



საქართველოს
კონკურენციის
ეროვნული სააგენტო

ეკონომიკური აგენტების საქართველოს
კონკურენციის კანონმდებლობით
გათვალისწინებული ვალდებულებები

გზამკვლევი ეკონომიკური აგენტებისათვის

2022

სარჩევი

3 შესავალი

4 1. კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმება

5 1.1. სუბიექტები - კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმების მონაწილეები

6 1.2. სუბიექტების ქმედება - შეთანხმება

8 1.3. ქმედების კონკურენციის შემზღვეველი ხასიათი

8 1.4. მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი

9 1.5. კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმების სახეები

13 1.6. გამონაკლისები კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმებების აკრძალვიდან

14 2. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება

14 2.1. სუბიექტები

15 2.2. საბაზრო მოცემულობა - დომინანტური მდგომარეობა

17 2.3. ქმედება - დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება

18 2.4. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების კონკრეტული სახეები

25 3. კონცენტრაცია

25 3.1. რა არის კონცენტრაცია

27 3.2. სააგენტოსთვის სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაცია

29 3.3. კონცენტრაციის შეფასება და სახეები

შესავალი

2014 წლიდან საქართველოში მოქმედებს კონკურენციის მარეგულირებელი არსობრივად განახლებული კანონმდებლობა, რომლის მიზანია შესაბამის ბაზრებზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ჯანსაღი კონკურენციის ხელშეწყობა. აღნიშნულ კანონმდებლობაში 2020 წელს განხორციელებული მასშტაბური ცვლილებების შედეგად, საქართველოს კონკურენციის სამართალი უფრო მეტად დაუახლოვდა ევროკავშირის სამართლის ნორმებს.

კანონმდებლობით აკრძალულია კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების განხორციელება, რომელთა მიზანი ან შედეგია შესაბამისი ბაზრის ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს რღვევა - კონკურენციის შეზღუდვა, დაუშვებლობა ან აკრძალვა.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი (შემდგომში - „კანონი“) ითვალისწინებს ეკონომიკური აგენტების მიერ განხორციელებადი კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების შემდეგ სამ ძირითად კატეგორიას:

- კონკურენციის შემზღვეველი ხელშეკრულებები, გადაწყვეტილებები ან შეთანხმებული ქმედებები (შემდგომში - „კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმებები“);
- ბაზარზე არსებული დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება;
- კონკურენციის საწინააღმდეგო კონცენტრაციები.

ამ კატეგორიებში შესაძლოა მოხვდეს ქმედებათა ფართო სპექტრი. მათგან რიგი ქმედებები ყოველთვის კონკურენციის საწინააღმდეგოა, ზოგიერთი მათგანი კი - მხოლოდ გარკვეულ პირობებში. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ რომელმა ქმედებამ და რა პირობებში შეიძლება მიიღოს კონკურენციის საწინააღმდეგო ხასიათი.

წინამდებარე დოკუმენტში განხილულია კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებათა კატეგორიები და მათი განმარტებისას გამოყენებულია ევროკავშირის აღმასრულებელი და სასამართლო პრაქტიკა. დოკუმენტი მიზნად ისახავს ეკონომიკური აგენტების ცნობიერების ამაღლებას და მათთვის ინფორმაციის მიწოდებას იმ ქმედებების შესახებ, რომლებიც სააგენტოს მიერ კონკურენციის საწინააღმდეგოდ შეიძლება იქნას მიჩნეული შესაბამისი კანონმდებლობის აღსრულების პროცესში.

დოკუმენტში განხილული პრაქტიკა მხოლოდ საორიენტაციო ხასიათისაა და არ ზღუდავს საქართველოს კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოს, განმარტოს ქართული კანონმდებლობა განსხვავებულად, კონკრეტული საქმის გარემოებებიდან გამომდინარე.

„ეკონომიკური აგენტი“

ფიზიკური პირი, იურიდიული პირი, სხვა გაერთიანება ან ასოციაცია, რომელიც ახორციელებს ეკონომიკურ საქმიანობას, განურჩევლად რეზიდენტობისა, იურიდიული პირის სამართლებრივი ფორმისა.

„შესაბამისი ბაზარი“

საქონლის ან მომსახურების მიმოქცევის სფერო გარკვეულ ტერიტორიაზე, რომლის საზღვრებიც დგინდება საქონლის ან/და 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.

„კონკურენცია“

ეკონომიკურ აგენტებს შორის მეტოქეობა შესაბამის ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად.

„კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობა“

საქართველოს კანონი „კონკურენციის შესახებ“ და მის საფუძველზე შემუშავებული ნორმატიული აქტები.

1. კონკურენციის შეზღუდველი შეთანხმება

კანონის მე-7 მუხლის მიხედვით „აკრძალულია ეკონომიკურ აგენტებს შორის ან ეკონომიკურ აგენტთა ასოციაციის ფარგლებში დაიდოს ისეთი ხელშეკრულება, მიღებულ იქნეს ისეთი გადაწყვეტილება ან განხორციელდეს ისეთი შეთანხმებული ქმედება (შემდგომ - შეთანხმება), რომლის მიზანია ან ... შედეგია შესაბამის ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვა, დაუშვებლობა ან/და აკრძალვა“.

კანონმდებლობით აკრძალულია კონკურენციის შემზღუდველი ნებისმიერი შეთანხმება - როგორც ჰორიზონტალური, ისე ვერტიკალური.

ჰორიზონტალური

წარმოების რგოლის ან/და სადისტრიბუციო რგოლის ერთსა და იმავე დონეზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს ან/და პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტებს შორის.

ვერტიკალური

შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს ან/და პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტებს შორის, რომელთაგან თითოეული, ამ შეთანხმების მიზნებისთვის, მოქმედებს წარმოების რგოლის ან/და სადისტრიბუციო რგოლის სხვადასხვა დონეზე, ამასთანავე, ეს შეთანხმება ეხება მხარეების მიერ საქონლის ან მომსახურების შექმნის ან/და გაყიდვის პირობებს.

კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმებების არსებობისათვის სახეზე უნდა იყოს შემდეგი ელემენტები:

სუბიექტები

- ეკონომიკური აგენტები
- ეკონომიკურ აგენტთა ასოციაციები

სუბიექტების ქმედება შეთანხმება

- ხელშეკრულება
- გადაწყვეტილება
- შეთანხმებული ქმედება

კონკურენციის საწინააღმდეგო ხასიათი

- კონკურენციის შეზღუდვა
- კონკურენციის დაუშვებლობა
- კონკურენციის აკრძალვა

მიზან-შედეგობრივი კავშირი

- ქმედებას აქვს კონკურენციის შეზღუდვის მიზანი ან
- ქმედებამ გამოიწვია ასეთი შედეგი

1.1. სუბიექტები - კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმების მოთახვეობის მონაწილეები

კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმების სუბიექტები შეიძლება გახდნენ ეკონომიკური აგენტები ან ეკონომიკურ აგენტთა ასოციაციები. ეკონომიკურ აგენტად ითვლება ნებისმიერი პირი (მათ შორის ფიზიკური პირიც), თუ ის ახორციელებს ეკონომიკურ საქმიანობას შესაბამის ბაზარზე.

კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმება შეიძლება შედგეს როგორც კონკურენტი, ისე არაკონკურენტი ან/და პოტენციურ კონკურენტი ეკონომიკურ აგენტებს შორის. ეს უკანასკნელი ისეთი ეკონომიკური აგენტია, რომელსაც აქვს შესაბამის ბაზარზე ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების დასაბუთებული განზრახვა. პრაქტიკაში, მსგავსი განზრახვის არსებობა ივარაუდება, როდესაც ეკონომიკურ აგენტს მოკლე (ერთ წლამდე) ვადაში შეუძლია შესაბამის ბაზარზე შესვლა განსაკუთრებული დანახარჯების განწვევის გარეშე.



მა ითვლება ეკონომიკურ საქმიანობად?

საქმეში **C-41/90 (Höfner and Elser v Macroton GmbH)**, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ (CJEU) განმარტა, რომ ეკონომიკურ საქმიანობად ითვლება შესაბამის ბაზარზე საქონლის/მომსახურების შეთავაზება. შესაძლოა, შემთავაზებელ ორგანიზაციას არ გააჩნდეს მოგების მიღების მიზანი ან მენარმოება არ წარმოადგენდეს მის ძირითად საქმიანობას, ამას გადამწყვეტი მნიშვნელობა არ აქვს.

სასამართლომ ასევე განმარტა, რომ საქონლის/მომსახურების შეძენა ითვლება ეკონომიკურ საქმიანობად, თუ შეძენის მიზანია შენაძენის ეკონომიკურ საქმიანობაში გამოყენება (მაგ. დისტრიბუცია). ამით ეკონომიკური საქმიანობა გაიმიჯნა სამომხმარებლოსგან, რომლის დროს შეძენა ხდება პირადი მოხმარებისთვის.

ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების მოცემულობა იწვევს ტერმინი „ეკონომიკური აგენტის“ ფუნქციურად და სიტუაციის შესაბამისად განმარტებას.

- ერთი მხრივ, ეკონომიკურ აგენტად ყოფნა დამოკიდებულია პირის მიერ ბაზარზე განხორციელებულ ეკონომიკურ ქმედებებზე და არა სამართლებრივ ფორმაზე. შესაბამისად, ტერმინი შეიძლება მოიცავდეს ფიზიკურ პირს, სახელმწიფო უწყებებს, არასამთავრობო დაწესებულებებსა და საერთაშორისო ორგანიზაციებსაც კი.



ფუნქციური განმახცება

საქმეში **IV/33.384 (FIFA - distribution of package tours during the 1990 World Cup)**, ევროკომისიამ ეკონომიკურ აგენტად მიიჩნია ფეხბურთის ასოციაციათა საერთაშორისო ფედერაცია (FIFA), რადგან ეს საერთაშორისო ორგანიზაცია ყიდდა ბილეთებს 1990 წლის მსოფლიო თასზე დასასწრებად და იღებდა შესაბამის მოგებას - ანუ ახორციელებდა ეკონომიკურ საქმიანობას.

- მეორე მხრივ, პირები ეკონომიკურ აგენტებად მიიჩნევიან მხოლოდ კონკრეტულ სიტუაციებში, კერძოდ კი - ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელებისას. შესაბამისად, ისინი ეკონომიკურ აგენტებად არ ჩაითვლებიან საჯარო ფუნქციების შესრულებისას - ეს ეხება დელეგირებული საჯარო ფუნქციების განმახორციელებელ კერძო დაწესებულებებსაც, რომლებიც ეკონომიკურ აგენტებად არ ჩაითვლებიან მხოლოდ აღნიშნული ფუნქციების განხორციელების ნაწილში.



სიტუაციის შესაბამისად განმახტება

საქმეში C-343/95 (*Cali & Figli v SEPG*), CJEU-მ გააანალიზა, წარმოადგენდა თუ არა კერძო კომპანია SEPG ეკონომიკურ აგენტს, სახელმწიფოსგან დელეგირებული უფლებამოსილების საფუძველზე გენუის ნავსადგურს გაუონილი ნავთობის ნარჩენებისაგან გასუფთავებისას. რადგან ამ საქმიანობის ძირითადი მიზანი საჯარო ფუნქციების განხორციელება (ეკოლოგიის დაცვა) იყო, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, SEPG ეკონომიკურ აგენტად არ იქნა მიჩნეული.

