



საქართველოს
კონკურენციის
ეროვნული სააგენტო

ს ა ი ნ ფ ო რ მ ა ც ი ო ფ უ რ ც ე ლ ი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ ბანხორციელებული აქტივობები

ნოემბერი, 2023

1



გერმანიის კონკურენციის უწყება (BUNDESKARTELLAMT)

COCA-COLA

Bundeskartellamt-მა დაიწყო მოკვლევა Coca-Cola Europacific Partners Deutschland -ის (Coca-Cola) წინააღმდეგ, საკითხი ეხება დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას. Coca-Cola პასუხისმგებელია გერმანიაში Coca-Cola კომპანიის საკუთრებაში არსებული ყველა სასმლის ბრენდის ჩამოსხმაზე და დისტრიბუციაზე.

ადმინისტრაციულ სამართალწარმოებაში, უწყება პირველ რიგში ამოწმებს, აქვს თუ არა Coca-Cola-ს დომინანტური პოზიცია სასმელების ან გაზიანი სასმელების ბაზარზე და, ასევე მოკვლევის ფარგლებში დგინდება, შეესაბამება თუ არა Coca-Cola-ს მიერ დაწესებული პირობები გერმანიის სურსათის საცალო ვაჭრობის წესებთან. კერძოდ, კოკა-კოლას ფასდაკლების სტრუქტურა ლეგიტიმურად თუ არა ლეგიტიმურად ქმნის სტიმულს სურსათის საცალო ვაჭრობისთვის, შეიძინონ, გამოაქვეყნონ და გააკეთონ რეკლამირება Coca-Cola-ს მიერ შემოთავაზებული სასმელების სრული ასორტიმენტით (მაგ. Fanta, Sprite, Mezzo Mix, ViO, Fuzetea,



Powerade). აღნიშნულმა პირობებმა შეიძლება შეზღუდოს სხვა სასმელების მწარმოებლები, რომლებიც კონკურენციას უწევენ Coca-Cola-ს.

Bundeskartellamt მოკვლევის პროცესში ითხოვს ინფორმაციას სურსათის საცალო ვაჭრობისგან და სასმელების სექტორის კომპანიებისგან, ასევე თავად Coca-Cola-გან.

Coca-Cola-ს შეუძლია დაწვრილებითი კომენტარი გააკეთოს ზემოთ ჩამოთვლილ ყველა პუნქტზე.

წყარო:

1



იტალიის კონკურენციის უწყება

მოკვლევა META-INSTAGRAM-ისა და ინფლუენსერ ASIA VANENT- ის წინააღმდეგ

იტალიის კონკურენციის უწყებამ მოკვლევა დაიწყო Meta-Instagram-ისა და ინფლუენსერ Asia Valent-ის წინააღმდეგ. უწყების თანახმად, მეტას არ მიუღია ადეკვატური ინიციატივები აზია ვალენტეს ქმედებებთან დაკავშირებით, კერძოდ ინსტაგრამზე პოტენციურად შეცდომაში შემყვანი შეტყობინებების გამოქვეყნების თავიდან ასაცილებლად. საკითხი ეხება დაფინანსებულ პროდუქტებს, განსაკუთრებით ტურისტულ ობიექტების გაპიარება, ამ საქმიანობის კომერციული მიზნის დამალვით და მნიშვნელოვანი პოპულარობით, ძირითადად, ყალბი მიმდევრების საფუძველზე. აზია ვალენტე აქვეყნებს ფოტოებსა და ვიდეოებს სოციალურ მედიაში რესტორნების, სასტუმროების და სხვა ტურისტული ობიექტების, რომლებთანაც მას საქმიანი ურთიერთობა აქვს, ყოველგვარი ფორმულირების გამოყენების გარეშე, რომელიც ხაზს უსვამს შინაარსის სარეკლამო ხასიათს. გარდა ამისა, ინფლუენსერი აღნიშნავს მის პოპულარობას მიმდევრების მნიშვნელოვანი რაოდენობის საფუძველზე, დაახლოებით 2 მილიონი, რომელთა უმეტესობა არ ჩანს ავთენტური.

