (ს/ნ 404668436), სს „კრედიო ბანკი“ (ს/ნ 205232238), სს „იშბანკი საქართველო“ (ს/ნ

³³ პირველი შოპის 2025 წლის 17 ნოემბრის N01/7088 წერილით მოწოდებული ინფორმაცია.

³⁴ სააგენტოს 2024 წლის 21 აგვისტოს რეგ. N02/3110; რეგ. N02/3111; რეგ. N02/3113 წერილები.

³⁵ სააგენტოს წერილები: რეგ. N02/3390; რეგ. N02/3392; რეგ. N02/3393; რეგ. N02/3394; რეგ. N02/3350; რეგ. N02/3396; რეგ. N02/3397; რეგ. N02/3398; რეგ. N02/3399; რეგ. N02/3400; რეგ. N02/3401; რეგ. N02/3402; რეგ. N02/3403; რეგ. N02/3404; რეგ. N02/3994.

³⁶ სს „საქართველოს ბანკის“ 2024 წლის 04 სექტემბრის N01/4484 წერილი.

404496611), სს „პროგრედიტ ბანკი“ (ს/ნ 204851197), სს „ბაზის ბანკი“ (ს/ნ 203841833), სს „ზირაათ ბანკი საქართველო“ (ს/ნ 404534170), სს „პეისერა ბანკი საქართველო“ (ს/ნ 402204841), სს „ბანკი ქართუ“ (ს/ნ 204891652), სს „ტერაბანკი“ (ს/ნ 204546045), სს „ხალივ ბანკი საქართველო“ (ს/ნ 20523653) და სს „ვითიბი ბანკი ჯორჯია“ (ს/ნ 202906427). ზემოჩამოთვლილი სუბიექტებისაგან სააგენტომ გამოითხოვა ინფორმაცია იმის თაობაზე, მიუღიათ თუ არა მონაწილეობა 2021, 2022 და 2023 წლებში ონლაინ პლატფორმებზე სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების აქციებში და ასეთის არსებობის შემთხვევაში მათ უნდა წარმოედგინათ აქციის განხორციელების დამადასტურებელი შესაბამისი დოკუმენტაცია, ხოლო იმ შემთხვევაში თუ ამგვარ მონაწილეობას არ ღებულობდნენ, მაშინ მიუმართავთ თუ არა რომელიმე ონლაინ პლატფორმისთვის მსგავს აქციაში ჩართვის სურვილით.

კომერციული ბანკების მიერ წარმოდგენილი საპასუხო კორესპონდენციით ყველა მათგანმა განაცხადა, რომ აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში მსგავს აქციებში არ მიუღიათ მონაწილეობა და არც მიუმართავთ რომელიმე ონლაინ პლატფორმისთვის მსგავს აქციაში ჩართვასთან დაკავშირებით.

თავი III. ნორმატიული რეგულირება

1. მატერიალური რეგულირება

საქართველოს კონსტიტუციის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, სახელმწიფო ზრუნავს თავისუფალი და ღია ეკონომიკის, თავისუფალი მეწარმეობისა და კონკურენციის განვითარებაზე.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველი მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, რეგულირების სფეროდ განისაზღვრება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის პრინციპების დადგენა, რაც, თავის მხრივ, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია. აღნიშნულის გათვალისწინებით, მე-2 მუხლით დაკონკრეტებულია კანონის მიზანი - საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაციის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა, რომელიც თავის მხრივ მოიაზრებს:

- ა) ეკონომიკური აგენტების საქმიანობაში თანასწორუფლებიანობის პრინციპის დაცვას;
- ბ) ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის თავისუფალი დაშვებისთვის სათანადო პირობების შექმნის უზრუნველყოფას;
- გ) ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვის დაუშვებლობას, კერძოდ, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების, კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების, გადაწყვეტილებისა და შეთანხმებული ქმედების აკრძალვას და იმ კონცენტრაციის დაუშვებლობას, რომელიც არსებითად ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას, აგრეთვე არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აკრძალვას;

დ) სახელმწიფო ხელისუფლების, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლების, მუნიციპალიტეტის ორგანოს, სხვა ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ ბაზარზე შესვლის ადმინისტრაციული, სამართლებრივი და დისკრიმინაციული ბარიერების დაუშვებლობას;

ე) სახელმწიფო ხელისუფლების, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლების, მუნიციპალიტეტის ორგანოს, სხვა ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ ეკონომიკური აგენტისთვის ისეთი ექსკლუზიური უფლებამოსილების ან/და შერჩევითი ეკონომიკური უპირატესობის მინიჭების დაუშვებლობას, რომელიც არამართლზომიერად ზღუდავს კონკურენციას;

ვ) უფლებამოსილი ორგანოს მიერ გადაწყვეტილების მიღებისას მაქსიმალური საჯაროობის, ობიექტურობის, არადისკრიმინაციულობისა და გამჭვირვალობის უზრუნველყოფას.

კანონის მე-6 მუხლის თანახმად, დაუშვებელია ერთი ან რამდენიმე (ჯგუფური დომინანტური მდგომარეობის შემთხვევაში) ეკონომიკური აგენტის მიერ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. ასეთად შეიძლება ჩაითვალოს შემდეგი ქმედებები:

ა) შესყიდვის ან გაყიდვის არასამართლიანი ფასის ან სხვა არასამართლიანი სავაჭრო პირობების პირდაპირ ან არაპირდაპირ დადგენა (ფიქსირება);

ბ) წარმოების, ბაზრის ან ტექნოლოგიური განვითარების მომხმარებლის ინტერესების საზიანოდ შეზღუდვა;

გ) გარკვეული სავაჭრო პარტნიორებისთვის იდენტურ ტრანზაქციებზე განსხვავებული პირობების დაწესება, რითაც ხდება მათი არაკონკურენტულ მდგომარეობაში ჩაყენება;

დ) გარიგების დასადებად მხარისთვის ისეთი დამატებითი პირობის დადგენა/ვალდებულების დაკისრება, რომელიც არც საგნობრივად და არც კომერციულად დაკავშირებული არ არის გარიგების საგანთან, და სხვა.

შესაბამისად, დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტს კანონი მომეტებულ პასუხისმგებლობას აკისრებს. კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის მიმართ დომინანტური მდგომარეობის ფაქტის დადგენა თავისთავად არ წარმოადგენს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას, არამედ, ასეთ ეკონომიკურ აგენტს აკისრებს სპეციალურ ვალდებულებას, არ განახორციელოს ისეთი ქმედება, რომელიც შესაბამის ბაზარზე საფრთხეს შეუქმნის ჯანსაღ კონკურენტულ გარემოს.

თავად „დომინანტურ მდგომარეობის“ ცნებას კანონის მე-3 მუხლის „ი“ პუნქტი განმარტავს, კერძოდ, დომინანტური მდგომარეობა არის შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის/ეკონომიკური აგენტების ისეთი მდგომარეობა, რომელიც მას/მათ საშუალებას აძლევს, იმოქმედოს/იმოქმედონ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტებისგან, მიმწოდებლებისგან, კლიენტებისა და საბოლოო მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად, არსებითი გავლენა მოახდინოს/მოახდინონ შესაბამის ბაზარზე საქონლის მიმოქცევის საერთო პირობებზე და შეზღუდოს/შეზღუდონ კონკურენცია. თუკი სხვა მტკიცებულებები არ არსებობს, ეკონომიკური აგენტი/ეკონომიკური აგენტები არ ჩაითვლება/არ ჩაითვლებიან დომინანტური მდგომარეობის მქონედ/მქონეებად, თუ შესაბამის ბაზარზე მისი/მათი წილი 40 პროცენტს არ აღემატება. ორი ან ორზე მეტი ეკონომიკური აგენტიდან თითოეული ჩაითვლება დომინანტური მდგომარეობის მქონედ, თუ ისინი არ განიცდიან მნიშვნელოვან კონკურენციას

განსახილველი ჯგუფის შიგნით და მის მიღმა შესაბამის ბაზარზე მოქმედი სხვა ეკონომიკური აგენტებისგან, ნედლეულის წყაროს და გასაღების ბაზრის შეზღუდული ხელმისაწვდომობის, შესაბამის ბაზარზე შესვლის ბარიერებისა და საბაზრო ძალაუფლების განმსაზღვრელი სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, ამასთანავე:

ი.ა) არაუმეტეს 3 ეკონომიკური აგენტის ერთობლივი წილი 50 პროცენტს აღემატება, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი არანაკლებ 15 პროცენტია;

ი.ბ) არაუმეტეს 5 ყველაზე მნიშვნელოვანი წილის მქონე ეკონომიკური აგენტის ერთობლივი წილი 80 პროცენტს აღემატება, ამასთანავე, თითოეულის საბაზრო წილი არანაკლებ 15 პროცენტია.

კანონის მე-5 მუხლი კი განმარტავს, რომ დომინანტური მდგომარეობა განისაზღვრება შესაბამის ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის საბაზრო წილის, აგრეთვე მისი კონკურენტების საბაზრო წილების, ბაზარზე შესვლის ბარიერების, წარმოების გაფართოების ბარიერების, მყიდველის საბაზრო ძალაუფლების, ნედლეულის წყაროს ხელმისაწვდომობის, ვერტიკალური ინტეგრაციის ხარისხის, ქსელური ეფექტებისა და საბაზრო ძალაუფლების განმსაზღვრელი სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით. სააგენტო ეკონომიკური აგენტის საბაზრო წილსა და საბაზრო ძალაუფლებას განსაზღვრავს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N37 ბრძანებით დამტკიცებული ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების გამოყენებით.

კანონის 33-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, კანონის მე-6 მუხლით გათვალისწინებულ შემთხვევაში მხარეს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მისი ერთობლივი შემოსავლის 5%-ს. ამასთან, ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, კი ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული დარღვევის სამართლებრივი საფუძვლის აღმოუფხვრელობის ან აღნიშნული დარღვევის განმეორების შემთხვევაში მხარეს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს წინა ფინანსური წლის განმავლობაში მისი ერთობლივი შემოსავლის 10%-ს.

2. საბანკო-საგადახდო ბარათების ემისიის მარეგულირებელი

კანონმდებლობა

საქართველოში საბარათე ინსტრუმენტის (მათ შორის, ელექტრონული ფულის ინსტრუმენტის) გამოშვება და მისი საშუალებით შესრულებული ოპერაციების განხორციელების პროცესში ჩართულ მხარეებს შორის ურთიერთობები რეგულირდება „საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების შესახებ“ საქართველოს კანონით და 2020 წლის 2 სექტემბერს საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის N155/04 ბრძანებით დამტკიცებული „საბარათე ინსტრუმენტის შესახებ დებულებით“ (შემდგომში - დებულება).³⁷

კერძოდ, „საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველი მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კანონის მიზანს წარმოადგენს

³⁷ საქართველოს ეროვნული ბანკის 2024 წლის 20 ნოემბრის წერილი N 2-15/4213.

საქართველოს საგადახდო სისტემის უსაფრთხო, მდგრადი და ეფექტიანი ფუნქციონირების ხელშეწყობა, საგადახდო მომსახურების სათანადო განხორციელების უზრუნველყოფა და საგადახდო მომსახურების მომხმარებლების უფლებების დაცვა. ამასთან, ამავე პუნქტის მიხედვით, კანონი განსაზღვრავს საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების რეგულირებისა და ზედამხედველობის პრინციპებს, საგადახდო სისტემის მონაწილეების, საგადახდო მომსახურების განხორციელებაში ჩართული მხარეების, საგადახდო მომსახურების მომხმარებლების უფლებებს, ვალდებულებებსა და პასუხისმგებლობებს.

კანონის მე-2 მუხლის „3²⁹“ პუნქტით, განმარტებულია ტერმინი „საგადახდო სქემა“, რაც, თავის მხრივ, ნიშნავს საერთო წესებისა და სტანდარტული პროცედურების ერთობლიობას, რომელიც განსაზღვრავს საგადახდო ინსტრუმენტით³⁸ განხორციელებული გადახდის ოპერაციების დამუშავების წესებს და რომელსაც მართავს (მართავენ) შესაბამისი პასუხისმგებელი იურიდიული პირი (პირები). ასევე, ამავე პუნქტში მითითებულია, რომ საგადახდო სქემა არ მოიცავს ამ წესების საფუძველზე მოქმედ ინფრასტრუქტურასა და საგადახდო სისტემას.

