



გადაწყვეტილება

შპს „ლაზაროს 2022“-ის (ს/ნ: 405755231) 2025 წლის 20 ნოემბრის N01/7149
საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ

1. ფაქტობრივი გარემოებები

1.1. მომჩივნის პოზიცია და საჩივრის მოკლე შინაარსი

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) 2025 წლის 20 ნოემბერს წარმოდგენილ იქნა შპს „ლაზაროს 2022“-ის (ს/ნ: 405755231) (შემდგომში - მომჩივანი) საჩივარი (რეგ. N01/7149) „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) 11³ მუხლის (არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აკრძალვა) სავარაუდო დარღვევის თაობაზე. მომჩივნის მითითებით, პირთა განუსაზღვრელი წრე, რომელთა იდენტიფიცირება ვერ ხერხდება (მათთან კომუნიკაციის დამყარების შეუძლებლობის გამო), ახორციელებს მომჩივანის სასაქონლო ნიშნის გამოყენებით, იდენტური დანიშნულებისა და ვიზუალის საქონლის რეალიზაციას.

კერძოდ, საჩივრის მიხედვით, შპს „ლაზაროს 2022“-სა და „BARRISOL“ (NORMALU SAS)-ს შორის არსებობს საქმიანი/პარტნიორული ურთიერთობა, ამ უკანასკნელის საკუთრებაშია სასაქონლო ნიშანი „BARRISSOL“, რომლის ქვეშ წარმოებული გასაჭიმი ჭერების, კედლების წარმოება და რეალიზაცია/ინსტალაცია ხორციელდება მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ვინაიდან როგორც გამოყენებული მასალა, აგრეთვე წარმოების პროცესი დაცულია არაერთი პატენტით, მის მიერ წარმოებული პროდუქცია არის უნიკალური და არ გააჩნია ანალოგი. ამასთან, „BARRISOL“ არის საყოველთაოდ ცნობილი ბრენდი, რომელიც ასოცირდება პროფესიონალიზმთან, გამოცდილებასთან და გარანტიასთან.



მომჩივნის განმარტებით, შპს „ლაზაროს 2022“ წარმოადგენს აღნიშნული ფრანგული ბრენდის ერთადერთ ოფიციალურ წარმომადგენელს საქართველოში, რაც დასტურდება „ბარისოლის“ ოფიციალურ ვებგვერდზე არსებული მონაცემებითაც. კომპანიამ დახარჯა უამრავი ადამიანური თუ მატერიალური რესურსი მოპალარაკებების პროცესში წარმომადგენლობის უფლებამოსილების მოსაპოვებლად. შედეგად, მომჩივანი კომპანია არის ერთადერთი უფლებამოსილი პირი „ბარისოლის“ სახელითა და სასაქონლო ნიშნის/ლოგოს (იხ. სურათი N1) ქვეშ განახორციელოს ამავე ბრენდის წარმოებული პროდუქციის დისტრიბუცია/ინსტალაცია საქართველოში, რისი დასტურიცაა საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის „საქპატენტის“ ელექტრონულ გვერდზე გამოქვეყნებული მასალა, სასაქონლო ნიშნის “BARRISOL”-ს რეგისტრაციისა და მისი მფლობელის შესახებ (მომჩივანმა საჩივრის დანართის სახით სააგენტოში წარმოადგინა „საქპატენტის“ მიერ გაცემული ზემოხსენებული სასაქონლო ნიშნის მოწმობა (სურათი N1).



სურათი N1

მომჩივნის განმარტებით, მოპასუხეები საკუთარი გაურკვეველი წარმომავლობის პროდუქციისა თუ მომსახურების რეალიზაციისათვის იყენებენ საჩივრის ავტორის მფლობელობაში არსებულ სასაქონლო ნიშანს, ზოგიერთი მათგანი სასაქონლო ნიშნის სიტყვიერ ნაწილს იყენებს, ზოგი კი სრულად გამოსახულებით, შესაბამისად, მოპასუხეების მიერ „ბარისოლის“ სასაქონლო ნიშნის გამოყენება იწვევს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და აზიანებს, როგორც მომხმარებლის ინტერესებს, ასევე, მომჩივნის, როგორც სასაქონლო ნიშნის კანონიერი მფლობელობის/სარგებლობის უფლების მქონე პირის უფლებებს - ქონებრივი ზიანის სახით. მწარმოებლისაგან სერტიფიცირებული, ორიგინალი პროდუქციის საქართველოში იმპორტი საკმაოდ მაღალ ხარჯებთანაა დაკავშირებული, რაც განაპირობებს პროდუქციის/მომსახურებისათვის შესაბამისი ფასის განსაზღვრას, ხოლო მოპასუხეები ახდენენ ვიზუალურად იდენტური

პროდუქციის იმპორტს/წარმოებას, რომელთაც არანაირი კავშირი არ აქვთ ორიგინალ პროდუქციასთან და ასაღებენ ორიგინალად, შესაბამისად აღნიშნული პროდუქცია შედარებით დაბალ ფასიანია და მოპასუხეები ფასის განსაზღვრისას კონკურენციაში შედიან მომჩივანთან. მეტიც, ხშირ შემთხვევაში, მოპასუხეების განსაზღვრული ფასი თვითღირებულებაზე ნაკლებიც კია, შესაბამისად, მომხმარებელი შედის შეცდომაში, როდესაც ხედავს „იდენტურ“ პროდუქციას უფრო დაბალ ფასად, რაც აზიანებს მომჩივნის ეკონომიკურ ინტერესებს.

მომჩივნის მოთხოვნაა, სააგენტომ დაავალოს მოპასუხეებს დაუყოვნებლივ აღკვეთონ სასაქონლო ნიშნის „BARRISOL“-ის გამოყენება და შეწყვიტონ კანონსაწინააღმდეგო ქმედებები.

სააგენტომ საჩივრის ფორმალური დასაშვებობის შემოწმების ეტაპზე მომჩივანს დაუდგინა რამდენიმე ხარვეზი, მათ შორის მოპასუხეების დაზუსტების ნაწილში, რამეთუ, „საჩივრის ფორმის, მისი წარდგენის წესის და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურისა და ვადების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-5 მუხლის 1-ლი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, საჩივარი უნდა შეიცავდეს ინფორმაციას მოპასუხის შესახებ, ვინაობას/დასახელებას, პირად/საიდენტიფიკაციო ნომერს, მისამართსა და საკონტაქტო ინფორმაციას. სააგენტომ ხარვეზების აღმოსაფხვრელად მომჩივანს განუსაზღვრა შესაბამისი ვადა.¹

მომჩივანმა 2025 წლის 26 ნოემბრის წერილით (რეგ. N01/7290) წარმოადგინა 48 ერთეული ე.წ. ეკრანის ანაბეჭდი (Screenshot), რომელიც მოიცავდა, „Google“-ის საძიებო სისტემაში, ასევე სოციალურ ქსელ „facebook“-ზე სიტყვა „ბარისოლი“-ს ან/და „barrisol“ ძიების შედეგებს. მომჩივნის მიერ მოწოდებული მასალა წარმოადგენდა, სოციალურ ქსელში სარეკლამო განცხადებებს სხვადასხვა ფეისბუქგვერდებიდან, მათ შორის, კერძო პირების პროფილიდან და საჯარო გვერდებიდან, ჯგუფებიდან, ასევე, გუგლის სისტემიდან მოძიებული სხვადასხვა საიტის კომერციულ შეთავაზებებს სიტყვა „ბარისოლის“/barrisol გამოყენებით. დამატებით, მომჩივანმა მიუთითა აღნიშნული საიტებისა და ფეისბუქკონტენტის შესაბამისი ვებმისამართებიც.

