



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

ს ა ი ნ ფ ო რ მ ა ც ი ო ფ უ რ ც ე ლ ი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

ნოემბერი, 2024

1



ლიეტუვის მოხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყება

**შავი პარასკევი - საერთაშორისო ფენომენი, რომელიც გამოჩნული
შეთავაზებებითა და სპეციალური ფასდაკლებებით გვიზიდავს**



ტრადიციულად, "შავი პარასკევის" ფასდაკლებები ნოემბრის ბოლო პარასკევს ცხადდება. წელს ეს დღე 29 ნოემბერია. თუმცა, ერთი დღით არ შემოიფარგლება და ხშირად მოიცავს მთელ შაბათ-კვირას ან, უფრო ხშირად, მთელ კვირას.

იმისთვის, რომ "შავი პარასკევი" იყოს სასიამოვნო და პასუხისმგებლობით სავსე, გიზიარებთ რჩევებს, როგორ შევიძინოთ პროდუქტები გონივრულად და ავიცილოთ მარკეტინგული ხრიკები:

★ მოერიდეთ სპონტანურ შეძენებს – შეადგინეთ აუცილებელი ნივთების სია და შეაფასეთ, ნამდვილად გჭირდებათ თუ არა კონკრეტული ნივთი.

★ შეაფასეთ შეთავაზება – ყურადღებით წაიკითხეთ აქციის პირობები და შეზღუდვები, გადაამოწმეთ აქციის ვადა, შეადარეთ სხვა გამყიდველების შეთავაზებები და გაითვალისწინეთ, მოქმედებს თუ არა შეთავაზება ფიზიკურ თუ ონლაინ მაღაზიაში.

★ ონლაინ შეძენისას ყურადღებით შეამოწმეთ გამყიდველის ინფორმაცია – დარწმუნდით, რომ მითითებულია კონტაქტები, იურიდიული ინფორმაცია და სხვა მყიდველების შეფასებები.

★ შეინახეთ ქვითარი ან სხვა შეძენის დამადასტურებელი დოკუმენტი.

შენიშვნა: ! გაითვალისწინეთ, რომ ყველა ხარისხიანი პროდუქტის დაბრუნება ან შეცვლა შეუძლებელია.

გახსოვდეთ – რაც უფრო მიმზიდველია გამყიდველის შეთავაზება, მით უფრო ფრთხილად უნდა იყოთ!

მნიშვნელოვანია იცოდეთ: დიდი ფასდაკლებით შეძენილი პროდუქტი არ აუქმებს მომხმარებლის უფლებას მოითხოვოს საქონლის ხარისხის შესაბამისობა.

წყარო:

2



ლიეტუვის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყება

MB "DUNAMIS" –მა, რომელიც კვების დანამატებს არამკლამებს, დაარღვია კანონი

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყებამ (VVTAT) განიხილა MB "Dunamis"-ის მიერ გავრცელებული კვების დანამატების რეკლამის საქმე, რომელშიც მითითებული იყო დაავადებების სამკურნალო და პროფილაქტიკური თვისებები.

კანონმდებლობით კვების დანამატები განისაზღვრება როგორც საკვები პროდუქტი, რომელიც განკუთვნილია ნორმალური დიეტის შესავსებად და წარმოადგენს ერთი ან მეტი საკვები ან ფიზიოლოგიური ნივთიერების კონცენტრირებულ წყაროს. შესაბამისად, კვების დანამატებს არ გააჩნიათ ისეთი თვისებები, როგორცაა დაავადებების მკურნალობა და პროფილაქტიკა. მათი ეტიკეტირების, წარმოჩენისა და რეკლამის დროს არ შეიძლება მიენიჭოს

სამკურნალო ან პროფილაქტიკური თვისებები და არ უნდა მოხდეს მსგავსი მტკიცებების გამოყენება.