გარდა ამისა, Meta-Instagram არ აწვდის ადეკვატურ ინფორმაციას შესაბამისი ხელსაწყოების არსებობისა და გამოყენების მეთოდებზე ბრენდირებული შინაარსის აღსანიშნავად და არც აკონტროლებს ასეთი ხელსაწყოების რეალურ და სწორ გამოყენებას, განსაკუთრებით ძალიან პოპულარული მომხმარებლების მიერ გამოქვეყნებულ სარეკლამო კონტენტთან დაკავშირებით. კომპანია არ ჩაატარებს შემოწმებას თავის პლატფორმაზე ავთენტურობის შესახებ, რათა თავიდან იქნას აცილებული „ლაიქებისა“ და მიმდევრების ხელოვნური შეგროვება.

წყარო:





იტალიის კონკურენციის უწყება

სამტორული მოკვლევა ფასების ალგორითმის შესახებ

იტალიის კონკურენციის უწყებამ დაიწყო სექტორული მოკვლევა საჰაერო მგზავრებისთვის ფასების ალგორითმების გამოყენების შესახებ იტალიის ნახევარკუნძულს, სიცილიასა და სარდინიას შორის დამაკავშირებელ მარშრუტებზე, რომლებიც ხასიათდება მობილობის განსაკუთრებული საჭიროებებით. უწყება შეისწავლის შესაძლო ნეგატიურ ეფექტებს ბაზრის ფუნქციონირებაზე და მომხმარებელთა შეთავაზების პირობებზე ფასების ალგორითმების გამოყენებასთან დაკავშირებით და შეისწავლის ავიაბილეთის ხარჯებისა და საზოგადოებასთან კომუნიკაციის მეთოდებს.

სამგზავრო საჰაერო ტრანსპორტის მოთხოვნის განახლებასთან ერთად, 2022 წლიდან ინსტიტუციური და არაინსტიტუციური სუბიექტების მიერ დაფიქსირდა ფასების ზრდა პიკური მოთხოვნის პერიოდებში.

ავიაკომპანიები წლების განმავლობაში იყენებდნენ ფასების სისტემებს, რომლებიც ალგორითმებისა და მონაცემთა დამუშავების პროგრამული უზრუნველყოფის გამოყენების წყალობით, დროთა განმავლობაში ფრენის ხარჯების დიფერენცირებას და ადაპტირებას ახდენენ. ბოლო წლებში ამ სისტემების ავტომატიზაციისა და დახვეწილობის ხარისხი საგრძნობლად გაიზარდა, როგორც დამუშავებადი ინფორმაციის ზრდის, ასევე ტექნოლოგიური ევოლუციის თვალსაზრისით.

უწყება ასევე შეისწავლის, თუ როგორ ეცნობება საზოგადოებას ავიაბილეთის ფასები და მათი სხვადასხვა კომპონენტები.

წყარო:



კონკურენციისა და ბაზრების უწყება (დიდი ბრიტანეთი)

სასურსათო სამტორი

ზოგიერთმა ბრენდის მომწოდებელმა ფასები უფრო მეტად აიწია, ვიდრე მათი ხარჯები გაიზარდა, მაგრამ უმეტეს შემთხვევაში, მომხმარებლებს შეუძლიათ იპოვონ იაფი ალტერნატივები.

უწყება იწყებს სუპერმარკეტების მიერ ლოიალობის სქემის მიხედვით ფასების მიმოხილვას, მომხმარებლებზე მისი გავლენისა და სასურსათო სექტორში კონკურენციის გათვალისწინებით.

პირველადი შეფასებით, რომელიც ფოკუსირებული იყო საცალო სასურსათო სექტორში კონკურენციაზე, განისაზღვრა პროდუქტის 10 კატეგორია (მათ შორის რძე, ლობიო და ბავშვის ფორმულა).

