



N 04/374  
29.04.2024

ბრძანება

374-01-4-202404291632



**საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 13  
ნოემბრის N04/833 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის  
თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილების დამტკიცების შესახებ**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის, 17<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“, „ზ“ და „თ“ ქვეპუნქტების, 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის, „საქმის მოკვლევის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის №40 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტისა და 29-ე მუხლის შესაბამისად,

**ვბრძანებ:**

1. დამტკიცდეს მოკვლევის ჯგუფის მიერ წარმოდგენილი გადაწყვეტილება „სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ 2023 წლის 2 ოქტომბრის N01/3301 საჩივრის დასაშვებად ცნობის, საქმის მოკვლევის დაწყებისა და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 13 ნოემბრის N04/833 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე“ - თანდართული სახით;
2. დადასტურდეს შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ: 406049903) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევა;
3. ამ ბრძანების მე-2 პუნქტში მითითებული დარღვევისთვის შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაეკისროს ჯარიმა 14 635.08 ლარის ოდენობით;
4. ამ ბრძანების მე-2 პუნქტში მითითებული კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაევალოს წინამდებარე გადაწყვეტილების კანონიერ ძალაში შესვლიდან ერთი თვის ვადაში მის მიერ განხორციელებული ქმედებების კონკურენციის კანონმდებლობასთან შესაბამისობაში მოყვანა და საკუთარი პროდუქტის (საკვები სოდის) შეფუთვის იმგვარი ცვლილება, რომ მაქსიმალურად



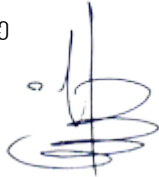
გამოირიცხოს მსგავსება კონკურენტი კომპანიის (სს „ბაშვირეთის სოდის კომპანიის“ (სახელმწიფო რეგ. N1020202079479; გადასახადის გადამხდელის N0268008010)) გარეგნულ იერსახესთან (საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ და დაცულ სასაქონლო ნიშნებთან (ნიშნების რეგ. N N1242730 და N23645)) და მომხმარებლის მხრიდან ეკონომიკური აგენტების აღრევის რისკი;

5. შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაევალოს ამ ბრძანების მე-4 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოსთვის ინფორმაციის მიწოდება წინამდებარე გადაწყვეტილების კანონიერ ძალაში შესვლიდან ერთი თვის ვადაში;
6. წინამდებარე ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება გადაეგზავნოს მხარეებს;
7. გადაწყვეტილება მისი მიღებიდან 10 (ათი) სამუშაო დღის ვადაში გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე, კონფიდენციალური ინფორმაციის დაცვით;
8. 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);
9. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

**საფუძველი:** მოკვლევის ჯგუფის 2024 წლის 29 აპრილის N03/494 მოხსენებითი ბარათი.

ირაკლი ლექვიანიძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა  
და მომხმარებლის  
დაცვის სააგენტო

## გ ა დ ა წ ყ ვ ე ტ ი ლ ე ბ ა

„სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ 2023 წლის 2 ოქტომბრის N01/3301 საჩივრის დასაშვებად ცნობის, საქმის მოკვლევის დაწყებისა და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 13 ნოემბრის N04/833 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე

*(სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ (სახელმწიფო რეგ. N 1020202079479; გადასახადის გადამხდელის N 0268008010) საჩივარი - შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ: 406049903) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე)*

*თბილისი 2024*

სარჩევი

თავი I. აღწერილობითი ნაწილი ..... 4

1.1 საჩივრის შინაარსი ..... 4

1.2. მოპასუხის პოზიცია ..... 6

1.3. მომჩივნისგან დამატებით მიღებული ინფორმაცია..... 7

1.4. მოპასუხისგან დამატებით მიღებული ინფორმაცია ..... 9

1.5. მესამე პირებისგან მიღებული ინფორმაცია ..... 10

1.5.1. „საქპატენტისგან“ წერილობით მიღებული ინფორმაცია ..... 10

1.5.2. „საქპატენტისგან“ საკონსულტაციო შეხვედრაზე მიღებული ინფორმაცია 10

1.6 ახსნა-განმარტების შეხვედრები ..... 11

1.6.1 ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მომჩივანთან ..... 11

1.6.2 ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მოპასუხესთან ..... 13

1.7. გადაწყვეტილების პროექტის გაცნობა და შემაჯამებელი სხდომა ..... 14

თავი I I. ნორმატიული რეგულირება ..... 16

2.1. კონკურენციის კანონმდებლობა..... 16

2.2. არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის მარეგულირებელი ნორმები ..... 17

2.3. არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია ევროკავშირის კანონმდებლობის მიხედვით ..... 18

2.4. ინტელექტუალურ საკუთრებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა..... 20

2.5 საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილებები ..... 24

თავი III. შესაბამისი ბაზარი..... 25

3.1. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები ..... 25

3.2. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები ..... 26

3.3. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩოები ..... 27

თავი IV. სამოტივაციო ნაწილი ..... 27

4.1. „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მოქმედების სფერო ..... 27

4.2. ქმედების შეფასება ..... 29

4.3. წინააღმდეგობა საქმიანი ეთიკის ნორმებთან, კონკურენტის და მომხმარებლის ინტერესების შელახვა ..... 35

4.4. . მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მიერ გადაწყვეტილების პროექტთან დაკავშირებით წარმოდგენილი პოზიციები..... 38

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 4.5 შუალედური დასკვნა.....          | 43 |
| თავი V. სანქცია.....                | 44 |
| თავი VI. - სარეზოლუციო ნაწილი ..... | 47 |

## თავი I. აღწერილობითი ნაწილი

### 1.1 საჩივრის შინაარსი

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში „სააგენტო“) 2023 წლის 21 სექტემბერს სს „ბაშვირეთის სოდის კომპანიის“ (სახელმწიფო რეგ. N1020202079479; გადასახადის გადამხდელის N0268008010) მიერ წარმოდგენილ იქნა საჩივარი (სააგენტოში რეგ. N01/3181), რომელიც შეეხებოდა შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ 406049903) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში „კანონი“) 11<sup>3</sup> მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტს.

„საჩივრის ფორმის, მისი წარდგენის წესის და საჩივრის დასაშვებობასთან დაკავშირებული პროცედურისა და ვადების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N38 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის (შემდგომში „პროცედურა“) მე-6 მუხლის შესაბამისად, საჩივრის დასაშვებობის ფორმალური სტანდარტის მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების შედეგად გაირკვა, რომ საჩივარი არ იყო სრულყოფილად შევსებული, რის საფუძველზეც მომჩივანს საჩივარზე დაუდგინდა ხარვეზი. აღნიშნული ხარვეზი მომჩივნის მიერ გამოსწორდა და სააგენტოში წარმოდგენილ იქნა საჩივარი სრულყოფილი სახით 2023 წლის 02 ოქტომბერს (რეგ. N 01/3301).

მომჩივანი საჩივარში მიუთითებს, რომ შპს „სანტრეიდის“ მხრიდან ადგილი აქვს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას, კერძოდ, მოპასუხე იყენებს მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის მსგავს შეფუთვას, რითაც ზიანს აყენებს მომჩივან ეკონომიკურ აგენტს და შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებლები (საჩივართან ერთად დანართის სახით წარმოდგენილ იქნა მოპასუხის მიერ რეალიზებული პროდუქციის შეფუთვის ფოტო და ქვითარი).

საჩივარში მითითებულია, რომ მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტები საქმიანობენ ერთსა და იმავე ბაზარზე, კერძოდ, ორივე მათგანი ოპერირებს ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდის) წარმოების/რეალიზაციის სფეროში. მომჩივანი აღნიშნავს, რომ იგი არის საკვები სოდის უმსხვილესი მწარმოებელი და რეალიზატორი, რომელიც აკმაყოფილებს მსოფლიო ბაზრის ყველა მოთხოვნასა და სტანდარტს. სს „ბაშვირეთის სოდის კომპანია“ არის საერთაშორისო დონეზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნის (ნიშნის რეგისტრაციის N1242730) (სურათი 1) მფლობელი და ასევე, განსაკუთრებულ უფლებებს ფლობს საქართველოში ეროვნულ დონეზე რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანზე (სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრში - „საქპატენტში“ (შემდგომში - „საქპატენტი“) რეგისტრაციის N23645) (სურათი 2).



სურათი 1. ნიშნის საერთაშორისო რეგისტრაციის N1242730



სურათი 2. „საქპატენტში“ ნიშნის რეგისტრაციის N23645

მომჩივანი აღნიშნავს, რომ მის მიერ გამოყენებული შეფუთვა (სადაც დატანილია N1242730 სასაქონლო ნიშანი) წამოადგენს სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სავიზიტო ბარათს, რადგან იგი ათწლეულების განმავლობაში იყენებს ასეთ შეფუთვას და ეს უკანასკნელი ასოცირდება უშუალოდ ამ კომპანიასთან და მან განსხვავებული ცნობადობა შეიძინა.

საჩივარში მითითებულია, რომ შპს „სანტრეიდს“ სალიცენზიო ხელშეკრულების საფუძველზე 2017 წელს მინიჭებული აქვს დიზაინის („საქპატენტში“ რეგ. N697) (სურათი 3) გამოყენების უფლება, თუმცა იგი არ იყენებს რეგისტრირებული დიზაინის იდენტურ შეფუთვას და მის მიერ გამოყენებული სახეცვლილი შეფუთვა იდენტურია მოსარჩელის მიერ რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნებისა.



სურათი 3. დიზაინის რეგ. N697

მომჩივნის აზრით, შპს „სანტრეიდის“ მიერ დაფასოებული საკვები სოდის შეფუთვის ანალიზი (შეფუთვის ფოტოები წარმოდგენილია მომჩივნის მიერ დანართის სახით) ცხადყოფს, რომ მოპასუხის ქმედებები მიზნად ისახავს სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მიერ რეგისტრირებული, გამოყენებული და განვითარებული საქონლის იერსახის გამოყენებით უპირატესობების არაკეთილსინდისიერად მოპოვებას. ამ ორი შეფუთვის მსგავსი ელემენტები მომხარებლისთვის ქმნის საერთო ვიზუალურ შთაბეჭდილებას. შეფუთვის ფერადი და გრაფიკული ნიშანი - წითელი, ყვითელი და ნარინჯისფერი ზოლები

არის მოსარჩელის სასაქონლო ნიშანი, გამორჩეული ელემენტი, რომელიც იპყრობს მომხმარებელთა ყურადღებას და ქმნის ზოგად ვიზუალურ შთაბეჭდილებას. მომხმარებლისათვის ეს ფერადი ჩარჩო და თეთრ ფონზე არსებული შავი წარწერა „საკვები სოდა“ ასოცირდება სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ ნაწარმთან, რადგან იგი ამ ფორმით გამოიყენება ათწლეულების განმავლობაში.

მომჩივანი მიიჩნევს, რომ შპს „სანტრეიდს“ მომხმარებელი შეჰყავს შეცდომაში საქონლის წარმოშობის, დამზადების მეთოდის, ხარისხის, გამოსაყენებლად ვარგისიანობის და სხვა მახასიათებლების შესახებ.

აქვე მომჩივანი მიუთითებს, რომ მისთვის უცნობია თუ რა ოდენობის პროდუქციის რეალიზება მოხდა მისი კუთვნილი სასაქონლო ნიშნის იდენტური შეფუთვით.

## 1.2. მოპასუხის პოზიცია

სააგენტომ 2023 წლის 03 ოქტომბრის N02/2651 წერილით შპს „სანტრეიდს“ გაუგზავნა საჩივარი გასაცნობად და საკუთარი პოზიციის წარმოსადგენად განუსაზღვრა 10 (ათი) სამუშაო დღის ვადა.

სააგენტოში 2023 წლის 11 ოქტომბრის N01/3408 წერილით შპს „სანტრეიდმა“ სააგენტოს წარმოუდგინა საკუთარი პოზიცია საჩივარში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით. მოპასუხე არ დაეთანხმა საჩივარში მითითებულ ფაქტებსა და მოსაზრებებს. შპს „სანტრეიდის“ განცხადებით, მისი მხრიდან ადგილი არ აქვს კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევას და მომჩივნის მიერ მითითებული ფაქტები იმასთან დაკავშირებით, რომ შპს „სანტრეიდი“ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშნის იდენტური შეფუთვით ოპერირებს ბაზარზე, არასწორი და დაუსაბუთებელია.

მოპასუხე მიუთითებს, რომ იგი საკუთარ, რეგისტრირებულ დიზაინს იყენებს და აღნიშნავს, რომ „საქპატენტში“ დიზაინის რეგისტრაციის ეტაპზე მას არანაირი პრობლემა არ შექმნია, ასევე, რეგისტრაცია არ გასაჩივრებულა მომჩივნის მიერ არც „საქპატენტსა“ და არც სასამართლოში. დამატებით, დანართის სახით მოპასუხემ წარმოადგინა განახლებული სალიცენზიო ხელშეკრულების „საქპატენტში“ რეგისტრაციის მოწმობის ასლი.

მოპასუხე დამატებით განმარტავს, რომ „საქპატენტის“ მიერ სოდის კლასში რეგისტრირებულია კიდევ ერთი მსგავსი სასაქონლო ნიშანი<sup>1</sup>, რაც ცხადყოფს იმას, რომ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშანი არ არის უნიკალური.

---

<sup>1</sup> მოპასუხის მიერ მითითებული ნიშნის (ნიშნის რეგისტრაციის N23782, საიდ. N72560/3) სტატუსი „საქპატენტის“ ონლაინ საძიებო სისტემაში არის - „გაუქმებული“



### 1.3. მომჩივნისგან დამატებით მიღებული ინფორმაცია

საქმისთვის არსებითი გარემოებების დადგენა-დაზუსტების მიზნით, სააგენტოს მიერ სს „ბაშკირეთის სოლის კომპანიისგან“ გამოთხოვილ იქნა<sup>2</sup> დამატებითი ინფორმაცია/მტკიცებულებები. მხარეს, ასევე, ეთხოვა, დაეფიქსირებინა საკუთარი პოზიცია მოპასუხის პოზიციასთან დაკავშირებით.

სააგენტოში წარმოდგენილი წერილებით<sup>3</sup> მომჩივანმა დააზუსტა საჩივარში მითითებული გარემოებები. სს „ბაშკირეთის სოლის კომპანია“ მიუთითებს, რომ მოპასუხის მხრიდან ადგილი აქვს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მეორე პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევას (რაც გულისხმობს კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისებას).

მომჩივნის განცხადებით, მომხმარებლისათვის სასაქონლო ნიშანი წარმოადგენს ყველაზე ეფექტურ საშუალებას საქონლისა და მომსახურების კატეგორიის სწრაფად ამოცნობისათვის. სასაქონლო ნიშანი მყიდველს საშუალებას აძლევს დაუკავშიროს მარკირებული პროდუქტი კონკრეტულ მწარმოებელს და შეუქმნას გარკვეული წარმოდგენა პროდუქტის ხარისხზე. მომჩივანი ადასტურებს, რომ მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტს სალიცენზიო ხელშეკრულების საფუძველზე გადაცემული აქვს განსაკუთრებული უფლებები რეგისტრირებულ დიზაინზე, თუმცა, კვლავ მიუთითებს, რომ შპს „სანტრედი“ არ იყენებს რეგისტრირებულ დიზაინის იდენტურ შეფუთვას. ამის საპირისპიროდ, მოპასუხის მიერ გამოყენებული დიზაინი დამაბნეველად ჰგავს მომჩივნის პროდუქტის შეფუთვაზე გამოსახულ და მისსავე კუთვნილ სასაქონლო ნიშნებს.

დამატებით მომჩივანი განმარტავს, რომ მისთვის შეუძლებელია იმ კონკრეტული მომხმარებლების შესახებ ინფორმაციის მიწოდება, რომელთა შეცდომაში შეყვანაც მოხდა მოპასუხის მხრიდან, ვინაიდან, მოპასუხის მიერ მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის აბსოლუტურად იდენტური და დამაბნეველად მსგავსი შეფუთვის გამოყენებას შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელთა განუსაზღვრელი წრე.

მომჩივანმა, სააგენტოს, ასევე, მიაწოდა ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ შპს „სანტრედი“ სასამართლოში გასაჩივრებული აქვს „საქპატენტის“ მიერ გამოცემული ადმინისტრაციული აქტი სასაქონლო ნიშნის (სურათი 4) რეგისტრაციაზე უარის თქმის შესახებ<sup>4</sup>. სს „ბაშკირეთის სოლის კომპანიის“ განცხადებით, „საქპატენტის“ უარი რეგისტრაციაზე განპირობებული იყო იმ ფაქტორით, რომ რეგისტრაციისთვის წარდგენილი სასაქონლო ნიშანი იყო სს „ბაშკირეთის სოლის კომპანიის“ სახელზე ადრინდელი პრიორიტეტით რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნის მსგავსი (მომჩივანის მიერ 2024 წლის 29 იანვარს დამატებით იქნა წარმოდგენილი მცხეთის რაიონული სასამართლოს განჩინება ამ საქმეში სს „ბაშკირეთის სოლის კომპანიის“ მესამე პირად ჩართვის თაობაზე<sup>5</sup>). გარდა ამისა,

<sup>2</sup> სააგენტოს N02/2738 (11.10.2023), N02/2897 (27.10.2023) და N02/3471 (28.11.2023) წერილები

<sup>3</sup> სააგენტოში შემოსული N01/3513 (17.10.2023), N01/3675 (31.10.2023) და N01/4102 (01.12.2023) წერილები

<sup>4</sup> სააგენტოში შემოსული N01/3675 წერილი (31.10.2023)

<sup>5</sup> სააგენტოში შემოსული N01/518 წერილი (29.01.2024).

მცხეთის რაიონულ სასამართლოში მიმდინარეობს მეორე სასარჩელო წარმოებაც, სადაც მოსარჩელეს წარმოადგენს შპს „Fruit Master Group“ და გასაჩივრებელია „საქპატენტის“ მიერ გამოცემული ადმინისტრაციული აქტი სასაქონლო ნიშნის (სურათი 5) რეგისტრაციაზე უარის თქმის შესახებ. საქპატენტის უარი სამგანზომილებიანი სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციაზე განპირობებული იყო კვლავ იმ ფაქტორით, რომ რეგისტრაციისთვის წარდგენილი სასაქონლო ნიშანი მსგავსია სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სახელზე ადრინდელი პრიორიტეტით რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნისა.