¹ სააგენტოს 2025 წლის 21 ნოემბრის N02/5894 წერილი

2025 წლის 2 დეკემბრის (რეგ. N01/7424) წერილით მომჩივანმა მიუთითა, რომ მას, როგორც კერძოს სამართლის იურიდიულ პირს არ გააჩნია მოპასუხეების საიდენტიფიკაციო მონაცემების მოპოვების შესაძლებლობები, რადგან მათი უმრავლესობა ფიზიკური პირია, რომელთა პერსონალურ მონაცემებზე წვდომა არ გააჩნია. აღნიშნული წერილითვე მოპასუხემ დააკონკრეტა ორი მოპასუხე ეკონომიკური აგენტი, რომელთაგან მხოლოდ ერთ-ერთზე მიუთითა შესაბამისი მაიდენტიფიცირებელი მონაცემები, საკონტაქტო ინფორმაცია, ხოლო მეორე ეკონომიკური აგენტის იდენტიფიცირება ვერ განახორციელა, ვინაიდან მომჩივნის მიერ მითითებული საფირმო სახელწოდებით, სამეწარმეო რეესტრის ბაზაში იძებნება ათეულობით სამეწარმეო სუბიექტი, ხოლო მომჩივანმა ვერ შეძლო მოეწოდებინა მაიდენტიფიცირებელი მონაცემები, რაც მოპასუხის დაზუსტებას შესაძლებელს გახდიდა.

შესაბამისად, საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტომ მოპასუხე მხარედ განსაზღვრა იდენტიფიცირებული ეკონომიკური აგენტი - შპს „დიო“ (ს/ნ: 201946573) რაც, წერილობით ეცნობა მომჩივან მხარეს.²

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოსათვის მოწოდებული 2025 წლის 2 დეკემბრის (რეგ. N01/7424) წერილის დანართად, მომჩივანმა წარმოადგინა ექსელის საქაღალდე, სადაც მოცემული იყო ვებგვერდების ბმულები სარეკლამო/კომერციული განცხადებებით „ბარისოლის/barissol“ სიტყვიერი შემცველობით. უშუალოდ, მოპასუხე შპს „დიოს“ მიმართ მითითებული იყო საინფორმაციო/სარეკლამო ვებგვერდ „ინფო თბილისის“ ბმული,³ რომელზეც დაფიქსირებული იყო შპს „დიოს“ საქმიანობის ჩამონათვალი, მათ შორის, იგი მითითებული იყო, როგორც „ფრანგული BARRISOL- ის ფირმის გასაჭიმი ქერების“ მწარმოებელი კომპანია (იხ. სურათი N2).

² სააგენტოს 2025 წლის 3 დეკემბრის N 02/6082 წერილი

³ <https://www.infotbilisi.com/ge/dio/%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%A4%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90>, აღნიშნული ბმული ხელმისაწვდომი იყო 2026 წლის 15 იანვრამდე

ხუთ	პარ	შაბ	კვი	ორშ	სამ	ოთხ	ხუთ	პარ	შაბ	კვი	ორშ	სამ	ოთხ	ხუთ	პარ	შაბ	კვი	ორშ	სამ	ოთხ	ხუთ	პარ	შაბ	კვი
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31																			



Search



დიო

მისამართი: დავით აღმაშენებლის ხეივანი, მგ-12-ე კმ., ფარსადანის ქ. #3
 ტელეფონი: [+995 32 236 11 12](tel:+995322361112); [+995 32 236 68 99](tel:+995322366899)
 ელ-ფოსტა: info@dio.ge
 ვებ-გვერდი: <http://www.dio.ge>
 Facebook: <https://www.facebook.com/Dio.Ltd/>

დიოს შესახებ

კომპანია „დიო“ არის ლიდერი ქართულ ბაზარზე. „დიო“-ს საწარმო ალტერნატიული თანამედროვე მანქანა-დანადგარებით.

რაც შესაძლებლობას იძლევა ვანარმოთ მრავალი სახის პროდუქტი. სწრაფად ეფექტურად და ხარისხიანად.

შპს „დიო“ ფლობს ხარისხის მართვის სერთიფიკატს ISO 9001:2015 საერთაშორისო სტანდარტების

შესაბამისად. 2011 წლიდან კომპანია „დიოს“ მიენიჭა ქართული ხარისხის ნიშანი

„დიო“ გთავაზობთ ვეროპული ფარდა – ჭალუნების, კარ-ფანტრების, თვითრეგულირებადი ტენტებისა და ფასადის სამრეწველო სისტემების ფართო არჩევანს.

„დიო“-ს გააჩნია თანამედროვე ტექნოლოგიებით და დანადგარებით აღჭურვილი საწარმო, რაც საშუალებას იძლევა უმაღლესი ხარისხის ვეროპული მასალებისგან ადგილობრივ დამამუშავებელ ქვემოთ ჩამოთვლილი ყველა პროდუქტს:

- თვითრეგულირებადი ტენტები, პერგოლა
- კარ-ფანტრები (ალუმინის და მეტალპლასტიკის)
- ფარდა-ჭალუნები - (ვერტიკალური, ჰორიზონტალური, რულონური, მუბრა, როლფტი)
- ხის პორეზინტალური ჭალუნები
- პანელური (იპონური) ფარდა-ჭალუნები
- მწერებისგან დამცავი ბადეები
- გარეგანგებულებები (მექანიკური და ელექტრონული მართვით)
- გარეგანგებულებები დისტანციური მართვით
- ფასადის მონტაჟი დამცავი ჭალუნები
- ტიშტრის მრავლები
- ფრანგული BARRISOL- ის ფირმის გასაქმის ტენტები

მომჩივან მხარეს, დამატებითი წერილით ეთხოვა მოეწოდებინა მტკიცებულებები უშუალოდ შპს „დიოს“ მიერ კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევასთან დაკავშირებით,⁴ თუმცა, მომჩივანს საპასუხო წერილი და შესაბამისი ინფორმაცია/მტკიცებულებები არ წარმოუდგენია.⁵

1.2. მოპასუხის პოზიცია

სააგენტოს 2025 წლის 2 დეკემბრის წერილით (რეგ. N02/6051) საჩივარი თანდართულ დოკუმენტაციასთან ერთად, გასაცნობად და მასზე საკუთარი პოზიციის წარმოსადგენად გადაეგზავნა მოპასუხედ დასახელებულ ეკონომიკურ აგენტს - შპს „დიოს“.

მოპასუხემ განსახილველ საჩივართან დაკავშირებით 2025 წლის 24 დეკემბრის წარმოდგინა წერილობითი პოზიცია (რეგ. N01/8012).

მოპასუხე კომპანიის დირექტორის განმარტებით, შპს „დიოსა“ და კომპანია NORMALU -ს შორის გარკვეული პერიოდი არსებობდა პარტნიორული ურთიერთობა, რომელიც ასევე მოიცავდა შპს „დიოს“ მიერ BARRISOL-ის სასაქონლო ნიშნის ქვეშ წარმოებული პროდუქციის საქართველოში რეალიზაციის უფლებას. აღნიშნულს ადასტურებს წერილის დანართის სახით წარმოდგენილი, 2010 წლის 12 მარტს კომპანია NORMALU-ს მიერ გაცემული სერთიფიკატი, სადაც მითითებულია, რომ შპს „დიო“ არის „ბარისოლის“ ავტორიზებული დისტრიბუტორი საქართველოში და ერთდერთი უფლებამოსილი წარმომადგენელია, რომელსაც შეუძლია გამოიყენოს „BARRISOL“-ის სასაქონლო ნიშანი საქართველოში ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდის განმავლობაში. მხარეთა შორის პარტნიორული ურთიერთობა შეწყდა 2019 წლიდან, რაც დასტურდება წერილის დანართის სახით წარმოდგენილი შესაბამისი კორესპონდენციით. მოპასუხის მითითებით, ამავე პერიოდიდან, მათივე თხოვნით, ყველა გაყიდვის პუნქტიდან, ვებსაიტიდან და სოციალური ქსელიდან ამოღებულ იქნა ნებისმიერი სარეკლამო მხარდაჭერა ან სავაჭრო ნიშანი, რომელიც ეკუთვნოდა NORMALU-ს, მათ შორის, განსაკუთრებით სავაჭრო ნიშანი - BARRISOL და შესაბამისად, შპს „დიოს“ მიერ აღარ განხორციელებულა მითითებული

⁴ სააგენტოს 2025 წლის 19 დეკემბრის N 02/6365 წერილი

⁵ 2026 წლის 22 იანვრის მდგომარეობით

ბრენდის მასალით მომხმარებელთა მომსახურება. რაც შეეხება „ინფო თბილისის“ ვებგვერდზე შპს „დიოს“ შესახებ განთავსებულ ინფორმაციას, რომელიც შეიცავს აგრეთვე მითითებას BARRISOL-ის ფირმის საქონლით ვაჭრობის შესახებ, მოპასუხის განმარტებით, აღნიშნული ინფორმაცია არის ძველი და არ განახლებულა, რადგან ვებგვერდი აღარ ფუნქციონირებს, რასაც ადასტურებს შპს „დიოს“ წარმომადგენელთა არაერთგზის მცდელობა დაკავშირებოდნენ ვებგვერდის მმართველს განთავსებული ინფორმაციის კორექტირების მიზნით, თუმცა უშედეგოდ.