სურსათზე ფასების ინფლაცია ისტორიულად მაღალ დონეზე რჩება, მიუხედავად იმისა, რომ 2023 წლის ოქტომბერში 10.1%-მდე დაეცა. მაღალი ინფლაცია ძირითადად გამოწვეულია ხარჯების ზრდით, განსაკუთრებით სოფლის მეურნეობის ძირითადი პროდუქტებისთვის, როგორცაა სასუქი. მაგრამ უწყების მიერ შეგროვებული მტკიცებულება მიუთითებს, რომ ბოლო 2 წლის განმავლობაში, ბრენდირებული მომწოდებლების დაახლოებით სამი მეოთხედმა პროდუქტებში, როგორცაა ჩვილის ფორმულა, გამომცხვარი ლობიო, მაიონეზი და შინაური ცხოველების საკვები, გაზარდა მათი ერთეულის მომგებიანობა და ამით ხელი შეუწყო სურსათის ფასების ზრდას.



თუმცა, ფიზიკური პირების პროდუქტები (საკუთარი ეტიკეტის პროდუქტები) ხშირად გვთავაზობენ უფრო იაფ ალტერნატივებს, რომლებიც იღებენ უფრო დაბალ მოგებას და კონკურენციას უწევენ საცალო ვაჭრობას. რადგან საკვების ფასები გაიზარდა, ბევრი მომხმარებელი გადავიდა ბრენდებიდან საკუთარი ეტიკეტის ალტერნატივებზე, ან შეამცირა მათი მოხმარება, რამაც გამოიწვია ბრენდების ბაზრის წილების და მოგების შემცირება. ეს გადართვა დადებითია კონკურენციისთვის და საშუალებას იძლევა შემცირდეს სურსათის მაღალი ფასების ინფლაციის გავლენა.

ბავშვის ფორმულა არის პროდუქტის კატეგორია, სადაც სხვადასხვა დინამიკა გამოიყენება. ბავშვის ფორმულაზე ფასები ბრიტანეთში ბოლო 2 წლის განმავლობაში 25%-ით გაიზარდა.

CMA-ს მიერ გამოკვლეული სხვა პროდუქტების მსგავსად, მტკიცებულება მიუთითებს, რომ ბავშვის ფორმულის ბრენდის მომწოდებლებმა ასევე გაზარდეს ფასები უფრო მეტად, ვიდრე მათი შემოტანის ხარჯებია. გარდა ამისა, ბაზარი ძალიან კონცენტრირებულია, 2 კომპანიას აქვს ბაზრის წილის დაახლოებით 85%, და ბრენდებმა შეინარჩუნეს მაღალი მოგების ზღვარი ბოლო 2 წლის განმავლობაში.

უწყება ანგარიშს 2024 წლის დასაწყისში გამოაქვეყნებს.

წყარო:





უნგრეთის კონსულების უწყება

ფასების მონიტორინგის მონაცემთა ბაზა მთავრობასთან ერთად ხელი შეუწყო ერთიანი ინფლაციის მიღწევას

გამოქვეყნებული მონაცემები გვიჩვენებს სურსათის ინფლაციის ყოველთვიურ შემცირებას წლიურად. 2022 წლის დეკემბერში 44,8%-იან უფრო მაღალ მაჩვენებელთან შედარებით, სურსათის ფასების ინფლაცია 2023 წლის ივნისში გაიზარდა 29,3%-მდე, ივლისში 23,1%-მდე, აგვისტოში 19,5%-მდე, სექტემბერში 15,2%-მდე და ოქტომბერში იმავე პერიოდთან შედარებით 10,4%-მდე. ეს ადასტურებს, რომ სურსათის ინფლაცია თითქმის მესამედით დაეცა მას შემდეგ, რაც უნგრეთის კონსულების უწყებამ ონლაინ ფასების მონიტორინგის მონაცემთა ბაზა ხელმისაწვდომი გახდა მომხმარებლებისთვის, რომელიც ხელმისაწვდომია 1 ივლისიდან www.arfigyelo.gvh.hu. გარდა ამისა, 2023 წლის მაისიდან სოფლის მეურნეობის პროდუქციის მწარმოებლის ფასების ინდექსი სტაბილურად მცირდება, რამაც ასევე იმოქმედა სურსათის ინფლაციაზე.