სურათი 4



სურათი 5

2023 წლის 05 დეკემბერს მომჩივანი მხარის წარმომადგენელმა სააგენტოში ნივთიერი მტკიცებულების სახით წარმოადგინა საკვები სოდის ორი შეკვრა, რომელთაგან ერთ-ერთი არის სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მიერ წარმოებული, ხოლო მეორე შპს „სანტრეიდის“ მიერ დაფასოებული პროდუქტი.<sup>6</sup>

2024 წლის 29 იანვარს მომჩივანმა სააგენტოს დამატებით წარმოუდგინა სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მიერ თბილისის საქალაქო სასამართლოში შპს „სანტრეიდის“ მიმართ დიზაინის ბათილობის მოთხოვნით წარდგენილი სარჩელის, მოპასუხის შესაგებლისა და დართული დოკუმენტების ასლი.<sup>7</sup> გარდა ამისა, ამავე წერილში მომჩივანმა კიდევ ერთხელ მიუთითა, რომ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ „საქპატენტში“ რეგისტრირებული აქვს სასაქონლო ნიშანი N23645 (ფერადი ჩარჩო) (სურათი 2) 30-ე კლასის საქონელზე. ასევე, უთითებს, რომ „საქპატენტს“ მიღებული აქვს გადაწყვეტილება N1242730 საერთაშორისო სასაქონლო ნიშნის საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრაციის შესახებ.

2024 წლის 27 მარტს მომჩივანმა სააგენტოს წარმოუდგინა<sup>8</sup> თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის 2024 წლის 8 თებერვლის გადაწყვეტილება დიზაინის ბათილად ცნობის შესახებ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმის თაობაზე.<sup>9</sup> ამავე წერილით სააგენტოში წარმოდგენილ იქნა სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სააპელაციო საჩივარი, რომლითაც გასაჩივრდა

<sup>6</sup> მოკვლევის ჯგუფის ხელმძღვანელის მიერ 2023 წლის 05 დეკემბრის N03/1040 მოხსენებითი ბარათით წარდგენილი მიღება-ჩაბარების აქტი და საკვები სოდის ფოტომასალა.

<sup>7</sup> სააგენტოში შემოსული N01/518 და N01/519 წერილები (29.01.2024)

<sup>8</sup> სააგენტოში შემოსული N01/1709 წერილი (27.03.2024)

<sup>9</sup> სააგენტოში შემოსული N01/1709 წერილი (27.03.2024)

თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის 2024 წლის 08 თებერვლის გადაწყვეტილება.

#### 1.4. მოპასუხისგან დამატებით მიღებული ინფორმაცია

საქმისთვის არსებითი გარემოებების დადგენა-დაზუსტების მიზნით, 2023 წლის 27 ოქტომბრის N02/2896 და 28 ნოემბრის N02/3472 წერილებით მოპასუხე მხარეს ეთხოვა სააგენტოსთვის დამატებითი ინფორმაციის მიწოდება. მოპასუხემ სააგენტოს წარმოუდგინა წერილობით ინფორმაცია<sup>10</sup> და მიუთითა, რომ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სახელზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშანი - ცალკე აღებული ფერადი ჩარჩო - არის არაგანმასხვავებელუნარიანი, რადგან იგი არ შეიცავს არცერთ ისეთ ელემენტს, რაც მას გახდიდა განმასხვავებელუნარიანს.

მოპასუხემ კიდევ ერთხელ დააფიქსირა, რომ იგი არ არღვევს კონკურენციის კანონმდებლობას, პირიქით, თავად მომჩივანი იყენებს უკანონოდ შპს „სანტრეიდის“ დიზაინს. მოპასუხეს რეგისტრირებული აქვს დიზაინი და მასზე გაცემულია ლიცენზია, შესაბამისად, მისი გამოყენების სრული უფლება აქვს. მოპასუხე აღნიშნავს, რომ „საქპატენტმა“ მომჩივანს არასრულყოფილი ნიშანი (მხოლოდ ჩარჩო) დაურეგისტრირა, თავად მოპასუხის დიზაინი კი ბევრად უფრო დაცვისუნარიან ელემენტებს შეიცავს. საქონლის ფორმა, შეფუთვა და იერსახე მოპასუხეს რეგისტრირებული აქვს და მას კანონიერად იყენებს.

მოპასუხემ, ასევე, წარმოადგინა შპს „Fruit Master Group“-სა და შპს „სანტრეიდს“ შორის დადებული სალიცენზიო ხელშეკრულება, რომლითაც მოპასუხეს „საქპატენტში“ რეგისტრირებული აქვს დიზაინზე განსაკუთრებული უფლებები. მოპასუხემ დანართის სახით სააგენტოს წარუდგინა ამონაწერიც დიზაინების რეესტრიდან.

მოპასუხის მხრიდან მტკიცებულების სახით წარმოდგენილ იქნა მის მიერ წარმოებული/რეალიზებული საკვები სოდისათვის გამოყენებული შეფუთვის ამსახველი ფოტომასალაც.

მოპასუხემ 2024 წლის 09 თებერვლის N01/802 წერილით სააგენტოში დამატებით წარმოადგინა თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის 2024 წლის 8 თებერვლის გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილი, რომელშიც მითითებულია, რომ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სარჩელი დიზაინის ბათილად ცნობის თაობაზე არ დაკმაყოფილდა.

<sup>10</sup> სააგენტოში შემოსული N01/3651 წერილი (30.10.2023)

## 1.5. მესამე პირებისგან მიღებული ინფორმაცია

### 1.5.1. „საქპატენტისგან“ წერილობით მიღებული ინფორმაცია

სააგენტოს წერილობითი მიმართვების<sup>11</sup> პასუხად „საქპატენტის“ მხრიდან წარმოდგენილ იქნა ინფორმაცია სასაქონლო ნიშნების რეგისტრაციასთან, რეგისტრაციაზე უარის თქმასთან, საქართველოზე გავრცელებული ნიშნების დაცვასთან და მათ გამოყენებასთან დაკავშირებული საკითხების შესახებ, რომელიც რეგულირდება „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად. ასევე, ზოგადი ინფორმაცია საქპატენტში რეგისტრირებულ ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტებზე, რომლებზეც განსაკუთრებულ უფლებებს ფლობენ მხარეები<sup>12</sup>.

დამატებით, „საქპატენტმა“ დააფიქსირა მზადყოფნა, საქმის გარემოებათა დაზუსტების მიზნით, ექსპერტის სახით გამოეყოთ შესაბამისი კვალიფიკაციის მქონე თანამშრომელი.

### 1.5.2. „საქპატენტისგან“ საკონსულტაციო შეხვედრაზე მიღებული ინფორმაცია

სააგენტომ 2023 წლის 27 ოქტომბერს ვიდეოკონფერენციის საშუალებით გამართა საკონსულტაციო შეხვედრა „საქპატენტის“ წარმომადგენლებთან<sup>13</sup>. შეხვედრაზე სააგენტომ მიიღო ინფორმაცია საქართველოში „ნიშნების საერთაშორისო რეგისტრაციის შესახებ მადრიდის შეთანხმებასთან დაკავშირებული ოქმის“ (შემდგომში „მადრიდის პროტოკოლი“) შესაბამისად სასაქონლო ნიშნების დაცვის რეჟიმებისა და ფარგლების შესახებ. „საქპატენტის“ წარმომადგენლის განმარტებით, როდესაც სასაქონლო ნიშანი საქართველოში რეგისტრირდება მადრიდის პროტოკოლის საფუძველზე, მას ენიჭება იგივე დაცვა, რაც საქართველოში ეროვნულ დონეზე რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანს. ამდენად, მომჩივან კომპანიას საქართველოში აქვს როგორც ეროვნული წესით, ასევე, საერთაშორისო დონეზე, მადრიდის პროტოკოლის საფუძველზე რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშნებზე განსაკუთრებული უფლებები.

„საქპატენტის“ მხრიდან განმარტება გაკეთდა სასაქონლო ნიშნებისა და დიზაინის რეგისტრაციის პროცედურებზეც. მითითებულ იქნა, რომ საქართველოს კანონი „დიზაინის შესახებ“ არ ითვალისწინებს დიზაინის არსობრივი ექსპერტიზის დროს მის ბაზაში არსებულ და რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშნებთან შედარების პროცედურას, ხოლო სასაქონლო ნიშნების არსობრივი ექსპერტიზის დროს, დასარეგისტრირებელი ნიშნის შედარება ხდება უკვე დაცულ (რეგისტრირებულ) დიზაინებთანაც.

<sup>11</sup> სააგენტოს N02/2737 (11.10.2023) და N02/1528 (17.04.2024) წერილები

<sup>12</sup> სააგენტოში შემოსული N01/3608 (24.10.2023) და N01/2288 (18.04.2024) წერილები

<sup>13</sup> 2023 წლის 27 ოქტომბრის N03/855 მოხსენებითი ბარათი

„საქპატენტის“ წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ დიზაინის მფლობელს უფლება აქვს ოდნავ განსხვავებული სახითაც გამოიყენოს რეგისტრირებული დიზაინი - კანონმდებლობის თანახმად, დიზაინის დაცვის ფარგლები მოიცავს ყველა დიზაინს, რომელიც ინფორმირებულ მომხმარებელზე არ ახდენს განსხვავებულ საერთო შთაბეჭდილებას.

## 1.6 ახსნა-განმარტების შეხვედრები

საქმისათვის არსებითი მნიშვნელობის მქონე ფაქტობრივი გარემოებების გამოკვლევის მიზნით, სააგენტოს მიერ ჩატარდა ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრები, რომლებზეც მოწვეულ იქნენ მხარეები - მომჩივანი სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიისა“ და მოპასუხე შპს „სანტრეიდის“ წარმომადგენლები<sup>14</sup>.

### 1.6.1 ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მომჩივანთან

2024 წლის 23 იანვარს საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს ოფისში გაიმართა ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მომჩივანთან. ვინაიდან, მხარის წარმომადგენლებმა განაცხადეს, რომ არ ფლობენ ქართულ ენას, მომჩივანთან გამართულ ინდივიდუალურ ახსნა-განმარტების შეხვედრაში, ასევე, ჩაერთო მომჩივანის მიერ მოყვანილი თარჯიმანი, რომელმაც წარმოადგინა რუსული ენის ცოდნის დამადასტურებელი დოკუმენტი.<sup>15</sup>

სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ წარმომადგენლებმა კიდევ ერთხელ მიუთითეს, რომ მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მხრიდან ადგილი აქვს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის დარღვევას. კერძოდ, შეხვედრაზე დაზუსტდა, რომ მომჩივანი მიუთითებს 11<sup>3</sup> მუხლის მეორე პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ ქმედებაზე.<sup>16</sup> მომჩივანის პოზიციით, მოპასუხე ეკონომიკური აგენტი იყენებს სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ კუთვნილი სასაქონლო ნიშნის იდენტურ შეფუთვას.

მომჩივანის განცხადებით, ინფორმაცია ჰქონდათ იმის თაობაზე, რომ მოპასუხე ფლობდა დიზაინზე უფლებას - დიზაინი რეგისტრირებულია შპს „Fruit Master Group“ სახელზე, რომელმაც შესაბამისი ლიცენზიით მოპასუხეს გადასცა მისი გამოყენების უფლება. თუმცა აღნიშნეს, რომ მოპასუხე არ იყენებს რეგისტრირებული დიზაინის

<sup>14</sup> სააგენტოს N02/38 და N02/39 წერილები (09.01.2024)

<sup>15</sup> მოკვლევის ჯგუფის ხელმძღვანელის მიერ 2024 წლის 23 იანვრის N03/62 მოხსენებითი ბარათით წარდგენილი სხდომის ოქმი N2, თარჯიმნის ცნობა და შესაბამისი აუდიო ჩანაწერები.

<sup>16</sup> სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიასთან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 05:55-06:50 წუთები

შესაბამის შეფუთვას და მის ნაცვლად გამოიყენება სახეცვლილი, მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის იდენტური შეფუთვა.

მომჩივანმა შეხვედრაზე ხაზი გაუსვა სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ კუთვნილ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნების რეგისტრაციის თარიღებს და აღნიშნა, რომ მოპასუხის დიზაინის რეგისტრაციამდე მომჩივნის სასაქონლო ნიშნები უკვე სარგებლობდა დაცვით საქართველოს ტერიტორიაზე. ასევე, მიუთითა, რომ საერთაშორისო ნიშნის საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრაციის დროს პირველ ეტაპზე მათ უარი ეთქვათ (შუალედური უარი), ვინაიდან, მსგავსი სასაქონლო ნიშანი უკვე რეგისტრირებული იყო (30-ე კლასში რეგისტრირებული ფერადი ჩარჩო), თუმცა მათ ლიცენზიის საფუძველზე შეისყიდეს საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანზე განსაკუთრებული უფლებები და საერთაშორისო ნიშანმა საბოლოოდ მიიღო დაცვა საქართველოს ტერიტორიაზე.

მომჩივანმა ხაზი გაუსვა იმ გარემოებას, რომ სააგენტოში მიმდინარე წარმოების ფარგლებში ისინი დაობენ არა დიზაინის რეგისტრაციის სისწორეზე, არამედ მისი სახეცვლილი და სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშნის იდენტური ფორმით გამოყენებაზე. გარდა ამისა, მიუთითეს, რომ მხარეთა შორის სასამართლოში მიმდინარეობს რამოდენიმე დავა და დააზუსტეს მათი დავის საგანი და შინაარსი. შეხვედრაზე მომჩივანმა ასევე აღნიშნა, რომ სააგენტოში საჩივრის წარდგენის შემდგომ მათ სარჩელი შეიტანეს სასამართლოში დიზაინის რეგისტრაციის ბათილობის მოთხოვნით, რადგანაც მოპასუხემ არ შეწყვიტა მათი ნიშნის იდენტური შეფუთვის გამოყენება. დააზუსტეს, რომ ზემოაღნიშნული სარჩელის მოთხოვნა განსხვავებულია და არ იმეორებს სააგენტოში წარმოდგენილი საჩივრის შინაარსს.

მომჩივანი მიუთითებს, რომ მისი მიზანი არა კომპენსაციის მიღება, არამედ მოპასუხის მხრიდან სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშნის იდენტური შეფუთვის გამოყენების აკრძალვაა, ვინაიდან, მათ მატერიალურზე მეტად რეპუტაციული ზიანი ადგებათ. მომჩივანის წარმომადგენლის განცხადებით, მოპასუხის პროდუქცია არ არის ხარისხიანი<sup>17</sup>, რაც მომხმარებლის თვალში მომჩივანი კომპანიის იმიჯს ლახავს, ვინაიდან, მომხმარებელი ამ პროდუქციას ჩათვლის სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მიერ წარმოებულად და მათ პროდუქტს შემდგომში აღარ შეიძენს.

დამატებით მომჩივანი აღნიშნავს, რომ მას მსგავსი პრობლემა აქვს არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ სხვა ქვეყნებშიც, ვინაიდან სხვაგანაც დაფიქსირდა შემთხვევები, როდესაც გამოყენებულ იქნა მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის მსგავსი შეფუთვა.

შეხვედრაზე მომჩივანმა „საქპატენტში“ რეგისტრირებულ დიზაინთან დაკავშირებით აღნიშნა, რომ ამ დიზაინის რეგისტრაციის ეტაპზე წარწერა „საბავშვო“ და დათუნის გამოსახულება გამოყენებულ იქნა მხოლოდ იმ მიზნით, რომ მომხდარიყო მისი

<sup>17</sup> სააგენტოში შემოსული N01/2195 წერილით მომჩივანმა მოითხოვა ამ სიტყვების („მოპასუხის პროდუქცია არ არის ხარისხიანი“) დაზუსტება და ჩანაცვლება შემდეგით: „მოპასუხის პროდუქციის ხარისხი უცნობია“

რეგისტრაცია, რადგანაც საკვები სოდა არის ერთი შემადგენლობის და არ არსებობს საბავშვო და არა-საბავშვო საკვები სოდა.

### 1.6.2 ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მოპასუხესთან

2024 წლის 23 იანვარს საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს ოფისში გაიმართა ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრა მოპასუხესთან<sup>18</sup>.

მოპასუხემ კიდევ ერთხელ აღნიშნა, რომ არ ეთანხმება საჩივარში მოყვანილ გარემოებებს. მისი განცხადებით, მომჩივნის მიერ საჩივარში მითითებული გარემოებების დასადასტურებლად არ არის წარმოდგენილი შესაბამისი მტკიცებულებები, კერძოდ, როცა მომჩივანი საუბრობს, რომ მისმა სასაქონლო ნიშანმა, რომელსაც იყენებს საკუთარი პროდუქტის შეფუთვაზე, შეიძინა განმასხვავებელი ცნობადობა, არ წარმოადგენს ამგვარი ცნობადობის დამადასტურებელ რაიმე მტკიცებულებას<sup>19</sup>. ასევე, მოპასუხის განცხადებით ასევე, დაუსაბუთებელია რა უპირატესობებს იღებს შპს „სანტრეიდი“<sup>20</sup>.

ასევე, არ არის წარმოდგენილი სოციოლოგიური კვლევა, რომელიც ადასტურებს შეფუთვათა მსგავსებას ან მომხმარებელთა მხრიდან მათი აღრევის შესაძლებლობას.

მოპასუხე მიუთითებს, რომ შპს „სანტრეიდი“ კანონმდებლობით დადგენილი წესის შესაბამისად ფლობს განსაკუთრებულ უფლებებს „საქპატენტში“ რეგისტრირებულ დიზაინზე, რომელსაც იყენებს თავის შეფუთვაზე<sup>21</sup>. დიზაინი არის გარეგნული იერსახე, შეფუთვა, ხოლო სიტყვიერი ნიშანი („სოდა პიშეაია“ (საკვები სოდა)) არის სასაქონლო ნიშნის ნაწილი და მოპასუხე მომჩივნის სასაქონლო ნიშანს არ იყენებს. იგი აღნიშნავს, რომ ვინაიდან, სიტყვიერი ნიშანი არაგანმასხვავებელუნარიანია, იგი დაცვადიც არ არის და სს „ბაშვირეთის სოდის კომპანიამაც“ ვერ შეძლო ამ ნაწილის დარეგისტრირება. დიზაინის დაცვის ფარგლები კი მოიცავს ჩარჩოს და მთლიან მოხაზულობას, შეფუთვას<sup>22</sup>. აგრეთვე, მოპასუხის მითითებით, მომჩივნის საერთაშორისო სასაქონლო ნიშანს საქართველოში არ აქვს დაცვა მინიჭებული<sup>23</sup>.

<sup>18</sup> მოკვლევის ჯგუფის ხელმძღვანელის მიერ 2024 წლის 23 იანვრის N03/63 მოხსენებითი ბარათით წარდგენილი სხდომის ოქმი N1 და შესაბამისი აუდიო ჩანაწერები.