MB "Dunamis"-მა თავის ვებსაიტზე რეკლამა გაუკეთა შემდეგ კვების დანამატებს: „Haya Labs Yohimbre HCI 100 caps“, „Haya Labs Melatonin 4 mg, 60 tabl“ (მელატონინი), „Haya Labs Pygeum For Men (აფრიკული ალვის ექსტრაქტი) 60 caps.“, „Haya Labs Cayenne (კაიენის წიწაკის ექსტრაქტი) 100 caps.“, „Haya Labs L-DOPA (საიმბალეს ექსტრაქტი) 90 caps.“, „Haya Labs LongJack (ლონგ ჯეკის ექსტრაქტი) 60 caps“. რეკლამებში გამოყენებული იყო მტკიცებები, რომლებიც მოიცავდა მამაკაცის ჯანმრთელობის პრობლემების (ერექცია, პროსტატა) გაუმჯობესებას, გულ-სისხლძარღვთა დაავადებების მკურნალობას, დეპრესიის სიმპტომების შემსუბუქებას, წონის შემცირებას/რეგულირებას, საჭმლის მონელების ფუნქციის რეგულირებას, ქოლესტერინის, ინსულინისა და სისხლში შაქრის დონის კონტროლს, უძილობის პრობლემების გაუმჯობესებას, ანტიბაქტერიულ და ანტივირუსულ თვისებებს, კუნთოვანი მასის ზრდას, ძალისა და გამძლეობის გაზრდას.

მომხმარებელს შეიძლება შეექმნას მცდარი შთაბეჭდილება, რომ რეკლამირებული საკვები და დანამატები არა მხოლოდ ჯანმრთელობას უწყობს ხელს, არამედ სამკურნალო თვისებებიც გააჩნია და სხვადასხვა მომხმარებელთა ჯგუფებზეა ორიენტირებული – მაგალითად, გულისა და სისხლძარღვთა დაავადებების მქონე პირებზე, წონასთან, ძილთან დაკავშირებულ პრობლემებზე და მათზე, ვინც აქტიურად ვარჯიშობს.

VVTAT-ის გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს სასამართლოში, გადაწყვეტილების მიღებიდან 30 კალენდარული დღის განმავლობაში.

წყარო:

1



ავსტრიის კონსუმენციის ფედერალური უწყება

TEMU

ევროპის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სააგენტოების ქსელმა, ევრო კომისიასთან ერთად, ნოემბრის 2024 წლის დასაწყისში წარმართა კოორდინირებული აქცია ჩინური ონლაინ-ბაზრის TEMU-ის წინააღმდეგ.

გერმანიის ფედერალური მომხმარებელთა ორგანიზაციების ასოციაციამ (vzbv) გაფრთხილება გამოუცხადა ჩინურ ონლაინ-ჯგუფ TEMU-ს, ხოლო კომისიამ უკვე დაიწყო ოფიციალური პროცედურები TEMU-ს წინააღმდეგ, ევროკავშირის ციფრული მომსახურების კანონზე დაყრდნობით, რომელიც მომჩივანი 17 წევრი სახელმწიფოდან წამოიწყო.

რა პოტენციურ დარღვევებზე ამახვილებს ყურადღებას ევროკავშირისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ორგანოების ქსელი:

- ონლაინ-ბაზარზე მომხმარებელთა კონტაქტის შესაძლებლობების ნაკლებობა;
- "გამარჯვებული თამაშების" პრაქტიკა: მომხმარებლები იხიბებიან ონლაინ-პლატფორმაზე, სადაც სიმულაციური სუფთა ბორბლისა და ყალბი მოგების დაპირებები გამოიყენება;
- დაკარგული და სიცრუის შემცველი ინფორმაცია არსებული სამართლებრივი მოთხოვნების შესახებ დისტანციური გაყიდვის ხელშეკრულებებში, მაგალითად, დაბრუნების უფლება, პროდუქტის დაბრუნება და თანხის დაბრუნება;
- განაცხადები, რომლებიც მიიჩნევენ, რომ შეზღუდული ხელმისაწვდომობა და შეთავაზების გადაუდებლობა წაახალისებს მომხმარებელს, რომ მათ სწრაფად მიიღონ არასასურველი და არასწორი გადაწყვეტილებები;
- ყალბი მომხმარებლის მიმოხილვები ან მექანიზმების ნაკლებობა, რომელიც უზრუნველყოფს გამოქვეყნებული მიმოხილვების ავთენტურობას;
- ტყუილი ფასდაკლება და სავარაუდო სპეციალური შეთავაზებები, რომლებიც სინამდვილეში არ არსებობს.

