



N 04/1139
21.07.2026

ბრძანება

1139-01-4-202607211529



**სსიპ – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2026 წლის 15 მაისის №04/757 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული
საქმის შესწავლის თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილების დამტკიცების შესახებ**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის მე-4 პუნქტის, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის შესაბამისად,

ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:

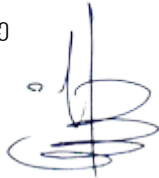
1. დამტკიცდეს სსიპ – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 15 მაისის №04/757 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის, 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტისა და 26-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის მე-5 მუხლის მოთხოვნებს.
4. შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე სსიპ – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია, ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადაში.



5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოთ მხარეებს და გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.
6. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.
7. სააგენტოს გადაწყვეტილება მისი კანონმდებლობით განსაზღვრული წესით გაცნობიდან 30 კალენდარული დღის ვადაში შეიძლება გასაჩივრდეს ქალაქ თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მისამართი: ქალაქი თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64). დარღვევის დადგენის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრება სააგენტოს არ ართმევს უფლებას, განახორციელოს კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

ირაკლი ლექვინაძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის
2026 წლის 15 მაისის №04/757 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის
თაობაზე

ქ. თბილისი

2026

სარჩევი

თავი I. აღწერილობითი ნაწილი	3
1.1. განმცხადებლების პოზიცია	3
1.1.1. ვ [] თ []-ის პოზიცია	3
1.1.2. ი [] ბ []-ს პოზიცია	4
1.2. მოვაჭრის პოზიცია	4
1.2.1. ვ [] თ []-ის განცხადებასთან დაკავშირებით	4
1.2.2. ი [] ბ []-ს განცხადებასთან დაკავშირებით	5
თავი II. ნორმატიული რეგულირება	6
2.1. საქართველოს კანონმდებლობა	6
2.2. საერთაშორისო კანონმდებლობა	8
თავი III. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი	9
3.1. სსიპ – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება	9
3.2. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა	10
თავი IV. სამოტივაციო ნაწილი	12
4.1. უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი მიმოხილვა	13
4.2. ფასის გამჭვირვალობის ვალდებულება და შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა	15
4.2.1. მომხმარებლისთვის ფასის შესახებ ინფორმაციის მიუწოდებლობა და მცდარი ინფორმაციის მიწოდება	18
4.2.1.1. მომხმარებლისთვის ფასის შესახებ ინფორმაციის მიუწოდებლობა და მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ვ [] თ []-ის შემთხვევაში	20
4.2.1.2. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ი [] ბ []-ს შემთხვევაში	25
4.2.2. მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილება	26
თავი V. სარეზოლუციო ნაწილი	28

თავი I. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში – სააგენტო) წარმოდგენილი იქნა ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] (პირადი ნომერი [REDACTED]) 2026 წლის 23 აპრილის №01/3579 განცხადება, მოვაჭრის – შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) (შემდგომში – მოვაჭრე) – მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში – კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

ზემოაღნიშნული განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 15 მაისის №04/757 ბრძანებით, სააგენტომ დაიწყო საქმის შესწავლა მოვაჭრის მიერ კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

2026 წლის 27 მაისს სააგენტოში წარმოდგენილი იქნა ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] (პირადი ნომერი [REDACTED]) №01/4768 განცხადება მოვაჭრის მიერ კანონის შესაძლო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

სააგენტომ ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] განცხადება ჩართო ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] განცხადების საფუძველზე დაწყებულ საქმის შესწავლაში.

1.1. განმცხადებლების პოზიცია

1.1.1. ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის პოზიცია

ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] განცხადების მიხედვით, იგი 2026 წლის 22 აპრილს იმყოფებოდა მოვაჭრის სასურსათო მაღაზიათა ქსელის ერთ-ერთ ფილიალში. მან დახლზე არსებული პროდუქციის გადამოწმებისას აღმოაჩნია, რომ კონკრეტულ პროდუქტზე („პარმალატის“ ბრენდის, შავი ქლიავის ჩირის შემცველი იოგურტი) მითითებული იყო სააქციო ფასი – 2,49 ლარი. ამავდროულად, ამავე ბრენდის მოცხარის შემცველ იოგურტთან დაკავშირებით განთავსებული არ იყო არც ფასის მაჩვენებელი და არც ინფორმაცია აქციის თაობაზე. გაუგებრობის თავიდან აცილების მიზნით, მომხმარებელმა მიმართა მოვაჭრის თანამშრომელს და ჰკითხა სააქციო ფასი ვრცელდებოდა თუ არა აღნიშნული ბრენდის ორივე პროდუქტზე, რაზეც დადებითი პასუხი მიიღო. აღნიშნულის შემდეგ, მომხმარებელმა უკვე სალაროსთან კიდევ ერთხელ დააზუსტა ნამდვილად ვრცელდებოდა თუ არა სასურველ პროდუქტზე სააქციო ფასი, რასთან დაკავშირებითაც განემარტა, რომ ელექტრონული სისტემა განსაზღვრავდა ფასს და შემდეგ გაირკვეოდა მოქმედებდა თუ არა ფასდაკლება. პროდუქტის შტრიხკოდის დასკანერების შედეგად აღმოჩნდა, რომ მასზე ფასდაკლება არ ვრცელდებოდა. მომხმარებელს აღნიშნულთან დაკავშირებით განუმარტეს, რომ, სავარაუდოდ, სააქციო პერიოდი დასრულებული იყო. მოვაჭრის იმ თანამშრომელმა, რომელმაც მანამდე მომხმარებელს დაუდასტურა მისთვის სასურველ პროდუქტზე სააქციო ფასის არსებობა,

დახლიდან მოხსნა სააქციო ფასდაკლების მაჩვენებელი და მომხმარებელს აუხსნა, რომ სააქციო პერიოდი დასრულდა 2026 წლის 19 აპრილს.

მომხმარებელი მიიჩნევს, რომ დახლზე სააქციო ფასის მითითებას აქციის დასრულებიდან რამდენიმე დღის შემდეგ შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი.

1.1.2. ი. ბ. ს პოზიცია

ი. ბ. ს განცხადების მიხედვით, იგი 2026 წლის 18 მაისს იმყოფებოდა მოვაჭრის სასურსათო მაღაზიათა ქსელის ერთ-ერთ ფილიალში. დახლზე განთავსებულ კონკრეტულ პროდუქტზე მითითებული იყო ფასი – 2,50 ლარი, თუმცა სალაროსთან პროდუქტის შტრიხკოდის დასკანერების შედეგად აღმოჩნდა, რომ მისი ღირებულება აღემატებოდა დახლზე მითითებულ ფასს. აღნიშნულის თაობაზე პრეტენზიის გამოხატვის შემდეგ, მომხმარებლის განმარტებით, მოვაჭრის თანამშრომელმა მას სიტყვიერი შეურაცხყოფა მიაყენა.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

1.2.1. ვ. თ. ს განცხადებასთან დაკავშირებით

საქმის შესწავლის დაწყებამდე, სააგენტოს 2026 წლის 24 აპრილის №02/2652 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა ვ. თ. ს-ის მიერ წარმოდგენილი განცხადების თაობაზე და განესაზღვრა 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადა, რათა წარმოედგინა პოზიცია განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით. აგრეთვე, აქციის/ფასდაკლების შესახებ ნიშნ(ებ)ის განთავსების წესი (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) და ასევე, ინფორმაცია იმის თაობაზე, რა მონაცემები უნდა იყოს მითითებული აქციის/ფასდაკლების ნიშანზე.

ზემოაღნიშნული წერილის მიღება მოვაჭრემ დაადასტურა 2026 წლის 24 აპრილს, ელექტრონული ფოსტის საშუალებით (info@orinabiji.ge), თუმცა მასში მითითებული ინფორმაცია სააგენტოსათვის არ მოუწოდებია.

სააგენტოს 2026 წლის 18 მაისის №02/3375 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა ვ. თ. ს-ის განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების შესახებ. ამავე წერილით მოვაჭრეს განემარტა ზემოაღნიშნული გარემოების თაობაზე და განმეორებით განესაზღვრა 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადა, რათა წარმოედგინა სააგენტოს 2026 წლის 24 აპრილის №02/2652 წერილში მითითებული ინფორმაცია/დოკუმენტაცია.

სააგენტოს ზემოხსენებული წერილის პასუხად მოვაჭრემ 2026 წლის 25 მაისს წარმოადგინა №01/4755 წერილი და მიუთითა შემდეგ გარემოებებზე:

წერილში მითითებული საკითხის შესახებ ინფორმაციის მიღებისთანავე მოვაჭრის მიერ განხორციელდა შემთხვევის შიდა განხილვა და შესაბამისი მონაცემების გადამოწმება. გადამოწმების შედეგად დადგინდა, რომ მომხმარებელს მითითებული პროდუქტი საბოლოოდ არ შეუძენია. კერძოდ, სალაროსთან ფასთან დაკავშირებული უზუსტობის დაფიქსირებისთანავე, პროდუქტი ამოიშალა გაყიდვიდან/ქვითრიდან და მომხმარებელს მასში თანხა არ გადაუხდია.

მოვაჭრე აღნიშნავს, რომ მას დანერგილი აქვს ფასმაჩვენებლის განახლებისა და განთავსების წესი, რომელიც არეგულირებს ფასის ცვლილებისა და განთავსების პროცედურას. განხილვის შედეგად დადგინდა, რომ აღნიშნულ შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა ტექნიკურ უზუსტობას, რომელიც გამოიხატა მაღაზიაში ფასმაჩვენებლის განახლების დაგვიანებაში. აღნიშნული უზუსტობა უკვე გამოსწორებულია.

მოვაჭრე განმარტავს, რომ იგი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს მომხმარებელთა უფლებების დაცვასა და გამჭვირვალე ფასწარმოქმნის პრინციპს. დაფიქსირებული უზუსტობა აღმოფხვრილია და მოვაჭრე აღნიშნულ ინციდენტთან დაკავშირებულ გარემოებებს სამომავლოდ გაითვალისწინებს.

წერილს დართული იყო სავაჭრო ობიექტებში მოქმედი ფასმაჩვენებლების განახლებისა და განთავსების წესი. მოვაჭრეს არ წარმოუდგენია აქციის/ფასდაკლების ნიშნის ნიმუში ან/და ინფორმაცია რა მონაცემებს უნდა შეიცავდეს ამგვარი ნიშანი.