მოპასუხე მითითებს, ასევე იმ გარემოებაზე, რომ სამეწარმეო რეესტრში დაცული დოკუმენტაციის თანახმად, საჩივრის ავტორი კომპანია, დაფუძნებულია 2025 წლის 31 იანვარს, შესაბამისად, იგი BARRISOL-ის ოფიციალური წარმომადგენელი საქართველოში შესაძლოა მხოლოდ 2025 წლიდან იყოს. ხოლო შპს „დიოსა“ და BARRISOL-ს შორის პარტნიორული ურთიერთობა არსებობდა 2010-2019 წლებში და შპს „დიო“ იყო BARRISOL-ის ერთ-ერთი პირველი ოფიციალური წარმომადგენელი საქართველოში, რა პერიოდშიც იგი რეალიზებდა უწყვეტ ფრანგული კომპანიის ბრენდის ორიგინალ პროდუქციას.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, მოპასუხე აცხადებს, რომ საჩივრის მოთხოვნა არაკეთილსინდისიერი აკრძალვის თაობაზე შპს „დიოს“-თან მიმართებით არარელევანტურია, როგორც შინაარსობრივად, ისე დროის ინტერვალის გათვალისწინებით.

1.3. სააგენტოს მიერ დამატებით მოპოვებული ინფორმაცია

სააგენტომ საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე საქმისათვის რელევანტური გარემოებების დადგენის მიზნით, 2026 წლის 15 იანვრის N02/225 წერილით მიმართა ვებგვერდ „ინფო თბილისის“ მფლობელ კომპანიას - შპს „ინფო-თბილისის“ (ს/ნ: 205238152), ერთი მხრივ, იმის დასადგენად, თუ რა პერიოდში განთავსდა ზემოხსენებული ინფორმაცია შპს „დიოს“ შესახებ „ინფო თბილისის“ ვებგვერდზე და მეორე მხრივ, რამდენად შესაძლებელია ზემოთ მითითებული ბმულზე განთავსებული შინაარსიდან (ინფორმაცია შპს „დიოს“ საქმიანობის შესახებ) გარკვეული ინფორმაციის ამოღება/წაშლა ან/და მოდიფიცირება. სააგენტო აზუსტებს, რომ მას არ მიუმართავს/მოუთხოვია რამე ინფორმაციის წაშლის ან/და

შეცვლის მოთხოვნით ვებგვერდზე, არც ტექნიკური საკითხების შესახებ ინფორმაციის მოწოდებით.⁶

სააგენტოს აღნიშნული წერილის საპასუხოდ, 2026 წლის 16 იანვარს შპს „ინფო-თბილისის“ დირექტორმა სააგენტოს აცნობა, რომ შპს „დიოს“ შესახებ განთავსებული ინფორმაციის გამოქვეყნების თარიღის დაზუსტება არ შეუძლია, ხოლო ინფორმაცია შპს „დიოს“ შესახებ სრულად ამოღებულ იქნა ვებგვერდიდან. აღნიშნულის შესახებ ინფორმაცია სააგენტომ მიაწოდა მოპასუხე შპს „დიოს“.⁷

2. ნორმატიული რეგულირება

2.1. კონკურენციის კანონმდებლობა

2.1.1. მატერიალური ნაწილი

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

კანონის 1-ლი მუხლით, კანონის რეგულირების სფეროდ განისაზღვრება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისგან დაცვის პრინციპების დადგენა, რაც, თავის მხრივ, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია. აღნიშნულის საფუძველზე, მე-2 მუხლით კონკრეტდება კანონის მიზანი: საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაციის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა.

კანონის 11³ მუხლის თანახმად, არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია დაუშვებელია. არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევა ეკონომიკური აგენტის ისეთი ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესებს, მაგალითად:

ა) კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით)

⁶ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს ეკონომიკური კონკურენციის დეპარტამენტის საერთაშორისო სამართლებრივი პრაქტიკის მენეჯერის 2026 წლის 21 იანვრის მოხსენებითი ბარათი N03/77

⁷ სააგენტოს 2026 წლის 16 იანვრის წერილი N02/284

საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს;

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

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

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

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

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

ზ) ბოიკოტისკენ მოწოდება.

კანონის 1-ლი მუხლის მე-4 პუნქტი განსაზღვრავს იმ შემთხვევებს, რომლებზეც ეს კანონი არ მოქმედებს. მათ შორის, 1.4. მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის თანახმად, ეს კანონი არ ვრცელდება ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებთან დაკავშირებულ ურთიერთობებზე, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს უფლებები კონკურენციის შეზღუდვისა და აღკვეთისათვის გამოიყენება.

2.1.2. პროცედურული ნაწილი

კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის მიხედვით, სააგენტო უფლებამოსილია განახორციელოს საქმის მოკვლევა წარდგენილი საჩივრის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით.

კანონის 22-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, სააგენტოში საჩივრის წარდგენის უფლება აქვს მომჩივანს, რომელიც მხარედ განიხილება. მან სააგენტოში

საჩივართან ერთად უნდა წარადგინოს მტკიცებულებები და მასვე ეკისრება მტკიცების ტვირთი. „საჩივრის ფორმის, მისი წარდგენის წესის და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურისა და ვადების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სააგენტო საჩივრის მატერიალურ დასაშვებობას და მის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყების მიზანშეწონილობას შეისწავლის საჩივრის სრულყოფილი სახით რეგისტრაციიდან 30 სამუშაო დღის ვადაში. საქმის სირთულიდან გამომდინარე, ეს ვადა შეიძლება გაგრძელდეს არაუმეტეს 15 სამუშაო დღით. აღნიშნულ ვადაში სააგენტოს გამოაქვს ერთ-ერთი შემდეგი გადაწყვეტილება: საჩივრის დასაშვებად ცნობის და საქმის მოკვლევის დაწყების შესახებ ან საჩივრის დაუშვებლად ცნობისა და საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ.

პროცედურის მე-7 მუხლის მე-3 პუნქტის მიხედვით სააგენტოს უფლება აქვს, საჭიროების შემთხვევაში, მოსთხოვოს მომჩივანს ან/და მოპასუხეს დამატებითი ინფორმაციის ან/და მტკიცებულების წარმოდგენა ან ახსნა-განმარტებაზე გამოცხადება. ამავე მუხლის მე-4 პუნქტით მომჩივნის მიერ დამატებითი ინფორმაციის ან/და მტკიცებულებების წარმოდგენამდე საჩივრის მატერიალური დასაშვებობისა და მის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყების მიზანშეწონილობის დადგენილი ვადის დინება შეჩერებულად ითვლება, ხოლო მომჩივნის მხრიდან სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში ინფორმაციის ან/და მტკიცებულების წარმოდგენა ხსენებული ვადის დინების განახლების საფუძველია. პროცედურის მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით ინფორმაცია ითვლება მიწოდებულად, თუ იგი სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში სრულყოფილად იქნა წარდგენილი სააგენტოს იურიდიულ მისამართზე ან/და ოფიციალური ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით. ასევე, პროცედურის მე-11 მუხლი ადგენს, რომ ინფორმაციის მიუწოდებლობად ითვლება: ა) ინფორმაციის დადგენილ ვადაში მიუწოდებლობა; ბ) არასწორი ინფორმაციის მიწოდება; გ) მოთხოვნილი ინფორმაციის არასრულად მიწოდება; ხოლო მე-12 მუხლის ადგენს ინფორმაციის მიუწოდებლობის შედეგებს.