კოორდინირებული მოკვლევების შედეგად, რომლებიც წამოიწყეს შესაბამისმა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უწყებებმა ბელგიიდან, გერმანიიდან და ირლანდიიდან, დადგინდა, რომ მომხმარებლები ონლაინ-ბაზარ TEMU -ზე ექცეოდნენ მრავალი პრობლემური ბიზნეს პრაქტიკის გავლენის ქვეშ.

TEMU-ს ახლა აქვს ერთი თვე, რომ გამოეხმაუროს ქსელის კვლევის შედეგებს და ახსნას, როგორ აპირებს მომხმარებელთა საჩივრების გადაჭრას.

წყარო: _____



ავსტრიის კონსუტაციის ფედერალური უწყება

როგორ ამოვიცნოთ ყალბი მომხმარებლის მიმოხილვები

ონლაინ პროდუქტების სამიუბო პროცესში ადამიანები ხშირად ეყრდნობიან სხვა მომხმარებლების მიმოხილვებს. ეს ხშირად არის პროდუქტზე გადაწყვეტილების მიღების განმსაზღვრელი ფაქტორი.

მიმოხილვების ტიპები შეიძლება იყოს სხვადასხვა, დაწყებული ვარსკვლავების შეფასებებით, გრადაციის სისტემით, კომენტარებით და დეტალური მომხმარებლის მიმოხილვებით.

თუმცა, უნდა ვიყოთ ფრთხილად ონლაინ მიმოხილვების მიმართ, რადგან ისინი არ შეიცავენ მხოლოდ ავთენტურ მომხმარებლების მოსაზრებებს, არამედ ასევე შეიძლება შეიცავდნენ მანიპულირებულ და ყალბ მიმოხილვებს. კომპანიები ხშირად ყიდულობენ ყალბ მიმოხილვებს.

რჩევები ონლაინ მომხმარებლებს:

გადახედეთ მიმოხილვების რაოდენობას: თუ პროდუქტი სავარაუდოდ მოკლე დროში ძალიან ბევრ მიმოხილვას იღებს, ეს შეიძლება იყოს ეჭვის ფაქტი, თუმცა, ზოგიერთ პროდუქტისთვის, მაგალითად, ახალი და პოპულარული სმარტფონისთვის, შეიძლება რეალურია;

ზედმეტად გრძელი მიმოხილვები: ყურადღება მიაქციეთ ძალიან გრძელ მიმოხილვებს.

მეორე აზრის მიღება:

გახსოვდეთ, რომ ძალიან კარგი იდეაა მეორე აზრის და ინფორმაციის მიღება საცალო პორტალების გარეთ. ბევრი პროდუქტი ტესტირებულია ექსპერტების მიერ და დაგეხმარებათ თქვენი შესყიდვის გადაწყვეტილების მიღებაში.

წყარო:





კონსუმენტებისა და ბაზრების უწყება (დიდი ბრიტანეთი)

ლოიალობის კვლევა

მომხმარებელთა და ბაზრების უწყებამ (CMA) დაადგინა, რომ ლოიალობის პროგრამის წევრები თითქმის ყოველთვის შეძლებენ რეალური დანაზოგის მიღებას ჩვეულებრივ ფასებთან შედარებით, თუ იყენებენ ლოიალობის ფასიან შეთავაზებებს.



დაახლოებით 50,000 სასურსათო პროდუქტის ანალიზის შედეგად, რომელიც ლოიალობის ფასებზე იყო წარმოდგენილი, CMA-მ თითქმის ვერანაირი მტკიცებულება ვერ აღმოაჩინა, რომ სუპერმარკეტები ჩვეულებრივ ფასებს ხელოვნურად ზრდიან, რათა ლოიალობის შეთავაზებები უფრო მიმზიდველი გამოჩნდეს.

„ვიციტ, რომ ბევრი ადამიანი არ ენდობა ლოიალობის ფასებს, ამიტომ გადავწყვიტეთ სიღრმისეული ანალიზის ჩატარება იმის დასადგენად, რამდენად სამართლიანად ეპყრობიან სუპერმარკეტები მომხმარებლებს. ათიათასობით პროდუქტის შესწავლის შედეგად დავადგინეთ, რომ თითქმის ყველა ლოიალობის ფასი, რომელსაც გადავხედეთ, რეალურ დანაზოგს სთავაზობს მომხმარებლებს“- განაცხადა უწყებამ.