1.2.2. ი. ბ. ს. განცხადებასთან დაკავშირებით

სააგენტოს 2026 წლის 29 მაისის №02/3571 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა ვ. თ. ის განცხადების საფუძველზე დაწყებულ საქმის შესწავლაში ი. ბ. ს. განცხადების ჩართვის თაობაზე და განესაზღვრა 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადა, რათა წარმოედგინა პოზიცია განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით.

სააგენტოს ზემოხსენებული წერილის პასუხად მოვაჭრემ 2026 წლის 5 ივნისს წარმოადგინა №01/5146 წერილი და მიუთითა შემდეგ გარემოებებზე:

წერილში მითითებული საკითხის შესახებ ინფორმაციის მიღებისთანავე მოვაჭრის მიერ განხორციელდა შემთხვევის შიდა მოკვლევა და შესაბამისი მონაცემების გადამოწმება, მათ შორის, გაყიდვის/ქვითრის მონაცემებისა და ვიდეოჩანაწერების შესწავლა. გადამოწმების შედეგად დადგინდა, რომ მომხმარებელს მითითებული პროდუქტი საბოლოოდ არ შეუძენია. კერძოდ, სალაროსთან ფასთან დაკავშირებული უზუსტობის დაფიქსირებისთანავე, პროდუქტი ამოიშალა გაყიდვიდან/ქვითრიდან და მომხმარებელს მასში თანხა არ გადაუხდია.

მოვაჭრის ინფორმაციით, ის ყოველდღიურად აკონტროლებს გასაყიდი პროდუქციის ფასებს. ხოლო მოცემულ პროდუქტზე ფასმაჩვენებელი დაიბეჭდა და განთავსდა 2026 წლის 15 მაისს, 18:57 საათზე, რის შემდეგაც აღნიშნულ პროდუქტზე ფასის ცვლილება არ განხორციელებულა. ვიდეოჩანაწერებით ასევე დასტურდება, რომ 2026 წლის 18 მაისს, 09:12:30 საათზე, მაღაზიის მენეჯერი აწესრიგებდა პურის დახლზე არსებულ პროდუქციას ფასმაჩვენებლების შესაბამისად, ხოლო დაახლოებით 19:15 საათზე დაფიქსირდა მომხმარებლის მიერ პროდუქტის გადაადგილება სხვა ადგილზე, რამაც გამოიწვია აღნიშნული შეუსაბამობა.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შემთხვევა არ უკავშირდება მომხმარებლისთვის პროდუქტის არასწორი ფასით რეალიზაციას, ვინაიდან პროდუქტი საბოლოოდ არ გაყიდულა და მომხმარებელს თანხა არ გადაუხდია. შესაბამისად, შემთხვევა წარმოადგენს ტექნიკური ხასიათის უზუსტობას.

თავი II. ნორმატიული რეგულირება

2.1. საქართველოს კანონმდებლობა

საქართველოს კონსტიტუციის 26-ე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად მომხმარებელთა უფლებები დაცულია კანონით.

ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთი მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის (შემდგომში – ასოცირების შეთანხმება) ხაზს უსვამს მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფისა და მომხმარებელთა დაცვის თავიანთ სისტემებს შორის თავსებადობის კუთხით თანამშრომლობის მნიშვნელობას.

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა. მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების თაობაზე არსებული კანონის ნორმები უზრუნველყოფს მომხმარებლის უფლებას, საქონლის/მომსახურების შეძენამდე „ინფორმირებული არჩევანის“ ფარგლებში მიიღოს შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება.

კანონის II თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებსა და ვალდებულებებს, კონკრეტულად, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დალუპვას, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს.

კანონის მე-6 მუხლის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია უზრუნველყოს საქონელზე ან მომსახურებაზე გასაყიდი ფასისა და ერთეულის ფასის მკაფიო და გასაგები ფორმით

მითითება. ერთეულის ფასის მითითება აუცილებელი არ არის, თუ იგი გასაყიდი ფასის იდენტურია.

კანონის მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი.

კანონის VI თავი ეთმობა უსამართლო კომერციული საქმიანობის მოწესრიგებას.

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია.

ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, უსამართლოა კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა.

თავის მხრივ, კანონის 25-ე და 26-ე მუხლების თანახმად, შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა შესაძლებელია გამოხატული იყოს როგორც მოქმედებით, ასევე, უმოქმედობით.

კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტი შეიცავს მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი იმგვარი კომერციული საქმიანობის ჩამონათვალს, რომელიც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია.

ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის თანახმად, ამ მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია მოიცავს, მათ შორის, ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს.

კანონის 26-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, შეცდომაში შემყვანია მოვაჭრის უმოქმედობით გამოხატული კომერციული საქმიანობა, როდესაც კონკრეტულ შემთხვევაში,

ყველა ფაქტობრივი გარემოებისა და საკომუნიკაციო საშუალების მახასიათებლების შეზღუდულობის გათვალისწინებით, ინფორმაციის ფაქტობრივი შინაარსი არ შეიცავს არსებით ინფორმაციას, რომელიც საშუალო მომხმარებელს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად სჭირდება, რის შედეგადაც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც ამ ინფორმაციის მიღების შემთხვევაში არ დადებდა.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში, მათ შორის, არსებით ინფორმაციად მიიჩნევა შემდეგი ინფორმაცია (თუ იგი ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს მისი შინაარსიდან): საქონლის ან მომსახურების სრული ფასის შესახებ, ძირითადი ხარჯებისა და დამატებითი ხარჯების (მათ შორის, ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟისა და სხვა) მითითებით; თუ, საქონლის ან მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ძირითადი ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – ძირითადი ფასის გამოთვლის წესის თაობაზე; თუ დამატებითი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია – ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ დამატებითი ხარჯების გაწევის ვალდებულება წარმოიშობა.

2.2. საერთაშორისო კანონმდებლობა

მომხმარებელთათვის შეთავაზებულ პროდუქტებზე ფასების მითითებისას მომხმარებელთა დაცვის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1998 წლის 16 თებერვლის №98/6/EC დირექტივის (შემდგომში – №98/6/EC დირექტივა) მიზანია განსაზღვროს მოვაჭრის მიერ მომხმარებლებისთვის შეთავაზებული საქონლის გასაყიდი ფასისა და ერთეულის ფასის მითითების წესი, რათა გააუმჯობესოს მომხმარებლის ინფორმირებულობა და ხელი შეუწყოს ფასების შედარების შესაძლებლობას.

№98/6/EC დირექტივის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ამ დირექტივის პირველი მუხლით გათვალისწინებული ყველა საქონლის შემთხვევაში მითითებული უნდა იყოს გასაყიდი ფასი და ერთეულის ფასი, ხოლო ერთეულის ფასი მითითებული უნდა იყოს მე-5 მუხლის დებულებების შესაბამისად. ერთეულის ფასის მითითება სავალდებულო არ არის, თუ იგი გასაყიდი ფასის იდენტურია.

ამავე დირექტივის მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, გასაყიდი ფასი და ერთეულის ფასი უნდა იყოს ცალსახად მითითებული, ადვილად იდენტიფიცირებადი და მკაფიოდ წაკითხვადი.

ამავე დირექტივის მე-6a მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ფასდაკლების შესახებ ნებისმიერი განცხადება უნდა შეიცავდეს იმ წინასწარი ფასის მითითებას, რომელსაც მოვაჭრე იყენებდა ფასდაკლების ამოქმედებამდე განსაზღვრული პერიოდის განმავლობაში.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის №2011/83/EU დირექტივის (შემდგომში – №2011/83/EU დირექტივა) მიზანია, მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული, წევრ სახელმწიფოთა კანონმდებლობების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გარკვეული ასპექტების დაახლოების გზით.

№2011/83/EU დირექტივის მთავარი ღირებულება სწორედ იმაში მდგომარეობს, რომ ის მომხმარებლის უფლებების დაცვას საკმაოდ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს. დირექტივის მე-5 მუხლი ძირითადად შეიცავს იმ ინფორმაციის ჩამონათვალს, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. ამავე მუხლის პირველი პუნქტის (c) ქვეპუნქტი ამ ინფორმაციად განსაზღვრავს საქონლის ან მომსახურების ჯამურ ფასს გადასახადების გათვალისწინებით, ან, როდესაც საქონლის ან მომსახურების თვისებებიდან გამომდინარე ღირებულება წინასწარ გონივრულად ვერ გამოანგარიშდება, საფასურის გამოთვლის წესს, ასევე, შესაბამის შემთხვევებში, დამატებითი ტვირთის, მიწოდების ან საფოსტო გადასახდელებს, ან, როდესაც აღნიშნული გადასახდელები წინასწარ გონივრულად ვერ გამოანგარიშდება, ფაქტს, რომ ასეთი დამატებითი გადასახდელები გადახდას ექვემდებარება.

№2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის (მათ შორის, მე-5 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის) მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში, სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის №2005/29/EC (შემდგომში – №2005/29/EC დირექტივა) დირექტივა არეგულირებს, ბიზნესსამომხმარებლო ურთიერთობისას, უსამართლო კომერციული საქმიანობის საკითხს.

ზემოაღნიშნული დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, კომერციული საქმიანობა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა, თუკი ის შეიცავს მცდარ ინფორმაციას და არის არასწორი, ნებისმიერ შემთხვევაში, მათ შორის თუ საქონლის/მომსახურების მთლიანი აღწერა არის შეცდომაში შემყვანი ან არსებობს მაღალი ალბათობა იმისა, რომ საშუალო მომხმარებელს შეიყვანს შეცდომაში, მიუხედავად იმისა, რომ ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, ამ მუხლის ერთ ან რამდენიმე ელემენტთან მიმართებით და იწვევს ან მაღალი ალბათობით გამოიწვევს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.

№2005/29/EC დირექტივის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კომერციული საქმიანობა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა თუ ფაქტობრივი გარემოებების, ყველა

მახასიათებლისა და საკომუნიკაციო საშუალებათა შეზღუდულობის გათვალისწინებით, მომხმარებელს არ მიეწოდება არსებითი ინფორმაცია, რომელიც, კონტექსტის გათვალისწინებით, საშუალო მომხმარებელს სჭირდება ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად და რომელიც იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ისეთი გარიგების დადება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის (c) ქვეპუნქტის მიხედვით, შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში, არსებითად მიიჩნევა, მათ შორის, შემდეგი ინფორმაცია, თუკი შინაარსის გათვალისწინებით ის ისედაც ცხადი არ არის: ფასი, ყველა გადასახადის ჩათვლით, ან, თუ პროდუქტის ბუნებიდან გამომდინარე ფასის წინასწარ გონივრულად გამოთვლა შეუძლებელია – ფასის გამოთვლის წესი, აგრეთვე, შესაბამის შემთხვევაში, ყველა დამატებითი სატვირთო, მიწოდების ან საფოსტო ხარჯი, ან, თუ აღნიშნული ხარჯების წინასწარ გონივრულად გამოთვლა შეუძლებელია – ის ფაქტი, რომ ასეთი დამატებითი ხარჯების გადახდა შესაძლოა მომხმარებელს დაეკისროს.

