



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2025 წლის 26 თებერვლის N 04/169 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:

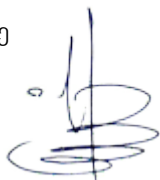
1. დამტკიცდეს სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 26 თებერვლის N 04/169 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს მოვაჭრე - ფ/პ რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-17 მუხლის 1-4 პუნქტებისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და მე-2 პუნქტის დარღვევის ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, მოვაჭრე - ფ/პ რევაზ კალაძეს (პ/ნ: 01025015966) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-17 მუხლის 1-4 პუნქტებისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და მე-2 პუნქტის მოთხოვნებს.



4. მოვაჭრე ფ/პ რევაზ კალაძეს (პ/ნ: 01025015966) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 სამუშაო დღის ვადაში.
5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოთ მხარეებს და გამოქვეყნდეს საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის 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 ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მის: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64). დარღვევის დადგენის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრება სააგენტოს არ ართმევს უფლებას, განხორციელოს კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

ირაკლი ლექვიჩიძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის
2025 წლის 26 თებერვლის N 04/169 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის
შესწავლის თაობაზე

თბილისი

2025

სარჩევი

თავი 1. ადწერილობითი ნაწილი.....	2
1.1 განმცხადებლის პოზიცია.....	2
1.2 მოვაჭრის პოზიცია	3
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება	4
თავი 3. სამოტივაციო ნაწილი	10
3.1. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა	10
3.2. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი.....	11
3.3. უსამართლო კომერციული საქმიანობა	15
3.3.1. შეცდომაში შემყვანი ნიშუშები (Dark Patterns)	18
3.3.2. ქმედების შეფასება	20
3.4. ნაკლის მქონე საქონლიდან გამომდინარე ვალდებულებების დარღვევა.....	41
თავი 4. სარეზოლუციო ნაწილი	42

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) 2024 წლის 25 ივლისის წარმოდგენილი იქნა მოქალაქე

განცხადება ფ/პ რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) (შემდგომში - მოვაჭრე) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

აღნიშნული განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 19 აგვისტოს №04/783 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 23 დეკემბრის N 04/1301 ბრძანებით კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტის შეფასების გარეშე დასრულდა საქმის შესწავლა მოვაჭრის მიმართ, სააგენტოსა და მოვაჭრეს შორის 2024 წლის 20 დეკემბერს გაფორმებული შეთანხმების საფუძველზე. აღნიშნული ბრძანების მე-2 პუნქტის თანახმად, მოვაჭრეს დაევალა 1 (ერთი) თვის ვადაში შეესრულებინა სააგენტოს წინაშე ნაკისრი ვალდებულებები.

აღნიშნულ ვადაში, მოვაჭრეს სააგენტოსთვის არ წარმოუდგენია არანაირი მტკიცებულება, რომელიც დაადასტურებდა, მის მიერ ვალდებულების შესრულების ფაქტს. ამასთან სააგენტომ შეამოწმა მოვაჭრის ვებგვერდი და აღნიშნულ გვერდზე განთავსებული ინფორმაცია კვლავ არ არის კანონშესაბამისი.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 26 თებერვლის N04/169 ბრძანებით, ხელახლა დაიწყო საქმის შესწავლა მოვაჭრის ფ/პ რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

1.1 განმცხადებლის პოზიცია

განცხადების მიხედვით, მომხმარებელმა მოვაჭრის ვებგვერდის (<https://salemart.ge/>) (შემდგომში - ვებგვერდი) მეშვეობით შეიძინა საქონელი - უთო (bosch, bsqs1288, მწვანე) (ღირებულება - 59 ლარი). განმცხადებლის მითითებით, მან მიიღო შეკვეთილისგან განსხვავებული საქონელი, კერძოდ bosch- ის მაგივრად, მას მიუტანეს maxboshi-ის ფირმის უთო. მომხმარებელმა აღნიშნულის შესახებ პრეტენზია განუცხადა მოვაჭრეს, თუმცა აღნიშნულს, მისგან რეაგირება არ მოჰყოლია. მომხმარებელი ითხოვს შეკვეთილი საქონლის (უთო (bosch, bsqs1288 მწვანე)) მიტანას ან თანხის დაბრუნებას.

მომხმარებელმა თანდართულ მტკიცებულებად წარმოადგინა: მოვაჭრის ვებგვერდის ამსახველი ეკრანის ანაბეჭდი (ე.წ. Screenshot); მიღებული საქონლის ფოტო - სურათები და მოვაჭრესთან მიმოწერის ამსახველი ეკრანის ანაბეჭდები (ე.წ. Screenshot).

2024 წლის 12 სექტემბრის N01/4643 წერილით, სააგენტოს მომართა მომხმარებელმა, რომლის მიხედვითაც, მას გადახდილი თანხა სრულად დაუბრუნდა.

1.2 მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2024 წლის 5 აგვისტოს №02/2899 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა განმცხადებლის მოთხოვნის თაობაზე და განესაზღვრა წერილის ჩაბარებიდან 5 სამუშაო დღე, განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით პოზიციისა და თავისი სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ შემდეგი ინფორმაციის წარმოდგენისათვის:

1. ინფორმაციის მიწოდების დადგენილი სტანდარტის შესახებ;
2. მიეწოდება თუ არა მომხმარებელს ინფორმაცია იმის შესახებ, რა მოთხოვნის უფლება წარმოეშობა მას, თუკი საქონელი ან/და მომსახურება ნაკლოვანი აღმოჩნდება და რა ფორმით ხდება ამ ინფორმაციის მომხმარებლისთვის მიწოდება;
3. რა ვადაში ხდება ნაკლის მქონე საქონლის შეცვლა/შეკეთება;
4. როგორ მუშაობს მოვაჭრის ვებგვერდზე (<https://salemart.ge/>) განთავსებული, პროდუქტის შეფასების სისტემა.

სააგენტოს 2024 წლის 5 აგვისტოს №02/2899 წერილი გაიგზავნა, სააგენტოსთვის ცნობილ მოვაჭრის მისამართზე. აღნიშნული წერილი ჩაიბარა თავად მოვაჭრემ, თუმცა სააგენტოს მიერ განსაზღვრულ ვადაში წერილით მოთხოვნილი ინფორმაცია არ წარმოუდგენია.

სააგენტოს 2024 წლის 8 აგვისტოს N 02/3093 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა, საქმის შესწავლის დაწყების შესახებ და კიდევ ერთხელ ეთხოვა, წარმოედგინა, სააგენტოს 2024 წლის 5 აგვისტოს №02/2899 წერილით მოთხოვნილი ინფორმაცია. აღნიშნული წერილი, მოვაჭრეს გაეგზავნა, სააგენტოსთვის ცნობილ მისამართზე ორჯერ, თუმცა აღნიშნული წერილების ჩაბარება მისთვის ვერ მოხერხდა.

2024 წლის 28 ნოემბრის N01/6103 წერილით, მოვაჭრემ მომართა სააგენტოს, რომლითაც გამოხატა მზაობა, რომ მასსა და სააგენტოს შორის გაფორმებულიყო პირობითი ვალდებულების აღების შესახებ შეთანხმება, რომლის ფარგლებშიც, მოვაჭრე უზრუნველყოფდა მისი დისტანციური ვაჭრობის პოლიტიკის (წესები და პირობები) გამოსწორებასა და მის მიერ მომხმარებლების სავარაუდოდ დარღვეული უფლების აღდგენას.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 23 დეკემბრის N 04/1301 ბრძანებით კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტის შეფასების გარეშე დასრულდა საქმის შესწავლა მოვაჭრის მიმართ, სააგენტოსა და მოვაჭრეს შორის 2024 წლის 20 დეკემბერს გაფორმებული შეთანხმების საფუძველზე. აღნიშნული ბრძანების მე-2 პუნქტის თანახმად, მოვაჭრეს დაევალა 1 (ერთი) თვის ვადაში შეესრულებინა სააგენტოს წინაშე ნაკისრი ვალდებულებები.

აღნიშნულ ვადაში, მოვაჭრეს სააგენტოსთვის არ წარმოუდგენია არანაირი მტკიცებულება, რომელიც დაადასტურებდა, მის მიერ ვალდებულების შესრულების ფაქტს. ამასთან სააგენტოს შეამოწმა მოვაჭრის ვებგვერდი და აღნიშნულ გვერდზე განთავსებული ინფორმაცია კვლავ არ არის კანონმდებლის.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 26 თებერვლის N04/169 ბრძანებით, ხელახლა დაიწყო საქმის შესწავლა მოვაჭრის ფ/პ რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

სააგენტოს 2025 წლის 27 თებერვლის N02/1089 წერილით მხარეებს ეცნობათ საქმის შესწავლის განახლების შესახებ. წინამდებარე წერილი სააგენტოსთვის ცნობილ მოვაჭრის მისამართზე გაიგზავნა ორჯერ, თუმცა, მისთვის წერილის ჩაბარება ვერ მოხერხდა.

სააგენტოს 2025 წლის 27 თებერვლის N02/1089 წერილი, 2025 წლის 26 მარტს გამოქვეყნდა სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე

(ბმული: https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/phpswjndx.pdf).

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ (შემდგომში - პროცედურა) მე-16 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, აღნიშნული წერილი ჩაბარებულად ჩაითვალა, სააგენტოს ვებგვერდზე განთავსებიდან მე-7 დღეს 2025 წლის 2 აპრილს. მოვაჭრეს წერილით გამოთხოვილ ინფორმაციაზე პოზიცია არ წარმოუდგენია.

თავი 2. ნორმატიული რეგულირება

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

საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ 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 მე-2 თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებსა და ვალდებულებებს, კერძოდ, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დაღუპვას, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს.

კანონით განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს **საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად** მიაწოდოს **უტყუარი და სრული ინფორმაცია**. ეს ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს:

ა) საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით;

ბ) მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; არსებობის შემთხვევაში – მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის, ფაქსისა და ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; არსებობის შემთხვევაში – იმ მოვაჭრის საკონტაქტო ინფორმაცია, რომლის სახელითაც მოქმედებს აღნიშნული პირი;

გ) არსებობის შემთხვევაში – საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ და მისი მისამართის თაობაზე, თუ ის განსხვავდება ამ პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში მითითებული მისამართისგან;

დ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, ძირითადი ხარჯებისა და დამატებითი ხარჯების (მათ შორის, ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟისა და სხვა) მითითებით, ხოლო თუ, საქონლის ან მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე და ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები წარმოიშვას;

ე) არსებობის შემთხვევაში – გადახდის, საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ და მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის მოთხოვნის განხილვის წესის თაობაზე;

ვ) კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ;

ზ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულების მოქმედების ვადის შესახებ, ხოლო თუ ხელშეკრულება განუსაზღვრელი ვადით არის დადებული ან ავტომატურად გრძელდება – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების თაობაზე;

თ) არსებობის შემთხვევაში – მომხმარებლის ვალდებულებებისა და მათი შესრულების მინიმალური ვადის/მოქმედების ხანგრძლივობის შესახებ;

ი) ციფრული შინაარსის ფუნქციური მახასიათებლების შესახებ, მათ შორის, არსებობის შემთხვევაში – მისი დაცვისთვის გამოყენებული ტექნიკური საშუალებების თაობაზე, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – ციფრული შინაარსის აპარატულ ან პროგრამულ უზრუნველყოფასთან თავსებადობის შესახებ ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელიც მოვაჭრემ იცის ან უნდა სცოდნოდეს;

კ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ.

ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით, ამ მუხლითა და ამ კანონის მე-6, მე-7 და მე-9–მე-12 მუხლებით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება.

კანონის მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, დისტანციური ხელშეკრულების ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია ხელშეკრულების დადებამდე, მომხმარებელს კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან ერთად დამატებით მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს ინფორმაცია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ.

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

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, თუ მომხმარებელი მოვაჭრეს არ აცნობებს იმ მიზნის თაობაზე, რომლისთვისაც მას სურს საქონლის გამოყენება, საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამის საქონლად მიიჩნევა, თუ იგი ვარგისია იმ მიზნით სარგებლობისთვის, რომლისთვისაც, ჩვეულებრივ, გამოიყენება.

კანონის მე-17 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, თუ საქონელი ნაკლის მქონე აღმოჩნდა, მომხმარებელს უფლება აქვს, მოვაჭრეს მოსთხოვოს ნაკლის აღმოფხვრა (საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, ფასის შემცირება) ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან.

ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, საქონელი შეკეთებული ან შეცვლილი უნდა იქნეს გონივრულ ვადაში, ისე, რომ მომხმარებელს არ შეექმნას მნიშვნელოვანი შეფერხება საქონლის ბუნებისა და იმ მიზნის გათვალისწინებით, რომლისთვისაც მან ეს საქონელი შეიძინა.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა გულისხმობს მოვაჭრის მიერ ყველა ხარჯის (მათ შორის, ფოსტის, სამუშაო ძალისა და მასალების ხარჯების) გაწევას, რომლებიც საჭიროა საქონლის ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ პირობებთან შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად.

კანონის მე-20 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან 6 თვის განმავლობაში აღმოაჩინა, საწინააღმდეგოს დამტკიცებამდე იგულისხმება, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას, თუ, საქონლის ბუნებიდან ან ნაკლის ხასიათიდან გამომდინარე, ეს შესაძლებელია. ამ შემთხვევაში მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება. თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან 6 თვის შემდეგ აღმოაჩინა, იმის მტკიცების ტვირთი, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას, მომხმარებელს ეკისრება.

კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია შემდეგი მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა:

ამავე მუხლის 25-ე 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 პუნქტი განმარტავს, რას მოიცავს მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია, კერძოდ:

ა) საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან

შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) მოვაჭრის პასუხისმგებლობის ფარგლებს, რომელიც ეხება კომერციული საქმიანობის მოტივსა და გაყიდვის პროცესის თავისებურებას, აგრეთვე ნებისმიერ ინფორმაციას, რომელიც მოვაჭრის მიერ საქონლის ან მომსახურების პირდაპირი ან არაპირდაპირი სპონსორობის განხორციელებას უკავშირდება;

გ) ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს;

დ) საქონელთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებულ მომსახურებას, საქონლის ნაწილის შეცვლის ან შეკეთების საჭიროებას;

ე) მოვაჭრის ან მისი წარმომადგენლის შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, თანხმობას, კვალიფიკაციას, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებს ან მათთან კავშირს, აგრეთვე წარმოებასთან ან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა უფლებებს;

ვ) მომხმარებლის უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის, აგრეთვე მოსალოდნელი რისკის თაობაზე ინფორმაციას.

საერთაშორისო კანონმდებლობა:

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივის¹ (შემდგომში - 2011/83 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/EC დირექტივის მე-3 თავის მე-5 და მე-6 მუხლები შეიცავს ინფორმაციის იმ ჩამონათვალს, რომლის მიწოდებაც ევალება მოვაჭრეს მომხმარებლისთვის ხელშეკრულების დადებამდე. მე-5 მუხლით ძირითადად იმ ინფორმაციის ჩამონათვალია შემოთავაზებული, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. ხოლო, მე-6 მუხლი კონკრეტულად დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების დადებისას მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი ინფორმაციის სრულ ჩამონათვალს მოიცავს. მართალია მე-6 მუხლი უფრო დეტალურად ასახავს, თუ რა სახის ინფორმაცია

¹ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივა მომხმარებელთა უფლებების, საბჭოს 93/13/EEC დირექტივასა და ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1999/44/EC დირექტივაში შესწორებების შეტანის და საბჭოს 85/577/EEC დირექტივისა და ევროპარლამენტისა და საბჭოს 97/7/EC დირექტივის გაუქმების შესახებ.