პროცედურის მე-13 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სააგენტო პროცედურით განსაზღვრულ ვადაში შეისწავლის მხარეთა მიერ წარმოდგენილ ინფორმაციას, მტკიცებულებებს, დამატებით მოძიებულ ინფორმაციას და ახდენს მათ ურთიერთშეჯერებას. სააგენტო, ასევე, აანალიზებს, ხომ არ არსებობს საქმის

მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული საფუძვლები და წარმოიშვება თუ არა გონივრული ეჭვი სავარაუდო დარღვევის არსებობის თაობაზე. საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის საფუძვლები გაწერილია კანონის 24-ე მუხლსა და პროცედურის მე-13 მუხლში.

საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილება საჩივრდება კანონის 33² მუხლით დადგენილი წესით, თბილისის საქალაქო სასამართლოში.

2.2. არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია ევროკავშირის კანონმდებლობის მიხედვით

არაკეთილსინდისიერ კონკურენციასთან დაკავშირებით, ევროკავშირი ორ დირექტივას ითვალისწინებს: 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC დირექტივა, შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ⁸ („დირექტივა არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ“), რომელიც ორიენტირებულია მომხმარებლებზე (ე.წ. B2C – business-to-consumer) და 2006 წლის 12 დეკემბრის ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივა 2006/114/EC „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ“,⁹ რომელიც შეეხება ბიზნესის წარმომადგენლებს შორის კომერციულ ურთიერთობებს (ე.წ. B2B – business-to-business). არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ დირექტივის მიზნებისათვის, „ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკა“ (შემდეგ - „კომერციული პრაქტიკა“) ნიშნავს მოვაჭრის ნებისმიერ ქმედებას, უმოქმედობას, ქმედების ან წარმომადგენლობის პროცესს, კომერციულ კომუნიკაციას, მათ შორის რეკლამირებას და მარკეტინგს, რომელიც

⁸ Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council. OJ L 149, 11.6.2005 იხ. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02005L0029-20220528&from=EN#:~:text=The%20purpose%20of%20this%20Directive,practices%20harming%20consumers%20economic%20interests> [13.01.2026]

⁹ Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 2006 of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising. OJ L 376, 27.12.2006 იხ. <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0114> [13.01.2026]

პირდაპირ კავშირშია მომხმარებლისათვის პროდუქტის მიწოდებასთან, პოპულარიზაციასა და რეალიზაციასთან“ (მუხლი 2(d)). მომხმარებელს წარმოადგენს ნებისმიერი ფიზიკური პირი, რომელიც ამ დირექტივით გათვალისწინებულ კომერციულ პრაქტიკაში მოქმედებს მისი სავაჭრო, ბიზნეს, სახელოსნო ან პროფესიული ინტერესების გარეთ (მუხლი 2(a)). ეს დირექტივა პირდაპირ იცავს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ინტერესებს არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო (ე.წ. B2C - Business-to-consumer) კომერციული პრაქტიკისაგან. ამასთან, იგი ასევე არაპირდაპირ იცავს ლეგიტიმურ ბიზნესს მათი კონკურენტებისაგან, რომლებიც არ მოქმედებენ ამ დირექტივის წესების შესაბამისად. აღნიშნული დირექტივის დანართი I შეიცავს კომერციული პრაქტიკის იმ ჩამონათვალს, რომელიც ყველა შემთხვევაში განიხილება, როგორც არაკეთილსინდისიერი. დანართი ამ ეტაპზე ჩამოთვლის 31 ქმედებას, მათ შორის, კონკრეტული მწარმოებლის საქონლის მსგავსი პროდუქციის ისეთი გზით რეკლამირებას, რომელიც მომხმარებელს აფიქრებინებს, რომ საქონელი იმ კონკრეტული მწარმოებლის დამზადებულია, რაც რეალურად სიმართლეს არ შეესაბამება (პუნქტი 13). თუმცა, ამ დირექტივის დაცვის ობიექტია მომხმარებელი და არა კონკურენტი ეკონომიკური აგენტი. საგულისხმოა, რომ განსხვავებით ბიზნეს-სამომხმარებლო (B2C) პრაქტიკისაგან, ევროკავშირის დონეზე ბიზნეს ურთიერთობებში (B2B) არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ ყოვლისმომცველი კანონმდებლობა არ არსებობს და აღნიშნული საკითხები, ძირითადად, ინტელექტუალური სამართლის ნორმებით ან წევრი სახელმწიფოების შიდა სამართლით რეგულირდება. „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ“ დირექტივის მიზანია, დაიცვას მოვაჭრეები შეცდომაში შემყვანი რეკლამისა და მის შედეგად გამოწვეული უსამართლო შედეგებისგან (მუხლი 1). შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული დირექტივა არის ერთგვარი შემავსებელი ბიზნეს-სამომხმარებლო წესებისა. გარდა ამისა, ბიზნეს ურთიერთობებში (B2B) წევრი სახელმწიფოები უფლებამოსილნი არიან, დააწესონ უფრო მკაცრი რეგულაციები კონკურენტების დაცვისათვის. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ“ დირექტივის მე-2 მუხლის „დ“ პუნქტი და, ასევე, „არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ“ დირექტივის მე-2 მუხლის „ბ“ პუნქტი იძლევა მოვაჭრის ძალიან ფართო განმარტებას: „მოვაჭრე ნიშნავს ნებისმიერ ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს, რომელიც მოქმედებს მისი სავაჭრო, ბიზნეს, სახელოსნო ან პროფესიული ინტერესებიდან გამომდინარე და ყველას, ვინც მოქმედებს მოვაჭრის სახელით ან მის სასარგებლოდ“ (მუხლი 2(a)). „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის

შესახებ“ დირექტივის მიზნებისათვის, რეკლამა ნიშნავს „ვაჭრობასთან, ბიზნესთან, ხელოსნობასთან ან პროფესიასთან დაკავშირებით, ნებისმიერი ფორმით, წარმომადგენლობის გაწევას საქონლის მიწოდების ან მომსახურების პოპულარიზაციის მიზნით, უძრავი ქონების, უფლებების და მოვალეობების ჩათვლით“ (მუხლი 2(a)). „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ“ დირექტივის მიზნებისათვის, „შეცდომაში შემყვანი რეკლამა ნიშნავს ნებისმიერ რეკლამას, რომელსაც ნებისმიერი სახით, მათ შორის მისი „პრეზენტაციისას“, შეცდომაში შეჰყავს, ან შესაძლოა შეცდომაში შეიყვანოს, ის ადამიანები, რომლისთვისაც არის იგი გამიზნული, ან რომლებამდეც იგი აღწევს და რომელმაც, მისი შეცდომაში შემყვანი ბუნებიდან გამომდინარე, შესაძლოა, გავლენა მოახდინოს მათ ეკონომიკურ ქმედებაზე ან რომელიც, ამ მიზეზების გამო, აზიანებს ან ქმნის ზიანის მიყენების საფრთხეს კონკურენტებისათვის“ (მუხლი 2(b)). ამავე დირექტივის მე-3 მუხლის თანახმად, იმის დასადგენად, არის თუ არა რეკლამა შეცდომაში შემყვანი, მხედველობაში მიიღება მისი ყველა ნიშან-თვისება, განსაკუთრებით კი ნებისმიერი ინფორმაცია, რასაც რეკლამა შეიცავს შემდეგი საკითხების შესახებ: (a) საქონლის ან მომსახურების მახასიათებლები, როგორიცაა მათი ხელმისაწვდომობა, ბუნება, შემადგენლობა, შესრულება, მეთოდი, დამზადების ან მიწოდების თარიღი, მიზნისთვის შესაბამისობა, გამოყენება, რაოდენობა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული და კომერციული წარმოშობა ან შედეგები, რომლებიც მისი გამოყენებისგან უნდა დადგეს. ასევე, შედეგები და შინაარსობრივი მახასიათებლები იმ შემოწმების ან ტესტირებების, რაც ამ საქონელს ან მომსახურებას ჩაუტარდა; (b) ფასი ან მეთოდი, რომლითაც უნდა მოხდეს ფასის გამოთვლა და პირობები, რომელთა შესაბამისად არის მიწოდებული საქონელი ან მომსახურება; (c) რეკლამის განმახორციელებლის უფლებები და ბუნება, როგორიცაა მისი იდენტობა და აქტივები, კვალიფიკაციები და ინდუსტრიული ან კომერციული უფლებები, მის მიერ მოპოვებული ჯილდოები.