ფასების მონიტორინგის მონაცემთა ბაზა ეფექტური აღმოჩნდა, რადგან საშუალო ფასები გამოკვლეული პროდუქტის 62 კატეგორიიდან 50-ში საშუალოდ 5,5%-ით შემცირდა.

წყარო:



ფედერალური სავაჭრო კომისია (FTC)

ფედერალური სავაჭრო კომისია ონლაინ ვაჭრობის დროს რეკომენდაციებს აქვეყნებს

სანამ რაიმეს ონლაინ იყიდით, შეამოწმეთ მოვაჭრეები და პროდუქტები. ასევე, შეინახეთ შესყიდვების ჩანაწერები, როგორცაა ქვითრები და ელფოსტა, რათა დარწმუნდეთ, რომ თქვენ შეძლებთ მოვაჭრეს მოსთხოვოთ დაპირების შესრულება.

- შეიტყვეთ მეტი გამყიდველებისა და პროდუქტების შესახებ
- შოპინგ შედარება
- მიწოდების, დაბრუნებისა და თანხის დაბრუნების პოლიტიკა
- გადაიხადეთ საკრედიტო ბარათით, როდესაც ეს შესაძლებელია
- შეინახეთ ჩანაწერები

- იცოდეთ რა პერსონალურ ინფორმაციას აგროვებს საიტი ან აპლიკაცია
- შეატყობინეთ პრობლემების შესახებ

წყარო:

1



პოლონეთის კონსუკენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისი (UOKiK)

BLACK FRIDAY

მიმდინარე წლის დასაწყისიდან, მეწარმეები, რომლებიც აცხადებენ საქონლისა თუ მომსახურების ფასის შემცირების შესახებ, ვალდებული არიან მომხმარებლებს აღნიშნულის შესახებ შეატყობინონ 30 დღით ადრე.

ახალი რეგულაციების ამოქმედებამდე მომხმარებელს არ გააჩნდა რაიმე რეალური ინსტრუმენტი, რომლითაც მათ შეეძლოთ გადაემოწმებინათ მარკეტინგული ლოზუნგები. კანონში შეტანილი ცვლილებების შედეგად, საკმარისია 30 დღით ადრე დაკლებამდე დაწესდეს ყველაზე დაბალი ფასი, რომელიც ხილული უნდა იყოს საქონელზე ან მომსახურებაზე. ეს უნდა იყოს მეწარმეებისთვის ფასდაკლებების გამოთვლის საფუძველი და ახლა ეს არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მომხმარებლებისთვის.

წყარო:

1



სინგაპურის კონსუკენციისა და მომხმარებელთა კომისია

დაკრძალვის მომსახურების ინდუსტრიის ბაზრის კვლევა

მოკვლევა ჩატარდა გარემოს ეროვნული სააგენტოს (“NEA”) მხარდაჭერით. საკითხი ეხებოდა დაკრძალვის ბაზრის კვლევას, დაკრძალვის სერვისების ინდუსტრიის კონკურენციის ლანდშაფტს, რამდენად ქონდათ მომხმარებლებს ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მრეხის შესაძლებლობა.

ბევრი მომხმარებლისთვის დაკრძალვის პროდუქტების შეძენა მნიშვნელოვანი და გარდაუვალი ხარჯის პუნქტია. ბაზრის კვლევამ დაადგინა, რომ მომხმარებლები,

რომლებიც განიხილავდნენ სამგლოვიარო პროდუქტების შექმნას მხოლოდ მაშინ, როდესაც მათი საყვარელი ადამიანების გარდაცვალება მოხდა ან გარდაუვალია, შეიძლება იყვნენ დაუცველები.