1.2. სუბიექტების ქმედება - შეთანხმება

კანონის მე-7 მუხლის მიხედვით, აკრძალულ ქმედებებს მიეკუთვნება კონკურენციის შემზღვეველი ხელშეკრულებები, გადაწყვეტილებები და შეთანხმებული ქმედებები. ეს ქმედებები კანონში საერთო სახელით - „შეთანხმება“ - მოიხსენიება.

კონკურენციის სამართლის მიზნებისათვის, ტერმინი „ხელშეკრულება“ ფართოდ განიმარტება. აქ საკმარისია სულ მცირე ორი ეკონომიკური აგენტის ნებათა თანხვედრა შესაბამის ბაზარზე გარკვეული სახის მოქმედებების განხორციელებაზე. ხელშეკრულება იარსებებს მხარეთა ნების ნებისმიერი თანხვედრისას, ნების გამოხატვის ფორმის მიუხედავად.



ხელშეკრულება

საქმეში C-277/87 (*Sandoz Prodotti Farmaceutici SpA v Commission*), მწარმოებელი კომპანია Sandoz-ი დისტრიბუტორებისთვის გასაგზავნ ინვოისებში მუდმივად უთითებდა მიწოდებული პროდუქციის ექსპორტის აკრძალვაზე. დისტრიბუტორები აგრძელებდნენ პროდუქციის შექმნას აღნიშნული ჩანაწერის გაპროტესტების გარეშე. CJEU-მ ჩათვალა, რომ სახეზე იყო მიმწოდებლისა და დისტრიბუტორების ნების თანხვედრა - ხელშეკრულება კონკურენციის სამართლის მიზნებისათვის. ფაქტს, რომ მხარეებს შორის ექსპორტის აკრძალვაზე შეთანხმება მოლაპარაკების გზით არ მომხდარა, მნიშვნელობა არ მინიჭებია.

გადაწყვეტილება ეწოდება როგორც უშუალოდ ეკონომიკური აგენტების, ისე მათი ინტერესების გამტარებელი დამოუკიდებელი სამართლებრივი ფორმის მქონე ორგანიზაციების (მაგალითად, ასოციაციის) მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებას. მსგავსი ორგანიზაციის დაარსების მეთოდს (მაგ. შექმნილია კანონის საფუძველზე) და ბაზარზე ფუნქციონირების საკითხს მნიშვნელობა არ აქვს ამ უკანასკნელის კონკურენციის კანონის სუბიექტად მიჩნევისთვის.



კონკურენციის საწინააღმდეგო გადაწყვეტილება

საქმეში C-309/99 (*Wouters v Algemene Raad van de Nederlandse Orde van Advocaten*) CJEU-მ აგენტების გაერთიანებად მიიჩნია ჰოლანდიის ადვოკატთა ასოციაცია, ხოლო მის მიერ გამოცემული ადვოკატებისა და ბუღალტრების თანამშრომლობის ამკრძალავი აქტი - ევროკავშირის კონკურენციის კანონმდებლობით გათვალისწინებულ ასოციაციის გადაწყვეტილებად. ასოციაცია დაარსებული იყო კანონის საფუძველზე და უშუალოდ არ ფუნქციონირებდა იურიდიული მომსახურების ბაზარზე, მაგრამ მენეჯმენტის არჩევის წესიდან და ფუნქციებიდან გამომდინარე, წარმოადგენდა დამოუკიდებელი ეკონომიკური აგენტების (ადვოკატების) გაერთიანებას, ხოლო მისი გადაწყვეტილებები გავლენას ახდენდა შესაბამისი ბაზრის სტრუქტურაზე.

შეთანხმებული ქმედება არის ეკონომიკური აგენტების მიერ ქმედებების ერთმანეთისთვის იმგვარად შეწყობა (მათ შორის, ხელშეკრულების დაუდებლად), რომ დაზიანდეს საბაზრო კონკურენცია. სხვა მტკიცებულების არარსებობისას, შეთანხმებული ქმედება დადასტურებულად ითვლება, თუ ბაზრის ეკონომიკური ანალიზის შედეგად მხარეთა იდენტური/მსგავსი ქცევა მხოლოდ შეთანხმებული ქმედებით შეიძლება აიხსნას.



შეთანხმებული ქმედება

გაერთიანებულ საქმეებში 40, 48, 50, 54-56, 111, 113-114/73 (*Suiker Unie and others v Commission*), შაქრის ბაზარზე მოქმედმა 9 ეკონომიკურმა აგენტმა უჩივლა ევროკომისიას, რადგან ამ უკანასკნელმა დაადგინა მათი კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებაში მონაწილეობა, შესაბამისი ხელშეკრულების არსებობის დამადასტურებელი დოკუმენტაციის არქონის პირობებში. CJEU-ს მიხედვით, ბაზრის ეკონომიკური ანალიზი ცხადყოფდა ეკონომიკური აგენტების იმგვარ ქმედებას, რომელიც შეუძლებელია განხორციელდებოდა ამ აგენტებს შორის კონკურენციის შემთხვევაში. შესაბამისად, სასამართლომ კონკურენციის საწინააღმდეგოობა დაადასტურა კონკურენციის საწინააღმდეგო ხელშეკრულების არარსებობის პირობებში.

1.3. ქმედების კონკურენციის შეზღუდვები ხასიათი

კონკურენციის შეზღუდვები შეთანხმების მიზანი ან შედეგი უნდა იყოს შესაბამის ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვა, დაუშვებლობა ან/და აკრძალვა (შემდგომში - „შეზღუდვა“). ქმედება კონკურენციის საწინააღმდეგოდ ჩაითვლება, თუ სახეზეა შემოჩამოთვლილი სამი შემთხვევიდან ერთ-ერთი მაინც.

ყველა ხსენებულ გარემოებაში, კანონმდებლობის მიზანი ერთია - არ დაუშვას ბაზარზე მოქმედი თუ პოტენციური ეკონომიკური აგენტებისათვის მათივე კონკურენტების მხრიდან ბარიერების შექმნა და დაიცვას ბაზარზე არსებული კონკურენტული გარემო.

აღსანიშნავია, რომ შეფასებისას მხედველობაში მიიღება ბაზარზე არსებული რეალური ვითარება. შესაბამისად, შეთანხმება კონკურენციის კანონმდებლობას არღვევს მაშინაც, როდესაც მას მიზნად აქვს ან შედეგად მოჰყვება შესაბამისი ბაზრის თუნდაც არც თუ ისე ჯანსაღ კონკურენტულ გარემოზე ნეგატიური ზემოქმედება.

1.4. მიზან-შედეგობრივი კავშირი

ეკონომიკური აგენტების შეთანხმება კონკურენციის საწინააღმდეგოდ რომ ჩაითვალოს:

- მას უნდა ჰქონდეს კონკურენციის შეზღუდვის მიზანი ან
- მის განხორციელებას შედეგად უნდა მოსდევდეს კონკურენციის შეზღუდვა.

შეთანხმებას შესაძლოა ჰქონდეს როგორც კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზანი, ისე შედეგი. თუმცა, კანონდარღვევის დასადგენად მხოლოდ ერთ-ერთი მათგანის არსებობაც საკმარისია.

კონკურენციის შეზღუდვის მიზანი

სახეზეა, როდესაც შეთანხმების ბუნებიდან გამომდინარე, უკვე არსებობს კონკურენციის შეზღუდვის პოტენციალი, ე.ი. აშკარაა, რომ შეთანხმების განხორციელების შედეგად შესაბამის ბაზარზე კონკურენცია შეიზღუდება.

კონკურენციის შეზღუდვები შედეგი

შეზღუდვები შედეგის მქონე შეთანხმებების შემთხვევაში, ზიანი/ზიანის მიყენების პოტენციალი თავიდანვე აშკარა არაა. შესაბამისად, საჭიროა სრულყოფილი ეკონომიკური ანალიზი იმის გამოსაკვლევად, ზღუდავს თუ არა მსგავსი შეთანხმება კონკურენციას. ანალიზისას მხედველობაში მიიღება როგორც უკვე დამდგარი უარყოფითი შედეგი, ისე მისი დადგომის ალბათობა.

კონკურენციის შეზღუდვები მიზნის მქონე შეთანხმებები კანონსაწინააღმდეგოდ ითვლება, იმისდა მიუხედავად, განხორციელდა თუ არა ისინი პრაქტიკაში (აღნიშნულს მნიშვნელობა ენიჭება მხოლოდ ჯარიმის დაკისრების ეტაპზე - პროპორციული თანხის გამოთვლის მიზნებისათვის). ამასთანავე, კონკურენციის შეზღუდვები მიზანი/ბუნება უნდა ჰქონდეს თავად შეთანხმებას. ამ ტიპის შეთანხმებებში უკვე იგულისხმება მხარეთა კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზანიც (იხ. ქვემოთ) და ამის დამადასტურებელი მტკიცებულებების წარდგენა საჭირო აღარაა. ამ შემთხვევაში, მტკიცებულებები აუცილებელია მხოლოდ შეთანხმების ფაქტის დასადასტურებლად.

შედარებისთვის, კონკურენციის საწინააღმდეგო შედეგი დგინდება შეთანხმების ეფექტების ეკონომიკური ანალიზის საფუძველზე. მხედველობაში მიიღება შეთანხმების ზეგავლენა როგორც ბაზარზე არსებულ, ისე პოტენციურ კონკურენციაზე. აღსანიშნავია, რომ კონკურენციის საწინააღმდეგო შედეგი შეიძლება გამოიხატოს როგორც შეთანხმების მონაწილე მხარეებს შორის, ისე ნებისმიერი მესამე პირისთვის (შეთანხმების არამონაწილე მხარისთვის) კონკურენციის შეზღუდვაში.



დამოკიდებულება კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონე შეთანხმებებისადმი

პრაქტიკაში, შეთანხმებათა გარკვეული კატეგორიები ყოველთვის კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონედ მიიჩნევა. აღნიშული კატეგორიებიდან ერთ-ერთში მოხვედრისას, შეთანხმება ავტომატურად ითვლება კონკურენციის საწინააღმდეგოდ. სხვა შემთხვევებში, მისი კონკურენციის საწინააღმდეგო ხასიათი დგინდება ეკონომიკური ანალიზით, შეთანხმების მიერ გამონვეული/სავარაუდოდ გამოსანვევი შედეგის მიხედვით.

კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონე შეთანხმებებზე ასევე არ ვრცელდება კანონის მე-8 მუხლით გათვალისწინებული შეღავათები კონკურენციის უმნიშვნელოდ შემზღუდველ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებით და არც ნორმატიული აქტით განსაზღვრული ე.წ. ჯგუფური გამონაკლისები.

1.5. კონკურენციის შეზღუდველი შეთანხმების სახეები

კანონის მე-7 მუხლის „ა“-„ე“ ქვეპუნქტებში მოცემულია კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმებების ზოგადი ჩამონათვალი. ჩამონათვალს საფუძვლად დაედო ევროკავშირის ფუნქციონირების ხელშეკრულების (TFEU) 101-ე მუხლი. ევროკავშირის პრაქტიკის მიხედვით, 101-ე მუხლში მოცემული ჩამონათვალი საორიენტაციო და შესაბამისად, არასრულია.