თავი III. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი

3.1. სსიპ – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება

კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებლის ამ კანონით დადგენილი უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობას, მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ სათანადო რეაგირებას ახორციელებს სააგენტო.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სააგენტო შეისწავლის მომხმარებლის კანონით დადგენილი უფლების შესაძლო დარღვევის ისეთ ფაქტს, რომელმაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლების დარღვევა.

საქმის შესწავლის მიზნით სააგენტო უფლებამოსილია განმცხადებლისგან ან/და მოვაჭრისგან გამოითხოვოს ინფორმაცია (მათ შორის, კონფიდენციალური ინფორმაცია), რომელიც სააგენტოს შესაბამისი უფლებამოსილების განსახორციელებლად სჭირდება.

საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ (შემდგომში – პროცედურა) მე-6 მუხლის თანახმად, სააგენტო საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ იწყებს საქმის შესწავლას და იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას 1 თვის ვადაში. საქმის შესწავლა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია გაგრძელდეს არაუმეტეს 3 თვისა.

3.2. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა

კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილება მიიღოს შესაბამისი და რელევანტური ინფორმაციის საფუძველზე.

განსახილველი საკითხის არსებითად შეფასებამდე, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ კანონი ცალსახად მიუთითებს, რომ როგორც სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებამდე, ისე საქმის შესწავლის ეტაპზე, მნიშვნელოვანია იკვეთებოდეს, რომ კონკრეტული მოვაჭრის მიერ კანონის მოთხოვნების დარღვევის შედეგად მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესს ზიანი ადგება ან შესაძლოა მიაღგეს.

პროცედურის მე-5 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი გულისხმობს მომხმარებელთა ფართო წრის საერთო ინტერესს. ამ შემთხვევაში სააგენტო ითვალისწინებს იმ პოტენციურ მომხმარებელთა რაოდენობას, ვისზეც შეიძლება გავლენა იქონიოს სადავო ქმედებამ. ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებ(ებ)ის სავარაუდო დარღვევის ფაქტის განსაზღვრისას, ასევე გათვალისწინებულ უნდა იქნეს ქმედების ხასიათი და მისი უნარი, გავლენა იქონიოს მომხმარებელთა ფართო წრეზე ან/და ზიანი მიაყენოს ანალოგიურ მდგომარეობაში მყოფ ნებისმიერ მომხმარებელს.

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის (კოლექტიური ინტერესის) ცნებას საფუძველი ფრანგულ იურისპრუდენციაში ჩაეყარა, მას შემდეგ, რაც ქვეყანაში მომხმარებელთა ორგანიზაციებს ბაზრის ზედამხედველობის ფუნქცია მიენიჭათ და 1973 წელს, კანონით უფლება მიეცათ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესები სასამართლოში დაეცვათ. საფრანგეთის უზენაესი სასამართლოს 1985 წლის გადაწყვეტილებით, მომხმარებელთა ორგანიზაციებს მხოლოდ მაშინ შეეძლოთ სასამართლოში წარმომადგენლობა, თუკი სადავო ქმედება პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზიანს აყენებდა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.

ფრანგული პრაქტიკა ევროკავშირის კანონმდებელმაც გაიზიარა. მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესის განმარტებას ვხვდებით ევროპარლამენტისა და საბჭოს №2009/22/EC დირექტივაში „მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული მითითებების შესახებ“. დირექტივის პრეამბულის მესამე აბზაცში შემოთავაზებულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური განმარტება, რომლის თანახმადაც, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი არ გულისხმობს იმ მომხმარებელთა ინტერესების ერთობლიობას, რომელთაც დარღვევის შედეგად ზიანი მიაღგათ.

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური ევროპული განმარტება შეიცვალა ევროპარლამენტისა და საბჭოს (EU) №2020/1828 დირექტივით, რომლის მე-3 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესები ნიშნავს მომხმარებელთა

ზოგად ინტერესს და, კერძოდ, ზიანის ანაზღაურების ღონისძიებების მიზნებისათვის, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.

მიუხედავად იმისა, რომ ევროკავშირის კანონმდებლობა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის სრულფასოვან განმარტებას არ შეიცავს, არსებული დეფინიციები აშკარას ხდის იმ გარემოებას, რომ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი ნაკლებად არის დაკავშირებული ინდივიდუალურ ზიანთან და მის შესაბამისად კომპენსაციის მოთხოვნასთან. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი ჯგუფს, როგორც ერთ მთლიანობას ეხება და მის დასაცავად გამოყენებული ინსტრუმენტები პრევენციასა და შეკავებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის კომერციული საქმიანობა მიმართულია მომხმარებელთა ფართო ჯგუფებზე. კერძოდ, Galt&Taggart-ის მიერ ჩატარებული სწრაფად რეალიზებადი სამომხმარებლო პროდუქციის (FMCG) სექტორის შესახებ 2025 წლის ნოემბრის საინვესტიციო კვლევის მონაცემებით, „ორი ნაბიჯის“ ბრენდის სასურსათო მაღაზიათა ქსელს საქართველოს ბრენდულ მაღაზიათა ბაზარზე მეორე ადგილი უკავია და მისი წილი ბაზრის 18,1%-ს შეადგენს.¹ მოვაჭრის სასურსათო მაღაზიათა ქსელის ფილიალები განთავსებულია საქართველოს არაერთ ქალაქსა თუ სოფელში, შესაბამისად, მის კომერციულ საქმიანობას რეალური შესაძლებლობა აქვს გავლენა იქონიოს და ზიანი მიაყენოს სურსათის შეძენით დაინტერესებულ ნებისმიერ მომხმარებელს საქართველოს თითქმის მთელ ტერიტორიაზე. თავის მხრივ, პროდუქციის დახლებზე არასწორი ფასის მითითება ან ფასის მითითების წესების დარღვევა მიემართება არა მხოლოდ იმ მომხმარებლებს, რომლებმაც რეალურად შეიძინეს კონკრეტული პროდუქცია, არამედ, ნებისმიერ მომხმარებელს, რომელსაც შესაძლებელია ჰქონდეს პროდუქციის შეძენის სურვილი.

ზემოხსენებულიდან გამომდინარე, გამოიკვეთა მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის დარღვევის რისკი, რის გამოც სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 15 მაისის №04/757 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა მოვაჭრის მიერ კანონის მოთხოვნების შესაძლო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

თავი IV. სამოტივაციო ნაწილი

სააგენტომ, საქმის შესწავლის პროცესში, იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა კანონის დარღვევის ალბათობა მომხმარებლის ინფორმირებულობის ვალდებულებისა და უსამართლო კომერციული საქმიანობის (მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი

¹ Galt&Taggart-ის მიერ ჩატარებული სწრაფად რეალიზებადი სამომხმარებლო პროდუქციის (FMCG) სექტორის შესახებ 2025 წლის ნოემბრის საინვესტიციო კვლევა იხ. ბმულზე: [\[https://galtandtaggart.com/ka/reports/details/69c3a8ac46cac30e9b28a44a\]](https://galtandtaggart.com/ka/reports/details/69c3a8ac46cac30e9b28a44a) (ბოლოს შემოწმდა: 2026 წლის 25 ივნისს).

კომერციული საქმიანობა და უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა) ნაწილში.

კანონის პირველი მუხლის თანახმად, ამ კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა.

საგულისხმოა, რომ კანონის პროექტის განმარტებითი ბარათის თანახმად, „...საქართველოსა და ევროკავშირის შორის გაფორმებული „ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირისა და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით“ საქართველომ აიღო ვალდებულება, რომ ქვეყანაში უზრუნველყოს მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე და მომხმარებელთა დაცვის ქართული სისტემა დაუახლოოს ევროკავშირში არსებულს. ეს პროცესი ქვეყნის კანონმდებლობის ევროკავშირის საკანონმდებლო აქტებთან, მათ შორის, სამომხმარებლო სფეროში არსებულ დირექტივებთან, რეგულაციებსა და რეკომენდაციებთან დაახლოების ვალდებულებას გულისხმობს...“² ამავედროულად, „კანონპროექტი ეფუძნება საერთაშორისო, კერძოდ, ევროპულ გამოცდილებასა და კანონმდებლობას მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში“³ და აღნიშნავს, რომ „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტების დანერგვა მნიშვნელოვანია ქვეყნის ევროკავშირში ინტეგრაციის პროცესისთვის“.⁴

ამავე განმარტებითი ბარათის თანახმად, კანონი, ევროკავშირის სხვა საკანონმდებლო აქტებთან ერთად მოიცავს 1998 წლის 16 თებერვლის ევროპარლამენტისა და საბჭოს №98/6/EC დირექტივას მომხმარებელთა დაცვის შესახებ მომხმარებელთათვის შეთავაზებულ პროდუქტებზე ფასების მითითებისას, 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს №2005/29/EC დირექტივას, შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელს შორის უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ და ევროპარლამენტისა და საბჭოს №2011 წლის 25 ოქტომბრის №2011/83/EU დირექტივას.⁵

ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპების საწინააღმდეგო, უსამართლო კომერციულ საქმიანობის აკრძალვასთან დაკავშირებული ნორმები გათვალისწინებულია კანონის VI თავში. მასში მოცემულია დებულებები, რომელიც ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის სახეებს, კერძოდ შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ კომერციულ საქმიანობას.⁶

² განმარტებითი ბარათი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტზე, გვ. 4. იხ. ბმულზე [<https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/224265>] (ბოლოს შემოწმდა: 2026 წლის 25 ივნისს).

³ იქვე, გვ. 6

⁴ იქვე, გვ. 4

⁵ იქვე, გვ. 3

⁶ იქვე, გვ. 10

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, ვინაიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის VI თავი (უსამართლო კომერციული საქმიანობა) დაფუძნებულია ევროპულ გამოცდილებასა და კანონმდებლობაზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში, მათ შორის, 2005 წლის 11 მაისის ევროპარლამენტისა და საბჭოს №2005/29/EC დირექტივაზე, კანონის მიზნების მიღწევისა და სააგენტოს მიერ თავისი ფუნქციების ეფექტურად შესრულებისათვის მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ კანონის ცალკეული ნორმების ვიწროდ და მხოლოდ სიტყვასიტყვითი განმარტება, არამედ, აღნიშნული ნორმების შინაარსისა და მიზნის განმარტება ევროკავშირის შესაბამისი კანონმდებლობისა და სასამართლო პრაქტიკის მიხედვით.

საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი დაახლოება და ჰარმონიზაციაა, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და საჭიროებას.

სააგენტო, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დაეყრდნო საქართველოსა და ევროკავშირის კანონმდებლობას და ნორმათა განმარტებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით.

4.1. უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი მიმოხილვა

როგორც უკვე აღინიშნა, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი და მათ შორის, აღნიშნული კანონის VI თავით გათვალისწინებული ნორმები საქართველოს კანონმდებლობის ევროკავშირის სამართალთან დაახლოებისა და საერთო ევროპული გამოცდილების გაზიარების ნაყოფია.

№2005/29/EC დირექტივა უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ მიღებულ იქნა 2005 წლის 11 მაისს, თუმცა საკანონმდებლო პროცესი ევროკომისიამ ჯერ კიდევ 2001 წელს წამოიწყო. იგი განმარტავდა, რომ პროცესის მიზანს წარმოადგენდა ისეთი საკანონმდებლო ინსტრუმენტის შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფდა ერთგვაროვან და ყოვლისმომცველ სტანდარტს უსამართლო კომერციული საქმიანობის რეგულირებისთვის.⁷ დირექტივის ქვაკუთხედს კეთილსინდისიერების სტანდარტი წარმოადგენს.⁸

ზემოაღნიშნული დირექტივა უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ არის ყოვლისმომცველი ჩარჩო დოკუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს დაიცვას მომხმარებელთა უფლებები და ხელი შეუწყოს ბაზარზე სამართლიან კონკურენციას. დირექტივის მიზანია ბიზნესს აკრძალოს აგრესიულ ან შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა რამაც

⁷ Collins, Hugh (2005), *The unfair commercial practices directive. European Review of Contract Law*, 1 (4). გვ. 418.

⁸ იქვე, გვ. 420

შეიძლება ზიანი მიაყენოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ინტერესებს ან შეაფერხოს მათი უნარი, მიიღონ ინფორმირებული გადაწყვეტილებები. დირექტივის ერთ-ერთი მთავარი მოთხოვნაა, რომ ბიზნესმა მომხმარებლებს მიაწოდოს მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია. ეს მოიცავს გამჭვირვალე ფასებს, პროდუქტის აღწერას და ნებისმიერ საქონელთან/მომსახურებასთან დაკავშირებულ არსებით პირობებს, რაც მნიშვნელოვანია მომხმარებლისათვის გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

დირექტივის ზოგადი ბუნება ევროკომისიის მიერ დასაბუთებული იყო იმ არგუმენტით, რომ მოვაჭრეები ყოველთვის ახერხებდნენ ახალი გზების მონახვას საკუთარი საქონლისა თუ მომსახურების მომხმარებლისათვის მისაყიდად, რომელთაგან ზოგიერთი შესაძლებელია უსამართლო ყოფილიყო. შესაბამისად, ვიწრო სექტორებზე ორიენტირებული საკანონმდებლო აქტი ფებს ვერ აუწყობდა მოვაჭრეთა მიერ შემუშავებულ უსამართლო კომერციული საქმიანობის ინოვაციურ მეთოდებს. ამრიგად, საჭირო იყო ზოგადი ხასიათის ნორმები, რომელთა გამოყენებასაც სასამართლო თუ ადმინისტრაციული ორგანოები შეძლებდნენ.⁹

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, №2005/29/EC დირექტივის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტი შეიცავს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგად აკრძალვას.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ჭეშმარიტ და სრულყოფილ ინფორმაციასთან წვდომა, დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

№2005/29/EC დირექტივის მე-6 მუხლი ეთმობა შეცდომაში შემყვან მოქმედებით გამოხატულ საქმიანობას.

მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კომერციული საქმიანობა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა, თუ იგი შეიცავს მცდარ ინფორმაციას და, შესაბამისად, არ შეესაბამება სინამდვილეს, ან ნებისმიერი ფორმით, მათ შორის საერთო წარმოდგენის გზით, შეცდომაში შეჰყავს ან სავარაუდოდ შეცდომაში შეიყვანს საშუალო მომხმარებელს, მაშინაც კი, როდესაც ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან ერთ ან რამდენიმე ელემენტთან მიმართებით, და ნებისმიერ შემთხვევაში იწვევს ან სავარაუდოდ გამოიწვევს იმას, რომ მომხმარებელი მიიღებს ისეთ სავაჭრო გადაწყვეტილებას, რომელსაც სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა. ამგვარ ინფორმაციად მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის (b) ქვეპუნქტი მიიჩნევს პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლებს, როგორიცაა მისი ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, შესრულება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომხმარებელთა დახმარება და საჩივრების განხილვის პროცედურები, წარმოების ან მიწოდების მეთოდი და თარიღი, მიწოდება, დანიშნულებისამებრ გამოყენების ვარგისიანობა, გამოყენების წესი, რაოდენობა, სპეციფიკაცია, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმოშობა, მისი გამოყენებისგან

⁹ იქვე.

მოსალოდნელი შედეგები, ან პროდუქტზე ჩატარებული ტესტებისა და შემოწმებების შედეგები და არსებითი მახასიათებლები.

თავის მხრივ, კანონი ითვალისწინებს №2005/29/EC დირექტივის შესაბამის სამართლებრივ მოწესრიგებას.

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, რომელიც შეესაბამება დირექტივის მე-5 მუხლის პირველ პუნქტს, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია.

ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა.

4.2. ფასის გამჭვირვალობის ვალდებულება და შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა

კანონის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მიზანია დაცული იყოს „ინფორმირებული მომხმარებლის“ სტანდარტი. მომხმარებელს უნდა მიეცეს თავისუფალი არჩევანის შესაძლებლობა, რომელიც უტყუარ და ნათელ ინფორმაციაზე იქნება დაყრდნობილი.

ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევაც. ქართული კანონმდებლობის ანალოგიურად არის განმარტებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროკავშირის №2011/83 დირექტივაშიც.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს არაერთი გადაწყვეტილებითაა განმტკიცებული. მაგალითად, თავის 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილებაში საქმეზე №C-649/17 სასამართლო აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის №2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა – მათ შორის, დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს.¹⁰

¹⁰ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV v Amazon EU Sàrl*, C-649/17, ECLI:EU:C:2019:576.

სამომხმარებლო სამართალი, როგორც საერთაშორისო, ისე შიდასაკანონმდებლო რეგულირებით, განსაზღვრავს მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის ურთიერთობის წესების და პირობების ძირითად სტანდარტებს. სწორედ ამ საკანონმდებლო დანაწესითა თუ რეკომენდაციათა გათვალისწინებით, მოვაჭრე კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას ვალდებულია, მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია ნათელი და ყოვლისმომცველი ფორმით. დირექტივა მოვაჭრეებს ავალდებულებს უზრუნველყონ კომუნიკაციის ეფექტიანი საშუალებები, რაც მომხმარებლებს გაუადვილებს მოვაჭრესთან დაკავშირებას.

მომხმარებლის სრულყოფილი ინფორმირებულობის სტანდარტის დანერგვა მომხმარებლის უფლებების დარღვევის პრევენციის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მექანიზმია. საერთაშორისო ორგანიზაციები თუ სასამართლოები აქტიურად უსვამენ ხაზს „ინფორმირებული მომხმარებლის“ სტანდარტის არსებობის აუცილებლობას. №C-430/17 საქმეზე ევროკავშირის სასამართლო განმარტავს დირექტივის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების მნიშვნელობას სამომხმარებლო ურთიერთობის ეფექტური განხორციელებისთვის. წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მომხმარებლისთვის ნივთის ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებული სრულყოფილი ინფორმაცია განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.¹¹

ამავდროულად, სახელშეკრულებო სამართალში დამკვიდრებული ინფორმაციის მიწოდების ზოგადი ვალდებულებისაგან განსხვავებით, მომხმარებლის მონაწილეობით დადებულ ხელშეკრულებებში მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება და ამ ვალდებულების შინაარსი ცალკეა მოწესრიგებული.¹²

როგორც უკვე აღინიშნა, №2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია უზრუნველყოს საქონელზე ან მომსახურებაზე გასაყიდი ფასისა და ერთეულის ფასის მკაფიო და გასაგები ფორმით მითითება. ერთეულის ფასის მითითება აუცილებელი არ არის, თუ იგი გასაყიდი ფასის იდენტურია.

¹¹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 23 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე *Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG v Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e V*, C-430/17, ECLI:EU:C:2019:47.

¹² ლაკერბაია თ., *ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი*, თსუ იურიდიული ფაკულტეტის სამართლის ჟურნალი №1, თბილისი, 2015 წ., გვ. 147.

აღსანიშნავია, რომ კანონის მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, ამ კანონის მე-5, მე-6, მე-7 და მე-9-მე-12 მუხლებით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება.

განსახილველ შემთხვევაში, მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება პირდაპირ არის დაკავშირებული მოვაჭრის მიერ უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელებასთან და შესაბამისად, აღნიშნული ერთობლივად უნდა შეფასდეს.

№2011/83 დირექტივის პრეამბულის მე-17 პუნქტის მიხედვით, მნიშვნელოვანია წინასწარ იდენტიფიცირებული იყოს ის კომერციული საქმიანობა, რომელიც ყველა შემთხვევაში უსამართლოდ იქნება მიჩნეული, რათა უზრუნველყოფილი იქნეს სამართლებრივი განჭვრეტადობა. სწორედ ამიტომ, დანართი №1 შეიცავს ყველა ასეთი საქმიანობის სრულ ჩამონათვალს (ე.წ. „შავ სიას“), რომელიც დირექტივის მე-5-მე-9 მუხლების წინაპირობათა შეფასების გარეშე ითვლება უსამართლოდ და ეს ამომწურავი სია შეიძლება შეიცვალოს მხოლოდ დირექტივის გადასინჯვის საშუალებით.

დირექტივის მსგავსად, კანონის 25-ე მუხლი ითვალისწინებს ჩამონათვალს, რა შემთხვევაშიც, მოვაჭრის საქმიანობა ითვლება შეცდომაში შემყვანად.