დირექტივის მე-5 მუხლის თანახმად, წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ შეცდომაში შემყვანი რეკლამისაგან ადეკვატური და ეფექტიანი დაცვა.

2.3. ინტელექტუალურ საკუთრებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა

საქართველოს კონსტიტუციის მე-20 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, შემოქმედების თავისუფლება უზრუნველყოფილია და ინტელექტუალური საკუთრების უფლება ხელშეუვალია. საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების IV კარის მე-9 თავი არეგულირებს მხარეთა უფლება-მოვალეობებს ინტელექტუალურ საკუთრებასთან დაკავშირებით. ასოცირების შესახებ შეთანხმების 151-ე მუხლის თანახმად, მხარეებმა უნდა უზრუნველყონ ინტელექტუალური საკუთრების სფეროში დადებული იმ საერთაშორისო შეთანხმებების ადეკვატური და ეფექტიანი განხორციელება, რომლის ხელმომწერებიც თავად არიან [...]. ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა მოიცავს არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისგან დაცვას, როგორც ეს სამრეწველო საკუთრების დაცვის პარიზის კონვენციის (1967) (შემდგომში - კონვენცია)¹⁰ 10bis მუხლითაა დარეგულირებული. საქართველო აღნიშნულ კონვენციის წევრია 1993 წლიდან.

საგულისხმოა, რომ კონვენციის 10bis მუხლი ეხება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას. მე-10bis მუხლის თანახმად „(1) კავშირის ქვეყნები ვალდებული არიან უზრუნველყონ კავშირის ქვეყნების მოქალაქეები არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისაგან ეფექტიანი დაცვით. (2) არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აქტს შეადგენს კონკურენციის ნებისმიერი აქტი, რომელიც ეწინააღმდეგება სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის პატიოსან ჩვევებს. (3) კერძოდ, აკრძალულია: 1. ისეთი ხასიათის მქონე ყველა ქმედება, რომელსაც შეუძლია რაიმე გზით გამოიწვიოს აღრევა კონკურენტის დაწესებულების, საქონლის, სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის მიმართ; 2. კომერციული საქმიანობისას ისეთი ხასიათის ყალბი განცხადებების გაკეთება, რომლებიც იწვევს კონკურენტის დაწესებულების, საქონლის, სამეწარმეო ან კომერციულ საქმიანობის დისკრედიტაციას; 3. ისეთი აღნიშვნების გამოყენება ან განცხადებების გაკეთება, რამაც კომერციული საქმიანობისას შეიძლება შეცდომაში შეიყვანოს საზოგადოება საქონლის გვარეობის, დამზადების ხერხის, მახასიათებლების, დანიშნულებით გამოსაყენებლად ვარგისიანობის შესაბამისობის, ან რაოდენობის მიმართ“. მუხლში განმარტებული არ არის, თუ რა იგულისხმება „სამეწარმეო ან კომერციულ

¹⁰ იხ. <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/287556> [13.01.2026]

პატიოსნებაში“, შესაბამისად, აღნიშნული ტერმინის განმარტება ეროვნული სასამართლოების და ადმინისტრაციული ორგანოების უფლებამოსილებაშია.¹¹

გასათვალისწინებელია, რომ პარიზის კონვენცია ადგენს დაცვის მინიმალურ სტანდარტებს, შესაბამისად, 10bis მუხლის მე-3 პუნქტი არ მოიცავს არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შემცველი ქმედებების ამომწურავ ჩამონათვალს; არამედ მიუთითებს იმ ქმედებებზე, რომელთა დაცვაც, როგორც მინიმუმ, უნდა უზრუნველყოს ყველა წევრმა სახელმწიფომ. ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის სამართალში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საერთაშორისო ხელშეკრულებას წარმოადგენს „ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ვაჭრობასთან დაკავშირებული ასპექტების შესახებ შეთანხმება“ - TRIPS (1994), რომელსაც საქართველო 2005 წლიდან შეუერთდა. ამავე შეთანხმების მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად კი, რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნის მფლობელს აქვს განსაკუთრებული უფლება აუკრძალოს ყველა მესამე პირს მისი თანხმობის გარეშე ვაჭრობის პროცესში იდენტური ამ მსგავსი ნიშნის გამოყენება ისეთი საქონელთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებით, რომელთა მიმართაც რეგისტრირებულია სასაქონლო ნიშანი და როდესაც ასეთმა გამოყენებამ შეიძლება წარმოქმნას აღრევის ალბათობა. აღრევის ალბათობა მტკიცდება მაშინ, როდესაც იდენტური ნიშნის გამოყენება ხდება საქონელთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებით.

ეროვნულ დონეზე, სასაქონლო, მომსახურებისა და კოლექტიური ნიშნების რეგისტრაციასა და დაცვასთან, აგრეთვე მათ გამოყენებასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს აწესრიგებს „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონი.

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის პირველ პუნქტის თანახმად, რეგისტრაციით დაცულ სასაქონლო ნიშანზე მფლობელის განსაკუთრებული უფლება წარმოიშობა ამ ნიშნის რეგისტრაციის დღიდან. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის შესაბამისად, განსაკუთრებული უფლების მქონე პირს შეუძლია აუკრძალოს მესამე პირს მისი თანხმობის გარეშე სამოქალაქო ბრუნვაში გამოიყენოს ისეთი ნიშანი, რომელიც განსაკუთრებული უფლების მქონე პირის დაცული სასაქონლო ნიშნის: ა) იდენტურია და საქონელიც იდენტურია; ბ) იდენტურია, ხოლო საქონელი იმდენად მსგავსია, რომ ჩნდება ამ ნიშნების აღრევის,

¹¹ საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2023 წლის 6 მარტის განჩინება საქმე № ას-1502-2023, პუნქტი 23, იხ. <https://www.supremecourt.ge/ka/fullcase/72271/1> [21.01.2026]

მათ შორის, ასოცირების შედეგად აღრევის შესაძლებლობა; გ) მსგავსია, ხოლო საქონელი იდენტური ან იმდენად მსგავსია, რომ ჩნდება ამ ნიშნების აღრევის, მათ შორის, ასოცირების შედეგად აღრევის შესაძლებლობა; დ) დენტურია ან მსგავსია და რომელსაც საქართველოში აქვს რეპუტაცია, მიუხედავად საქონლის იდენტურობისა ან მსგავსებისა, თუ ამ ნიშნის გამოყენება მესამე პირს დაუმსახურებლად უქმნის ხელსაყრელ პირობებს ან ზიანს აყენებს დაცული სასაქონლო ნიშნის რეპუტაციას ან განმასხვავებელუნარიანობას.¹²

ამავე კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშნის გამოყენებად მიიჩნევა მისი გამოყენება სასაქონლო ნიშნის მფლობელის მიერ, აგრეთვე ლიცენზიატის მიერ და სასაქონლო ნიშნის მფლობელის თანხმობით მესამე პირის მიერ.

საქართველოს საკასაციო სასამართლოს პრაქტიკით, სასაქონლო ნიშნის უკანონო გამოყენების მტკიცების ტვირთის სწორად გადანაწილებისათვის მნიშვნელოვანია ინტელექტუალური საკუთრების სამართალში არსებული პრეზუმფციების განხილვა და ერთ-ერთ მნიშვნელოვან განმარტებაში, მიუთითა, რომ მოპასუხის მიერ მოსარჩელის კუთვნილი სასაქონლო ნიშნის უნებართვოდ გამოყენების პრეზუმფციის ასამოქმედებლად, აუცილებელია მოსარჩელემ დაადასტუროს: (1) სასაქონლო ნიშანზე განსაკუთრებული უფლების არსებობისა და (2) მოწინააღმდეგე მხარის მიერ იდენტურ ან მსგავს საქონელზე იდენტური ან მსგავსი ნიშნის გამოყენების ფაქტები. შესაბამისად, მოსარჩელის მიერ (1) სადავო სასაქონლო ნიშანზე განსაკუთრებული უფლების არსებობისა და (2) მოწინააღმდეგე მხარის მიერ იდენტურ ან მსგავს საქონელზე იდენტური ან მსგავსი ნიშნის გამოყენების ფაქტების დადასტურება იწვევს სასაქონლო ნიშნის უნებართვოდ პრეზუმფციის ამოქმედებას.¹³