ბაზრის კვლევამ აჩვენა, რომ მომხმარებლებს ზოგადად არ აქვთ წარმოდგენა, თუ რა ღირს დაკრძალვის პროდუქტები. ეს იმიტომ ხდება, რომ ფასის შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი. დაკრძალვის პაკეტების ფასი შეიძლება მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს იმისდა მიხედვით, თუ რას მოიცავს პაკეტი. გარდა ამისა, მომხმარებლებმა შეიძლება არ იცოდნენ საბოლოო ფასი.

უწყების განმატებით, სერვისის მიმწოდებელმა კომპანიებმა მომხმარებლებს უნდა მიაწოდონ მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია თავიანთი პროდუქტების შესახებ, ნებისმიერი არასავალდებულო გადასახადი ან ინფორმაცია საფასურის შესახებ მკაფიოდ უნდა იყოს ჩამოყალიბებული.

წყარო:

1



სომხეთის რესპუბლიკის კონსურენტის დაცვის კომისია

ადმინისტრაციული სასამართლოს კოზიტია გლობალ შიპინგის მიმართ მიწოდების პირობების განსაზღვრასა და გამოყენებასთან დაკავშირებით

ადმინისტრაციულ საქმეზე, კონკურენციის დაცვის კომისიის გადაწყვეტილებით, შეზღუდული პასუხისმგებლობის კომპანია "გლობალ შიპინგის" მიმართებით ჩამოყალიბდა შემდეგი მნიშვნელოვანი მიდგომები მიწოდების ვადების განსაზღვრასა და გამოყენებასთან დაკავშირებით.

ნიშნის „~“ გამოყენება მიწოდების თარიღების განსაზღვრისას ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ სიმბოლო აღნიშნავს მიწოდების მითითებულ თარიღებს შორის ინტერვალს, მიწოდების მაქსიმალური თარიღი არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება აღემატებოდეს მითითებული ინტერვალის მაქსიმალურ რაოდენობას.

• ბიზნეს სუბიექტის ვებგვერდზე გამოქვეყნებულ „ზოგადი პირობების“ განყოფილებაში მონიშვნა „კომპანია არ არის პასუხისმგებელი შეფერხებებზე“ არ შეიძლება გახდეს პასუხისმგებლობის თავიდან აცილების საფუძველი.

• ბიზნეს სუბიექტი ვალდებულია მიწოდების პოლიტიკის დადგენისას გაითვალისწინოს ის პრობლემები, რომლებიც რეგულარულად ჩნდება ხანგრძლივი საქმიანობისას (ეს არ ეხება გამონაკლის შემთხვევებს).

• მიმწოდებელი ორგანიზაციის საქმიანობა/შემოსავალი დაკავშირებულია მომხმარებელთა რაოდენობასთან, მათსადამე, მომსახურების მიწოდების პლატფორმაზე, ვებსაიტზე და მობილურ აპლიკაციაში მომსახურებებთან დაკავშირებით ინფორმაცია არის რეკლამა.

• ეკონომიკური სუბიექტის მიერ გარკვეული ინტერვალით მიწოდების ვადის დაწესების შემთხვევაში მიწოდების პრაქტიკაში დადგენილ მაქსიმალურ ვადაზე დაგვიანებით განხორციელება არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია საზოგადოების შეცდომაში შეყვანით.

კომისიამ ზემოაღნიშნული გადაწყვეტილებით, 2022 წლის 1 იანვრიდან 2 აპრილამდე პერიოდში შპს „გლობალ შიპინგის“ მიერ გამოქვეყნებული პუბლიკაციების ფარგლებში წარმოადგინა ინფორმაცია რუსეთის ფედერაციიდან სახმელეთო მიწოდების ვადის შესახებ. მომხმარებლისთვის მიწოდების თარიღის სრული სურათის არარსებობის, ასევე კანონის საწინააღმდეგო რეკლამის განხორციელებისთვის და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციისთვის კომპანიას დაეკისრა ჯარიმა 3 000 000 დრამის ოდენობით.