<sup>19</sup> შპს „სანტრეიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 9:00-10:08 წუთები

<sup>20</sup> შპს „სანტრეიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 10:17-10:43 წუთები

<sup>21</sup> შპს „სანტრეიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 10:48-11:13 წუთები

<sup>22</sup> შპს „სანტრეიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 14:35-14:53; 15:23-15:50 წუთები

<sup>23</sup> შპს „სანტრეიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 28:44-29:45 წუთები

მოპასუხე აღნიშნავს, რომ მათ მიერ გამოყენებული შეფუთვა ექცევა „საქპატენტში“ რეგისტრირებული დიზაინის დაცვის ფარგლებში. მიუთითებს რა, რომ ფერადი ჩარჩო მათ შეფუთვაზე ემთხვევა მათ რეგისტრირებულ დიზაინს, ფერთა გამა იდენტურია, შესაბამისად, დიზაინის იერსახე დაცულია. ამდენად, მოპასუხის მოსაზრებით, მათ მიერ გამოყენებული შეფუთვა უახლოვდება არა მომჩივნის სასაქონლო ნიშანს, არამედ „საქპატენტში“ რეგისტრირებულ დიზაინს, რომელზეც შპს „სანტრედი“ ფლობს განსაკუთრებულ უფლებებს. მხარე აღნიშნავს, რომ მათ შეფუთვაში გამოყენებულია რეგისტრირებული დიზაინის ელემენტები, რასაც კანონი არ კრძალავს და ის ფაქტი, რომ მოპასუხე დიზაინის ცალკეულ ელემენტებს (დათუნის გამოსახულებას) არ იყენებს შეფუთვაში, არ არის დარღვევა. მოპასუხე კითხვაზე იყენებს თუ არა რეგისტრირებული დიზაინისგან განსხვავებულ შეფუთვას, წარმომადგენელმა უპასუხა, რომ ზუსტად არ აქვს ინფორმაცია აღნიშნულის თაობაზე.

როგორც მოპასუხე უთითებს, შპს „სანტრედი“ შეფუთვაზე რუსული წარწერის არსებობა განპირობებულია იმით, რომ ეს წარწერა არის დიზაინის ელემენტი და იგი რეგისტრირებულია, შესაბამისად, მის გამოყენებაში შედავება შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სასამართლო გააუქმებს დიზაინის რეგისტრაციას<sup>24</sup>.

დამატებით აღნიშნა, რომ სააგენტოში საჩივრის შეტანის შემდგომ მომჩივანმა სასამართლოსაც მიმართა სარჩელით და მოითხოვა დიზაინის რეგისტრაციის გაუქმება, რაც მოპასუხის აზრით ნიშნავს, რომ მომჩივანმა თავად აღიარა დიზაინზე რეგისტრაციის არსებობა. შესაბამისად, მოპასუხისათვის გაუგებარია რატომ დაობს მხარე სააგენტოში არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შესახებ.

### 1.7. გადაწყვეტილების პროექტის გაცნობა და შემაჯამებელი სხდომა

„საქმის მოკვლევის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის N40 ბრძანებით დამტკიცებული პროცედურის 27-ე მუხლის პირველი და მეორე პუნქტების შესაბამისად, მხარეებს შესაბამისი გადაწყვეტილების პროექტი და საქმის მასალები გაეგზავნათ კონფიდენციალურობის დაცვით და ეთხოვათ საკუთარი პოზიციისა და მოსაზრებების წარმოდგენა 2024 წლის 15 აპრილის ჩათვლით.<sup>25</sup>

გადაწყვეტილების პროექტთან დაკავშირებით მხარეებმა სააგენტოში საკუთარი პოზიცია წარმოადგინეს სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადებში. მომჩივანი დაეთანხმა სააგენტოს მიერ მომზადებულ გადაწყვეტილების პროექტს და მასთან დაკავშირებით

<sup>24</sup> შპს „სანტრედიდან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტებითი შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 25:25-26:10 წუთები

<sup>25</sup> სააგენტოს N02/923 და N02/922 წერილები (05.03.2024)



შენიშვნები არ ჰქონია<sup>26</sup>. რაც შეეხება მოპასუხეს, მან წარმოადგინა საკუთარი შეპასუხება/წერილობითი პოზიცია გადაწყვეტილების პროექტთან დაკავშირებით<sup>27</sup>.

მოპასუხე წერილობით პოზიციაში მიუთითებს, რომ მხარეთა მიერ გამოყენებულ შეფუთვებს შორის რაიმე მსგავსება არ დგინდება და ამის დასადასტურებლად არც შესაბამისი მტკიცებულებები არსებობს. ამასთან უთითებს, რომ სასამართლომ 2024 წლის 08 თებერვლის გადაწყვეტილებით დაადგინა, რომ ამ ორ ნიშანს (მოპასუხის დიზაინსა და მომჩივნის სასაქონლო ნიშანს) შორის რაიმე მსგავსება არ არსებობს. გარდა ამისა, მოპასუხე მიუთითებს, რომ საჭირო იყო მტკიცებულების სახით სოციალური კვლევის ან გამოკითხვის არსებობა, რათა დადგენილიყო, რომ საქმის მოკვლევის ფარგლებში განხილული სასაქონლო ნიშანი მომჩივანთან ასოცირდება.

ასევე, მოპასუხის შეფასებით, სალიცენზიო ხელშეკრულების ფარგლებში მისთვის გადაცემული დიზაინი არ არის აღრევამდე მსგავსი მომჩივნის სასაქონლო ნიშნისა, რასაც თავად დიზაინის საქპატენტში რეგისტრაციის ფაქტი ადასტურებს. შპს „სანტრედი“ ასევე, აღნიშნავს, რომ მას უფლება აქვს რეგისტრირებული დიზაინი ოდნავ განსხვავებული ფორმითაც გამოიყენოს.

მოპასუხე წერილობით პოზიციაში ეთანხმება სააგენტოს მიდგომას შესაბამისი ბაზრის პროდუქციულ საზღვრებთან დაკავშირებით, თუმცა აღნიშნავს, რომ ეს საკითხი გაგებულ უნდა იქნას იმგვარად, რომ მხარეები კონკურენტები არიან ნიცის კლასიფიკაციის 30-ე კლასში და, შესაბამისად, მისი დიზაინი უნდა შედარდეს მხოლოდ მომჩივნის 30-ე კლასში რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანს (ფერადი ჩარჩო) და არა საერთაშორისო დონეზე რეგისტრირებულ და საქართველოში მე-5 კლასში დაცულ სასაქონლო ნიშანს. მოპასუხე, ასევე, მიიჩნევს, რომ მომჩივანის ეროვნულ დონეზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშანი არაგანმასხვავებელუნარიანია და ამდენად, არ არის დაცვისუნარიანი, ამიტომაც უპირატესობა მის დიზაინს უნდა მიენიჭოს.

დამატებით, მოპასუხე წერილობით პოზიციაში უთითებს, რომ არასამართლიანია სააგენტოს მიერ განსაზღვრული ჯარიმის ოდენობა, რაც განპირობებულია იმით, რომ ჯარიმის გამოთვლა მოხდა კომპანიის სრული ერთობლივი შემოსავლიდან და არა უშულოდ საკვები სოდის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლიდან.

მხარეთა პოზიციების მიღების შემდგომ, სააგენტოში საქმის მოკვლევის პროცედურის შესაბამისად, 2024 წლის 19 აპრილს გაიმართა შემაჯამებელი სხდომა მხარეების მონაწილეობით<sup>28</sup>. სხდომას ესწრებოდნენ მომჩივანი და მოპასუხე მხარის წარმომადგენლები. შემაჯამებელ სხდომაზე მოკვლევის ჯგუფის ხელმძღვანელმა კიდევ ერთხელ მოკლედ გააცნო მხარეებს სააგენტოს გადაწყვეტილების პროექტის შინაარსი, შუალედური დასკვნა და სარეზოლუციო ნაწილი. ასევე, მოკლედ მიმოიხილა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი წერილობითი პოზიციები და სააგენტოს მოსაზრებები მათზე. მომჩივანი

<sup>26</sup> სააგენტოში შემოსული N01/1709 წერილი (27.03.2024)

<sup>27</sup> სააგენტოში შემოსული N01/2188 წერილი (15.04.2024)

<sup>28</sup> მოკვლევის ჯგუფის ხელმძღვანელის 2024 წლის 22 აპრილის N03/466 მოხსენებითი ბარათით წარდგენილი შემაჯამებელი სხდომის ოქმი და აუდიო ჩანაწერი

მხარის წარმომადგენლებმა კიდევ ერთხელ, ზეპირად, განაცხადეს, რომ სრულად ეთანხმებიან სააგენტოს გადაწყვეტილების პროექტის შინაარსს, ასევე, დამატებით წარმოადგინეს შპს „Fruit Master Group-ის“ გაფრთხილების წერილი, ასევე შპს „გაგა1-ის“, შპს „ალფასა“ და სავაჭრო სახლ „ბაშქიმის“ წერილები. რაც შეეხება მოპასუხეს, შემაჯამებელ სხდომაზე მან კიდევ ერთხელ აღნიშნა, რომ შპს „სანტრეიდის“ მხრიდან არ აქვს ადგილი არაკეთილსინდისიერ ქმედებას - მიუთითა რა, რომ მას დიზაინი რეგისტრირებული აქვს „საქპატენტში“ და კანონი რეგისტრირებულისაგან განსხვავებული (სახეცვლილი) დიზაინის გამოყენების უფლებასაც აძლევს<sup>29</sup>. მოპასუხე მხარემ, ასევე, მიუთითა, რომ მტკიცებულებით ვერ დასტურდება კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესების შელახვის ფაქტი<sup>30</sup>, რის დასადასტურებლადაც წარმოდგენილი უნდა იყოს სოციალური კვლევა ან გამოკითხვა<sup>31</sup>.

შემაჯამებელი სხდომის ოქმი შესაბამის აუდიო ჩანაწერთან ერთად გაგზავნილ იქნა მხარეებთან<sup>32</sup>.

## თავი II. ნორმატიული რეგულირება

### 2.1. კონკურენციის კანონმდებლობა

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

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - „კანონი“) პირველი მუხლის თანახმად, კანონის რეგულირების სფეროდ განისაზღვრება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის პრინციპების დადგენა, რაც, თავის მხრივ, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველია. ამავე კანონის მე-2 მუხლის თანახმად კი, მისი მიზანია, ეკონომიკური აგენტების საქმიანობაში თანასწორუფლებიანობის პრინციპის დაცვა, ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის თავისუფალი დაშვებისთვის სათანადო პირობების შექმნა, სახელმწიფო ხელისუფლების, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლების, მუნიციპალიტეტის ორგანოს, სხვა ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ ბაზარზე შესვლის ადმინისტრაციული, სამართლებრივი და დისკრიმინაციული ბარიერების დაუშვებლობა და ა.შ.

<sup>29</sup> შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი 34:00-34:10 წუთები

<sup>30</sup> შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი 35:30-36:10 წუთები

<sup>31</sup> შემაჯამებელი სხდომის აუდიო ჩანაწერი 37:00-37:10 წუთები

<sup>32</sup> სააგენტოს N01/1626 და 01/1627 წერილები (22.04.2024)

კანონის მიზანია საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაციის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობა, მათ შორის, ეკონომიკურ აგენტებს შორის კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვის დაუშვებლობა და მათ საქმიანობაში თანასწორუფლებიანობის პრინციპის დაცვა. კანონი არ ვრცელდება ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებთან დაკავშირებულ ურთიერთობებზე, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს უფლებები კონკურენციის შეზღუდვისა და აღკვეთისათვის გამოიყენება.

## 2.2. არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის მარეგულირებელი ნორმები

კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, დაუშვებელია არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით კი, არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად ითვლება ეკონომიკური აგენტის ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს, მაგალითად:

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

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

გ) ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტის რეპუტაციის შელახვა (საწარმოზე, პროდუქციაზე, სამეწარმეო და სავაჭრო საქმიანობაზე არასწორი შეხედულების 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, რომ მან დამქირავებლის ინტერესების საწინააღმდეგოდან მომხმარებლის ინტერესების უგულვებელყოფით იმოქმედოს;

ზ) ბოიკოტისაკენ მოწოდება.

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

აღნიშნული დარღვევის სამართლებრივი საფუძვლის აღმოუფხვრელობის ან ამ დარღვევის განმეორების შემთხვევაში – 3%-ს.

### 2.3. არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია ევროკავშირის კანონმდებლობის მიხედვით

არაკეთილსინდისიერ კონკურენციასთან დაკავშირებით, ევროკავშირი იცნობს ორ დირექტივას: 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC დირექტივა, შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ<sup>33</sup> („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,<sup>34</sup> რომელიც შეეხება ბიზნესის წარმომადგენლებს შორის კომერციულ ურთიერთობებს (ე.წ. B2B – business-to-business).

არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ დირექტივის მიზნებისათვის, „ბიზნესსამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკა (შემდეგ - „კომერციული პრაქტიკა“) ნიშნავს მოვაჭრის ნებისმიერ ქმედებას, უმოქმედობას, ქმედების ან წარმომადგენლობის პროცესს, კომერციულ კომუნიკაციას, მათ შორის რეკლამირებას და მარკეტინგს, რომელიც 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

<sup>33</sup> 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.>

<sup>34</sup> 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/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0114>

შესაბამება (პუნქტი 13). თუმცა, ამ დირექტივის დაცვის ობიექტია მომხმარებელი და არა კონკურენტი ეკონომიკური აგენტი.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, 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.

ერთი მხრივ, „შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ“ დირექტივის მე-2 მუხლის „დ“ პუნქტი და მეორე მხრივ, „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, როგორცაა 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 განმხორციელებლის უფლებები და ბუნება, როგორცაა მისი იდენტიზაცია 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.

#### 2.4. ინტელექტუალურ საკუთრებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა

საქართველოს კონსტიტუციის მე-20 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ინტელექტუალური შემოქმედების თავისუფლება უზრუნველყოფილია და ინტელექტუალური საკუთრების უფლება ხელშეუვალია.

საქართველოსა და ევროკავშირის 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 ხელმოწერებიც თავად არიან [...]. ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა მოიცავს არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისგან დაცვას, როგორც ეს სამრეწველო საკუთრების დაცვის პარიზის კონვენციის (1967) (შემდგომში - კონვენცია)<sup>35</sup> 10bis მუხლითაა დარეგულირებული.

სამრეწველო საკუთრების დაცვის პარიზის კონვენციის პირველი მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, კონვენციის მონაწილე სახელმწიფოები ქმნიან სამრეწველო საკუთრების დაცვის კავშირს. იმავე მუხლის მეორე ნაწილის მიხედვით, სამრეწველო საკუთრების დაცვის ობიექტებია: პატენტები, სასარგებლო მოდელები, სამრეწველო დიზაინები, სასაქონლო ნიშნები, მომსახურების ნიშნები, საფირმო სახელწოდებები, წარმოშობის აღნიშვნები და ადგილწარმოშობის დასახელებები, აგრეთვე არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აღკვეთა. აღნიშნული კონვენციის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, სასაქონლო ნიშნების რეგისტრაციაზე განაცხადის შეტანისა და რეგისტრაციის პირობებს კავშირის თითოეულ ქვეყანაში განსაზღვრავს მისი შიდა კანონმდებლობა.

კონვენციის 10bis მუხლი ეხება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას. აღნიშნული მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კავშირის წევრი ქვეყნები ვალდებული არიან,

<sup>35</sup> სამრეწველო საკუთრების დაცვის პარიზის კონვენციას საქართველო მიუერთდა სსრ კავშირის დროს (1965 წ.) აღებული ვალდებულებების გაგრძელების შესახებ დეკლარაციის საფუძველზე, 1994 წლის 18 იანვარს, იხ: <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/287556>

უზრუნველყონ კავშირის ქვეყნების მოქალაქეები არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისაგან ეფექტიანი დაცვით. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს, რომ არაკეთილსინდისიერად ჩაითვლება კონკურენციის ნებისმიერი აქტი, რომელიც ეწინააღმდეგება სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის კეთილსინდისიერ ჩვევებს. მუხლში განმარტებული არ არის, თუ რა იგულისხმება „სამეწარმეო ან კომერციულ პატიოსნებაში“, შესაბამისად, აღნიშნული ტერმინის განმარტება ეროვნული სასამართლოების და ადმინისტრაციული ორგანოების უფლებამოსილებაშია. თუმცა, იმავე მუხლის მე-3 პუნქტი ჩამოთვლის ქმედებებს, რომლებიც ჩაითვლება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად:

ა) ისეთი ხასიათის მქონე ყველა ქმედება, რომელსაც შეუძლია რაიმე გზით გამოიწვიოს აღრევა კონკურენტის დაწესებულების, საქონლის, სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის მიმართ;

ბ) კომერციული საქმიანობისას ისეთი ხასიათის ყალბი განცხადებების გაკეთება, რომლებიც იწვევს კონკურენტის დაწესებულების, საქონლის, სამეწარმეო ან კომერციული საქმიანობის დისკრედიტაციას;

გ) 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.

მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ 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.

პარიზის კონვენციაში არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის საკითხებს, ასევე, ეხება 10ter მუხლი, რომლის შესაბამისად, კავშირის ქვეყნები იღებენ ვალდებულებას, უზრუნველყონ კავშირის სხვა ქვეყნების მოქალაქეებისა და მრეწველების, მწარმოებლებისა და მოვაჭრეების ინტერესების წარმომადგენელი კავშირები და გაერთიანებები მე-9, მე-10 და მე-10bis მუხლებში მითითებული ყველა ქმედების ეფექტიანი აღკვეთის სამართლებრივი საშუალებებით.

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონი აწესრიგებს სასაქონლო, მომსახურებისა და კოლექტიური ნიშნების რეგისტრაციასა და დაცვასთან, აგრეთვე მათ გამოყენებასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. აღნიშნული კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშანი არის სიმბოლო ან სიმბოლოთა ერთობლიობა, რომელიც გამოისახება გრაფიკულად და განასხვავებს ერთი საწარმოს საქონელს ან/და მომსახურებას მეორე საწარმოს საქონლისა ან/და მომსახურებისაგან. იმავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, სიმბოლო შეიძლება იყოს: სიტყვა ან სიტყვები, აგრეთვე ადამიანის სახელი, ასოები, ციფრები, ბგერები, გამოსახულება, სამგანზომილებიანი ფიგურა მათ შორის, საქონლის ფორმა ან შეფუთვა ისევე, როგორც საქონლის სხვა გარეგნული გაფორმება ფერის ან ფერთა კომბინაციის გამოყენებით. ამავე კანონის მე-3 მუხლის მე-3 ნაწილის შესაბამისად,

სასაქონლო ნიშანი დაცულია „საქპატენტში“ მისი რეგისტრაციის ან საერთაშორისო შეთანხმების საფუძველზე.

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშანზე განსაკუთრებული უფლების მქონე პირს შეუძლია აუკრძალოს მესამე პირს მისი თანხმობის გარეშე სამოქალაქო ბრუნვაში გამოიყენოს ისეთი ნიშანი, რომელიც სასაქონლო ნიშანზე განსაკუთრებული უფლების მქონე პირის დაცული სასაქონლო ნიშნის:

ა) იდენტურია და საქონელიც იდენტური;

ბ) იდენტურია, ხოლო საქონელი იმდენად მსგავსია, რომ ჩნდება ამ ნიშნების აღრევის, 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) იდენტური ან მსგავსია და დაცულია სასაქონლო ნიშნის საქართველოში კარგი რეპუტაციის გამო, ამ ნიშნის გამოყენება მესამე პირს დაუმსახურებლად უქმნის ხელსაყრელ პირობებს, ან ზიანს აყენებს სასაქონლო ნიშნის რეპუტაციას ან მის განმასხვავებელუნარიანობას.

საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის - საქპატენტის თავმჯდომარის 2014 წლის 19 აგვისტოს №05 ბრძანებით დამტკიცებული ინსტრუქციის „სასაქონლო ნიშანზე განაცხადის წარდგენისა და რეგისტრაციასთან დაკავშირებული პროცედურის შესახებ“ მე-15 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, იმისათვის, რომ დადგინდეს არსებობს თუ არა რეგისტრაციაზე უარის თქმის კანონის მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის „ი“ ქვეპუნქტით და მე-5 მუხლის „ა“ – „გ“, და „ე“ – „ზ“ ქვეპუნქტებით გათვალისწინებული საფუძვლები, წარდგენილი სიმბოლო უნდა შედარდეს პარიზის კონვენციის 6<sup>ter</sup> მუხლით დაცულ სიმბოლოებს, საქართველოში დაცულ/რეგისტრირებულ გეოგრაფიულ აღნიშვნებს ან ადგილწარმოშობის დასახელებებს, საქართველოში დაცულ/რეგისტრირებულ დიზაინს, საქართველოში დაცულ/რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშნებს და საქპატენტში სარეგისტრაციოდ წარდგენილ სიმბოლოებს.

„დიზაინის შესახებ“ საქართველოს კანონი აღიარებს ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტის - დიზაინის საკუთრების უფლების ხელშეუვალობას; აწესრიგებს დიზაინის შექმნასთან, რეგისტრაციასთან, გამოყენებასთან, სამართლებრივ დაცვასთან და აქედან გამომდინარე უფლებების განხორციელებასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. აღნიშნული კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად დიზაინი არის მთლიანი პროდუქტის ან მისი ნაწილის გამოხატულება, რომელიც გამომდინარეობს თვით პროდუქტის ნიშნებისაგან, მათ შორის, ხაზებისაგან, კონტურებისაგან, ფერებისაგან, ფორმისაგან, ტექსტურისაგან ან/და მასალისაგან, ან პროდუქტის მორთვისაგან. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად პროდუქტი შეიძლება იყოს ნებისმიერი სამრეწველო ან ხელნაკეთი საგანი, მათ შორის, საფუთავი, გაფორმება, გრაფიკული სიმბოლო, ტიპოგრაფიული შრიფტი, შედგენილ პროდუქტში ჩასართავად განკუთვნილი შემადგენელი ნაწილი, კომპიუტერული პროგრამის გარდა. ამავე



კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად დიზაინზე განსაკუთრებული უფლებები წარმოიშობა საქპატენტში რეგისტრაციის შემთხვევაში განაცხადის შეტანის თარიღიდან, ასევე ამ კანონის შესაბამისად, ჰააგის შეთანხმების საფუძველზე საერთაშორისო რეგისტრაციის გავრცელების გზით.

„დიზაინის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30<sup>1</sup>-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად დიზაინზე განსაკუთრებული უფლების დარღვევისას დიზაინზე განსაკუთრებული უფლების მფლობელი უფლებამოსილია მოითხოვოს:

ა) ამ კანონის 26-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ქმედებების აკრძალვა;

ბ) დიზაინზე განსაკუთრებული უფლების დარღვევით სამოქალაქო ბრუნვაში ჩართული ან სამოქალაქო ბრუნვაში ჩართვის მიზნით საქართველოს ტერიტორიაზე შემოტანილი ან დასაწყობებული (შესანახად განთავსებული) პროდუქტის, რომელშიც ჩართულია დიზაინი ან რომლისთვისაც ის გამოიყენება, სამოქალაქო ბრუნვიდან ამოღება;

გ) დიზაინზე განსაკუთრებული უფლების დარღვევით სამოქალაქო ბრუნვაში ჩართული პროდუქტის, რომელშიც ჩართულია დიზაინი ან რომლისთვისაც ის გამოიყენება, განადგურება;

დ) იმ გამოსახულების, ეტიკეტის, ანაბეჭდის, შეფუთვის, შესაფუთი ან სარეკლამო მასალის განადგურება, რომელიც დიზაინის გამოსახულებას შეიცავს ან არის მისი ასლი ან იმიტაცია, მათ შორის ინტერნეტში განთავსებული ისეთი მასალის ან გამოსახულების წაშლა, რომელიც დიზაინის გამოსახულებას შეიცავს;

ე) პროდუქტის, რომელშიც ჩართულია დიზაინი ან რომლისთვისაც ის გამოიყენება, დასამზადებლად განკუთვნილი კლიშეს, მატრიცის, სხვა დანადგარის, ტექნიკური აღჭურვილობისა და იარაღის განადგურება.

საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის - საქპატენტის თავმჯდომარის 2011 წლის 14 დეკემბრის №03 ბრძანებით დამტკიცებული ინსტრუქციის „დიზაინის რეგისტრაციის თაობაზე“ მე-17 მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად არსობრივი ექსპერტიზის დროს განაცხადის განხილვა შეიძლება შეჩერდეს საქპატენტის მიერ, თუ არსებობს დასაბუთებული ვარაუდი, რომ განაცხადით წარდგენილი დიზაინი იდენტურია უფრო ადრინდელი პრიორიტეტის მქონე განაცხადით წარდგენილი დიზაინისა. ამავე მუხლის მე-6 პუნქტის თანახმად ამ მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებულ შემთხვევაში, განაცხადის განხილვა ჩერდება, ვიდრე ბიულეტენში არ გამოქვეყნდება უფრო ადრინდელი პრიორიტეტის მქონე განაცხადით წარდგენილი დიზაინი, ან თუ უფრო ადრინდელი პრიორიტეტის მქონე განაცხადს უარი ეთქმება რეგისტრაციაზე.

ნიშნების საერთაშორისო რეგისტრაციის შესახებ მადრიდის შეთანხმებასთან დაკავშირებული პროტოკოლის მეორე მუხლის თანახმად თუ ნიშნის რეგისტრაციაზე განაცხადი შეტანილი იყო მონაწილე მხარის უწყებაში, ან თუ ნიშანი რეგისტრირებული იყო მონაწილე მხარის უწყების მიერ, პიროვნებას, რომელიც არის ამ განაცხადის განმცხადებელი ან ვის სახელზეც არის ეს რეგისტრაცია, შეუძლია ამ პროტოკოლი დებულებების გათვალისწინებით, უზრუნველყოს მისი ნიშნის დაცვა მონაწილე მხარეების ტერიტორიაზე

ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის საერთაშორისო ბიუროს რეესტრში ამ ნიშნის რეგისტრაციით იმ პირობით, თუ:

- ძირითადი განაცხადი შეტანილი იყო მონაწილე სახელმწიფოს უწყებაში ან ძირითადი რეგისტრაცია გაკეთებული იყო ასეთი უწყების მიერ და პიროვნება, ვის სახელზეც არის ეს განაცხადი, ან რეგისტრაცია, არის ამ მონაწილე სახელმწიფოს მოქალაქე, ან მას გააჩნია მუდმივი საცხოვრებელი ადგილი, ან ნამდვილი და მოქმედი სამრეწველო ან კომერციული დაწესებულება აღნიშნულ მონაწილე სახელმწიფოში;
- ძირითადი განაცხადი შეტანილი იყო მონაწილე ორგანიზაციის უწყებაში ან ძირითადი რეგისტრაცია გაკეთდა ასეთი უწყების მიერ და პიროვნება ვის სახელზეც არის ეს განაცხადი ან რეგისტრაცია, წარმოადგენს მონაწილე ორგანიზაციის წევრი სახელმწიფოს მოქალაქეს ან მას გააჩნია მუდმივი საცხოვრებელი ან ნამდვილი და მოქმედი სამრეწველო ან კომერციული დაწესებულება აღნიშნული მონაწილე ორგანიზაციის ტერიტორიაზე.

პროტოკოლის მე-3<sup>bis</sup> მუხლის თანახმად საერთაშორისო რეგისტრაციის შედეგად წარმოქმნილი დაცვა მონაწილე მხარეზე ვრცელდება მხოლოდ იმ პიროვნების მოთხოვნით, რომელიც საერთაშორისო განაცხადის განმცხადებელი ან საერთაშორისო რეგისტრაციის მფლობელია. ამასთან, არანაირი ასეთი მოთხოვნა არ არის საჭირო იმ მონაწილე მხარის მიმართ, რომლის უწყება წარმოშობის უწყებაა.

## 2.5 საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილებები

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის თანახმად, ამ კანონის მოთხოვნათა დაცვასა და შესრულებაზე უფლებამოსილების მქონე ორგანოა დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო.

სააგენტოს ძირითადი ამოცანაა კონკურენციის პოლიტიკის განხორციელება, საქართველოში კონკურენციის განვითარების ხელშემწყობი პირობების შექმნა, დაცვა და ამ მიზნით ყველა ტიპის ანტიკონკურენტული შეთანხმებისა და ქმედების დაუშვებლობა.

კანონის მე-18 მუხლის 1-ელი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის 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 წარმოუდგენლობისათვის.

ამასთან, კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ“<sup>2</sup> ქვეპუნქტის თანახმად, სააგენტო უფლებამოსილია, ეკონომიკურ აგენტს წარუდგინოს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები, ხოლო მე-17<sup>2</sup> მუხლის „ე“ ქვეპუნქტის შესაბამისად,

სააგენტოს ერთ-ერთი ფუნქციაა მიღებული გადაწყვეტილებებისა და გაცემული რეკომენდაციების შესრულების მონიტორინგი.

„საქმის მოკვლევის წესისა და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის №40 ბრძანებით დამტკიცებული წესის მე-6 მუხლის თანახმად, სააგენტო საქმის მოკვლევის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ იწყებს საქმის მოკვლევას და იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას 6 თვის ვადაში. საქმის მოკვლევა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია გაგრძელდეს სააგენტოს მიერ განსაზღვრული ვადით, მაგრამ არაუმეტეს 18 თვისა.

აღნიშნული წესის მე-4 მუხლის მიხედვით, სააგენტოს მიერ საქმის მოკვლევის განხორციელების პროცესში მიღებული გადაწყვეტილებები და კვლევები საჯაროა, გარდა კანონის მე-20 მუხლით განსაზღვრული კონფიდენციალური ინფორმაციისა.

### თავი III. შესაბამისი ბაზარი

#### 3.1. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები

შესაბამისი ბაზარი არის საქონლის, ურთიერთჩანაცვლებადი საქონლის ან მომსახურების მიმოქცევის სფერო გარკვეულ ტერიტორიაზე, რომლის საზღვრებიც დგინდება საქონლის/მომსახურების შექმნის 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. სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N37 ბრძანებით დამტკიცებული „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების“ (შემდგომში - „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები“) მე-5 მუხლის 1-ელი 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.

კონკურენციის კანონმდებლობის მიზნებისათვის, საანგარიშო პერიოდში, სს „ბაშკირ სოდა კომპანია“ და შპს „სან ტრეიდი“ წარმოადგენენ ეკონომიკურ აგენტებს. იმის დასადგენად, არიან თუ არა აღნიშნული კომპანიები ერთმანეთის კონკურენტები, საჭიროა განისაზღვროს ის შესაბამისი ბაზარი, რომელზეც ისინი ოპერირებენ.

„ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების“ მე-8 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, შესაბამისი ბაზრის პროდუქციულ საზღვრებში ექცევა ყველა საქონელი ან მომსახურება, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს ურთიერთჩანაცვლებადად ამ საქონლის/მომსახურების მახასიათებლებიდან, ფასებიდან და მათი გამოყენების მიზნებიდან გამომდინარე.

აღნიშნული მოკვლევის ფარგლებში სააგენტოს მიზანს წარმოადგენს არა ზუსტი პროდუქციული საზღვრების დადგენა, არამედ იმის განსაზღვრა, მოქმედებენ თუ არა მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტები ერთსა და იმავე ბაზარზე და წარმოადგენენ თუ არა ერთმანეთის კონკურენტებს. ამ კუთხით, ძირითად მექანიზმს წარმოადგენს ეკონომიკური აგენტების მხრიდან მომხმარებლისათვის შეთავაზებული პროდუქციის შესახებ ინფორმაციის ანალიზი.

აღნიშნული ინფორმაციის დამუშავებით, მნიშვნელოვანია დადგინდეს, თუ რამდენად შეიძლება იყოს სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მხრიდან მომხმარებლისთვის შეთავაზებული პროდუქცია, ან ამ პროდუქციის ნაწილი, მომხმარებლის მიერ აღქმული, როგორც ჩანაცვლებადი იმ პროდუქციის, ან პროდუქციის ნაწილისა, რომელსაც მას შპს „სანტრედი“ სთავაზობს (ან სთავაზობდა განსახილველ პერიოდში).

კომპანიების მიერ შეთავაზებული პროდუქტის ანალიზის შედეგად ირკვევა, რომ ორივე მათგანი ახორციელებს ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდა) რეალიზაციას. კერძოდ, სს „ბაშკირ სოდა კომპანია“ არის ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდა) მწარმოებელი და რეალიზატორი, ხოლო შპს „სან ტრედი“ არის იმავე პროდუქციის იმპორტიორი და რეალიზატორი, რაც ადასტურებს ამ კომპანიების მიერ შეთავაზებული პროდუქციის ურთიერთჩანაცვლებადობას, ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდა) რეალიზების სფეროში.

მოცემულ შემთხვევაში, უშუალოდ მხარეებიც თანხმდებიან იმაზეც, რომ ისინი ერთმანეთის კონკურენტები არიან. შესწავლილი ინფორმაციის საფუძველზე, აღნიშნულს იზიარებს სააგენტოც. კომპანიების მიერ შეთავაზებული პროდუქციის ანალიზი ცხადყოფს, რომ მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტები მოქმედებენ იდენტურ სასაქონლო ბაზარზე და წარმოადგენენ ერთმანეთის კონკურენტებს პროდუქციული ნიშნით **ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდის) რეალიზაციის ბაზარზე.**

### 3.2. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები

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

იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ ზემოხსენებულ კომპანიათა ძირითად საქმიანობას წარმოადგენს ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდა) რეალიზაცია მთელი საქართველოს ფარგლებში, ბაზრის გეოგრაფიულ საზღვრად მიჩნეულ იქნა საქართველოს მთლიანი ტერიტორია. შესაბამისად, ისინი ბაზრის გეოგრაფიულ ჭრილშიც მიჩნეულ იქნენ კონკურენტებად.

### 3.3. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩოები

ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდა) რეალიზაციის ბაზარი არ წარმოადგენს სეზონური ხასიათის ბაზარს და ფუნქციონირებს მთელი წლის განმავლობაში. ამ ბაზარზე არ შეინიშნება რაიმე სახის წყვეტა წელიწადის დროების მიხედვით. აქედან გამომდინარე, მას არ გააჩნია რაიმე სახის დროითი ჩარჩო.

## თავი IV. სამოტივაციო ნაწილი

### 4.1. „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მოქმედების სფერო

არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია აკრძალულია კანონის 11<sup>3</sup> მუხლით, რომელიც არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას განმარტავს როგორც ისეთ ქმედებას, რაც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესებს. ამავე მუხლში მოცემულია იმ ქმედებების სამაგალითო (და არა ამომწურავი) ჩამონათვალიც, რომელთა განხორციელებაც ითვლება არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად. წინამდებარე საქმის მოკვლევის ფარგლებში მომჩივნის მიერ დასმული საკითხი (კონკრეტულად, მისი კუთვნილი სასაქონლო ნიშნის იდენტური შეფუთვის გამოყენება მოპასუხის მიერ) შედის აღნიშნულ ჩამონათვალში. კერძოდ, კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის „დ“ ქვეპუნქტის თანახმად, არაკეთილსინდისიერად მიიჩნევა „კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება“.

კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის შესაბამისად ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად დაკვალიფიცირებისთვის საჭიროა შემდეგი პირობების კუმულატიურად არსებობა:

- ა) ქმედება უნდა ეწინააღმდეგებოდეს საქმიანი ეთიკის ნორმებს;
- ბ) ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს;
- გ) ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს.

(ა) **წინააღმდეგობა საქმიანი ეთიკის ნორმებთან** - „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, ისევე, როგორც, ზოგადად, ქართული კანონმდებლობა, არ განმარტავს, კონკრეტულად რა მოიაზრება „საქმიანი ეთიკის ნორმებში“. თუმცა სააგენტოს პრაქტიკის

შესაბამისად, საქმიანი ეთიკის ნორმები ირღვევა, როდესაც ეკონომიკური აგენტის ქცევა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს. აღნიშნული პრინციპი წარმოადგენს კერძოსამართლებრივი ურთიერთობების ზოგად და ფუნდამენტურ ქცევის სტანდარტს. კეთილსინდისიერების პრინციპის განმარტება საკანონმდებლო დონეზე არ არსებობს, თუმცა საქართველოს უზენაესი სასამართლო აღნიშნავს, რომ ზოგადად ყველა მართლწესრიგი სამართლის სუბიექტთა ქცევის წესს კეთილსინდისიერების პრინციპზე აფუძნებს და ამ პრინციპს ნორმატიულ კონცეფციად განიხილავს - „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<sup>36</sup>“.

გამომდინარე იქედან, რომ კეთილსინდისიერების პრინციპის ერთიანი, უნივერსალური განმარტება არ არსებობს, მისი შეფასება უნდა მოხდეს ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში ინდივიდუალურად, კონკრეტული საქმის გარემოებების გათვალისწინებით.

აქვე აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის სასამართლო პრაქტიკით სასაქონლო ნიშნის კეთილსინდისიერად გამოყენებასთან დაკავშირებით განმარტებულია, რომ *“მხარის ქცევა არ შეესაბამება კეთილსინდისიერ პრაქტიკას (honest practices in industrial and commercial matter), თუ ის განხორციელებულია იმგვარად: რომ ქმნის შთაბეჭდილებას, თითქოს არსებობს კავშირი ამ მხარესა და სასაქონლო ნიშნის მფლობელს შორის; სასაქონლო ნიშნის განმასხვავებელი ბუნებისგან ან რეპუტაციისგან დაუმსახურებელ სარგებელს იღებს, ... ან როცა მხარე წარადგენს თავის პროდუქტს ისეთი სასაქონლო ნიშნით, რომლის მფლობელიც თავად არ არის<sup>37</sup>“.*

**(ბ) კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების ინტერესების შელახვა** - კანონის მე-3 მუხლის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, კონკურენტ ეკონომიკურ 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.