თავის მხრივ, კანონის მე-2 მუხლის „ა“, „ბ“, „გ“ და „დ“ ქვეპუნქტების შესაბამისად, საგადახდო სისტემას წარმოადგენს ფულადი სახსრების საგადახდო სისტემა, ფასიანი ქაღალდებით ანგარიშსწორების სისტემა და კლირინგის სისტემა. ფულადი სახსრების საგადახდო სისტემა საერთო წესებისა და სტანდარტული პროცედურების ერთობლიობა, რომელიც უზრუნველყოფს ფულადი სახსრების გადარიცხვის ოპერაციების ან ტრანსფერორდერების დამუშავებას. ფასიანი ქაღალდებით ანგარიშსწორების სისტემა – სისტემის სამ ან მეტ მონაწილეს შორის საერთო წესებისა და სტანდარტული პროცედურების ერთობლიობა, რომლის საფუძველზედაც ხორციელდება ფასიანი ქაღალდებით ანგარიშსწორება, ხოლო, კლირინგის სისტემას წარმოადგენს – სისტემის სამ ან სამზე მეტ მონაწილეს შორის საერთო წესებისა და სტანდარტული პროცედურების ერთობლიობა, რომლის საშუალებითაც ხდება კლირინგი და ნეტპოზიციების გამოთვლა ან/და დადგენა მონაწილეებს შორის შემდგომი ანგარიშსწორებისთვის და რომელშიც ნეტპოზიციების გამოთვლა შეიძლება ემყარებოდეს პრინციპს, რომლის დროსაც სისტემის ოპერატორი მოქმედებს გამყიდველის სახელით ყველა მყიდველის მიმართ და მყიდველის სახელით ყველა გამყიდველის მიმართ.

დამატებით, კანონის 5¹ მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ოპერატორი, მათ შორის, პროვაიდერი, როგორც საგადახდო სისტემის ოპერატორი, ვალდებულია დაადგინოს მის საგადახდო სისტემაზე პროვაიდერების წვდომის, აგრეთვე საგადახდო სისტემაში მონაწილეობის წესები და პირობები. საგადახდო სისტემის მიმართ დადგენილი მოთხოვნები ვრცელდება **საგადახდო სქემაზედაც (მათ შორის, უცხოურ სქემაზე)**, გარდა ისეთი საგადახდო სქემისა, რომლის ფარგლებში გამოშვებული საგადახდო ინსტრუმენტით საქართველოს ტერიტორიაზე განხორციელებული გადახდის ოპერაციების თანხის ჯამური მოცულობა წლიურად არ აღემატება სხვა საგადახდო სქემის იმავე ტიპის საგადახდო ინსტრუმენტით საქართველოს ტერიტორიაზე განხორციელებული გადახდის ოპერაციების თანხის ჯამური მოცულობის 3 პროცენტს.

³⁸ მაგ. საკრედიტო გადარიცხვა, პირდაპირი დეპეტი, საბარათე ინსტრუმენტი და სხვა.

თავის მხრივ, ამავე მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრულია წვდომის ის მინიმალური პირობები, რომელიც, მათ შორის, უნდა გავრცელდეს საგადახდო სქემაზეც. კერძოდ, წვდომის პირობები ა) უნდა იყოს ობიექტური, პროპორციული და არადისკრიმინაციული; ბ) არ უნდა იწვევდეს საგადახდო სისტემაში მონაწილეობის/საგადახდო სისტემაზე წვდომის შეზღუდვას იმაზე მეტად, ვიდრე ეს საჭიროა საგადახდო სისტემის ფინანსური და საოპერაციო მდგრადობის ან კონკრეტული რისკებისგან (როგორებიცაა: ანგარიშსწორების რისკები, საოპერაციო რისკები, ბიზნესრისკები) დასაცავად.

დამატებით აღსანიშნავია, რომ დებულების პირველი მუხლის მე-3 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, ეს დებულება განსაზღვრავს ემიტენტსა და საბარათე ინსტრუმენტის მფლობელს შორის გასაფორმებელი ხელშეკრულების ძირითად პირობებს და ამ ხელშეკრულებაში გასათვალისწინებელ ვალდებულებებსა და პასუხისმგებლობებს. საბარათე ინსტრუმენტის გამოშვების საკითხს აწესრიგებს ამავე დებულების II თავი, ხოლო საბარათე ინსტრუმენტის მომსახურების ხელშეკრულების პირობებს არეგულირებს ამავე დებულების მე-4 მუხლი, რომლის პირველი პუნქტის თანახმად, ემიტენტი ვალდებულია საბარათე ინსტრუმენტის მფლობელთან გააფორმოს საბარათე ინსტრუმენტის მომსახურების შესახებ ხელშეკრულება, რომელშიც საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრულ სხვა მოთხოვნებთან ერთად გათვალისწინებული უნდა იყოს ამავე მუხლით დადგენილი პირობები.

3. პროცედურული რეგულირება

„საქმის მოკვლევის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის N 40 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის (შემდგომში - „პროცედურა“) მე-5 მუხლის მიხედვით, სააგენტო უფლებამოსილია დაიწყოს საქმის მოკვლევა საჩივრის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით.

კანონის 25-ე მუხლისა და პროცედურის მე-6 მუხლის თანახმად, საქმის მოკვლევის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ სააგენტო იწყებს საქმის მოკვლევას და არაუგვიანეს 6 თვისა იღებს შესაბამის გადაწყვეტილებას, ამასთან, მოკვლევის მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, სააგენტოს გადაწყვეტილებით, საქმის მოკვლევა შეიძლება გაგრძელდეს 18 თვემდე.

კანონის მე-18 მუხლის შესაბამისად, სააგენტო უფლებამოსილია ეკონომიკურ აგენტს/მხარეს/დაინტერესებულ მხარეს მოსთხოვოს მისი საქმიანობის ან/და კონკრეტული ოპერაციის შესახებ ნებისმიერი ინფორმაციის/დოკუმენტაციის (მათ შორის, კონფიდენციალური ინფორმაციის) წარდგენა, რომელიც საჭიროა სააგენტოს მიერ შესაბამისი უფლებამოსილების განხორციელებისთვის; ამავე კანონის 32-ე მუხლი კი ითვალისწინებს სანქციას სააგენტოს მიერ გამოთხოვილი ინფორმაციის მიუწოდებლობისთვის, არასწორი ან არასრული ინფორმაციის მიწოდებისათვის.

პროცედურის მე-8 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სააგენტო უფლებამოსილია ეკონომიკურ აგენტს/მხარეს/დაინტერესებულ მხარეს მოსთხოვოს ნებისმიერი დოკუმენტი/ინფორმაცია (მათ შორის, კონფიდენციალური), რომელიც საჭიროა სააგენტოს

მიერ შესაბამისი უფლებამოსილების განხორციელების პროცესში და ხელს შეუწყობს საქმისათვის მნიშვნელოვანი გარემოებების დადგენას.

პროცედურის მე-20 მუხლის მიხედვით, სააგენტო ვალდებულია ადმინისტრაციული წარმოების პროცესში გამოიკვლიოს საქმისათვის მნიშვნელობის მქონე ყველა გარემოება და გადაწყვეტილება მიიღოს ამ გარემოებათა შეფასებისა და ურთიერთშეჯერების საფუძველზე. საქმის გარემოებებიდან გამომდინარე სააგენტო უფლებამოსილია:

- ა) შეაგროვოს ინფორმაცია საქმესთან დაკავშირებით;
- ბ) მიიღოს ახსნა-განმარტება ან გამართოს საკონსულტაციო შეხვედრა საქმის გარემოებათა დასადგენად;
- გ) მოიწვიოს ექსპერტი;
- დ) მტკიცებულებათა შეგროვების, გამოკვლევისა და შეფასების მიზნით მიმართოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ სხვა ზომებს.

პროცედურის 22-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, საქმისათვის მნიშვნელოვანი გარემოებების დასადგენად სააგენტოს თავისი ინიციატივით ან მხარის შუამდგომლობის საფუძველზე შეუძლია ახსნა-განმარტების მისაღებად მოიწვიოს მხარე ან/და დაინტერესებული მხარე. პროცედურის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სააგენტო, ახსნა-განმარტების მიღების მიზნით, ატარებს სხდომას მხარეთა მონაწილეობით, ხოლო 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მოკვლევის ინტერესების გათვალისწინებით, ახსნა-განმარტების მიღება შესაძლებელია მოხდეს სხდომის ჩატარების გარეშე, ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების ჩამორთმევის გზით. „პროცედურის“ მე-20 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტისა შესაბამისად, საქმისათვის მნიშვნელოვანი გარემოებების დადგენა-დაზუსტების მიზნით სააგენტო მართავს საკონსულტაციო შეხვედრებს.

კანონის 25-ე მუხლის მე-11 და მე-12 პუნქტების თანახმად, სააგენტო შემაჯამებელი სხდომის გამართვამდე განმცხადებელსა და მხარეს წერილობით უგზავნის სააგენტოს საბოლოო გადაწყვეტილების პროექტსა და საქმის მასალებს. ამასთანავე, განმცხადებელსა და მხარეს განემარტება, რომ მათ უფლება აქვთ, წარმოადგინონ თავიანთი პოზიციები და შესაბამისი დამატებითი ინფორმაცია (მტკიცებულებები). განმცხადებლისა და მხარის მიერ თავიანთი პოზიციების წარმოდგენისათვის განსაზღვრული ვადა არ უნდა იყოს 25 სამუშაო დღეზე ნაკლები. ამ ვადის ამოწურვის შემდეგ წარდგენილი ინფორმაცია სააგენტომ შეიძლება არ გაითვალისწინოს საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებისას.

პროცედურის 28-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და მტკიცებულებების შეგროვების შემდეგ ინიშნება შემაჯამებელი სხდომა მხარეებისა და სხვა უფლებამოსილი ორგანოების/პირების მონაწილეობით, ხოლო 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, შემაჯამებელი სხდომის დასრულების შემდგომ მოკვლევის ჯგუფი ამზადებს გადაწყვეტილების პროექტს, რომელიც წარედგინება სააგენტოს თავმჯდომარეს გადაწყვეტილების მისაღებად.

სააგენტოს მიერ საქმის მოკვლევის განხორციელების პროცესში მიღებული გადაწყვეტილებები და კვლევები საჯაროა, გარდა კანონის მე-20 მუხლით განსაზღვრული კონფიდენციალური ინფორმაციისა.

თავი IV. შესაბამისი ბაზარი

1. ზოგადი მიმოხილვა

კანონის მე-3 მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, კონკურენცია არის შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტებს შორის მეტოქეობა ამ ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად.

შესაბამისი ბაზარი არის საქონლის, ურთიერთჩანაცვლებადი საქონლის ან მომსახურების მიმოქცევის სფერო გარკვეულ ტერიტორიაზე, რომლის საზღვრებიც დგინდება საქონლის/მომსახურების შეძენის ეკონომიკური შესაძლებლობებისა და მიზანშეწონილობის გათვალისწინებით და შეიძლება მოიცავდეს საქართველოს მთელ ტერიტორიას, საქართველოს ტერიტორიის ნაწილს ან საქართველოს მთელ ტერიტორიას ან მის ნაწილს სხვა ქვეყნის ტერიტორიასთან ან მის ნაწილთან ერთად.³⁹ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N37 ბრძანებით დამტკიცებული ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების (შემდგომში - „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები“) მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირება უნდა მოხდეს შემდეგი პარამეტრების გამოყენებით:

- ა) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის პროდუქციული საზღვრები;
- ბ) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები;
- გ) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის დროითი ჩარჩოები.

შესაბამისი ბაზრის პროდუქციულ საზღვრებში ექცევა ყველა საქონელი ან მომსახურება, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს ურთიერთჩანაცვლებადად ამ საქონლის/მომსახურების მახასიათებლებიდან, ფასებიდან და მათი გამოყენების მიზნებიდან გამომდინარე.

შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრების განსაზღვრის ზოგადი მიდგომა ეფუძნება „ჩანაცვლებადობის“ კრიტერიუმს, ანუ შეისწავლება, არის თუ არა კონკრეტული საქონელი ან მომსახურება სხვა პროდუქტებთან/მომსახურებასთან ურთიერთჩანაცვლებადი. „ჩანაცვლებადობის“ განსაზღვრისთვის სავალდებულო არ არის ურთიერთჩანაცვლების სრულყოფილი ხარისხის დადგენა. მის დასადგენად საკმარისად ითვლება პროდუქტის ან მომსახურების მსგავსი გამოყენება. ურთიერთჩანაცვლებადობის განხილვა წარმოების სპეციფიკის გათვალისწინებით, შესაძლოა მოხდეს ბაზრის როგორც მოთხოვნის, ასევე მიწოდების ასპექტის გათვალისწინებით.⁴⁰

შესაბამისი ბაზრის თითოეული გეოგრაფიული საზღვრის დადგენა აუცილებლად მოითხოვს ბაზრის პროდუქციული საზღვრების განსაზღვრას, ვინაიდან შესაბამისი გაყიდვების არეალი არსებითად შეიძლება განისაზღვროს მხოლოდ იმ პროდუქტებისა და სერვისებისთვის, რომლებიც ობიექტურად ურთიერთშემცვლელნი არიან.⁴¹

³⁹ კანონის მე-3 მუხლის „ზ“ ქვეპუნქტი.