¹² საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 1 დეკემბრის განჩინება, საქმე №ას-1285-1223-2014, პუნქტი 25, იხ. <https://www.supremecourt.ge/files/upload-file/pdf/n85-mnishvnelovani-ganmarteba.pdf> [21.01.2026]

¹³ იქვე, პუნქტი 97

3. სამოტივაციო ნაწილი

3.1. საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის შეფასების სამართლებრივი და პრაქტიკული ჩარჩო

როგორც უკვე აღინიშნა, სააგენტო უფლებამოსილია, დაიწყოს საქმის მოკვლევა საჩივრის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით. კანონის სავარაუდო დარღვევის შესახებ საჩივრის მიღების შემდგომ სააგენტო კანონმდებლობით დადგენილ ვადებში ამოწმებს საჩივრის ფორმალურ და მატერიალურ შესაბამისობას კონკურენციის კანონმდებლობასთან. ფორმალური შესაბამისობის დადგენა გულისხმობს იმის შემოწმებას, რამდენად სრულყოფილად არის შევსებული/წარმოდგენილი საჩივარი, ხოლო მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტო იკვლევს, არსებობს თუ არა საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული საფუძვლები და წარმოიშობა თუ არა გონივრული ეჭვი სავარაუდო დარღვევის არსებობის თაობაზე. სააგენტო გადაწყვეტილებას საჩივრის დასაშვებად ცნობისა და საქმის მოკვლევის დაწყების ან საჩივრის დაუშვებლად ცნობისა და საქმის მოკვლევაზე უარის თქმის შესახებ იღებს ზემოთ აღნიშნული ფორმალური და მატერიალური დასაშვებობის სტანდარტის მოთხოვნებთან მიმართებით საჩივრის ყოველმხრივი, კომპლექსური ანალიზის შედეგად.

მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე, სააგენტო მოკვლევის დაწყების საფუძვლის შემოწმების მიზნით, უფლებამოსილია, მომჩივნისგან/მოპასუხისგან გამოითხოვოს დამატებითი ინფორმაცია/დოკუმენტი. აღნიშნული ინფორმაციის დამუშავების შედეგად, საბოლოოდ ფასდება მომჩივნის/მოპასუხის მიერ წარმოდგენილი მოსაზრებები, არგუმენტები და მტკიცებულებები. საჭიროების შემთხვევაში, სააგენტოს, საქმის მოკვლევის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, დასაშვებობის საკითხის გადაწყვეტამდე, ასევე, შეუძლია გამოითხოვოს ინფორმაცია მესამე პირებისგან. აღნიშნულის შედეგად თავმოყრილი ინფორმაციის კომპლექსური ანალიზის საფუძველზე კი სააგენტო ადგენს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი გონივრული ეჭვის სტანდარტს და მისი გათვალისწინებით, მიიღება გადაწყვეტილება საჩივრის დასაშვებობისა თუ დაუშვებლობის შესახებ.

სააგენტოს, როგორც კონკურენციის სამართლის აღმასრულებელ და კონკურენციის პოლიტიკის განმახორციელებელ ორგანოს, უფლება აქვს, ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, მის ხელთ არსებული ინფორმაციის/მტკიცებულებების ყოველმხრივი ანალიზის შედეგად, განსაზღვროს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი და მასში მითითებული ფაქტობრივი გარემოებები კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის გონივრული ეჭვის სამართლებრივ სტანდარტს. სააგენტო აღნიშნული მიზნით აფასებს საჩივარში მოცემულ ინფორმაციას და დასაშვებობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებს საჩივრის დასაბუთებულობას. სააგენტო მხედველობაში იღებს მომჩივნისა და მოპასუხის მიერ წარმოდგენილ არგუმენტებსა და მტკიცებულებებს და მათი ყოველმხრივი ანალიზის შედეგად ადგენს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი გონივრული ეჭვის სტანდარტს და აღნიშნულის შესაბამისად მიიღება გადაწყვეტილება საჩივრის დასაშვებობისა და საქმის მოკვლევის დაწყების ან საჩივრის დაუშვებლობისა და საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ. საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობა არ შეიცავს გონივრული ეჭვის ცნების სამართლებრივ განმარტებას. დასაშვებობასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილების მიღების პროცესში გონივრული ეჭვის განსაზღვრისას სააგენტო ხელმძღვანელობს ევროკომისიისა და ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიერ ჩამოყალიბებული პრაქტიკით.

ყოველივე აღნიშნულის გათვალისწინებით, მოცემულ შემთხვევაში საქმის მოკვლევის დასაწყებად მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე უნდა არსებობდეს გონივრული ეჭვი, რომ საჩივარში მითითებული ქმედება ექცევა 11³ მუხლის (არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია) შემადგენლობაში. აღნიშნული გონივრული ეჭვის არსებობისთვის კი უმნიშვნელოვანესია საჩივარი იყოს დასაბუთებული და წარმოდგენილი მტკიცებულებები ადასტურებდეს მასში მითითებულ გარემოებებს. ამდენად, საჩივრის დასაშვებად ცნობისა და მოკვლევის დაწყება/არდაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მისაღებად, საჭიროა შეფასდეს საჩივარში დასმული საკითხის სამართლებრივი ხასიათი და მისი მიმართება კონკურენციის კანონმდებლობასთან. ამასთან, სააგენტოსთვის, როგორც საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის აღმასრულებელი ორგანოსთვის, მნიშვნელოვანია ადმინისტრაციული რესურსის სწორად, ეფექტიანად მობილიზება ამ პოლიტიკის მიზნების მიღწევისათვის. შესაბამისად, გონივრული ეჭვის სტანდარტი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კონკურენციის პოლიტიკის მიზნების მიღწევის პროცესში, რაც, თავის მხრივ, სააგენტოს ანიჭებს გარკვეული

ტიპის დისკრეციულ უფლებამოსილებას საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყების/არდაწყების შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად.

3.2. სააგენტოს შეფასება „კონკურენციის შესახებ“ კანონის 11³ მუხლის სავარაუდო დარღვევის გონივრულ ეჭვთან მიმართებით

საჩივრის ავტორი უთითებს კანონის 11³ მუხლს და დარღვევად მიიჩნევს მის მფლობელობაში არსებული სასაქონლო ნიშნის უნებართვო გამოყენებას მოპასუხის მხრიდან პროდუქციასა და მომსახურების კომერციალიზაციის ფარგლებში, რაც იწვევს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას, ხოლო უშუალოდ მომჩივანს ამით ადგება ეკონომიკური ზიანი.

კანონის 11³ მუხლი კრძალავს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას და არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევს ეკონომიკური აგენტის ისეთ ქმედებას, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს. შესაბამისად, კანონის 11³ მუხლის მიზნებისათვის, ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიჩნევისათვის, საჭიროა შემდეგი პირობების ერთობლივად არსებობა:

- I. ქმედება;
- II. ქმედების საქმიანი ეთიკის ნორმების საწინააღმდეგო ხასიათი;
- III. ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს;
- IV. ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს.

შესაბამისად, დასაშვებობის ეტაპზე უნდა დადგინდეს, თუ რამდენად არსებობს გონივრული და დასაბუთებული ეჭვი აღნიშნული ოთხი კუმულატიური პირობის მიმართ, ვინაიდან რომელიმე მათგანის მიმართ შესაბამისი გონივრული ეჭვის გამორიცხვის შემთხვევაში, გამოირიცხება მთლიანად კანონის 11³ მუხლით გათვალისწინებული ქმედების მიმართ გონივრული ეჭვი.

ქმედებად, მათ შორის, განიხილება კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის

გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს ან/და ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება.