**(გ) მომხმარებელთა ინტერესების შელახვა** - „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი არ იცნობს სპეციალურ ცნებას „მომხმარებელი“, თუმცა აღნიშნული ტერმინი განმარტებულია „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N37 ბრძანებით დამტკიცებული მითითებების მე-2 მუხლის „ვ“ ქვეპუნქტში. კერძოდ, მომხმარებელი არის „პირი, რომელიც

<sup>36</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2017 წლის 17 თებერვლის გადაწყვეტილება საქმეზე Nსს-1184-1145-2016

<sup>37</sup> Case C-228/03 Gillette ECLI:EU:C:2005:177, პარ. 49.

პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს პროდუქციას/მომსახურებას“: ამდენად, კონკურენციის კანონმდებლობა მომხმარებლად მიიჩნევს როგორც ფიზიკურ ასევე, იურიდიულ პირს.

## 4.2. ქმედების შეფასება

სააგენტოს მიერ ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად დაკვალიფიცირებისთვის, პირველ რიგში, აუცილებელია განსაზღვრულ იქნეს უშუალოდ ის ქმედება, რომელიც შემდგომში გაანალიზებულ იქნება კანონის 11<sup>3</sup> მუხლით დადგენილი წინაპირობების გათვალისწინებით.

მომჩივანის მიერ საქმის მოკვლევის ფარგლებში დასმული საკითხი ეხება კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტს (*კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება*), კერძოდ, სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანია“ მიუთითებს, რომ მოპასუხე შპს „სანტრეიდის“ მხრიდან ადგილი აქვს მისი კუთვნილი სასაქონლო ნიშნის მსგავსი შეფუთვის გამოყენებას მოპასუხის პროდუქტზე (საკვებ სოდაზე).

საქმის მოკვლევის ფარგლებში დადგენილია, რომ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანია“ ფლობს განსაკუთრებულ უფლებებს საერთაშორისო (იხ. სურათი 1<sup>38</sup>) და ეროვნულ დონეზე (იხ. სურათი 2<sup>39</sup>) რეგისტრირებულ ორ სასაქონლო ნიშანზე (პირველი მათგანი საქართველოს ტერიტორიაზე დაცულია მადრიდის პროტოკოლის საფუძველზე, ხოლო მეორე სასაქონლო ნიშანი რეგისტრირებულია საქპატენტში (ნიშნების რეგისტრაციის გადამოწმება შესაძლებელია „საქპატენტის“ ოფიციალურ ვებგვერდსა და WIPO-ს ონლაინ საძიებო სისტემაში (Madrid Monitor)).

საერთაშორისო სასაქონლო ნიშანი N1242730 რეგისტრირებულია 05 კლასის<sup>40</sup> საქონელზე, ხოლო N23645 სასაქონლო ნიშანი რეგისტრირებულია 30 კლასისთვის<sup>41</sup> და მასზე უფლებები მომჩივანს შესაბამისი ლიცენზიის საფუძველზე აქვს გადაცემული.

<sup>38</sup> წინამდებარე გადაწყვეტილების მე-5 გვერდი

<sup>39</sup> წინამდებარე გადაწყვეტილების მე-5 გვერდი

<sup>40</sup> საქონლისა და მომსახურების საერთაშორისო კლასიფიკაციის დასათაურებების (ნიცის კლასიფიკაცია 12-ე რედაქცია) შესაბამისად - „ფარმაცევტული, სამედიცინო და ვეტერინარული პრეპარატები; სამედიცინო დანიშნულების ჰიგიენური პრეპარატები; სამედიცინო ან ვეტერინარული გამოყენებისთვის ვარგისი დიეტური საკვები და ნივთიერებები, საკვები ჩვილებისთვის; დიეტური დანამატები ადამიანებისა და ცხოველებისთვის; ლეიკოპლასტი, სახვევი მასალა; კბილების დასამაგრებელი მასალა, სტომატოლოგიური ცვილი; სადეზინფექციო საშუალებები; მავნე მწერების გასანადგურებელი პრეპარატები; ფუნგიციდები, ჰერბიციდები“.

<sup>41</sup> საქონლისა და მომსახურების საერთაშორისო კლასიფიკაციის დასათაურებების (ნიცის კლასიფიკაცია 12-ე რედაქცია) შესაბამისად - „ყავა, ჩაი, კაკაო და მათი შემცველები; ბრინჯი, მაკარონი და ატრია; ტაპიოკა და საგო; ფქვილი და მარცვლეულის პროდუქტი; პური, ცომეული საკონდიტრო ნაწარმი და ტკბილეული საკონდიტრო ნაწარმი; შოკოლადი; ნაყინი, ხილის ნაყინი და სხვა საკვები ყინული; შაქარი, თაფლი, შავი ბადაგი საკვებისთვის; საფუარი, გამაფხვიერებელი საცხობი ფხვნილები; მარილი, სანელებლები, სუნელები, დაკონსერვებული მწვანელი; ძმარი, საწებლები და სხვა საკაზმი; ყინული (გაყინული წყალი)“.

რაც შეეხება მოპასუხე შპს „სანტრეიდს“, განსაკუთრებული უფლებები საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ დიზაინზე (საიდ. N916/4; რეგ. N697) (იხ. სურათი 3<sup>42</sup>) მას გადაცემული აქვს შპს „Fruit Master Group“-თან გაფორმებული ლიცენზიის შესახებ ხელშეკრულების საფუძველზე. წარმოების ფარგლებში მოპასუხის მიერ სააგენტოში წარმოდგენილ იქნა მის მიერ გამოყენებული ფაქტობრივად გამოყენებული შეფუთვის ფოტო-ნიმუშებიც (სურათი 6 და სურათი 7).



სურათი 6. სურათი 7.

მომჩივანი მიუთითებს, რომ მოპასუხე შპს „სანტრეიდი“ მის მიერვე წარმოებული/რეალიზებული საკვები სოდის შეფუთვაზე იყენებს არა „საქპატენტში“ თავის სახელზე რეგისტრირებულ დიზაინს (სურათი 3), არამედ მომჩივანის სასაქონლო ნიშნის (სურათი 1) იდენტურ შეფუთვისას. აღნიშნულის დასადასტურებლად სს „ბაშვირეთის სოდის კომპანიამ“ საჩივართან ერთად წარმოადგინა შპს „სანტრეიდის“ პროდუქციის შეფუთვის ამსახველი ფოტო-მასალა. ასევე, სააგენტოს ნივთიერი მტკიცებულების სახით წარმოუდგინა მოპასუხის პროდუქტი (საკვები სოდის ერთი შეკვრა) (სურათი 8)<sup>43</sup>, რომლის შეფუთვაზეც მწარმოებლად მითითებულია შპს „სანტრეიდი“ (თუმცა, მოპასუხის განმარტებით, იგი მხოლოდ იმპორტირებული ნედლეულის შეფუთვისას ახორციელებს და უშუალოდ არ აწარმოებს ნატრიუმის ბიკარბონატს).



<sup>42</sup> წინამდებარე გადაწყვეტილების მე-5 გვერდი

<sup>43</sup> 2023 წლის 5 დეკემბრის N03/1040 და 11 დეკემბრის N03/1067 მოხსენებითი ბარათები



**სურათი 8. შპს „სანტრეიდის“ მიერ რეალიზებული საკვები სოდის შეფუთვა**



**სურათი 9. სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ მიერ წარმოებული/რეალიზებული საკვები სოდის შეფუთვა**

ქმედებას, რომელზეც სააგენტო მსჯელობს, წარმოადგენს შპს „სანტრეიდის“ მიერ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ გარეგნული იერსახის, ამ შემთხვევაში, სასაქონლო ნიშნის, მითვისება, კერძოდ, სასაქონლო ნიშნის მსგავსი ვიზუალის გამოყენება შეფუთვაზე. კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მიზნებისთვის, მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების გარეგნულ იერსახეებს შორის მსგავსების დადგენის მიზნით, აუცილებელია ორივე ეკონომიკური აგენტის იერსახის (შეფუთვა და სასაქონლო ნიშანი) შედარება და შეფასება შესაბამისი კრიტერიუმებით.

კონკურენციის სამართალი არ ითვალისწინებს ეკონომიკური აგენტების გარეგნული იერსახის (ამ შემთხვევაში, სასაქონლო ნიშნის) შედარების კრიტერიუმებს. სააგენტოს პრაქტიკით, კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის მიზნებისთვის, გარეგნული იერსახის შედარებისას სააგენტო ეყრდნობა ინტელექტუალური საკუთრების, კერძოდ, სასაქონლო ნიშნების, სამართლით დადგენილ შედარების კრიტერიუმებს, რომელიც აწესებს ეკონომიკური აგენტების იერსახის (სასაქონლო ნიშნების) შედარების მაღალ სტანდარტს. ამასთან, ევროკავშირში ჩამოყალიბებული პრაქტიკის თანახმად, მომხმარებლის მიერ სასაქონლო ნიშნის აღრევის ალბათობაც განიხილება შედარების ერთ-ერთ კრიტერიუმად და ზემოთ მითითებული მუხლის მიზნებისთვის მნიშვნელოვანია იმის დადგენა, რომ ერთი ეკონომიკური აგენტი მეორე კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის იერსახის (სასაქონლო ნიშნის) მითვისებით ქმნის მომხმარებლის მხრიდან აღრევის (ან ასოცირების შედეგად აღრევი) რისკს.

აღნიშნულის გათვალისწინებით, მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის ქმედების ელემენტების (წინააღმდეგობა კეთილსინდისიერების პრინციპთან, კონკურენტის ინტერესების შელახვა, მომხმარებლის ინტერესების შელახვა) შეფასებამდე, მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების გარეგნული იერსახეების შედარება და მათ შორის მსგავსების დადგენა უნდა მოხდეს მათ შორის ინტელექტუალური საკუთრების სამართლით

დადგენილი მაღალი სტანდარტის ჭრილში. აღნიშნული მიზნით, სააგენტომ მიზანშეწონილად მიიჩნია, მოეხდინა შედარება მხედველობითი, ფონეტიკური და სემანტიკური მსგავსების საერთო კრიტერიუმებით.

საქართველოს კონსტიტუციის მე-20 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ინტელექტუალური შემოქმედების თავისუფლება უზრუნველყოფილია და ინტელექტუალური საკუთრების უფლება ხელშეუვალია. „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონი აწესრიგებს სასაქონლო, მომსახურებისა და კოლექტიური ნიშნების რეგისტრაციასა და დაცვასთან, აგრეთვე, მათ გამოყენებასთან დაკავშირებულ ურთიერთობებს. აღნიშნული კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, „სასაქონლო ნიშანი არის სიმბოლო ან სიმბოლოთა ერთობლიობა, რომელიც გამოისახება გრაფიკულად და განასხვავებს ერთი საწარმოს საქონელს ან/და მომსახურებას მეორე საწარმოს საქონლისა ან/და მომსახურებისაგან“. იმავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, „სიმბოლო შეიძლება იყოს: „სიტყვა ან სიტყვები, აგრეთვე ადამიანის სახელი, ასოები, ციფრები, ბგერები, გამოსახულება, სამგანზომილებიანი ფიგურა მათ შორის, საქონლის ფორმა ან შეფუთვა ისევე, როგორც საქონლის სხვა გარეგნული გაფორმება ფერის ან ფერთა კომბინაციის გამოყენებით“.

„სასაქონლო ნიშანზე განაცხადის წარდგენისა და რეგისტრაციასთან დაკავშირებული პროცედურების შესახებ ინსტრუქციის დამტკიცების თაობაზე“ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის – საქპატენტის თავმჯდომარის 2014 წლის 19 აგვისტოს N05 ბრძანებით დამტკიცებულია სასაქონლო ნიშანზე განაცხადის წარდგენისა და რეგისტრაციასთან დაკავშირებული პროცედურების შესახებ ინსტრუქცია. ინსტრუქციის მე-15 მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშნების შედარების დროს სიმბოლოების მსგავსების დადგენის ძირითადი კრიტერიუმი შეიძლება იყოს სიმბოლოების სმენითი (ფონეტიკა, მუსიკალური ჟღერადობა), მხედველობითი (გრაფიკა, ფერთა შეხამება), აზრობრივი (სემანტიკა, არსი) მსგავსება. სიმბოლოების შედარებისას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება საერთო შთაბეჭდილებას.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, მომჩივანი განსაკუთრებულ უფლებებს ფლობს ორ სასაქონლო ნიშანზე (სურათი 1 და სურათი 2).

ეროვნულ დონეზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშანი (რეგ. N23645) შედგება ოთხკუთხედი გამოსახულებითი ელემენტისგან - ჩარჩოსგან, რომელიც მოიცავს წითელ, ნარინჯისფერ და ყვითელ, ერთი და იმავე ზომის ხაზებს, მომრგვალებული კუთხეებით და შუაში არის თეთრი ფონი.

საერთაშორისო დონეზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშანიც (რეგ. N1242730), ასევე, მოიცავს ოთხკუთხედ გამოსახულებით ელემენტს - წითელ, ნარინჯისფერ და ყვითელ, ერთი და იმავე ზომის ხაზებით შედგენილ ჩარჩოს მომრგვალებული კუთხეებით, რომლის შუაშიც არის თეთრი ფონი. ამასთან, თეთრი ნაწილის ზედა მხარეს შესრულებულია წარწერა შავი ფერის ასოებით, კირილიცას ფონტით - „ნატრი დვუუგლეკისლი“ (ითარგმნება როგორც ნატრიუმის ბიკარბონატი (საკვები სოდა)). ამავე თეთრი ფონის ცენტრში განთავსებულია შავი

ფერის წარწერა - „სოდა პიშევაია“ (ითარგმნება როგორც „საკვები სოდა“). სიტყვიერი ნაწილი შესრულებულია თეთრხაზოვანი ასოებით, რაც სიტყვებზე მოცულობითი ვიზუალის შთაბეჭდილებას ქმნის. თეთრი ფონის ქვედა მხარეს კირილიცას ფონტით შავი ასოებით შესრულებულია წარწერა „GOST 2156-76“ (სახელმწიფოთაშორისი სტანდარტი (გოსტ)).

შპს „სანტრეიდმა“ სააგენტოში გამართულ ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრაზე განაცხადა, რომ კომპანია იყენებს საქპატენტში რეგისტრირებულ დიზაინს<sup>44</sup>, თუმცა საქმის მოკვლევის ფარგლებში დადგენილია, რომ ის იყენებს არა მხოლოდ კუთვნილ დიზაინს, არამედ მომჩივანის სასაქონლო ნიშნების (სურათი 1 და სურათი 2) მსგავს, თითქმის იდენტურ შეფუთვასაც, რომელიც მოიცავს შემდეგ ვიზუალურ მახასიათებლებს: ოთხკუთხედი ფორმის ჩარჩო წითელ, ნარინჯისფერ და ყვითელ ფერებში, მომრგვალებული კუთხეებით, რომლის შუაშიც არის თეთრი ფონი. ამასთან, თეთრი ნაწილის ზედა მხარეს შესრულებულია წარწერა შავი ფერის ასოებით, კირილიცას ფონტით - „ნატრი დეჟუგლეკისლი“ (ითარგმნება როგორც ნატრიუმის ბიკარბონატი (საკვები სოდა) (sodium bicarbonate)). ამავე თეთრი ფონის ცენტრში განთავსებულია შავი ფერის წარწერა - „სოდა ხარჩოვა“ ან „სოდა პიშევაია“. თეთრი ფონის ქვედა ნაწილში დატანილია პროდუქტის მოცულობის აღმნიშვნელი რიცხვი - 500 გ. მოპასუხე შპს „სანტრეიდს“ არ წარმოუდგენია დასაბუთებული შეპასუხება, არ უარყვია ამ შეფუთვის გამოყენების ფაქტი და ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრაზეც ვერ შეძლო პასუხი გაეცა კითხვაზე, იყენებს თუ არა იგი წინამდებარე აბზაცში აღწერილ, საკუთარი დიზაინისგან განსხვავებულ შეფუთვას<sup>45</sup>.

მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში, სააგენტომ დეტალურად შეისწავლა მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების მიერ საკვები სოდის შეფუთვაზე გამოყენებული ვიზუალის მსგავსებები. აღნიშნულის გათვალისწინებით, სააგენტო საქმის გარემოებების შესწავლის შედეგად აღნიშნავს, რომ ორივე მხარის მიერ გამოყენებული პროდუქტის შეფუთვა მოიცავს შემდეგ იდენტურ ნიშნებს:

1) წითელი, ნარინჯისფერი და ყვითელი ხაზებით შედგენილი ჩარჩო მომრგვალებული კუთხეებით, რომლის შუაშიც არის თეთრი ფონი.

2) თეთრი ფონის ზედა მხარეს შესრულებულია წარწერა შავი ფერის ასოებით, კირილიცას ფონტით - „ნატრი დეჟუგლეკისლი“ (ითარგმნება როგორც ნატრიუმის ბიკარბონატი (საკვები სოდა) (sodium bicarbonate)).

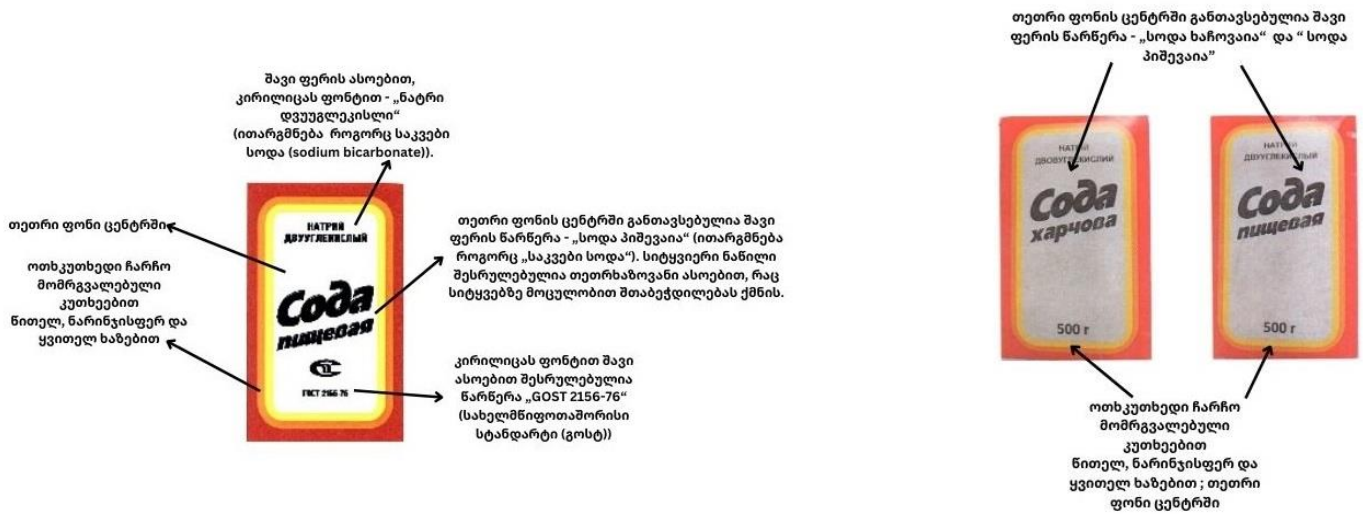
3) ამავე თეთრი ფონის ცენტრში განთავსებულია შავი ფერის წარწერა - „სოდა პიშევაია“ (ითარგმნება როგორც „საკვები სოდა“) (მოპასუხეს ასევე გამოყენებული აქვს წარწერა „სოდა ხარჩოვა“, რომელიც ასევე ითარგმნება როგორც საკვები სოდა).