რაც შეეხება მე-7 მუხლის ჩამონათვალში არსებულ ქმედებებს, ევროკავშირის პრაქტიკაში მათთან დაკავშირებით არსებობს შემდეგი ზოგადი განმარტებები:

ა.ა) ფასი/ფასის ფასების კონტრაქტი/არაკონტრაქტი დადგენა (ფიქსირება)

ფასის დადგენა ყოველთვის კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონე შეთანხმებად ითვლება. აქ მოიაზრება ნებისმიერი შეთანხმება, რომელიც ეკონომიკურ აგენტებს უზღუდავს საკუთარი ფასწარმოქმნის პოლიტიკის დამოუკიდებლად განსაზღვრის შესაძლებლობას. შესაბამისად, აღნიშნულ შეთანხმებებს მიეკუთვნება ფასდაკლებებთან დაკავშირებით ერთიან მიდგომაზე შეთანხმებაც, სალიკვიდაციო ფასებზე შეთანხმებაც, ერთიანი საპროცენტო განაკვეთის დანესებაც და ა.შ.

ფასის დადგენა აკრძალულია როგორც ჰორიზონტალურ, ისე ვერტიკალურ შეთანხმებებში. ამ უკანასკნელის ყველაზე ცნობილი სახეა გაყიდვის ფასის შენარჩუნებაზე შეთანხმება. შეთანხმებით შესაძლოა დგინდებოდეს გაყიდვის ფიქსირებული ფასი ან გაყიდვის მინიმალური ფასი - ორივე შემთხვევაში, შეთანხმება კონკურენციის საწინააღმდეგოა.

კონკურენციის საწინააღმდეგოა მიზნობრივი ფასის დადგენაც და ასევე ეკონომიკური აგენტების ნებისმიერი არაპირდაპირი მოქმედება, რომლის საბოლოო მიზანია ფასწარმოქმნის ერთობლივი პოლიტიკის გატარება.



მიზნობრივი ფასის დადგენა

საქმეში 8/72 (Cementhandelaren v Commission) CJEU-მ კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებად ჩათვალა შეთანხმება გაყიდვის მიზნობრივ ფასზე, რადგან ამით კონკურენტებს ერთმანეთის შიდა ფასწარმოქმნის პოლიტიკის გაგების შესაძლებლობა მიეცათ.

იგივე გადაწყვედა საქმეში COMP/C.38.281/B.2 (Raw Tobacco Italy) დისტრიბუტორების მიერ მიმწოდებლებისათვის შესასყიდი ფასის დადგენასთან დაკავშირებით.



ფასწარმოქმნის ერთობლივი პოლიტიკის გატარება

ფასწარმოქმნის ერთობლივი პოლიტიკის მაგალითია ინფორმაციის იმგვარი გაცვლა, როდესაც გაზიარებული ინფორმაციის მოცულობა, დეტალურობა და დროში განწილობა საკმარისად ნათელ წარმოდგენას უქმნის კონკურენტებს ერთმანეთის ფასწარმოქმნის პოლიტიკის შესახებ. აღნიშნული დადგინდა საქმეში C-8/08 (T-Mobile and others).

ა.ბ) სხვა სავაჭრო პირობების პირდაპირ/არაპირდაპირ დადგენა (ფიქსირება)

აღნიშნულში მოიაზრება ნებისმიერი სავაჭრო პირობა, რომელზე შეთანხმებამაც შესაძლოა ხელი შეუშალოს ჯანსაღ კონკურენციას.



„სხვა სავაჭრო პირობების“ აჩასხუდი ჩამონათვალი

ევროკომისიის საქმის IV/426 - Papiers peints de Belgique მიხედვით, შესაძლოა აქ მოიაზრებოდეს პირობები, რომლებიც უკავშირდება, მაგალითად:

- პროდუქტის ადგილზე მიტანას;
- პროდუქტის უფასო საცდელი ვარიანტის მიწოდებას;
- გაყიდული პროდუქტის უკან დაბრუნებაზე უარის თქმას;
- პროდუქტთან დაკავშირებული პრეტენზიების განხილვასა და კლიენტების მოთხოვნების დაკმაყოფილებას;
- რეკლამირების შეზღუდვას და ა.შ.

წარმოებისა და ბაზრების შეზღუდვის ყველაზე გავრცელებული სახეა **კვოტირება**, რომელიც კონკურენციის შემზღუდველი მიზნის მქონე შეთანხმებად ითვლება.



კვოტირების მაგალითები

- საქმე IV/30/907 (Peroxygen products) - ევროკომისიამ დაადგინა, რომ კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმების მხარეებმა არა მარტო გეოგრაფიულად გადაინაწილეს ბაზარი, არამედ გაიყვეს საბაზრო წილებიც.
- საქმეები 29 და 30/83 (Rheinzink GmbH v Commission) - CJEU-მ კონკურენციის საწინააღმდეგოდ მიიჩნია შეთანხმება, რომლის საფუძველზეც კონკურენტები ერთმანეთს განგრძობადად აწვდიდნენ პროდუქციას. მსგავსი პრაქტიკა ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ბაზრების გაყოფის ანალოგიურ შედეგს იწვევდა.
- საქმე T-311/94 (BPB de Eendracht v Commission) - კონკურენციის შემზღუდველ პრაქტიკად განიხილეს კონკურენტების მიერ საბაზრო წილების „გაყინვა“ და არსებული წილების შენარჩუნების კონტროლისთვის მონიტორინგის სისტემის დანერგვა.

ტექნოლოგიური განვითარების შეზღუდვის ყველაზე გავრცელებული სახეა კონკურენტისთვის/პოტენციური კონკურენტისთვის გარკვეული ანაზღაურების გადახდა იმის საწინააღმდეგოდ, რომ ამ უკანასკნელმა დააყოვნოს საკუთარი პროდუქტის/პროცესის ბაზარზე შეტანა ან საერთოდ არ შემოვიდეს ბაზარზე. მსგავსი შეთანხმებები კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონედ ითვლება.

ინვესტიციების შეზღუდვაში ძირითადად მოიაზრება შეთანხმებები, რომლითაც ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტები ზღუდავენ საკუთარი ან მესამე პირის (მაგ. პოტენციური კონკურენტის) მიერ ბაზარზე ინვესტირებას.

გ) ბაზრების/მონოპოლის წყაროების მომხმარებლის, ტერიტორიული ან სხვა ნიშნით განაწილება

განაწილება შესაძლოა ხდებოდეს ტერიტორიული ნიშნით (მაგალითად, რეგიონების მიხედვით, იმპორტირების ადგილის მიხედვით და სხვ.), მომხმარებლის შემოსავლის, ასაკის ან სხვა ნიშნით, უშუალოდ პროდუქტის თვისებების მიხედვით და სხვ. ჰორიზონტალური შეთანხმებისას, ბაზრის განაწილების დროს ეკონომიკური აგენტები ვალდებულებას იღებენ, იფუნქციონირონ მხოლოდ კონკრეტულ სეგმენტში (მაგალითად, გაყიდონ მხოლოდ საბავშვო ტანსაცმელი, იმოქმედონ მხოლოდ თბილისში, შემოიტანონ საქონელი მხოლოდ ერთი კონკრეტული ქვეყნიდან, იფუნქციონირონ მხოლოდ მეორადი საქონლის ბაზარზე და ა.შ.) და არ განიონ კონკურენცია სხვა სეგმენტებში. მსგავსი შეთანხმებები ითვლება **კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონედ**.

რიგი ვერტიკალური შეთანხმებებიც ყოველთვის კონკურენციის საწინააღმდეგოდ მიიჩნევა. მაგალითად, მწარმოებელსა და დისტრიბუტორს შორის გაფორმებული ხელშეკრულებით ამ უკანასკნელს არ უნდა ეკრძალებოდეს მწარმოებლის პროდუქციის პარალელურად სხვა მწარმოებლის პროდუქციის რეალიზაცია.



ონდინ დისციპლინის აკხადვა

მწარმოებელს გარკვეული ვადითა და პირობებით შესაძლებელია ჰყავდეს ექსკლუზიური დისტრიბუტორები გარკვეულ ტერიტორიებზე - მსგავსი პრაქტიკა ავტომატურად კონკურენციის საწინააღმდეგოდ არ მიიჩნევა.

ამავდროულად, საქმეში C-439/09 Pierre Fabre, CJEU-მ დაადგინა, რომ ექსკლუზიურ დისტრიბუტორებსაც კი არ უნდა ეკრძალებოდეთ საქონლის/მომსახურების (შემდგომში - „საქონელი“) ინტერნეტის საშუალებით გაყიდვა.

დ) გარკვეული სავაჭრო კარტელოებისთვის იდენტურ ტრანზაქციებზე განსხვავებული პირობების დანახვა, რითაც ხდება მათი არაკონკურენტულ მდგომარეობაში ჩაყენება

როგორც აღნიშნული დებულებიდან ჩანს, სავაჭრო პარტნიორებისადმი განსხვავებული მოპყრობა აკრძალული არაა ობიექტური წინაპირობების არსებობისას. აღნიშნულის მაგალითია შერჩევითი სადისტრიბუციო სისტემა, რომელიც დაშვებულია, თუ სისტემაში დისტრიბუტორების მიღების (შერჩევის) კრიტერიუმები ობიექტურია და მიიღება ყველა ის დისტრიბუტორი, რომელიც წინასწარ დადგენილ პირობებს აკმაყოფილებს. ამის საპირისპიროდ, შეთანხმება, სადაც ფიქსირდება განსხვავებული მიდგომა ობიექტურად იდენტური სიტუაციებისადმი, კონკურენციის საწინააღმდეგოა.

ამ ტიპის შეთანხმების ყველაზე გავრცელებული სახეა ე.წ. ჯგუფური ექსკლუზიური გარიგება (მაგალითად, კონკურენტების მიერ კონკრეტული მიმწოდებლის პროდუქციის ბოიკოტირებაზე შეთანხმება), რომლებიც კონკურენციის საწინააღმდეგო მიზნის მქონე შეთანხმებად ითვლება.

აღნიშნული შეთანხმება, ასევე, შეიძლება იყოს კონკურენციის შემზღვეველი შედეგის მქონე და საჭირო იყოს ეკონომიკური ანალიზის ჩატარება მისი კონკურენციის საწინააღმდეგო ხასიათის დასადგენად. (მაგალითად, ვერტიკალური ხასიათის შეთანხმება მწარმოებელსა და დისტრიბუტორს შორის, რომელიც მას სხვა დისტრიბუტორებთან შედარებით არაკონკურენტულ მდგომარეობაში აყენებს და სხვ.,)

ე) გარიგების დასადავად მხარისთვის ისეთი დამატებითი პირობის დადგენა/ ვალდებულების დაკისრება, რომელსაც გარიგების საგანთან სავსოზობრივი და კომარცხიული კავშირი არ აქვს

მსგავსი დამატებითი ვალდებულების ყველაზე გავრცელებული მაგალითია მყიდველის დავალდებულება, გარკვეული საქონლის შეძენისას ასევე შეიძინოს მეორე (პირველისგან დამოუკიდებელი) საქონელი. მსგავსი ვალდებულება შეიძლება არსებობდეს როგორც ჰორიზონტალურ შეთანხმებებში (მაგ: კონკურენტები შეთანხმებულად ავალდებულებდნენ მომხმარებელს ორი დამოუკიდებელი პროდუქტის ერთად ყიდვას), ისე ვერტიკალური შეთანხმებებისას (მაგ: დისტრიბუციის ხელშეკრულებით გათვალისწინებული იყოს ორი დამოუკიდებელი პროდუქტის ერთად შესყიდვის სავალდებულობა).