⁴⁰ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს გზამკვლევი - შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრის სახელმძღვანელო მითითებები, თბილისი, 2023, 4.

⁴¹ იქვე, 15.

შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩო წარმოადგენს დროის იმ პერიოდს, რომლის განმავლობაშიც ფუნქციონირებს ბაზარი კონკრეტული პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების პირობებში.⁴²

სააგენტო ადასტურებს შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრის მნიშვნელობას კონკურენციის საქმეებზე სხვადასხვა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. აღნიშნული გარემოება, უპირველეს ყოვლისა, ემყარება ევროკომისიის მიერ ჩამოყალიბებულ მიდგომას შესაბამისი ბაზრის საზღვრების დადგენასთან დაკავშირებით, რომლის უპირველესი გამოხატულებაც 1997 წელს ამავე ორგანოს მიერ თანამეგობრობის კონკურენციის სამართლის მიზნებისათვის შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრის შესახებ მიღებული შეტყობინებაა (შემდგომში - შეტყობინება).⁴³ ხაზგასასმელია ის გარემოებაც, რომ ევროკომისიამ 2024 წელს გამოაქვეყნა აღნიშნული დოკუმენტის განახლებული ვერსია, რომელიც 1997 წლის დოკუმენტის პირველი მოდიფიცირებული ვარიანტია. შეტყობინების განახლებული ვერსია აზუსტებს შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების დადგენის მეთოდოლოგიის შინაარსს ევროკავშირის კონკურენციის სამართლის ფარგლებში და ასახავს როგორც ევროკომისიის, აგრეთვე ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში მიღებული გადაწყვეტილებების განზოგადებულ მიდგომებს ბოლო 26 წლის განმავლობაში.⁴⁴

სააგენტო ყოველ ინდივიდუალურ შემთხვევაში, საქმეში არსებული ფაქტობრივი გარემოებებიდან და სავარაუდო დარღვევის ხასიათიდან გამომდინარე განსაზღვრავს შესაბამის ბაზარს, აგრეთვე მხედველობაში იღებს იმ სექტორის სპეციფიკას, რომელშიც კონკურენციის კანონმდებლობის სავარაუდო დარღვევაა განხორციელებული. იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ სააგენტო იკვლევს კონკრეტული ეკონომიკური აგენტ(ებ)ის მიერ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების სავარაუდო შემთხვევას და, შესაბამისად, მოკვლევა მიმდინარეობს კანონის მე-6 მუხლის ჭრილში, სააგენტო, ბუნებრივია, ვერ შეაფასებს ეკონომიკური აგენტების ქმედებას დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებასთან მიმართებით, თუ, პირველ რიგში, არ განისაზღვრა შესაბამისი ბაზარი, რომლის ანალიზიდან გამომდინარეც შეფასდება კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის ძალაუფლების ხარისხი - არის თუ არა ის დომინანტი სააგენტოს მიერ იდენტიფიცირებულ შესაბამის ბაზარზე/ბაზრებზე.⁴⁵

სააგენტო მიიჩნევს, რომ შესაბამისი ბაზრის ანალიზი, უპირველესად უნდა განხორციელდეს იმ კონკურენციის საწინააღმდეგო სავარაუდო ქმედებიდან გამომდინარე, რომელიც მოკვლევის საგანს წარმოადგენს, მთლიანი ეკონომიკური კონტექსტის გათვალისწინებით.⁴⁶ შესაბამისი ბაზრის ანალიზი უნდა უკავშირდებოდეს ზიანის თეორიას

⁴² ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების მე-13 მუხლის მე-2 პუნქტი.

⁴³ Commission Notice on the Definition of Relevant Market for the Purposes of Community Competition Law (97/C 372/03).

⁴⁴ Communication from the Commission – Commission Notice on the Definition of the Relevant Market for the Purposes of Union Competition Law (C/2023/6789).

⁴⁵ Europemballage Corporation and Continental Can Company v Commission C-6/72, EU:C:1973:22, პარაგრაფი 32. საქმე United Brands, პარაგრაფი 10; Hoffmann La Roche v Commission C-85/76, EU:C:1979:36, პარაგრაფი 21; Aberdeen Journals v Director General of Fair Trading, პარაგრაფი 88.

⁴⁶ Aberdeen Journals I, პარაგრაფი 96.

(theory of harm), რადგან შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირების პროცესი წარმოადგენს ანალიტიკურ ხელსაწყოს, რომელიც დაკავშირებული უნდა იყოს ანალიზის სუბიექტთან.⁴⁷

განსახილველ შემთხვევაში, ვინაიდან, შესწავლის საგანია ე.წ. „ექსკლუზიური“ ქმედება, საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების მიზნიდან გამომდინარე, რასაც კონკურენტების ჩამოშორება წარმოადგენს, პირდაპირი და უშუალო ზიანი ადგება კონკურენტს, ხოლო არაპირდაპირი – საბოლოო მომხმარებელს.

2. შესაბამისი ბაზრის საზღვრები

2.1. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები

მოცემული მოკვლევის ფარგლებში, შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრების მართებულად განსაზღვრის მიზნით, უპირველეს ყოვლისა, არსებითია გადაწყდეს საკითხი იმის თაობაზე, თუ რომელი მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მხრიდან უნდა შეისწავლოს სააგენტომ დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდო ბოროტად გამოყენების საკითხი.

კერძოდ, მოკვლევის დაწყების ეტაპზე, კანონის მე-6 მუხლის დარღვევასთან დაკავშირებით, სააგენტოს გონივრული ეჭვის არსებობა ორივე მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მიმართ ჩამოუყალიბდა, რაც მოკვლევის დაწყების საფუძველი გახდა. თუმცა, მოგვიანებით, მოკვლევის მიმდინარეობის პროცესში, სააგენტოს მიერ დადგინდა, რომ განსახილველი მარკეტინგული აქციის (დროის პერიოდი: 01.07.2024 – 31.07.2024) დაგეგმვა მოხდა ბანკის ინიციატივით. იმის გათვალისწინებით, რომ კანონის მე-6 მუხლის ფარგლებში შეისწავლება დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის *ცალმხრივი ქმედება*, სააგენტო ყურადღებას ამახვილებს ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს შემდეგ განმარტებაზე – ქმედების მე-6 მუხლის ქვეშ კვალიფიკაციისთვის, არ აქვს მნიშვნელობა, ვინ იყო ექსკლუზიურობის შესახებ შეთანხმების ინიციატორი. თუნდაც შემოჭავი პირობა შემსყიდველის მოთხოვნით ჩადებულიყო, ეს მაინც დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება იქნებოდა, რადგან არსებითი ფაქტორი იყო ამ გარიგებით ბაზრის ჰორიზონტალური შეზღუდვის ფაქტი.⁴⁸

ზემოთ ხსენებულ სასამართლოს განმარტებაზე დაყრდნობით, სააგენტო მიუთითებს, რომ ზოგადად, შესაძლებელია ექსკლუზიურობის შეთანხმების ინიციატორი იყოს ამავე შეთანხმების ნებისმიერი მხარე. თუმცა იმის გათვალისწინებით, რომ მოკვლევის ფარგლებში დადგინდა განსახილველი მარკეტინგული აქციის (დროის პერიოდი: 01.07.2024 – 31.07.2024) ინიციატორი მხარე თიბისის სახით, რომელიც ასევე ოპერირებდა ბაზრის ზედა დონეზე, არსებითია, რომ სააგენტომ ამ კონკრეტული მოკვლევის ფარგლებში ის ბაზარი მიიჩნიოს შესაბამის ბაზრად, რომელზეც ბანკი (და არა თინეთი) ოპერირებდა განსახილველი ქმედების ნაწილში.

⁴⁷ *Glassen D., Sullivan S.*, The Logic of Market Definition, *Antitrust Law Journal*, 98(2), 2020, გვ.330.

⁴⁸ საქმე 85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission*, [1979] ECR 461, ECLI:EU:C:1979:36, პარაგრაფი: 89.

სააგენტო აღნიშნავს, რომ ცალკე მსჯელობისა და შეფასების საგანია, თუ რომელი სავაჭრო სფერო უნდა ჩაითვალოს მოცემული მოკვლევის ფარგლებში შესაბამის ბაზრად - ცხადია, შესაბამისი ბაზრის საზღვრების სწორი იდენტიფიცირებისათვის საკმარისი არ არის იმ ეკონომიკური აგენტის განსაზღვრა, რომლის დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდო ბოროტად გამოყენების საკითხიც უნდა შეისწავლოს სააგენტომ, არამედ ამასთან ერთად აუცილებელია ამავე სუბიექტის მიერ ოპერირებადი საქმიანობის სფეროებიდან მართებულიად იქნეს განსაზღვრული კონკრეტული მოკვლევისათვის რელევანტური მნიშვნელობის მქონე ბაზარი.

ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, სააგენტო მიუთითებს იმ გარემოებაზე, რომ მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის 2024 წლის 28 ივნისს დადებული მარკეტინგული აქტივობის თაობაზე შეთანხმების მე-3 მუხლის თანახმად, მხარეები ითანამშრომლებენ ერთობლივ პროექტზე, რომლის ფარგლებშიც განახორციელებენ ერთობლივ აქციას, რაც თიბისისათვის მიზნად ისახავს - Swoop.ge-ს მომხმარებლებში ცნობადობის გაზრდას Swoop.ge-ზე არსებული ბანკის პროდუქტზე (TBC Mastercard Gold და TBC Mastercard Standard). ამდენად, შესაბამისი პერიოდის განმავლობაში (განსახილველი მარკეტინგული აქციის პერიოდი: 01.07.2024 – 31.07.2024) დამატებითი 25%-იანი ფასდაკლებით სარგებლობა შესაძლებელი იყო მხოლოდ თიბისის ემიტირებული საბანკო ბარათის მეშვეობით (Mastercard) ონლაინ-პლატფორმა swoop.ge-ზე. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრების დადგენის პროცესში სააგენტო ყურადღებას ამახვილებს იმ კომპონენტებზე, რომლის მეშვეობითაც ფორმირდება ამავე ბაზრის საზღვრები. კერძოდ, აღნიშნული კომპონენტები შემდეგია:

1. ფასდაკლების აქცია, როგორც ბანკის მიერ ემიტირებული ბარათების პოპულარიზაციის მიზნით ონლაინ პლატფორმისთვის შეთავაზებული პროდუქტი - მოკვლევის ფარგლებში დადგინდა, რომ თიბისი აქციის ფარგლებში მიზნად ისახავდა საკუთარი ემიტირებული საბანკო-საგადახდო ბარათების პოპულარიზაციას, რაც ამავე ბარათების მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდას მოიაზრებს. აუცილებლად გასათვალისწინებელია, რომ ონლაინ პლატფორმა swoop.ge, ისევე როგორც მისი კონკურენტი ონლაინ პლატფორმები (მაგალითად, hotsale.ge) წარმოადგენენ საიტზე განთავსებული პროდუქციის/მომსახურების ფასდაკლებების, ვაუჩერების, სპეციალური შეთავაზებების, ე.წ. დანაზოგების პლატფორმებს (Discount-Voucher/Deals Site), მათ შორის სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით და არა ტრადიციული დაჯავშნის პლატფორმებს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოკვლევის ფარგლებში ფორმირებულია ორდონიანი ბაზარი, საიდანაც შესაბამისი ბაზრის ზედა დონეზე ოპერირებს თიბისი, რომელიც ფასდაკლების აქციის (განსახილველ შემთხვევაში დამატებითი 25%-იანი ფასდაკლების) განთავსებას სთავაზობს ქვედა დონეზე მოქმედ სუბიექტს - თინეთს. ცხადია, თინეთი, როგორც ამ აქციების (ვაუჩერების სახით) გამყიდველი ონლაინ პლატფორმა swoop.ge-ს ოპერატორი კომპანია, სარგებლობს ამგვარი აქციებით მომხმარებელთა და ვებგვერდის ვიზიტორთა ზრდის კუთხით, რაც მას, საბოლოო ჯამში, კონკურენტებთან შედარებით (მაგალითად, hotsale.ge) უპირატესობას ანიჭებს. აქციის განთავსების გზით ამგვარი უპირატესობის მიღებას განაპირობებს თავად ამ პლატფორმების მუშაობის პრინციპი, კერძოდ, ამგვარი პლატფორმებით შეთავაზებული პროდუქტების (ფასდაკლების, ლოიალურობის აქციების/ვაუჩერების) გაყიდვებისა და მოგების მიღების მთავარი წყარო ვებგვერდის ვიზიტორთა და მომხმარებელთა აქტიურობაა, რაც თავის მხრივ, სრულად ეყრდნობა იმას, თუ რამდენად