<sup>44</sup> შპს „სანტრეიდთან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 10:51-11:55 და 13:01- 13:25 წუთები

<sup>45</sup> შპს „სანტრეიდთან“ გამართული ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრის აუდიო ჩანაწერი 16:00-16:10 წუთები

განსხვავებას ზემოთ შედარებულ შეფუთვებს შორის წარმოადგენს ცენტრში შესრულებული სიტყვიერი ნაწილის - „ნატრი დეფუგლეკისლი“ (ითარგმნება როგორც ნატრიუმის ბიკარბონატი (საკვები სოდა) (sodium bicarbonate)) - შესრულების სტილი. კერძოდ, მომჩივანის შეფუთვის შემთხვევაში აღნიშნული სიტყვიერი ნაწილი შესრულებულია მოცულობითი ვიზუალის მქონე ასოებით, ხოლო მოპასუხის მიერ გამოყენებული ფონტი არ მოიცავს მოცულობის მიმნიჭებელ ვიზუალს. ასევე, მომჩივანის შემთხვევაში, თეთრი ფონის ქვემოთ მითითებულია სახელმწიფოთაშორისი სტანდარტი (გოსტ), რაც მოპასუხესთან არ გვხვდება.

აღნიშნული განსხვავებები არ წარმოადგენს ისეთ შესამჩნევ სხვაობას, რომ მომხმარებელმა შეძლოს ამ ორი შეფუთვის ერთმანეთისგან გარჩევა. ძირითადი ელემენტები (ფერადი ჩარჩო და ცენტრში წარწერა) ორივე მხარის პროდუქტის შეფუთვას ზუსტად იდენტური აქვს და ისინი მომხმარებლის შესაძლოა ვერ იქნეს აღქმული სხვადასხვა კომპანიის პროდუქტად.



შედარების ფონეტიკური კრიტერიუმის მხრივ, ორივე შეფუთვაში გამოყენებული სიტყვიერი ნაწილი („ნატრი დეფუგლეკისლი“; „სოდა პიშევაია“) არის იდენტური ჟღერადობისა და ასევე, სემანტიკური კრიტერიუმის ჭრილში - ორივე მხარის შეფუთვის შინაარსი ერთნაირია.

ზემოთ აღნიშნული შედარებითი კრიტერიუმების გამოყენებით, მომჩივანის სასაქონლო ნიშანსა (რეგ. N1242730) და მოპასუხე მხარის პროდუქტის შეფუთვას შორის, მათი საერთო გამოსახულებითი და სიტყვიერი ელემენტებიდან გამომდინარე, დგინდება ისეთი ვიზუალური მსგავსება, რომ ისინი თითქმის იდენტურად შეიძლება იქნეს აღქმული.

„სასაქონლო ნიშანზე განაცხადის წარდგენისა და რეგისტრაციასთან დაკავშირებული პროცედურების შესახებ ინსტრუქციის დამტკიცების თაობაზე“ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის – საქპატენტის თავმჯდომარის 2014 წლის 19 აგვისტოს N05 ბრძანების მე-15 მუხლის მე-5

პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშნების შედარებისას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება საერთო შთაბეჭდილებას. შედარებული იერსახეები თითქმის იდენტურია, შესაბამისად, მათი შედარებისას ვერ იარსებებს განსხვავებული საერთო შთაბეჭდილება.

შუალედური დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ მომჩივნის სასაქონლო ნიშნისა (რეგ. N1242730) და მოპასუხე მხარის პროდუქტის სადავო შეფუთვის მხედველობითი, ფონეტიკური და სემანტიკური შედარების კრიტერიუმის გამოყენებით, ასევე, საერთო მახასიათებლების გათვალისწინებით, შედარებული იერსახეები ძალზედ მსგავსი, თითქმის იდენტურია და ამკარაა, რომ არსებობს რისკი იმისა, რომ მომხმარებლის მხრიდან საერთო შთაბეჭდილება იქნეს შექმნილი მათზე და ორივე მხარის პროდუქტი აღქმული იქნეს, როგორც ერთი და იგივე პროდუქტი.

იერსახეების მსგავსების შედარებისას, ასევე, გასათვალისწინებელია, რომ მომჩივნისა და მოპასუხის პროდუქტები წარმოადგენს იდენტურ პროდუქტს (საკვები სოდა). საერთაშორისო პრაქტიკით, კერძოდ, ევროკავშირის სასაქონლო ნიშნების შესახებ რეგულაციის (EU Trademark Regulation - EUTMR) 8 (1 (b)) მუხლით განსაზღვრულია, რომ განაცხადი (სასაქონლო ნიშნის შესახებ) არ უნდა დარეგისტრირდეს, თუ ადრინდელ სასაქონლო ნიშანთან მისი იდენტურობის ან მსგავსების გამო და სასაქონლო ნიშნით დაფარული საქონლისა თუ მომსახურების იდენტურობის ან მსგავსების გამო, არსებობს საზოგადოების შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობა იმ ტერიტორიაზე, სადაც დაცულია ადრინდელი სასაქონლო ნიშანი. თავის მხრივ, შეცდომაში შეყვანის რისკი გულისხმობს ადრინდელ სასაქონლო ნიშანთან ასოცირების შესაძლებლობის არსებობას. EUTMR-ის მუხლი 8(1) ადგენს, რომ საქონლის/მომსახურების იდენტურობა/მსგავსება არის „შეცდომაში შეყვანის“ წინაპირობა. გამომდინარე იქიდან, რომ როგორც მომჩივნის, ასევე, მოპასუხის პროდუქტი წარმოადგენს ერთსა და იმავე პროდუქტს, სახეზეა „შეცდომაში შეყვანის“ წინაპირობაც.

#### **4.3. წინააღმდეგობა საქმიანი ეთიკის ნორმებთან, კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესების შელახვა**

როგორც უკვე აღინიშნა, კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მიზნებისათვის, ეკონომიკური აგენტის ქმედების არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად დაკვალიფიცირებისთვის, საჭიროა შემდეგი პირობების ერთობლივად არსებობა: ა) ქმედება უნდა ეწინააღმდეგებოდეს საქმიანი ეთიკის ნორმებს; ბ) ქმედება უნდა ლახავდეს კონკურენტთა ინტერესებს; გ) ქმედება უნდა ლახავდეს მომხმარებლის ინტერესებს.

სააგენტომ შეაფასა საქმეში წარმოდგენილი ინფორმაცია/მტკიცებულებები და მათი პოტენციური გავლენა საქმიანი ეთიკის ნორმებზე, კონკურენტებსა და მომხმარებლის ინტერესებზე. სააგენტო, ზოგადად, „კონკურენციის შესახებ“ კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის განმარტების მიზნებისთვის ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ აღნიშნული პუნქტის შემადგენლობა არ ითვალისწინებს ფაქტობრივად დამდგარი ზიანის შეფასებას და ამის

საფუძველზე დარღვევის კვალიფიკაციას. შესაბამისად, მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში სააგენტოს არ უმსჯელია ფაქტობრივად დამდგარი რეპუტაციული ან ფინანსური ზიანის შესახებ.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ საქმიანი ეთიკის ნორმები ირღვევა, როდესაც ეკონომიკური აგენტის ქცევა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს. კონკურენტის მიმართ გამოხატული კეთილსინდისიერი სამეწარმეო ქცევა, ასევე, გულისხმობს ისეთი მოქმედების განხორციელებისგან თავის შეკავებას, რომელიც აზიანებს მის ინტერესებს.

მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც მოქმედებენ ერთსა და იმავე სასაქონლო ბაზარზე, არიან კონკურენტები. ამასთან, ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის იერსახის მსგავსი გარეგნული იერსახის (სასაქონლო ნიშნის) გამოყენება ლახავს ამ უკანასკნელი კომპანიის ინტერესს, ვინაიდან, სასაქონლო ნიშნის ზოგადი დანიშნულება ერთი ეკონომიკური აგენტის პროდუქტის სხვა ეკონომიკური აგენტის პროდუქტისგან განსხვავებაა. აღნიშნულის მიღწევა კი შესაძლებელია მაშინ, როცა ყველა პროდუქტი, რომელიც ამ სასაქონლო ნიშანს ატარებს, მისი მფლობელი კომპანიის კონტროლის ქვეშ იწარმოება და კომპანიას აქვს შესაძლებლობა აკონტროლოს პროდუქტის ხარისხი. ნიშნის უფრო ვიწრო და კონკრეტული დანიშნულება არის მისი მფლობელისთვის სასაქონლო ნიშნის გამოყენებაზე ექსკლუზიური უფლების უზრუნველყოფა და შესაბამისად, მისი დაცვა კონკურენტების მიერ სასაქონლო ნიშნისგან დაუმსახურებელი უპირატესობის მიღებისგან<sup>46</sup>. იმ შემთხვევაში, როცა ხდება სასაქონლო ნიშნის მიმსგავსება, ამით საფრთხე ექმნება სასაქონლო ნიშნის ძირითად დანიშნულებას, იყოს მისი მფლობელის პროდუქტისთვის განმასხვავებელი ხასიათის. ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციის მიზანი არა მხოლოდ კერძო პირთა საკუთრების უფლების დაცვის უზრუნველყოფაში გამოიხატება, არამედ - საჯარო ინტერესშიც, რომ მომხმარებელთა არა მხოლოდ კონკრეტული წრე, არამედ პოტენციური მომხმარებელიც დაცული იყოს საქონლის თვისების, ხარისხის, სხვა მახასიათებლების შესახებ შეცდომაში შემყვანი, არასწორი ინფორმაციისაგან<sup>47</sup>.

მოპასუხის მიერ მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის მსგავსი იერსახის გამოყენება მომხმარებლის (მათ შორის პოტენციური მომხმარებლის) ინტერესებსაც ლახავს, ვინაიდან, მომხმარებელს ცალსახად უნდა შეეძლოს სრული კონტროლი იქონიოს საკუთარ არჩევანზე და გამიჯნოს ერთმანეთისაგან კომპანიები და მათი პროდუქცია იმ შემთხვევაში, თუ მას სურს გარკვეული მომსახურების ან საქონლის შეძენა. ტერმინი მომხმარებელი განმარტებულია „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 23 ოქტომბრის N37 ბრძანებით დამტკიცებული მითითებების მე-2 მუხლის „ვ“ ქვეპუნქტში. კერძოდ, მომხმარებელი არის „პირი, რომელიც პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს პროდუქციას/მომსახურებას“. ამდენად, კონკურენციის კანონმდებლობა მომხმარებლად მიიჩნევს როგორც ფიზიკურ ასევე,

<sup>46</sup> Case C-349/95 Loendersloot [1997] ECR I-6227 პარ. 22

<sup>47</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2021 წლის 29 ოქტომბრის გადაწყვეტილება საქმეზე Nსს-800-2021

იურიდიულ პირს. მოცემულ შემთხვევაში საკვები სოდის მომხმარებელი შეიძლება იყოს ნებისმიერი პირი, რომელიც სავაჭრო ობიექტში სხვადასხვა მიზნით ყიდულობს ამ პროდუქტს. მომხმარებელთა წრე არაა შეზღუდული რაიმე კონკრეტული მახასიათებლით და შესაძლოა მოიცვას საზოგადოების სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის, პროფესიის, სხვადასხვა ტერიტორიაზე მცხოვრები და სხვა ნიშნით განსხვავებული პირები. მოპასუხის მიერ ისეთი შეფუთვის გამოყენება, რომელიც თითქმის იდენტურია მომჩივნის სასაქონლო ნიშნისა, ქმნის იმის რისკს, რომ საშუალო მომხმარებელი, რომელიც საკვებ სოდას ყიდულობს, ვერ განასხვავებს სს „ბამკირეთის სოდის კომპანიისა“ და შპს „სანტრეიდის“ მიერ წარმოებულ პროდუქტებს და შესაძლებელია, მათი მხრიდან აღრევას ჰქონდეს ადგილი. ამ კუთხით გასათვალისწინებელია ისიც, რომ საშუალო მომხმარებლის გადმოსახედიდან პროდუქტის ამოცნობა ხდება ვიზუალურად, ერთი შეხედვით, დაკვირვებისა და დეტალური ანალიზის გარეშე, შეფუთვათა ერთიანი იერსახით და არა მათი ინდივიდუალური ნიშნების ზუსტი ურთიერთშედარებით. აღნიშნულზე იმსჯელა საქართველოს უზენაესმა სასამართლომ ერთ-ერთ საქმეზე და განმარტა, რომ ვინაიდან, მსგავსება-განსხვავების შესწავლა საშუალო მომხმარებლის მხრიდან ორ პროდუქციას შორის გარჩევის საკითხს შეეხება, საკასაციო პალატის მოსაზრებით, აღნიშნული სწორედ პროდუქციის ერთიანი იერსახისა და არა მისი ინდივიდუალური ნიშნების ურთიერთშედარებით უნდა განხორციელდეს, რადგანაც საყოფაცხოვრებო მოხმარების ნივთების შემთხვევაში, რომელთაც ყოველდღიურად იძენს მომხმარებელი, რა თქმა უნდა არ არის აღრევის საშიშროება თუკი სახეზე იმდენად მკვეთრი განმასხვავებელი ნიშნებია, რომლებიც მინიმუმ მომხმარებლის დაინტერესებას გამოიწვევს.<sup>48</sup>

მომხმარებლის ინტერესის შელახვასთან დაკავშირებით უნდა აღინიშნოს საქართველოს უზენაესი სასამართლოს პრაქტიკაც. კერძოდ, უზენაესი სასამართლოს მიერ ერთ-ერთ საქმესთან დაკავშირებით გაკეთებულ მნიშვნელოვან განმარტებაში აღნიშნულია, რომ „სასაქონლო ნიშნის ერთ-ერთ ძირითად დანიშნულებას წარმოადგენს ის გარემოება, რომ მომხმარებლის მიერ განსხვავებული იქნეს ერთი საწარმოს პროდუქცია სხვა საწარმოს მიერ წარმოებული მსგავსი პროდუქციისაგან. მოცემულ შემთხვევაში, განმსაზღვრელ ფაქტორს წარმოადგენს პროდუქციის ინდივიდუალიზაცია, კერძოდ, უკავშირებს თუ არა მომხმარებელი წარმოებულ პროდუქციას კონკრეტულ საწარმოს“<sup>49</sup>.

გარდა ამისა, ერთი-ერთ გადაწყვეტილებაში სასამართლო განმარტავს, რომ „სასაქონლო ნიშნის მთავარი ფუნქციაა, მიუთითოს საქონლის წარმოშობაზე. სასაქონლო ნიშანი, ერთი და იმავე დანიშნულების მქონე საქონლის ან მომსახურების ფართო არჩევანის პირობებში, გზამკვლევაა, რათა მომხმარებელმა ადვილად შეარჩიოს მისთვის სასურველი თვისებებისა და ხარისხის პროდუქცია“<sup>50</sup>. ამავე გადაწყვეტილებაში სასამართლომ იმსჯელა სასაქონლო ნიშნების ერთმანეთში აღრევის შესაძლებლობაზე და დაადგინა, რომ საკმარისია არსებობდეს აღრევის „აბსტრაქტული შესაძლებლობა“<sup>51</sup>. ამგვარი მიდგომა აქვს განვითარებული უზენაეს

<sup>48</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2019 წლის 16 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე № ას-936-901-2016

<sup>49</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2015 წლის 1 დეკემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე № ას-1285-1223-2014

<sup>50</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2018 წლის 22 თებერვლის გადაწყვეტილება საქმეზე N ას-401-384-2016

<sup>51</sup> იქვე



სასამართლოს კიდევ ერთ საქმეზე, სადაც მიუთითა, რომ ერთი შეხედვით, დაკვირვებისა და დეტალური ანალიზის გარეშე, პროდუქტზე გამოსახული ნიშანი ცალსახად ჰგავს განსაკუთრებული უფლების მქონე პირის მიერ რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანს იმდენად, რომ ქმნის აღრევის საფრთხეს და იწვევს ასოციაციას რეგისტრირებულ ნიშანთან, რაც წარმოადგენს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის წინაპირობას.<sup>52</sup> კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის მიზნებისთვის, სააგენტო აფასებს სწორედ იმას, რამდენად ჰქონდა მოპასუხის ქცევას პოტენციური გავლენა მომხმარებლის ინტერესზე. ზოგადად, მომხმარებელს უნდა შეემძლოს თავისუფალი ნების გამოვლენის საფუძველზე, რეალური ინფორმაციის პირობებში, შეთავაზებული პროდუქტებიდან აირჩიოს მისთვის სასურველი პროდუქტი ფასზე, ხარისხზე და სხვა გარემოებებზე დაყრდნობით. შპს „სანტრეიდის“ მიერ მომჩივანის სასაქონლო ნიშნის მსგავსი/თითქმის იდენტური შეფუთვის გამოყენება ქმნის რისკს, რომ მომხმარებელს ეს შესაძლებლობა წაერთმევა მხარეების პროდუქტების ერთმანეთში აღრევის გამო. აქვე გათვალისწინებული უნდა იქნეს ის გარემოებაც, რომ საკვები სოდის შეძენისას, შესაძლოა მომხმარებელს არც ჰქონდეს ორივე შეფუთვის გვერდიგვერდ შედარების შესაძლებლობა, ამასთან, საკვები სოდა არ არის სპეციფიკური მოხმარების (მაგალითად, ტექნოლოგიური პროდუქტი, ძვირადღირებული ნივთი და ა.შ.) პროდუქტი და მისი შეძენა შედარებით სპონტანურად ხდება, რაც აღრევის რისკს კიდევ უფრო მეტად ზრდის. გარდა ამისა, აუცილებელი არაა დასტურდებოდეს მომხმარებლის მხრიდან პროდუქციის აღრევის კონკრეტული ფაქტი (აღნიშნული წარმოადგენს დამატებით არგუმენტაციას არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის დადგენისთვის), არამედ აღრევის შესაძლებლობაც უკვე პოტენციურად გავლენას ახდენს მომხმარებლის ინტერესზე.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო მიიჩნევს, რომ საქმიანი ეთიკის ნორმებს არ შეესაბამება ეკონომიკური აგენტის მიერ მისი კონკურენტი ეკონომიკური აგენტის სასაქონლო ნიშნის გამოყენება იმგვარად, რომ მომხმარებელს შეუქმნას შთაბეჭდილება და გამოიწვიოს აღრევა პროდუქტის მწარმოებლის შესახებ და სახეზეა მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის, შპს „სანტრეიდის“ მხრიდან კონკურენტის შეფუთვის გარეგნული იერსახის მითვისება, რაც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს, კონკურენტის (მომჩივანის) ინტერესებს, შეჰყავს მომხმარებელი შეცდომაში და არღვევს მომხმარებლის ინტერესებს.