1.6. გამონაკლისები კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმებების აკრძალვიდან

კანონის მე-9 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, შეთანხმებები შესაძლოა არ ჩაითვალოს კონკურენციის საწინააღმდეგოდ გარკვეული წინაპირობების არსებობისას (ე.წ. ჯგუფური გამონაკლისები).



გამონაკლისად მიჩნევის წინაპირობები

გამონაკლისებს შეიძლება მიეკუთვნოს შეთანხმებები, რომლებიც:

- ხელს უწყობენ წარმოების ან/და მიწოდების გაუმჯობესებას, ტექნიკურ-ეკონომიკურ პროგრესს
- უზრუნველყოფენ მომხმარებელთა კეთილდღეობის ზრდას
- შეთანხმების მონაწილე ეკონომიკურ აგენტებს არ უნესებენ შემზღვეველს, რომლებიც დაკავშირებული არ არის ზემოაღნიშნული მიზნების მიღწევასთან
- ეკონომიკურ აგენტებს საშუალებას არ აძლევენ, აღკვეთონ კონკურენცია შესაბამისი ბაზრის მნიშვნელოვან ნაწილზე

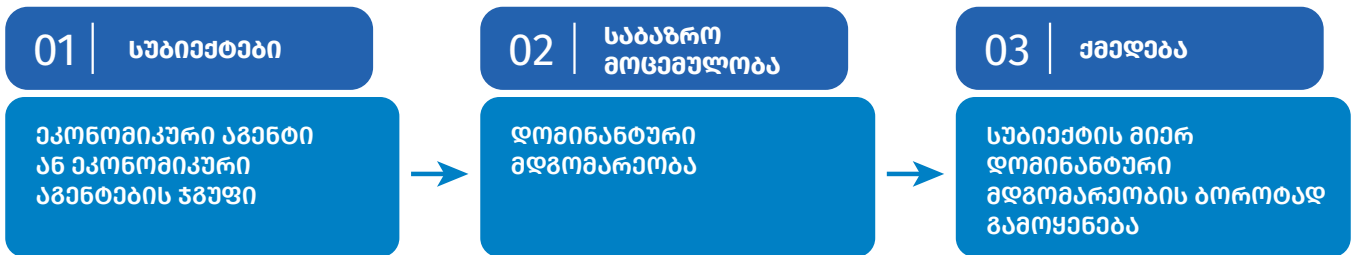
კანონის მიხედვით, აღნიშნული გარემოებების არსებობის მტკიცების ტვირთი ეკონომიკურ აგენტებზეა.

ჯგუფური გამონაკლისები განსაზღვრულია „კონკურენციის შემზღვეველი შეთანხმების აკრძალვიდან გამონაკლისების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის 2014 წლის პირველი სექტემბრის N526 დადგენილებით.

2. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება

კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, „ერთი ან რამდენიმე (ჯგუფური დომინანტობის შემთხვევაში) ეკონომიკური აგენტის მიერ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება დაუშვებელია.“

განსაზღვრებიდან გამომდინარე, მე-6 მუხლის დარღვევისათვის სახეზე უნდა იყოს:



2.1. სუბიექტები

კანონის მე-6 მუხლის სუბიექტები არიან:

- ეკონომიკური აგენტი
- ეკონომიკური აგენტების ჯგუფი

„ეკონომიკური აგენტების ჯგუფი“ სახეზეა, როდესაც შესაბამის ბაზარზე მოთამაშე რამდენიმე ეკონომიკური აგენტი იმდენად შეთანხმებულად მოქმედებს, რომ იქმნება შთაბეჭდილება, თითქოს ისინი ერთ იურიდიულ პირს წარმოადგენენ.



ჯგუფური დომინანტური მდგომარეობის ახსების დადგენის წინაპირობები

საქმეში T-193/02 (Piau v Commission), CJEU-მ დაადგინა სამკომპონენტური ზოგადი ფორმულა, რომლის დაკმაყოფილების შემთხვევაშიც, ეკონომიკური აგენტების ჯგუფური დომინანტური მდგომარეობა სახეზეა. კერძოდ:

- ეკონომიკური აგენტების ჯგუფის თითოეულ წევრს უნდა შეეძლოს სხვა წევრების ქცევის ზედმიწევნით გაგება და მონიტორინგი იმისა, ატარებს თუ არა ჯგუფის ყველა წევრი ერთიან საბაზრო პოლიტიკას;
- მსგავსი სიტუაციის შენარჩუნება შესაძლებელი უნდა იყოს ხანგრძლივად, ე.ი. ჯგუფის წევრებს არ უნდა ჰქონდეთ ბაზრის ერთობლივი პოლიტიკიდან გადახვევის მოტივაცია;
- საერთო პოლიტიკის მოსალოდნელ შედეგებზე ზეგავლენას ვერ უნდა ახდენდეს არსებული და პოტენციური კონკურენტების (ისევე როგორც მომხმარებლების) მოსალოდნელი რეაქცია.

პრაქტიკაში, როგორც წესი, ერთ კორპორატიულ ჯგუფში/პოლდინგში შემავალ, დამოუკიდებელი იურიდიული ფორმის მქონე პირებს, ერთობლივად უკავიათ ხოლმე დომინანტური მდგომარეობა ერთსა და იმავე ბაზარზე (საქმეები 6/72 (*Continental Can v Commission*), 6/73 (*Commercial Solvents v Commission*) და სხვ.). თუმცა, ჯგუფური დომინანტური მდგომარეობა შესაძლებელია ჰქონდეთ სხვადასხვა კორპორატიულ ჯგუფს მიკუთვნებულ პირებსაც. როგორც წესი, მსგავსი სიტუაცია გვხვდება ოლიგოპოლიურ ბაზრებზე, ანუ ისეთ ბაზრებზე, რომლებზეც ერთდროულად ფუნქციონირებს რამდენიმე ძლიერი მოთამაშე.

2.2. საბაზრო მოცუვალობა - დომინანტური მდგომარეობა

კანონის მიხედვით, დომინანტური მდგომარეობა არის „შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის/აგენტების ისეთი მდგომარეობა, რომელიც მას/მათ საშუალებას აძლევს იმოქმედოს/ იმოქმედონ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების, მიმწოდებლების, კლიენტებისა და საბოლოო მომხმარებლებისგან დამოუკიდებლად, არსებითი გავლენა მოახდინოს/მოახდინონ ბაზარზე საქონლის მიმოქცევის საერთო პირობებზე და შეზღუდოს/შეზღუდონ კონკურენცია...”



დომინანტური მდგომარეობის ელემენტები

განმარტების შესაბამისად, დომინანტური მდგომარეობა:

- შესაძლოა არსებობდეს მხოლოდ შესაბამის ბაზარზე
- იძლევა საშუალებას:
 - დამოუკიდებლად მოქმედების
 - ბაზარზე არსებითი გავლენის მოხდენისა და კონკურენციის შეზღუდვის

ა. დომინანტური მდგომარეობა შესაბამის ბაზარზე

დომინანტური მდგომარეობა გულისხმობს საბაზრო ძალაუფლების ქონას შესაბამის ბაზარზე. ამდენად, დომინანტური მდგომარეობის დადგენა ხორციელდება მხოლოდ შესაბამის ბაზართან მიმართებით და ბაზრის ჩარჩოების სწორად განსაზღვრას დიდი მნიშვნელობა აქვს ეკონომიკური აგენტის საბაზრო პოზიციის შეფასებისას.

შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრა პირველ რიგში აუცილებელია სუბიექტის საბაზრო წილის სწორად გამოთვლისათვის. კანონის მიხედვით, საბაზრო წილს მნიშვნელოვანი (მაგრამ არა გადამწყვეტი) როლი ეკისრება დომინანტური მდგომარეობის ფაქტის განსაზღვრაში. კერძოდ:

- დამატებითი მტკიცებულების არარსებობის პირობებში, 40%-ზე ნაკლები საბაზრო წილის მქონე ეკონომიკური აგენტი/აგენტები დომინანტური მდგომარეობის მქონედ არ ითვლება;



შესაბამისი ბაზრის 40%-იანი წიდი - განმახგებები

პრაქტიკაში დომინანტური მდგომარეობის დადგენა შესაძლებელია ბაზრის 40%-ზე ნაკლები წილის მქონე სუბიექტებთან მიმართებითაც, თუ სახეზეა დამატებითი მტკიცებულებები, რომ პირს აქვს საბაზრო ძალაუფლება - აღნიშნული მოხდა ევროკომისიის საქმეში **COMP/34/780 (Virgin/British Airways)**, სადაც სუბიექტის საბაზრო წილი 39.7% იყო.

ასევე, კანონის ჩანაწერი 40%-თან დაკავშირებით გულისხმობს, რომ 40%-ზე მეტი საბაზრო წილის მქონე სუბიექტებთან მიმართებით მოქმედებს **დომინანტური მდგომარეობის გაბათილებადი პრეზუმფცია** - თუ ამ პროცენტულ ზღვრამდე კონკურენციის სააგენტოს უწევს დომინანტური მდგომარეობის არსებობის მტკიცება, ზღვარს ზემოთ არსებულმა სუბიექტებმა თავად უნდა ამტკიცონ დომინანტური მდგომარეობის არარსებობა.

- ბაზარზე მოქმედი ორი ან მეტი ეკონომიკური აგენტიდან თითოეული ჩაითვლება დომინანტური მდგომარეობის მქონედ საბაზრო წილების შემდგომი განლაგებისას:
 - არაუმეტეს 3 ეკონომიკური აგენტი ერთობლივად ფლობს ბაზრის 50%-ზე მეტს და თითოეული ფლობს სულ მცირე 15%-ს;
 - არაუმეტეს 5 ყველაზე მნიშვნელოვანი წილის მქონე ეკონომიკური აგენტი ერთობლივად ფლობს ბაზრის 80%-ზე მეტს და თითოეული ფლობს სულ მცირე 15%-ს.

გარდა წილებისა, შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრა გავლენას ახდენს ბაზარზე შესვლის ბარიერების სწორად დადგენაზე, მყიდველის საბაზრო ძალაუფლების ფაქტის შეფასებაზე, ქსელური ეფექტების ანალიზსა და სხვა ფაქტორებზე.

ა. დამოუკიდებლად მოქმედაბის შესაძლებლობა

დამოუკიდებლად მოქმედება გულისხმობს იმგვარ მდგომარეობას, როდესაც **სუბიექტის ნებისმიერ საბაზრო გადანყვეტილებაზე** (მათ შორის, ფასის აწევაზე, წარმოების რაოდენობის ცვლილებაზე და სხვ.) კონკურენტები, მიმწოდებლები, კლიენტები და მომხმარებლები გავლენას ვერ ახდენენ. მსგავსი მდგომარეობა საშუალებას აძლევს სუბიექტს, უგულებელყოს საბაზრო კონკურენცია და ამავდროულად შეინარჩუნოს ადგილი ბაზარზე.

ბ. არსებითი გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა

პრაქტიკის მიხედვით, ბაზარზე დამოუკიდებლად მოქმედების ზემოაღწერილი შესაძლებლობა უკვე გულისხმობს იმას, რომ ეკონომიკურ აგენტს შეუძლია ზეგავლენის მოხდენა ბაზარზე საქონლის მიმოქცევის საერთო პირობებზე.