მოვაჭრის საქმიანობის შეფასებისას, როდესაც მისი ქმედება კანონით განსაზღვრული „შავი სიით“ არ კვალიფიცირდება, მნიშვნელოვანია ქმედების გარკვეული კრიტერიუმებით შეფასება. აღსანიშნავია, რომ №2011/83 დირექტივის ზოგადი დებულებები (მუხლები 5-დან 9-მდე) მოიცავს უსამართლო, შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ კომერციულ საქმიანობას, რომელსაც შეუძლია არსებითი უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ქცევაზე, რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ცნებას, რასაც ორი სახე აქვს: შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა (თავის მხრივ, აღნიშნული შეიძლება გამოვლინდეს მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ან უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის სახით) და აგრესიული კომერციული საქმიანობა.

კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტის ჩანაწერი ზოგადი ხასიათის ნორმაა, ხოლო უშუალოდ მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ცნებას განმარტავს კანონის 25-ე მუხლი.

იმას, თუ რას უნდა მიეცეს ყურადღება მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის კვალიფიკაციისთვის, განმარტავს კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტი, ხოლო კონკრეტულად მოქმედებით გამოხატული კომერციული საქმიანობის შემადგენლობას 25-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტები იძლევა.

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტიდან შესაძლოა გამოიყოს შემდეგი კრიტერიუმები, რომელთა არსებობაც განაპირობებს კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვან ბუნებას და რომელიც მოქმედებაში გამოიხატება. ესენია: I. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ 25-ე მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება; II. რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

მას შემდეგ, რაც კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის ქმედების შემადგენლობები გამოიყო, სააგენტომ უნდა დაადგინოს, ექცევა თუ არა მოვაჭრის ქმედებები წინამდებარე კრიტერიუმებში.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტომ უპირველესად უნდა დაადგინოს წინამდებარე ნორმის მიზნებისთვის, მოვაჭრემ მომხმარებელს მიაწოდა მცდარი ინფორმაცია თუ ინფორმაცია მიაწოდა იმგვარად, რომ ამან გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება.

მეორე მხრივ, უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ცნებას განმარტავს კანონის 26-ე მუხლი.

კანონის 26-ე მუხლის პირველი პუნქტიდან შესაძლოა გამოიყოს შემდეგი კრიტერიუმები, რომელთა არსებობაც განაპირობებს კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვან ბუნებას და რომელიც უმოქმედობაში გამოიხატება. ესენია: I. მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაციის ფაქტობრივი შინაარსი არ შეიცავს არსებით ინფორმაციას, რომელიც საშუალო მომხმარებელს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად სჭირდება; II. რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ზემოაღნიშნულ ნორმატიულ საფუძველზე დაყრდნობით, სააგენტო განიხილავს მოქმედებით და უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის თითოეულ ელემენტს.

4.2.1. მომხმარებლისთვის ფასის შესახებ ინფორმაციის მიუწოდებლობა და მცდარი ინფორმაციის მიწოდება

საგულისხმოა, რომ მოვაჭრის კომერციული საქმიანობა ფასდება საშუალო მომხმარებელთან მიმართებაში. მომხმარებელს აქვს ეკონომიკური ინტერესი, მიიღოს სწორი ინფორმაცია იმ საქონლის/მომსახურების მახასიათებლების შესახებ, რომლის შეძენასაც აპირებს. თუ შესაბამისი ინფორმაცია სწორია, კარგად ინფორმირებულ და საკმარისად წინდახედულ და დაკვირვებულ მომხმარებელს შეუძლია შეთავაზებული საქონლის შესახებ აზრის ჩამოყალიბება ისე რომ მისი ეკონომიკურ ინტერესებს ზიანი არ მიადგეს. წინააღმდეგ

შემთხვევაში – თუ შესაბამისი ინფორმაცია არასწორია – ამას შეუძლია მის საზიანოდ შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა.

მომხმარებელი, როგორც ხელშეკრულების მხარე, ობიექტური მიზეზების გამო, ხელშეკრულების მეორე მხარესთან, მოვაჭრესთან, შედარებით (ინფორმაციის განკარგვის შესაძლებლობა, გამოცდილების ნაკლებობა, დროის ნაკლებობა და სხვა მსგავსი გარემოებები) არის არათანაბარ მდგომარეობაში. შესაბამისად, სამომხმარებლო ხელშეკრულების ინსტიტუტი ეფუძნება ხელშეკრულებაში უფრო სუსტი მხარის – მომხმარებლის – სამართლებრივი დაცვის დოქტრინას.¹³ „მომხმარებლის გამოუცდელობა და „სისუსტე“ მოითხოვს ურთიერთობის მხარეებს შორის თანაფარდობის აღდგენას.“¹⁴

მცდარი ინფორმაციის მიწოდება გულისხმობს არასწორი (რეალობას აცდენილი) ინფორმაციის მიწოდებას მომხმარებლისთვის. მსგავსი შინაარსისაა 2005/29/EC დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის პირველი წინადადება.

როგორც ერთი, ასევე, მეორე მომხმარებელი მოვაჭრის სავაჭრო ობიექტზე მივიდა სურსათის შესაძენად. შესაბამისად, დახლებზე განთავსებული საქონლის ფასის კანონის მე-6 მუხლის შესაბამისად მითითების ვალდებულება საკვანძო მნიშვნელობისაა.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის მიზნებისათვის, საფასური ნასყიდობის ხელშეკრულებისა არსებითი პირობაა, რომლის გარეშეც ხელშეკრულება დადებულიად ვერ ჩაითვლება, რაც კიდევ ერთხელ მიუთითებს ფასის შესახებ ინფორმაციის ცენტრალურ მნიშვნელობაზე.

საყურადღებოა ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაც. როგორც სასამართლო განმარტავს, უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ დირექტივის მიზანი, რომელიც ამგვარი საქმიანობისაგან მომხმარებელთა სრულად დაცვას ისახავს მიზნად, ეფუძნება დაშვებას, რომ მომხმარებელი მოვაჭრესთან მიმართებით უფრო სუსტ მდგომარეობაში იმყოფება, განსაკუთრებით, ინფორმაციის ფლობის დონის თვალსაზრისით, რადგან უნდა ჩაითვალოს, რომ მომხმარებელი ეკონომიკურად უფრო სუსტია და სამართლებრივ საკითხებში ნაკლებად გამოცდილიც, ვიდრე ხელშეკრულების მეორე მხარე.¹⁵

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, ერთ-ერთ საქმეში, სასამართლომ განმარტა, რომ მოვაჭრის არგუმენტი იმის თაობაზე, რომ მომხმარებელს შეეძლო თავად მოეპოვებინა სწორი

¹³ ლიეტუვის უზენაესი სასამართლოს 2011 წლის 28 მარტის გადაწყვეტილება სამოქალაქო საქმეზე No3K 3 137/2011.

¹⁴ კერესელიძე დ., *კერძო სამართლის უზოგადესი სისტემური ცნებები*, თბილისი, 2009 წ., გვ. 6.

¹⁵ მაგ., იხ. ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 3 ოქტომბრის გადაწყვეტილება საქმეზე *BKK Mobil Oil Körperschaft des öffentlichen Rechts v Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV*, C-59/12, ECLI:EU:C:2013:634, პუნქტი 35; 2015 წლის 16 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე *Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft*, C-388/13, ECLI:EU:C:2015:225, პუნქტი 53.

ინფორმაცია, მაშინ, როდესაც მოვაჭრემ მას მცდარი ინფორმაცია მიაწოდა, სამართლებრივად უმნიშვნელოდ უნდა იქნეს მიჩნეული.¹⁶ სასამართლომ აღნიშნა, რომ უმნიშვნელოა ისიც, მოვაჭრე განზრახ მოქმედებდა თუ არა.¹⁷

მართლმსაჯულების სასამართლოს არაერთი გადაწყვეტილება ადგენს მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტს. 2012 წლის 5 ივლისის გადაწყვეტილებაში სასამართლო აცალიბებს მსჯელობას, რომ სწორედ მოვაჭრეა ვალდებული მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია და არ უნდა ჰქონდეს მოლოდინი, რომ მომხმარებელი საკუთარი ძალისხმევით მოიპოვებს ამ ინფორმაციას.¹⁸

ზემოაღნიშნული მიდგომა გამომდინარეობს მომხმარებლის, როგორც ხელშეკრულების სუსტი მხარის ინფორმირებულობის აუცილებლობიდან, რათა მის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება – შევიდეს სახელშეკრულებო ურთიერთობაში მოვაჭრესთან – ეფუძნებოდეს არა მოვაჭრის არაკეთილსინდისიერ, შეცდომაში შემყვან სავაჭრო პოლიტიკას, არამედ, მომხმარებლის გააზრებულ, ინფორმირებულ არჩევანს. მომხმარებლის წინდახედულობის სტანდარტი – იცის ან უნდა სცოდნოდა – შემოიფარგლება მეწარმის პასუხისმგებლობით მისაწოდებელი ინფორმაციის სისრულეზე. მომხმარებლის უფლება – მიიღოს ინფორმაცია არ უნდა გადაიქცეს ვალდებულებად თავად მოიპოვოს ეს ინფორმაცია.¹⁹

მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდებით მოვაჭრე არღვევს კეთილსინდისიერების პრინციპის მოთხოვნებსაც. კერძოდ, საქართველოს უზენაესი სასამართლოს განმარტებით, „*კეთილსინდისიერება გულისხმობს სამოქალაქო ბრუნვის მონაწილეთა მოქმედებას პასუხისმგებლობით და ერთმანეთის უფლებებისადმი პატივისცემით მოპყრობას. კეთილსინდისიერების საფუძველზე აღმოიფხვრება როგორც კანონის, ისე ხელშეკრულების ხარვეზი. კეთილსინდისიერების პრინციპის შინაარსი, უპირველეს ყოვლისა, იმით გამოიხატება, რომ მხარეს, გარდა ვალდებულების ჯეროვანი შესრულებისა, ევალება ვალდებულების კეთილსინდისიერად შესრულებაც, ანუ კონტრაქტის პატივსაღები ინტერესების გათვალისწინება და დაცვა.*“²⁰

სააგენტო აღნიშნავს, რომ რამდენადაც მომხმარებლების მიერ წარმოდგენილი განცხადებები ერთმანეთისაგან გარკვეულწილად განსხვავებულ გარემოებებზე მიუთითებს, სააგენტო

¹⁶ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 16 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე *Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft*, C-388/13, ECLI:EU:C:2015:225, პუნქტი 54.

¹⁷ იქვე, პუნქტი 47.

¹⁸ იხ. ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2012 წლის 5 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე *Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer*, C-49/11, ECLI:EU:C:2012:419.