უნდა მიეწოდოს მომხმარებელს, მაგრამ ის მაინც ეფუძნება ძირითადად მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნებს.

2011/83/EC 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.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის 2019/771² (შემდგომში - 2019/771 დირექტივა) დირექტივის მიზანია შიდა ბაზრის ნორმალური ფუნქციონირების ხელშეწყობა და ამავდროულად, მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებულ ნასყიდობის ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული ცალკეული მოთხოვნების თაობაზე საერთო წესების დადგენით, კერძოდ, საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობის თაობაზე, შეუსაბამობის შემთხვევაში მომხმარებლის დაცვის, საშუალებების, ამ საშუალებების გამოყენების გზებისა და კომერციული გარანტიების თაობაზე.

ამავე დირექტივის მე-5 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს მიაწოდოს საქონელი დირექტივის მე-6, მე-7 და მე-8 მუხლების შესაბამისად, ისე რომ არ დაირღვეს დირექტივის მე-9 მუხლი.

ამავე დირექტივის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის მიხედვით, იმისთვის, რომ საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ხარისხის შესაბამისად ჩაითვალოს, ის უნდა იყოს ისეთივე გამოყენების, როგორიც მისი მსგავსი საქონელი. აღნიშნულის დასადგენად, არსებობის შემთხვევაში, ყურადღება უნდა მიექცეს, ტექნიკურ სტანდარტებს ან შესაბამისი სექტორის მარეგულირებელ კანონმდებლობას.

2019/771 დირექტივის მე-13 მუხლის მიხედვით, ხელშეკრულების ნაკლოვანი შესრულების შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს მოითხოვოს ჯეროვანი შესრულება - ნაკლის გამოსწორება (შეცვლა/შეკეთება) ან საქონლის ფასის პროპორციული შემცირება ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან. აღნიშნული მუხლის მე-2 პუნქტის საფუძველზე, ჯეროვანი შესრულების მიზნით, მომხმარებელს შეუძლია თავად გააკეთოს არჩევანი შეკეთებასა და შეცვლას შორის, გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა მომხმარებლის მიერ გაკეთებული არჩევანი საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე შეუძლებელია ან მოვაჭრეს აკისრებს არათანაბარზომიერად დიდ ხარჯებს.

ამავე დირექტივის მე-14 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის თანახმად, შეცვლა ან შეკეთება უნდა განხორციელდეს უფასოდ.

ამავე დირექტივის მე-2 მუხლის მე-14 პუნქტის თანახმად, უფასო ნიშნავს საჭირო გადასახადებისგან გათავისუფლებას, რომლებიც წარმოიშობა საქონლის ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ხარისხთან შესაბამისობაში მოსაყვანად, კერძოდ საფოსტო გაგზავნის, ტრანსპორტის, შესასრულებელი სამუშაოსა და მასალის ხარჯები.

² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0771>

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC (შემდგომში - 2005/29/EC დირექტივა) დირექტივა არეგულირებს, ბიზნესსამომხმარებლო ურთიერთობისას, უსამართლო კომერციული საქმიანობის საკითხს.

აღნიშნული 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.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება:

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს 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 გამოითხოვს ინფორმაცია (მათ შორის, კონფიდენციალურ ინფორმაციას), რომელიც სააგენტოს შესაბამისი უფლებამოსილების განსახორციელებლად სჭირდება.

„საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული წესის 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.

თავი 3. სამოტივაციო ნაწილი

3.1. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილება მიიღოს შესაბამისი და რელევანტური ინფორმაციის საფუძველზე.

სანამ საკითხის არსებით შეფასებაზე გადავალთ, 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.

საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და 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.³

ფრანგული პრაქტიკა ევროკავშირის კანონმდებელმაც გაიზიარა. მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესის განმარტებას ვხვდებით ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2009/22/EC დირექტივაში „მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული მითითებების შესახებ“.⁴ დირექტივის პრეამბულის მესამე აბზაცში შემოთავაზებულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური განმარტება, რომლის თანახმად, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი არ გულისხმობს იმ მომხმარებელთა ინტერესების ერთობლიობას, რომელთაც დარღვევის შედეგად ზიანი მიაღგათ.

³ Cass Crim, 20 May, 1985, bull crim 485

⁴ Directive 2009/22/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2009 on injunctions for the protection of consumers' interests, OJ L 110, 1.5.2009, p. 30–36, recital 3.

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური ევროპული განმარტება შეიცვალა ევროპარლამენტისა და საბჭოს (EU) 2020/1828⁵ დირექტივით, რომლის მე-3 მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის პოზიტიური განმარტება, რომლის თანახმადაც, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი მომხმარებელთა საერთო ინტერესს გულისხმობს.

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 საქმეში იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს არ აწვდის კანონით განსაზღვრული სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციას, ის ზიანს აყენებს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, რომ მიიღოს შესაბამისი საქონელი მოვაჭრისგან, შესაბამისად, იკვეთება მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესის დარღვევის ფაქტი.

3.2. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიზნებისათვის უმნიშვნელოვანესია დაცული იყოს „ინფორმირებული მომხმარებლის“ სტანდარტი.

კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევა. ქართული კანონმდებლობის ანალოგიურად არის განმარტებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროკავშირის №2011/83/EC დირექტივაშიც.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - ევროკავშირის სასამართლო) არაერთი გადაწყვეტილებითაა განმტკიცებული. მაგ. №C-649/17 საქმეზე ევროკავშირის სასამართლო აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის №2011/83/EC დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა - მათ შორის, დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს.⁶

სამომხმარებლო სამართალი, როგორც საერთაშორისო, ისე შიდასაკანონმდებლო რეგულირებით, განსაზღვრავს მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის ურთიერთობის წესების

⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020L1828>

⁶ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-649/17

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,⁷ 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.⁸

განსახილველ შემთხვევაში, რევაზ კალაძე კომერციულ საქმიანობას ახორციელებს დისტანციურად, ვებგვერდის - „sailemart.ge“-ს საშუალებით. კანონის მე-5 მუხლის მიხედვით ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრე ვალდებული იყო მომხმარებელს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად მიეწოდებინა კანონით გათვალისწინებული უტყუარი და სრული ინფორმაცია. კანონის მე-10 მუხლი დისტანციურ და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში მოვაჭრეს ავალდებულებს კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან ერთად, დამატებით, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს მე-10 მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული ინფორმაცია.

როგორც უკვე აღინიშნა, 2011/83/EC 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 ღონეზე მოახდინა.

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.

მოვაჭრე კომერციულ საქმიანობას ახორციელებს დისტანციურად მის მიერ საქმიანობისთვის გამოყენებულ ვებგვერდის მეშვეობით. მოვაჭრეს წარმოების ფარგლებში არ წარმოუდგენია არანაირი კორესპონდენცია, რაც დაადასტურებდა მოვაჭრის კომერციული საქმიანობის კანონით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტთან შესაბამისობას.

⁷ იქვე, აბზაცი 53

⁸ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 23 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-430/17

აღნიშნულის, მომხმარებლის განცხადების, წარმოდგენილი დოკუმენტებისა და სააგენტოს მიერ მოვაჭრის ვებგვერდის შესწავლის შეჯერების საფუძველზე, სააგენტოს შეფასებით, მოვაჭრის კომერციული საქმიანობა, არ შეესაბამება კანონით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტს.

იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრეს წარმოების ფარგლებში არ წარმოუდგენია არანაირი მტკიცებულება, რომელიც დაადასტურებდა მოვაჭრის კომერციული საქმიანობის კანონით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტთან შესაბამისობას, ამასთან სააგენტოს მიერ მოვაჭრის სავაჭრო გვერდის შესწავლის შედეგად დასტურდება, რომ მოვაჭრის სავაჭრო პლატფორმაზე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 და მე-10 მუხლებით გათვალისწინებული სავალდებულოდ მისაწოდებელი ინფორმაცია განთავსებული არ არის. კერძოდ:

- მომხმარებელს არ მიეწოდება ინფორმაცია მოვაჭრის სამართლებრივი ფორმისა და მაიდენტიფიცირებელი მონაცემების (მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების), საიდენტიფიკაციო ნომრის, მისამართის (იურიდიული მისამართის), ტელეფონის ნომრისა და მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია ან/და მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან) შესახებ.
- მოვაჭრე მომხმარებელს არ აწვდის ინფორმაციას კანონისმიერი გარანტიის თაობაზე, რაც წინააღმდეგობაში მოდის კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტთან. შესაბამისად, მოვაჭრე ვერ უზრუნველყოფდა მომხმარებლის ინფორმირებას კანონისმიერი გარანტიის პირობებისა და მისი ხანგრძლივობის შესახებ.
- გარდა ამისა, მოვაჭრე მომხმარებელს არ აწვდის ინფორმაციას დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადის და წესის შესახებ. შესაბამისად, მომხმარებელს ერთმევა შესაძლებლობა ისარგებლოს დისტანციურ ხელშეკრულებაზე ან/და სარეწის გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე უარის თქმის უფლებით.

დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება ევროპული და შემდგომ ქართული მომხმარებლის დაცვის სამართლით გათვალისწინებული ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი უფლებაა. დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებებისათვის უარყოფის უფლების არსი ვლინდება მომხმარებლის შესაძლებლობაში ხელშეკრულების დადებისა და საქონლის მიღების შემდგომ, სავაჭრო სივრცის პირობების მსგავსად, დარწმუნდეს შეძენილი საქონლის სარგებლიანობაში. მომხმარებელი უზრუნველყოფილია დამატებითი შესაძლებლობით საქონლის მიღების შემდგომ გადაწყვიტოს საქონლის სამუდამოდ შეძენის საკითხი - დაიტოვოს ან უკან დააბრუნოს იგი.⁹ მომხმარებელი კიდევ უფრო სუსტ პოზიციაში იმყოფება, როდესაც ის დისტანციურ ტრანზაქციას ახორციელებს. როგორც ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო განმარტავს, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება სწორედ დისტანციური ვაჭრობისას მომხმარებლის დაცვის მიზნით შეიქმნა და მისი ამოცანა დისტანციური ხელშეკრულების დადებისას მოვაჭრისა და მომხმარებლის

⁹ თ.ლაკერბაია, ვ.ზალიშვილი, თ.ზოიძე, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი (ევროპულ სამართალტრან ჰარმონიზაციის გზა), შსს, თბილისი 2018, გვ.247

პოზიციების დაბალანსებაა, მომხმარებლისთვის სათანადო დროის მიცემის გზით შეძენილი საქონლის შემოწმებისა და დატესტვისთვის.¹⁰ დაუშვებელია მოვაჭრის მხრიდან დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების შეზღუდვა.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011/83/EC დირექტივის პრეამბულაში ხაზგასმით არის აღნიშნული, რომ ვინაიდან, დისტანციურად ვაჭრობისას მომხმარებელს ხელშეკრულების დადებამდე საქონლის ნახვის შესაძლებლობა არ აქვს, მას უფლება უნდა ჰქონდეს, რომ უარი თქვას ხელშეკრულებაზე. ამასთან, მას უნდა შეეძლოს, შეამოწმოს და დატესტოს შეძენილი საქონელი იმდენად, რამდენადაც ეს აუცილებელია მისი ბუნების, მახასიათებლებისა და ფუნქციონალუბის დასადგენად.¹¹

ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების განსაკუთრებული მნიშვნელობის მიუხედავად, სამომხმარებლო ურთიერთობებში შესაძლოა დადგეს შემთხვევები, როდესაც მომხმარებლისთვის აღნიშნული უფლების მინიჭება მოვაჭრეს გაუმართლებლად არასახარბიელო მდგომარეობაში ჩააყენებდა. სწორედ ამიტომ, კანონმდებელმა ევროდირექტივის შესაბამისად, კანონის მე-14 მუხლით ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე ხელშეკრულებაზე უარის თქმასთან დაკავშირებული გამონაკლისები გაითვალისწინა.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკით დადგენილია, რომ გამონაკლისები, რომლებიც კანონმდებლის მიერ შეთავაზებული დაცვის შეზღუდვას ემსახურება, განსაკუთრებული სიზუსტით უნდა განიმარტოს.¹² მაშასადამე, მოვაჭრემ მის სტანდარტულ პირობებში დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმასთან დაკავშირებული პირობების განსაზღვრისას სიფრთხილე უნდა გამოიჩინოს და მომხმარებლის უფლება, 14 დღის ვადაში უპირობოდ დააბრუნოს დისტანციურად შეძენილი საქონელი, იმაზე მეტად არ შეზღუდოს, ვიდრე ეს კანონით არის გათვალისწინებული.

¹⁰ CJEU, *slewo — schlafen leben wohnen GmbH v Sascha Ledowski*, Case C-681/17, 27 March 2019, , para. 33.

¹¹ იხ. სქოლიო 1, პრეამბულა, აბზაცი 37

¹² CJEU, *Monika Kušionová v SMART Capital a.s.*, Case C-34/13, 10 September 2014. Para. 77; *slewo — schlafen leben wohnen GmbH v Sascha Ledowski*, para. 34

3.3. უსამართლო კომერციული საქმიანობა

უმთავრესად საგულისხმოა, კანონის პირველი მუხლი, რომელიც განსაზღვრავს კანონის მიზნებს. კერძოდ, ამ კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა. ყურადსაღებია, რომ კანონის მიზანს წარმოადგენს **მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა**. თავის მხრივ ზოგადად კონტრაქტისადმი პატივისცემას არამხოლოდ კანონი, არამედ სამოქალაქო კოდექსიც განამტკიცებს. საგულისხმოა საქართველოს უზენაესი სასამართლოს 2024 წლის 4 ოქტომბრის Nას-504-2024-04 გადაწყვეტილება, რომელშიც სასამართლო განმარტავს, სამოქალაქო ურთიერთობის პრინციპებსა და მხარეთა ფუნდამენტურ მოვალეობებს. გადაწყვეტილებაში სასამართლო აღნიშნავს: საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის თანახმად, სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილენი ვალდებული არიან კეთილსინდისიერად განხორციელონ თავიანთი უფლებები და მოვალეობანი. კეთილსინდისიერება გულისხმობს სამოქალაქო ბრუნვის მონაწილეთა მოქმედებას პასუხისმგებლობით, ერთმანეთის უფლებებისადმი პატივისცემით მოპყრობას. საკასაციო პალატის მოსაზრებით, კეთილსინდისიერების პრინციპიდან გამომდინარე, ვალდებულებით-სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილე მხარეთა თანამშრომლობა, მეორე მხარის ინტერესების გათვალისწინება, მეორე მხარის უფლებებისა და ქონებისადმი განსაკუთრებული გულისხმიერების გამოჩენა საჭიროა ამ ურთიერთობის ნორმალურად განვითარებისათვის. ასეთ შემთხვევაში, ორივე მხარე იქნება კმაყოფილი: კრედიტორი - ვალდებულების შესრულების მიღებით, ხოლო მოვალე - ვალდებულებისაგან გათავისუფლებით.¹³

ამდენად ნათელია, რომ პატივისცემა, ზოგადად კერძოსამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილეთა ვალდებულებაა. იმის გათვალისწინებით, რომ მომხმარებელი თავისი ეკონომიკური, სოციალური, დარგობრივი თუ სამართლებრივი ცოდნის გათვალისწინებით უთანასწორო მდგომარეობაში იმყოფება მოვაჭრესთან მიმართებით, მოვაჭრეს კიდევ უფრო მეტად მართებს მომხმარებლის ინტერესისადმი პატივისცემის გამოჩენა.