პრაქტიკაში აღნიშნული ტერმინი ფართოდ განიმარტება და გულისხმობს როგორც არსებული, ისე პოტენციური კონკურენციის სრულ ან ნაწილობრივ შეზღუდვის შესაძლებლობას.



დომინანტური მდგომარეობის დადგენა საქმის წახმოებისას

დომინანტური მდგომარეობა დგინდება კონკრეტულ ბაზართან მიმართებით და კონკრეტულ დროში. შესაბამისად, ერთი და იგივე ეკონომიკური აგენტის მიმართ კანონის მე-6 მუხლის საფუძველზე სხვადასხვა საქმის წარმოებისას, დომინანტური მდგომარეობის დადგენას ყოველ ჯერზე სჭირდება ხელახალი ანალიზი.

ის ფაქტი, რომ ერთ შემთხვევაში დომინანტური მდგომარეობის არსებობა დადასტურდა, ავტომატურად არ გულისხმობს იმას, რომ იგივე მოხდება სხვა შემთხვევაშიც. თუმცა მსგავსი შესაძლებლობა არ გამოირიცხება (საქმე T-125/97 (The Coca-Cola Company v Commission)).

2.3. ქვედაბა - დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება

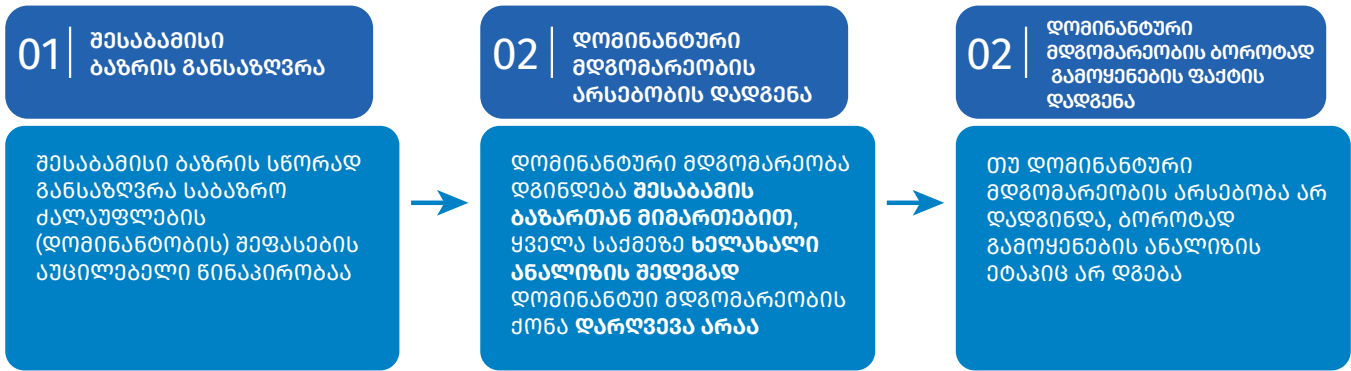
დომინანტური მდგომარეობის მოპოვება შესაძლებელია ჯანსაღი კონკურენციის პირობებშიც, თუკი შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტი კონკურენტებზე ეფექტიანად დაგეგმავს საკუთარ საბაზრო სტრატეგიას. შესაბამისად, მხოლოდ დომინანტური მდგომარეობის ქონა დარღვევას არ წარმოადგენს - დარღვევაა აღნიშნული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება.

თავის მხრივ, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებაა დომინანტი ეკონომიკური აგენტის მიერ ისეთი ქმედებების განხორციელება, რომლებიც სცდება ჯანსაღი კონკურენციის ფარგლებს და ხელს უშლის ბაზარზე კონკურენციის არსებული დონის შენარჩუნებას ან მის ზრდას, მათ შორის, მომხმარებლის საზიანოდ.



ტვირთის სასამართლო განმახგება

საქმეში 85/76 (Hoffmann-La Roche v Commission), CJEU-მ დაადგინა, რომ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება გულისხმობს აღნიშნული მდგომარეობის მქონე სუბიექტის/სუბიექტების მიერ იმგვარი (კონკურენტული გარემოსათვის არადაამახასიათებელი) ქმედებების განხორციელებას, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს ბაზრის სტრუქტურაზე და ხელს უშლის აღნიშნულ ბაზარზე არსებული, თუნდაც სუსტი კონკურენციის შენარჩუნებას.



2.4. დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების კონკრეტული სახეები

დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება პრაქტიკაში მრავალი სახით შეიძლება გამოვლინდეს. კონკრეტული მაგალითების არასრული ჩამონათვალი მოცემულია ქვემოთ.

ა) არასამართლიანი ფასები

ა.ა) მთავალური ფასის დაწესება (Predatory Pricing)

მთავალური ფასების დაწესების დროს, დომინანტი ეკონომიკური აგენტი ამცირებს ფასს და (გააზრებულად) უარს ამბობს მოგების გარკვეულ ნაწილზე მცირე ვადით, რათა ბაზრიდან განდევნოს კონკურენტები ან ხელი შეუშალოს ბაზარზე მათ შემოსვლას. ამით სუბიექტი მოკლევადიან პერიოდში ბარალდება, თუმცა გრძელვადიან პერიოდში მსგავსი აგრესიული საფასო კონკურენციით ახერხებს კონკურენტების ბაზრიდან გაძევებას და საბაზრო წილის კიდევ უფრო გაზრდას. ეს ქმედება ეწინააღმდეგება კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტს.



მთავალური ფასების დადგენის კიბეხიუმები საქონლის წახმოების დანახარჯებთან მიმართებით¹

შესაბამის ბაზარზე კონკურენტული ფასი დგინდება ბაზრის თავისებურებებიდან გამომდინარე, ეკონომიკური ანალიზის შედეგად. საქმე C-62/86 Akzo Chemie BV v Commission-ს მიხედვით, აღნიშნული ფასი პირდაპირ კავშირშია წარმოების დანახარჯთან. კერძოდ:

¹ პროდუქტის შექმნისას, კომპანიის მიერ განუღი დანახარჯები იყოფა მუდმივი დანახარჯებად და ცვლად დანახარჯებად. მუდმივი დანახარჯი (Fixed Cost - FC), რომლის რაოდენობაც არაა დამოკიდებული წარმოების მოცულობაზე (output). ესაა დანახარჯი, რომლის განვაც მწარმოებელს უნევს ნებისმიერ შემთხვევაში, ნაწარმოები პროდუქციის რაოდენობის, ხარისხის და მსგავსი კრიტერიუმების მიუხედავად. ცვლადი დანახარჯი (Variable Cost - VC), რომლის რაოდენობაც იცვლება წარმოების მოცულობასთან ერთად. ცვლად დანახარჯს, რომელიც გასანევია წარმოების მთლიან მოცულობაზე, მთლიანი ცვლადი დანახარჯი (Total Variable Cost - TVC) ეწოდება. მთლიანი ცვლადი დანახარჯის იმ ნაწილს კი, რომელიც ხმარდება პროდუქტის ერთი ერთეულის დამზადებას - საშუალო ცვლადი დანახარჯი (Average Variable Cost - AVC). წარმოებასთან დაკავშირებული მთლიანი ცვლადი დანახარჯისა და ყველა მუდმივი დანახარჯის ჯამს ეწოდება მთლიანი დანახარჯი (Total Cost - TC). თუ აღნიშნულ დანახარჯს გავყოფთ წარმოებული ერთეულების რაოდენობაზე, მივიღებთ საშუალო მთლიანი დანახარჯს (Average Total Cost - ATC).

- როდესაც ფასი წარმოების საშუალო მთლიან დანახარზე მეტია, მტაცებლური ფასი სახეზე არ გვაქვს.
- როდესაც ფასი საშუალო მთლიან დანახარზე ნაკლებია, მაგრამ საშუალო ცვლად დანახარზე მეტია, ის მტაცებლურია მხოლოდ მაშინ, თუ ფასის დაწესება კონკურენტის ბაზრიდან გაძევების მიზნის ნაწილია.
- თუ ფასი საშუალო ცვლად დანახარზე ნაკლებია, მოქმედებს მტაცებლური ფასების დაწესების პრეზუმფცია, რომლის გაბათილების საშუალებაც ეძლევა დომინანტური მდგომარეობის მქონე პირს.

კანონსაწინააღმდეგოა ერთ ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის გამოყენება მეორე ბაზარზე მტაცებლური ფასების დაწესებისათვისაც (საქმე C-333/94 (Tetra Pac International SA v Commission)).

ა. ბ) არასამართლიანად მაღალი ფასის დაწესება (Excess Price)

ჭარბი ფასის დაწესება დომინანტური მდგომარეობის მქონე პირის მიერ განსაკუთრებით პრობლემურია ისეთ ბაზრებზე, სადაც შესვლის მაღალი ბარიერებია (მაგ: ფარმაცევტულ ბაზრებზე და აშ.)



ახასამართლიანად მაღალი ფასის განმსაზღვრელი ტესტი

საქმეში United Brands v Commission შემოთავაზებულ იქნა ტესტი, რომელიც გამოიყენება ჭარბი ფასის არსებობის განსაზღვრისათვის. ფასდება:

- არის თუ არა ფასი ჭარბი ეკონომიკური აგენტის დანახარჯებთან მიმართებით;
- ფასი არასამართლიანია თავისთავად, თუ კონკურენტ(ებ)ის ფასთან შედარებით.

ბ) ფასის შერჩევითი შემცირება (Selective Price Cuts)

ფასის შერჩევით შემცირებას ადგილი აქვს, როდესაც მიმწოდებელი შეარჩევს კლიენტების ჯგუფს და მათ უწესებს განსხვავებულ (უფრო დაბალ) ფასს, მიუხედავად იმისა, რომ სხვადასხვა ჯგუფები მოიხმარენ ერთსა და იმავე საქონელს ან მომსახურებას. ფასის შერჩევითი შემცირება, როგორც წესი, ხდება თვითღირებულებაზე უფრო მაღალ ფარგლებში, რითაც იგი განსხვავდება, მაგალითად, მტაცებლური ფასისგან. ფასის შერჩევითი შემცირება შესაძლოა შეიცავდეს კონკურენტულ რისკებს, თუკი შერჩევითად დაბალი ფასის შეთავაზებით ხდება მომხმარებლების სტიმულირება, აღარ გადაერთონ მოქმედი კონკურენტის ან ბაზარზე ახლად შემსვლელი თუ პოტენციური ეკონომიკური აგენტის შეთავაზებულ საქონელზე ან მომსახურებაზე. ეს პრაქტიკა ეწინააღმდეგება კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტს (ილენტურ ტრანზაქციებზე დისკრიმინაციული პირობების დაწესებით არაკონკურენტულ პირობებში ჩაყენება). ამ შემთხვევაში, ანალიზდება ფასების განსხვავების მიზნობრიობა (ანუ, დგინდება, აქვს თუ არა ფასთა შორის განსხვავებას კონკურენტის ბაზრიდან გაძევების მიზანი).



