



საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო

საინფორმაციო ფურცელი

მსოფლიოში კონკურენციის უწყებების მიერ განხორციელებული აქტივობები

ოქტომბერი, 2024

1



ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო

რეკლამაში მითითებული ფასის შემცირება უნდა გამოითვალოს ბოლო 30 დღის განმავლობაში ყველაზე დაბალი ფასის საფუძველზე

გერმანული მომხმარებელთა ასოციაცია გერმანულ სასამართლოში ეჭვქვეშ აყენებს იმას, თუ როგორ რეკლამირებს ფასდაკლებაზე მომუშავე კომპანია Aldi Süd.



მომხმარებელთა ასოციაციის თანახმად, Aldi-ს არ აქვს უფლება გამოთვალოს ფასის შემცირება რეკლამაში შეთავაზების დაწყებამდე უშუალოდ ფასის საფუძველზე (პირველ

მაგალითში 1,69 ევრო); უფრო მეტიც, ევროკავშირის კანონის შესაბამისად, მან ეს უნდა გააკეთოს ბოლო 30 დღის განმავლობაში დაწესებული ყველაზე დაბალი ფასის საფუძველზე (პირველ მაგალითში 1,29 ევრო; ფასი, რომელიც იდენტურია სავარაუდო „შემცირებული“ ფასის). ამ ასოციაციის თქმით, რეკლამაში მხოლოდ ბოლო 30 დღის განმავლობაში ყველაზე დაბალი ფასის დაფიქსირება საკმარისი არ არის. იგივე მოსაზრებები ვრცელდება ფასის აღწერილობაზე, როგორც "ფასის ხაზგასმა".

გერმანიის სასამართლომ ამ საკითხთან დაკავშირებით სასამართლოს წინასწარი განჩინების საკითხი დაუსვა. სასამართლო პასუხობს, რომ ფასის შემცირება, რომელიც მოვაჭრის მიერ გამოცხადებულია პროცენტული მაჩვენებლის სახით ან სარეკლამო განცხადების სახით, და მიზნად ისახავს შეთავაზების ხელსაყრელი ფასის ხაზგასმას, უნდა განისაზღვროს ყველაზე დაბალი ფასის საფუძველზე, რომელიც მოვაჭრემ გამოიყენა ფასის შემცირების გამოყენებამდე არანაკლებ 30 დღის განმავლობაში. ამრიგად, მოვაჭრეებს არ ეძლევათ შესაძლებლობა შეცდომაში შეიყვანონ მომხმარებელი, გაზარდონ ფასები ფასების შემცირების გამოცხადებამდე და ამით აჩვენონ ფასების ყალბი შემცირება.

ამგვარად, მოვაჭრეებს ეკრძალებათ მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა, ფასის გაზრდით დაწესებული ფასის შემცირების გამოცხადება და, შესაბამისად, ფასების ცრუ შემცირების ჩვენება.

წყარო:

1



ნიდერლანდების მომხმარებელთა და ბაზრების უწყება

ACM-მა დააჯარიმა KLM

ნიდერლანდების მომხმარებელთა და ბაზრის უწყებამ (ACM) დააკისრა ჯარიმა KLM Royal Dutch Airlines-ს მის ვებგვერდზე გამოტანილი არასწორი ფასებისთვის. თავის ვებსაიტზე KLM-მა აჩვენა ავიაბილეთის ფასი, რომელიც არ შეიცავს დაჯავშნის ხარჯებს. დაჯავშნის ღირებულება იყო 10 ევრო თითო ბილეთზე. ეს ნიშნავს, რომ ავიაბილეთის ღირებულება უნდა შეიცავდეს დაჯავშნის ხარჯებს. ამრიგად, ACM-მა KLM-ს 200 000 ევროს ოდენობის ჯარიმა დააკისრა. KLM-მა უკვე მოახდინა თავისი ვებსაიტის კორექტირება.

„მოგზაურობის ინდუსტრიაში გაურკვეველ ფასებთან გამკლავება ACM-ის ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტია. მომხმარებელს უფლება აქვს გადაწყვეტილების მიღებისას სრულად იცოდეს ფასი, რომელიც მოიცავს ყველა გარდაუვალ ხარჯს, რაც მათ საშუალებას აძლევს სწორად შეადარონ ფასები“-განაცხადა უწყებამ.