ძირითადი მიგნებები:

CMA-მ ჩაატარა სიღრმისეული გამოძიება ლოიალობის ფასებზე, რაც მიზნად ისახავდა რამდენიმე პრობლემური საკითხის გარკვევას, მათ შორის:

- ლოიალობის ფასების სანდოობა
- მათი შედარება სხვა სუპერმარკეტების ფასებთან
- და რამდენად ხელმისაწვდომია ისინი

ასევე, CMA-მ ჩაატარა მომხმარებელთა გამოკითხვა, რათა გაერკვია, რას ფიქრობენ მომხმარებლები ლოიალობის ფასებზე, ენდობიან თუ არა ამ ფასებს.

შესწავლილი პროდუქტების 92%-მა (დაახლოებით 50,000 ერთეულიდან) გაამართლა ჩვეულებრივი ფასის მიმართ რეალური დანაზოგი იმავე მაღაზიაში.

მომხმარებლები საშუალოდ 17-25%-ის დაზოგვას ახერხებენ ლოიალობის ფასებით ამ ხუთ სუპერმარკეტში: Tesco, Sainsbury's, Waitrose, Co-op და Morrisons.

CMA-ის ეს კვლევა მნიშვნელოვანი ნაბიჯია სამომხმარებლო ინტერესების დაცვისა და ცხოვრების ხარჯების შემცირების დახმარების პროცესში.

წყარო:

1



ავსტრალიის კონკურენციისა და მომხმარებელთა კომისია

ბენზინისა და დიზელის ფასები სექტემბრის კვარტალში შემცირდა

2024 წლის სექტემბრის კვარტალში საშუალო საცალო დიზელის ფასები მნიშვნელოვნად შემცირდა, როგორც აღნიშნულია ACCC-ის ბოლო კვარტალურ საცალო დიზელის მონიტორინგის ანგარიშში.

საცალო დიზელის ფასები ხუთ დიდ ქალაქში ძირითადად ასახავდა საერთაშორისო სტანდარტის ფასების შემცირებას.

2024 წლის სექტემბრის კვარტალში ხუთ დიდ ქალაქში (სიდნეი, მელბურნი, ბრიზბენი, ადელაიდა და პერთი) საშუალო საცალო დიზელის ფასი იყო 182.8 cpl, რაც 13.7 cpl ნაკლები იყო 2024 წლის ივნისის კვარტალთან შედარებით.

2024 წლის სექტემბრის კვარტალში საშუალო საცალო დიზელის ფასები ყველა ხუთ დიდ ქალაქში შემცირდა. ხუთი ქალაქიდან დიზელის ფასები

September quarter 2024 – Petrol snapshot

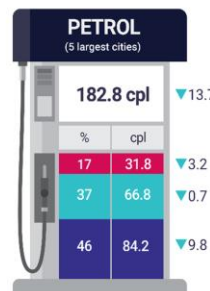
AVERAGE RETAIL PETROL PRICES



LOWER INTERNATIONAL REFINED PETROL PRICES DROVE LOWER RETAIL PRICES

Lower average retail petrol prices across the 5 largest cities largely reflected lower international benchmark prices for refined petrol (Singapore Mogas 95 prices).

COMPONENTS OF RETAIL PETROL PRICES



Prices are shown in cents per litre (cpl). ▲/▼ cpl change from the previous quarter. 'Petrol' means regular unleaded petrol in all capital cities.

GROSS INDICATIVE RETAIL DIFFERENCES

Gross indicative retail differences are the difference between average retail petrol prices and indicative wholesale prices across the 5 largest cities. They are a broad indicator of gross retail margins (including both retail operating costs and profits).



DIFFERENCE BETWEEN CITY AND REGIONAL RETAIL PETROL PRICES



ყველაზე მეტად შემცირდა ბრიზბენში (16.8 სენტით), ხოლო ყველაზე ნაკლებად - პერთში (8.9 სენტით).

„მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო თვეებში მძლოლებს ფასების შემცირებამ მისცათ გარკვეული შეღავათი, კვლავ ვურჩევთ საწვავის ფასების აპლიკაციის ან ვებსაიტის გამოყენებას, რათა შეამოწმონ, სად არის დაბალი ფასები თქვენს მახლობლად,“ - განაცხადა უწყებამ.