ფასის შეჩვენებითი შემცირება

საქმეში T-228/97 (Irish Sugar v Commission) დადგინდა, რომ დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებად ითვლება მსგავსი მიზნის მქონე შეჩვენებითი ფასდათმობებიც, ანუ სიტუაცია, როდესაც პროდუქტის ბითუმად შესყიდვისას კლიენტები, რომლებიც კონკურენტმა შეიძლება გადაიხიროს, უფრო მაღალ ფასდათმობას იღებენ, ვიდრე დანარჩენები.

გ) ფასისმიერი დისკრიმინაცია (Price Discrimination)

ფასისმიერი დისკრიმინაცია ეწოდება შემთხვევას, როდესაც დომინანტური მდგომარეობის მქონე პირი სხვადასხვა ფასს უწესებს კლიენტების გარკვეულ კატეგორიებს (მაგალითად, პროდუქტზე სხვადასხვა ფასი წესდება თბილისსა და რეგიონებში, ზამთრის და ზაფხულის სეზონზე და სხვ). ეს პრაქტიკა ეწინააღმდეგება კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებს.

ფასისმიერი დისკრიმინაცია ყოველთვის არ ნიშნავს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას, რადგან ფასთა შორის განსხვავება ხშირად ობიექტური მიზეზებითაც შეიძლება იყოს განპირობებული. ამავდროულად, აკრძალულია მსგავსი დისკრიმინაცია სუბიექტური მიზეზებით, თუ ეს არაკონკურენტულ მდგომარეობაში აყენებს კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს (მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტი).

დ) ფასდათმობები (Rebates)

კანონმდებლობის მიზნებისათვის, კონკურენციის საწინააღმდეგო ფასდათმობები მოიცავს როგორც კონკრეტული საქონლის შესყიდვის მომენტში გაკეთებულ ფასდათმობებს, ისე გარკვეული რაოდენობის საქონლის ერთი მიმწოდებლისგან შესყიდვის შემთხვევაში საანგარიშო პერიოდის (მაგ. კალენდარული წლის) ბოლოს აღნიშნული მიმწოდებლისგან გადახდილი თანხის ნაწილის უკან დაბრუნებას.

პრაქტიკაში განასხვავებენ რამდენიმე ტიპის ფასდათმობას, მათ შორის - რაოდენობრივ ფასდათმობას და ე.წ. ფასდათმობას ლოიალურობისთვის.



ფასდათმობათა სახეების განმარტება

- რაოდენობრივი ფასდათმობა - ე.ი. ფასდათმობა, რომელიც დამოკიდებულია მხოლოდ ბითუმად შეძენილი პროდუქტის რაოდენობაზე;
- ფასდათმობა ლოიალურობისთვის - ე.ი. ფასდათმობა, რომელიც გარკვეულწილად დამოკიდებულია პროდუქტის სრულად ან დიდწილად ერთი და იმავე მიმწოდებლისგან შეძენაზე.



საქმეში 85/76 Hoffmann-La Roche & Co v Commission დადგინდა, რომ ფასდათმობა ლოიალურობისთვის დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებაა მაშინაც კი, როდესაც კლიენტები თავად ითხოვენ მსგავს ფასდათმობას, რადგან ნებისმიერ შემთხვევაში, მსგავსი ფასდათმობის საბოლოო შედეგია კონკურენტების ბაზრიდან ჩამოშორება.

საქმეში 322/81 Michelin v Commission განიმარტა, რომ მსგავს ფასდათმობებს მიეკუთვნება ისეთი შემთხვევები, როდესაც ფასდათმობის რაოდენობა მიბმულია ფასის დამთმობ ეკონომიკურ აგენტთან წინა წელს შექმნილი პროდუქციის რაოდენობაზე.

ე) მარჟის შეზღუდვა (Margin Squeeze)

მარჟის შეზღუდვად ითვლება ვერტიკალურად ინტეგრირებული დომინანტი ეკონომიკური აგენტის მიერ ქვედა დონის ბაზარზე საქონლის წარმოებისთვის აუცილებელ საშუალებაზე ისეთი მაღალი, ხოლო საბოლოო პროდუქტზე ისეთი დაბალი ფასის დაწესება, რომ ეფექტიან კონკურენტებს აღარ რჩებათ კონკურენციის განწევის შესაძლებლობა და უწევთ ქვედა დონის ბაზრიდან გასვლა. მარჟის შეზღუდვის კუმულაციური პირობებია: (ა) ეკონომიკური აგენტი, რომელიც ზედა დონის ბაზარზე საქმიანობს, აწარმოებს ქვედა დონის ბაზარზე გასაყიდი საქონლის წარმოებისთვის ან მომსახურების განწევისთვის აუცილებელ საშუალებას, რომლის ჩანაცვლება სხვა პროდუქციით ან/და სხვა საწარმოების მიერ ეკონომიკურად შეუძლებელია; (ბ) იგივე ეკონომიკური აგენტი ყიდის ასეთ საშუალებას ქვედა დონის ბაზარზე მოქმედ საწარმოებზე; (გ) დომინანტი ეკონომიკური აგენტი ასევე პირდაპირ მონაწილეობს ქვედა დონის ბაზარზე და, შესაბამისად, ამ ბაზარზე თავისივე მომხმარებლების კონკურენცია.



განვიხილოთ “A” პროდუქტისა (ზედა დონის) და AB პროდუქტის (ქვედა დონის) ბაზრები. დავუშვათ, 1 ერთეული A პროდუქტი ღირს 2 ლარი და მისგან იწარმოება 5 ერთეული AB პროდუქტი, ე.ი. AB პროდუქტის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტს ერთი ერთეული პროდუქტის წარმოებისთვის სჭირდება 40 თეთრის ღირებულების A პროდუქტი (2ლ/5) - ესაა დანახარჯი, რომელიც მან აუცილებლად უნდა განიოს AB პროდუქტის ბაზარზე ფუნქციონირებისთვის (მაგალითის მიზნებისათვის, იგულისხმება რომ სხვა ხარჯები ნულის ტოლია).

ასევე, დავუშვათ, რომ AB პროდუქტის ბაზარზე კონკურენტული ფასი არის 50 თეთრი - ამაზე მეტ ფასად AB პროდუქტის გაყიდვა ვერ მოხერხდება კლიენტების დაკარგვის გარეშე. ამ მოცემულობაში, თითოეული ერთეული AB პროდუქტის გაყიდვისას, ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის მოგების მარჟა იქნება 50-40=10 თეთრი. მოგების სრული მარჟა იქნება 10 თეთრის ნამრავლი გაყიდული AB პროდუქტის რაოდენობაზე.

სტანდარტულად, მარჯის შეზღუდვის შემთხვევები დგება ე.წ. ვერტიკალური ინტეგრაციისას - ზედა დონის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის ქვედა დონის ბაზარზე მოქმედ ერთ-ერთ კონკურენტთან გარკვეული ფორმით გაერთიანებისას. ამ დროს, ზედა დონის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტს უჩნდება მოტივაცია, დისკრიმინაციულად მოექცეს ქვედა დონის ბაზარზე მოქმედ სხვა კონკურენტებს.

დისკრიმინაცია ყველაზე ხშირად გამოიხატება ზედა დონის ბაზარზე არსებული პროდუქტის ქვედა დონის ბაზარზე ისეთ ფასად გაყიდვაში, რომლითაც ბაზარზე მოქმედი კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების მოგების მარჯა მცირდება - ე.ი. ეკონომიკურ აგენტებისთვის ქვედა დონის ბაზარზე ფუნქციონირება რთულდება ან შეუძლებელი ხდება.



მახუის შეზღუდვა - ჰიპოთეკური მაგალითი

დავუშვათ, A პროდუქტის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მქონე სუბიექტმა შეიძინა ერთ-ერთ ეკონომიკური აგენტი AB პროდუქტის ბაზარზე და სურს, ამ ბაზარზეც დომინანტი გახდეს. ამისთვის მას შეუძლია კონკურენტებს A პროდუქტი 2 ლარის ნაცვლად 2.5 ლარად მიჰყიდოს. ამით ერთი ერთეული AB პროდუქტის წარმოებისთვის საჭირო ხარჯი 40 თეთრიდან აიწევს 50 თეთრამდე. **იმ პირობებში, როდესაც AB პროდუქტის კონკურენტული ფასი 50 თეთრია, კონკურენტების მოგების მარჯა $50-50=0$ თეთრი გახდება, ე.ი. კონკურენტები იძულებულნი გახდებიან, გავიდნენ ბაზრიდან.**

ანალოგიურად, თუ A პროდუქტის ფასი 2.4 ლარი იქნება, ერთი ერთეული AB პროდუქტის წარმოების ხარჯი 48 თეთრი გახდება, მოგების მარჯა კი - $50-48=2$ თეთრი. ეს ნიშნავს, რომ კონკურენტები 5-ჯერ ნაკლებ მოგებას ნახავენ, ვიდრე დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის მიერ შექმნილი სუბიექტი, რომლის მოგების მარჯააც კვლავინდებურად 10 თეთრი იქნება. შედეგად, კონკურენტები იძულებულნი იქნებიან, ბაზარი ნელ-ნელა დაუთმონ ამ უკანასკნელს.

კონკურენციის საწინააღმდეგო მსგავსი შედეგიდან გამომდინარე, დომინანტური მდგომარეობის მქონე პირის მიერ მარჯის შეზღუდვა ნებისმიერი ფორმით აკრძალულია კანონის მე-6 მუხლით.

3) მიწოდებაზე უარი (Refusal to Supply)

მარჯის შეზღუდვის მსგავსად, მიწოდებაზე უარი ხდება ზედა და ქვედა დონის ბაზრის არსებობის პირობებში. ამ შემთხვევაში, ზედა დონის დონის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტი საერთოდ უარს ამბობს ქვედა დონის ბაზრის მონაწილეებისთვის საჭირო პროდუქციის მიწოდებაზე. მსგავსი უარი მე-6 მუხლის საწინააღმდეგოთ ითვლება, თუ ის სრულად ან მნიშვნელოვნად ზღუდავს კონკურენციას.



მიწოდებაზე უახის მაგალითები

- ზედა დონის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის უარი იმ პროდუქტის მიწოდებაზე, რომელიც აუცილებელია ქვედა დონის ბაზარზე მიმოქცევაში მყოფი პროდუქტის სანარმოებლად (საქმე 6/73 (Commercial Solvents v Commission)).
- ზედა დონის ბაზარზე მყოფი პირი შესაძლოა ფლობდეს ქვედა დონის ბაზარზე ფუნქციონირებისთვის აუცილებელ ინფრასტრუქტურას და დაშვებაზე უარს ეუბნებოდეს ქვედა დონის ბაზრის მონაწილეებს (საქმე IV/34.689 (Sea Continental Ltd/Stena Sealink)).
- უარი შეიძლება მოიცავდეს ინტელექტუალური საკუთრების უფლების ლიცენზირებაზე უარს, მაშინ როდესაც მსგავსი ლიცენზირება აუცილებელია ბაზარზე ფუნქციონირებისათვის (საქმეები C-241/91 etc. (Magill) და სხვ.

ზ) მიბმა, დაჯგუფება (Tying, Bundling)

მიბმა ეწოდება კონკურენციის საწინააღმდეგო პრაქტიკას, როდესაც როდესაც ერთი პროდუქტის ან მომსახურების ყიდვა შესაძლებელია მხოლოდ მეორე პროდუქტთან ან მომსახურებასთან ერთად.