წინააღმდეგობა საქმიანი ეთიკის ნორმებთან - „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, ისევე როგორც ზოგადად ქართული კანონმდებლობა, არ განმარტავს, თუ კონკრეტულად რა მოიაზრება „საქმიანი ეთიკის ნორმებში“. თუმცა, საქართველოში კერძოსამართლებრივი ურთიერთობები ეფუძნება კეთილსინდისიერების პრინციპს. სააგენტო აღნიშნავს, რომ საქმიანი ეთიკის ნორმები ირღვევა, როდესაც ეკონომიკური აგენტის ქცევა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს. ამავდროულად, სააგენტო აღნიშნულ კრიტერიუმს აფასებს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში. როგორც საქართველოს უზენაესი სასამართლო განმარტავს, ზოგადად, ყველა მართლწესრიგი სამართლის სუბიექტთა ქცევის წესს კეთილსინდისიერების პრინციპზე აფუძნებს და ამ პრინციპს ნორმატიულ კონცეფციად განიხილავს. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად, სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილენი ვალდებული არიან, კეთილსინდისიერად განახორციელონ თავიანთი უფლებები და მოვალეობები. კეთილსინდისიერების პრინციპი უმეტესწილად დაკავშირებულია მორალურ სტანდარტებთან. კეთილსინდისიერება ნიშნავს გულწრფელობას, მიუკერძოებლობას, ობიექტურობას, სამართლიანობასა და სხვა.¹⁴

კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის ინტერესების შელახვა - კანონის მე-3 მუხლის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, კონკურენტი ეკონომიკური აგენტად მიიჩნევა შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ან პოტენციური ეკონომიკური აგენტი, ხოლო იმავე მუხლის „დ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, პოტენციური კონკურენტი ეკონომიკური აგენტი არის დაინტერესებული ეკონომიკური აგენტი, რომელსაც აქვს დასაბუთებული განზრახვა შესაბამის ბაზარზე შესასვლელად. შესაბამისად, კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის ინტერესების შელახვად ჩაითვლება ნებისმიერი ქმედება, რომელიც რაიმე ფორმით ზიანს აყენებს იმავე შესაბამის ბაზარზე ამჟამად მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტს.

¹⁴ საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2017 წლის 17 თებერვლის განჩინება, საქმე Nას-1184-1145-2016, პუნქტი 38, იხ. <https://www.supremecourt.ge/ka/fullcase/58618/1> [21.01.2026]

მომხმარებელთა ინტერესების შელახვა - კანონი არ იცნობს სპეციალურ ცნებას „მომხმარებელი“, თუმცა აღნიშნული ტერმინი განმარტებულია „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №37 ბრძანებით დამტკიცებული მითითებების მე-2 მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტში. კერძოდ, მომხმარებელი არის პირი, რომელიც პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს საქონელს/მომსახურებას. ამდენად, კონკურენციის კანონმდებლობა მომხმარებელად მიიჩნევს როგორც ფიზიკურ, ასევე იურიდიულ პირს. ქართული კანონმდებლობისგან განსხვავებით, ევროკავშირის კანონმდებლობა, კერძოდ, 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC დირექტივა „შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ“, მომხმარებელს განმარტავს, როგორც „ნებისმიერ ფიზიკურ პირს, რომელიც ამ დირექტივით გათვალისწინებულ კომერციულ პრაქტიკაში მოქმედებს მისი სავაჭრო, ბიზნეს, სახელოსნო ან პროფესიული ინტერესების გარეთ“ (მუხლი 2(a)).¹⁵

აღსანიშნავია, რომ მომჩივანი არ აკონკრეტებს კანონის 11³ მუხლის მეორე პუნქტში ჩამოთვლილ რომელ ქმედებას ასაჩივრებს მოპასუხის წინააღმდეგ, თუმცაღა, ვინაიდან საკანონმდებლო ჩამონათვალი არ არის ამომწურავი და მითითებული ქმედებების მიღმა, შესაძლოა, მოიცავდეს სხვა დაღვევებსაც, სააგენტომ იმსჯელა მომჩივანი მხარის მიერ განსაზღვრული სადავო გარემოებების სავარაუდო არაკეთილსინდისიერებასთან დაკავშირებით. კერძოდ, განიხილა, თუ რამდენად არსებობს გონივრული ეჭვი საქმიანი ეთიკის ნორმების, კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესების შელახვის კუთხით, შპს „დიოს“ მიერ „BARRISOL“-ის სასაქონლო ნიშნის გამოყენების შედეგად.

მომჩივანს სასაქონლო ნიშანი „BARRISOL“ „საქპატენტში“ რეგისტრირებული აქვს 2025 წლის 25 ივნისს საქონლის და/ან მომსახურების 11, 19, 24, 35 კლასებში (ნიცის კლასიფიკაცია),¹⁶ რაც იმას ნიშნავს, რომ მისი განსაკუთრებული უფლების მოქმედება, მათ შორის, ნიშნის გამოყენების აკრძალვის შესახებ არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის გზით/მიზნით, იწყება სწორედ ამ თარიღიდან.

¹⁵ Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (იხ. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32005L0029>) (ბოლო ნახვა 04.12.2025)

¹⁶ იხ. https://www.sakpatenti.gov.ge/ka/search_engine/view/134097/3/ [21.01.2026]

რაც შეეხება მოპასუხეს, BARRISOL-NORMALU SA-ს მიერ 2010 წლის 12 მარტს გაცემული სერტიფიკატი,¹⁷ შპს „დიო“ მითითებულია კომპანიის ავტორიზებულ დისტრიბუტორად, რაც მას ანიჭებდა უფლებას ექსკლუზიურად გამოეყენებინა „BARRISOL“-ის სასაქონლო ნიშანი საქართველოში კონტრაქტის მოქმედების პერიოდში, კერძოდ, 2010-2019 წლებში.

მომჩივანმა, მოპასუხის მიერ კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის დასადასტურებლად საჩივრის დასაშვებობის ეტაპზე წარმოადგინა მხოლოდ ერთი მტკიცებულება, კერძოდ, „ინფო თბილისის“ ვებგვერდის ბმული, სადაც შპს „დიო“ მითითებულია იყო, როგორც „ფრანგული BARRISOL-ის ფირმის გასაჭიმი ქერების“ მწარმოებელი კომპანია. როგორც ზემოთ უკვე აღინიშნა, ადმინისტრაციული წარმოების ეტაპზე, სააგენტო შეეცადა დაედგინა, თუ როდის გამოქვეყნდა ეს ინფორმაცია, რამეთუ 2010-2019 წლებში შპს „დიოს“ მიმართ აღნიშნული ინფორმაცია შესაბამისი იქნებოდა, თუმცა, იმის გამო, რომ აღნიშნული ინფორმაცია BARRISOL-NORMALU SA-სთან ხელშეკრულების შეწყვეტის შემდეგ კვლავ რჩებოდა საჯაროდ გამოქვეყნებული და არ განხორციელდა მისი მოდიფიცირება/წაშლა, მას აქცევს დენად ქმედებად.

როგორც შპს „დიომ“ სააგენტოსთან წერილობით კორესპონდენციაში განმარტა, მას ჰქონდა კონტაქტის არაერთი მცდელობა ვებგვერდის მმართველთან ინფორმაციის კორექტირების მიზნით, თუმცა, უშედეგოდ. სწორედ კორექტირების/ტექნიკური მოდიფიცირების შესაძლებლობის გასარკვევად მიმართა სააგენტომ შპს „ინფო თბილისის“ ხელმძღვანელობას, რომელმაც საკუთარი ინიციატივითა და გადაწყვეტილებით ვებგვერდიდან საერთოდ წაშალა შპს „დიოს“ შესახებ განთავსებული ინფორმაცია. შესაბამისად, 2026 წლის 16 იანვრიდან