წყარო:

1



იაპონიის სამართლიანი სავაჭრო კომისია (JFTC)

ბაზრის კვლევის ანგარიში მეორადი პლასტმასის ბოთლების გადაგუხავებასთან დაკავშირებით

პლასტმასის ბოთლები გამოიყენება როგორც სასმლის კონტეინერები და ა.შ. გარდა ამისა, მეორადი პლასტმასის ბოთლებს თითქმის ყველა მუნიციპალიტეტი ცალ-ცალკე აგროვებს და შემდეგ გადამუშავდება.

ბოლო დროს გადამუშავების ხელშეწყობა, რესურსების ეფექტურად გამოყენება და გარემოზე ზემოქმედების შემცირება გლობალურ პრობლემად იქცა.

მიუხედავად იმისა, რომ მეორადი პლასტმასის ბოთლები იყრინდა დატენვას, ახლა ისინი ფასიანი ხდება, როგორც ღირებული მასალა. ვითარების ცვლილებისა და ზემოთ აღნიშნული ახალი ინიციატივების პროგრესიდან გამომდინარე, მიჩნეულია, რომ სადისტრიბუციო არხები იყო მრავალფეროვანი და დივერსიფიცირებული.

იაპონიის სამართლიანი ვაჭრობის კომისიამ (JFTC) ჩაატარა ბაზრის კვლევა მეორადი პლასტმასის ბოთლების გადამუშავების შესახებ.

კვლევა ჩატარდა 2023 წლის თებერვლიდან სექტემბრამდე შემდეგი მეთოდებით.

კითხვარი გაიგზავნა მუნიციპალიტეტების 1,741 სუბიექტთან (რაოდენობა: 1,391, პასუხის მაჩვენებელი: 79,9%); სასმელების მწარმოებელ 1139 სუბიექტთან (რაოდენობა: 749, პასუხის მაჩვენებელი: 65.8%); გადამამუშავებელთა 47 სუბიექტთან (რაოდენობა: 42, პასუხის მაჩვენებელი: 89.4%).

წყარო:

GLOBAL COMPETITION REVIEW



ბელგიის კონკურენციის უწყებამ გასცა რეკომენდაციები ქვეყნის საბანკო სექტორში კონკურენციისა და ინოვაციების ნაკლებობის გამოსასწორებლად.

წყარო:



„Amazon-ის, Apple-ის, Google-ის, Meta-სა და Microsoft-ის გაფართოებული ეკოსისტემები ხაზს უსვამს მარეგულირებელი რეფორმის კრიტიკულ საჭიროებას“, განაცხადა ავსტრალიის კონკურენციის უწყებამ.

წყარო:



„ინდოეთის ცემენტის ინდუსტრია მიდრეკილია შეთქმულებისკენ“ - განაცხადა ქვეყნის ანტიმონოპოლიურმა ორგანომ ბაზრის შესწავლის დაწყებისას იმ სექტორში, რომელიც უკვე რამდენჯერმე გამოიკვლია.

წყარო:

გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების
ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.

გადამოწმდა იტალიის, გერმანიის, უნგრეთის, პოლონეთის, სომხეთის,
დიდი ბრიტანეთის და სინგაპურის კონკურენციის უწყებების
ოფიციალური გვერდები, ასევე ფედერალური სავაჭრო კომისიის,
იაპონიის სამართლიანი სავაჭრო კომისიის და *Global Competition Review*
ვებგვერდი.



(032) 244 07 70



info@gnca.gov.ge



www.gnca.gov.ge



<https://bit.ly/375Cd22>



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



<https://bit.ly/375Cd22>



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