#### **4.4. . მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მიერ გადაწყვეტილების პროექტთან დაკავშირებით წარმოდგენილი პოზიციები**

როგორც ზემოთ აღინიშნა, საქმის მოკვლევის ფარგლებში სააგენტოს მიერ მომზადებული გადაწყვეტილების პროექტი კანონმდებლობით დადგენილი წესით გაგზავნილ იქნა მხარეებთან. გადაწყვეტილების პროექტთან დაკავშირებით მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მიერ სააგენტოში შესაბამის ვადაში იქნა წარმოდგენილი

<sup>52</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2023 წლის 28 აპრილის განჩინება საქმეზე № ას-962-2022



მოსაზრებები/პოზიციები. სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს განიხილოს მხარის მიერ წარმოდგენილი და საქმის მოკვლევის ფარგლებში მნიშვნელობის მქონე რამდენიმე საკითხი.

ა) მოპასუხე სააგენტოში წერილობით წარმოდგენილ პოზიციაში მიუთითებს, რომ „სალიცენზიო ხელშეკრულების ფარგლებში შპს „სანტრეიდი“ მიერ საქართველოში რეალიზებული საქონელი ... არ არის აღრევამდე მსგავსი მოსარჩელის სახელზე რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნისა“. პოზიციაში, ასევე, არაერთხელ არის მითითებული, თითქოს სააგენტოს მხრიდან ხდება მოპასუხის დიზაინის შედარება მომჩივნის სასაქონლო ნიშნთან (*„სააგენტომ მომჩივნის სასაქონლო ნიშნები ... ჩვენს დიზაინს შეადარა“, „უნდა ხდებოდეს მათი ჩარჩო ნიშნის და ჩვენი დიზაინის შედარება“, „05 კლასში რეგისტრირებული ნიშანი ... არ უნდა შედარდეს ჩვენს დიზაინთან“, „უნდა შედარდეს შესაბამისი ანუ 30-ე კლასის მათი ნიშანი და ჩვენი დიზაინი“*), რაც წარმოადგენს სააგენტოს მიერ გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილში განვითარებული მსჯელობის არასწორ გაგებას. ზემოთ უკვე აღინიშნა და სააგენტო კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს, რომ საქმის მოკვლევის ფარგლებში შეფასების საგანს წარმოადგენდა მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების მიერ გამოყენებული გარეგნული იერსახის (საკვები სოდის შეფუთვები) განხილვა -შედარება და არა უშუალოდ მოპასუხის რეგისტრირებული დიზაინისა და მომჩივნის სასაქონლო ნიშნების შედარება.

ბ) მოპასუხე, ასევე, წერილობით პოზიციაში მიუთითებს, რომ მისი მხრიდან ადგილი არ აქვს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას, ვინაიდან იგი იყენებს საქპატენტში რეგისტრირებულ დიზაინს, რომელზე განსაკუთრებული უფლებებიც ეკუთვნის მას. უნდა აღინიშნოს, რომ მართალია მოპასუხე შპს „სანტრეიდი“ ფლობს განსაკუთრებულ უფლებებს საქპატენტში რეგისტრირებულ დიზაინზე, თუმცა, როგორც საქმეში არსებული ფაქტობრივი გარემოებებითა და წარმოდგენილი მტკიცებულებებით დასტურდება, **იგი იყენებს არა მხოლოდ ამ დიზაინის იდენტურ შეფუთვას, არამედ მისგან განსხვავებულს, მომჩივანის სასაქონლო ნიშნის მსგავსს/თითქმის იდენტურ შეფუთვასაც.** ამასთან, სააგენტოში გამართულ ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების შეხვედრაზე შპს „სანტრეიდი“ მიუთითა, რომ საქართველოს კანონმდებლობა მას საშუალებას აძლევს, გამოიყენოს რეგისტრირებული დიზაინის ელემენტები, რასთან დაკავშირებითაც სააგენტო განმარტავს, მოპასუხის მიერ გამოყენებულ შეფუთვაზე მისი რეგისტრირებული დიზაინის ყველა ის ელემენტია დატოვებული, რომელიც ზუსტად იმეორებს მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის ელემენტებს, თუმცა ამოღებულია რეგისტრირებულ დიზაინზე აღზეჭდილი დამატებითი (მომჩივნის სასაქონლო ნიშნისაგან განმასხვავებელი) გამოსახულება (დათუნია), ასევე, სიტყვიერი ნაწილიდან ამოღებულია სიტყვა „საბავშვო“ (დეტსკაია). შესაბამისად, ხორციელდება დიზაინის იმგვარი მოდიფიცირებული სახით გამოყენება, რომ ხდება კონკურენტის კუთვნილი სასაქონლო ნიშნისადმი ადაპტაცია და საბოლოო ჯამში, მისი იდენტური ვიზუალის/გარეგნული იერსახის გამოყენება პრაქტიკულ სამეწარმე საქმიანობაში.

სააგენტო კიდევ ერთხელ ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ მოპასუხის ზემოთ მითითებული ქმედება შეფასებულია კონკურენციის კანონმდებლობის მიზნებიდან გამომდინარე (კერძოდ, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ჭრილში) და განმარტავს, რომ აღნიშნული ქმედება

(მხოლოდ მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის იდენტური ელემენტების დატოვება პროდუქტის შეფუთვაზე) ეწინააღმდეგება კონკურენციის კანონმდებლობას, ვინაიდან ამ ქმედებით ხდება კონკურენტის გარეგნული იერსახის (სასაქონლო ნიშნის) მითვისება. საქმის მოკვლევის ფარგლებში სააგენტო არ აფასებს და სადავოდ არ ხდის საქპატენტში რეგისტრირებულ ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტებზე მხარეთა განსაკუთრებული უფლებების ფლობას, არამედ ფასდება მოპასუხის მხრიდან საკუთარი რეგისტრირებული დიზაინისაგან განსხვავებული და სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშნის იდენტური ვიზუალის/გარეგნული იერსახის გამოყენება.

კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის არარსებობის დასადასტურებლად მოპასუხე წერილობით პოზიციაში, ასევე, მიუთითებს თბილისის საქალაქო სასამართლოს გადაწყვეტილებაზე, რომლითაც არ დაკმაყოფილდა სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სარჩელი, სადაც მოპასუხე მხარედ განსაზღვრული იყო შპს „Fruit Master Group“ და რომლითაც მოსარჩელე ითხოვდა შპს „Fruit Master Group“-ის სახელზე რეგისტრირებული დიზაინის (რეგ. Nd697) რეგისტრაციის ბათილად ცნობას იმ საფუძველით, რომ შპს „Fruit Master Group“-მა „დაარეგისტრირა ისეთი გამოსახულების დიზაინი, რაც აღრევამდე მსგავსია მოსარჩელის სახელზე რეგისტრირებული საერთაშორისო სასაქონლო ნიშნისა (N1242730) და ეროვნული სასაქონლო ნიშნისა (N23645)“<sup>53</sup>. მოპასუხე იშველიებს აღნიშნულ გადაწყვეტილებას და აღნიშნავს, რომ „სასამართლომ დაადგინა, რომ რაიმე მსგავსება ამ ორ ნიშანს (დიზაინსა და სასაქონლო ნიშანს) შორის არ დგინდება და არც შესაბამისი მტკიცებულებები აღნიშნულის დამადასტურებელი არ მოიპოვება“. მხარე მიუთითებს, რომ არც სააგენტოსთვის ყოფილა ასეთი მტკიცებულება წარმოდგენილი („ასეთი მტკიცებულებები თქვენს წარმობაში არ მოიპოვება“). სააგენტო ხაზს უსვამს, რომ სააგენტოში საჩივრის საფუძველზე დაწყებულ საქმის მოკვლევის ფარგლებში მხარეთა მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებები (მათ შორის, პროდუქტის შეფუთვებისა და სავაჭრო ქსელებში სარეალიზაციოდ განთავსებული პროდუქტების ფოტომასალა და ნივთიერი მტკიცებულების სახის წარმოდგენილი პროდუქტი (საკვები სოდის შეფუთვები)) საკმარის და შესაბამის მტკიცებულებას წარმოადგენს იმისთვის, რომ სააგენტომ მათზე დაყრდნობით მიიღოს შესაბამისი გადაწყვეტილება, რაც თავის მხრივ, განპირობებულია სწორედ იმ ფაქტორით, რომ წარმოდგენილი შეფუთვები იმდენად მსგავსია, რომ ერთი შეხედვით შეუძლებელია მათი გარჩევა. აქვე, დამატებით, აუცილებელია აღინიშნოს, რომ თავად სასამართლოსთვისაც არავითარ მტკიცებულებას არა აქვს წინასწარ დადგენილი ძალა. სასამართლო აფასებს მტკიცებულებებს თავისი შინაგანი რწმენით, რომელიც უნდა ემყარებოდეს მათ ყოველმხრივ, სრულ და ობიექტურ განხილვას, რის შედეგადაც მას გამოაქვს დასკვნა საქმისთვის მნიშვნელობის მქონე გარემოებების არსებობის ან არარსებობის შესახებ.

სააგენტო, ასევე, აღნიშნავს, რომ მოპასუხეს საკუთარი მოსაზრების დასადასტურებლად მოყვანილი აქვს სასამართლოს გადაწყვეტილება, რომელიც სააგენტოს მიერ საბოლოო

<sup>53</sup> თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის 2024 წლის 8 თებერვლის გადაწყვეტილება საქმეზე N2/29225-23

გადაწყვეტილების მიღების მომენტისთვისაც, კანონიერ ძალაში არ არის შესული<sup>54</sup>. სახეზე რომც ყოფილიყო კანონიერ ძალაში შესული გადაწყვეტილება, მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ სასარჩელო წარმოების ფარგლებში სასამართლოს მიერ განიხილებოდა საქპატენტში რეგისტრირებული დიზაინის რეგისტრაციის ბათილობის საკითხი, სააგენტო კი ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში განიხილავდა კონკურენციის კანონმდებლობის სავარაუდო დარღვევის (არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია) საკითხს. შესაბამისად, ეს ორი წარმოება თავისი არსით პრინციპულად განსხვავებული წარმოებებია და სააგენტოს შეფასებები და მსჯელობები ვერ იქნება სასამართლოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილების დასაბუთების იდენტური.

გ) მოპასუხე, ასევე, მიუთითებს, რომ საქმეში არ არსებობს რაიმე მტკიცებულება, რითაც დადასტურდება ის ფაქტი, რომ მომჩივნის სასაქონლო ნიშანმა ცნობადობა შეიძინა საქართველოს ტერიტორიაზე და მომხმარებლისთვის იგი ცნობილია, როგორც სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ პროდუქტის ლოგო. მოპასუხემ ინდივიდუალური ახსნა-განმარტების სხდომაზეც და წერილობით წარმოდგენილ პოზიციაშიც მიუთითა, რომ მომჩივნის მხრიდან არ წარმოდგენილა რაიმე კვლევა, გამოკითხვა, რომელიც დაადასტურებდა აღნიშნულს. საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობით, მომჩივანს ეკისრება მტკიცების ტვირთი კონკრეტული გარემოების დასადასტურებლად, თუმცა კონკურენციის კანონმდებლობის აღმასრულებელი ორგანო არის სააგენტო, რომელიც საქმის მოკვლევის ფარგლებში დეტალურად შეისწავლის და აფასებს საქმის გარემოებებს და მხარეების (მომჩივანის ან/და მოპასუხის) მიერ წარმოდგენილ მტკიცებულებებს. როცა საუბარია გარეგნული იერსახის მითვისებაზე, არ არის სავალდებულო არსებობდეს იმის დამადასტურებელი ფაქტი, რომ მომხმარებელს ეს პროდუქტები ერთმანეთში ერევა, საკმარისია აღნიშნულის შესაძლებლობის არსებობაც, რასაც პოტენციურად შესაძლოა გავლენა ჰქონდეს მომხმარებლის ინტერესზე. მოცემულ შემთხვევაში მოპასუხის მიერ მითითებულ რაიმე სახის გამოკითხვას/კვლევას გავლენა ვერ ექნებოდა სააგენტოს გადაწყვეტილებაზე, ვინაიდან საქმეში არსებული ინფორმაცია/მტკიცებულებები საკმარის საფუძველს იძლევა 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის ქმედების შემადგენლობის დასადგენად და იმ პოტენციური რისკის განსასაზღვრად, რომელიც მოპასუხის ქმედებას შესაძლოა ჰქონდეს კონკურენტისა და მოხმარებლის ინტერესებზე. სააგენტოს მსჯელობაში ამოსავალი წერტილია საშუალო მომხმარებლის გადმოსახედიდან პროდუქტის ვიზუალური აღრევის რისკი და არა მწარმოებლის ცნობადობა. შესაბამისად, სააგენტო მხოლოდ ადარებს მხარეთა პროდუქტების შეფუთვებს და მსჯელობს იმაზე, თუ რამდენად არის შესაძლებელი ხდებოდეს მოპასუხის შეფუთვის ვიზუალურად ასოცირება მომჩივნის სასაქონლო ნიშანთან, რაც მომხმარებელში ამ ორი პროდუქტის აღრევას გამოიწვევს. სააგენტო არ მსჯელობს იმ კუთხით, თუ რამდენად შეიძლება მომხმარებლისათვის ცნობილი იყოს, რომ საკვები სოდა,

<sup>54</sup> სააგენტოში მომჩივნის მიერ წარმოდგენილი N01/1709 წერილის (27.03.2024) მიხედვით, თბილისის საქალაქო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა კოლეგიის აღნიშნული გადაწყვეტილება გასაჩივრებელია თბილისის სააპელაციო სასამართლოში

რომელსაც იგი ყიდულობს, არის უშუალოდ სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ პროდუქტი. ამ მიმართულებით სააგენტოს მსჯელობა საერთოდ არ განუვითარებია, სააგენტოსათვის ამოსავალი წერტილი საშუალო მომხმარებლის მხრიდან პროდუქტთა ვიზუალური თვალსაზრისით გარჩევის შესაძლებლობა იყო და გადაწყვეტილების მიღებისას მოპასუხის აღნიშნული პოზიცია ვერ იქნება გაზიარებული საქმისთვის მისი არარელევანტურობის გამო.

დ) მოპასუხე შპს „სანტრედი“ ეთანხმება სააგენტოს პოზიციას იმასთან დაკავშირებით, რომ როგორც მომჩივანი, ასევე, მოპასუხე ახდენს ნატრიუმის ბიკარბონატის (საკვები სოდის) რეალიზაციას და რომ სააგენტოს მიერ სწორად განისაზღვრა შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები. თუმცა, აღნიშნავს, რომ ეს საკითხი გაგებულ უნდა იქნას იმგვარად, რომ ისინი კონკურენტები არიან მხოლოდ ნიცის კლასიფიკაციის 30-ე კლასში. ასევე, აღნიშნავს, რომ თავად მოპასუხე არ ყიდის სამედიცინო/ფარმაცევტული დანიშნულების საკვებ სოდას და რეგისტრირებულ დიზაინს იყენებს არა მე-5, არამედ 30-ე კლასში (ნიცის კლასიფიკაციის მიხედვით). შესაბამისად, მხარე მიიჩნევს, რომ მისი დიზაინი უნდა შედარდეს მხოლოდ მომჩივნის 30-ე კლასში რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანს (ჩარჩო) და არა მე-5 კლასში რეგისტრირებულს. პირველ რიგში, კიდევ ერთხელ ხაზი უნდა გაესვას, რომ საქმის მოკვლევის მიზნებისთვის სააგენტოს მიერ არ ხდება უშუალოდ მოპასუხის დიზაინისა და მომჩივნის სასაქონლო ნიშნების შედარება. ამასთან, სააგენტოს მიერ შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრა მოხდა მხარეების მიერ წარმოებული/რეალიზებული პროდუქტის მხედველობაში მიღებით და არა უშუალოდ ნიცის კლასიფიკაციაზე დაყრდნობით, რომელიც ინტელექტუალური საკუთრების, კერძოდ, სასაქონლო ნიშნების სამართალში გამოიყენება და ევროპული სასამართლოს პრაქტიკით დადგენილია, რომ „ნიცის შეთანხმების მიხედვით საქონლისა და მომსახურების კლასიფიკაცია, არსებითად, შექმნილია ბაზრის საჭიროებების ასახვის მიზნებისათვის და არა საქონლის ხელოვნურ სეგმენტაციისთვის. შესაბამისად, კლასების სათაურები შეიცავს „ზოგად მითითებებს“, რომელიც ეხება იმ სექტორს, რომელშიც, „ძირითადად“ შედის საქონელი ან მომსახურება. ანალოგიურად, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ნიცის შეთანხმების მიხედვით საქონლისა და მომსახურების კლასიფიკაცია გამიზნულია ექსკლუზიურად ადმინისტრაციული მიზნებისთვის. ამ კლასიფიკაციის მიზანია მხოლოდ სასაქონლო ნიშნის განაცხადების შედგენისა და დამუშავების ხელშეწყობა საქონლისა და მომსახურების გარკვეული კლასებისა და კატეგორიების შეთავაზებით. უფრო მეტიც, ნიცის კლასიფიკაცია თავისთავად ვერ განსაზღვრავს საქონლის ბუნებასა და მახასიათებლებს.“<sup>55</sup> ამასთან, „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11<sup>1</sup> მუხლის მე-7 პუნქტის მიხედვით: „საქონელი არ შეიძლება მსგავსად ჩაითვალოს მხოლოდ იმ საფუძველით, რომ ეს საქონელი დაჯგუფებულია საერთაშორისო კლასიფიკატორის ერთსა და იმავე კლასში. ამასთანავე, საქონელი არ შეიძლება განსხვავებულად ჩაითვალოს მხოლოდ იმ საფუძველით, რომ ეს საქონელი დაჯგუფებულია საერთაშორისო კლასიფიკატორის სხვადასხვა კლასში“<sup>56</sup>.

<sup>55</sup> იხილეთ 2020 წლის 28 მაისის გადაწყვეტილება საქმეზე Korporaciya Masternet v EUIPO – Stayer Ibérica(STAYER), [T-681/18](#), [EU:T:2020:222](#), პარაგრაფი 40 და მითითებული პრაქტიკა

<sup>56</sup> ანალოგიური ჩანაწერია ევროპული პარლამენტისა და საბჭოს 2017 წლის 14 ივნისის (EU) 2017/1001 რეგულაციის 33-ე მუხლის მე-7 პუნქტში, აღნიშნული დანაწესი დადასტურებულია ევროკავშირის საერთო სასამართლოს

აქედან გამომდინარე, მოპასუხის ზემოთ აღნიშნული მოსაზრება ვერ იქნება გაზიარებული სააგენტოს მიერ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღების მომენტში.

ე) მოპასუხე სააგენტოსთვის წარმოდგენილ პოზიციაში მიუთითებს, რომ სააგენტოს მიერ მისთვის დასაკისრებელი ჯარიმის გამოთვლა უნდა მოხდეს არა ერთობლივი შემოსავლიდან, არამედ უშუალოდ საკვები სოდის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლიდან.

აღნიშნულთან დაკავშირებით, სააგენტო კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს, რომ ჯარიმის დაკისრებას გააჩნია კონკურენციის დარღვევის აღმოფხვრის ფუნქცია, ვინაიდან დაკისრებული სანქცია, რომელიც გამოითვლება დარღვევის სიმძიმის, ხანგრძლივობის და სხვა კრიტერიუმების მიხედვით, ერთგვარი კომპენსაციაა ჯანსაღი კონკურენტული გარემოსა და მომხმარებლის კეთილდღეობისათვის მიყენებული ზიანის საპირწონედ. კონკრეტული დარღვევისათვის ეკონომიკური აგენტისთვის დაკისრებულ ჯარიმას უნდა ჰქონდეს საკმარისად შემაკავებელი ეფექტი, არა მხოლოდ კანონდამრღვევი ეკონომიკური აგენტის/აგენტების მიმართ („specific deterrence“), არამედ სხვა ეკონომიკური აგენტების მიმართაც, არ ჩაერთონ ან არ გააგრძელონ კონკურენციის შემზღვეველი ქმედებები („general deterrence“).

კანონის 33-ე მუხლით განსაზღვრულია სამართალდამრღვევი პირისათვის დასაკისრებელი ჯარიმის მაქსიმალური ოდენობა, რაც შეადგენს ეკონომიკური აგენტის წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტს, ხოლო მინიმალური ოდენობა კანონით განსაზღვრული არ არის. როგორც საკანონმდებლო ჩანაწერიდანაც იკვეთება, კანონი არ ითვალისწინებს ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრას კომპანიის მიერ კონკრეტული შესაბამისი ბაზრიდან მიღებული ერთობლივი შემოსავლების მონაცემებით. კანონისა და სააგენტოს მიერ დადგენილი პრაქტიკის შესაბამისად, ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრა ხდება კომპანიის მიერ მიღებული სრული ერთობლივი შემოსავლებიდან. შესაბამისად, ვერ მოხდება მოპასუხის აღნიშნული მოსაზრების გათვალისწინება და მოპასუხითვის დასაკისრებელი ჯარიმის გამოთვლის წესის შეცვლა.

#### 4.5 შუალედური დასკვნა

მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში, სააგენტოს მიერ გამოკვლეულ იქნა წარმოდგენილი ინფორმაცია/მტკიცებულებები, ასევე, სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით შედარდა მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების იერსახე. შესაბამისად, აღნიშნული ინფორმაციის გაანალიზების საფუძველზე შესაძლებელია გამოტანილ იქნეს შემდეგი შუალედური დასკვნა:

- 1) მომჩივანი და მოპასუხე ეკონომიკური აგენტები არიან ერთმანეთის კონკურენტები;

---

(General Court) 2019 წლის 19 მარტის გადაწყვეტილებაში, IQ Group Holdings Bhd v European Union Intellectual Property Office, case T-133/18, ECLI:EU:T:2019:169, აგრეთვე, Uponor Innovation v EUIPO — Swep International (SMATRIX), T-264/17, EU:T:2018:329

2) მომჩივანი ფლობს განსაკუთრებულ უფლებებს საქართველოში დაცულ საერთაშორისო სასაქონლო ნიშანსა (რეგ. N1242730) და ეროვნულ დონეზე რეგისტრირებულ სასაქონლო ნიშანზე (რეგ. N23645).

3) შპს „სანტრეიდს“ , შპს „Fruit Master Group“-თან გაფორმებული ლიცენზიის შესახებ ხელშეკრულების საფუძველზე გადაცემული აქვს განსაკუთრებული უფლებები საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ დიზაინზე (რეგ. N697).

4) მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის პროდუქტის შეფუთვა და იერსახე მომჩივანი ეკონომიკური აგენტის სახელზე რეგისტრირებული და დაცული სასაქონლო ნიშნების მსგავსია. კერძოდ, სახეზეა კონკურენტის პროდუქტის იერსახესთან მაღალი ხარისხით მიმსგავსება, თითქმის ზუსტად გამეორება, რაც წარმოშობს მომჩივანისა და მოპასუხის პროდუქტების აღრევის რისკს მომხმარებელთა მხრიდან;

5) მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის ქმედება ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს. კონკურენტის გარეგნული იერსახის მითვისება, წარმოადგენს არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკას და შეუძლებელია აღნიშნულს გავლენა არ ჰქონდეს და არ ლახავდეს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესებს.

## თავი V. სანქცია

კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის უმთავრესი მიზანია ხელი შეუწყოს ეკონომიკურ აგენტებს შორის კონკურენციის ხარისხის ზრდას, რათა მოხდეს ისეთი ბაზრების არსებობის გარანტირება, რომელიც შესაბამისობაში იქნება მომხმარებლის ინტერესებთან, უზრუნველყოფს ეკონომიკაში რესურსების ეფექტიან განაწილებასა და ინოვაციებზე ორიენტირებული წარმოების გაუმჯობესებას. ამასთანავე, კონკურენციის კანონმდებლობა მიზნად ისახავს ბაზარზე კონკურენციის, როგორც მომხმარებელთა კეთილდღეობის გაუმჯობესებისა და რესურსების ეფექტურად განაწილების ხელშეწყობას. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად, კანონი ითვალისწინებს კონკურენციის კანონმდებლობისა და კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების გარკვეულ მექანიზმებს. ამ კუთხით მნიშვნელოვანია აღინიშნოს ის გარემოება, რომ აღსრულების კონკრეტული ღონისძიებების უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის განხორციელება, მათ შორის, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტების პრევენცია და თავიდან აცილება, რათა დაცულ იქნეს საერთო საზოგადოებრივი ინტერესები.

საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობის აღსრულების ერთ-ერთ მექანიზმს წარმოადგენს ჯარიმა. სანქციის აღნიშნული მექანიზმის გამოყენება ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, უპირველეს ყოვლისა, უნდა მოხდეს აღსრულების ამ ღონისძიების მიზნებისა და ფუნქციების გათვალისწინებით. კერძოდ, ჯარიმის დაკისრებას გააჩნია კონკურენციის დარღვევის აღმოფხვრის ფუნქცია, ვინაიდან დაკისრებული სანქცია, რომელიც გამოითვლება დარღვევის სიმძიმის, ხანგრძლივობის და სხვა კრიტერიუმების მიხედვით, ერთგვარი კომპენსაციაა ჯანსაღი კონკურენტული გარემოსა და მომხმარებლის კეთილდღეობისათვის

მიყენებული ზიანის საპირწონედ. კონკრეტული დარღვევისათვის ეკონომიკური აგენტისთვის დაკისრებულ ჯარიმას უნდა ჰქონდეს საკმარისად შემაკავებელი ეფექტი, არა მხოლოდ კანონდამრღვევი ეკონომიკური აგენტის/აგენტების მიმართ („specific deterrence“), არამედ სხვა ეკონომიკური აგენტების მიმართაც, არ ჩაერთონ ან არ გააგრძელონ კონკურენციის შემზღვეველი ქმედებები („general deterrence“). შესაბამისად, ჯარიმის ოდენობაც ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში აღნიშნული ფუნქციებისა და მიზნების შესაბამისად უნდა დადგინდეს.

სააგენტოს მიერ წინამდებარე საქმის მოკვლევის ფარგლებში დადგინდა შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ 406049903) მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის დარღვევა (ეკონომიკური აგენტების არაკეთილსინდისიერი ქმედებების აკრძალვა). აღნიშნული კანონდარღვევისთვის საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობა სანქციის სახედ ითვალისწინებს ჯარიმას. კერძოდ, კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით, *„კანონის 11<sup>3</sup> მუხლით გათვალისწინებული დარღვევის დადასტურების შემთხვევაში ეკონომიკურ აგენტს დაეკისრება ჯარიმა, რომლის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს სააგენტოს მიერ შესაბამისი გადაწყვეტილების მიღების წინა ფინანსური წლის განმავლობაში ეკონომიკური აგენტის ერთობლივი შემოსავლის 1%-ს, ხოლო აღნიშნული დარღვევის სამართლებრივი საფუძვლის აღმოუფხვრელობის ან ამ დარღვევის განმეორების შემთხვევაში – სააგენტოს მიერ შესაბამისი გადაწყვეტილების მიღების წინა ფინანსური წლის განმავლობაში ეკონომიკური აგენტის ერთობლივი შემოსავლის 3%-ს“*. ამდენად, კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტი ადგენს სამართალდამრღვევი პირისათვის დასაკისრებელი ჯარიმის მაქსიმალურ ოდენობას. კერძოდ, ჯარიმის ზედა ზღვარი შეადგენს ეკონომიკური აგენტის წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტს. ამასთან, ჯარიმის მინიმალურ ოდენობას კანონი არ განსაზღვრავს. კონკრეტულ შემთხვევაში, ეკონომიკური აგენტის წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტის ფარგლებში, ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრა წარმოადგენს სააგენტოს დისკრეციულ უფლებამოსილებას.

აღნიშნული დისკრეციული უფლებამოსილების ფარგლებში, კონკრეტულ შემთხვევაში, სანქციის ოდენობის განსაზღვრისას, სააგენტო მხედველობაში იღებს შესაბამისი საქმის რელევანტურ დეტალებს, აფასებს დამამძიმებელ და შემამსუბუქებელ გარემოებებს და სანქციის მიზნების გათვალისწინებით ადგენს ჯარიმის კონკრეტულ ოდენობას. ამასთან, ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრისას სააგენტო ხელმძღვანელობს საქართველო კონკურენციის სააგენტოს მიერ მიღებული ჯარიმების ოდენობის დადგენის სახელმძღვანელო პრინციპებით<sup>57</sup> (შემდგომში - „სახელმძღვანელო პრინციპები“).

ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრის პროცესში სააგენტო მოქმედებს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიზნის დასაცავად და ითვალისწინებს მხარეთა ინტერესებს. კერძოდ, უზრუნველყოფს, რომ მის მიერ გამოყენებული ჯარიმა იყოს სამართლიანი, პროპორციული და პრევენციული ხასიათის.

<sup>57</sup> ხელმისაწვდომია: <https://admin.competition.ge/uploads/0dc9ce2ac3304600b1af11ffffac206b.pdf>



სახელმძღვანელო პრინციპების მიხედვით, კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევიდან მომდინარე, სანქციის შეფარდების პროცესი ხორციელდება ორ ეტაპად.<sup>58</sup> პირველ ეტაპზე ხდება ჯარიმის ზოგადი საზღვრების დადგენა, რაც გულისხმობს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ჯარიმის მინიმალური და მაქსიმალური ოდენობის გამოთვლას, ხოლო შემდეგ ეტაპზე ხდება ჯარიმის პროპორციული ოდენობის განსაზღვრა.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, კანონის 33-ე მუხლით განსაზღვრულია სამართალდამრღვევი პირისათვის დასაკისრებელი ჯარიმის მაქსიმალური ოდენობა, რაც შეადგენს ეკონომიკური აგენტის წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტს, ხოლო მინიმალური ოდენობა კანონით განსაზღვრული არ არის. აქედან გამომდინარე, ჯარიმის ზოგადი საზღვრებიც დგინდება სამართალდამრღვევი ეკონომიკური აგენტის წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტის ფარგლებში.

მოცემულ შემთხვევაში, სამართალდამრღვევ სუბიექტს წარმოადგენს შპს „სანტრეიდი“ (ს/ნ 406049903), რომლის მიმართაც, როგორც ზემოთ აღინიშნა, დადგინდა კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევა. აქედან გამომდინარე, მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში სამართალდამრღვევისათვის დასაკისრებელი ჯარიმის ზოგადი ზედა ზღვარი შეადგენს შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ 406049903) წინა ფინანსური წლის ერთობლივი შემოსავლის 1 პროცენტს. სახელმძღვანელო პრინციპების მიხედვით, „წინა ფინანსურ წელში“ იგულისხმება სააგენტოს მიერ ეკონომიკური აგენტისთვის ჯარიმის დაკისრების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების წლის წინა ფინანსური წელი, რაც ემსახურება იმ მიზანს, რომ დადგენილ იქნას ეკონომიკური აგენტის აქტუალური ფინანსური შესაძლებლობები, რაც უნდა იყოს ჯარიმის საკმარისად პრევენციული ოდენობის განსაზღვრის საფუძველი. შესაბამისად, ვინაიდან მიმდინარე მოკვლევის ფარგლებში სააგენტოს საბოლოო გადაწყვეტილების მიღება ხდება 2024 წელს, ჯარიმის განსაზღვრა უნდა მოხდეს შესაბამისი ეკონომიკური აგენტის 2023 წლის ერთობლივი შემოსავლიდან.

მოკვლევის ფარგლებში, სააგენტოს მხრიდან სსიპ შემოსავლების სამსახურის ელექტრონულ მონაცემთა ბაზების მეშვეობით მოხდა მოპასუხის ერთობლივი შემოსავლის შემოწმება<sup>59</sup> შემოსავლების სამსახურის ელექტრონულ მონაცემთა ბაზაში არსებული ინფორმაციის მიხედვით, შპს „სანტრეიდის“ (ს/ნ 406049903) ერთობლივმა შემოსავალმა (დღგ-ს დეკლარაციების მიხედვით) შეადგინა [REDACTED] ლარი.

სანქციის ინდივიდუალური ოდენობის განსაზღვრის პროცესში სააგენტო მხედველობაში იღებს კონკრეტული საქმის რელევანტურ გარემოებებს, აფასებს ქმედების დამამძიმებელ ან/და შემამსუბუქებელ გარემოებებს და აღნიშნულის შედეგად ახდენს ჯარიმის ინდივიდუალური ოდენობის განსაზღვრას<sup>60</sup>.

<sup>58</sup> სახელმძღვანელო პრინციპების მეორე თავი

<sup>59</sup> 2024 წლის 19 თებერვლის მოხსენებითი ბარათი N03/184

<sup>60</sup> სახელმძღვანელო პრინციპების მეორე თავის 1-ელი პუნქტი



კანონდარღვევის სიმძიმე ფასდება იმ ფარგლებში, რა მოცულობითაც მოხდა თავისუფალი, ჯანსაღი კონკურენციის შეზღუდვა<sup>61</sup>. მოკვლევის ფარგლებში გამოიკვეთა, რომ სახეზეა მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მხრიდან კონკურენტის გარეგნული იერსახის მითვისება, რაც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს, კონკურენტის (მომჩივანი) ინტერესებს, ქმნის მომხმარებლის მხრიდან აღრევის რისკს (არღვევს მომხმარებლის ინტერესებს). ამასთან, მოცემულ შემთხვევაში მოპასუხის მხრიდან ადგილი აქვს არა მომჩივნის სასაქონლო ნიშნის უმნიშვნელო მიმსგავსებას, არამედ მის მიერ გამოყენებული ვიზუალი თითქმის მსგავსია სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ სასაქონლო ნიშნებისა. შესაბამისად, არსებობს მომხმარებლის მხრიდან აღრევის რისკი და დიდი ალბათობა იმისა, რომ საშუალო სტატისტიკურ მომხმარებელს, რომელიც შეიძენს მოპასუხის პროდუქტს, შესაძლოა შეექმნას შთაბეჭდილება, რომ საქმე აქვს მომჩივნის პროდუქტთან. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ მოცემულ შემთხვევაში საქმე გვაქვს არა კომპანიის მიერ ერთჯერადად დაშვებულ შეცდომას ან დაუდევრობასთან, არამედ, მოპასუხის გამიზნულ პოლიტიკასთან.

მნიშვნელოვანია, რომ ფულადი ჯარიმის დაკისრება მოხდეს იმ ოდენობით, რომელსაც ექნება საკმარისი პრევენციული ეფექტი, რათა მომავალში ადგილი არ ჰქონდეს კანონსაწინააღმდეგო ქმედების ჩადენას, თუმცა, მეორე მხრივ, ჯარიმის ოდენობამ საფრთხე არ უნდა შეუქმნას ეკონომიკური აგენტის არსებობას.<sup>62</sup> აქედან გამომდინარე, მისი ოდენობა შესაბამისობაში უნდა იყოს ეკონომიკური აგენტის ეკონომიკურ და ფინანსურ შესაძლებლობებთან. ამასთან, დაკისრებული ჯარიმა არ უნდა გახდეს ეკონომიკური აგენტის საქმიანობის შეწყვეტის საფუძველი.<sup>63</sup>

სააგენტო მხედველობაში იღებს ზემოთ მითითებული რელევანტურ გარემოებებს, და მიიჩნევს, რომ მოცემულ შემთხვევაში, შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ 406049903) კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის დარღვევისათვის უნდა დაეკისროს ჯარიმა 2023 წლის ერთობლივი შემოსავლის ■ %-ის ოდენობით.

## თავი VI. - სარეზოლუციო ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის, 17<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ“ ქვეპუნქტის, 25-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტის, ასევე, „საქმის მოკვლევის წესისა და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 28 ოქტომბრის №40 ბრძანებით დამტკიცებული წესის მე-6 მუხლის შესაბამისად, სააგენტომ

<sup>61</sup> სახელმძღვანელო პრინციპების 1.2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი

<sup>62</sup> სახელმძღვანელო პრინციპების, მეორე თავის 1.2. პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტი.

<sup>63</sup> იქვე.

### გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. დადასტურდეს შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11<sup>3</sup> მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევის ფაქტი.
2. შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაეკისროს ჯარიმა **14 635.08** ლარის ოდენობით.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაევალოს წინამდებარე გადაწყვეტილების კანონიერ ძალაში შესვლიდან ერთი თვის ვადაში მის მიერ განხორციელებული ქმედებების კონკურენციის კანონმდებლობასთან შესაბამისობაში მოყვანა და საკუთარი პროდუქტის (საკვები სოდის) შეფუთვის იმგვარი ცვლილება, რომ მაქსიმალურად გამოირიცხოს მსგავსება კონკურენტი კომპანიის (სს „ბაშკირეთის სოდის კომპანიის“ (სახელმწიფო რეგ. N1020202079479; გადასახადის გადამხდელის N0268008010)) გარეგნულ იერსახესთან (საქართველოს ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ და დაცულ სასაქონლო ნიშნებთან (ნიშნების რეგ. N N1242730 და N23645)) და მომხმარებლის მხრიდან ეკონომიკური აგენტების აღრევის რისკი.
4. შპს „სანტრეიდს“ (ს/ნ: 406049903) დაევალოს მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოსთვის ინფორმაციის მიწოდება წინამდებარე გადაწყვეტილების კანონიერ ძალაში შესვლიდან ერთი თვის ვადაში.