სასურველი და მიმზიდველი აქციებია განთავსებული პლატფორმაზე. ამდენად, ამ ნაწილში მცირე შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას, რომ განსახილველ შემთხვევაში ქვედა დონის ბაზარს წარმოადგენს ე.წ. დანაზოგების ონლაინ პლატფორმების ოპერირება, რომლის ფარგლებშიც იყიდება ფასდაკლების ვაუჩერები. ზედა დონის ბაზარზე მოქმედებს თიბისი, რომელიც როგორც კომერციული ბანკი, საკუთარი ბარათების პოპულარიზების მიზნით აინიცირებს/აფინანსებს/აორგანიზებს ფასდაკლების აქციებს, რომლებიც შესაძლოა განთავსდეს ზემოაღნიშნულ დანაზოგების ონლაინ პლატფორმებზე. ამ შემთხვევაში ბანკი ამგვარი პლატფორმისათვის წარმოადგენს აქციის მონაწილე პირს, რომლის კონტრიბუციაც შეიძლება გამოიხატოს აქციის ინიცირება-ორგანიზებასა თუ მის დაფინანსებაში. ამასთანავე, მნიშვნელოვანი ფაქტორია აქციის ორგანიზატორის/ინიციატორის/დამფინანსებლის მიზანი, ვინაიდან, განსახილველ შემთხვევაში თიბისი აქციას აწყობს მხოლოდ იმ მიზნით, რომ მის მიერ ემიტირებული და ნაკლებად გამოყენებადი ბარათები გახდეს მეტად პოპულარული. შესაბამისად, ზედა დონის ბაზრის მონაწილეებად და თიბისის კონკურენტებად შეიძლება ჩაითვალოს მხოლოდ კომერციული ბანკები. სხვა შემთხვევაში, თუკი ამავე ბაზრის მონაწილეებად მივიჩნევდით საგადახდო სქემებს ან სხვა მესამე პირებს (მაგ. სასტუმროებს), რომელთა ინიციატივითაც ასევე შეიძლება დაორგანიზდეს მსგავსი აქცია, გამოვიდოდა, რომ ერთსა და იმავე ბაზარზე მოქმედი სუბიექტები შესაძლოა ერთმანეთს არათუ კონკურენციას არ უწევდნენ, არამედ ერთი სუბიექტის პროდუქტის გაყიდვა მომგებიანი იყოს მეორისათვის. ამ კუთხით არსებითი განმასხვავებელია ის, რომ გარდა კომერციული ბანკებისა, სხვა მესამე პირებისათვის, რომლებიც ასევე შეიძლება იყვნენ აქციის ორგანიზატორები/ინიციატორები, უმნიშვნელოა თუ რომელი ბანკის მიერ ემიტირებულ ბარათს გამოიყენებს საბოლოო მომხმარებელი პროდუქტის შეძენისას (სასტუმროს შემთხვევაში მთავარი მიზანია გაყიდოს უშუალოდ თავისი მომსახურება, ხოლო რომელი ბანკის ბარათი იქნება გამოყენებული გადახდისას უმნიშვნელოა, საგადახდო სქემის შემთხვევაში კი მნიშვნელოვანია მხოლოდ კონკრეტულ სქემაში ჩართული ბარათი იქნას გამოყენებული მაგ. Visa ან Mastercard, ხოლო რომელი კომერციული ბანკის მიერ იქნება ემიტირებული უმნიშვნელოა (გამონაკლისია ერთობლივი აქციები)).

2. პლატფორმაზე ფასდაკლების აქციის განთავსება მხოლოდ სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების მიმართულებით - როგორც უკვე აღინიშნა, განსახილველ შემთხვევაში აქცია შეეხებოდა მხოლოდ სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურების მიმართულებას. როგორც თავად ბანკიც მიუთითებს, მომხმარებლის გადმოსახედიდან, რა თქმა უნდა, დიდი მნიშვნელობა აქვს თუ რისი ფასდაკლების ვაუჩერს იძენს და ეს მომსახურებები შეიძლება არ იყოს მისთვის ურთიერთჩანაცვლებადი, თუმცა, ბანკის წარმომადგენელი იქვე უთითებს, რომ მათი მიზანი აქციის ინიცირების პროცესში მხოლოდ ბარათების პოპულარიზაციაა და შესაბამისად, მომსახურებების მიხედვით ბაზრის სეგმენტაცია არ მიაჩნიათ გამართლებულად, რადგან ნებისმიერი ვაუჩერის გაყიდვა ბანკისთვის მომგებიანი იქნება⁴⁹. მართალია, ბანკისათვის აქციის ორგანიზების ნაწილში მთავარი მისი ბარათების გამოყენება და პოპულარიზაციაა და მეორეხარისხოვანია თუ რა მიმართულებით დაორგანიზდება აქცია, თუმცა სააგენტო ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, რომ კონკრეტული აქციის წარმატება, თავისთავად,

⁴⁹ თიბისისთან გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 04:02-05:38.

დიდწილად დამოკიდებულია პროდუქტის/მომსახურების ტიპზე თუ რა მიმართულებით იგეგმება აქცია. როგორც ინიციატორი ბანკის, ასევე თავად დანაზოგების პლატფორმების გადაწყვეტილებაზე აქციის მიმართულების შერჩევისა და ორგანიზების პროცესში გადამწყვეტ გავლენას ახდენს ის ფაქტორი, თუ რას ანიჭებს საბოლოო მომხმარებელი უპირატესობას. თავად ბანკიც აღნიშნავს, რომ დიდ ყურადღებას უთმობენ თუ კონკრეტული პერიოდისათვის რა მიმართულებაა პოპულარული მომხმარებელში, რათა ბევრი ვაუჩერი გაიყიდოს. აღნიშნული გავლენას ახდენს, როგორც უშუალოდ პლატფორმის დაინტერესებაზე კონკრეტული მიმართულებით აქციის განსათავსებლად, ასევე მესამე პირებზე, როგორიცაა ამ შემთხვევაში ბანკი, რათა აქციამ მიზანს მიაღწიოს და მომხმარებელმა ბევრი ბარათი გამოიყენოს. შესაბამისად, აქციის მიმართულება ბაზრის პროდუქციული საზღვრების განსაზღვრისას აუცილებლად ყურადსაღებია, რადგან თითოეულ აქციას თავისი საბოლოო მომხმარებლის წრე ჰყავს, სამიზნე ჯგუფისათვის ანუ საბოლოო მომხმარებლისათვის კი არ შეიძლება ყველა მომსახურება იყოს ჩანაცვლებადი. ამასთანავე, გასათვალისწინებელია ცალკეული მომსახურებების სეზონური ხასიათიც, როგორც ამას თინეთი აღნიშნავს⁵⁰. ამდენად, ბანკის მხრიდან აქციის დაგეგმვის მიზნებსა და კონკრეტულ მიმართულებაზე არჩევანის გაკეთებაზე მსჯელობისას აუცილებლად გასათვალისწინებელია საბოლოო მომხმარებლის მხრიდან ჩანაცვლებადობის საკითხიც.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს, რომ შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები განისაზღვროს მომხმარებლის მხრიდან, საბოლოო მომხმარებლის ინტერესების გათვალისწინებით. კერძოდ, კომერციული ბანკების მიერ შეთავაზებული პროდუქტის - ფასდაკლების აქციის მომხმარებლები ონლაინ პლატფორმები არიან (მაგალითად, swoop.ge, hotsale.ge და სხვა), რომლებიც ამავე ფასდაკლებას შემდგომ საბოლოო მომხმარებელს (მოცემულ შემთხვევაში განთავსების ობიექტის დაჯავშნით დაინტერესებულ სუბიექტებს) სთავაზობენ. მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის სავარაუდო ექსკლუზიური შეთანხმების არსებობით, უპირველეს ყოვლისა ჰიპოთეტური ზიანი ადგებათ ქვედა დონის ბაზარზე მოქმედ სუბიექტებს, რომლებიც თინეთის კონკურენტები არიან და არ შეუძლიათ ისარგებლონ სავარაუდო ექსკლუზიური წესით შეთანხმებული იგივე დამატებითი ფასდაკლებით, ირიბად კი ზიანდება საბოლოო მომხმარებელი, რომელიც ვაუჩერს ყიდულობს ქვედა დონეზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტებისაგან. შესაბამისად, მოცემული მოკვლევის მიზნებისათვის შესაბამისი ბაზრის საზღვრების დადგენა რელევანტურია სწორედ თინეთის კონკურენტების პერსპექტივიდან, საბოლოო მომხმარებლის ინტერესების გათვალისწინებით, ვინაიდან, ამგვარი ფასდაკლებების შეთავაზების/დანაზოგების ონლაინ პლატფორმები აქციებს ყიდიან საბოლოო მომხმარებელზე და შესაბამისად, მათი ეკონომიკური საქმიანობა დამოკიდებულია ამგვარი შეთავაზებების ინიცირება-ორგანიზებაზე საბოლოო მომხმარებლის ინტერესებიდან გამომდინარე. ამგვარი პლატფორმები წარმოადგენენ არა უბრალოდ აქციების საბოლოო მომხმარებლისათვის მიწოდების არხებს, არამედ მათი ეკონომიკური საქმიანობა და სარგებლის მიღება სრულად დამოკიდებულია ვაუჩერების შესაბამისი რაოდენობის რეალიზაციაზე. ამ კუთხით მსჯელობისას ასევე გათვალისწინებულ იქნა, რომ იდენტური საქმიანობით (ე.წ. დანაზოგების პლატფორმები) დაკავებული ეკონომიკური აგენტები

⁵⁰ თინეთთან გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი N1 – 09:44-09:53.

(რეშენალ სოლუმენსი და პირველი შოპი) კონკურენტებად აღიქვამენ მხოლოდ ერთმანეთსა და თინეთის პლატფორმას.⁵¹

შესაბამისად, თიბისის სავარაუდო დომინანტური მდგომარეობა უნდა შეფასდეს კომერციული ბანკების მიერ პროდუქციის/მომსახურების ფასდაკლებების, ვაუჩერების, სპეციალური შეთავაზებების/დანაზოგების ონლაინ პლატფორმებისთვის დასვენების კატეგორიის მიმართულებით აქციების შეთავაზების ბაზარზე.

2.2. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები

„ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების“ მე-11 მუხლის შესაბამისად, სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები წარმოადგენს ტერიტორიას, რომელზეც შერჩეული ჯგუფის მყიდველები იძენენ ან აქვთ ეკონომიკური, ტექნიკური და სხვა სახის შესაძლებლობები, შეიძინონ განსახილველი საქონელი/მომსახურება.

მოკვლევის ფარგლებში განსახილველ პროდუქტს წარმოადგენს ის დამატებითი ფასდაკლების აქცია, რომლითაც სარგებლობის შესაძლებლობა თიბისისა და თინეთს შორის დადებული მარკეტინგული შეთანხმების საფუძველზე მხოლოდ swoop.ge-ის მომხმარებელს მიეცა. ზემოაღნიშნული აქციის პირობები შეთავაზებული იყო საქართველოში რეგისტრირებული ბანკის - თიბისის მიერ და დამატებითი 25%-იანი ფასდაკლების პირობა 2024 წლის 01 ივლისიდან 31 ივლისის პერიოდის ჩათვლით განთავსებული იყო მხოლოდ ქართულ ონლაინ პლატფორმა - www.swoop.ge-ზე. ამასთანავე, როგორც დანაზოგების ონლაინ პლატფორმის hotsale.ge-ის ოპერატორმა კომპანიამ, რეშენალ სოლუმენსმა განმარტა, პლატფორმაზე განთავსებული ობიექტების მომსახურებით სარგებლობისთვის მომხმარებელი თანხას იხდის საქართველოში ლიცენზირებული კომერციული ბანკების მიერ გაცემული ბარათით.