საერთაშორისო დიზელის ფასები (რომლებიც დამოკიდებულია საერთაშორისო ნედლი ნავთობის ფასებზე) და ავსტრალიური დოლარი-აშშ დოლარის გაცვლითი კურსზე ძირითადად განსაზღვრავენ საცალო დიზელის ფასების მოძრაობას ავსტრალიაში. კვარტალში საცალო დიზელის ფასების უმსხვილესი კომპონენტი იყო საერთაშორისო დიზელის ფასი (Mogas 95).

კვარტალში ნედლი ნავთობის ფასების შემცირებაზე გავლენა მოახდინა ჩინეთში ნავთობის მოთხოვნის შენელებამ და ნავთობის მიწოდების ზრდამ OPEC-ის გარეთ მყოფი მწარმოებლების მიერ.

წყარო:

1



საფრანგეთის კონკურენციის უწყება

საფრანგეთის უწყებამ კომპანიები და მათი დისტრიბუტორები 470 მილიონი ევროტი დააჯარიმა

საფრანგეთის კონკურენციის უწყებამ (€470,000,000) ჯარიმა დააკისრა კომპანიებს ვერტიკალური ფასის შეთანხმებისთვის, მწარმოებლებსა და დისტრიბუტორებს შორის დაბალი ძაბვის ელექტრონული აღჭურვილობის სექტორში. პირველი შეთანხმება განხორციელდა Schneider Electric-ისა და მისი დისტრიბუტორების Rexel-ისა და Sonepar-ის მიერ 2012 წლის დეკემბრიდან 2018 წლის სექტემბრამდე, ხოლო მეორე შეთანხმება განხორციელდა Legrand-ისა და მისი დისტრიბუტორის Rexel-ის მიერ 2012 წლის მაისიდან 2015 წლის სექტემბრამდე.

ორივე შეთანხმება წარმოადგენდა სახელწოდებით “დეროგაციის” სისტემას, რომელიც ამ კონკრეტულ შემთხვევაში ელექტრონული აღჭურვილობის მწარმოებლებს საშუალებას აძლევდა, დაესახელებინათ მათი პროდუქციის გაყიდვის ფასები ბოლო მომხმარებლებისთვის, ხოლო დისტრიბუტორებს შეენარჩუნებინათ მათი მარჟები.

კონკურენციის უწყებამ დაადგინა, რომ ფიქსირებული ფასების სისტემა Schneider Electric-სა და Legrand-ს საშუალებას აძლევდა გაემყარებინათ კონტროლი საფრანგეთში ფასების დონეზე, რაც გაძლიერდა დეროგაციის მექანიზმის ფარგლებში.

დისტრიბუტორებთან დაკავშირებით, Rexel-ისა და Sonepar-ის სხვადასხვა დოკუმენტების მიხედვით, კომპანიები აცნობიერებდნენ, რომ ფიქსირებული ფასების სისტემის ფარგლებში, რომელიც Schneider Electric-სა და Legrand-ს სურდათ, მათ გარანტირებული მარჟა ექნებოდათ.

წყარო:

1



Euro News

ევროკომისია მოსამართლეებს უარყვამს HSBC-ის პროცედურული საჩივარი ევროკომისიის მიერ 2021 წელს კარტელის ჯარიმის დაკისრების წინააღმდეგ

ევროპის გენერალურმა სასამართლომ დაადასტურა ჯარიმა, რომელიც HSBC-ს დაეკისრა, სხვა ბანკებთან ერთად ონლაინ ვაჭრობის შეთანხმებაში ევროს საპროცენტო განაკვეთების მანიპულაციის გამო, და უარყო პროცედურული გამოწვევა სანქციის წინააღმდეგ.

2016 წელს, ევროკომისიამ Crédit Agricole-ს, HSBC-ს და JPMorgan Chase-ს კარტელში მონაწილეობის გამო ჯარიმა დააკისრა, რაც გამოიხატებოდა Euribor-ის ევროს შიდა საბანკო საპროცენტო განაკვეთების მანიპულაციაში თანამშრომლობით.

ეს გაცვლები ონლაინ კორპორატიულ ჩატებში და მომენტალური შეტყობინებების სერვისებში ხორციელდებოდა.

HSBC-ს 33.6 მილიონი ევროს ჯარიმა დაეკისრა, ხოლო Deutsche Bank, RBS და Société Générale, რომლებიც იმავე კარტელში მონაწილეობდნენ, შეთანხმებას მიაღწიეს კომისიასთან აღიარებით. კარტელის ინფორმატორ Barclays-ს კი სანქცია არ შეეხო.