წყარო:





ნიდერლანდების მომხმარებელთა და ბაზრების უწყება

ACM: დაუყოვნებლივ არ დააჭიროთ შესყიდვის ღილაკს! შიამოჭმით სანამ იყიდით

დღესასწაულების წინ, ნიდერლანდების მომხმარებელთა და ბაზრების უწყება (ACM) მომხმარებლებს აფრთხილებს არასანდო ონლაინ მაღაზიის შესახებ. ყოველწლიურად ACM-ს უამრავი შეტყობილება შედის, 2024 წელს 20,000-მდე შეტყობინება მიიღო უწყებამ აღნიშნულ თემასთან დაკავშირებით. ACM მოუწოდებს მომხმარებელს შეამოწმოს, არის თუ არა ონლაინ მაღაზია რეალურად სანდო შეკვეთის განხორციელებამდე.

„ყველაზე მნიშვნელოვანი და ადვილად გადამოწმებადი არის მიმოხილვები. თუმცა, ყურადღებით იყავით, რადგან რეცენზიებიც შეიძლება ყალბი იყოს. აქედან გამომდინარე, ნუ გადახედავთ ონლაინ მაღაზიის საიტზე არსებულ მიმოხილვებს. ამის ნაცვლად, ინტერნეტში მოძებნეთ სიტყვა "რეცენზიები" ინტერნეტ მაღაზიის URL-თან ერთად. წაიკითხეთ სხვების გამოცდილება სხვადასხვა საიტზე. ზოგჯერ ონლაინ მაღაზიები ახერხებენ ცუდი მიმოხილვების დამალვას საიტზე. დაახარისხეთ და გაფილტრეთ მიმოხილვები, რათა მიიღოთ ინტერნეტ მაღაზიის დაბალანსებული სურათი“- განაცხადა უწყებამ.

[წყარო:](#)



უნგრეთის კონკურენციის უწყება

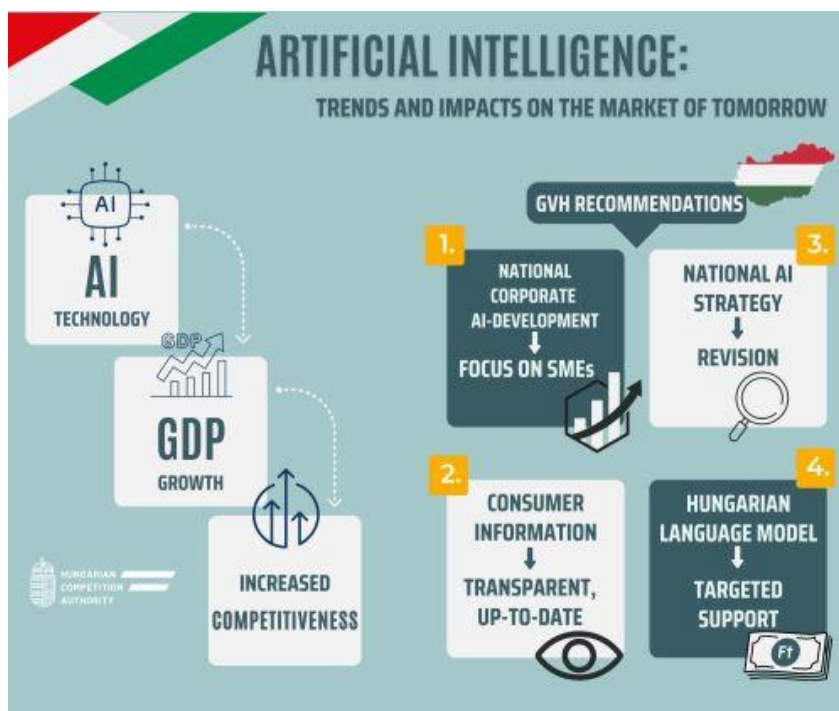
ხელოვნური ინტელექტი

ხელოვნური ინტელექტის (AI) ტექნოლოგიების სწრაფმა გავრცელებამ შეიძლება მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები კონკურენტული უპირატესობის გარეშე დააყენოს, თუ ისინი მათ დანერგვას არ დაიწყებენ.

უნგრეთის კონკურენციის ორგანო იყო ერთ-ერთი პირველი ევროკავშირის კონკურენციის უწყება, რომელმაც იანვრის დასაწყისში დაიწყო ბაზრის ანალიზი ხელოვნური ინტელექტის გავლენის შესასწავლად. GVH-ის მიზანი იყო გამოეძიებინა, შეიძლებოდა თუ არა AI-ზე დაფუძნებული ტექნოლოგიების სწრაფ გავრცელებას დაემახინჯებინა კონკურენცია სხვადასხვა სექტორში.

ბაზრის ანალიზის ფარგლებში, უწყებამ დეტალური კითხვარები გაუგზავნეს მსხვილ საერთაშორისო ტექნოლოგიურ კომპანიებს და გენერაციული AI მოდელების ცნობილ შემქმნელებს, რათა მიეღოთ ამ კომპანიების შესახებ ყოვლისმომცველი სურათი, მათ მიერ AI-თან დაკავშირებული განვითარებები და AI-ზე დაფუძნებული მომსახურებები, ბაზრის ამჟამინდელი სტრუქტურა, კონკურენტული სიტუაცია და მომხმარებელთა დაცვის პრაქტიკა.

ბაზრის ანალიზში ხაზგასმულია, რომ ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული მოდელების შემუშავება და ეფექტური დანერგვა მოითხოვს რიგი კრიტიკული რესურსების გამოყენებას, ამ კრიტიკული მოდელის საკუთრება ძალიან კონცენტრირებულია და ხშირად ეკუთვნის ციფრული ბაზრების დომინანტ მოთამაშეებს (დიდი ტექნოლოგიური კომპანიები: Meta, Google, Microsoft, Amazon და ა.შ.). ეს საერთაშორისო ციფრული გიგანტები, როგორც წესი, წარმოდგენილი არიან ღირებულების ჯაჭვის ყველა დონეზე. ამასთან, GVH-ის ანალიზი აჩვენებს, რომ ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიის განვითარება ძალიან დინამიკურია და შესაბამისად, ძალაუფლების ბალანსი ღირებულების ჯაჭვში ჯერ კიდევ არ არის კონსოლიდირებული. შესაბამისად, კონკურენციის ორგანოებმა მუდმივად და ყურადღებით უნდა დაათვალიერონ ინტელექტუალური ინტელექტის სექტორი.



უწყებამ გასცა რამდენიმე რეკომენდაცია

1. ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებებისა და სერვისების გამოყენების ხელშეწყობა ადგილობრივ ბიზნეს სექტორში. ტექნოლოგიური ინფრასტრუქტურის ხელმისაწვდომობის გარდა, ეს მოითხოვს მცირე და საშუალო ბიზნესის ტექნოლოგიური ცოდნის შექმნას და მუდმივ შენარჩუნებას, სათანადო კაპიტალიზაციას და კომპეტენტური სამუშაო ძალის ხელმისაწვდომობას.
2. მომხმარებლისთვის თანამედროვე და გამჭვირვალე ინფორმაციის მიწოდება. ბიზნესს, რომელიც საბოლოო მომხმარებელს აწვდის ხელოვნური ინტელექტის

გადაწყვეტილებებზე დაფუძნებულ მომსახურებას, მოუწოდებენ, მომხმარებელს მიაწოდონ ნათელი და თვალსაჩინო ინფორმაცია მიაწოდონ.

3. უნგრეთის ხელოვნური ინტელექტის ეროვნული სტრატეგიის გადახედვა, ხელოვნური ინტელექტის განვითარების ეკოსისტემის შექმნა (მონაცემების ეკონომიკა, განათლება ტექნოლოგიური აპლიკაციებისათვის შეფასების სისტემა და ა.შ.).
4. მიზნობრივი მხარდაჭერა უნგრული ენის მოდელების განვითარებისთვის.

წყარო:

1



ესტონეთის კონკურენციის უწყება

კონკურენციის უწყება აფასებს სამედიცინო მომსახურების მიწოდებაზე სავალდებულო პასუხისმგებლობის დაზღვევის ბაზარზე არსებულ სიტუაციას

ესტონეთის სტომატოლოგთა ასოციაციამ მიმართა კონკურენციის უწყებას, რომ დაიწყო საზედამხედველო პროცედურა, რათა შეფასდეს, არის თუ არა ანტიკონკურენტული საქმიანობის ნიშნები ან შესაძლო დარღვევები მზღვეველი PZU-ს საქმიანობაში, პასუხისმგებლობის სავალდებულო დაზღვევის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით. პირველადი ინფორმაციით, შესაძლოა PZU დარჩეს პასუხისმგებლობის დაზღვევის ერთადერთ პროვაიდერად, თუმცა მედიაში გამოქვეყნებული ინფორმაციის საფუძველზე ბაზარზე სხვა პროვაიდერებიც შევიდნენ, რაც კონკურენციის შენარჩუნების დადებითი ნიშანია.

ესტონეთის კონკურენციის უწყებამ ბაზრის მონაწილეებს მიმართა დამატებითი ინფორმაციის მოსაპოვებლად და ბაზარზე მდგომარეობის შესაფასებლად. კონკურენციის ორგანო აგრძელებს ბაზრის მდგომარეობის მონიტორინგს და საჭირო ინფორმაციის შეგროვებისა და გაანალიზების შემდეგ იღებს გადაწყვეტილებას, დაიწყო თუ არა მოკვლევა.

წყარო:



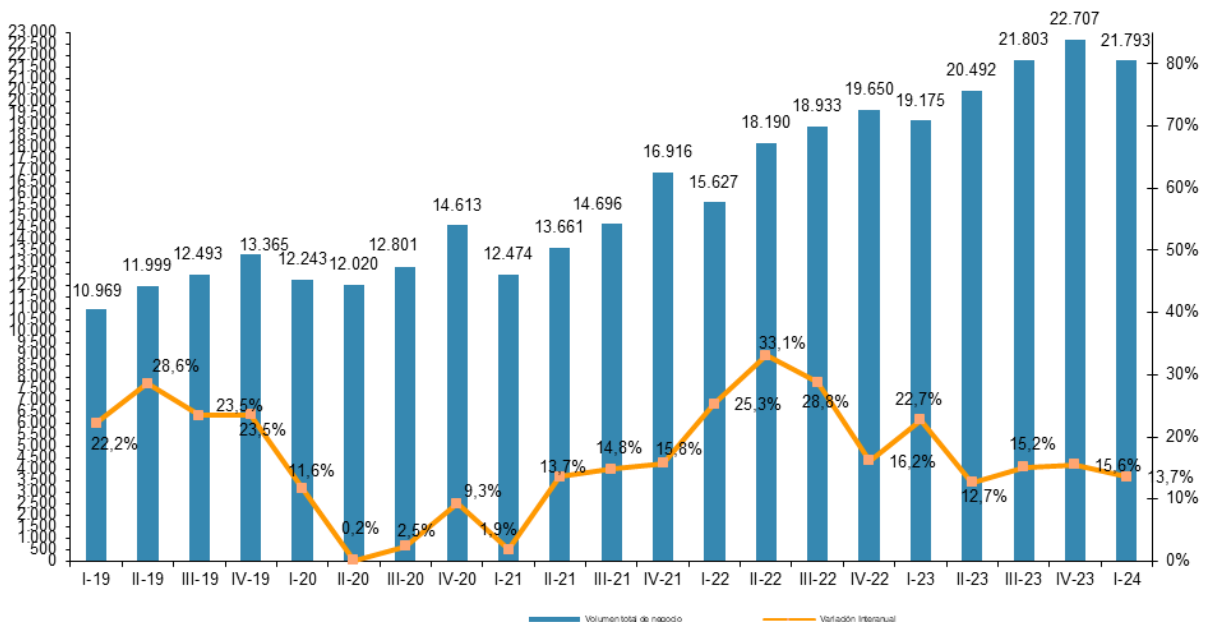
ესპანეთის ბაზრებისა და კონკურენციის ეროვნული კომისია

ესპანეთში ელექტრონულმა კომერციამ 2024 წლის პირველ კვარტალში 21 მილიარდ ევროს მილიარდ ევროს გადააჭარბა

ესპანეთში ელექტრონული კომერციამ 2024 წლის პირველ კვარტალში 21 მილიარდ ევროს გადააჭარბა. ეს მაჩვენებელი წინა წელთან შედარებით 13.7%-ით მეტია. ჯამში 412 მილიონზე მეტი ოპერაცია განხორციელდა.

ესპანეთში ელექტრონული კომერციის ბრუნვა გაიზარდა 13.7% -ით წლიურად 2024 წლის პირველ კვარტალში 21.793 მილიარდ ევროზე, CNMCDData-ს ბოლო მონაცემების თანახმად.

ელექტრონული კომერციის ბიზნესის კვარტალური ევოლუცია და წლიური ცვლილება (მილიონ ევროში და პროცენტში)



საქმიანობის სფეროები, რომელთა შემოსავლებიც ყველაზე მაღალია, იყო ტურისტული სააგენტოები და ტუროპერატორები, მთლიანი ბრუნვის 10.3% -ით, საჰაერო ტრანსპორტი, 6.6% -ით და ტანსაცმლის მესამე ადგილზე, 6.3% -ით.

2024 წლის პირველ კვარტალში 412 მილიონზე მეტი ტრანზაქცია დაფიქსირდა, აზარტული თამაშები და ფსონები ლიდერობენ რეიტინგში გაყიდვების მიხედვით (7.2%).

გეოგრაფიული სეგმენტაციის თვალსაზრისით, შემოსავლების 41.7% ესპანეთისათვის იყო განკუთვნილი, დანარჩენი 58.3% კი საზღვარგარეთ შენამენებმა დაიკავა. ტრანზაქციების რაოდენობის მიხედვით, გაყიდვების 35.0% ესპანეთისთვის იყო განკუთვნილი, ხოლო 65.0% უცხო ქვეყნებისთვის. ესპანეთში წარმოშობილი და უცხო ქვეყნებისთვის განკუთვნილი ოპერაციების ბრუნვამ 12.707 მილიარდი ევრო შეადგინა, რაც წინა წლის

პირველ კვარტალთან შედარებით 17.6%-ით მეტია. ესპანეთიდან უცხო ქვეყნებში შესყიდვების 94.0% განხორციელდა ევროკავშირის მაღაზიებში.

საქმიანობის დარგი, რომელსაც ყველაზე მეტი ბრუნვა ჰქონდა ესპანეთიდან უცხო ქვეყნებში, იყო ტანსაცმლის მრეწველობა (9,5%).

ესპანეთში ელექტრონული კომერციის შემოსავლები წლიურად 8.2%-ით გაიზარდა და 6.354 მილიარდ ევროს მიაღწია.

წყარო:

2



ესპანეთის ბაზრებისა და კონკურენციის პროგნოზი კომისია

კომისია აჯაროვებს სასამართლო ადვოკატთა გენერალურ საბჭოს 2,46 მილიონი ევროთი

CNMC-მ სასამართლო ადვოკატთა გენერალური საბჭო (CGPE) დააჯარიმა კოლექტიური ფასების რეკომენდაციისა და მისი პლატფორმის www.subastasprocuradores.com შესახებ შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის გავრცელების გამო. ამ აუქციონებზე CGPE მოქმედებს როგორც კომპანია და არ ახორციელებს ადმინისტრაციულ უფლებამოსილებებს.

აღნიშნული ქცევა გავლენას ახდენს შუამავლების სექტორზე, რომელიც ესპანეთში სპეციალიზებული პირების ან სუბიექტების მიერ ელექტრონული საშუალებებით საქონლისა და უფლებების სასამართლოს გარე აუქციონების განხორციელებას ითვალისწინებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქმე არ ეხება პორტალის სარგებლიანობას ან ბაზარზე კონკურენციის შესაძლებლობას, არამედ მხოლოდ CGPE-ს მიერ რეკომენდაციას, რომელიც ეხება მის პორტალზე მყოფი ადვოკატთა ასოციაციების მიერ დარიცხულ საფასურებს და მისი მომსახურებას სარეკლამო გზით, როგორც სპეციალიზებული სუბიექტი.

2016 წლის მაისში CGPE-მ www.subastasprocuradores.com ("პლატფორმა") გახსნა, ვებგვერდი, რომლის მეშვეობითაც აუქციონზე იყიდება მოძრავი და უძრავი ქონება. CGPE-მ დაადგინა საფასური, რომელიც უნდა დაეკისროს ადვოკატთა ასოციაციებს, რომლებიც იყენებენ მის პლატფორმას. შესაბამისად, CGPE-მ დაადგინა მაქსიმალური, მინიმალური ან ფიქსირებული ფასები, რომლებიც უნდა გამოყენებულიყო, თუ სხვა რამ არ იყო შეთანხმებული, რაც უნდა გადაეხადა აუქციონში გამარჯვებულს.

CGPE-მ თავისი პლატფორმა წარმოადგინა როგორც სასამართლო აუქციონების ერთადერთი ალტერნატივა, რომელიც განხორციელდა BOE-ს მეშვეობით, ხოლო ადვოკატთა ასოციაციები როგორც ერთადერთი საჯარო სამართლის კორპორაციები.

წყარო:

1



სომხეთის რესპუბლიკის კონკურენციის დაცვის კომისია

კომისიამ დაიწყო შესაბამისი პროცედურები YUTAX-ის წინააღმდეგ, შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციების გამო

2024 წლის 1 ოქტომბერს კონკურენციის დაცვის კომისიამ დაიწყო პროცედურა შპს "Utax"-ის წინააღმდეგ, მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანის და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის არსებობის საფუძველზე.

კომპანიამ "Utaxi" თავის ფეისბუქ გვერდზე გამოაქვეყნა პოსტი შინაარსით "ყველაზე ხელმისაწვდომი ტაქსი ერევანში, ყველაზე დაბალი ტარიფები რეგიონში, წარმოუდგენელია? გადმოწერეთ და თავად ნახეთ", ხოლო რიგ შემთხვევებში შეკვეთის დარეგისტრირებისას, "Utaxi" აპლიკაციაში შემოთავაზებული ფასები არ იყო ყველაზე ხელმისაწვდომი და ყველაზე დაბალი ტარიფი.

წყარო:

2



სომხეთის რესპუბლიკის კონკურენციის დაცვის კომისია

თხევადი გაზის კომპანია 24 799 000 ლრ-ით დაჯარიმდა

სომხეთის კონკურენციის დაცვის კომისიამ დაიწყო მოკვლევა თხევადი გაზის ბაზართან დაკავშირებით, კერძოდ, კომპანია "LEV 7" მხრიდან მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანის და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის არსებობის საფუძველზე.

მოკვლევის ფარგლებში დადგინდა, რომ კომპანიის კუთვნილ საწვავის სადგურზე, თხევადი გაზის გაყიდვისას, საწვავის სავსე მოწყობილობა აჩვენებდა 15 L- ის მაჩვენებელს, ხოლო რეალურად, საწვავის შევსება განხორციელდა 9.9 L- ის ოდენობით, ანუ ფაქტობრივი გადახრა იყო 5.1 L. სინამდვილეში, აღმოჩნდა, რომ კომპანიამ თხევადი გაზის საფასური დაახლოებით 30%-ით დაბალი დაადგინა.

შედეგად, კომისიამ გამოიყენა პასუხისმგებლობის ზომა კომპანიის მიმართ თავისი და კომპანია დაჯარიმდა 24,799,000 AMD.

წყარო:

1



ლიეტუვის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სახელმწიფო უწყება

BLACK FRIDAY



აქციაში შემცირებული ფასი უნდა შედარდეს ბოლო 30 დღის განმავლობაში გამოყენებულ ყველაზე დაბალ ფასთან. 2021 წლიდან ლიეტუვის რესპუბლიკის სამოქალაქო კოდექსში გათვალისწინებული მოთხოვნა, მიზნად ისახავს იმის უზრუნველყოფას, რომ მომხმარებლები არ იქნებიან შეცდომაში შეყვანილი ფიქტიური ფასდაკლების გამოყენებით. უნდა აღიკვეთოს მეწარმეების პრაქტიკა,

როდესაც ფასს ძალიან მოკლე დროის განმავლობაში ზრდიან, შემდეგ კი თავდაპირველ ფასს უბრუნებენ და მას სარეკლამო აქციად წარმოადგენენ.

შემოდგომის სეზონის გაყიდვების დაწყებისას ბიზნესები ემზადებიან შავი პარასკევის ფასდაკლების ცხელებისთვის, უწყება კიდევ ერთხელ ახსენებს მოვაჭრებს თავიანთ პასუხისმგებლობას, მიაწოდონ მკაფიო და სწორი ინფორმაცია მომხმარებლებს მოქმედი აქციებისა და ფასდაკლებების შესახებ.

პროდუქტის ფასის შემცირების გამოცხადებისას, ყველა შემთხვევაში აუცილებელია პროდუქტის წინა ფასის მითითება, რომელიც მიიჩნევა პროდუქტის ყველაზე დაბალ ფასად, რომელსაც მოვაჭრე იყენებს ფასის შემცირებამდე 30 დღის განმავლობაში.

წყარო:



*გამოყენებული ინფორმაცია ეყრდნობა უწყებების/ორგანიზაციების
ოფიციალურ საიტებზე არსებულ ინფორმაციებს.*

*გადამოწმდა, უნგრეთის, სომხეთის, ნიდერლანდების, ესპანეთის,
ლიეტუვას, ესტონეთის და ლიეტუვის კონკურენციის უწყებების
ოფიციალური გვერდები, ასევე ევროკავშირის მართლმსაჯულების
სასამართლოს 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