¹⁹ შეად. ლაკერბაია თ., *ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი*, თსუ იურიდიული ფაკულტეტის სამართლის ჟურნალი №1, თბილისი, 2015 წ., გვ. 147-148.

²⁰ საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2021 წლის 20 მაისის განჩინება №ას-1185-2020.

ინდივიდუალურად შეაფასებს მოვაჭრის მოქმედების უსამართლო კომერციულ საქმიანობად შეფასებისათვის საჭირო კომპონენტების არსებობას თითოეულ მათგანთან დაკავშირებით.

4.2.1.1. მომხმარებლისთვის ფასის შესახებ ინფორმაციის მიუწოდებლობა და მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის შემთხვევაში

ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის შემთხვევის განხილვისას სააგენტო ყურადღებას გაამახვილებს როგორც მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილ განცხადებაში მითითებულ გარემოებებზე, ასევე, მოვაჭრის მიერ 2026 წლის 25 მაისს წარმოდგენილ №01/4755 წერილში მითითებულ გარემოებსა და მას დართულ წესზე.

მომხმარებლის განცხადებაში მითითებული გარემოებების შესწავლის შედეგად დგინდება, რომ მომხმარებელმა, მას შემდეგ, რაც აღმოაჩინა, რომ მისთვის სასურველ პროდუქტზე არ იყო მითითებული ფასი და ერთადერთ შესაძარებელ ინფორმაციას წარმოადგენდა იმავე ბრენდის არსებითად მსგავს სხვა პროდუქტზე განთავსებული ფასი, გამოიჩინა სათანადო წინდახედულობა და აღნიშნული გარემოების დასაზუსტებლად მიმართა მოვაჭრის თანამშრომელს, რომელმაც დაუდასტურა კონკრეტულ პროდუქტზე ფასდაკლების გავრცელების ფაქტი, რის გამოც მომხმარებელმა მიიღო პროდუქტის შეძენის გადაწყვეტილება.

მოვაჭრის თანამშრომლის მიერ მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაცია მცდარი იყო. აღნიშნული დადასტურდა როგორც ადგილზე, სალაროსთან, ელექტრონულ სისტემაში გადამოწმების შემდეგ, ასევე, მცდარი ინფორმაციის მიწოდება სადავოდ არ გაუხდია თავად მოვაჭრესაც, რომელმაც განმარტა, რომ ადგილი ჰქონდა ტექნიკურ უზუსტობას, რომელიც გამოიხატა მაღაზიაში ფასმაჩვენებლის განახლების დაგვიანებაში.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, რამდენადაც მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი სადავო გარემოებას არ წარმოადგენს, სააგენტო მიიჩნევს, რომ დასტურდება მოვაჭრის მიერ ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი. ამავდროულად, მომხმარებლისათვის მიწოდებულმა ინფორმაციამ არა მხოლოდ შექმნა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობა, არამედ, რეალურადაც შეიყვანა შეცდომაში იგი, ვინაიდან მომხმარებელმა დახლიდან აიღო სასურველი პროდუქტი და მის შესაძენად სალაროსთან გადაინაცვლა.

ცალკე შეფასებას იმსახურებს ის გარემოება, ცალკეული მომხმარებლისათვის მიწოდებული მცდარი ინფორმაცია განხილული უნდა იქნეს იზოლირებულ ინციდენტად თუ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად, კანონის მიზნებისათვის.

ამ თვალსაზრისით საყურადღებოა ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს განმარტება, რომლის თანახმად, როდესაც საქმე ეხება მოვაჭრის უსამართლო კომერციულ

საქმიანობას, იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მოვაჭრემ არასწორი ინფორმაცია მიაწოდა მხოლოდ ერთ მომხმარებელს, ამგვარი ქმედება მაინც შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად უნდა შეფასდეს, უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ დირექტივის მიზნებისათვის.²¹ სასამართლომ აღნიშნა, რომ ერთი მხრივ, დირექტივა არ აწესებს რაიმე სახის ზღვარს, რომელიც დაადგენდა საქმიანობის სიხშირეს ან მომხმარებელთა რაოდენობას, რაც საჭირო იქნებოდა მოვაჭრის ქმედების დირექტივის მოქმედების ფარგლებში მოსაქცევად, ხოლო მეორე მხრივ, ამგვარი განმარტება მომხმარებელს დააკისრებდა მტკიცების ტვირთს, რომ ამავე მოვაჭრის საქმიანობამ ზიანი მიაყენა სხვა მომხმარებლებსაც, ხოლო ამ ტვირთის დაძლევა პრაქტიკაში უაღრესად რთულია.²²

სააგენტო იზიარებს ზემოხსენებულ განმარტებას, რამდენადაც იგი სრულ თანხვედრაშია როგორც ეროვნული კანონმდებლობის ნორმებთან, ასევე, კანონის მიზნებთან.

დამატებით სააგენტოს მიზანშეწონილად მიაჩნია ყურადღება გაამახვილოს მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილ წერილში მითითებულ არგუმენტებზე. კერძოდ, მოვაჭრე აღნიშნავს, რომ მომხმარებელს მითითებული პროდუქტი საბოლოოდ არ შეუძენია. კერძოდ, სალაროსთან ფასთან დაკავშირებული უზუსტობის დაფიქსირებისთანავე, პროდუქტი ამოიშალა გაყიდვიდან/ქვითრიდან და მომხმარებელს მასში თანხა არ გადაუხდია.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ ზემოაღნიშნული გარემოება საქმის არსს არ ცვლის. თუ დახლზე კანონის მოთხოვნების შესაბამისად არ არის მითითებული საქონლის ფასი ან მომხმარებელს მიეწოდება მცდარი ინფორმაცია, რაც მას კონკრეტული პროდუქტის შეძენისკენ უბიძგებს, მაშინ ის ფასი, რომლის თაობაზეც ეცნობა მომხმარებელს, ქმნის მომხმარებლისთვის კომერციული შეთავაზების (ოფერტის) შინაარსს, საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის ნორმების შესაბამისად. ამრიგად, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის სალარომდე მიტანა წარმოადგენს ამ ოფერტზე თანხმობას (აქცეპტს) და ასახავს მის ნებას გარიგების დადების თაობაზე იმ ფასთან დაკავშირებით, რომელზეც იგი სალაროსთან მისვლამდე დათანხმდა. ხელშეკრულების არსებით პირობებზე ცალმხრივად, მოვაჭრის მიერ უარის თქმა (მაგალითად, იმ მოტივით, რომ ფასი შეცდომით იყო მითითებული), არსებითად ეწინააღმდეგება სამართლიანი კომერციული საქმიანობის სტანდარტებს.

მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ სალაროსთან ანგარიშსწორების ეტაპზე, მომხმარებელი უკვე ჩართულია გადახდის პროცესში, პროდუქტი მის ფაქტობრივ მფლობელობაში იმყოფება, დადასტურებულია ფასი, რომელიც განსაზღვრული აქვს რომ უნდა გადაიხადოს, და სალაროსთან იგი დგება გადახდის რიგში, სადაც, ხშირ შემთხვევაში დროის სიმცირისა და უწყვეტი ანგარიშსწორების პროცესის მიმდინარეობის გათვალისწინებით იმყოფება

²¹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 16 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე *Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft*, C-388/13, ECLI:EU:C:2015:225, პუნქტი 60.

²² იქვე, პუნქტი 46.

მორალური ზეწოლის ქვეშ, სადაც არ არის შექმნილი შესაბამისი გარემო თავისუფალი არჩევანის გასაკეთებლად. რაც თავისთავად გამორიცხავს იმას, რომ ახალი წინადადება (გაზრდილი ფასი) მოლარე ოპერატორის მიერ შემოთავაზებულია სამართლიან პირობებში, სადაც მომხმარებელს შეუძლია მიიღოს გააზრებული და ინფორმირებული არჩევანი.

დამატებით აღსანიშნავია ის გარემოებაც, რომ რაოდენობრივად ბევრი პროდუქტის შეძენის შემთხვევაში, მომხმარებელი არათანაზომიერი ძალისხმევის დახარჯვის გარეშე ვერ ახერხებს თითოეული პროდუქტის ფასდაკლების ვადის დამოუკიდებლად გადამოწმებას. ასეთი ვითარება კი მნიშვნელოვნად ზრდის რისკს, რომ მომხმარებელმა ვერ შენიშნოს ფასდაკლების შეწყვეტა და ვერ გააცნობიეროს, რომ კალათში მოთავსებული საქონლის ფასი აღარ შეესაბამება დახლზე მითითებულ ინფორმაციას. ასეთ შემთხვევაში, სალაროსთან ჯამური საფასურის გადახდისას მომხმარებელმა შესაძლებელია გაუცნობიერებლად გადაიხადოს იმაზე მეტი თანხა, ვიდრე ამის მოლოდინი ჰქონდა ან ვარაუდობდა.

ამრიგად, მოვაჭრის მიერ მითითებული არგუმენტი ვერ იქნება განხილული მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტის გამართლებად.

სააგენტო ვერ გაიზიარებს მოვაჭრის მითითებას ვერც იმასთან დაკავშირებით, რომ ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა ტექნიკურ უზუსტობას, რომელიც გამოიხატა მაღაზიაში ფასმაჩვენებლის განახლების დაგვიანებაში და აღნიშნული უზუსტობა უკვე გამოსწორებულია. თავისთავად, ის ფაქტი, რომ მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება არ წარმოადგენდა მოვაჭრის განზრახ ქმედებას და წარმოადგენდა მოვაჭრის თანამშრომლების გაუფრთხილებლობის შედეგს, მართალია შესაძლებელია განხილული იქნეს მოვაჭრის მიერ კანონის მოთხოვნების დარღვევის სიმძიმის შემამსუბუქებელ გარემოებად, თუმცა, ვერ იქნება მიჩნეული დარღვევის გამომრიცხავ გარემოებად, რამდენადაც აღნიშნულისათვის მოვაჭრის ბრალის ფორმას მნიშვნელობა არ აქვს.

მეორე მხრივ, ცალკე შეფასებას იმსახურებს ის გარემოება, რამდენად შეიძლება ჩაითვალოს მოვაჭრის მიერ მითითებული ტექნიკური უზუსტობა აღმოფხვრილად. როგორც თავად მომხმარებელიც განმარტავს, მას შემდეგ, რაც სალაროსთან დადასტურდა აქციის დასრულების ფაქტი, მოვაჭრის თანამშრომელმა დახლიდან მოხსნა შესაბამისი ფასმაჩვენებელი. საყურადღებოა, რომ როდესაც მოვაჭრე მომხმარებელს საქონელს სააქციო ფასად სთავაზობს, საშუალო მომხმარებელს გააზრებული გადაწყვეტილების მისაღებად უნდა მიეწოდოს არა მხოლოდ ინფორმაცია ფასდაკლებისა და საბოლოო ფასის შესახებ, არამედ, ასევე, ინფორმაცია სააქციო პერიოდის შესახებაც. აღნიშნული მომხმარებელს შესაძლებლობას მისცემს გადამოწმოს კვლავ ვრცელდება თუ არა ფასდაკლება მისთვის სასურველ პროდუქტზე. განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრემ სააგენტოს წარმოუდგინა ფასმაჩვენებლების განთავსების წესი, რომლის თანახმად, „აუცილებელია, რომ ფასმაჩვენებლები პროდუქტებზე განთავსდეს კომპანიის მიერ დადგენილი შესაბამისი შაბლონების მიხედვით.“ ამავდროულად, აღნიშნულ წესს არ ერთვის შემუშავებული

შაბლონების ნიმუშები. ასევე, მოვაჭრეს სააგენტოსათვის არ წარმოუდგენია ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ აქციის/ფასდაკლების შესახებ ნიშნების განთავსებისას ფასმაჩვენებლზე მითითებულია აქციის მოქმედების ვადაც. ამასთანავე, მოვაჭრეს არ წარმოუდგენია არც ინფორმაცია იმის თაობაზე, რა მონაცემებს უნდა შეიცავდეს აქციის/ფასდაკლებისას განთავსებული ფასმაჩვენებელი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მართალია მომხმარებელმა საბოლოოდ შეიტყო სასურველი პროდუქტის რეალური ღირებულება, თუმცა, იმ პირობებში, როდესაც მოვაჭრის სავაჭრო პოლიტიკა არ უზრუნველყოფს მომხმარებლისათვის სრულყოფილი ინფორმაციის დროულად მიწოდებას, ინდივიდუალურ შემთხვევაში დახლზე არსებული არასწორი ფასმაჩვენებლის მოხსნა/ჩანაცვლება ვერ ჩაითვლება კანონით დადგენილი ვალდებულების შესრულებად.

დამატებით აღსანიშნავია, რომ ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის შემთხვევაში შეფასებას იმსახურებს ის გარემოება, რომ საქმე ეხება როგორც მოქმედებით, ასევე, უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას. სააგენტო მიზანშეწონილად მიიჩნევს შეაფასოს თითოეული ქმედების შემადგენლობა საქმეში არსებული გარემოებების შესაბამისად.

მიუხედავად ერთი შეხედვით მკაფიო ნორმებისა, შესაძლებელია კონკრეტულ შემთხვევაში გარკვეულ სირთულესთან იყოს დაკავშირებული მკაფიო ზღვრის გავლება მოქმედებით გამოხატულ და უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას შორის. ერთი მხრივ, მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა დაკავშირებულია მოვაჭრის აქტიურ ქმედებასთან, ხოლო მეორე მხრივ, უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ამგვარი აქტიური ქმედების არარსებობას გულისხმობს. ამავდროულად, საყურადღებოა ისიც, რომ ისევე, როგორც ეს ღირეპტივაშია გათვალისწინებული, კანონის 26-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, შეცდომაში შემყვანია მოვაჭრის უმოქმედობით გამოხატული კომერციული საქმიანობა, როდესაც მოვაჭრე ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ არსებით ინფორმაციას მომხმარებელს ბუნდოვნად, გაურკვევლად ან უდროოდ აწვდის ან კომერციულ საქმიანობაში არ იკვეთება კომერციული მიზანი და მას არც გარემოებები ცხადყოფს, რის შედეგადაც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც არ დადებდა. მაშასადამე, არსებითი ინფორმაციის მომხმარებლისათვის ბუნდოვნად, გაურკვევლად ან უდროოდ მიწოდება, რაც, თავისი არსით, აქტიურ ქმედებას წარმოადგენს, უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა. ამდენად, შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ამ ორ ფორმას შორის ზღვარი შესაძლებელია იმაზე ბუნდოვანი იყოს, ვიდრე ეს ერთი შეხედვით ჩანს.²³

²³ შეად. Katuoka, S., & Navickaitė-Sakalausienė, I. Misleading actions vs. misleading omissions under Unfair Commercial Practices Directive. National approach in context. *International Comparative Jurisprudence* (2016), გვ. 6.

განსახილველ შემთხვევაში, მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ორ ნაწილად უნდა დაიყოს: პირველი ნაწილი შეეხება დახლზე განთავსებული კონკრეტული პროდუქტის შესაბამისი ფასმაჩვენებლის განუთავსებლობა, ხოლო მეორე ნაწილი – მოვაჭრის თანამშრომლის მიერ მომხმარებლის დამაზუსტებელ კითხვასთან დაკავშირებით მცდარი ინფორმაციის მიწოდებას.

პირველი ნაწილი მიჩნეული უნდა იქნეს უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად, რამდენადაც პროდუქტის ერთ-ერთი უმთავრესი მახასიათებლის – ფასის – განთავსების ვალდებულების დარღვევა პირდაპირ არის დაკავშირებული მომხმარებლის მიერ იმგვარი სავაჭრო გადაწყვეტილების მიღებასთან, რომელსაც იგი სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა. დახლზე შესაბამისი ფასმაჩვენებლის განუთავსებლობა მოვაჭრის მიერ სწორედ აქტიური მოქმედების შეუსრულებლობას წარმოადგენს. აღსანიშნავია, რომ განსახილველ შემთხვევაში მომხმარებელმა გამოიჩინა წინდახედულობა და საკუთარი ვარაუდი ფასთან დაკავშირებით მოვაჭრის თანამშრომელთან გადაამოწმა, რომელმაც მას უკვე აქტიური მოქმედებით მიაწოდა მცდარი ინფორმაცია. აღნიშნული გარემოება, რაც კანონის მიზნებისათვის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად უნდა იქნეს მიჩნეული, მოვაჭრის მიერ კანონის მოთხოვნების დარღვევის ცალკე გამოვლინებას წარმოადგენს და ვერ ჩაანაცვლებს უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვანი კომერციულ საქმიანობის ფაქტს.

ამრიგად, ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის შემთხვევაში დასტურდება მოვაჭრის მიერ როგორც უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ფაქტის არსებობა, ასევე, მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ფაქტის არსებობა.

საგულისხმოა, რომ მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება შეუსაბამოა არა მხოლოდ კანონის იმპერატიულ მოთხოვნებთან, არამედ მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი ფასმაჩვენებლების განახლებისა და განთავსების პროცედურის მოთხოვნებთანაც, რამდენადაც აღნიშნული პროცედურის თანახმად, სავალდებულოა, რომ ყველა პროდუქტს, რომელიც განთავსებულია სარეალიზაციოდ, ჰქონდეს შესაბამისი ფასმაჩვენებელი.

4.2.1.2. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] ს შემთხვევაში

საგულისხმოა, რომ ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] ს განცხადების მიხედვით, მომხმარებლის პრეტენზიის საფუძველია, უპირველესად, მოვაჭრის თანამშრომლის მხრიდან მისთვის სიტყვიერი შეურაცხყოფის მიყენების ფაქტი, თუმცა, რამდენადაც ხსენებული გარემოების შეფასება არ წარმოადგენს სააგენტოს უფლებამოსილებას, სააგენტო შესაბამისი განცხადების მიხედვით

იმსჯელებს მომხმარებლის მიერ მითითებული გარემოებების მიხედვით მოვაჭრის მიერ უსამართლო კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებით.

რაც შეეხება მომხმარებლის მითითებას იმის თაობაზე, რომ მისთვის სასურველ პროდუქტთან დაკავშირებით დახლზე მითითებული იყო სხვა ფასი, ხოლო სალაროსთან მას სხვა ფასის გადახდა მოსთხოვეს, სააგენტო აღნიშნავს, რომ მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილ განცხადებას დართული ფოტომასალის თანახმად, მკაფიოდ იდენტიფიცირებადია დახლზე მითითებული ფასი – 2,50 ლარი და პროდუქტის მოკლე აღწერილობა: „პური ჭვავის „იფელი დილომი“ რაიბროტი 350 გ“. ამავე სურათის მიხედვით, აღნიშნული ინფორმაციის მატარებელი ფასმაჩვენებელი განთავსებულია მზესუმზირის პურის ქვეშ, რომლის შეფუთვაზეც მკაფიოდაა მითითებული 50% მზესუმზირა. ამრიგად, საქმე ეხება არა კონკრეტული პროდუქტის ფასის არასწორ განთავსებას დახლზე ან ფასის ცვლილების შემდეგ ძველი ფასმაჩვენებლის დატოვებას, არამედ, დახლზე ერთ პროდუქტის განთავსებას მეორე პროდუქტისათვის განკუთვნილ სივრცეში.

საყურადღებოა, რომ მოვაჭრის განმარტების თანახმად, როგორც ვიდეოჩანაწერების გადამოწმების შედეგად დადგინდა, 2026 წლის 18 მაისს, 09:12:30 საათზე, მაღაზიის მენეჯერი აწესრიგებდა პურის დახლზე არსებულ პროდუქციას ფასმაჩვენებლების შესაბამისად, ხოლო დაახლოებით 19:15 საათზე დაფიქსირდა მომხმარებლის მიერ პროდუქტის გადაადგილება სხვა ადგილზე, რამაც გამოიწვია აღნიშნული შეუსაბამობა.

სააგენტო აღნიშნავს, რომ სავაჭრო სივრცეში, სადაც დახლზე განთავსებულია ერთი კატეგორიის (მაგ. პური) რამდენიმე პროდუქტი, რომლებსაც განსხვავებული შემადგენლობა, ფასი და სხვა მახასიათებლები გააჩნია, ხოლო დღის განმავლობაში პროდუქციასთან შეხება უწევს არაერთ მომხმარებელს, ბუნებრივად ჩნდება შესაძლებლობა, რომ მოხდეს პროდუქტების გადანაცვლება სხვა პროდუქტისათვის განკუთვნილ ადგილას. აღნიშნული გარემოების არსებობით გამოწვეული რისკი, მომხმარებელი შეცდომაში იქნეს შეყვანილი, შესაძლებელია დაბალანსდეს იმ შემთხვევაში, თუ დახლზე განთავსებული იქნება არა მხოლოდ ინფორმაცია ფასის შესახებ, არამედ, ასევე, ინფორმაცია იმ პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლების შესახებ, რომლის ფასიცაა განთავსებული. აღნიშნული მომხმარებელს შესაძლებლობას მისცემს შეაფასოს მისთვის სასურველი პროდუქტი შეესაბამება თუ არა ფასმაჩვენებელზე მითითებულ მახასიათებლებს და ამდენად, განსაზღვროს ეკუთვნის თუ არა დახლზე მითითებული ფასი მისთვის სასურველ პროდუქტს.