თავის მხრივ შეიძლება იყოს:



სახელშეკრულებო მიბმა

ხალხპარულაების კალით მხარეს ევალება ერთი პროდუქტის ვიზოდაბლისგან მეორე პროდუქტის შექენა

საქმე T-30/89 (Hilti AG v Commission) - Hilti აწარმოებდა როგორც ლურსმნებს, ისე ლურსმნის დასაჭედებელ აპარატებს. აპარატების შექენისას, ის ხელშეკრულებით ავალდებულებდა კლიენტებს, ლურსმნები მხოლოდ მისგან შეეძინათ. ეს ქმედება დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებად ჩაითვალა.



გაჩანგის შეჩეხება ან გამოხმობა

Novo Nordisk-ის საქმე (დასრულდა მოლაპარაკების ეტაპზე) - Novo Nordisk ევროპაში ინსულინის წამყვანი მწარმოებელია. 1980-იან წლებში კომპანიამ გამოიგონა ე.წ. „ინსულინის კალამი“, რომლთაც მომხმარებლებს ექიმის დახმარების გარეშე შეეძლოთ ინსულინის დოზის მიღება. კალამს ჰქონდა რამდენიმე ცვლადი ნაწილი (მაგ. ერთჯერადი შპრიცები, ინსულინის დოზირებული კაფსულები და ა.შ.), რომელთა შექენა კალმისგან დამოუკიდებლად შეიძლებოდა სხვადასხვა მწარმოებლებთან. როგორც გაირკვა, Novo Nordisk უარს ამბობდა საგარანტიო მომსახურების განევაზე, თუ აღნიშნული ცვლადი ნაწილები მის კონკურენტებთან იყო შექენილი. ევროკომისიასთან საკითხის განხილვის შემდგომ, კომპანიამ შეწყვიტა მსგავსი პრაქტიკის გატარება.



ტექნიკური მიბმა

საქმე T-201/04 (Microsoft Corp. v Commission) - Microsoft, როგორც კომპიუტერების საოპერაციო სისტემების (ვინდოუსის) დომინანტი მწარმოებელი, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებაში დადანაშაულდა, რადგან ის საოპერაციო სისტემაში წინასწარ აინსტალირებდა "Media Player"-ს, რომელიც აუდიოვიზუალური მასალის მოხმარებისთვის გამოიყენება და საოპერაციო სისტემისგან განცალკევებული პროდუქტია. იგივე პრინციპით, ტექნიკურ მიბმად ჩაითვალა საძიებო სისტემის Internet Explorer-ის წინასწარი დაინსტალირება.

რაც შეეხება დაჯგუფებას, იგი მიბმის ერთ-ერთი კატეგორიაა და გულისხმობს რამდენიმე განსხვავებული პროდუქტის ერთ შეკვრაში, ერთიან ფასად გაყიდვას. დაჯგუფებად მიიჩნევა ისეთი სიტუაცია, როდესაც პროდუქტების ყიდვა ცალ-ცალკე შესაძლებელია, თუმცა, მათი ერთად შეძენის შემთხვევაში, მოქმედებს ფასდაკლება.

დაჯგუფება თავის მხრივ შეიძლება იყოს:



დაჯგუფების სახეები

- აუცილებელი - რამდენიმე განსხვავებული პროდუქტის შეძენა მხოლოდ ერთად შეიძლება;
- შერეული - პროდუქტების ცალ-ცალკე ყიდვა შეიძლება, თუმცა მათი ერთობლივად შეძენისას მოქმედებს ფასდაკლება.

თუმცა, პროდუქტების დაჯგუფების (ისევე, როგორც მიბმის) კონკურენტული ეფექტის ანალიზი კომპლექსურია და ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ცალკე შეფასებას საჭიროებს, იმის დასადგენად იწვევს თუ არა კონკურენციის შეზღუდვას.

თ) სხვა ქმედება, რომელიც შეიქლება დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებად ჩაითვალოს

გარდა ზემოთ განხილული შემთხვევებისა, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებად ექსკლუზიური გარიგებები, სხვა არასამართლიანი სავაჭრო პირობებით გაფორმებული ხელშეკრულებები. ასევე, ჩაითვლება ნებისმიერი მოქმედება, რომელიც მიზნად ისახავს შესაბამისი ბაზრიდან კონკურენტების განდევნას.



საქმეში T-286/09 (Intel v Commission) დარღვევად იქნა მიჩნეული დისტრიბუტორებისათვის თანხის გადახდა იმ მიზნით, რომ ამ უკანასკნელებს დაეყოვნებინათ კონკურენტი კომპანიის მიერ წარმოებული პროდუქტის ბაზარზე გატანა.

ასევე, საქმეში T-111/96 (ITT Promedia v Commission) დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებად ჩაითვალა სასამართლო დავის დაწყება მხოლოდ იმ მიზნით, რომ ამ დავამ ზიანი მიაყენოს კონკურენტს და გააძევოს ის ბაზრიდან.

3. კონცენტრაცია

კონცენტრაცია წარმოადგენს ოპერაციას, რომელიც ექვემდებარება სააგენტოს მიერ წინასწარ (Ex-Ante) კონტროლს. კერძოდ, თუ ეკონომიკური აგენტების შეთანხმებები და დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება ფასდება Ex post - კონცენტრაციის კონკურენციული ეფექტის ანალიზი ხდება მის განხორციელებამდე.

კონცენტრაციის მარეგულირებელი ნორმები მოცემულია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11 - 11 სეკუნდა მუხლებსა და „კონცენტრაციის თაობაზე შეტყობინების წარდგენისა და განხილვის წესის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2020 წლის 26 ოქტომბრის N39 ბრძანებაში.

3.1. რა არის კონცენტრაცია

კონცენტრაცია არის ტრანზაქცია, რომლის შედეგადაც ხდება ორი ან მეტი ეკონომიკური აგენტის გაერთიანება. ეკონომიკური აგენტების კონცენტრაცია ხორციელდება სხვადასხვა ფორმით:

- კონცენტრაცია შერწყმით, როდესაც ერთი ეკონომიკური აგენტი წარმოიქმნება.
- კონცენტრაცია კონტროლის მოპოვებით. კერძოდ, ფასიანი ქალაქდების ან წილის შეძენით, ხელშეკრულებებით ან სხვა საშუალებებით ერთ ან რამდენიმე ეკონომიკურ აგენტზე პირდაპირი ან ირიბი, სრული ან ნაწილობრივი კონტროლის მოპოვება სხვა ერთი ან რამდენიმე ეკონომიკური აგენტის მიერ ან სხვა ისეთი ერთი ან რამდენიმე პირის მიერ, რომელიც/რომლებიც ამ კანონის მიზნებისთვის არ არის/არ არიან მიჩნეული ეკონომიკურ აგენტად/ ეკონომიკურ აგენტებად და რომელიც/რომლებიც უკვე აკონტროლებს/აკონტროლებენ სულ მცირე ერთ ეკონომიკურ აგენტს;
- კონცენტრაცია ერთობლივი საწარმოს შექმნით, თუ იგი დიდხანს ასრულებს დამოუკიდებელი ეკონომიკური აგენტის ყველა ფუნქციას.

ეკონომიკური აგენტების შეწყმა ხორციელდება კანონმდებლობით დადგენილი წესით, ამდენად, სააგენტო დამატებით არ აფასებს აღნიშნული შერწყმა არის თუ არა ფორმალურად კონცენტრაცია.



კონცენტრაცია კონტროლის მოპოვებით

კონცენტრაციის ის ფორმა, რომელიც გულისხმობს ეკონომიკურ აგენტზე კონტროლის მოპოვებას, წარმოადგენს შეფასებით კატეგორიას. კერძოდ, ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, სააგენტო აფასებს, რამდენად აქვს ადგილი კონტროლის მოპოვებას.

ტერმინი „კონტროლი“ გულისხმობს ეკონომიკურ აგენტზე პირდაპირი/არაპირდაპირი არსებითი გავლენის მოხდენის შესაძლებლობას, რაც შესაძლოა განხორციელდეს:

- ეკონომიკური აგენტის წილის ფლობით, ამ წილის ან/და მისი აქტივების სრულად ან ნაწილობრივ გამოყენების უფლების გადაცემით;
- უფლებით (ხელშეკრულებით გათვალისწინებული უფლება და სხვა), რომელიც იძლევა ეკონომიკური აგენტის მმართველი ორგანოების შემადგენლობაზე, ხმის უფლებასა და გადაწყვეტილებაზე არსებითი გავლენის მოხდენის შესაძლებლობას.



კონცენტრაცია დამოუკიდებელი ერთობლივი საწარმოს შექმნით

კანონის მიზნებისათვის, დამოუკიდებელ ერთობლივ საწარმოდ განიხილება დამოუკიდებელი სამართლებრივი ფორმის მქონე პირი, რომელსაც აქვს შესაბამის ბაზარზე ფუნქციონირებისთვის საჭირო ყველა რესურსი. საქმეში **IV/M.527 (Thomson CSF/Deutsche Aerospace)** მსგავს რესურსებს შორის დასახელდა ბიზნესის წარმოებისთვის საჭირო მატერიალური და არამატერიალური ქონების (მაგ. დანადგარების, პატენტების და ა.შ.) ქონა, თვითდაფინანსების შესაძლებლობა, საკუთარი მენეჯმენტის ყოლა, პერსონალის დამოუკიდებლად რეკრუტირება და სხვ. მთავარია, საწარმოს შექმნის კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების მიერ ჩვეულებრივ განხორციელებული ფუნქციების შესრულება შესაბამის ბაზარზე.

ევროკავშირის დოკუმენტების მიხედვით, საწყის ეტაპზე, ერთობლივი საწარმოს დამოუკიდებულება დამაარსებლებზე გავლენას არ ახდენს მის დამოუკიდებელ ეკონომიკურ აგენტად მიჩნევაზე, რადგან ეს პერიოდი საწარმოს გაძლიერებისთვისაა საჭირო. თუმცა ეს ეტაპი, როგორც წესი, არ უნდა აღემატებოდეს სამ წელს. ამავდროულად, საწარმოს განსაზღვრული (მაგრამ ხანგრძლივი) პერიოდით შექმნა ითვლება კონცენტრაციად. მაგალითად, საქმეში **COMP/M.2903 (DaymlierChrysler/Deutsche Telekom)** 12 წლის ვადით საწარმოს შექმნა ხანგრძლივ პერიოდად ჩაითვალა.

3.2. სააგენტოსთვის სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაცია

მას შემდეგ, რაც ოპერაციის დაკვალიფიცირება ხდება კონცენტრაციად, ხდება იმის შეფასება, თუ რამდენად ექვემდებარება იგი სააგენტოსთვის სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას. კერძოდ, დაკმაყოფილებული უნდა იყოს შემდეგი კრიტერიუმები:

- ბრუნვის კრიტერიუმი;
- არ უნდა იყოს სახეზე შეტყობინების წარმოდგენის ვალდებულებისაგან გათავისუფლების საფუძვლები.



ბრუნვის კრიტერიუმი

ბრუნვა გამოითვლება კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარმოდგენის ვალდებულების წარმოშობის წინა ფინანსური წლის მონაცემებით. ხოლო, თუ საწარმოები მიმდინარე წელს არიან რეგისტრირებული - კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარმოდგენის წლის მონაცემებით.