შესაბამისად, გეოგრაფიული ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, სააგენტო ბაზრის გეოგრაფიულ საზღვრად მიიჩნევს ეროვნულ დონეს - **ქვეყნის მთელ ტერიტორიას**.

2.3. სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის დროითი ჩარჩო

შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩო წარმოადგენს დროის იმ პერიოდს, რომლის განმავლობაშიც ფუნქციონირებს ბაზარი კონკრეტული პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების პირობებში.

გასათვალისწინებელია, რომ ონლაინ პლატფორმებზე განთავსებული დამატებითი ფასდაკლების/ლოიალობის აქციები მოქმედია მხოლოდ დროის ცალკეულ პერიოდებში და

⁵¹ რეშენალ სოლუმენსის 2024 წლის 21 მარტის N01/1600 და პირველი შოპის 2024 წლის 17 მაისის N 01/2671 წერილები.

მისი დაწყებისა და დასრულების დრო განისაზღვრება მხარეთა შეთანხმებით. განსახილველ შემთხვევაშიც, თინეთის მიერ ოპერირებად პლატფორმა swoop.ge-ზე განთავსებულ დამატებითი 25 %-იანი ფასდაკლების პირობა ძალაში იყო მხოლოდ აქციის პერიოდის განმავლობაში და შესაბამისად, მარკეტინგული აქციის პერიოდი შემოსაზღვრული იყო 2024 წლის ივლისის თვით (01.07.2024 – 31.07.2024). მიუხედავად ზემოაღნიშნულისა, სააგენტომ არ მიიჩნია მიზანშეწონილად, რომ შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩო მხოლოდ კონკრეტული აქციის მოქმედების პერიოდით შემოესაზღვრა. ამასთანავე, მიუხედავად იმისა, რომ სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების შეძენაზე მოთხოვნა წლის სხვადასხვა პერიოდისათვის განსხვავებული და ცვალებადია, აქციების პლატფორმებზე განთავსება მაინც არ ხასიათდება სეზონურობით, რასაც ისიც ადასტურებს, რომ მოკვლევის განმავლობაში სააგენტომ ინფორმაცია მიიღო როგორც ზამთრის, ასევე ზაფხულის პერიოდებში მოქმედ აქციებთან დაკავშირებით. შესაბამისად, განსახილველ შემთხვევაში, სააგენტოს მოსაზრებით, შესაბამისი ბაზარს არ გააჩნია დროითი ჩარჩო, ვინაიდან, იგი არ ხასიათდება სეზონურობით.

შუალედური დასკვნა

მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში სააგენტო ადგენს შესაბამისი ბაზრის შემდეგ საზღვრებს:

- ა) შესაბამისი ბაზრის **პროდუქციული** საზღვრები - კომერციული ბანკების მიერ სპეციალური შეთავაზებების/დანაზოგების ონლაინ პლატფორმებისთვის დასვენების კატეგორიის მიმართულებით აქციების შეთავაზების ბაზარი;
- ბ) შესაბამისი ბაზრის **გეოგრაფიული** საზღვრები - საქართველოს მთელი ტერიტორია;
- გ) დროითი ჩარჩო - შესაბამისი ბაზარს დროითი ჩარჩო არ გააჩნია.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოკვლევის ფარგლებში სააგენტოს მიერ ქვედა დონის ბაზარზე (დანაზოგების ონლაინ პლატფორმებზე სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მომსახურებით ონლაინ ვაჭრობის მიმართულებით) მოქმედი ეკონომიკური აგენტებისაგან გამოთხოვილი ინფორმაციის საფუძველზე დადგინდა, რომ როგორც 2023, ასევე 2024 წლებში თიბისი შესაბამისი ბაზრის მონაწილე ერთადერთი სუბიექტი იყო. კერძოდ, 2023 წელს პლატფორმაზე swoop.ge არცერთი კომერციული ბანკის ინიციატივით /დაფინანსებით სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით აქცია არ განთავსებულა, hotsale.ge-ზე კი მხოლოდ ერთი ასეთი აქცია განთავსდა, რომლის ინიციატორიც იყო თიბისი ბანკი. აქცია სახელწოდებით “new TBC card 30% cashback” მოქმედებდა 2023 წლის 26-28 თებერვლის პერიოდში და მის ფარგლებში ვებგვერდიდან გაიყიდა ლარის ღირებულების ვაუჩერი. რაც შეეხება 2024 წელს, ამ პერიოდში უკვე hotsale.ge-ზე არ განთავსებულა არცერთი კომერციული ბანკის მიერ ინიცირებული ან დაფინანსებული აქცია სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით. რაც შეეხება swoop.ge-ის, 2024 წლის განმავლობაში პლატფორმაზე სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით კომერციული ბანკის ინიციატივით ან/და დაფინანსებით განთავსდა მხოლოდ ერთი, თიბისი ბანკის მიერ ინიცირებული აქცია სახელწოდებით „TBC X Mastercard - 25% ფასდაკლება“ (რომელიც სააგენტოს მოკვლევის

ფარგლებში გახდა შესწავლის საგანი), რომელიც მოქმედებდა ივლისის თვის განმავლობაში და რომლის ფარგლებშიც გაიყიდა ლარის ღირებულების ვაუჩერი. რაც შეეხება პირველი შოპს, კომპანიის მიერ სააგენტოსათვის მოწოდებული ინფორმაციის შესაბამისად, 2023-2024 წლებში მის მიერ ოპერირებულ დანაზოგების პლატფორმაზე სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტების მიმართულებით კომერციული ბანკების მიერ ინიცირებული ან/და დაფინანსებული აქცია არ განთავსებულა. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე დგინდება, რომ შესაბამის ბაზარზე თიბისის 2023-2024 წლებში 100%-იანი საბაზრო წილი გააჩნდა და დომინანტური მდგომარეობა ეკავა იმის გათვალისწინებით, რომ ამ პერიოდის განმავლობაში საქართველოში ოპერირებადი ე.წ. დანაზოგების ონლაინ-პლატფორმებზე საკუთარი ბარათების პოპულარიზაციის მიზნით ერთადერთი კომერციული ბანკის, თიბისის ინიციატივით/დაფინანსებით განთავსდა დასვენების კატეგორიის მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების შეთავაზებები⁵². ზემოთქმულიდან გამომდინარე, სააგენტო ასკვნის, რომ შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული, გეოგრაფიული საზღვრებისა და დროითი ჩარჩოს გათვალისწინებით, ამავე ბაზარზე თიბისი დომინანტურ მდგომარეობას იკავებდა.

თავი V. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება - ზოგადი მიმოხილვა

აღსანიშნავია, რომ კონკურენციის კანონმდებლობა ეკონომიკურ აგენტებს არ უკრძალავს ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის ფლობას. კონკურენციის სამართალი აწესებს აკრძალვებს მხოლოდ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტებთან მიმართებით, რათა დაცულ იქნეს ჯანსაღი კონკურენტული გარემო, რომელიც, თავის მხრივ, საბოლოო მომხმარებლების კეთილდღეობის უზრუნველყოფის საფუძველს წარმოადგენს.

მოცემულ შემთხვევაში, სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს, ყურადღება გამახვილდეს სამოქალაქო სამართალში დამკვიდრებულ სახელშეკრულებო თავისუფლების პრინციპსა და ე.წ. კონტრაქტების იძულებაზე. მნიშვნელოვანია, ზუსტად განისაზღვროს, თუ რა ადგილი შეიძლება ჰქონდეს სახელშეკრულებო თავისუფლების კერძო-სამართლებრივ პრინციპს დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის კონკრეტული ქმედებების კანონის მე-6 მუხლთან მიმართებაში შეფასებისას.

ხელშეკრულების დადების თავისუფლება სახელშეკრულებო ურთიერთობის წარმოშობის საფუძველია. ხელშეკრულების თავისუფლების სამართლებრივ საფუძველს წარმოადგენს სსკ-ის 319-ე მუხლი.⁵³ კერძოდ, სსკ-ის 319-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის თანახმად, „კერძო სამართლის სუბიექტებს შეუძლიათ, კანონის ფარგლებში თავისუფლად დადონ ხელშეკრულებები და განსაზღვრონ ამ ხელშეკრულებათა შინაარსი.“ აღნიშნული ნორმა ასახავს სამოქალაქო სამართლით აღიარებული ხელშეკრულების თავისუფლების პრინციპს, რომელიც ხელშეკრულების დადების თავისუფლებასთან ერთად მოიცავს ხელშეკრულების

⁵² რეშენალ სოლუშენსის 2025 წლის 11 ნოემბრის N 01/6924 და თინეთის 2025 წლის 11 ნოემბრის N01/6951 წერილებით მიღებული ინფორმაცია.

⁵³ საქართველოს უზენაესი სასამართლოს დიდი პალატა, გადაწყვეტილება №ას-664-635-2016.

შინაარსის განსაზღვრის თავისუფლებას. ეს უკანასკნელი გულისხმობს, რომ მხარეებს შეუძლიათ თავისუფლად განსაზღვრონ ხელშეკრულების შინაარსი.⁵⁴ ხელშეკრულების დადების თავისუფლება პირის უმოქმედობასაც მოიცავს - უფლებას არ დადოს ხელშეკრულება. ამიტომ, მას ხელშეკრულების დადების ნეგატიურ თავისუფლებასაც უწოდებენ.⁵⁵ ამასთან, სახელშეკრულებო თავისუფლება არ წარმოადგენს აბსოლუტურ სამართლებრივ კატეგორიას⁵⁶ და იგი არსებობს დადგენილი წესრიგის ფარგლებში.⁵⁷ ხელშეკრულების თავისუფლების შეზღუდვა ვრცელდება არა მხოლოდ სამოქალაქო სამართლებრივ, არამედ მთლიანად კერძო სამართლებრივ ურთიერთობებზე.⁵⁸ შეზღუდვა შესაძლოა ვრცელდებოდეს როგორც შინაარსის განსაზღვრის, ასევე კონტრაქტის არჩევის თავისუფლებაზე და ა.შ.

კანონმდებელი აღნიშნული თავისუფლების შემზღუდველ ერთ-ერთ გარემოებას სწორედ ეკონომიკური აგენტის დომინანტურ მდგომარეობას უკავშირებს. კერძოდ, დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის საბაზრო ძალაუფლების გათვალისწინებით, კანონმდებელი კანონის მე-6 მუხლით მას განსაკუთრებულ პასუხისმგებლობას აკისრებს და უკრძალავს გარკვეული სახისა და ფორმის ქმედებების განხორციელებას. აღნიშნული აკრძალვა კი, ბუნებრივია, გარკვეულ ჩარჩოებში აქცევს დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის სახელშეკრულებო თავისუფლებას. შესაბამისად, კანონის მე-6 მუხლი წარმოადგენს ეკონომიკური აგენტის სახელშეკრულებო თავისუფლების შეზღუდვის ერთ-ერთ თვალსაჩინო გამოვლინებას.

ამასთან, სააგენტო განმარტავს, რომ კონკურენციის კანონმდებლობის გადმოსახედიდან, შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის ქონა, უპირველეს ყოვლისა, უკავშირდება აღნიშნული ეკონომიკური აგენტის მომეტებულ პასუხისმგებლობას. სააგენტო იზიარებს დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის სპეციალურ ვალდებულებებთან მიმართებით ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიერ ჩამოყალიბებულ ერთგვაროვან პრაქტიკას, რომლის მიხედვითაც, ეკონომიკურ აგენტს, საკუთარი საბაზრო ძალაუფლებიდან გამომდინარე, შესაბამის ბაზარზე მომეტებული პასუხისმგებლობა ეკისრება, რომლის ფარგლებიც, ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, განსაკუთრებული გარემოებების გათვალისწინებით უნდა განისაზღვროს.⁵⁹ ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების (შემდგომში - TFEU) 102-ე მუხლით განსაზღვრული ვალდებულებიდან გამომდინარეობს, რომ დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტს ჩამორთმეული აქვს უფლება, განახორციელოს კონკრეტული ხასიათის ქმედებები, რომლებიც შესაძლოა, დასაშვები იყოს იმ შემთხვევაში, თუ იგი განხორციელდებოდა დომინანტური მდგომარეობის არმქონე ეკონომიკური აგენტის მიერ.⁶⁰ კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის მიმართ დომინანტური მდგომარეობის ფაქტის დადგენა

⁵⁴ საქართველოს უზენაესი სასამართლოს განჩინება №ას-1300-1320-2011.