საყურადღებოა, რომ ზემოაღნიშნულ საკითხს აწესრიგებს მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი ფასმაჩვენებლების განახლებისა და განთავსების პროცედურის წესი, რომლის თანახმად, „თაროზე პროდუქტის გადაადგილების შემთხვევაში, აუცილებელია გადაადგილდეს შესაბამისი ფასმაჩვენებელი“. ამავდროულად, „ფასმაჩვენებელი უნდა განთავსდეს პროდუქტზე შესაბამისი პროდუქტის ქვემოთ მარცხენა მხარეს“. გარდა ამისა,

„ფასმაჩვენებელზე მოცემული ფასი უნდა ემთხვეოდეს სალაროს ფასს, რომელიც ინტეგრირებულია პროგრამასთან.“

სააგენტო მიიჩნევს, რომ ზემოხსენებული წესის შესაბამისი პირობები მიზნად ისახავს უზრუნველყოს მომხმარებლისათვის პროდუქტის ფასის შესახებ ინფორმაციის სათანადო სიცხადით მიწოდება, ხოლო კონკრეტულ შემთხვევაში სხვა მომხმარებლის მიერ პროდუქტის გადანაცვლების შედეგად წარმოშობილი შეუსაბამო საშუალო მომხმარებლის სტანდარტისათვის არ უნდა იქნეს მიჩნეული მცდარი ინფორმაციის მიწოდებად, ვინაიდან მოვაჭრის მიერ ფასმაჩვენებელზე მითითებული ინფორმაცია საკმარისია იმის დასადგენად, შეესაბამება თუ არა მომხმარებლისათვის სასურველი პროდუქტი ფასმაჩვენებელზე მითითებულ ფასს.

ყოველივე ზემოხსენებულის გათვალისწინებით, მოვაჭრის მიერ ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] სათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი არ დასტურდება.

4.2.2. მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილება

რამდენადაც მოვაჭრის მიერ ი. [REDACTED] ბ. [REDACTED] სათვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი არ დადასტურდა, მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილების მიღების ნაწილში სააგენტო იმსჯელებს მხოლოდ ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ის განცხადებაში მითითებულ გარემოებებთან დაკავშირებით.

მას შემდეგ, რაც დადგინდა მოვაჭრის მიერ ვ. [REDACTED] თ. [REDACTED] ისათვის ინფორმაციის მიუწოდებლობისა და მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი, უნდა შეფასდეს კანონით გათვალისწინებული მეორე წინაპირობის არსებობა – მომხმარებლის მიერ იმგვარი გარიგების დადება, რომელსაც იგი სხვაგვარად არ დადებდა ან ამგვარი გარიგების დადების შესაძლებლობა.

2021 წლის 29 დეკემბერს ევროკომისიამ გამოაქვეყნა 2005/29/EC დირექტივის გზამკვლევი სახელმძღვანელო, რომელიც არ არის მხოლოდ ძალის მქონე სამართლებრივი აქტი, თუმცა ითვალისწინებს სარეკომენდაციო მითითებებს აღნიშნული დირექტივის პრაქტიკაში ეფექტური გამოყენებისათვის. ხსენებული სახელმძღვანელოს 2.4. თავი – სავაჭრო გადაწყვეტილების ტესტი – ეძღვნება დირექტივის 2(k) მუხლს, რომლის თანახმად, „სავაჭრო გადაწყვეტილება“ ნიშნავს ნებისმიერ გადაწყვეტილებას, რომელსაც მომხმარებელი იღებს იმის შესახებ, შეიძინოს თუ არა საქონელი, როგორ და რა პირობებით შეიძინოს იგი, სრულად ან ნაწილობრივ გადაიხადოს მისი საფასური, შეინარჩუნოს თუ განკარგოს საქონელი, ან

გამოიყენოს საქონელთან დაკავშირებული სახელშეკრულებო უფლება, მიუხედავად იმისა, გადაწყვეტს მომხმარებელი მოქმედებას თუ მოქმედებისგან თავის შეკავებას.²⁴

ამავე თავში აღნიშნულია ის ამოსავალი წერტილი, რასაც ტესტი ეფუძნება. განმარტების თანახმად, დირექტივის 5-9 მუხლები უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევენ საქმიანობას, რომელსაც შეუძლია შეცვალოს მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა უარყოფითად. რაც თავის თავში მოიაზრებს, იმას, რომ საქმიანობა იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ სავაჭრო გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.²⁵

საყურადღებოა ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიდგომა „სავაჭრო გადაწყვეტილებასთან“ მიმართებით იმდენად, რამდენადაც სასამართლოს მითითებით, აღნიშნული ტერმინი უნდა განიმარტოს ფართოდ. სავაჭრო გადაწყვეტილება გულისხმობს არა მხოლოდ უშუალოდ საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ მომხმარებლის ყოველ იმ გადაწყვეტილებას, რომელიც უშუალოდ უკავშირდება საქონლის შეძენის გადაწყვეტილების მიღებას.²⁶ შემდგომში დირექტივის გზამკვლევ სახელმძღვანელოში განმარტებულია რა შეიძლება მოიაზრებოდეს აღნიშნულში. განმარტების თანახმად, „სავაჭრო გადაწყვეტილების“ ცნება თავის თავში მოიცავს, როგორც შეძენამდე, ისე შეძენის შემდგომ ქცევებს/გადაწყვეტილებებს, რომელიც უკავშირდება საქონლის/მომსახურების შეძენის გადაწყვეტილებას.²⁷ ამრიგად, მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილების კონცეფცია არ შემოიფარგლება მხოლოდ მომხმარებლის მიერ მოვაჭრესთან ხელშეკრულების დადებით.

დირექტივა არ მოითხოვს იმის დემონსტრირებას, მოხდა თუ არა მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის არსებითად უარყოფითად ცვლილება (როგორც დამდგარი შედეგი), ის საშუალებას იძლევა შეფასდეს, არის თუ არა შესაძლებელი რომ კომერციულმა საქმიანობამ გავლენა იქონიოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე.²⁸

გარდა ამისა, გზამკვლევ სახელმძღვანელოში აღნიშნულია, რომ ეროვნულმა აღმასრულებელმა ორგანოებმა უნდა გამოიკვლიონ ცალკეული საქმის ფაქტობრივი

²⁴ 2005/29/EC დირექტივის გზამკვლევი სახელმძღვანელო (29.12.2021), ევროკომისია, გვ. 30; იხ. ინგლისურენოვანი ვერსია ბმულზე [\[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)\]](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)) (ბოლოს შემოწმდა: 2026 წლის 26 ივნისს).

²⁵ იქვე, გვ. 31.

²⁶ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 19 დეკემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე *Trento Sviluppo srl and Centrale Adriatica Soc. coop. arl v Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, C-281/12, ECLI:EU:C:2013:859, პუნქტი 36.

²⁷ 2005/29/EC დირექტივის გზამკვლევი სახელმძღვანელო (29.12.2021), ევროკომისია, გვ. 31; იხ. ინგლისურენოვანი ვერსია ბმულზე [\[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)\]](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)) (ბოლოს შემოწმდა: 2026 წლის 26 ივნისს).

²⁸ იქვე, გვ. 32.

გარემოებები, თუმცა ამავედროულად უნდა შეაფასონ ამ პრაქტიკის გავლენის ალბათობა საშუალო მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილებაზე დირექტივის მიზნებიდან გამომდინარე.²⁹

განსახილველ შემთხვევაში, მომხმარებელმა კონკრეტული პროდუქტის შეძენის მიზნით იხელმძღვანელა იმ ინფორმაციით, რაც მას მოვაჭრის თანამშრომელმა მიაწოდა, ხოლო როგორც ამას მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი წერილიც ადასტურებს, მომხმარებელმა პროდუქტის შეძენაზე უარი განაცხადა მას შემდეგ, რაც შეიტყო, რომ ნივთის რეალური ფასი მოსალოდნელზე მეტი იყო. ამრიგად, ვინაიდან ერთი მხრივ, მომხმარებელი მზად იყო დაედო ხელშეკრულება იმ შემთხვევაში თუ მისთვის მიწოდებული ინფორმაცია სწორი იქნებოდა, ხოლო მეორე მხრივ, ინფორმაციის უსწორობის შესახებ ინფორმაციის მიღებამ მის მიერ ხელშეკრულების დადებაზე უარის თქმა გამოიწვია, დასტურდება, რომ მოვაჭრის მიერ მიწოდებულმა ინფორმაციამ ზეგავლენა იქონია მომხმარებლის სავაჭრო გადაწყვეტილებაზე. ამავედროულად, აღნიშნული მიუთითებს, რომ მოვაჭრის განხილულმა კომერციულმა საქმიანობამ შესაძლებელია გავლენა იქონიოს ნებისმიერი საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე.

დამატებით აღსანიშნავია, რომ როგორც მოვაჭრემ სააგენტოსათვის წარმოდგენილ წერილებში განმარტა, იგი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს მომხმარებელთა უფლებების დაცვასა და გამჭვირვალე ფასწარმოქმნის პრინციპს. მიუხედავად ამისა, მას სააგენტოსათვის არ მოუწოდებია ინფორმაცია კონკრეტულად რა ღონისძიებების გამოყენებით აპირებს აღნიშნული მიზნის მიღწევას და მის მიერ წარმოდგენილ წესში მითითებული პირობების რეალურად აღსრულებას. ამდენად, სააგენტო ვერ გაიზიარებს მოვაჭრის აღნიშნულ განმარტებას.

ამდენად, საქმეში წარმოდგენილი ფაქტობრივი და სამართლებრივი საფუძვლების შეფასების შედეგად, სააგენტოს შეფასებით, დასტურდება მოვაჭრის – შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) – მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის, 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტისა და 26-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის ფაქტი.

თავი V. სარეზოლუციო ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის მე-4 პუნქტის, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29

²⁹ იქვე.

სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის საფუძველზე სააგენტომ:

გადაწყვიტა:

დადასტურდეს მოვაჭრე შპს „ორი ნაბიჯის“ (საიდენტიფიკაციო ნომერი 204571668) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის, 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტისა და 26-ე მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევის ფაქტი.