სამომხმარებლო ურთიერთობაში მხარეთა უთანასწორობა განმარტებულია ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილებაში. სასამართლო განმარტავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ იურისტმა წარმოაჩინა დარგის მაღალი ტექნიკური ცოდნა, ის არ შეიძლება არ იქნას მიჩნეული გარიგების სუსტ მხარედ, გამყიდველთან/მოვაჭრესთან მიმართებით¹⁴. სასამართლო აღნიშნულ გადაწყვეტილებას ასაბუთებს იმით, რომ მომხმარებელი სუსტ პოზიციაშია მოვაჭრესთან მიმართებით, მისი სავაჭრო ძალაუფლებისა თუ ცოდნის დონის გათვალისწინებით. აღნიშნული გარემოება განაპირობებს იმას, რომ მომხმარებელი ეთანხმება მოვაჭრის მიერ წინასწარ დადგენილ პირობებს და მას არ შესწევს უნარი ზეგავლენა მოახდინოს მათზე.¹⁵ სასამართლომ დამატებით განმარტა, რომ ცოდნა არის ერთ-ერთი გარემოება, რატომაც მომხმარებელი მიიჩნევა სუსტ მხარედ, მაგრამ არა ერთადერთი, მხარეთა პოზიციურ დისბალანსს მათ შორის განაპირობებს სავაჭრო ძალაუფლებათა დისბალანსი.¹⁶

¹³ 2024 წლის 4 ოქტომბრის სუსგ: Nას-504-2024 04

¹⁴ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილება.

¹⁵ იქვე.

¹⁶ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილება.

გამომდინარე იქიდან, რომ სამომხმარებლო ურთიერთობის დროს ერთ მხარეს არის დარგში გათვითცნობიერებული პირი - მოვაჭრე და ის მოქმედებს კომერციული საქმიანობის ფარგლებში, (რომლის კანონისეული განმარტებაც შემდეგნაირად ჟღერს: *მოვაჭრის ნებისმიერი მოქმედება, უმოქმედობა, ქცევა, ახსნა-განმარტება, კომერციული კომუნიკაცია, მათ შორის, რეკლამა და მარკეტინგი, რომლებიც უშუალოდ დაკავშირებულია მომხმარებლისთვის საქონლის ან მომსახურების მიყიდვასთან ან მიწოდებასთან ან საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის ხელშეწყობასთან.*), ხოლო მეორე მხარეს არის მომხმარებელი (ნებისმიერი ფიზიკური პირი, რომელსაც სთავაზობენ ან რომელიც იძენს ან შემდგომ იყენებს საქონელს ან მომსახურებას უპირატესად პირადი მოხმარების მიზნით და არა სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო ან სხვა პროფესიული საქმიანობის განსახორციელებლად), გარიგების მხარეთა შორის დისბალანსი თავისთავად წარმოიშობა, ხოლო მათი გათანაბრება ხდება, ერთი მხრივ მომხმარებლის უფლებებით აღჭურვილ, მეორე მხრივ მოვაჭრისთვის ვალდებულებების დაკისრებით.

მხარეთა დისბალანსის არსებობა განაპირობებს იმას, რომ რიგ შემთხვევებში, თუკი მოვაჭრე დაარღვევს კეთილსინდისიერებისა და გულისხმიერების პრინციპებს, მისი ქმედება ცალკე სამართალდარღვევად კვალიფიცირდება. კანონში ცალკე თავად გამოიყოფა უსამართლო კომერციული საქმიანობა. კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტი განმარტავს, უსამართლო კომერციული საქმიანობის ცნებას. კერძოდ 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.

შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას, რომ მოვაჭრეს ეკრძალება მისი უფლებების განხორციელება და მოგების მიღება მომხმარებლის ინტერესების ხელყოფის ხარჯზე.

კანონის VI თავიდან გამომდინარე, გამოიყოფა უსამართლო კომერციული საქმიანობის 3 ფორმა: მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა (მუხლი 25); უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა (მუხლი 26); აგრესიული კომერციული საქმიანობა (მუხლი 27).

კანონის 25-ე მუხლის დებულებებიდან გამომდინარე, პირობითად შეიძლება გამოიყოს ნორმის 2 ნაწილი: I კომერციული საქმიანობა, რომელიც ყველა შემთხვევაში შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა; II ზოგადი ნაწილი, რა დროსაც შესაფასებელია კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვანი ბუნება და მისი გავლენა მომხმარებელზე.

აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირში უსამართლო კომერციული საქმიანობა რეგულირდება 2005/29/EC დირექტივით. წინამდებარე დირექტივის სახელმძღვანელოში აღნიშნულია, რომ დირექტივა შეიცავს ე.წ. „მავ სიას“, რა დროსაც კომერციული საქმიანობა თავისთავად მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა თუკი ის

ექვეა, რომელიმე აღწერილი ქმედების ფარგლებში.¹⁷ აღნიშნული მითითების მიხედვით, შესაბამის უწყებას აღარ უწევს დამატებით შეაფასოს რა გავლენა ექნება კონკრეტულ კომერციულ საქმიანობას მომხმარებელთა ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევაზე.¹⁸ ზემოხსენებული განმარტებიდან გამომდინარე, მსგავსად ღირექტივისა, ქართული კანონიც ითვალისწინებს მოქმედებით გამოსატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ზოგად და კონკრეტულ შემადგენლობებს. იმის გათვალისწინებით, რომ 25-ე მუხლის პირველი, მე-4 და მე-5 პუნქტები ადგენენ მოქმედებით გამოსატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ე.წ. „შავ სიას“, სააგენტო ვალდებულია ყოველ შემთხვევაში ჯერ შეამოწმოს, საქმიანობა ხომ არ ექვეა, 25-ე მუხლის ზემოხსენებული პუნქტების ფარგლებში და მხოლოდ ამის შემდგომ გადავიდეს 25-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების შემოწმებაზე, რა დროსაც თავის მხრივ მოუწევს ქმედება შეაფასოს ე.წ. „ეკონომიკური ქცევის ტესტით“¹⁹. აღნიშნული ტესტის გამოყენებით სააგენტო შეძლებს შეაფასოს მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით არსებითად უარყოფითად.

საგულისხმოა, უსამართლო კომერციული საქმიანობის ღირექტივის სახელმძღვანელოს განმარტება თუ რას ემსახურება „შავი სიის“ არსებობა. სახელმძღვანელოს თანახმად სია ემსახურება სამართლებრივი სიცხადის არსებობას.²⁰ სია შექმნილია, რათა სამომხმარებლო კანონმდებლობის აღმასრულებლებს, მომხმარებლებსა თუ მოვაჭრეებს საშუალება მიეცეთ მყისიერად დაადგინონ ამა თუ იმ ქმედების უსამართლობა და შედეგად მოხდეს მყისიერი რეაგირება აღნიშნულ ქმედებასთან დაკავშირებით.²¹ განმარტების მიხედვით, თუკი დასტურდება, რომ მოვაჭრის მხრიდან განხორციელდა „შავი სიით“ გათვალისწინებული ქმედება, აღმასრულებელს შეუძლია ქმედების ჩამდენს დააკისროს სანქცია ქმედების ინდივიდუალურად შეფასების გარეშე.²² აქვე განმარტებულია რა შეიძლება მოიაზრებოდეს ინდივიდუალურ შეფასებაში. ინდივიდუალური შეფასების საგანი შესაძლოა იყოს ის, თუ რა გავლენა აქვს ან შეიძლება ჰქონდეს მოვაჭრის ქცევას საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე.²³

¹⁷ [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)) გვ. 25.

¹⁸ [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)) გვ. 25.

¹⁹ იქვე. გვ. 30-31.

²⁰ [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)) გვ. 61.

²¹ იქვე.

²² იქვე.

²³ იქვე.

3.3.1. შეცდომაში შემყვანი ნიმუშები (Dark Patterns)

სანამ უშუალოდ მოვაჭრის კომერციული საქმიანობის სამართლებრივი შეფასება მოხდება, მიზანშეწონილია განვიხილოთ კომერციული საქმიანობის ის თავისებურებები, რომლებიც საბოლოოდ ამ ქმედებას უსამართლოს ხდის.

სამომხმარებლო სამართალში გამოიყოფა უსამართლო კომერციული საქმიანობის ცალკეული შემადგენლობა, რომელიც ეხება კონკრეტულად ვირტუალურ გარემოში ჩადენილ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას. აღნიშნული პრაქტიკა ცნობილია როგორც შეცდომაში შემყვანი ან მანიპულაციური დიზაინი/ნიმუშები (Dark Patterns).

ევროპული კომისიის კვლევითი დოკუმენტის საბოლოო ანგარიშში შესწავლილი და გაანალიზებულია, უსამართლო კომერციული საქმიანობის უფრო კონკრეტულად კი, შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების (dark patterns) გავლენა მომხმარებლის ქცევაზე.²⁴ თუმცა, სანამ უშუალოდ ქმედების მომხმარებლის ქცევაზე გავლენის შეფასებაზე გადავალთ, უნდა განიმარტოს თავად შეცდომაში შემყვანი ნიმუშის ცნება.

აღნიშნული ტერმინის განმარტებასთან დაკავშირებით საგულისხმოა, ევროპული პარლამენტისა და საბჭოს 2022 წლის 19 ოქტომბრის რეგულაცია 2022/2065 (შემდგომში - DCA).²⁵ წინამდებარე რეგულაციის პრეამბულის 67-ე პუნქტში განმარტებულია რას გულისხმობს შეცდომაში შემყვანი ნიმუშები. აღნიშნული პუნქტის პირველი და მეორე წინადადების თანახმად, შეცდომაში შემყვანი ნიმუშები არის იმგვარი უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც გამოიყენება ონლაინ პლატფორმებზე და რომელიც ზეგავლენას ახდენს მომსახურების მიმღებზე, რომ მიიღოს ავტონომიური და ინფორმირებული გადაწყვეტილება. აღსანიშნავია, რომ წინამდებარე პუნქტის თანახმად, სამართალდარღვევა შესაძლოა იყოს განზრახი ქმედება ან მოვაჭრის ქმედება შედეგობრივად იწვევდეს მომსახურების მიმღების შეცდომაში შეყვანას (გაუფრთხილებლობით).²⁶ განმარტების თანახმად, აღნიშნული ქმედებები შესაძლოა გამოყენებულ იქნას იმისთვის, რათა მოხდეს მომხმარებლის იმგვარი ქმედების გამოწვევა, რომელიც მისი ნების საწინააღმდეგოა ან გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ისეთი გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც უარყოფითი შედეგი ექნება მომხმარებლისთვის.²⁷

დამატებით, DCA-ის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, ონლაინ პლატფორმების პროვაიდერებმა არ უნდა შექმნან, დააორგანიზონ ან გამოიყენონ იმგვარი ონლაინ ინტერფეისები რომლებიც გამოიწვევს, მომხმარებლის დაბნევას ან მანიპულირებას მოვაჭრის მომსახურების შესახებ ან სხვაგვარად არსებითად დაამახინჯებს ან ექნება

²⁴ EUROPEAN COMMISSION “Behavioral study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization Final Report” 2022.

²⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

²⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

²⁷ იქვე.

უარყოფითი ზეგავლენა მოვაჭრის მომსახურების მიმღებთა (მომხმარებელთა) უნარზე, მიიღონ თავისუფალი და ინფორმირებული გადაწყვეტილებები.²⁸

შეცდომაში შემყვანი ნიმუშებს სხვადასხვა გავლენა შეიძლება ჰქონდეს ინდივიდუალურ მომხმარებელზე. ძირითადად გამოიყოფა 3 ეფექტი, რომელსაც იწვევს შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენება სამომხმარებლო ურთიერთობისას, ესენია:

- **ეკონომიკური ზიანი** (რა დროსაც შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენება იწვევს მომხმარებლის იმგვარ ფინანსურ ქცევას, რომელსაც ამგვარი ნიმუშის გამოყენების გარეშე, მომხმარებელი არ განახორციელებდა);
- **კონფიდენციალურობის ხელყოფა** (რა დროსაც შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენების გზით, ხდება მომხმარებლის პერსონალურ მონაცემებზე წვდომა და ა.შ.);
- **კოგნიტური დისონანსი/ქცევა** (როდესაც შეცდომაში შემყვანი ნიმუშები იწვევს მომხმარებლის ყურადღების მიქცევასა და მისი ენერგიისა და დროის არასაჭიროდ დახარჯვას).²⁹

ეკონომიკური ზიანი შეიძლება 2 ნაწილად დაიყოს: I როდესაც შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობიდან გამომდინარე მომხმარებელი იძენს ისეთ საქონელს ან/და მომსახურებას, რომელსაც სხვაგვარად არ შეიძენდა; II შეცდომაში შემყვანი ნიმუშის გამოყენებით, მოვაჭრეს ეძლევა შესაძლებლობა, მომხმარებელს გადაახდევინოს იმაზე მეტი თანხა, ვიდრე მომხმარებელს ამის მოლოდინი და შესაძლებლობა ჰქონდა.³⁰

კოგნიტური დისონანსის კუთხით, შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გავლენა შესაძლოა იყოს, როგორც მოვაჭრის საქონლის/მომსახურების მიმართ მიჯაჭვულობის გაჩენა (მაგ.: აზარტული თამაშების დროს შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენება), აგრეთვე მომხმარებლის დროის, ენერგიისა თუ სხვა რესურსების არასაჭირო დოზით გამოყენება.³¹

საგულისხმოა, რომ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი, სწორედ ამ ორი შემთხვევისგან იცავს მომხმარებლებს.

აქვე აღსანიშნია შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენების უარყოფითი გავლენა ზოგად კეთილდღეობაზე. მსგავსი ნიმუშების გამოყენება საფრთხეს უქმნის: **კონკურენციას** (მომხმარებლისთვის გადართვის ხარჯების წარმოშობით ან მომხმარებლისთვის არჩევანის შეზღუდვით); **ფასების გამჭვირვალობას** (შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენებით შეიძლება დაფარულ იქნას საქონლის/მომსახურების რეალური ფასი, რაც მომხმარებელს ართმევს შესაძლებლობას შეადაროს სხვადასხვა მოვაჭრის ფასები ერთ საქონელთან მიმართებით); **ბაზრისადმი ნდობა** (შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების გამოყენებამ შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის ნდობის შემცირება შესაბამისი ბაზრისადმი, რაც საბოლოო ჯამში ზიანის მომტანია შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტებისთვის)³². ამ უკანასკნელზე მსჯელობისას საგულისხმოა, რომ მომხმარებლის პერსპექტივიდან

²⁸ იქვე.

²⁹ EUROPEAN COMMISSION “Behavioral study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization Final Report” 2022. გვ. 90

³⁰ იქვე.

³¹ იქვე.

³² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

ვირტუალურ გარემოში განხორციელებული ეკონომიკური ქცევა, გარკვეულ რისკებთან არის დაკავშირებული, რადგან მაგალითად საქონლის შეძენისას, თანხის გადახდასა და საქონლის მიღებას შორის არის დროითი სხვაობა, ამდენად ნდობაც ნაკლებია.³³

შეცდომაში შემყვანი ნიმუშების (dark patterns) ცნებისა და მისი გავლენის შეფასების შემდგომ, შესაძლებელია კონკრეტულ შემთხვევაში შეფასდეს მოვაჭრის (რევაზ კალაძის) ვებგვერდის (<https://salemart.ge/>) თავსებადობა კანონთან.