⁵⁵ საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი, 17.10.2017, წიგნი III, კარი I, თავი I, მუხლი 319-ე.

⁵⁶ ჯუღელი, გ.(რედ), სახელშეკრულებო სამართალი, გამომცემლობა „მერიდიანი“ თბილისი, 2014, გვ. 56.

⁵⁷ საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი, 17.10.2017, წიგნი III, კარი I, თავი I, მუხლი 319-ე.

⁵⁸ საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი, 17.10.2017, წიგნი III, კარი I, თავი I, მუხლი 319-ე.

⁵⁹ ECLI:EU:C:1983:313, საქმე 322/81, „*Michelin*“, § 57; ECLI:EU:T:1994:246, საქმე T-83/91; „*Tetra Pak International SA*“, §57; ECLI:EU:T:1994:246, საქმე T-83/91 „*Tetra Pak II*“, §114; ECLI:EU:T:1998:183, საქმე T-111/96, „*ITT Promedia*“, §139, ECLI:EU:T:1999:246, საქმე T-228/97, „*Irish Sugar*“, §112. ECLI:EU:T:2003:250, საქმე T-203/01, „*Michelin*“, § 97.

⁶⁰ ECLI:EU:T:1998:183, საქმე T-111/96, „*ITT Promedia*“, §139; საქმე 322/81 *Michelin v Commission* [1983] ECR 3461, პარაგრაფი 57.

თავისთავად არ წარმოადგენს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას, მაგრამ ნიშნავს იმას, რომ აღნიშნულ ეკონომიკურ აგენტს აკისრია სპეციალური ვალდებულება, არ განახორციელოს ისეთი ქმედება, რომელიც შესაბამის ბაზარზე საფრთხეს შეუქმნის ჯანსაღ კონკურენტულ გარემოს.⁶¹ ამასთან, დომინანტური მდგომარეობა არ ართმევს ეკონომიკურ აგენტს უფლებას, დაიცვას საკუთარი კომერციული ინტერესები, თუმცა აღნიშნული ქმედებები დაუშვებელი და აკრძალულია, თუ მათ ძირითად მიზანს ან შედეგს წარმოადგენს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება.⁶² დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტს ეკრძალება მიიღოს ისეთი ზომები, რომელიც ზღუდავს კონკურენტების სამეწარმეო საქმიანობას და აფერხებს ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს მდგრად განვითარებას.⁶³ სწორედ ამიტომ, კანონმდებელი კერძოსამართლებრივ ურთიერთობებში დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის მოქმედების თავისუფლებისთვის კანონის მე-6 მუხლში მოცემული დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აკრძალვის გზით აწესებს აღნიშნული თავისუფლების ლიმიტს.

ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო განმარტავს, რომ სამოქალაქო სამართალში არსებული სახელშეკრულებო თავისუფლების პრინციპი არ არის აბსოლუტური და აღნიშნული თავისუფლების ერთ-ერთ ზღვარს წარმოადგენს კანონის მე-6 მუხლი, რომელიც დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტებისთვის აწესებს კონკრეტულ აკრძალვებს. ამდენად, ხელშეკრულების თავისუფლების პრინციპი არ წარმოადგენს დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის მხრიდან მიწოდებაზე უარის გამამართლებელ საფუძველს, ვინაიდან დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება არის სწორედ ის ზღვარი, რომელზეც გადის მსგავსი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ეკონომიკური აგენტების სახელშეკრულებო თავისუფლების ფარგლები. შესაბამისად, სააგენტო განმარტავს, რომ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების შეფასებისას ხელშეკრულების დადების თავისუფლების პრინციპზე დაყრდნობა მოითხოვს განსაკუთრებით გონივრულ დასაბუთებასა და გამართლებას.

სააგენტო განმარტავს, რომ კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტში მოცემულ ქმედებათა შემადგენლობის განმარტება და მათი ზუსტი შინაარსის განსაზღვრა უნდა მოხდეს საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობის ამოცანების, დასახელებული ნორმის მიზნებისა და ამ ნორმით დაცული სამართლებრივი სიკეთეების გათვალისწინებით. ამდენად, აუცილებელია ზუსტად განისაზღვროს ერთი მხრივ, მთლიანად კანონითა და მეორე მხრივ, კანონის მე-6 მუხლით დაცული სამართლებრივი სიკეთეები.

დასახელებული ნორმის განმარტებისა და შესაბამისი სამართლებრივი სიკეთეების იდენტიფიცირების პროცესში სააგენტო, უპირველეს ყოვლისა, ხელმძღვანელობს მეწარმეობის თავისუფლებასა და კონკურენციასთან დაკავშირებით საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს მიერ განვითარებული მნიშვნელოვანი პრაქტიკით. საკონსტიტუციო სასამართლოს განმარტებით „მეწარმეობის თავისუფლება წარმოადგენს სამოქალაქო ბრუნვის თავისუფლების მნიშვნელოვან გამოვლინებას, ეკონომიკური მართლწესრიგის, ჯანსაღი და სიცოცხლისუნარიანი საბაზრო ურთიერთობების საფუძველს.

⁶¹ ECLI:EU:C:1983:313, საქმე 322/81, „*Michelin*“, §57.

⁶² ECLI:EU:T:1999:246, საქმე T-228/97, „*Irish Sugar*“, §112.

⁶³ *Frédéric, M.*, Politiques européennes de concurrence et économie sociale de marché, Document de travail OFCE, n° 2010-30, novembre 2010 გვ.12, ხელმისაწვდომია: <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2010-30.pdf>.

აღნიშნული ვალდებულებით სახელმწიფო მხარს უჭერს თავისუფალი ეკონომიკის პრინციპს, რომელშიც არა მარტო მეწარმეობის ასპარეზია თავისუფალი ნებისმიერი ქმედუნარიანი სუბიექტისათვის, არამედ თავად მეწარმეობაა თავისუფალი. მხოლოდ თავისუფალი მეწარმეობის დროსაა შესაძლებელი, მეწარმე სუბიექტი გახდეს კომერციული ურთიერთობების სრულფასოვანი თანამონაწილე და შეძლოს თავისი საქმიანი უნარ-ჩვევების სრულყოფილი გამოვლინება.“ თავისუფალი მეწარმეობის დაცვა და კონკურენციის განვითარება უზრუნველყოფს ბაზარზე სიცოცხლისუნარიანი ეკონომიკური აგენტების საქმიანობას, რაც თავისუფალი ბაზრის ჩამოყალიბების არსებითი წინაპირობაა. აღნიშნულის მისაღწევად სახელმწიფო ვალდებულია, შექმნას სათანადო საკანონმდებლო მოწყობილობა.⁶⁴ საკონსტიტუციო სასამართლო მიუთითებს, რომ მეწარმეობისადმი სახელმწიფოს მხარდაჭერა არ გულისხმობს მხოლოდ ინსტიტუციურად ამ საქმიანობის თავისუფლების ნორმატიულ აღიარებას. სახელმწიფო ვალდებულია შექმნას ისეთი ნორმატიული გარემო, რომელიც წახალისებს და ბაზრიდან არ განდევნის სიცოცხლისუნარიან სუბიექტებს.⁶⁵

სააგენტო განმარტავს, რომ სახელმწიფოს სწორედ აღნიშნული ვალდებულების შესრულება წარმოადგენს კანონის ერთ-ერთ (მაგრამ არა ერთადერთ) მიზანს.⁶⁶ კანონი ადგენს თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის პრინციპებს, რაც თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია (კანონის პირველი მუხლის პირველი პუნქტი). მის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენს თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა, ეკონომიკური აგენტების ბაზარზე დაშვებისათვის სათანადო პირობების უზრუნველყოფა და ა.შ. გარდა ამისა, უნდა აღინიშნოს ასევე ის ფაქტი, რომ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს განმარტებით, თავისუფალი კონკურენცია ორგანულადაა დაკავშირებული მეწარმეობის თავისუფლებასთან.⁶⁷

ჯანსაღი და თავისუფალი კონკურენციის ერთ-ერთ გამოხატულებას წარმოადგენს ეკონომიკური აგენტების მიერ საქართველოს კონსტიტუციით გარანტირებული სამეწარმეო საქმიანობის კონკურენტულ გარემოში თავისუფლად და დამოუკიდებლად განხორციელების შესაძლებლობა. სამეწარმეო საქმიანობის თავისუფლებისა და ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ერთ-ერთ ელემენტსა და გამოხატულებას კი ნედლეულისა და გასაღების ბაზრებზე თავისუფალი წვდომისა და დაშვების შესაძლებლობა წარმოადგენს.

სწორედ ნედლეულისა და გასაღების ბაზრებზე თავისუფალი დაშვების შესაძლებლობა, როგორც ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს განმაპირობებელი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი, წარმოადგენს კანონის მე-6 მუხლით დაცულ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სამართლებრივ სიკეთეს იმდენად, რამდენადაც იგი იცავს ბაზარს დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის მიერ ბაზრის ცალმხრივი შეზღუდვისაგან. მსგავსი ეფექტისა თუ შედეგის მქონე ცალმხრივი ქმედება კი შესაძლოა გამოიხატებოდეს ბაზარზე შესვლის ბარიერებისა და დისკრიმინაციული პირობების

⁶⁴ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს 2018 წლის 14 დეკემბრის N2/11/747 გადაწყვეტილება გვ. 6, § 1 და შემდგომი.

⁶⁵ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს 2008 წლის 19 დეკემბრის N1/2/411 გადაწყვეტილება, გვ.11-12, § 2-3.

⁶⁶ სააგენტოს თავმჯდომარის 7 აგვისტოს N04/216 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება „სს „სადაზღვევო კომპანია უნისონის“ საჩივრის საფუძველზე განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე. გვ. 27-28.

⁶⁷ საქართველოს საკონსტიტუციო სასამართლოს 2008 წლის 19 დეკემბრის N1/2/411 გადაწყვეტილება, გვ. 12, § 5.

დაწესებაში, რაც უდავოდ ზღუდავს კონკრეტული სუბიექტების სამეწარმეო საქმიანობის თავისუფლებას და საფრთხეს უქმნის ჯანსაღ კონკურენტულ გარემოს. შესაბამისად, თუ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებით ხდება შესაბამის ბაზარზე თავისუფალი დაშვების შესაძლებლობის რაიმე ფორმით შეზღუდვა ან დისკრიმინაციული პირობების დაწესება, იგი უდავოდ უნდა შეფასდეს კანონის მე-6 მუხლთან მიმართებაში.

უნდა აღინიშნოს ასევე ის გარემოება, რომ კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტში მოცემული ქმედების შემადგენლობათა ჩამონათვალი სრულ თანხვედრაშია TFEU 102-ე მუხლში მოცემულ აკრძალულ ქმედებათა ნუსხასთან. ამდენად, კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტში მოცემული ქმედებათა აკრძალული შემადგენლობების განმარტებისას, ქართული კანონმდებლობისა და პრაქტიკის გათვალისწინებით, სააგენტო ხელმძღვანელობს TFEU 102-ე მუხლთან მიმართებაში ევროკავშირის შესაბამისი ორგანოების მიერ ჩამოყალიბებული პრაქტიკით.

საყურადღებოა ის გარემოებაც, რომ არც კანონის მე-6 და არც TFEU 102-ე მუხლი პირდაპირ მითითებს არ შეიცავს ბაზარზე შესვლის ბარიერების დაწესებასთან დაკავშირებით. თუმცა, დასახელებული ნორმები შეიცავენ პირდაპირ მითითებას ბაზრის შეზღუდვის აკრძალვასთან დაკავშირებით. კერძოდ, კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ და TFEU 102-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ხ“ ქვეპუნქტების მიხედვით, აკრძალულია „ბაზრების მომხმარებელთა ინტერესების საზიანოდ შეზღუდვა.“

როგორც უკვე აღინიშნა, კანონის მე-6 მუხლის გამოყენების პირველ წინაპირობას წარმოადგენს შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის არსებობა. კანონის მე-3 მუხლის „ი“ ქვეპუნქტის მიხედვით, დომინანტური მდგომარეობა არის შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის/აგენტების ისეთი მდგომარეობა, რომელიც მას/მათ საშუალებას აძლევს, იმოქმედოს/იმოქმედონ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების, მიმწოდებლების, კლიენტებისა და საბოლოო მომხმარებლებისაგან დამოუკიდებლად, არსებითი გავლენა მოახდინოს/მოახდინონ ბაზარზე საქონლის მიმოქცევის საერთო პირობებზე და შეზღუდოს/შეზღუდონ კონკურენცია. თუ სხვა მტკიცებულებები არ არსებობს, ეკონომიკური აგენტი/აგენტები არ ჩაითვლება/ჩაითვლებიან დომინანტური მდგომარეობის მქონედ, თუ შესაბამის ბაზარზე მისი/მათი წილი 40 პროცენტს არ აღემატება.

კანონის მე-5 მუხლის თანახმად, ეკონომიკური აგენტის დომინანტური მდგომარეობა განისაზღვრება შესაბამის ბაზარზე მისი საბაზრო წილის, კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების ფინანსური მდგომარეობის, ბაზარზე შესვლის ან წარმოების გაფართოების ბარიერების, მყიდველის საბაზრო ძალაუფლების, ნედლეული წყაროების ხელმისაწვდომობის, ვერტიკალური ინტეგრაციის ხარისხის, ქსელური ეფექტებისა და საბაზრო ძალაუფლების განმსაზღვრელი სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით.

დომინანტური მდგომარეობის საკანონმდებლო დეფინიცია შინაარსობრივად იმეორებს ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიერ ჩამოყალიბებულ მიდგომებს. კერძოდ, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს განმარტებით, ეკონომიკური აგენტის დომინანტური მდგომარეობა გულისხმობს ისეთ ეკონომიკურ ძალაუფლებას, რომელიც მას საშუალებას აძლევს, იმოქმედოს მისი კონკურენტების, კლიენტებისა და საბოლოო მომხმარებლებისაგან დამოუკიდებლად და შესაბამის ბაზარზე

შეზღუდოს ეფექტიანი კონკურენცია. მართლმსაჯულების სასამართლო აღნიშნავს, რომ შესაბამის ბაზარზე არსებული საბაზრო წილი წარმოადგენს ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორს დომინანტური მდგომარეობის დასადგენად. კერძოდ, ეკონომიკური აგენტების საბაზრო ძალაუფლების ყველაზე მნიშვნელოვანი სტრუქტურული მაჩვენებელი, უდავოდ, მათი აბსოლუტური საბაზრო წილია, რადგანაც საბაზრო წილის გაზომვა შედარებით ადვილია, მას დიდი მნიშვნელობა აქვს ეკონომიკური აგენტების საბაზრო ძალაუფლების განსაზღვრისათვის და, შესაბამისად, დომინანტური მდგომარეობის არსებობის, ჩამოყალიბების ან გაძლიერების შესაფასებლად.⁶⁸ თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ევროკომისიისა და ევროკავშირის სასამართლოებისთვის დომინანტური მდგომარეობის არსებობის შეფასებისთვის, რელევანტურია მხოლოდ სტაბილური და შედარებით გრძელვადიანი საბაზრო წილები.⁶⁹

მოცემულ საქმეში, მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის (თიბისის) საბაზრო წილი 2023-2024 წლებში შესაბამის ბაზარზე 100%-ს შეადგენდა. ამ პერიოდის განმავლობაში საქართველოში ოპერირებადი ე.წ. დანაზოგების ონლაინ-პლატფორმებზე საკუთარი ბარათების პოპულარიზაციის მიზნით ერთადერთი კომერციული ბანკის, თიბისის ინიციატივით/დაფინანსებით განთავსდა დასვენების კატეგორიის მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების შეთავაზებები.

თავი VI. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება - ექსკლუზიური გარიგება

ექსკლუზიური ხასიათის გარიგებები ძირითადად წარმოადგენს ვერტიკალური ხასიათის შეთანხმებებს, კერძოდ, იდება ორი დონის ბაზარზე მოქმედ სუბიექტებს შორის – მიმწოდებელსა (რომელიც წარმოდგენილია ზედა დონის ბაზარზე) და მომხმარებელს (რომელიც წარმოდგენილია ქვედა დონის ბაზარზე) შორის. ექსკლუზიური გარიგება შეიძლება იყოს როგორც ზეპირი, ასევე, წერილობითი ფორმის⁷⁰. გარიგების ექსკლუზიური ხასიათი შესაძლოა გამოხატულ იყოს როგორც პროდუქციის ექსკლუზიურ შეძენაში, ასევე ექსკლუზიურ მიწოდებაში⁷¹.

კონკურენციის სამართლის თვალსაზრისით, ექსკლუზიური ხასიათის შეთანხმება შეიძლება კანონსაწინააღმდეგო/ბათილი იყოს, თუ ეკონომიკურ აგენტს შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა უკავია და აღნიშნული შეთანხმება კონკურენციას ზღუდავს. იმისათვის, რომ დადგინდეს ექსკლუზიური ხელშეკრულება ეწინააღმდეგება თუ არა კონკურენციის სამართალს, უნდა გაანალიზდეს კონკრეტული ხელშეკრულების

⁶⁸ ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლო, საქმე - United Brands (1978) გვ. 281–282.

⁶⁹ ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლო, საქმე - Hoffmann-La Roche (1979) პარაგრაფი: 39–41.

⁷⁰ ტიგრანიანი, ჰასმიკ და ქურთაული, სოფიო, „დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აკრძალვა: საქართველოს, სომხეთის და ევროკავშირის კონკურენციის კანონმდებლობების შედარებითი ანალიზი“, გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოება (GIZ), 2018, N5 (2018), გვ. 83.

⁷¹ *Whish, R, Bailey, D, Competition Law*, 10th ed., Oxford University Press, 2021, გვ. 723.

დებულებები, ეკონომიკური აგენტების საბაზრო წილი ან/და საბაზრო ძალაუფლება, შეთანხმების გავლენა შესაბამის ბაზარზე და ა.შ.⁷²

ევროსასამართლოს პრაქტიკაში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საქმეა *Hoffman la Roche v Commission*,⁷³ რომელშიც სასამართლომ განმარტა, რომ ექსკლუზიური გარიგებები წარმოადგენდა კონკურენციის თავისთავად (Per Se) დარღვევას და მათი კონკურენციის შემზღუდველი ეფექტის შეფასება აღარ იყო საჭირო, თუმცა, აღნიშნული მიდგომა არ არის ცალსახა. ამავე საქმეზე აღინიშნა, რომ: „ეკონომიკური აგენტი, რომელსაც უკავია დომინანტური მდგომარეობა ბაზარზე და ბოჭავს მყიდველებს (თუნდაც ამას ახორციელებდეს მათივე მოთხოვნით) იმ ვალდებულებით ან დაპირებით, რომ ყველა ან უმეტეს საჭიროებას ექსკლუზიურად შეიძენენ აღნიშნული კომპანიისაგან, ბოროტად იყენებს თავის დომინანტურ მდგომარეობას“. საქმეში *Intel v Commission*, რომელიც შეეხებოდა ფასდათმობებს ექსკლუზიურობის პირობით, სასამართლომ მიიჩნია, რომ გარიგება არ გამოიწვევდა TFEU-ს 102-ე მუხლის დარღვევას, თუ დომინანტ ეკონომიკურ აგენტს ექნებოდა ობიექტური გამართლება ან ეს ქმედება იწვევდა ეკონომიკური ეფექტიანობის ზრდას.⁷⁴

განსახილველ შემთხვევაში, როგორც გამოიკვეთა, თიბისისა და თინეტის ურთიერთობა სტანდარტულად დარეგულირებულია კერძო-სამართლებრივი ხელშეკრულებით. მოკვლევის ფარგლებში დადგინდა, რომ თიბისისა და თინეტის შორის

დაიდო მარკეტინგული აქტივობის თაობაზე წერილობითი შეთანხმება, რომლის ფარგლებში გათვალისწინებულია დამატებითი 25%-იანი ფასდაკლების პირობა. ამავე შეთანხმების 4.1 პუნქტის თანახმად, აქციის ფარგლებში ბანკი უზრუნველყოფს swoop.ge-ზე 25%-იანი (არაუმეტეს 100 ლარი) ფასდაკლების დაფინანსებას. სააგენტოში წარმოდგენილი ხელშეკრულების შესწავლისა და მისი დებულებების შინაარსობრივი ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის დადებულ ხელშეკრულებაში „ექსკლუზიური პირობა“ გათვალისწინებული არ არის.

აქვე აღსანიშნავია, რომ თიბისი ბანკის მხრიდან არ დადასტურდა მოკვლევისათვის რელევანტური დამატებითი ფასდაკლებით სარგებლობასთან დაკავშირებით უარის თქმის ფაქტი თინეტის კონკურენტების, მათ შორის, რეშენალ სოლუმენსის მიმართ. კერძოდ, როგორც რეშენალ სოლუმენსმა მოკვლევის ფარგლებში წერილობით დაადასტურა - 2024 წლის განმავლობაში, მათ შორის ივლისის თვის პერიოდშიც, დასვენების კატეგორიის მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების აქციის ფარგლებში თანამშრომლობის ინიციატივა მას არ გამოუვლენია არც ერთი ეკონომიკური აგენტის მიმართ. შესაბამისად, არც თიბისი ბანკის მხრიდან არ ჰქონია ადგილი უარის თქმის ფაქტს ამავე კომპანიისათვის დამატებითი ფასდაკლებით სარგებლობის მინიჭებასთან დაკავშირებით. ამასთანავე, ლოიალობაზე დაფუძნებული სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების ონლაინ მიწოდების ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების მიერ მოწოდებული ინფორმაციით დადგინდა, რომ წინა პერიოდზე კერძოდ, 2023 წლის განმავლობაში, თიბისი ბანკმა ითანამშრომლა მხოლოდ რეშენალ სოლუმენტთან, რომლის მიერ ოპერირებად ვებ-

⁷² სააგენტოს 2016 წლის 28 მარტის გადაწყვეტილება შპს „დუთი ფრი ჯორჯიას“ საჩივრის საფუძველზე განხორციელებული მოკვლევის თაობაზე; სააგენტოს 2022 წლის 28 ივნისის გადაწყვეტილება სს „საქართველოს სადაზღვევო ჯგუფის“ საჩივრის საფუძველზე განხორციელებული მოკვლევის თაობაზე.

⁷³ საქმე C-85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission* [1979].

⁷⁴ საქმე C-413/14 P, *Intel Corp. v European Commission* [2017].

გვერდზე, ბანკის ინიციატივით, სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების მიმართულებით განთავსდა ერთი ქეშბეკ აქცია, რომელიც მოქმედებდა 26-28 თებერვლის პერიოდში. ამასთანავე, ბანკის მიერ მოწოდებული ინფორმაციით, მსგავსად ითანამშრომლა ბანკმა რეშენალ სოლუშენსთან 2025 წლის თებერვლის თვეშიც ტურიზმის კატეგორიის სასტუმროების მიმართულებით.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო ადასტურებს, რომ საქმეში არსებული მტკიცებულებების საფუძველზე არ დადგინდა მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის ექსკლუზიური შინაარსის შეთანხმების არსებობა, მათ შორის, ზეპირი ფორმითაც. ამასთანავე, არ დადასტურდა თიბისი ბანკის მხრიდან თინეთის კონკურენტი ეკონომიკური აგენტებისათვის თანამშრომლობაზე უარის თქმის ფაქტიც.

დამატებით, სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს შეაფასოს მოკვლევის ერთ-ერთი მოპასუხე მხარის, სს „თიბისი ბანკის“ (ს/ნ 204854595) წარმომადგენლის მიერ შემაჯამებელ სხდომაზე გამოთქმული პოზიცია და გააკეთოს შესაბამისი განმარტებები, კერძოდ:

1. **წარმომადგენლის პოზიცია:** „თუ 10 წლიანი თანამშრომლობა იქნებოდა, ეს შეიძლებოდა შეფასებულიყო ზეპირ ექსკლუზიურ თანამშრომლობად“. ⁷⁵

სააგენტოს შეფასება: წინამდებარე გადაწყვეტილებიდან აღნიშნული დასკვნა არ გამომდინარეობს. კერძოდ, დროის ხანგრძლივობა შესაძლებელია მიჩნეულ იქნეს ერთ-ერთ გარემოებად, რომელიც მიაწინებს ექსკლუზიური თანამშრომლობის ფაქტზე. თუმცა, ცხადია, მხოლოდ დროის ხანგრძლივობაზე დაყრდნობით (მიუხედავად მისი პერიოდისა) არ არის გამართლებული მხარეთა შორის ექსკლუზიური შეთანხმების არსებობის დამტკიცება. აღნიშნულისათვის აუცილებელია, სხვა დამატებითი მტკიცებულების ან მტკიცებულებების არსებობაც. შესაბამისად, სააგენტო არ იზიარებს მხარის წარმომადგენლის შეფასებას იმასთან დაკავშირებით, რომ ხანგრძლივი დროის განმავლობაში აქციის/აქციების ფარგლებში მხოლოდ ერთ ეკონომიკურ აგენტთან თანამშრომლობა აპრიორი ზეპირი ექსკლუზიური შეთანხმების არსებობის მტკიცებულებაა. მიუხედავად ამისა, ის ნამდვილად წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმანიშნებელ გარემოებას ამგვარი შეთანხმების არსებობასთან დაკავშირებით, რაც სავარაუდო კანონდარღვევასთან მიმართებით გონივრულ ეჭვს შესაძლოა წარმოშობდეს.