ბრუნვის ნაწილში კუმულატიურად უნდა იყოს დაკმაყოფილებული შემდეგი პირობები:

- ეკონომიკური აგენტების ერთობლივი (ჯამური) წლიური ბრუნვა საქართველოს ტერიტორიაზე აღემატება 20 მილიონ ლარს და
- ამასთან, კონცენტრაციის მონაწილე მინიმუმ ორი ეკონომიკური აგენტიდან თითოეულის წლიური ბრუნვა აღემატება 5 მილიონ ლარს;

თავის მხრივ, ბრუნვის გამოთვლის დროს მხედველობაში მიიღება:

- კონცენტრაციაში მონაწილე პირის ბრუნვა;
- კონცენტრაციაში მონაწილე პირთა მიერ პირდაპირ ან არაპირდაპირ კონტროლირებადი ან პირდაპირ ან არაპირდაპირ მაკონტროლებელი საწარმოების ბრუნვა;
- იმ საწარმოების ბრუნვა, რომლებიც იმყოფებიან კონცენტრაციის მონაწილე პირთა ერთობლივი კონტროლის ქვეშ.

მაგალითად: თუ კონცენტრაციაში მონაწილე ერთ-ერთ საწარმოს ბრუნვა არ აქვს, თუმცა, ჰყავს მაგ: „მშობელი“ საწარმო, რომლის ბრუნვაც აკმაყოფილებს ბრუნვის კრიტერიუმს (შეტია 5 მილიონზე) კონცენტრაციაში მონაწილე პირს ჩაეთვლება მისი „მშობელი“ კომპანიის ბრუნვა და 5 მილიონიანი კრიტერიუმი დაკმაყოფილებულად იქნება მიჩნეული.

კონცენტრაცია, რომელიც წარმოადგენს კანონის 11² მუხლში მითითებულ ერთ-ერთ გამონაკლისს, არ ექვემდებარება სააგენტოსთვის სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას. მაგალითად: კონცენტრაცია გადახდისუნარობის შედეგია, კონტროლი მოიპოვება დროებით და ა.შ.

სააგენტოში კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარმოდგენის ვალდებულება აქვს:

- შერწყმის შემთხვევაში - შერწყმაში მონაწილე ყველა მხარეს;
- შექმნის, ხელშეკრულებებით ან სხვა საშუალებებით კონტროლის მოპოვების შემთხვევაში - შემძენ ან/და კონტროლის მომპოვებელ პირს;
- ერთობლივი საწარმოს შექმნის შემთხვევაში - ოპერაციის ყველა მონაწილეს.



სანქცია კონცენტრაციის მაჩვენებლებზე ნორმების დახლვევისთვის

კონცენტრაციის მარეგულირებელი ნორმების დარღვევისთვის, სააგენტოში შეტყობინების წარმოდგენის ვალდებულების მქონე პირს დაეკისრება ჯარიმა ბრუნვის 5%-მდე (განმეორებითობის შემთხვევაში - 10%-მდე). კერძოდ, სანქციონებას ექვემდებარება:

- სავალდებულო შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაციის განხორციელება სააგენტოს გვერდის ავლით;
- კონცენტრაციის განხორციელება სააგენტოს მიერ შეტყობინების განხილვამდე;
- კონცენტრაციის განხორციელება სააგენტოს უარყოფითი დასკვნის მიუხედავად.

ჯარიმის გამოთვლა ხდება სააგენტოს მიერ გადანყვეტილების მიღების წინა ფინანსური წლის ბრუნვიდან.

თუ ეკონომიკური აგენტი რეგისტრირებულია სააგენტოს მიერ გადანყვეტილების მიღების წელს, შესაბამის ფინანსურ წლად ითვლება გადანყვეტილების მიღების წელი.

სააგენტოსთვის სავალდებულო წერილობით შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაციის სააგენტოში წარმოდგენისთვის გათვალისწინებულია ერთჯერადი, ფიქსირებული საფასური - 5000 ლარის ოდენობით.

3.3. კონცენტრაციის შეფასება და სახეები

კანონმდებლობა ითვალისწინებს კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების განხილვის ორფაზიან სისტემას, ე.წ. - მარტივს და რთულს.

პირველი ფაზა (მარტივი) - თუ კონცენტრაცია მარტივი ოპერაციაა 25 სამუშაო დღეში ხდება შეტყობინების განხილვა და გაიცემა დადებითი დასკვნა;

მეორე ფაზა (რთული) - თუ საჭიროა საკითხის დამატებითი შესწავლა ან არსებობს გონივრული ეჭვი, რომ კონცენტრაცია შესაძლოა არ იყოს თავსებადი ნორმალურ კონკურენტულ გარემოსთან, სააგენტო იწყებს მეორე ფაზას, რომლის ხანგრძლივობაც შეადგენს 90 კალენდარულ დღეს.



ჯახიმა ინფორმაციის მიუწოდებლობისთვის

შეტყობინების განხილვის პროცესში, სააგენტოს მიერ გამოთხოვილი ინფორმაციის დადგენილ ვადაში მიუწოდებლობა იწვევს პირის დაჯარიმებას. იურიდიული პირის შემთხვევაში - 3000 ლარით (განმეორებითობა - 5000 ლარი), ფიზიკური პირის შემთხვევაში - 1000 ლარით (განმეორებითობა - 3000 ლარი). ჯარიმის დაკისრება პირს არ ათავისუფლებს ინფორმაციის წარმოდგენის ვალდებულებისგან.

სააგენტო კონცენტრაციას აფასებს ეფექტიან კონკურენციაზე ზეგავლენის ტესტით. კერძოდ:

- კონცენტრაცია, რომელიც არსებითად არ ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას საქართველოს ან მისი ნაწილის სასაქონლო ან მომსახურების ბაზარზე, თავსებადია კონკურენტულ გარემოსთან.
- კონცენტრაცია, რომელიც არსებითად ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას, საქართველოს ან მისი ნაწილის საქონლის ან/და მომსახურების ბაზარზე, დაუშვებელია.

თუ კონცენტრაცია იწვევს დომინანტური მდგომარეობის წარმოქმნას ან გაძლიერებას, ივარაუდება, რომ ასეთი კონცენტრაცია არსებითად ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას საქართველოს ან მისი ნაწილის საქონლის ან მომსახურების ბაზარზე, გარდა იმ შემთხვევისა, თუ ეკონომიკური აგენტი დაასაბუთებს საწინააღმდეგოს.

იურიდიულ ლიტერატურაში განასხვავებენ სამი სახის კონცენტრაციას:

- ჰორიზონტალური კონცენტრაცია
- ვერტიკალური კონცენტრაცია
- კონგლომერატული კონცენტრაცია

ჰორიზონტალურია კონცენტრაცია, რომელიც ერთსა და იმავე შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ხდება. პრაქტიკაში, ეს კონცენტრაციის ყველაზე პრობლემატურ სახედ ითვლება, რადგან შესაბამის ბაზარზე იწვევს კონკურენტთა რაოდენობის შემცირებასა

და საბაზრო წილების ზრდას (ზრდის ოლიგოპოლიური მდგომარეობის რისკს). ევროკავშირში განსაკუთრებით დიდი სიფრთხილით ეკიდებიან ისეთ კონცენტრაციებს, რომელთა შედეგადაც ბაზარზე ძირითადი კონკურენტების რიცხვი 4-ზე ნაკლები ხდება.



ჰოიზონგალური კონცენტრაცია

საქმეში T-102/96 (*Gencor v Commission*) ევროკომისიამ უარი უთხრა Gencor-ს სასურველ კონცენტრაციაზე, რადგანაც აღნიშნული კონცენტრაციის შედეგად პლატინის ბაზარზე კონკურენტების რიცხვი ორამდე მცირდებოდა და შედეგად, მნიშვნელოვნად რთულდებოდა კონკურენციის ეფექტურობის შენარჩუნება.

ასევე, საქმეში T-342/07 (*Ryanair Holdings plc v Commission*) ევროკომისიამ არ დაუშვა ავიაკომპანიების კონცენტრაცია, რადგან ბაზრის ნაწილზე (მარშუტების გარკვეულ რაოდენობასთან მიმართებით) ხდებოდა მონოპოლიური მდგომარეობის მოპოვება.

ვერტიკალური კონცენტრაცია, რომელიც ხორციელდება წარმოებისა და დისტრიბუციის სხვადასხვა საფეხურზე მყოფ ეკონომიკურ აგენტებს შორის. როგორც წესი, აღნიშნული ტიპის კონცენტრაცია პრობლემატურად ითვლება, თუ კონცენტრაციის მონაწილე ერთ-ერთი ეკონომიკური აგენტი მაინც ფლობს დომინანტურ მდგომარეობას შესაბამის ბაზარზე.



ვეტიკალური კონცენტრაცია

საქმეში COMP/M.1845 (*AOL/Time Warner*) ევროკომისიამ განიხილა კონცენტრაცია დომინანტი ინტერნეტ პროვაიდერ AOL-სა და მუსიკალურ კომპანია Time Warner-ს შორის. კომისიამ მიიჩნია, რომ აღნიშნული კონცენტრაციის შედეგად შექმნილი ეკონომიკური აგენტი დომინანტურ მდგომარეობას მოიპოვებდა მუსიკის ინტერნეტით გავრცელების ბაზარზე, რადგან შეეძლებოდა აღნიშნულ ბაზარზე ტექნიკური სტნდარტების კარნახი (მაგ. მუსიკის მიწოდების ფორმატის დადგენა).

კონგლომერატულია კონცენტრაცია, რომელიც არადაკავშირებულ ბაზრებზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ხდება. აღნიშნული სახის კონცენტრაციები პრობლემატური შეიძლება იყოს, თუ ისინი წარმოშობს ე.წ. „პორტფოლიოს ეფექტს“. აღნიშნული ეფექტის ერთ-ერთი მაგალითია, როდესაც კონცენტრაციის შედეგად წარმოქმნილი ეკონომიკური აგენტი ფლობს რამდენიმე პროდუქტს, რომლებიც ერთობლივად (კუმულატიურად) შეიძლება გამოიყენებოდეს გარკვეულ საქმიანობაში.



კონგლომერატული კონცენგრაცია

საქმეში COMP/M.3304 (GE/Amersham) ევროკომისიამ დაადგინა, რომ კონცენტრაციის მოსურნე ორი კომპანიის პროდუქტები - სადიაგნოსტიკო აპარატი და სადიაგნოსტიკო ქიმიკატები, რომლებიც აპარატის მიერ გენერირებული სურათის სიცხადეს აუმჯობესებდა - ერთი კომპანიის ხელში მოხვედრის შემთხვევაში, შესაძლოა საერთო პორტფელში აღმოჩენილიყო (ე.ი. კომპანიას შეეთავაზებინა კლიენტებისთვის ეს ორი განსხვავებული პროდუქტი ერთიან პროდუქტად, ერთიან ფასად). კონცენტრაცია საბოლოოდ დაშვებულ იქნა, თუმცა მსგავსი სიტუაციები ყოველთვის ხდება მაკონტროლებელი ორგანოს დაკვირვების საგანი.



(032) 244 07 70 (21 74)



info@gnca.gov.ge



www.gnca.gov.ge



<https://bit.ly/37SCd22>



<https://bit.ly/3rZdxvL>



<https://bit.ly/37SCd22>



0102 ქ. თბილისი, აღმაშენებლის გამზირი - 154.
ბიზნეს ცენტრი "მწვანე ოფისი", მე-10 სართული