საქმის შესწავლის ეტაპზე, სააგენტომ შეისწავლა მოვაჭრის ვებგვერდი, რის შედეგადაც გამოიკვეთა მოვაჭრის რამდენიმე ქმედება, რომელიც წარმოადგენს შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას, კერძოდ, მოვაჭრის ვებგვერდზე არის განთავსებული რამდენიმე მანიპულაციური ნიმუში, რაც მომხმარებლის ნებაზე ზეგავლენის მომხდენია. სააგენტო ყურადღებას ამახვილებს: დროის უკუმთვლელზე; საქონლის შეზღუდულ რაოდენობაზე; მომხმარებელთა შეფასების გრაფაზე და საქონლის დასახელებაზე. საქმის შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ აღნიშნული ნიმუშები არის მანიპულაციური, იწვევს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და ამდენად არის უსამართლო კომერციული საქმიანობა.

3.3.2. ქმედების შეფასება

დროის უკუმთვლელი

უპირველესად სააგენტო ყურადღებას გაამახვილებს დროის უკუმთვლელზე. როგორც ზემოთ აღინიშნა, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტი ჩამოთვლის უსამართლო კომერციულ საქმიანობათა შავ სიას, რა დროსაც სააგენტო არ შეისწავლის კონკრეტული ქმედების გავლენას მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე. ამგვარი ქმედებები თავისთავად უსამართლო კომერციული საქმიანობაა და მათ მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ყოველთვის უარყოფითი გავლენა აქვს.

კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის ვ) ქვეპუნქტის მიხედვით, ცრუ განაცხადის გაკეთება, რომ საქონელი ან მომსახურება ხელმისაწვდომი იქნება ან/და განსაკუთრებული პირობები იმოქმედებს მხოლოდ დროის მცირე მონაკვეთში, იმ მიზნით, რომ მომხმარებელმა მყისიერი გადაწყვეტილება მიიღოს და მას არ მიეცეს საკმარისი დრო და შესაძლებლობა ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად არის მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს უკვე აქვს ნამსჯელი დროის უკუმთვლელზე, როგორც შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობაზე. სააგენტომ ყურადღება გაამახვილა, 2005/29/EC დირექტივის ინტერპრეტაციისა და გამოყენების შესახებ ევროკომისიის სახელმძღვანელოზე.³⁴ სახელმძღვანელოს თანახმად მანიპულაციური მარკეტინგული

³³ Directorate General for Internal Policies, Policy Department Economic and Scientific Policy, “A Pan-European Trustmark for E-commerce: Possibilities and Opportunities”, 2012, გვ. 11.

³⁴ [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))

ტექნიკის ერთ-ერთ მაგალითად, „2005/29/EC დირექტივის ინტერპრეტაციისა და გამოყენების შესახებ ევროკომისიის სახელმძღვანელოში“ (შემდგომში - ევროკომისიის სახელმძღვანელო) განხილულია დროის ამთვლელი მექანიზმი (Fake countdown), რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი. დროის უკუმთვლელეები, რომლებიც შეზღუდულ დროს უწესებენ მომხმარებლებს მიიღონ ცალკეულ მოვაჭრესთან სახელშეკრულებო ურთიერთობის დამყარების გადაწყვეტილება, გამიზნულია იმისათვის, რომ მომხმარებლებში გამოიწვიონ გადაუდებლობის განცდა, რათა დაუყოვნებლივ შეიძინონ საქონელი. აღნიშნული კი აიძულებს მომხმარებელს მიიღოს არასაკმარისად ინფორმირებული, დაუფიქრებელი გადაწყვეტილება და ეს მარკეტინგული ხრიკი ნეგატიურად მოქმედებს მომხმარებლის ფსიქოლოგიაზე. აღნიშნული ფსიქოლოგიური ქცევა სამომხმარებლო ურთიერთობებში განხილულია როგორც „ხელიდან გაშვების შიში“ (fear of missing out – FOMO) როდესაც მომხმარებელი ფიქრობს, რომ მას აქვს შეზღუდული დრო სპეციალური შეთავაზების მისაღებად. დროის უკუმთვლელი მექანიზმი შეცდომაში შემყვანია მაშინ, როდესაც იგი მიაღწევს ნულს და თავიდან კვლავ იწყებს დროის ათვლას. დირექტივის მიხედვით, მომხმარებელთა დასაცავად, ბიზნესმა უნდა უზრუნველყოს, რომ ნებისმიერი, დროში შეზღუდული შეთავაზება იყოს ნამდვილი და ზუსტად წარმოადგენდეს პროდუქტის ან/და მომსახურების ხელმისაწვდომობის ვადას.³⁵

წინამდებარე გადაწყვეტილებაში, სააგენტოს მიერ დადგინდა, რომ მოვაჭრე - შპს „ბესთ შოპ გრუპის“ (ს/ნ 406352539) მიერ განხორციელებული კომერციული საქმიანობა, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, წარმოადგენდა მოქმედებით გამოხატულ, შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას, რადგან მოვაჭრის მხრიდან საქონლის სპეციალურ ფასად შეთავაზება ხდებოდა მოჩვენებითად, დროის მცირე მონაკვეთში, კერძოდ 24 საათის განმავლობაში, იმ მიზნით, რომ მომხმარებელმა მიეღო მყისიერი გადაწყვეტილება, სინამდვილეში კი, აღნიშნული სპეციალური შეთავაზება კვლავ გრძელდებოდა მომდევნო დღეს (სააგენტოს მიერ განხორციელდა 1 თვიანი დაკვირვება, რის შედეგადაც გაირკვა, რომ სრული 1 თვის განმავლობაში ქრონომეტრი ყოველდღე ახორციელებდა დროის განახლებას).³⁶

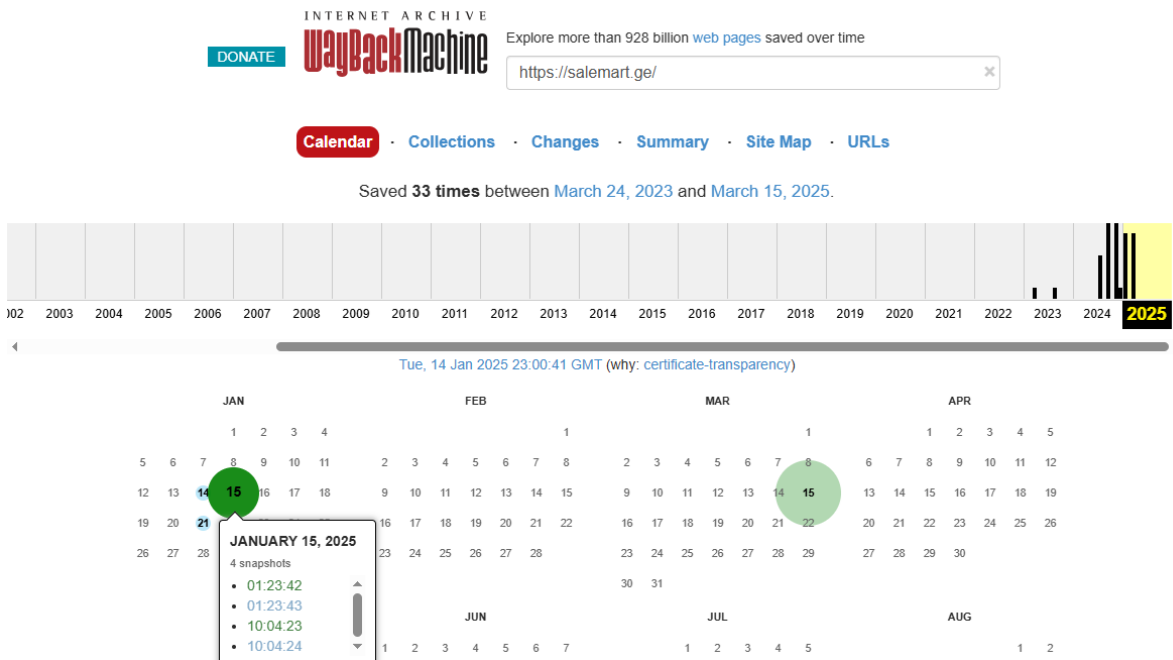
რაც შეეხება მოცემულ შემთხვევას, სააგენტოს მიერ შესწავლილ იქნა მოვაჭრის ვებგვერდი სხვადასხვა დროს. რის შედეგადაც გამოვლინდა, რომ რევაზ კალაძის მიერ ხდებოდა ანალოგიური ქმედების განხორციელება.

სააგენტოს მიერ შემოწმდა ინტერნეტ არქივი. სააგენტომ გადაამოწმა მოვაჭრის ვებგვერდი 2025 წლის 15 იანვრის 01:23:42 საათის მდგომარეობით.

³⁵ სსიპ - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 5 ივნისის N04/308 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თობაზე. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/user_rights/tmp/phpnzmxyt.pdf

³⁶ იქვე.

დანართი N1



დანართი N2

web.archive.org/web/20241107154811/https://salemart.ge/products/full.php?p=2146/რობოტიკი%20ბლენდერი%20bosch

1 capture 7 Nov 2024

საქართველო

დღის სავაჭრო ფასდაკლება

0 : 11 : 33
საათი წუთი წამი

რობოტიკი ბლენდერი bosch

79 ლარი

150.00 79.00 ლ

დარეგისტრირებული

სწრაფი გაწოდება

მომწოდებელი

558819010

შეკვეთა

შეკვეთა შეკვეთა ვიდეო

სახელი და გვარი

სახელი და გვარი

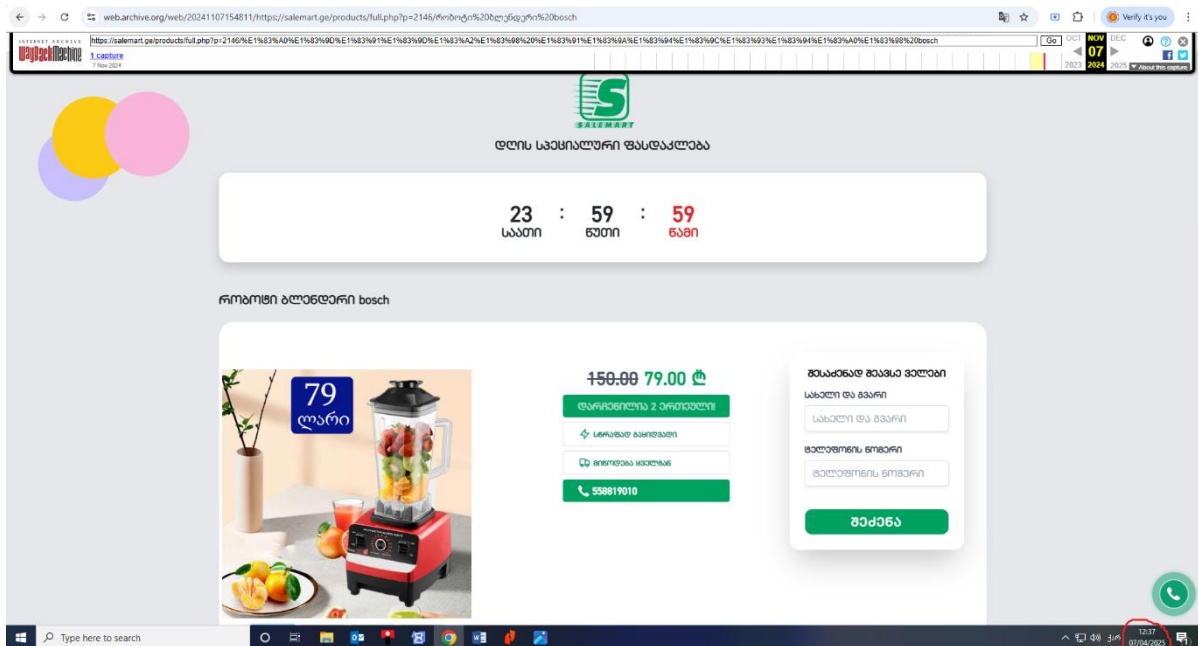
ტელეფონის ნომერი

ტელეფონის ნომერი

შეკვეთა

12:26 07/04/2025

დანართი N3



ამ დროის მონაცემებით, მოვაჭრის ვებგვერდზე განთავსებულ ერთ-ერთ საქონელზე (იხ. დანართი N2) მოქმედებდა დღის სპეციალური შეთავაზება და საქონელზე მოქმედებდა ფასდაკლება, 150 ლარის ნაცვლად საქონელი იყიდებოდა 79 ლარად. 2025 წლის 15 იანვრის 01:23:42 მოცემულობით, აღნიშნულ საქონელზე სპეციალური შეთავაზების დასრულებამდე დარჩენილი იყო 11 წუთი და 33 წამი. წინამდებარე ეკრანის ანაბეჭდი გადაღებული იქნა 2025 წლის 7 აპრილს 12:26 საათზე. სამართლიანი კომერციული საქმიანობის შემთხვევაში, აღნიშნული დროის გასვლის შემდგომ, საქონელზე უნდა დასრულებულიყო დღის შეთავაზება.

თუმცა დანართი N3-ის შესაბამისად, რომელიც გადაღებულია 2025 წლის 7 აპრილის 12:37 საათზე, ჩანს, რომ დროის უკუმთვლელი განახლდა.

დანართი N4

საქართველოს საერთაშორისო ვაჭრობის კომპანია

7 : 16 : 3
საათი : წუთი : წამი

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

120.00 85.00 ₾

დაარსდა 2015 წელს

საქართველოს საერთაშორისო ვაჭრობის კომპანია

558811010

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

საათი და წუთი

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

12:43 07/04/2025

დანართი N5

საქართველოს საერთაშორისო ვაჭრობის კომპანია

9 : 28 : 28
საათი : წუთი : წამი

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

120.00 85.00 ₾

დაარსდა 2015 წელს

საქართველოს საერთაშორისო ვაჭრობის კომპანია

558811010

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

საათი და წუთი

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

მასაჟორი fascial gun fh-320 silver

19:31 06/04/2025

გარდა ინტერნეტ არქივის მოძიებისა, სააგენტომ მოვაჭრის ვებგვერდი აგრეთვე შეამოწმა 2025 წლის 7-8 აპრილის მდგომარეობითაც. დანართი N4-ის მიხედვით, 2025 წლის 7 აპრილის 12:43 საათის შესაბამისად, საქონელზე მოქმედებდა ღდის შეთავაზება, რომელიც 7 საათს, 16 წუთსა და 3 წამში უნდა დასრულებულიყო. თუმცა დანართი N5-ის მიხედვით, რომელიც გადაღებულია 2025 წლის 8 აპრილს 10:31 საათზე ჩანს, რომ აღნიშნულ საქონელზე კვლავ მოქმედებს აქცია და საქონელი კვლავ 85 ლარად იყიდება 120 ლარის მაგივრად.

ამდენად ზემოაღნიშნულის შეჯერების შედეგად სააგენტო აღგენს, რომ მოვაჭრის მხრიდან ხდება მომხმარებლის ნებაზე უარყოფითი გავლენა. მომხმარებელს უჩნდება ისეთი შთაბეჭდილება, რომ უნდა იჩქაროს, რადგან სხვა შემთხვევაში, საქონელს ვერ მიიღებს ფასდაკლებით, რეალურად კი აღნიშნული დროის უკუთვლა ემსახურება მარტოოდენ მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და მისთვის ცრუ განცდის გაჩენას, რომ იჩქაროს, რადგან ის ვერ იღებს რაციონალურ გადაწყვეტილებას. ამგვარი კომერციული საქმიანობა ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების პრინციპს და მომხმარებელს განზრახ უქმნის ისეთ გარემოს, რომ ამ უკანასკნელის გადაწყვეტილება დაეყრდნოს არა რაციონალურ არჩევანს, არამედ ემოციას. ამგვარი მანიპულაციური ნიმუში ფასდაკლებას უფრო მიმზიდველს ხდის მომხმარებლისთვის.³⁷ ამდენად მოვაჭრე არღვევს კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის ვ) ქვეპუნქტს.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, სააგენტოს შეფასებით, მოვაჭრის მიერ რამდენიმე ქმედებით გამოიხატება უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელება.