იგივე

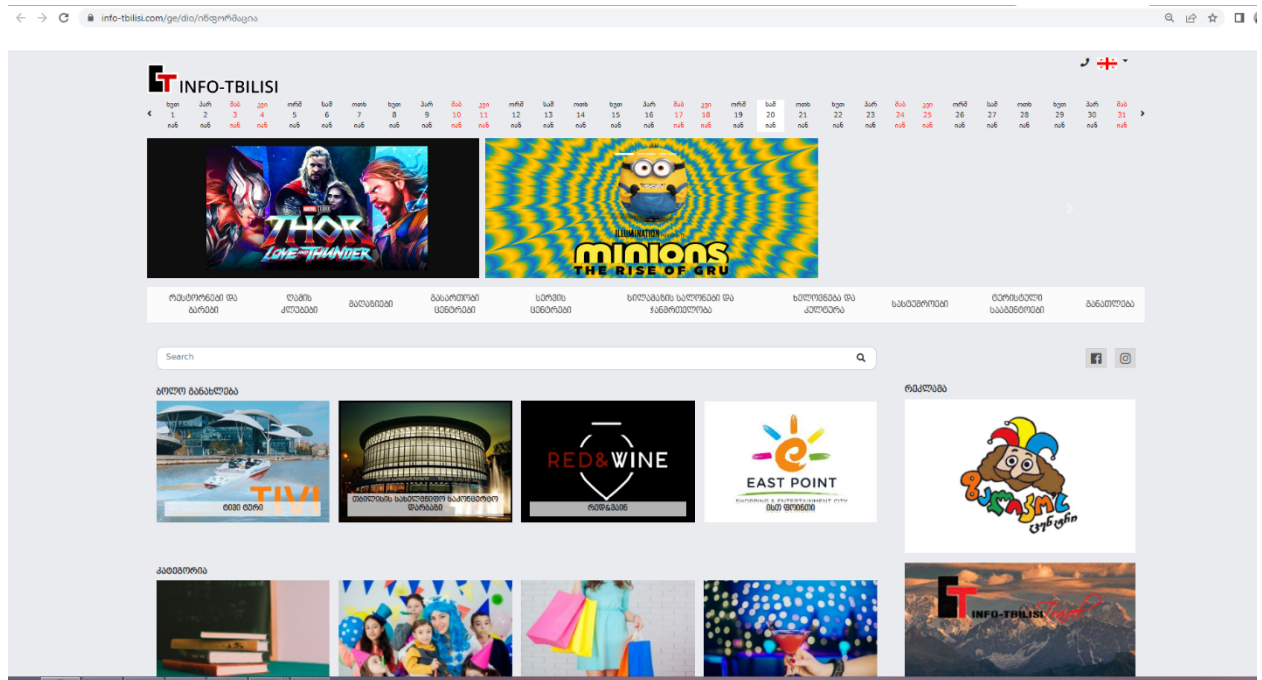
ბმულზე

<https://www.infotbilisi.com/ge/dio/%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%A4%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90>

გადასვლისას „ინფო თბილისის“ ვებგვერდზე შპს „დიოს“ შესახებ ინფორმაცია საერთოდ აღარ იძებნება (ბმულზე გადასვლისას გამოისახება „ინფო თბილისის“ ზოგადი გვერდი, იხ. სურათი N3).

¹⁷ სააგენტოში წარმოდგენილია 2025 წლის 24 დეკემბრის N801/012 წერილის დანართად

ამდენად, მომჩივნის მიერ მითითებული კანონდარღვევის სავარაუდო ფაქტის დამადასტურებელი გარემოება საჩივრის დასაშვებობის განხილვის ეტაპზევე აღარ არსებობს, რადგან ის აღმოიფხვრილია.¹⁸



სურათი N3

თავის მხრივ, სააგენტომ მომჩივან შპს „ლაზაროს 2022“-ს დამატებითი წერილით სთხოვა, მოეწოდებინა სხვა მტკიცებულებები შპს „დიოს“ მიერ კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევასთან დაკავშირებით,¹⁹ თუმცაღა, მომჩივანს სხვა სახის რამე მტკიცებულებები არ მოუწოდებია.²⁰

სააგენტო ხაზს უსვამს, რომ მომჩივანი განიხილება მხარედ და ეკისრება მტკიცების ტვირთი. შესაბამისად, საჩივარში მითითებული გარემოებების დადასტურება პირველ რიგში ეკისრება სწორედ მომჩივანს. საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის შესწავლის ფარგლებში გონივრული ეჭვის სტანდარტის დასაკმაყოფილებლად აუცილებელია, რომ სააგენტოს ხელთ ჰქონდეს

¹⁸ 2026 წლის 22 იანვრის მდგომარეობით

¹⁹ სააგენტოს 2025 წლის 19 დეკემბრის N 02/6365 წერილი

²⁰ 2026 წლის 22 იანვრის მდგომარეობით

სარწმუნო მტკიცებულება იმისა, რომ შესაძლოა ადგილი ჰქონდეს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას.

მომჩივნის მიერ, დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტოში წარმოდგენილი სავარაუდო არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის მამტკიცებელი გარემოება აღარ არსებობს, ამასთან, რადგანაც მომჩივანს არ წარმოუდგენი/არ მიუთითებია სხვა ინფორმაციაზე/მტკიცებულებებზე, შპს „დიოს“ მხრიდან სხვა სავარაუდო კანონსაწინააღმდეგო ქმედებასთან დაკავშირებით, ვერ ხდება არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის განხორციელების გონივრული ეჭვის არსებობის დადასტურება.

ამდენად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ საჩივარი ვერ აკმაყოფილებს კანონმდებლობით დადგენილ მატერიალური დასაშვებობის სტანდარტს. შესაბამისად, აღნიშნული მოცემულობა არ შეესაბამება კანონის 11³ მუხლით გათვალისწინებულ დისპოზიციას, რადგან სახეზე არ არის კანონის ამავე მუხლით გათვალისწინებული „ქმედებისა“ და „კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესის შელახვის“ წინაპირობების გონივრული ეჭვი.

3.3. შუალედური დასკვნა

როგორც უკვე აღინიშნა, სააგენტოს უფლება აქვს, ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში განსაზღვროს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი და მასში მითითებული ფაქტობრივი გარემოებები კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის გონივრული ეჭვის სამართლებრივ სტანდარტს. სააგენტო აღნიშნული მიზნით, აფასებს საჩივარში მოცემულ ინფორმაციას და დასაშვებობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას ითვალისწინებს საჩივრის დასაბუთებულობას. აღსანიშნავია, ასევე ის ფაქტი, რომ საჩივრის დასაშვებობის საკითხის განხილვისას სააგენტო შებოჭილია ამ საჩივრის შინაარსით. მომჩივანს აქვს შესაბამისი მტკიცებულებების წარმოდგენის ვალდებულებაც და მასვე ეკისრება საჩივრის დასაბუთება. დასაშვებობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას სააგენტო მხედველობაში იღებს მომჩივნის და მოპასუხის მიერ წარმოდგენილ არგუმენტებსა და მტკიცებულებებს და მათი ყოველმხრივი ანალიზით ადგენს, აკმაყოფილებს თუ არა საჩივარი გონივრული ეჭვის სტანდარტს.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, საჩივრის მატერიალური დასაშვებობის ეტაპზე სააგენტოს მიერ შესწავლილი ფაქტობრივი და სამართლებრივი გარემოებების ანალიზის შედეგად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ კანონის 11³ მუხლთან მიმართებით მომჩივანმა მტკიცების ტვირთის ფარგლებში ვერ შეძლო დაეკმაყოფილებინა შესაბამისი გონივრული ეჭვის სტანდარტი. შესაბამისად, არ არსებობს საჩივრის საფუძველზე მოკვლევის დაწყების სამართლებრივი საფუძველი, რის გამოც სააგენტო მოკვლევის დაწყებას მიზანშეუწონლად მიიჩნევს.

სარეზოლუციო ნაწილი

კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17¹ მუხლის მე-2 და მე-4 პუნქტების, 23-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 24-ე მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის, „საჩივრის ფორმის, მისი წარდგენის წესის და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურისა და ვადების დამტკიცების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის №38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-13 მუხლის პირველი და მეორე პუნქტებისა და მე-3 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად,

სააგენტომ დაადგინა

1. დაუშვებლად იქნეს ცნობილი შპს „ლაზაროს 2022“-ის (ს/ნ: 405755231) 2025 წლის 20 ნოემბერს N01/7149 საჩივარი.
2. მომჩივანს უარი ეთქვას წარმოდგენილი საჩივრის საფუძველზე საქმის მოკვლევის დაწყებაზე.
3. წინამდებარე გადაწყვეტილება ეცნობოს მომჩივან და მოპასუხე მხარეებს.

4. გადაწყვეტილება მისი მიღებიდან 10 (ათი) სამუშაო დღის ვადაში გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე, ინფორმაციის კონფიდენციალურობის დაცვით.
5. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით, მისი გაცნობიდან ერთი თვის ვადაში თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მისამართი: ქალაქი თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64).
6. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

ირაკლი ლექვიჩაძე

თავმჯდომარე