2. **წარმომადგენლის პოზიცია:** „ექსკლუზიური თანამშრომლობა იწვევს მე-7 მუხლით კვალიფიკაციას, რაც საბოლოო ჯამში კარტელურ შეთანხმებად კვალიფიცირდება.“ ⁷⁶

სააგენტოს შეფასება: აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით მოკვლევის პროცესში მხარეს განემარტა იმის თაობაზე, რომ ექსკლუზიური შეთანხმების განხილვა შესაძლებელია არა მხოლოდ კანონის მე-7, არამედ მე-6 მუხლის ფარგლებშიც.⁷⁷ აღნიშნულ გარემოებას ადასტურებს ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაც.⁷⁸ შესაბამისად, სააგენტო არ იზიარებს მხარის წარმომადგენლის მიერ შემდგომ განვითარებულ მსჯელობას კანონის მე-7 მუხლთან მიმართებაში.

⁷⁵ შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი, 38:34-38:49.

⁷⁶ შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი, 38:50-39:07.

⁷⁷ სააგენტოს 2024 წლის 02 ოქტომბრის წერილი N02/3658.

⁷⁸ საქმე 85/76, Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission, [1979] ECR 461, ECLI:EU:C:1979:36, პარაგრაფი 89.

3. წარმომადგენლის პოზიცია: „ეკონომიკური აგენტის დომინანტური მდგომარეობა უნდა შეფასდეს იმ პირისგან, რომელიც აწვდის პროდუქციას.“⁷⁹

სააგენტოს შეფასება: სააგენტო არ იზიარებს აღნიშნულ პოზიციას იმის გათვალისწინებით, რომ ქმედების მე-6 მუხლის ქვეშ კვალიფიკაციისთვის, არ აქვს მნიშვნელობა, ვინ იყო ექსკლუზიურობის შესახებ შეთანხმების ინიციატორი.⁸⁰ მოცემულ შემთხვევაში სს „თიბისი ბანკის“ დომინანტური მდგომარეობა გამოკვლეულ და შეფასებულ იქნა იმის გათვალისწინებით, რომ განსახილველი აქციის ინიციატორი ბანკი იყო.

4. წარმომადგენლის პოზიცია: „Hotsale რომ მისულიყო ბანკთან და შეეთავაზებინა თანამშრომლობა, ბანკს კი უარი ეთქვა, შეიძლებოდა ამ შემთხვევაში დარღვევა დადგენილიყო, რაც ნიშნავს დომინანტი ეკონომიკური აგენტის მიერ უარის თქმას.“⁸¹

სააგენტოს შეფასება: სააგენტო არც აღნიშნულ პოზიციას არ იზიარებს იმის გათვალისწინებით, რომ დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის მხრიდან მიწოდებაზე უარის თქმა აპრიორი არ წარმოადგენს კანონდარღვევას. კერძოდ, ამგვარ შემთხვევებში იმისათვის, რომ კანონდარღვევას ჰქონდეს ადგილი, დამატებით აუცილებელი პირობაა არ დგინდებოდეს მიწოდებაზე უარის თქმის გამამართლებელი ობიექტური გარემოების/გარემოებების არსებობა. ეს მიდგომა გამომდინარეობს, როგორც ევროკომისიისა და ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს, აგრეთვე სააგენტოს პრაქტიკიდანაც.⁸²

დასკვნა

როგორც უკვე აღინიშნა, კანონის მე-6 მუხლის გამოყენების ერთ-ერთ აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს ეკონომიკური აგენტის მიერ შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის ფლობა.

სააგენტოს მხრიდან, მოცემულ საქმეში, დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდოდ ბოროტად გამოყენების საკითხი შეფასებულ იქნა მის ხელთ არსებული ყველა ფაქტობრივი გარემოების გათვალისწინებით. სააგენტოს მიერ დადგენილ იქნა, რომ თიბისი შესაბამის ბაზარზე დომინანტურ, კერძოდ დომინანტურ მდგომარეობას ფლობდა.

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა, საქმის მოკვლევის ფარგლებში, მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის არ დადგინდა ექსკლუზიური შეთანხმების არსებობის ფაქტი (როგორც წერილობითი, აგრეთვე ზეპირი ფორმით).

⁷⁹ შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი, 40:17-40:24.

⁸⁰ „საქართველოს კონკურენციის სამართალი“, ნიუ ვიჟენ უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2019, 435.

⁸¹ შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი, 40:31-40:56.

⁸² მაგალითად იხ., საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს 2020 წლის 19 თებერვლის გადაწყვეტილება „შპს „ჯევერს დეველოპმენტის“ 2019 წლის 26 თებერვლის საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყებისა და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ“ საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2019 წლის 19 აპრილის N04/111 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე.

შესაბამისად, ნებისმიერი ექვი, რომელიც მოკვლევის ფარგლებში ვერ იქნება დადასტურებული, უნდა გადაწყდეს სავარაუდო სამართალდამრღვევი ეკონომიკური აგენტის/აგენტების სასარგებლოდ.⁸³

სარეზოლუციო ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის, 17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ და „ზ“ ქვეპუნქტების, 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის, „საქმის მოკვლევის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის №40 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტისა და 29-ე მუხლის შესაბამისად, სააგენტომ

გადაწყვიტა:

1. არ დადასტურდეს სს „თიბისი ბანკის“ (ს/ნ: 204854595) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის დარღვევის ფაქტი.
2. არ დადასტურდეს შპს „თინეთის“ (ს/ნ: 402116474) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის დარღვევის ფაქტი.
3. სს „თიბისი ბანკის“ (ს/ნ: 204854595) მიმართ გაიცეს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაცია.

რეკომენდაცია

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, როგორც საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის განმახორციელებელი ორგანო, მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობის აღსრულების მიზნებისათვის, მიზანშეწონილად მიიჩნევს ყურადღება გამახვილდეს ქვეყნის სასაქონლო და მომსახურების ბაზრებზე თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის უზრუნველყოფაში სახელშეკრულებო ურთიერთობების ფარგლებზე, კონკურენციის საწინააღმდეგო რისკების შემცველ დებულებებსა და ქმედებებზე, რომელთაც გააჩნიათ რეალური ან პოტენციური შესაძლებლობა შეზღუდოს ჯანსაღი კონკურენცია ბაზარზე. სააგენტო კიდევ ერთხელ მიუთითებს, რომ კონკურენციის შეზღუდვა, დაუშვებლობა ან/და აკრძალვა არის სწორედ ის ზღვარი, რომელზეც გადის სახელშეკრულებო თავისუფლების ფარგლები. თავისთავად ექსკლუზიური თანამშრომლობის თაობაზე ხელშეკრულების დადება აპრიორი არ წარმოადგენს კანონით აკრძალულ ქმედებას, თუმცა, ამგვარმა შეთანხმებამ შესაძლოა გავლენა მოახდინოს ბაზრის კონკურენტუნარიანობაზე. შესაბამისად, სააგენტო ყოველი პოტენციური

⁸³ საქმე T-442/08, International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) v Commission, [2013], პარაგრაფი 91.

ექსკლუზიური შეთანხმების განხილვისას აფასებს თუ რამდენად ქმნის საქმეში მოცემული ფაქტობრივი გარემოებები მომჩივანი ეკონომიკური აგენტის ან/და ბაზარზე მოქმედი/პოტენციური ეკონომიკური აგენტების საბაზრო ინტერესების იმგვარი დაზარალების საფრთხეს, რასაც მიზნად აქვს ან იწვევს ბაზრის შეზღუდვას ან ბაზარზე კონკურენციის მნიშვნელოვნად შემცირებას, ბაზრის მონაწილე ეკონომიკური აგენტებისათვის გამოუსწორებელი ზიანის მიყენებას, მომხმარებლის ინტერესების დაზიანებასა და სხვა. მართალია, კანონის მე-6 მუხლი არ ითვალისწინებს პირდაპირ მითითებას კანონსაწინააღმდეგო ექსკლუზიური მიწოდების/მომსახურების ხელშეკრულებებთან დაკავშირებით, თუმცა, ამავე მუხლის მეორე პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტი შეიცავს პირდაპირ აკრძალვას ბაზრის მომხმარებლის ინტერესების საზიანოდ შეზღუდვასთან დაკავშირებით.

ბაზარზე კონკურენტული გარემოს გაუმჯობესების მიზნით, რომელიც ხელს შეუწყობს შესაბამის ბაზარზე კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფასა და ამ სფეროში ოპერირებადი ან პოტენციური ეკონომიკური აგენტების კანონიერი ინტერესების დაცვას, აგრეთვე კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების პრევენციას, სააგენტო უფლებამოსილია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, „ეკონომიკურ აგენტს წარუდგინოს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები“.

რეკომენდაციის გაცემით გზით სააგენტო უზრუნველყოფს ერთგვარი სახელმძღვანელო მითითებების მიწოდებას ბაზარზე მოქმედი და პოტენციური ეკონომიკური აგენტებისათვის, ბაზარზე კონკრეტული ქმედების განხორციელებამდე განსაზღვრონ და შეაფასონ კონკურენციის შემზღუდავი აქტიური თუ პოტენციური რისკები, რამაც, საბოლოო ჯამში, უნდა უზრუნველყოს ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის თავიდან აცილება.

უპირველეს ყოვლისა სააგენტო აღნიშნავს, რომ მოცემული მოკვლევის ფარგლებში განიხილებოდა საკითხი სავარაუდო ექსკლუზიური გარიგების არსებობის თაობაზე კანონის მე-6 მუხლის კონტექსტში. შესაბამისად, წინამდებარე რეკომენდაცია განკუთვნილია სს „თიბისი ბანკისათვის“ (ს/ნ 204854595), რომელსაც 2023-2024 წლებში არათუ დომინანტური მდგომარეობა ეკავა შესაბამის ბაზარზე, არამედ იგი იყო ერთადერთი კომერციული ბანკი, რომელმაც ამ პერიოდის განმავლობაში საკუთარი ბარათების პოპულარიზაციის მიზნით, თავისი ინიციატივით/დაფინანსებით საქართველოში ოპერირებადი ე.წ. დანაზოგების ონლაინ-პლატფორმებზე განათავსა დასვენების კატეგორიის მიმართულებით დამატებითი ფასდაკლების შეთავაზებები.

სააგენტო აღნიშნავს, რომ ექსკლუზიური შეთანხმებების გამოვლენა-შეფასებების პროცესში, რელევანტური არ არის შეთანხმება წერილობით, ხელშეკრულების სახით არის დადებული თუ ზეპირი ფორმით არის მიღწეული. ასევე არარელევანტურია, ხელშეკრულებაში ცალკე მუხლის/დებულების სახით არის გამოყოფილი „ექსკლუზიური მიწოდების“ პირობა თუ მიუხედავად ხელშეკრულებაში „ექსკლუზიური მიწოდების“ ვალდებულების არარსებობისა, ბაზარზე რეალიზაცია პრაქტიკული ექსკლუზიური კოორდინაციის საფუძველზე ხორციელდება.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში, სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს წარდგენილ იქნეს განსახილველად სავალდებულო შემდეგი რეკომენდაცია:

სს „თიბისი ბანკმა“ (ს/ნ 204854595) სახელშეკრულებო ურთიერთობები აწარმოოს იმგვარად, რომ მისი პროდუქტის/მომსახურების მიმღებისათვის არ დააწესოს გაუმართლებელი ბარიერები, ხოლო „ექსკლუზიური მიწოდების“ პირობა გამოიყენოს მხოლოდ ისეთ შემთხვევაში, თუკი იგი იქნება დასაბუთებული შესაბამისი ობიექტური გარემოებებით და ვალდებულებები იქნება პროპორციული.