გარდა ცრუ დროის უკუთვლელისა მოვაჭრის მიერ განხორციელებული ქმედებიდან არცერთი არ ექვევა ე.წ. „შავ სიაში“. ამდენად მოცემულ შემთხვევაში სააგენტომ ინდივიდუალურად უნდა შეაფასოს საქონლის შეზღუდულ რაოდენობაზე ცრუ მითითება; მომხმარებელთა ცრუ შეფასების გრაფის არსებობა და საქონლის არასწორი დასახელების გავლენა მომხმარებლის ქცევაზე. აღნიშნული ქმედებები არის კანონდარღვევის ის ტიპები, რომლებიც ყოველ ინდივიდუალურ შემთხვევაში (case-by-case) შეფასებას საჭიროებს.

კანონის 25-ე 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) ქვეპუნქტი აკონკრეტებს, თუ რა იგულისხმება ინფორმაციაში, კერძოდ ინფორმაცია მოიცავს: საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვის შემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან

³⁷ <https://arxiv.org/pdf/1907.07032> 83.15.

კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები. სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოცემულ შემთხვევაში გასაზიარებელია ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკა და შესაბამისად მოვაჭრის ქცევა უნდა შეფასდეს „ეკონომიკური ქცევის ტესტით“.

მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენის შეფასება

სააგენტო მიიჩნევს, რომ სანამ უშუალოდ ქმედების შეფასება მოხდება, მანამდე საჭიროა განიმარტოს, რა იგულისხმება ეკონომიკური ქცევის ტესტში. 2005/29/EC დირექტივის სახელმძღვანელოში აღნიშნულია, ის ამოსავალი წერტილი, რასაც ტესტი ეფუძნება. განმარტების თანახმად, დირექტივის 5-9 მუხლები უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევს საქმიანობას, რომლებსაც შეუძლიათ შეცვალონ მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა **უარყოფითად**. რაც თავის თავში მოიაზრებს, იმას, რომ საქმიანობა იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.³⁸

ნიშანდობლივია, ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს მიდგომა „ეკონომიკურ ქცევასთან“ მიმართებით იმდენად, რამდენადაც სასამართლოს განმარტებით აღნიშნული ტერმინი უნდა განიმარტოს ფართოდ. ეკონომიკური ქცევა გულისხმობს არა მხოლოდ უშუალოდ საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ მომხმარებლის ყოველ იმ გადაწყვეტილებას, რომელიც უშუალოდ უკავშირდება საქონლის შეძენის გადაწყვეტილების მიღებას.³⁹ შემდგომში დირექტივის სახელმძღვანელოში განმარტებულია რა შეიძლება მოიაზრებოდეს აღნიშნულში. ასე მაგალითად, განმარტების თანახმად, აღნიშნულ ტერმინში ექცევა მათ შორის შემთხვევა, როდესაც მომხმარებელი გადავიდა მოვაჭრის ვებგვერდზე, რაც გამოიწვია მოვაჭრის კომერციულმა შეთავაზებამ; ასევე მარკეტინგი (რეკლამა), რის გამოც მომხმარებელი შევიდა მოვაჭრის მაღაზიაში; ან კომერციული საქმიანობიდან გამომდინარე, დააჭირა სარეკლამო ბმულს.⁴⁰ განმარტების თანახმად, „ეკონომიკური ქცევის“ ცნება თავის თავში მოიცავს, როგორც შეძენამდე, ისე შეძენის შემდგომ ქცევებს/გადაწყვეტილებებს, რომელიც უკავშირდება საქონლის/მომსახურების შეძენის გადაწყვეტილებას.⁴¹

საინტერესოა აგრეთვე დიდი ბრიტანეთისა და ჩრდილოეთ ირლანდიის გაერთიანებული სამეფოს მართლმსაჯულების უმაღლესი სასამართლოს (High Court of Justice) 2011 წლის 2 თებერვლის [2011] EWHC 106 (Ch) გადაწყვეტილება.⁴² სასამართლო ყურადღებას ამახვილებს დირექტივის ტერმინზე „იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს“ (causes or is likely to

³⁸ [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)) გვ.31.

³⁹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 19 დეკემბრის C-281/12 გადაწყვეტილება.

⁴⁰ [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)) გვ.31-32

⁴¹ იქვე. გვ. 31.

⁴² ხელმისაწვდომია: <https://e-justice.europa.eu/caseDetails.do?plang=en&clang=en&idTaxonomy=6620&idCountry=28>

cause). აღნიშნულთან დაკავშირებით სასამართლომ განმარტა, რომ მტკიცების აღნიშნული სტანდარტის შესაბამისი, ინგლისური სტანდარტი არის „აღბათობის მაღალი ხარისხი“. (balance of probabilities). აღნიშნული განმარტება გასაზიარებელია იმდენად, რამდენადაც, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე და 26-ე მუხლები ჩანაწერები ([...]არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო[...], [...]შესაძლოა დადოს გარიგება[...]) სწორედ აღბათობის მაღალი ხარისხის არსებობაზე უთითებენ.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ცნებას, რაც იყოფა 3 სახედ: მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა; უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა და აგრესიული კომერციული საქმიანობა. კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტის ჩანაწერი არის ზოგადი სახის, ის განმარტავს ზოგადად ცნებას. ხოლო უშუალოდ მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ცნება რას მოიაზრებს, აღნიშნულზე პასუხი უნდა ვეძებოთ კანონის 25-ე მუხლის მე-2 და შემდგომ პუნქტებში.

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. იმისთვის, რომ საკითხი სრულყოფილად იქნეს შესწავლილი სააგენტო მიიჩნევს, რომ უმჯობესია წინამდებარე მუხლებიდან გამოიყოს ის ნაწილები, რომლებიც ქმედების მაკვალიფიცირებელ გარემოებას წარმოადგენს.

კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, კომერციული საქმიანობის უსამართლოდ მიჩნევისათვის, საჭიროა შემდეგი გარემოებების კუმულატიურად არსებობა: I. კეთილსინდისიერების პრინციპის საწინააღმდეგოობა; II საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის არსებითად უარყოფითი ცვლილება საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი (ეკონომიკური ქცევა ფართო გაგებით) ან; III. მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე არსებითად უარყოფითი გავლენის მოხდენა ან ასეთი გავლენის მოხდენის შესაძლებლობა, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტიდან შესაძლოა გამოიყოს შემდეგი კრიტერიუმები, რომელთა არსებობაც განაპირობებს კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვან ბუნებას (მოქმედებით გამოხატულს). ესენია: I. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება; II. 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; III. რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა. წინამდებარე ნორმის ანალიზიდან ჩანს, რომ გამოყოფილი ელემენტების პირველი და მე-2 კრიტერიუმი ალტერნატიულია და მათი კუმულატიურად არსებობა აუცილებელი არაა.

აქვე აღსანიშნავია, კანონის 24-ე მუხლის მე-2 პუნქტისა და 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტების ურთიერთმფარავ ბუნებაზე ხაზგასმა. აღნიშნული განპირობებულია იმით, რომ 25-ე მუხლით კონკრეტდება უსამართლო კომერციული საქმიანობის ცალკეული სახე. რაც შეეხება მათ ურთიერთმიმართებას, 25-ე მუხლის დებულებიდან გამომდინარე, მოვაჭრე მომხმარებელს აწვდის მცდარ ინფორმაციას ან იმგვარად აწვდის ინფორმაციას, რომ მომხმარებელი შედის შეცდომაში, ანუ მოვაჭრე არღვევს კეთილსინდისიერების პრინციპს. 25-ე მუხლის მე-3 კრიტერიუმის მიხედვით, მომხმარებელი დებს ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა, ამდენად მისი ეკონომიკური ქცევა აშკარად უარყოფითად იცვლება საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით. ამდენად ნათლად ჩანს, რომ კანონის 25-ე მუხლი აკონკრეტებს უსამართლო კომერციული საქმიანობა როგორ შეიძლება გამოიხატოს მოქმედებით.

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 გამოეწვია მომხმარებლის მოტყუება.

აღნიშნულის დასადგენად სააგენტო მიზანშეწონილად მიჩნევს, განმარტოს რა შეიძლება მოიაზრებოდეს თითოეულ მათგანში. აღნიშნულისთვის სააგენტო თვლის, რომ გაზიარებულ უნდა იქნას ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკა.

მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება

სანამ განიხილება ევროკავშირის კანონმდებლობა და წევრ ქვეყნებში დანერგილი პრაქტიკა, საჭიროა განიმარტოს ნორმის მნიშვნელობა. ეტიმოლოგიური მნიშვნელობით სიტყვა მცდარი შესაძლოა განიმარტოს, როგორც „შეცდომაზე დამყარებული, შეცდომიდან გამომდინარე, არასწორი, უმართებულო“⁴³. ამდენად მცდარი ინფორმაციის მიწოდება თავის თავში გულისხმობს არასწორი (რეალობას აცდენილი) ინფორმაციის მიწოდებას მომხმარებლისთვის. მსგავსი შინაარსისაა 2005/29/EC დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის პირველი წინადადება. უნდა აღინიშნოს, რომ წინამდებარე დირექტივის ჩანაწერი უფრო მეტ კონკრეტიკას შეიცავს. ნორმის თანახმად, შეცდომაში შემყვანია კომერციული საქმიანობა, თუ ის შეიცავს ცრუ ინფორმაციას და **მაშასადამე არის მცდარი**.⁴⁴

ევროკავშირის პრაქტიკაზე დაყრდნობით მცდარი ინფორმაციის მიწოდება შეიძლება იყოს, შემთხვევა, როდესაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია, კომპიუტერული პროდუქციის მეხსიერების მოცულობის შესახებ მნიშვნელოვნად განსხვავდება საქონლის რეალური მოცულობისგან.⁴⁵

⁴³ <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=14&t=150644>

⁴⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02005L0029-20220528>

⁴⁵ [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)) გვ. 39

პოლონეთის სასამართლოს გადაწყვეტილებით, შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად იქნა მიჩნეული, ბანკის განცხადება, რომ ის გასცემდა სესხებს ყველაზე დაბალ პროცენტად. ამასთან ბანკის განცხადების მიხედვით, ის გასცემდა სესხებს მომხმარებელთა საკრედიტო ისტორიის მიუხედავად.⁴⁶

ამდენად, შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას რომ მცდარი არის ისეთი ინფორმაცია, რომელიც აშკარად არ შეესაბამება სიმართლეს.

ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება

აღნიშნული ჩანაწერიდან გამომდინარე, ამ დროს შეცდომაში შემყვანი არის ინფორმაციის მიწოდების ფორმა. კანონის მიხედვით, შესაძლებელია ისიც, რომ ფაქტობრივი მოცემულობით ინფორმაცია იყოს სწორი, თუმცა მიწოდების ფორმიდან გამომდინარე მან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება. მსგავსად განიმარტება 2005/29/EC დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტი.⁴⁷

მაღტის მომხმარებელთა საჩივრების განმხილველმა ტრიბუნალმა დაადგინა, რომ ინფორმაციის ორაზროვნად მიწოდება არის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ინფორმაციის მიწოდების ფორმიდან გამომდინარე.⁴⁸

საკანონმდებლო ჩანაწერიდან გამომდინარე, იმისთვის, რომ დადგინდეს 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული აკრძალული ქმედების დარღვევა საჭიროა შეფასდეს რა ინფორმაცია იქნა მიწოდებული მცდარ ან იმგვარი ფორმით, რომ გამოიწვია მომხმარებლის მოტყუება. კანონის 25-ე მუხლის მე-3 პუნქტის ქვეპუნქტები ჩამოთვლის რა შეიძლება მოაზრებულ იქნას ამავე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებულ ინფორმაციაში.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოცემული შემთხვევისთვის რელევანტურია აღნიშნული პუნქტის ა) ქვეპუნქტი, რომელიც განსაზღვრავს შემდეგს: *ინფორმაცია მოიცავს- საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები.*

მას შემდეგ რაც დაადგინა, აკრძალული ქმედების შემადგენლობის ელემენტები, სააგენტო შეაფასებს რატომ არის მოვაჭრის ქმედება, მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციულ საქმიანობა.

⁴⁶ იქვე.

⁴⁷ [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)) 83. 40

⁴⁸ [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)) 83.39

როგორც ზემოთ აღინიშნა, სააგენტოს შეფასების საგანს წარმოადგენს 3 ქმედება. გამომდინარე იქიდან, რომ თითოეული მათგანი დამოუკიდებელი ქმედებებია, სააგენტო მიიჩნევს, რომ თითოეული მათგანი უნდა შეფასდეს ინდივიდუალურად.

საქონლის მარაგზე ცრუ მითითება

სააგენტო ადგენს, რომ უპირველესად უნდა შეფასდეს, რაში გამოიხატა უსამართლო კომერციული საქმიანობა, მცდარი ინფორმაციის მიწოდებაში, თუ ინფორმაციის იმგვარად მიწოდებაში, რამაც გამოიწვია მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა.

დანართი N6

The screenshot shows a web browser displaying a product page for a Bosch BS-7056 electric kettle. The page features a product image, a price tag indicating a discount from 80.00 to 59.00 GEL, and a green button stating 'დაარქივებული 2 პრეტენდენტი' (Archived 2 applicants). A red arrow points from this button to a mobile phone screen. The phone screen shows a WhatsApp chat interface with a green circular icon and a red circle around the time and date '14:53' and '07/04/2025'. Another red arrow points from the WhatsApp chat back to the product page.

დანართი N7

საქონლის სახელი: Bosch BS-7056

80.00 59.00 ლ

დარჩენილია 5 ერთეული

დარჩენილია 5 ერთეული

14:56 07/04/2025

დანართ N6-ზე ასახულია, რომ მარაგში დარჩენილია 2 ერთეული საქონელი. აღნიშნული ეკრანის ანაბეჭდი გადაღებულია 2025 წლის 7 აპრილს 14:53 საათზე. დანართი N7 გადაღებულია 2025 წლის 7 აპრილს 14:56 საათზე, აღნიშნულ დანართზე იგივე საქონელია

გამოსახული, რომელზეც მითითებულია, რომ დარჩენილი რაოდენობა არის 5 ერთეული. ფაქტობრივი გარემოებების მიხედვით, 3 წუთის ინტერვალში საქონლის რაოდენობა კი არ შემცირდა, არამედ გაიზარდა.

საქმის შესწავლის ეტაპზე, მოვაჭრის ვებგვერდის განახლება, სხვადასხვა დრო რამდენჯერმე მოხდა და საქონლის მარაგების რაოდენობა ყოველ ჯერზე მცირდებოდა, ხოლო გვერდის განახლების შემდგომ მარაგების რაოდენობა კვლავ 5 ერთეულამდე აღიწევდა.

იმის მითითება, რომ საქონელი შეზღუდული რაოდენობითაა ხელმისაწვდომი და ამ დროს საქონლის რაოდენობა იზრდება, აღნიშნული გულისხმობს იმას, რომ მომხმარებელს მიეწოდება მცდარი ინფორმაცია ამდენად სააგენტო ადგენს, რომ მოვაჭრის მხრიდან, მომხმარებელს მიეწოდება მცდარი ინფორმაცია **ხელმისაწვდომი** საქონლის რაოდენობის შესახებ.

იმისთვის, რომ მოვაჭრის ქმედება დაკვალიფიცირდეს შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად, საჭიროა, კიდევ ერთი ელემენტის არსებობა. კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მე-2 წინადადების თანახმად, აუცილებელია, რომ მოვაჭრის ქმედებამ მომხმარებელი შეცდომაში შეიყვანოს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

მოცემულ ეტაპზე სააგენტომ უნდა შეაფასოს 2 გარემოება: I მოვაჭრის მიერ მცდარად მიწოდებული ინფორმაცია იყო თუ არ არსებითი მნიშვნელობის გარიგების დასაღებად; II გამოიწვია თუ არა აღნიშნულმა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა ან მოტყუება.

უმთავრესად უნდა შეფასდეს, რამდენად იყო მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია არსებითი.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 19 დეკემბრის გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვანად მიჩნევისთვის საჭიროა, შედეგის ელემენტის არსებობაც. მოვაჭრის ქმედებას უნდა შეეძლოს არსებითად უარყოფითად შეცვალოს მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, რაც გამოიხატება იმაში, რომ მიიღოს კომერციული გადაწყვეტილება, რომელსაც სხვაგვარად არ მიიღებდა.⁴⁹ თავის მხრივ რამდენად არსებითია ინფორმაცია, ამის შეფასება ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში უნდა გადაწყვიტოს უწყებამ.⁵⁰ სასამართლოსეული პრაქტიკის თანახმად, ეკონომიკური ქცევა არამხოლოდ საქონლის შეძენას გულისხმობს, არამედ უშუალოდ შეძენასთან დაკავშირებულ, მომხმარებლის ყოველ გადაწყვეტილებას თუ მოქმედებას.⁵¹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკის თანახმად, ასევე აღსანიშნავია ისიც, რომ მნიშვნელობა არ აქვს დადგა თუ არა კონკრეტული შედეგი (შეიძინა თუ არა მომხმარებელმა საქონელი).⁵² სასამართლოსეული განმარტებით, ღირებულების

⁴⁹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 19 დეკემბრის გადაწყვეტილება C-281/12

⁵⁰ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2012 წლის 15 მარტის გადაწყვეტილება C-453/10

⁵¹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 19 დეკემბრის გადაწყვეტილება C-281/12

⁵² ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილება

ჩანაწერი „სავარაუდო“⁵³ გამოხატავს იმას, რომ ღირეუტივას აქვს პრევენციული ხასიათი, ამდენად საკმარისია, რომ მიწოდებული ინფორმაცია იყოს ობიექტურად მცდარი და მას უნდა შეეძლოს მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ზეგავლენის მოხდენა.⁵⁴ დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების მიხედვით აქვს თუ არა ინფორმაციას იმგვარი ეფექტი მომხმარებელზე, რომ მის გარეშე ის არ დადებდა გარიგებას ფაქტობრივი მოცემულობის გათვალისწინებით, ინდივიდუალურად უნდა შეფასდეს.⁵⁵

ინფორმაციის არსებითობა გადამწყვეტია რამეთუ საკანონმდებლო ჩანაწერის მიხედვით, სწორედ ინფორმაციის მიწოდებამ უნდა განაპირობოს ან უნდა შეეძლოს განაპირობოს მომხმარებლის მიერ გარიგების დადება ან შესაძლო დადება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა. მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებისას მნიშვნელოვანია საქონლის დარჩენილი რაოდენობის შესახებ ინფორმაცია. როდესაც მომხმარებელს მიეწოდება ინფორმაცია, საქონლის მცირე რაოდენობის შესახებ, აღნიშნული გულისხმობს იმას, რომ უახლოეს მომავალში საქონელი შესაძლოა ხელმისაწვდომი აღარ იყოს, აღნიშნული კი საქონელს მომხმარებლისთვის მეტად მიმზიდველს ხდის.⁵⁶ ამასთან საქონლის ხელმისაწვდომობის შესახებ ინფორმაცია, არის არსებითი მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის ჩამოსაყალიბებლად. ამდენად სააგენტო ადგენს, რომ საქონლის მარაგის შესახებ ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება არის არსებითი ინფორმაცია მომხმარებლისთვის. ამასთან, უსამართლო კომერციული საქმიანობის ღირეუტივის სახელმძღვანელოს თანახმად, საქონლის ხელმისაწვდომობის შესახებ ინფორმაცია არის საქონლის არსებითი მახასიათებელი.⁵⁷

აღნიშნულის შემდეგ სააგენტოს შეფასების საგანს დამატებით წარმოადგენს შეეძლო თუ არა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა მისთვის საქონლის მარაგების შესახებ ცრუ ინფორმაციის მიწოდებას. დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების თანახმად, საქონლის მცირე მარაგების შესახებ ცრუ მითითება მომხმარებელში იწვევს „შანსის გაშვების შიშს“⁵⁸. ამასთან საგულისხმოა, რომ საქონლის შეზღუდულად ხელმისაწვდომობის შესახებ მცდარი ინფორმაციის მიწოდება, უსამართლო კომერციული საქმიანობის ღირეუტივის სახელმძღვანელოში ცალსახად არის მითითებული, რომ შესაძლოა ჩაითვალოს უსამართლო კომერციულ საქმიანობად.⁵⁹ აქვე 2005/29/EC ღირეუტივის პირველი დამატების მე-7 პუნქტში სახელდებით არის მოხსენებული, რომ საქონლის მცირე ღროით ხელმისაწვდომობის შესახებ ცრუ მითითება არის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.⁶⁰ დამატებით ამავე დოკუმენტი სახელმძღვანელოში განმარტებულია, რომ ამგვარი ქმედება შესაძლოა იყოს საქონლის შეზღუდული მარაგების შესახებ ცრუ

⁵³ იგულისხმება ღირეუტივის მე-6 მუხლი.

⁵⁴ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილება

⁵⁵ Patti, Francesco Paolo. (2016). 'fraud' and 'misleading commercial practices': modernising the law of defects in consent. European Review of Contract Law, 12(4), 307-334. გვ. 321.

⁵⁶ EUROPEAN COMMISSION "Behavioral study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization Final Report". 2022. გვ.290.

⁵⁷ COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market

⁵⁸ <https://arxiv.org/pdf/1907.07032>

⁵⁹ COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market

⁶⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02005L0029-20220528>

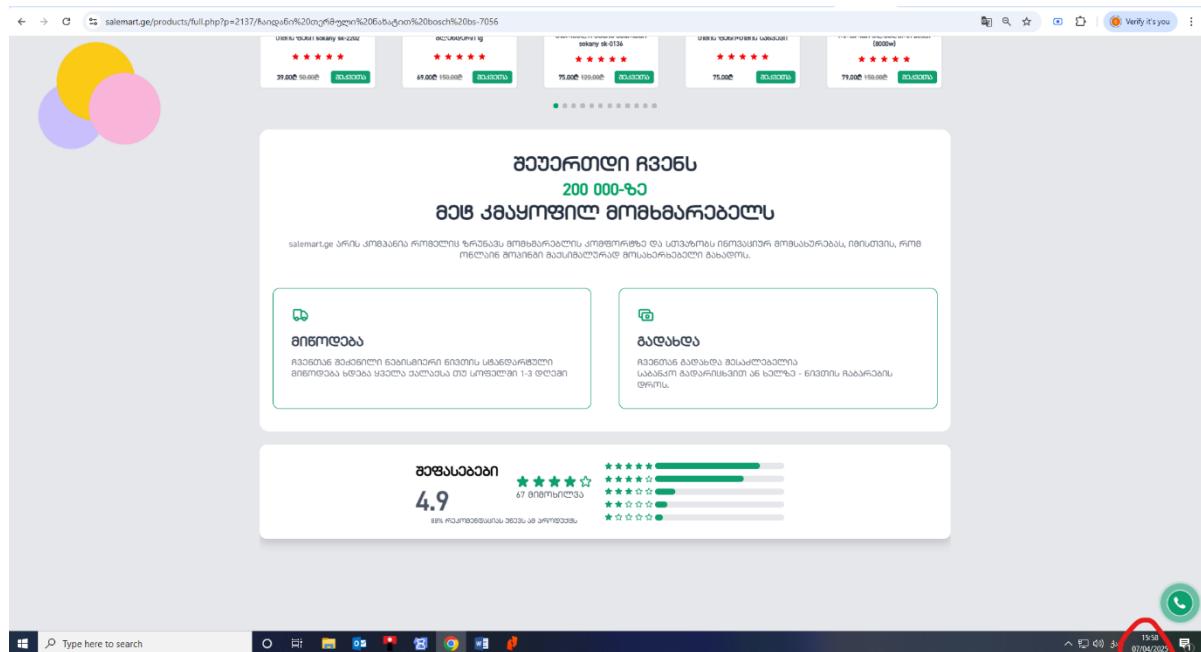
მითითება.⁶¹ ფაქტობრივი გარემოების მიხედვით, მომხმარებელს მიეწოდება ცრუ ინფორმაცია იმდენად, რამდენადაც როგორც, ზემოთ აღინიშნა 3 წუთიანი დროის ინტერვალში საქონლის მარაგების რაოდენობა გაიზარდა. სააგენტო აღგენს, რომ მოვაჭრის მიერ საქონლის მარაგების შესახებ ცრუ ინფორმაციის მიწოდება არის იმგვარი ცრუ ინფორმაცია, რამაც შესაძლოა გავლენა მოახდინოს მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე და გამოიწვიოს მის მიერ ისეთი გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ამდენად სააგენტო აღგენს, რომ მოვაჭრე მომხმარებელს აწვდის ცრუ ინფორმაციას საქონლის ხელმისაწვდომობის შესახებ, რასაც შეუძლია გამოიწვიოს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა. ამდენად მოვაჭრე არღვევს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის მოთხოვნებს.

მომხმარებლის შეფასებაზე ცრუ მითითება

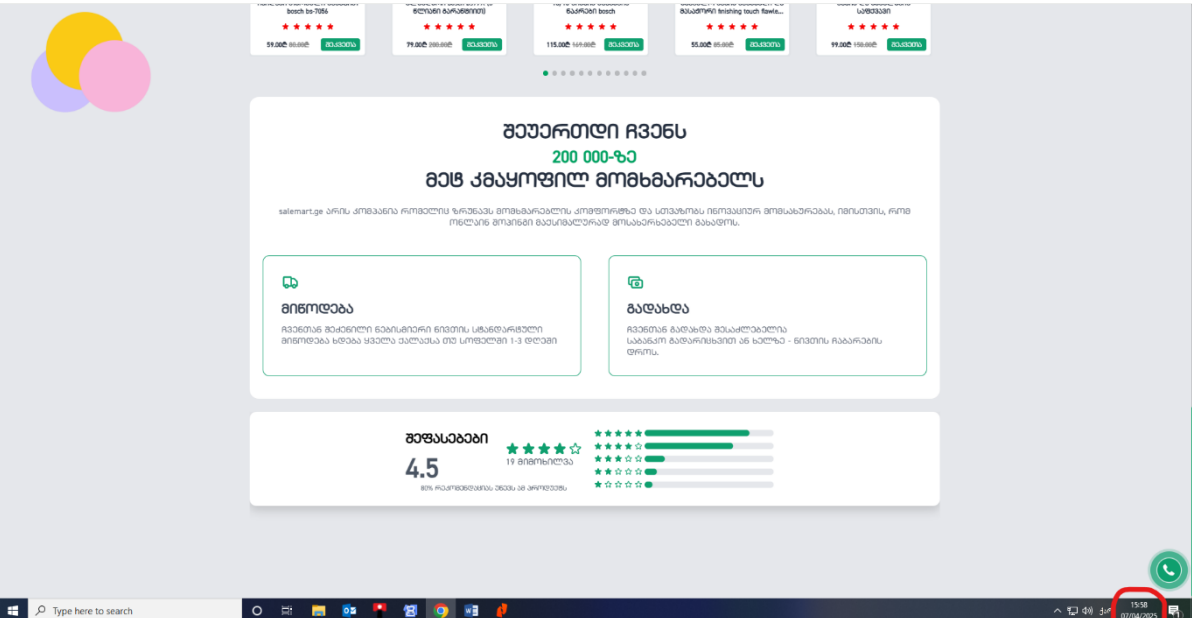
მოვაჭრის ვებგვერდზე ნებისმიერ საქონელს, გვერდის ბოლოს ახლავს კონკრეტული საქონლის შეფასება სხვადასხვა მომხმარებლების მიერ. მოცემულ შემთხვევაში განხილული იქნება მომხმარებლის ცრუ შეფასებები მოვაჭრის ვებგვერდზე განთავსებულ ერთ-ერთი საქონლის მაგალითზე - ჩაიდანი თერმული ნახატით bosch bs-7056.

დანართი N8



⁶¹ COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market

დანართი N9



შაუარტლი ჩვენს
200 000-ზე
მეც კმაყოფილ მომხმარებელს

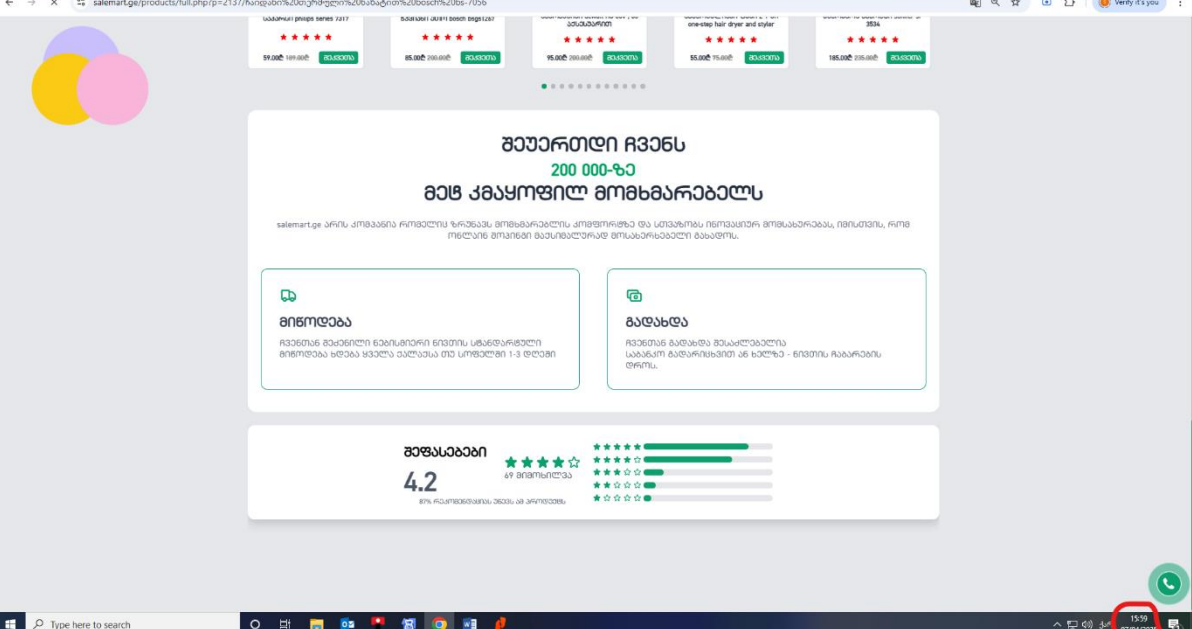
salemart.ge არის კომპანია რომელიც ზრდავს მომხმარებლის მოთხოვნებს და სთავაზობს ინოვაციური მოწყობილობას, ინსტრუმენტებს, რომლებიც მოქმედებენ მათთვის უკეთესი მოსახერხებელი სახით.

მიწოდება
ჩვენთან შეგიძლიათ ნებისმიერი ნივთის სანდარტული მიწოდება სხვადასხვა ვალუაში და სოფლებში 1-3 დღეში.

ბაღისდა
ჩვენთან ბაღისდა შეგიძლიათ საკმაოდ ბალანსირებით ან ხალხს - ნივთის ჩაბარება.

შეფასება
4.5
19 მიმოხილვა
80% ჩვენთან მომსახურებაზე დაკმაყოფილებულია.

დანართი N10



შაუარტლი ჩვენს
200 000-ზე
მეც კმაყოფილ მომხმარებელს

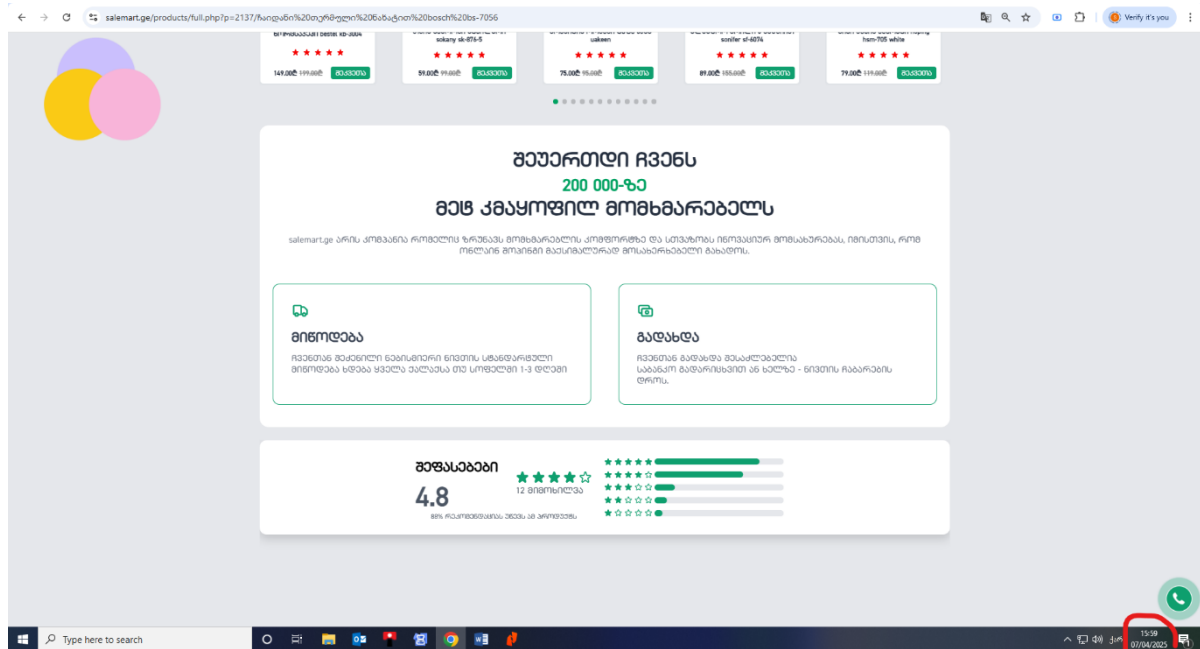
salemart.ge არის კომპანია რომელიც ზრდავს მომხმარებლის მოთხოვნებს და სთავაზობს ინოვაციური მოწყობილობას, ინსტრუმენტებს, რომლებიც მოქმედებენ მათთვის უკეთესი მოსახერხებელი სახით.

მიწოდება
ჩვენთან შეგიძლიათ ნებისმიერი ნივთის სანდარტული მიწოდება სხვადასხვა ვალუაში და სოფლებში 1-3 დღეში.

ბაღისდა
ჩვენთან ბაღისდა შეგიძლიათ საკმაოდ ბალანსირებით ან ხალხს - ნივთის ჩაბარება.

შეფასება
4.2
49 მიმოხილვა
80% ჩვენთან მომსახურებაზე დაკმაყოფილებულია.

დანართი N11



დანართი N8 გადაღებულია 2025 წლის 7 თებერვალს 15:58 საათზე, ეკრანის ანაბეჭდზე ვკითხულობთ შემდეგს: საქონლის შეფასებები 4.8; 80% რეკომენდაციას უწევს ამ პროდუქტს; 67 მიმოხილვა.

დანართი N9 გადაღებულია 2025 წლის 7 თებერვალს 15:58 საათზე, რამდენიმე წამში, ვებგვერდის განახლების შემდგომ, სადაც ვკითხულობთ შემდეგს: შეფასებები 4.5; 80% რეკომენდაციას უწევს ამ პროდუქტს; 19 მიმოხილვა.

დანართი N10 გადაღებულია 2025 წლის 7 თებერვალს 15:59 საათზე, ერთ წუთში გვერდის განახლების შემდგომ, სადაც ვკითხულობთ: შეფასებები 4.2; 97 % რეკომენდაციას უწევს ამ პროდუქტს; 69 მიმოხილვა.

დანართი N11 გადაღებულია 2025 წლის 7 თებერვალს 15:59 საათზე, რამდენიმე წამში გვერდის განახლების შემდგომ, სადაც ვკითხულობთ: შეფასებები 4.8; 88% რეკომენდაციას უწევს ამ პროდუქტს; 12 მიმოხილვა.

2019 წლის 27 ნოემბრის 2019/2161 დირექტივის (შემდგომში - ომნიბუსის დირექტივა) პრეამბულის 47-ე პუნქტის თანახმად, მომხმარებლები სულ უფრო მეტად ეყრდნობიან მომხმარებელთა მიმოხილვას საქონლის შეძენის გადაწყვეტილების მიღებისას.⁶² დირექტივის პრეამბულის 49-ე პუნქტის თანახმად, მოვაჭრეებს უნდა აეკრძალოთ ყალბი მიმოხილვების განთავსება, აგრეთვე სოციალურ ქსელებში ყალბი „like“-ების (მოწონებების) გამოყენება ან სხვებისთვის დაქირავება, რათა ყალბი მოწონების მიმოხილვა განათავსონ პროდუქტის შესახებ. აგრეთვე ამავე ჩანაწერის მიხედვით, მომხმარებელთა მიმოხილვების

⁶² DIRECTIVE (EU) 2019/2161 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 November 2019

იმგვარად გაყალბება, რომ მხოლოდ დადებითი შეფასებები დარჩეს საქონლის ან და მომსახურების შესახებ აკრძალული უნდა იყოს.⁶³

2005/29/EC დირექტივის პირველი დამატების 23b პუნქტის თანახმად, ყველა შემთხვევაში უსამართლო კომერციულ საქმიანობას წარმოადგენს იმგვარი განცხადების გაკეთება, რომ საქონელი შეაფასა იმ მომხმარებელმა, რომელმაც რეალურად გამოიყენა ან შეიძინა საქონელი, იმ ფაქტის გადამოწმების გარეშე მომხმარებელმა ნამდვილად შეიძინა თუ არა საქონელი.⁶⁴ ამავე დანართის 23c-ის მიხედვით ნებისმიერი შემთხვევაში უსამართლოა ისეთი კომერციული საქმიანობა, როდესაც მოვაჭრის დავალებით სხვა პირი აკეთებს საქონლის შესახებ ცრუ განცხადებას, რათა ხელი შეუწყოს აღნიშნული საქონლის პოპულარიზაციას.⁶⁵

2005/29/EC დირექტივის სახელმძღვანელო დოკუმენტში ხაზგასმულია, რომ მომხმარებლისთვის საქონლის შეძენის გადაწყვეტილების მიღებისას სხვა მომხმარებლების შეფასებას დიდი მნიშვნელობა აქვს.⁶⁶ ამდენად მოვაჭრე ვალდებულია უზრუნველყოს, რომ მიმოხილვები რეალობას ასახავს.⁶⁷ აქვე განმარტებულია, რომ შეფასების ცნება უნდა განიმარტოს ფართოდ და მასში მოაზრებული უნდა იყოს საქონლის, მომსახურების ან მოვაჭრის რეიტინგიც.⁶⁸ აღნიშნულ დოკუმენტში აგრეთვე ხაზგასმულია, რომ ცრუ მიმოხილვებმა შეიძლება შეცდომაში შეიყვანონ მომხმარებლები.⁶⁹

სოციალური მტკიცებულება (Social Proof) არის უსამართლო კომერციული საქმიანობის მეთოდი, რა დროსაც სხვა მომხმარებლების ქცევა გამოყენებულია იმისთვის, რომ მომხმარებელი იძულებული იყოს მიიღოს ეკონომიკური გადაწყვეტილება. მომხმარებლის დაცვისა და აღსრულების საერთაშორისო ქსელის (ICPEN) 2024 წლის 2 ივლისის ანგარიშის მიხედვით, უსამართლო კომერციულ საქმიანობათა 21.5% შემთხვევებში, მოვაჭრეები იყენებდნენ სოციალურ მტკიცებულებას, როგორც მომხმარებლის ნებაზე ზემოქმედების ხერხს.⁷⁰

უშუალოდ მოვაჭრის ქცევის შეფასებისას სააგენტო საჭიროდ მიიჩნევს მიმოხილვას რა გამოვლინდა დანართებში N8-N11 ასახული ეკრანის ანაბეჭდებიდან. აღნიშნულ დანართებში ჩანს ერთი საქონლის შესახებ მიმოხილვები. საგულისხმოა, რომ ვებგვერდის განახლება (refresh) მოხდა რამდენიმე წამის ინტერვალებით, რასაც ადასტურებს ის გარემოება, რომ ზემოაღნიშნული ეკრანის ანაბეჭდების გადაღებისას ზოგ შემთხვევაში დრო არ შეცვლილა. საქმის შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ მოვაჭრის გვერდზე შეფასებები ვებგვერდის ყოველი განახლებისას იცვლება. აღნიშნული კი ვერ იქნება რეალური, რადგან მონაცემთა ცვლას უნდა განაპირობებდეს მომხმარებლების მიერ შეფასების დატოვება, შეუძლებელია ვებგვერდის ყოველი განახლება ემთხვეოდეს მომხმარებელთა შეფასების

⁶³ იქვე.

⁶⁴ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC

⁶⁵ იქვე.

⁶⁶ COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market გვ. 93.

⁶⁷ იქვე.

⁶⁸ იქვე.

⁶⁹ იქვე.

⁷⁰ <https://icpen.org/sites/default/files/2024-07/Public%20Report%20ICPEN%20Dark%20Patterns%20Sweep.pdf>

ცვლას, მითუმეტეს იმის გათვალისწინებით, რომ დანართების მიხედვით, ცვლილება არის არა 1-2 მომხმარებლის გამოკლება ან დამატება, არამედ ათობით მომხმარებლის დამატება/გამოკლება, ამასთან საგულისხმოა, რომ მიუხედავად მოცემულობათა ცვლილებისა, საქონელი ყოველ ჯერზე დადებითად შეფასებულად რჩება. ამასთან არ არის მითითება რეალურმა პიროვნებებმა განახორციელეს თუ არა აღნიშნული შეფასებები და მოვაჭრეს აღნიშნულის შესახებ არც სააგენტოსთვის მოუწოდებია ინფორმაცია, იმის მიუხედავად, რომ სააგენტოს 2024 წლის 5 აგვისტოს N 02/2899 წერილის მე-4 კითხვის შინაარსი იყო შემდეგი: როგორ მუშაობს მოვაჭრის ვებგვერდზე (<https://salemart.ge/>) განთავსებული, პროდუქტის შეფასების სისტემა.

სააგენტო მოვაჭრის ვებგვერდის შესწავლის შედეგად აღგენს, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს აწვდის მცდარ ინფორმაციას საქონლის შეფასების შესახებ.

როგორც უკვე აღინიშნა, საქონლის შეფასება არის არსებითი ინფორმაცია მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებისას.

ევროპული საბჭოს სახელმძღვანელო დოკუმენტზე დაყრდნობით ყალბი შეფასებები არის ერთ-ერთი არსებითი ინფორმაცია მომხმარებლისთვის. საქონლის ცრუ შეფასებასთან დაკავშირებით კი, განიმარტა, რომ აღნიშნულს შეუძლია მომხმარებლის ქცევის უარყოფითი ცვლილება. ამდენად სააგენტო დამატებითი განმარტების გარეშე აღგენს, რომ საქონლის შეფასების შესახებ ცრუ ინფორმაციის მიწოდებას შეუძლია შეცვალოს მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა.

ზემოაღნიშნულის შეჯერების შედეგად სააგენტო აღგენს, რომ რევაზ კალაძის მიერ ვებგვერდზე გამოყენებულია ყალბი შეფასებები. აღნიშნული კი, მომხმარებელს საქონლის შესახებ არასწორ წარმოდგენას უქმნის და შეუძლია შეცვალოს მისი ეკონომიკური ქცევა. **სააგენტო დამატებით განმარტავს, რომ თუკი მოვაჭრე იყენებს საქონლის, მომსახურების ან მოვაჭრის შეფასების სისტემას, მოვაჭრემ უნდა უზრუნველყოს, რომ შეფასებები იყოს ნამდვილი. სხვა შემთხვევაში მოვაჭრემ არ უნდა გამოიყენოს ამგვარი შეფასების სისტემა, წინააღმდეგ შემთხვევაში აღნიშნული იქნება მოქმედებით გამოსატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.**

აქვე საგულისხმოა, რომ ზემოაღნიშნული ქმედებები გარდა იმისა, რომ ინდივიდუალურად უარყოფითად მოქმედებს მომხმარებლის თავისუფალი ნების ჩამოყალიბებაზე, მათი ეფექტი კიდევ უფრო მეტად იზრდება, როდესაც ისინი ერთობლივად არის გამოყენებული. ზემოთ აღნიშნული ყოველი ქმედება შეფასდა იმგვარად, რომ ისინი მომხმარებლის აღქმაზე ახდენს გავლენას. დროის უკუმთვლელი, საქონლის მარაგების რაოდენობის სიმცირე, მომხმარებლების მიერ საქონლის დადებითი შეფასება აღნიშნული გარემოებები მომხმარებელს უქმნის აღქმას, რომ საქონელი არის იმდენად კარგი, რომ ის აუცილებლად უნდა შეიძინოს. საგულისხმოა, რომ აღნიშნული მანიპულაციური ნიმუშები არ მიემართება მოვაჭრის ვებგვერდზე განთავსებულ 1 ან 2 საქონელს, არამედ აღნიშნული ნიმუშები ახლავს ყოველ საქონელს, რომელიც მოვაჭრის ვებგვერდზეა განთავსებული. ამასთან მოვაჭრის ყოველი საქონელი „მომხმარებლების“ მიერ დადებითად არის შეფასებული. სააგენტო დამატებით განმარტავს, რომ ზემოაღნიშნული მანიპულაციური ნიმუშების გამოყენება მომხმარებელს იმაზე მეტად უჩენს მოვაჭრისადმი ნდობას, ვიდრე ეს რეალური

გარემოებებიდან გამომდინარეობს, მომხმარებელს უჩნდება ნდობა მოვაჭრისადმი და დებს გარიგებას, როგორც სანდო პარტნიორთან რომელიც საუკეთესო პროდუქციას ყიდის.

მცდარი დასახელების მითითება

მომხმარებლის განცხადების მიხედვით, მან მოვაჭრის ვებგვერდის (<https://salemart.ge/>) მეშვეობით შეიძინა საქონელი - უთო (bosch, bsgs1288, მწვანე) (ღირებულება - 59 ლარი). განმცხადებლის მითითებით, მან მიიღო შეკვეთილისგან განსხვავებული საქონელი, კერძოდ bosch - ის მაგივრად, მას მიუტანეს maxbosch-ის ფირმის უთო. მომხმარებელმა, აღნიშნულის შესახებ პრეტენზია განუცხადა მოვაჭრეს, თუმცა აღნიშნულს მისგან რეაგირება არ მოჰყოლია. მომხმარებელი ითხოვდა, შეკვეთილი საქონლის (უთო (bosch, bsgs1288 მწვანე)) მიტანას ან თანხის დაბრუნებას.⁷¹ საგულისხმოა, რომ აღნიშნული გარემოება მოვაჭრეს სადავოდ არ გაუხდია. ამასთან მომხმარებლის 2024 წლის 12 სექტემბრის N01/4643 წერილის თანახმად, მოვაჭრემ მას გადახდილი თანხა სრულად დაუბრუნა.

აღსანიშნავია, რომ წინამდებარე საქონელი კვლავ განთავსებულია მოვაჭრის ვებგვერდზე ([https://salemart.ge/products/full.php?p=2230/%E1%83%A3%E1%83%97%E1%83%9D%20bosch%20bsgs1288%20%E1%83%9B%E1%83%AC%E1%83%95%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%94\)](https://salemart.ge/products/full.php?p=2230/%E1%83%A3%E1%83%97%E1%83%9D%20bosch%20bsgs1288%20%E1%83%9B%E1%83%AC%E1%83%95%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%94)))

აღნიშნული საქონლის განცხადება განთავსებულია შემდეგნაირად: „უთო bosch bsgs1288 მწვანე“, საქონლის შესახებ დეტალების აღწერაში არის გრაფა: „ბრენდი:“, რომლის გასწვრივაც ლათინური ასოებით წერია Bosch. იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრეს აღნიშნულის შესახებ პოზიცია არ წარმოუდგენია, სააგენტო ეყრდნობა მარტოოდენ მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილ მტკიცებულებებსა და მოვაჭრის ვებგვერდზე განთავსებულ ინფორმაციას, რის საფუძველზეც ადგენს, რომ:

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, სასაქონლო ნიშანი არის ნებისმიერი სიმბოლო ან სიმბოლოთა ერთობლიობა, რომელიც შეტანილია სასაქონლო ნიშნების რეესტრში, ჩამოყალიბებულია ნათლად და მკაფიოდ და აქვს უნარი, ერთი საწარმოს საქონელი ან/და მომსახურება მეორე საწარმოს საქონლისგან ან/და მომსახურებისგან (შემდგომ – საქონელი) განასხვავოს. საგულისხმოა, რომ სასაქონლო ნიშანი, იმის მიხედვით საწარმო რამდენად კარგ საქონელს უშვებს, მომხმარებლებში აყალიბებს მათ შორის საქონლის ხარისხიანობის შესახებ აღქმას.

საქმის შესწავლის შედეგად დგინდება, რომ მოვაჭრე იყენებდა bosch-სასაქონლო ნიშანსა და ამავე საწარმოს პროდუქციის ამსახველ ფოტო-სურათებს, რეალურად კი, მომხმარებელმა მიიღო Maxbosch-ის საქონელი. ფაქტობრივი გარემოებების შეჯერების საფუძველზე დგინდება, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს აწვდის მცდარ ინფორმაციას საქონლის მწარმოებლის შესახებ.

2005/29/EC დირექტივის სახელმძღვანელო დოკუმენტის თანახმად, მსგავს მანიპულაციას ეწოდება „copycat packaging“. აღნიშნული გულისხმობს იმას, რომ მოვაჭრე იყენებს რეპუტაციის მქონე საწარმოს შეფუთვას, დიზაინს, სასაქონლო ნიშანსა თუ სხვა, რათა მის

⁷¹ იხ. აღწერილობითი ნაწილი - მომხმარებლის პოზიცია.

საქონელი შეფუთოს იმგვარად, რომ დაემსგავსოს რეპუტაციის მქონე საწარმოს საქონელს.⁷² ამგვარი უსამართლო კომერციული საქმიანობამ შეიძლება გამოიწვიოს მომხმარებლის დაბნევა, რა დროსაც მომხმარებელი ყიდულობს საქონელს, რადგან ეძებდა მწარმოებელი.⁷³ ამავე დოკუმენტის თანახმად, კონტრაფაქციული საქონლის გაყიდვა შეიძლება ჩაითვალოს უსამართლო კომერციულ საქმიანობად.⁷⁴ მოცემულ შემთხვევაში სააგენტო არ გამოიკვლევს საქონლის ორიგინალობა/კონტრაფაქციულობას, რადგან ამ შემთხვევაში აღნიშნული შეფასება არ არის რელევანტური. მომხმარებელმა მიიღო სხვა სასაქონლო ნიშნის მქონე საქონელი და არა bosch-ის სასაქონლო ნიშნის მქონე საქონელი, რომელიც რეალურად არ იყო ამ საწარმოს წარმოებული. გარემოებების შეფასების შედეგად სააგენტო აღგენს, რომ მოვაჭრე მომხმარებელს აწვდის მცდარ ინფორმაციას საქონლის მწარმოებლისა და წარმომავლობის შესახებ ამასთან იყენებს სხვა მწარმოებლის საქონელსა და სასაქონლო ნიშანს, რეალურად კი, სხვა საქონელს ყიდის.

საქონლის, მწარმოებლის, წარმომავლობის შესახებ ინფორმაცია არის ის არსებითი ინფორმაცია, რომელსაც მომხმარებელი აყრდნობს საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას. საგულისხმოა, რომ 2005/29/EC დირექტივის პირველი დამატების მე-13 პუნქტის თანახმად, ყველა შემთხვევაში უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა ერთი მოვაჭრის მიერ წარმოებული/რეალიზებული საქონლის ისეთი პოპულარიზაცია, რომ მომხმარებელს შეეძმნას წარმოდგენა, რომ საქონელი არის იმ მწარმოებლის, რომელიც მსგავს საქონელს აწარმოებს, მაშინ, როდესაც აღნიშნული არ შეესაბამება სიმართლეს. როგორც ზემოთ აღინიშნა, სასაქონლო ნიშნის მთავარი დანიშნულება არის მწარმოებელთა განსხვავება, ამასთან კონკრეტული მწარმოებლის პროდუქცია დროთა განმავლობაში მომხმარებელს უყალიბებს ხარისხის განცდას, ამდენად საქონლის შეძენისას სასაქონლო ნიშნის, მწარმოებლის და საქონლის დიზაინი არის განმაპირობებელი ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებენ მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებისა. ამდენად ის არის არსებითი ინფორმაცია, რომელიც მომხმარებელს სწორად უნდა მიეწოდოს.

ზემოთ აღნიშნული ინფორმაციის მცდარად მიწოდება კი, გამოიწვევს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და ეს უკანასკნელი დადებს ისეთ გარიგებას, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა. აღნიშნულს ადასტურებს წინამდებარე საქმეც, რადგან მომხმარებელმა საქონელი სწორედ იმიტომ შეიძინა, რომ ის უნდა ყოფილიყო bosch-ის ფირმის. ამდენად სააგენტო აღგენს, რომ მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება და საქონლის ისე წარმოჩენა, თითქოს ის ამა თუ იმ მწარმოებლის საქონელია, მაშინ, როდესაც აღნიშნული რეალობას არ შეესაბამება წარმოადგენს მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას. ამდენად მოვაჭრის - რევაზ კალაძის ქმედება შეუსაბამოა კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტთან.

აქვე აღსანიშნავია, რომ მნიშვნელობა არ აქვს მოვაჭრის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა იყო განზრახი თუ გაუფრთხილებელი. დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების

⁷² COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market გვ. 44.

⁷³ იქვე. გვ. 45

⁷⁴ იქვე. გვ. 43.

მიხედვით, აღნიშნულს მართოდენ სანქციის დაკისრების ეტაპზე აქვს მნიშვნელობა.⁷⁵ მსგავსი განმარტება გააკეთა ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილებაში.⁷⁶ თუმცა სააგენტო მიიჩნევს, რომ დამატებით აღსანიშნია გარემოება, რომ მოვაჭრე მომხმარებლის პრეტენზიებს არ პასუხობდა და საბოლოოდ დაბლოკა, ამასთან სააგენტოს მრავალი მცდელობის მიუხედავად, მას კვლავ არ წარმოუდგენია რაიმე სახის მოსაზრება საქმესთან დაკავშირებით.

წინამდებარე გარემოებების შეფასების შედეგად დგინდება, რომ მოვაჭრეს განზრახ აქვს აწყობილი ვებგვერდი იმგვარად, რომ მომხმარებელი შეცდომაში შეიყვანოს. ამის თქმის საფუძველს იძლევა ის გარემოება, რომ მოვაჭრე იყენებს რამდენიმე მანიპულაციურ ნიმუშს მის ვებგვერდზე განთავსებულ ყველა საქონელზე, ამასთან მანიპულაციური ნიმუშები არის იმ შინაარსის, რომელიც შეუძლებელია გაუფრთხილებლობით იყოს ჩადენილი. ამდენად სააგენტო ადგენს, რომ რევაზ კალაძის ქმედება არის განზრახი მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.

3.4. ნაკლის მქონე საქონლიდან გამომდინარე ვალდებულებების დარღვევა

კანონის მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი. ფაქტობრივი გარემოებების მიხედვით, მომხმარებელმა, მოვაჭრის ვებგვერდიდან შეიძინა bosch-ის ფირმის უთო 59 ლარად. მოცემულობას წარმოადგენს ის ფაქტიც, რომ მომხმარებელმა მიიღო maxboshh-ის უთო, რაც დასტურდება მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებებით. აღნიშნული მოცემულობა ცხადყოფს, რომ მოვაჭრემ არ შეასრულა მის მიერ ნაკისრი ვალდებულება, გადაეცა ხელშეკრულებით გათვალისწინებული საქონელი მომხმარებლისთვის. სამოქალაქო კოდექსის 488-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, ნივთი ნივთობრივად უნაკლოა, თუ იგი შეთანხმებული ხარისხისაა. თუ ხარისხი არ არის წინასწარ შეთანხმებული, მაშინ ნივთი უნაკლოდ ჩაითვლება, თუკი იგი ვარგისია ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ან ჩვეულებრივი სარგებლობისათვის. იმის გათვალისწინებით, რომ მომხმარებელს არ გადასცემია შეთანხმებული საქონელი, დგინდება, რომ საქონელი არის ნაკლის მქონე. თავის მხრივ, ნაკლის მქონე საქონლის გადაცემისას მოვაჭრე ვალდებულია გამოასწოროს ნაკლი. აღნიშნულს განამტკიცებს, როგორც სამოქალაქო კოდექსის 490-ე მუხლის პირველი ნაწილი, ისე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17 მუხლის პირველი პუნქტი, რომლის მიხედვითაც, თუ საქონელი ნაკლის მქონე აღმოჩნდა, მომხმარებელს უფლება აქვს, მოვაჭრეს მოსთხოვოს ნაკლის აღმოფხვრა (საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, ფასის შემცირება) ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან.

საგულისხმოა, რომ სამოქალაქო კოდექსის მე-8 მუხლის მე-3 ნაწილის თანახმად, სამართლებრივი ურთიერთობის მონაწილენი ვალდებულნი არიან კეთილსინდისიერად განახორციელონ თავიანთი უფლებები და მოვალეობანი, შესაბამისად ნათლად დგინდება,

⁷⁵ Patti, Francesco Paolo. (2016). 'fraud' and 'misleading commercial practices': modernising the law of defects in consent. *European Review of Contract Law*, 12(4), 307-334. გვ. 328.

⁷⁶ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილება

რომ კანონმდებელი სამოქალაქო ურთიერთობის ერთ-ერთ საფუძვლად განსაზღვრავს კეთილსინდისიერებას. კეთილსინდისიერების ვალდებულებიდან გამომდინარე, გარიგების მხარეებს ევალებათ მათ მიერ ნაკისრი ვალდებულება შეასრულონ ჯეროვნად, დათქმულ დროსა და ადგილას (სსკ-ის 361(2)). თუკი აღნიშნული ვალდებულება არ/ვერ სრულდება, გარიგების მხარეებს წარმოეშობათ მეორეული ვალდებულებები. ნივთის ნაკლის შემთხვევაში, მეორეული ვალდებულება გულისხმობს საქონლის შეკეთებას, შეცვლას ხელშეკრულების შესაბამისი საქონლით. თუკი ნაკლის აღმოფხვრა ვერ ხდება, საქონლის ფასი ნაკლის პროპორციულად უნდა შემცირდეს, ხოლო თუკი აღნიშნულიც ვერ ხდება, მომხმარებელს აქვს ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლება (ultima ratio). საგულისხმოა, რომ კეთილსინდისიერების ვალდებულება მხარეებს მეორეული ვალდებულების შესრულების დროსაც ეკისრებათ, აღნიშნული კი გულისხმობს იმას, რომ მათ მეორეული ვალდებულება უნდა განახორციელონ ნებაყოფლობით, კონტრაქტის ინტერესების გათვალისწინების საფუძვლით. იმის გათვალისწინებით, რომ წინამდებარე მოცემულობა არის სამოქალაქო ურთიერთობათა სახასიათო, მოვაჭრის სავაჭრო პოლიტიკა უნდა იყოს აღნიშნული წესის შესაბამისი. აღნიშნული კი, გულისხმობს იმას, რომ თუკი მომხმარებელი ნაკლის არსებობის შესახებ პრეტენზიას განუცხადებს მოვაჭრეს, ეს უკანასკნელი ვალდებულია შეამოწმოს საქონელი, მოახდინოს ნაკლის იდენტიფიცირება და თუკი ის თავდაპირველია, შეასრულოს მისი კანონით გათვალისწინებული ვალდებულებები.

მოცემულ შემთხვევაში, მომხმარებელმა მოვაჭრეს განუცხადა პრეტენზიის შესახებ, ხოლო ამ უკანასკნელმა მომხმარებელი დაბლოკა. აღნიშნული ქმედება ადასტურებს იმას, რომ მოვაჭრის სავაჭრო პოლიტიკა არ ითვალისწინებს ნაკლის მქონე საქონლიდან წარმოშობილი ვალდებულებების შესრულებას. მოვაჭრის ქმედება მიუთითებს იმაზე, რომ ნაკლის მქონე საქონელზე რეაგირების არ ქონა არის მისი სავაჭრო პოლიტიკის ნაწილი, აღნიშნული კი არა მხოლოდ ერთ მომხმარებელს, არამედ მომხმარებელთა ჯგუფს ართმევს კანონით გათვალისწინებულ უფლებას, ამდენად მოვაჭრე რევაზ კალაძე ვალდებულია აღადგინოს იმ მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები, რომელთაც ზიანი მიადგათ მოვაჭრის ქმედებით.

ამდენად, ზემოაღნიშნული ფაქტობრივი გარემოებების შეჯერების შედეგად, სააგენტოს შეფასებით, ადგილი აქვს მოვაჭრე რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-17 მუხლის 1-4 პუნქტებისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და მე-2 პუნქტის დარღვევის ფაქტს.

თავი 4. 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 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის საფუძველზე სააგენტომ

გადაწყვეტა:

დადასტურდეს ფ/პ რევაზ კალაძის (პ/ნ: 01025015966) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-17 მუხლის 1-4 პუნქტებისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და მე-2 პუნქტის დარღვევის ფაქტს.