წყარო:

1



პოლონეთის კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის ოფისი (UOKiK)

კომპანია JERONIMO MARTINS POLSKAS ემუქრება ჯარიმას მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანისთვის

კომპანია Jeronimo Martins Polska-მ მომხმარებლებს შესთავაზეს კონკრეტული პროდუქტების შეძენა, რის შემდეგაც ისინი მიიღებდნენ „100%-იან cashback-ს ვაუჩერის სახით. თუმცა, აღმოჩნდა, რომ სარეკლამო განცხადებებსა და რეკლამებში მეწარმემ ვერ მოახერხა კამპანიის წესების მკაფიოდ გაცნობა. ვაუჩერების გამოყენების რეალური პირობები ბევრად უფრო რთული იყო, ვიდრე რეკლამებში იყო წარმოდგენილი. მომხმარებლებს არ შეეძლოთ ვაუჩერების თავისუფლად გაცვლა სხვა პროდუქციაზე. მაგალითად: სამი შოკოლადის ფილას შეძენის შემთხვევაში, მომხმარებელს გადაეცემოდა ვაუჩერი ღირებულებით 13.99 ზლოტი, თუმცა მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ კოსმეტიკის კატეგორიიდან შეიძენდა 29.99 ზლოტის პროდუქტს. სოსისების შეძენისას ვაუჩერი ეხებოდა ხილს და ბოსტნეულს, მაგრამ ისევ საჭირო იყო მინიმალური თანხის დახარჯვა, რომელიც აღემატებოდა ვაუჩერის ღირებულებას. ასევე თითო ვაუჩერი მოქმედებდა მხოლოდ ერთი ლოიალობის ბარათზე.

მომხმარებლებს სჯეროდათ, რომ მათ ექნებოდათ შესაძლებლობა დაეზოგათ თანხა და თავისუფლად აერჩიათ პროდუქტები ვაუჩერების გამოყენებით. თუმცა, დახვდათ მნიშვნელოვანი შეზღუდვები პროდუქტებზე, რომელიც ცნობილი ხდებოდა მხოლოდ შეძენის შემდეგ.

უწყების განცხადებით, მარკეტინგული შეტყობინებები უნდა იყოს მკაფიო და შეიცავდეს ყველა საჭირო ინფორმაციას, რათა მომხმარებლებმა შეძლონ ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღება დროულად.

თუ ბრალდებები დადასტურდება, Jeronimo Martins Polska-ს შეიძლება დაეკისროს ჯარიმა, რომელიც შეადგენს მისი ბრუნვის 10%-ს.

წყარო:

1



იტალიის კონკურენციის უწყება

ჯარიმა 40 000 ევროს ოდენობით საკრედიტო ბარათზე დამატებითი გადასახადისთვის

იტალიის კონკურენციის უწყებამ Saglietti-ს დააკისრა 40,000 ევროს ჯარიმა, raptor4x4.it ვებსაიტზე საკრედიტო/დებიტ ბარათით ან PayPal-ით გადახდებზე დამატებითი გადასახადის დაწესებისთვის.

ეს ქმედება არღვევს მომხმარებელთა კოდექსის 62(1) მუხლს, რომელიც კრძალავს ფასდაკლებებს ან ზედმეტ გადასახადს გადახდის მეთოდის საფუძველზე.

უწყებამ დაადგინა, რომ კომპანია საკრედიტო/დებიტ ბარათით გადახდებზე 3 ევროს, ხოლო PayPal-ით გადახდებზე 8 ევროს გადასახადს აწესებდა. აღნიშნული რეგულაცია მიზნად ისახავს მომხმარებელთა საკონტრაქტო უფლებების დაცვას და ერთიანი, არადისკრიმინაციული გადახდის სისტემის შექმნას.

წყარო:



გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების
ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.

გადამოწმდა, ავსტრალიის, ავსტრიის, საფრანგეთის, იტალიის,
ლიეტუვას, პოლონეთის და დიდი ბრიტანეთის კონკურენციის
უწყებების ოფიციალური გვერდები, ასევე Euro News ვებგვერდი.



598 05 44 22



info@gcca.gov.ge



www.gcca.gov.ge



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



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



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

მადლობა ყურადღებისათვის



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო