



საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის
2026 წლის 20 ივლისის N04/1124 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის
შესწავლის თაობაზე

ქ. თბილისი

2026

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი	3
1.1. განმცხადებლის პოზიცია	3
1.2. მოვაჭრის პოზიცია	3
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება	5
თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი	12
თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი	14
4.1. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი და ზოგადი წინამძღვარი	14
4.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი წინამძღვრები: ეკონომიკური ქცევის ტესტი და „საშუალო მომხმარებლის“ ნიშნული	17
4.3. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა მომხმარებლის უფლებებთან მიმართებით	21
თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი	29

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) წარდგენილი იქნა მოქალაქე (შემდგომში - მომხმარებელი/განმცხადებელი) 2026 წლის 20 ივლისის N01/6505 განცხადება მოვაჭრე შპს „გორგიას“ (ს/ნ 245621288) (შემდგომში - მოვაჭრე/გორგია) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 20 ივლისის N04/1124 ბრძანებით სააგენტომ დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

1.1. განმცხადებლის პოზიცია

განმცხადებელი აღნიშნავს, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს კანონით განსაზღვრული კანონისმიერი გარანტიის შესახებ მცდარ ინფორმაციას აწვდის.

2026 წლის 17 აგვისტოს N01/7487 წერილით განმცხადებელმა წარმოადგინა მოვაჭრის მიერ გაცემული საგარანტიო ტალონი (საქონელი ბენზო სათიბელა P.I.T P73102A, შესყიდვის თარიღი 12.07.2026), რომელშიც მითითებულია გარანტიის მოქმედების ვადა 1 წელი. ტალონში ასევე ფიქსირდება ჩანაწერი, რომ ქარხნული წუნის აღმოჩენისას პროდუქტი შეიცვლება ახლით გაყიდვიდან არაუგვიანეს 14 კალენდარული დღისა.

განმცხადებელმა დამატებით 2026 წლის 18 აგვისტოს N01/7515 წერილით წარმოადგინა მიმოწერის მტკიცებულება, რომლის მიხედვითაც მომხმარებლის მიერ ჩატში დასმულ პირდაპირ შეკითხვაზე მოვაჭრემ დაუდასტურა, რომ საქონელზე გარანტიის ვადა შეადგენს 1 წელს და ვრცელდება მხოლოდ ძრავზე.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2026 წლის 22 ივლისის N02/4999 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა განმცხადებლის განცხადების შესახებ და გამოთხოვილი იქნა შპს „გორგიას“ (ს/ნ 245621288) პოზიცია განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით.

მოვაჭრემ 2026 წლის 28 ივლისის N01/6757 წერილით წარადგინა საპასუხო წერილი, რომლის მიხედვითაც, მოვაჭრის მითითებით, ის მკაცრად იცავს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებებს და სტანდარტული პირობებისა და სავალდებულო ინფორმაციის მიწოდებას ახორციელებს როგორც მატერიალური ფორმით სავაჭრო ობიექტებში, ისე ელექტრონული კომერციისას ოფიციალური ვებგვერდის მეშვეობით.

მოვაჭრე უთითებს, რომ კანონისმიერი გარანტიის შესახებ ინფორმირება ხორციელდება პროაქტიულად და თვალსაჩინოდ, ყველა სავაჭრო ობიექტში სალაროსთან გამოკრულია საინფორმაციო განცხადება რეალიზაციიდან 2 წლის ვადაში ნაკლიანი ნივთის შეცვლის, შეკეთების ან სხვა კანონისმიერი უფლების შესახებ. იმ პროდუქციაზე, რომელზეც ვრცელდება დამატებითი კომერციული გარანტია, მომხმარებელი შეძენის მომენტში ეცნობა პირობებს და გადაეცემა ინდივიდუალური საგარანტიო ტალონი.

მოვაჭრის განმარტებით, სავაჭრო ობიექტებში განთავსებულია ინფორმაცია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის წესებისა და საფუძვლების შესახებ, ხოლო ვებგვერდზე ინტეგრირებულია ხელშეკრულებაზე უარის თქმის სტანდარტული ფორმა, ვადები, პირობები და ინფორმაცია კანონისმიერი გარანტიისა და უპირობო დაბრუნების შესახებ. მოვაჭრე ასევე უთითებს თანამშრომელთა გადამზადების მიზნით ჩატარებულ ტრენინგებზე.

2026 წლის 12 აგვისტოს №02/5442 წერილით, შპს „გორგიას“ დაევალა შემდეგი ინფორმაციისა და მტკიცებულებების წარმოდგენა:

- მომხმარებელთან განხორციელებულ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული შიდა მოკვლევის შედეგები;
- ინციდენტში მონაწილე პერსონალისა და ფილიალის მენეჯმენტის წერილობითი ახსნა-განმარტებები, დაზუსტებული ინფორმაციით იმის თაობაზე, მიეწოდა თუ არა მომხმარებელს არასწორი ინფორმაცია 2-წლიანი გარანტიის პირობების შესახებ;
- სადავო თარიღებში, შესაბამის სექციებსა და საინფორმაციო ცენტრში განხორციელებული ვიდეო/აუდიო მეთვალყურეობის ჩანაწერები (ასეთის არსებობის შემთხვევაში).

აღნიშნულ მოთხოვნასთან დაკავშირებით, შპს „გორგიამ“ სააგენტოს აცნობა, რომ სავაჭრო ობიექტებში აუდიო მონიტორინგი არ ხორციელდება და ვიდეომეთვალყურეობის სისტემები აფიქსირებს მხოლოდ ვიზუალურ გამოსახულებას, ხმის ჩაწერის ფუნქციის გარეშე.

ამავე წერილით, მოვაჭრემ მოითხოვა ინფორმაციის დაზუსტება. კერძოდ, მან ითხოვა კონკრეტული სავაჭრო სექტორის, ლოკაციისა და დროის ზუსტი მონაკვეთის (საათი და წუთი) მითითება ვიდეოჩანაწერის წარმოსადგენად.

2026 წლის 19 აგვისტოს №01/7560 წერილით მოვაჭრემ დამატებით წარმოადგინა წერილი, რომლის შესაბამისად, მოვაჭრის ყველა ფილიალში თვალსაჩინო ადგილას განთავსებულია ინფორმაცია კანონისმიერი გარანტიის შესახებ და პერსონალი სრულად არის ინფორმირებული შესაბამისი პირობების თაობაზე. წერილში მითითებულია, რომ მომხმარებელს არაერთხელ განემარტა მის მიერ შეძენილ ნივთზე როგორც 1-წლიანი კომერციული, ისე 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტიის გავრცელების პირობები, რითაც მოვაჭრე უარყოფს შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტს. ამასთან, წერილზე თანდართული დიდუბის ჰიპერმარკეტის მენეჯერის ახსნა-განმარტების მიხედვით, მომხმარებელს ცალსახად განემარტა, რომ კონკრეტულ პროდუქტზე არ ვრცელდებოდა კომერციული (დამატებითი) გარანტია იმ ვადითა და მოცულობით, რომელსაც იგი მოითხოვდა, თუმცა მასზე სრულად ვრცელდებოდა კანონმდებლობით გათვალისწინებული 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტია.

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. კანონის ნორმები უზრუნველყოფს მომხმარებელთა უფლებებს პროდუქტის თაობაზე მაქსიმალურად ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა ჰქონდეს.

კანონის მე-2 თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებსა და ვალდებულებებს, კონკრეტულად, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დალუპვასთან, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს.

კანონის მე-3 თავი განსაზღვრავს დისტანციური ხელშეკრულებისა და სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს მომხმარებლებისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას.

კანონის მე-4 თავი განსაზღვრავს სამომხმარებლო ხელშეკრულებას, სადაც განმარტებულია მოვაჭრის ვალდებულებები და მომხმარებლის უფლებები, აგრეთვე კომერციული გარანტია და მტკიცების ტვირთი და ვადები ხელშეკრულებასთან შეუსაბამობისას.

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

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 ინფორმაცია 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.

კანონის მე-10 მუხლი განსაზღვრავს დისტანციური ვაჭრობისას მომხმარებლისთვის დამატებით მისაწოდებელ ინფორმაციას. კერძოდ, პირველი პუნქტის მიხედვით, დისტანციური ხელშეკრულების ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებელს, ამ კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან ერთად, დამატებით, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს შემდეგი ინფორმაცია:

ა) მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან, აგრეთვე იმ მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართისა და ვინაობის თაობაზე, რომლის სახელითაც მოქმედებს იგი;

ბ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, გადასახადების ჩათვლით, ხოლო თუ აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე; არსებობის შემთხვევაში – ყველა დამატებითი ხარჯის შესახებ, მიწოდების, გადაზიდვისა და საფოსტო ხარჯების ჩათვლით, ხოლო თუ ასეთი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია – ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები იყოს გასაწევი. განუსაზღვრელი ვადით დადებული ხელშეკრულების ან საქონლის ან მომსახურების გამოწერით მიღების ხელშეკრულების შემთხვევაში ფასი გულისხმობს სრულ ფასს გადახდის თითოეული

პერიოდისთვის. თუ ხელშეკრულებით გათვალისწინებულია ფიქსირებული გადასახადი, სრული ფასი უნდა აღნიშნავდეს ყოველთვიურ სრულ გადასახადს. თუ სრული გადასახადის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მიწოდებული უნდა იქნეს მისი გამოთვლის წესი;

გ) ხელშეკრულების დადების დროს დისტანციური კომუნიკაციის საშუალების გამოყენების ხარჯის შესახებ, თუ ეს ხარჯი ძირითად ფასში არ შედის;

დ) ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა;

ე) ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელი ხელშეკრულებაზე უარს ვერ იტყვის, თუ, ამ კანონის მე-14 მუხლის შესაბამისად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შეუძლებელია;

ვ) დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში საქონლის დაბრუნებასთან დაკავშირებული ინფორმაცია მომხმარებლის მიერ გასაწევი ხარჯის შესახებ, თუ, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით დაბრუნება შეუძლებელია;

ზ) ქვევის კოდექსის არსებობისა და ხელმისაწვდომობის შესახებ;

თ) მოვაჭრის მოთხოვნის შემთხვევაში მომხმარებლის მიერ წარსადგენი ან გადასახდელი ფინანსური უზრუნველყოფის პირობების შესახებ;

ი) თუ შესაძლებელია – ინფორმაცია სასამართლოს გარეშე გასაჩივრების წესისა და ანაზღაურების მიღების შესახებ.

კანონის მე-13 მუხლით გათვალისწინებულია მომხმარებლის უფლება ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე თქვას უარი დისტანციურ ხელშეკრულებაზე ან/და სარეწის გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე 14 კალენდარული დღის განმავლობაში, თუ რა თქმა უნდა, სახეზე არ გვაქვს ამ კანონის მე-14 მუხლით დადგენილი გამონაკლისები.

მომხმარებელი ვალდებულია მოვაჭრეს 14 კალენდარული დღის ვადაში გაუგზავნოს შევსებული დაბრუნების ფორმა ან სხვა ცალსახა მტკიცებულება, რომელიც ასახავს მომხმარებლის გადაწყვეტილებას საქონლის დაბრუნების შესახებ. თუ აღნიშნულ ვადაში მომხმარებელი არ შეავსებს დაბრუნების ფორმას ან სხვა ცალსახა მტკიცებულებას არ წარუდგენს მოვაჭრეს, მომხმარებელი კარგავს ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე ნივთის დაბრუნების უფლებას.

კანონის მე-15 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგად ქარწყლდება მხარეების მიერ დისტანციური ხელშეკრულებით ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებები, ხოლო ის, რაც მხარეებმა მისი შესრულებით მიიღეს, მათ უბრუნდებათ.

კანონის მე-15 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია:

ა) მომხმარებელს გადახდილი თანხა, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – მიწოდების ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა დაუბრუნოს სრულად, გაჭიანურების გარეშე, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 14 კალენდარული დღისა. მოვაჭრე ვალდებული არ არის, მომხმარებელს დაუბრუნოს იმ დამატებითი ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა, რომელიც დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ არასტანდარტული ან მოვაჭრის მიერ შეთავაზებული მიწოდების მომსახურებაზე უფრო ძვირი მიწოდების მომსახურების არჩევასთან;

ბ) თანხა აანაზღაუროს გადახდის იმავე საშუალებებით, რომლებიც მომხმარებელმა გამოიყენა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებელი გადახდის სხვა საშუალების გამოყენებაზე თანხმობას განაცხადებს და მას დამატებითი ხარჯი არ წარმოეშობა.

კანონის მე-16 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი. საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამის საქონლად მიიჩნევა, თუ იგი შეესაბამება მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებულ აღწერას და მას აქვს იგივე თვისებები, რომლებიც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის წარდგენილ საქონლის ნიმუშს ჰქონდა.

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

კანონის მე-19 მუხლის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მკაფიოდ ჩამოაყალიბოს საგარანტიო პირობები, მათ შორის, კომერციული გარანტიის (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ხანგრძლივობა და მოქმედების ტერიტორია და მისი გასაჩივრებისთვის საჭირო ინფორმაცია, კერძოდ, მოთხოვნის ხანდაზმულობის ვადა, მოვაჭრის სახელი, მისამართი.

მოვაჭრე იღებს ვალდებულებას, რომ მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, კომერციული გარანტია მას წერილობით ან მისთვის მისაღები სხვა ფორმით მიაწოდოს.

კანონის მე-20 მუხლის თანახმად, 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. მომხმარებელს უფლება აქვს, ისარგებლოს ამ კანონის მე-17–მე-19 მუხლებით გათვალისწინებული უფლებებით, თუ საქონლის ნაკლი საქონლის მისთვის გადაცემიდან 2 წლის განმავლობაში აღმოჩნდა.

კანონის 24-ე მუხლის თანახმად უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია.

ამავე მუხლის მეორე პუნქტის შესაბამისად, 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.

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 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 დირექტივის (შემდგომში - 2011/83 დირექტივა) მიზანია მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრებს 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 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 2019/771 (შემდგომში - 2019/771 დირექტივა) დირექტივის მიზანია შიდა ბაზრის ნორმალური ფუნქციონირების ხელშეწყობა და ამავედროულად, 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 მაიწოდოს 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 (a) ქვეპუნქტის მიხედვით, იმისთვის, რომ საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ხარისხის შესაბამისად ჩაითვალოს, ის უნდა იყოს ისეთივე გამოყენების, როგორიც მისი მსგავსი საქონელი. აღნიშნულის დასადასტურებლად, 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 არათანაბარ ზომიერად დიდ ხარჯებს.

ამავე დირექტივის მე-14 მუხლის პირველი პუნქტის (a) 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.

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

აღნიშნული დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის 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 მიღებას, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.

თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი

კანონი განსაზღვრავს საქმის შესწავლის დაწყების საფუძვლებს. კერძოდ, კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტის მიხედვით, სააგენტოს მიერ მომხმარებლის უფლების სავარაუდო დარღვევის ფაქტის შესწავლის დაწყების საფუძველია გონივრული ვარაუდი, რომ ამ კანონის მოთხოვნების დარღვევისას, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესს ზიანი ადგება ან შესაძლოა მიაღწეს.

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. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის არსებობის შეფასებისას სააგენტო ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში 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.

აღსანიშნავია, რომ 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.¹

ამ კუთხით სააგენტო ასევე ყურადღებას ამახვილებს ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2020 წლის 25 ნოემბრის 2020/1828 დირექტივაზე (შემდგომში - 2020/1828 დირექტივა), რომლის მიხედვით, მომხმარებელთა დაცვის სამართალი იცავს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებებსა და ინტერესებს მოვაჭრის ისეთი ქმედებისაგან, რომელიც ერთობლივად საზიანო იქნება მომხმარებელთა ფართო წრისათვის. აღსანიშნავია, რომ 2020/1828 დირექტივის მე-3 მუხლის მე-3 პუნქტში მოცემულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის პოზიტიური განმარტება. აღნიშნული მიდგომის მიხედვით, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი მომხმარებელთა საერთო ინტერესს გულისხმობს.

აღნიშნულის გათვალისწინებით სააგენტო განმარტავს, რომ კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტში მითითებული ჯგუფური ინტერესი გულისხმობს არა ცალკეული მომხმარებლის ინდივიდუალურ ინტერესს, არამედ მომხმარებელთა გარკვეული წრის ერთობლივ ინტერესს. კოლექტიური/ჯგუფური ინტერესის კონცეფცია განსხვავდება ინდივიდუალური ინტერესების ჯამისაგან და მეტწილად ფოკუსირებულია მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების სამომავლო ხელყოფის პრევენციაზე და არა რამდენიმე მომხმარებლის ხელყოფილი ინდივიდუალური უფლებების აღდგენაზე. ამასთან, აღნიშნული არ ზღუდავს კონკრეტულ მომხმარებელს

¹ Cass Crim, 20 May, 1985, bull crim 485.

გამოიყენოს კანონით მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილება და მისი, როგორც მომხმარებლის უფლებების დარღვევის შემთხვევაში, მიმართოს სააგენტოს.

განსახილველ საქმეში იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს კანონით განსაზღვრულ ინფორმაციას აწვდის შეცდომაში შემყვანი ფორმით, 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.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების 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 გამოითხოვოს ინფორმაცია (მათ შორის, კონფიდენციალური ინფორმაცია), რომელიც სააგენტოს შესაბამისი უფლებამოსილების განსახორციელებლად სჭირდება.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ 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 4. სამოტივაციო ნაწილი

სააგენტომ საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით, ასევე სააგენტოს მიერ მოპოვებული ინფორმაციით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა დარღვევები კანონის უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნაწილში. სააგენტო, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დაეყრდნო საქართველოსა და ევროკავშირის კანონმდებლობას და უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით. საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაციაა, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და რელევანტურობას.

4.1. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი და ზოგადი წინამძღვარი

განსახილველ საქმეში მომხმარებელთა ჯგუფის ფართო წრეზე მოვაჭრის უარყოფითი გავლენის შეფასებისას მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, რა ნაწილში არ შეესაბამება მოვაჭრის საქმიანობა კანონის მოთხოვნებს.

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი ადგენს ინფორმირებული მომხმარებლის მაღალ სტანდარტს, ვინაიდან მომხმარებელმა სწორედ მოვაჭრის მიერ მიწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე უნდა მიიღოს გააზრებული და მისი ნების შესაბამისი გადაწყვეტილება.

გასათვალისწინებელია, სამომხმარებლო ურთიერთობების ყოველდღიური, საყოფაცხოვრებო ხასიათი, რამაც შესაძლოა საშუალო მომხმარებლისთვის შექმნას არაგონივრული ტვირთი ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად. აღნიშნულს აბალანსებს მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტი, რომელიც ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - ევროკავშირის სასამართლო) არაერთი გადაწყვეტილებითაა განმტკიცებული. საქმეზე Content Service Ltd v. Bundesarbeitskammer² სასამართლომ განმარტა, რომ მოვაჭრე ვალდებულია, მომხმარებლებს მიაწოდოს ინფორმაცია იმ მოლოდინის გარეშე, რომ ისინი თავად მოიძიებენ ამ ინფორმაციას და მომხმარებლები პასიურები უნდა რჩებოდნენ ინფორმაციის მოპოვების თვალსაზრისით.²

სახელმძღვრელებო ურთიერთობაში შესვლამდე, მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს სრული ინფორმაცია საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით; მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; ასევე მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან; მოვაჭრის

² Case C-49/11 Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer

ელექტრონული ფოსტის მისამართის და ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ, კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელი ხელშეკრულებაზე უარს ვერ იტყვის, თუ, კანონის მე-14 მუხლის შესაბამისად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შეუძლებელია; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მომხმარებელი ვალდებულია გასწიოს საქონლის დაბრუნების ხარჯი, თუ, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით დაბრუნება შეუძლებელია.

კანონით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83 დირექტივის მე-5 მუხლის ანალოგს წარმოადგენს, რომელიც ინტერპრეტირებულია ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს არაერთ გადაწყვეტილებაში. მათ შორის, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო საქმეზე NC-649/17 აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის 2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა.³

კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილება მიიღოს შესაბამისი და რელევანტური ინფორმაციის საფუძველზე. იმის გათვალისწინებით, რომ ის ხელშეკრულების ნაკლებად დაცული მხარეა, მის კონტრაჰენტს, მოვაჭრეს ავალდებულებს მაქსიმალურად მოახდინოს მომხმარებლის ინფორმირება. მას უნდა შეეძლოს გადაწყვეტილება სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესვლასთან დაკავშირებით მიიღოს რაციონალურად, გააზრებულად და რაც ყველაზე მთავარია, საკმარისი და ამომწურავი ინფორმაციის საფუძველზე. ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევა. ქართული კანონმდებლობის მსგავსად ანალოგიურადაა განმარტებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროკავშირის №2011/83 დირექტივაშიც.

მოვაჭრე კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას ვალდებულია, მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია ნათელი და ყოვლისმომცველი ფორმით. დირექტივა მოვაჭრეებს ავალდებულებს უზრუნველყონ კომუნიკაციის ეფექტიანი საშუალებები⁴, რაც მომხმარებლებს გაუადვილებს მოვაჭრესთან დაკავშირებას.

№C-430/17 საქმეზე სასამართლო განმარტავს დირექტივის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების მნიშვნელობას სამომხმარებლო ურთიერთობის ეფექტური განხორციელებისთვის. წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მომხმარებლისთვის ნივთის

³ Judgment of the Court of Justice of 10 July 2019, Case C-649/17.

⁴ Ibid, para 53.

ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებული სრულყოფილი ინფორმაცია განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.⁵

მოვაჭრე კომერციულ საქმიანობას ახორციელებს როგორც ადგილზე ისე ონლაინ.

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.

2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

მხარეთა დისბალანსი სამომხმარებლო ურთიერთობისას პრეზუმირებულია, ასეთ დროს მიიჩნევა, რომ მომხმარებელი არის გარიგების სუსტი მხარე, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ იურისტმა წარმოაჩინა მაღალი ტექნიკური ცოდნა, ის არ შეიძლება არ იქნას მიჩნეული გარიგების სუსტ მხარედ, გამყიდველთან მიმართებით⁶. ამდენად კანონის მე-5 მუხლიდან გამომდინარე, მოვაჭრეს ეკისრება პროაქტიურად მოქმედების ვალდებულება. გამომდინარე, აქედან საკმარისი არ არის კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მხოლოდ ნებისმიერი ფორმით განთავსება, განთავსებული ინფორმაცია უნდა აკმაყოფილებდეს მკაფიოობის, უტუარობისა და სისრულის მაღალ სტანდარტს, რაც საშუალო მომხმარებლისთვის აღნიშნულ ინფორმაციას გახდის მარტივად აღქმადს, ყოველგვარი ბუნდოვანების გამორიცხვით.

გამჭვირვალე ინფორმაციის მიწოდება განსხვავდება ინფორმაციის გამჟღავნების ზოგადი ვალდებულებებისგან და მეწარმისგან მოითხოვს უფრო მეტ ჩართულობას უზრუნველყოფს ინფორმაციის შედეგზე ორიენტირებულად, ანუ ადრესატისთვის (მომხმარებლისთვის) აღქმადი ფორმით მიწოდება. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში, მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება ფაქტობრივი სახით, არამედ მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხიც.

მომხმარებელთა უფლებების მარეგულირებელი დირექტივა ერთიან კონტექსტში განიხილავს ინფორმირებულობასა და გამჭვირვალობას და ამკვიდრებს ახალ ცნებას „გამჭვირვალე ინფორმაცია“, რაც მოიაზრებს იმას, რომ დირექტივა არა მხოლოდ ავალდებულებს მეწარმეს მიაწოდოს მომხმარებელს ინფორმაცია, არამედ იქვე აკონკრეტებს, რომ ეს ინფორმაცია უნდა იყოს არაორაზროვანი და გასაგები ენით გადმოცემული.⁷

⁵ Judgment of the Court of Justice of 23 January 2019, Case C-430/17.

⁶ Judgment of the Court of Justice of 3 September 2015, Case C-110/14.

⁷ ლაკერბაია თ, ქართული და ევროპული სახელშეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი (სადისერტაციო ნაშრომი, 2016).

მეწარმეს შეუძლია დაიცვას ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება და მომხმარებელს მიაწოდოს კანონით დადგენილი ინფორმაცია, თუმცა ეს განახორციელოს იმგვარად, რომ მისი შინაარსი გაუგებარი და არასრული იყოს. მოხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში კი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება, აუცილებლად მოიაზრებს ამ ინფორმაციის მიწოდების ფორმას, რომელიც უნდა იყოს მარტივად გასაგები საშუალო მომხმარებლისთვის.⁸

4.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი წინამძღვრები: ეკონომიკური ქცევის ტესტი და „საშუალო მომხმარებლის“ ნიშნული

ევროკავშირის დირექტივა 2005/29/EC „უსამართლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ (შემდგომში - 2005/29/EC დირექტივა) არის ყოვლისმომცველი ჩარჩო დოკუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს დაიცვას მომხმარებელთა უფლებები და ხელი შეუწყოს ბაზარზე სამართლიან კონკურენციას. დირექტივა ბიზნესს უკრძალავს აგრესიულ ან შეცდომაში შემყვან სავაჭრო პრაქტიკას, რამაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ინტერესებს ან შეაფერხოს მათი უნარი, მიიღონ ინფორმირებული გადაწყვეტილებები. დირექტივის ერთ-ერთი მთავარი მოთხოვნაა, რომ ბიზნესმა მომხმარებლებს მიაწოდოს მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია. ამგვარ ინფორმაციას მიეკუთვნება, მაგალითად, ინფორმაცია პროდუქტის ხელმისაწვდომობის, ბუნების, ფასის, ფასის გაანგარიშების, მახასიათებლების, იდენტიფიკაციის შესახებ და სხვა. უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად ასევე ჩაითვლება უმოქმედობა, ფაქტების დაფარვა, რაც მნიშვნელოვანია გადაწყვეტილების მისაღებად.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ჭეშმარიტ და სრულყოფილ ინფორმაციასთან წვდომა, 2005/29/EC დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს არ უწევს დაადგინოს მოვაჭრის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა იყო განზრახი თუ გაუფრთხილებელი. დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების მიხედვით, აღნიშნულს მარტოოდენ სანქციის დაკისრების ეტაპზე აქვს მნიშვნელობა.⁹ მსგავსი განმარტება გააკეთა ევროკავშირის მართლმასჯულების სასამართლომ 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილებაშიც.¹⁰

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია. წინამდებარე მუხლის მე-2 ნაწილი ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგად წინამძღვრებს, რომლის პირველი ბაზისია კეთილსინდისიერების მოთხოვნების დარღვევა მოვაჭრის მიერ, ხოლო მეორე ბაზისს წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის ცვლილება უარყოფით კონტექსტში.

⁸ Campagna MF, 'Transparent Consumer Information in Directive 2011/83/EU' (2012) 19 The Columbia Journal of European Law 38.

⁹ Patti FP, "Fraud" and "Misleading Commercial Practices": Modernising the Law of Defects in Consent' (2016) 12(4) European Review of Contract Law 307, 328.

¹⁰ Case C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft.

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

ამავე მუხლის, მე-4 პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა. უფრო ჩაშლილად, უსამართლო კომერციული პრაქტიკა მოიცავს 3 კატეგორიას: პირველი - **მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას;** მეორე - **უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობას;** მესამე - **აგრესიული კომერციული საქმიანობას;**

ზემოაღნიშნული ევროკავშირის დირექტივით განსაზღვრულია ე.წ. „შავ სია“, რომელიც აღგენს კონკრეტულ შემადგენლობებს, რა შემთხვევაშიც კომერციული საქმიანობა თავისთავად უსამართლოდ მიიჩნევა და შესაბამისი უწყების მიერ აღარ არსებობს ქმედების შედეგების შეფასების საჭიროება, მომხმარებელთა ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენასთან მიმართებით.

ქართული კანონმდებლობის მიხედვით, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტი ასევე აღგენს მსგავსი ტიპის „შავ სიას“ ქმედებათა კონკრეტული შემადგენლობის მითითებით, რომლის შესაბამისადაც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია ამ პუნქტით გათვალისწინებული ქმედებები.

მოვაჭრის ქმედებების ანალიზის საფუძველზე არ გამოიკვეთა მოვაჭრის ქმედებების შესაბამისობა 25-ე მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ რომელიმე დანაწესთან, აქედან გამომდინარე, **სააგენტომ უნდა შეაფასოს მოვაჭრის ქმედებების ზეგავლენის ინტენსივობა მომხმარებლის ქცევაზე და ამ გავლენის კონტექსტი ე.წ. „ეკონომიკური ქცევის ტესტის“ გამოყენებით.** აღნიშნული ტესტით სააგენტო შეძლებს შეაფასოს მოვაჭრის ქმედება, ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით არსებითად უარყოფითად. შესაბამისად, ეკონომიკური ქცევის ტესტი მოიცავს ორ ელემენტს საშუალო მომხმარებლის ნიშნულს, ტრანზაქციულ გადაწყვეტილებას/ეკონომიკურ ქცევასა და ზეგავლენის მოხდენის შესაძლებლობას.

აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად ევროკავშირის 2005/29/EC დირექტივისა და მისი სახელმძღვანელოების მიერ გამოყენებული ტერმინისა („ტრანზაქციული გადაწყვეტილება“), ეროვნულ სამართლებრივ სივრცეში იგი შინაარსობრივად სრულად ფარავს და უკავშირდება „ეკონომიკური ქცევისა“ და „ეკონომიკური გადაწყვეტილების“ ცნებებს. ამიტომ, ტექსტში, სამართლებრივი კონტექსტისა და ეროვნული სტანდარტის დაცვის მიზნით, კანონისმიერი ტერმინები დინამიკურად და კონტექსტის შესაბამისად იხმარება.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო „ეკონომიკურ ქცევას“ განმარტავს ფართოდ და ქცევად აიდენტიფიცირებს არა მხოლოდ უშუალოდ საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ მომხმარებლის ყოველ გადაწყვეტილებას, რომელიც უკავშირდება საქონლის შეძენას. ამდენად, აღნიშნული დეფინიციის ქვეშ ექვეცა ისეთი ქმედებებიც როგორიცაა, სავაჭრო პლატფორმის გადმოწერა. ეკონომიკური ქცევის ტესტი წარმოადგენს ქვაკუთხედსა და პრე-რეკვიზიტს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი შემადგენლობის შეფასებისას.¹¹ რაც თავის თავში მოიაზრებს იმას, რომ საქმიანობა იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა. აღნიშნული ტესტის საფუძველზე ფასდება მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან არსებითად, უარყოფით კონტექსტში.

უსამართლო კომერციული პრაქტიკის წინააღმდეგ ბრძოლას საფუძველი ჯერ კიდევ მე-20 საუკუნეში ჩაეყარა. ამერიკის შეერთებული შტატების უზენაესის სასამართლო 1924 წლის გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ ცრუ განცხადებებთან ერთად უნდა მოხდეს ბუნდოვანი და არაპირდაპირი სარეკლამო განცხადებების პრევენცია. ამავე გადაწყვეტილებით სასამართლო უთითებს, რომ თუ სახეზე შესაბამისი განზრახვა არაა, განსაკუთრებულ წნეხს არ უნდა წარმოადგენდეს ბიზნესისათვის თავისი სარეკლამო კამპანიებისთვის შეარჩიოს იმგვარი განცხადებები, დიზაინები ან მეთოდები, რაც არ იქნება მომხმარებლისთვის შეცდომაში შემყვანი.¹²

საქმეში წარმოდგენილ მტკიცებულებათა შეჯერებით, სააგენტო მიიჩნევს, რომ კონკრეტულ შემთხვევაში მაკვალიფიცირებელ ნორმას წარმოადგენს კანონის 25-ე მუხლის მეორე ნაწილი, რომლის შესაბამისადაც, 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.

გავლენა ფასდება საერთო ნიშნულით, რასაც წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის აღქმა.

2005/29/EC დირექტივა გვთავაზობს მომხმარებლის სამ განსხვავებულ ტიპს, რომლებიც ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან მოწყვლადობის ხარისხით. ამოსავალ ნიშნულად კი დირექტივა იღებს კონცეფციას: „საშუალო მომხმარებელი, რომელიც საკმარისად არის ინფორმირებული, საკმარისად დაკვირვებული და წინდახედული“.

ევროკავშირის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონმდებლობასა და ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში საშუალო მომხმარებლის ცნება გამოიყენება

¹¹ European Commission, 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.

¹² United States v 95 Barrels of Vinegar, 265 US 438 (1924).

მომხმარებელთა ქცევის შეფასების კრიტერიუმად,¹³ რასაც ნაბიჯ-ნაბიჯ მიყვება ქართული კანონმდებლობა და პრაქტიკა. მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაციის ადეკვატურობა და აღქმადობა საშუალო მომხმარებლის მოლოდინით იზომება.¹⁴

ევროკავშირის რეგულაციების თანახმად, საშუალო მომხმარებელი შეფასებულია, როგორც გონივრულად კარგად ინფორმირებული, გონივრულად გათვითცნობიერებული და წინდახედული. მაგრამ საქართველოში რეგულირების ზეგავლენის შეფასებისას გამოიკვეთა, რომ არსებული რეალობის გათვალისწინებით, რთულია ევროკავშირის კონცეფციით გააზრებული „საშუალო მომხმარებელი“ კანონის მოქმედების ნიშნულად იქნეს გათვალისწინებული.

სამომხმარებლო საქონლის ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევას მრავალი ფაქტორი განსაზღვრავს, რაც შეიძლება დავყოთ შემდეგ ოთხ ჯგუფად: 1. კულტურული ფაქტორები; 2. ეკონომიკური ფაქტორები; 3. სოციალური ფაქტორები; 4. პიროვნული ფაქტორები. ამ ფაქტორების შესწავლის საფუძველზე აგებს გონიერი მეწარმე თავის მარკეტინგულ სტრატეგიებს. აღნიშნული ფაქტორები კი სხვადასხვა გარემოპირობებში სხვადასხვაგვარია.

მართალია საშუალო მომხმარებლის ტესტი არ არის სტატისტიკური ტესტი, თუმცა აღნიშნულიც ცხადყოფს, რომ საქართველოს მოქალაქეები უფრო მოწყვლადი არიან და შესაბამისად, საჭიროებენ მეტ დაცვას უსამართლო კომერციული პრაქტიკისაგან. კერძოდ, იქედან გამომდინარე, რომ 2022 წლამდე საქართველოში არ არსებობდა მომხმარებლის უფლებების დაცვის სრულყოფილი კანონმდებლობა და მექანიზმები და შესაბამისად, სამომხმარებლო განათლების დონე დაბალია, მომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებულნი და უფრო მეტად მოწყვლადი არიან უსამართლო კომერციული პრაქტიკის მიმართ.¹⁵

საშუალო მომხმარებლის ნიშნული ყველა ქვეყანაში განსხვავებულია, რაც შესაბამის ასახვას ჰპოვებს თითოეული ქვეყნის საკონონმდებლო რეგულაციებსა და სასამართლო პრაქტიკაში. ამ კუთხით მნიშვნელოვანია განვიხილოთ ბელგიის მაგალითი, კერძოდ, 1980 წლის სამეფო ბრძანებულება, რომლის მიხედვითაც, დადგენილი იქნა მარგარინის შეფუთვის კონკრეტული გეომეტრიული ფორმა. მარგარინი ბელგიის ბაზარზე ყოველთვის იფუთებოდა კუბის ფორმაში, რაც განასხვავებდა მას კარაქის შეფუთვისგან, აღნიშნული რეგულაცია **კანონით განსაზღვრული სავიზუალო დიფერენციაციის მაგალითია**, რომელიც პროდუქტს არა მხოლოდ ეტიკეტირებით ან დასახელებით არამედ ფიზიკური ფორმითაც განასხვავებს, მიზანს კი წარმოადგენს მომხმარებლის აღქმის დაცვა შეცდომაში შემყვანი მთაბეჭდილებისგან.¹⁶

არსებობს მოსაზრება, რომ საშუალო მომხმარებლის ნიშნული გამოიყენება ინფორმაციის გამჭვირვალობის შესაფასებლად და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების

¹³ EU Consumer Protection 2.0: Structural Asymmetries in Digital Consumer Markets, Joint Report from Research Conducted under the EUCP2.0 Project (Brussels, 2021) 5.

¹⁴ ლაკერბაია თ, ხელშეკრულების უარყოფის უფლება: ქართული და ევროპული სახელშეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი (თბილისი, 2016) 181.

¹⁵ გველესიანი ზ, 'სამომხმარებლო სამართლის აუცილებლობა ეფექტიანი კონკურენციისათვის და კონკურენციის სამართლის უფრო მკაცრად აღსრულებისათვის (ევროკავშირის სამართლისა და საქართველოს კანონმდებლობის შედარებით-სამართლებრივი ანალიზი)'.

¹⁶ Case 261/81, Walter Rau Lebensmittelwerke v De Smedt PvbA [1982] ECR 3961.

წანამძღვრად, თუმცა ვერ უმკლავდება ინფორმაციული ასიმეტრიის გამოწვევებს, რადგანაც საშუალო მომხმარებელს ყოველთვის არ აქვს შესაძლებლობა ან სურვილი, რომ საფუძვლიანად შეაფასოს მისთვის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია.¹⁷

ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, საშუალო მომხმარებლის ტესტი გავლილი უნდა იქნეს ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკისა და ქართული რეალობის გათვალისწინებით შემუშავებული სტანდარტით.

4.3. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა მომხმარებლის უფლებებთან მიმართებით

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, მაშინაც კი, თუ ის 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 „ვ“ ქვეპუნქტი ამ ინფორმაციის რიცხვს მიაკუთვნებს მომხმარებლის უფლებების, მათ შორის საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის შესახებ ინფორმაციას.

აღნიშნული ნორმა ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005/29/EC დირექტივის მე-6 მუხლის ანალოგია. დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტი შეცდომაში შემყვან ქმედებად პირდაპირ მოიხსენიებს მომხმარებლის უფლებების, მათ შორის კანონისმიერი გარანტიის ფარგლებში საქონლის შეცვლისა და თანხის დაბრუნების უფლების, არასწორად ან შეცდომაში შემყვანად წარმოჩენას. ამავე მუხლის თანახმად, ქმედება შეცდომაში შემყვანია მაშინაც, როცა ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, თუ მისი მთლიანი წარმოდგენა ატყუებს საშუალო მომხმარებელს. ხელშეკრულების დადებამდე კანონისმიერი გარანტიის შესახებ ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას ადგენს 2011/83 დირექტივის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „ე“ ქვეპუნქტი.¹⁸

განსახილველ საქმეში მოვაჭრე მომხმარებელთა ჯგუფს კანონისმიერი გარანტიის შესახებ ინფორმაციას აწვდის რამდენიმე დეკლარირებულ არხში. ვებგვერდზე განთავსებული „გარანტიისა და უპირობო დაბრუნების“ პოლიტიკა, სავაჭრო ობიექტებში სალაროსთან გამოკრული საინფორმაციო განცხადება და ჩატბოტში მოვაჭრის განმარტება არსებითად სწორად ასახავს კანონისმიერ 2-წლიან საგარანტიო ვადას და მე-20 მუხლით დადგენილ

¹⁷ ლაკერბაია თ, 'მომხმარებლის ცნება ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში' (2021) 4 ჟურნალი „ორბელიანი“ 71.

¹⁸ Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council, art 6; Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council, art 5(1)(e).

პირველი 6 თვის პრეზუმფციას. ამ ნაწილში მოვაჭრის მიერ განთავსებული ინფორმაცია კანონისმიერ განარტიასთან მიმართებით კანონშესაბამისია.

აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრის მიერ განთავსებული ინფორმაცია მომხმარებელთა უფლებების შესახებ, გარდა იმისა, რომ უზრუნველყოფს მომხმარებლების ინფორმირებულობას მათი უფლებების შესახებ, მეორე მხრივ მოვაჭრის მიერ დეკლარირებული პოლიტიკა საშუალო მომხმარებელში აყალიბებს იმის რწმენას, რომ მოვაჭრე ამ უფლებების რეალიზების გარანტიორია. აქედან გამომდინარე, მომხმარებელი დებს ან შესაძლოა დადოს ისეთი გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა, ვინაიდან მომხმარებელმა შესაძლოა სწორედ ამ გარანტიების საფუძველზე შექმნილი ნდობით შეაჩეროს არჩევანი კონკრეტულ მოვაჭრეზე.

მიუხედავად ამისა, აღნიშნული პოლიტიკა შესაძლოა ატარებდეს ილუზორულ ხასიათს, რაც უსამართლო კომერციული პრაქტიკის კონტექსტში ძირითადად ორი ურთიერთდაკავშირებული ფორმით ვლინდება. პირველი ფორმა წარმოადგენს დეკლარირებული პოლიტიკის პირდაპირ უგულებელყოფას; კერძოდ, საჯაროდ გაცხადებული პირობების მიუხედავად, პრაქტიკული რეალიზების ეტაპზე მოვაჭრე უარს ეუბნება მომხმარებელს მოთხოვნის დაკმაყოფილებაზე, რითაც სრულად იზღუდება უფლებით სარგებლობის შესაძლებლობა.¹⁹ მეორე ფორმა კი შედარებით ფარულ მექანიზმს ეფუძნება და გამოიხატება ინდივიდუალური კომუნიკაციისას მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანაში. ამ სცენარში მოვაჭრე საგარანტიო დოკუმენტაციით ან მიმოწერით მომხმარებელს აწვდის საჯარო პოლიტიკისგან განსხვავებულ, შემავიწროებელ პირობებს. ამგვარი ქმედების უმთავრესი მიზანია საინფორმაციო და ფსიქოლოგიური ბარიერის შექმნა, რათა მომხმარებელს თავადვე გაუქრეს პრეტენზიის დაფიქსირების სურვილი და ნებაყოფლობით თქვას უარი საკუთარი უფლებების დაცვაზე.

აღსანიშნავია, რომ ილუზორული პოლიტიკის ხსენებული ფორმები პრაქტიკაში ხშირად თანამკვეთია. იურიდიული შეფასებისას არსებითია, რომ მოვაჭრის ქმედება კვალიფიცირდება შეცდომაში შემყვანად იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მომხმარებლის კატეგორიული და შეუპოვარი მოთხოვნის შედეგად მოვაჭრე საბოლოოდ იძულებული ხდება დააკმაყოფილოს კანონისმიერი ვალდებულება. უფლების რეალიზების გზაზე ხელოვნური დაბრკოლების შექმნა და ურთიერთგამომრიცხავი ინფორმაციის მიწოდება თავისთავად წარმოადგენს დარღვევას, ვინაიდან იგი აფერხებს საშუალო მომხმარებელს, ხოლო მომხმარებელთა გარკვეული ნაწილი, დამატებითი ძალისხმევის გაწევის ნაცვლად, ნებდება და აღარ მიმართავს მოვაჭრეს. შესაბამისად, სააგენტოს მიერ წინამდებარე საქმეზე დარღვევის დადგენა ატარებს მკვეთრად პრევენციულ ხასიათს, რათა მომავალში გამოირიცხოს მსგავსი დამაბნეველი სტრატეგიების გამოყენება. აღნიშნული მიდგომა განსაკუთრებით კრიტიკულია საქართველოს სამომხმარებლო ბაზრისთვის, სადაც სამომხმარებლო უფლებების შესახებ ცნობიერების შედარებით დაბალი დონე კიდევ უფრო ზრდის საშუალო მომხმარებლის მოწყვლადობას და შესაბამისად, მოვაჭრის

¹⁹ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს 2025 წლის №04/822 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება შპს „ისურვეს“ წინააღმდეგ.

კანონისმიერ პასუხისმგებლობას. წინამდებარე საქმეში სააგენტოს შეფასების საგანს სწორედ ილუზორული პოლიტიკის ეს მეორე, ფარული ფორმა წარმოადგენს.

როგორც უკვე აღინიშნა, ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების შესრულების მტკიცების ტვირთი ცალსახად ეკისრება მოვაჭრეს. 2011/83/EU დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის თანახმად, წინასახელშეკრულებო ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნების დაცვის მტკიცების ტვირთი სრულად არის დაკისრებული მოვაჭრეზე. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში, სწორედ მან უნდა ამტკიცოს, რომ დირექტივით ნაკისრი ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე უზრუნველყო. აღნიშნული მიდგომა იმპერატიულად არის ასახული ეროვნულ კანონმდებლობაშიც. კერძოდ, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, ამავე კანონის მე-5, მე-6, მე-7 და მე-9–მე-12 მუხლებით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცების ტვირთი ეკისრება მოვაჭრეს. შესაბამისად, აღნიშნული მტკიცების ტვირთი ეკისრება მოვაჭრეს უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას, როცა სადავო ქმედება ეხება კანონით დადგენილი ინფორმაციის სწორად მიწოდების ვალდებულებას. ამ კონტექსტში მოცემულ შემთხვევაში, კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტით მისაწოდებელი ინფორმაცია, რომელიც ეხება კანონისმიერ გარანტიას, შინაარსობრივად ესადაგება 25-ე მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტით მოცულ ინფორმაციას, რადგან ქვეპუნქტი ამ ინფორმაციის რიცხვს მიაკუთვნებს მომხმარებლის უფლებების, მათ შორის საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის შესახებ ინფორმაციას.

აღნიშნული საკანონმდებლო დანაწესებიდან გამომდინარე, შპს „გორგიას“ ეკისრებოდა პროაქტიული ვალდებულება, მომხმარებელთან წარმოშობილი ინციდენტის თაობაზე წარმოედგინა შესაბამისი გამაბათილებელი მტკიცებულებები და დაედასტურებინა კანონმდებლობით დაკისრებული ვალდებულების ჯეროვანი შესრულება. ამის მიუხედავად, საქმის ფაქტობრივი გარემოებების სრულყოფილად გამოკვლევის მიზნით, სააგენტომ ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში დამატებით გამოითხოვა საქმის გადასაწყვეტად არსებითი მნიშვნელობის მქონე მტკიცებულებები: შიდა მოკვლევის შედეგები, პერსონალის წერილობითი ახსნა-განმარტებები და მეთვალყურეობის სისტემის ჩანაწერები.

სააგენტოს ოფიციალური მოთხოვნის საპასუხოდ, მოვაჭრემ წარმოადგინა წერილობითი პოზიცია, რომლის შესაბამისად არ ხორციელდება აუდიო ჩაწერა და მოითხოვა დაკონკრეტება დროითი შუალედის ვიდეოჩანაწერების წარმოსადგენად. მოვაჭრის მითითება ვიდეოჩანაწერების იდენტიფიცირების მიზნით დეტალების დაზუსტების საჭიროებაზე, იურიდიულად ვერ ათავისუფლებს მას საწარმოში არსებული და მის ხელთ მყოფი სხვა მტკიცებულებების (მათ შორის, პერსონალის ახსნა-განმარტებებისა და მოკვლევის მასალების) წარმოდგენის ვალდებულებისგან. მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი ფილიალის მენეჯერის ახსნა-განმარტება კი შეფასდა მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებებთან ერთობლიობაში.

საქმეში მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებით დგინდება, რომ შესყიდვის მომენტში მომხმარებლისთვის ინდივიდუალურად გადაცემული საგარანტიო ტალონი დეკლარირებული პოლიტიკის გამომრიცხავ ინფორმაციას შეიცავს. მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი ტალონით (საქონელი P.I.T P73102A, შესყიდვა 12.07.2026) დგინდება, რომ გარანტიის ვადა შეადგენს 1 წელს, ხოლო ქარხნული წუნის აღმოჩენისას პროდუქტის ახლით შეცვლა შესაძლებელია გაყიდვიდან არაუგვიანეს 14 კალენდარული დღის მანძილზე წარმოდგენის შემთხვევაში. ამგვარად, ინდივიდუალურ დოკუმენტში მოვაჭრე კანონისმიერ 2-წლიან გარანტიას ავიწროებს 1 წლამდე, ხოლო უფლების რეალიზების ვადას ზღუდავს 14 კალენდარული დღით, რაც ეწინააღმდეგება როგორც კანონის მე-20 მუხლს, ისე მოვაჭრის საკუთარ დეკლარირებულ პოლიტიკას. ტალონში არ არის მითითებული არანაირი დამატებითი ინფორმაცია კანონისმიერ გარანტიასთან მიმართებით, გარდა 14 დღიანი შეცვლის ვალდებულებისა ქარხნული წუნის არსებობის შემთხვევაში.

აღნიშნულ წინააღმდეგობას განამტკიცებს მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი მიმოწერის მტკიცებულებაც. მომხმარებლის მიერ ჩატში დასმულ პირდაპირ შეკითხვაზე მოვაჭრემ დაუდასტურა, რომ საქონელზე გარანტიის ვადა შეადგენს 1 წელს და ვრცელდება მხოლოდ ძრავზე. ამ პასუხით მოვაჭრე კანონისმიერ 2-წლიან გარანტიას ორმაგად ავიწროებს, დროის თვალსაზრისით (1 წელი 2 წლის ნაცვლად) და საგნობრივი მოცულობით (მხოლოდ ძრავი მთლიანი ნივთის ნაცვლად), მაშინ როცა კანონისმიერი შესაბამისობის გარანტია ნივთს მთლიანად მოიცავს, არა მის ცალკეულ კომპონენტს. ამდენად, ინდივიდუალურ არხში მიწოდებული ინფორმაცია მომხმარებელს მისი უფლების როგორც ხანგრძლივობის, ისე ფარგლების შესახებ შეცდომაში შეჰყავს, რაც პირდაპირ ხვდება კანონის 25-ე მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის მოქმედების ქვეშ. არსებითია, რომ ეს პოზიცია არა ცალმხრივ, წინასწარ დაბეჭდილ დოკუმენტში, არამედ მომხმარებლის კონკრეტულ შეკითხვაზე გაცემულ პასუხში დაფიქსირდა, რაც გამორიცხავს ტალონის ჩანაწერის შემთხვევით ან ტექნიკურ ხასიათს.

გასათვალისწინებელია, რომ ინდივიდუალურ დოკუმენტში ან კომუნიკაციაში მიწოდებული ინფორმაცია დამოუკიდებლად აკმაყოფილებს შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის შემადგენლობას, მიუხედავად იმისა, რომ იგი ერთი მომხმარებლის ცალკეულ ეპიზოდებს შეეხო. ევროკავშირის სასამართლომ განმარტა, რომ ერთი მომხმარებლისთვის ერთჯერადად მიწოდებული მცდარი ინფორმაცია კვალიფიცირდება შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად, ვინაიდან ღირეუტი არ ითხოვს ქმედების განმეორებადობას ან ერთზე მეტი მომხმარებლის დაზარალებას და არც ზღვარს ადგენს, რომლის ქვემოთაც ქმედება მოქმედების სფეროს გარეთ დარჩებოდა.²⁰ სააგენტო მიიჩნევს, რომ კანონმდებლობით რაიმე მსგავსი ზღვრის ან რაოდენობრივი ცენზის დაწესება მოკლებულია არაგონივრული იქნებოდა, რადგან ხშირ შემთხვევაში, თუნდაც ერთი მომხმარებლის მიმართ გამოვლენილი დარღვევის ეპიზოდი წარმოადგენს მოვაჭრის ზოგადი კომერციული პრაქტიკისა და მიდგომების სრულყოფილ ინდიკატორს.

²⁰ Case C-388/13, Nemzeti Fogyasztovedelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft, paras 41–46.

ამავე გადაწყვეტილებით, კვალიფიკაციისთვის უმნიშვნელოა მოვაჭრის განზრახვა ან რეალურად მიყენებული ზიანი, რადგან ნორმა პრევენციული ხასიათისაა.

აგრეთვე, აღსანიშნავია სააგენტოს მიერ მოვაჭრის კომუნიკაციის პლატფორმის – ჩატბოტის შესწავლის შედეგები. ჩატბოტში განხორციელებული კომუნიკაციის შემოწმებით დგინდება, რომ მიუხედავად კანონისმიერი 2-წლიანი გარანტიის სწორად განმარტებისა, აღნიშნულის ქვემოთ მითითებულია საქონლის გაცვლა-დაბრუნების ზოგადი წესები, სადაც არ არის დაკონკრეტებული, რომ საუბარია უპირობო გაცვლა/დაბრუნებაზე. აღნიშნულმა შესაძლებელია მომხმარებელს შეუქმნას მცდარი აღქმა, თითქოს ეს წესები ვრცელდება კანონისმიერ გარანტიაზე (წუნდებული/ნაკლიანი ნივთის დაბრუნება-გაცვლაზე). შესაბამისად, აღნიშნული გარემოება მკაფიოდ უნდა გაიმიჯნოს კანონისმიერი საგარანტიო პირობებისგან, რადგან ტერმინოლოგიური სიცხადის არარსებობა იწვევს მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის ბუნდოვანებას. კერძოდ, როდესაც მოვაჭრე ერთსა და იმავე საკომუნიკაციო სივრცეში (ჩატბოტში) კანონმდებლობით დადგენილ სავალდებულო (2-წლიან) გარანტიასა და კომერციულ (უპირობო დაბრუნების) პირობებს ერთმანეთისგან მკაფიოდ არ მიჯნავს, იქმნება რისკი, რომ მომხმარებელმა კანონისმიერ უფლებებზე გავრცელებულად აღიქვას კომერციული დაბრუნების შემზღუდველი წესები (მაგალითად, 14-დღიანი ვადა, შეფუთვის მთლიანობა და ა.შ.). ეს უკანასკნელი კი არსებითად აფერხებს მომხმარებლის მიერ საკუთარი კანონისმიერი უფლებების რეალიზაციას და აბნევს მას პროდუქტის ნაკლის აღმოჩენის შემთხვევაში დასაფიქსირებელი პრეტენზიის ფორმის და ვადის თაობაზე.

ამდენად, მოვაჭრის მიერ ინფორმაციის მიწოდების ორი ფაქტობრივად კონტრადიქტორული ან მინიმუმ ბუნდოვანების გამომწვევი მომენტი იკვეთება. პირველი, საჯაროდ დეკლარირებული პოლიტიკა, რომელიც არსებითად სწორია კანონისმიერი გარანტიის ვადის ნაწილში. მეორე, შესყიდვისას ინდივიდუალურად გადაცემული საგარანტიო ტალონი და სხვა სახის კომუნიკაცია, რომელიც მომხმარებელს მისი უფლებების შესახებ შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას აწვდის. სწორედ ამ ორ მომენტს შორის შეუსაბამობა წარმოშობს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებულ შემადგენლობას.

სასამართლომ ასევე დაადგინა, რომ ქმედება შეცდომაში შემყვანია მაშინაც, როცა ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, თუ მისი მთლიანი წარმოდგენა საშუალო მომხმარებელს უქმნის შეთავაზების მცდარ აღქმას და უბიძგებს გადაწყვეტილებისკენ, რომელსაც სხვაგვარად არ მიიღებდა.²¹ დეკლარირებული პოლიტიკის ფაქტობრივი სისწორე არ გამორიცხავს შეცდომაში შეყვანას, როცა ინდივიდუალური დოკუმენტი იმავე უფლებას ავიწროებს და ერთიან, ურთიერთგამომრიცხავ სურათს ქმნის.

მოვაჭრის 2026 წლის 19 აგვისტოს №01/7560 წერილში დაფიქსირებული პოზიცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელს არაერთხელ განემარტა როგორც 1-წლიანი კომერციული, ისე 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტიის პირობები, საქმეში წარმოდგენილი მტკიცებულებებით არ დასტურდება და მათ პირდაპირ ეწინააღმდეგება. განმცხადებლის მიერ 2026 წლის 17 აგვისტოს

²¹ Case C-611/14, Canal Digital Danmark A/S, paras 43, 45..

№01/7487 და 18 აგვისტოს №01/7515 წერილებით წარმოდგენილ მასალებში (საგარანტიო ტალონი და Messenger-მიმოწერა) 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტიის ვადა საერთოდ არ ფიგურირებს; მოხსენიებულია მხოლოდ 1-წლიანი კომერციული ვადა. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის შეფასება ეყრდნობა კონკრეტულ კომუნიკაციაში მომხმარებლისთვის რეალურად მიწოდებულ ინფორმაციასა და შექმნილ საერთო შთაბეჭდილებას და არა მოვაჭრის შემდგომ, ზოგადად ჩამოყალიბებულ მტკიცებას. მართალია, მოვაჭრის დიდუბის ფილიალის მენეჯერის ახსნა-განმარტება საქმეზე მოპოვებულ მტკიცებულებას წარმოადგენს, თუმცა იგი ფასდება მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი წერილობითი მტკიცებულებების საპირწონედ. მტკიცებულებათა ურთიერთშეჯერებისას, გარიგების დროინდელი ობიექტური წერილობითი ჩანაწერი უფრო მაღალი მტკიცებულებითი ღირებულებისაა, ვიდრე მოგვიანებით შექმნილი ახსნა-განმარტება ან ზოგადი უარყოფა. ამასთან, თავად ფილიალის მენეჯერის მითითება, რომ მომხმარებელს განემარტა სწორედ კომერციული გარანტიის მოცულობის შეზღუდვა, შინაარსობრივად ადასტურებს იმ ფაქტს, რომ კომუნიკაცია კომერციული გარანტიის ირგვლივ ვითარდებოდა და არა კანონისმიერი გარანტიის გამჭვირვალედ გამხელის კონტექსტში.

ამასთან დაუდასტურებელია, მოვაჭრის კვალიფიკაცია სადავო 1-წლიანი ვადა კომერციული გარანტიის ბუნება კანონით დადგენილ შინაარსობრივ კრიტერიუმებს რამდენად აკმაყოფილებს. „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის, მე-4 მუხლის, „ვ“ ქვეპუნქტის დეფინიციით, კომერციული გარანტია არის ხელშეკრულებასთან შესაბამისობის უზრუნველყოფის ვალდებულების გარდა, მომხმარებლის სასარგებლოდ დამატებით და უსასყიდლოდ ნაკისრი ვალდებულება წარმოდგენილი მტკიცებულებები არ აზუსტებს, თუ რითი აუმჯობესებს 1-წლიანი ვადა 2-წლიან კანონისმიერ შესაბამისობის გარანტიას; კერძოდ, რა დამატებით უფლებას ან სამართლებრივ საშუალებას ანიჭებს მომხმარებელს ამ პერიოდში. გარანტია, რომელიც კანონისმიერ დაცვას უფრო მოკლე ვადით ფარავს და მის მიღმა არაფერს სძენს, არ არის ნამდვილი კომერციული გარანტია, არამედ წარმოადგენს კანონისმიერი დაცვის დუბლირებას ან შევიწროებას.

ამასთან, კომერციული გარანტია კანონის მე-19 მუხლის მე-2 მუხლის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სავალდებულოდ უნდა შეიცავდეს ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ იგი არ ზღუდავს მომხმარებლის ამ კანონით დადგენილ უფლებებს, ეს სავალდებულო რეკვიზიტი კი არცერთ დოკუმენტში არ იკვეთება. კანონის მე-19 მუხლის მე-5 პუნქტი პირდაპირ ითვალისწინებს კანონისმიერ უფლებათა შემზღუდველი კომერციული პირობის ბათილობას, რაც განამტკიცებს დასკვნას, რომ 1-წლიანი ვადის კანონისმიერი გარანტიის ჩამნაცვლებელ ინფორმაციად წარმოიჩენა დაუშვებელია. კომერციული გარანტიის შინაარსის დაუზუსტებლობა თავისთავად პრობლემურია, ვინაიდან პრეკონტრაქტულ ეტაპზე ასეთი გარანტიის შესახებ ინფორმაცია მკაფიო და გასაგები უნდა იყოს.²² აღსანიშნავია, რომ 2005/29/EC დირექტივის მე-7 მუხლის მე-2 პუნქტი პირდაპირ ადგენს, რომ შეცდომაში შემყვანია შემთხვევა, როდესაც არ სახელდება კომერციული პრაქტიკის კომერციული მიზანი (თუ აღნიშნული ისედაც არ არის აშკარა კონტექსტიდან).

²² Case C-179/21, *absoluts v Victorinox* (2022).

თუნდაც სააგენტომ გაიზიაროს, ის გარემოება რომ სათიბის ძრავზე მითითებული 1-წლიანი ვადა კომერციული გარანტია იყო, ეს ვადა მკაფიოდ არ არის დასახელებული კომერციულ გარანტიად. მითითება „გარანტია 1 წელი“ კვალიფიკატორის „კომერციული“ გარეშე და პარალელური 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტიის გამხელის გარეშე საშუალო მომხმარებელს ართმევს იმის აღქმის შესაძლებლობას, რომ არსებობს უფრო ხანგრძლივი კანონისმიერი დაცვა და რომ 1-წლიანი ვადა მხოლოდ დამატებითი ხასიათისაა. CJEU-ის დამკვიდრებული პრაქტიკით, კომერციული საქმიანობის შეცდომაში შემყვანი ხასიათი ფასდება საერთო წარდგენისა და საშუალო მომხმარებელზე შექმნილი საერთო შთაბეჭდილების მიხედვით, მაშინაც კი, როცა მიწოდებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია.²³ კერძოდ, ერთი ელემენტის თვალსაჩინოდ წარმოჩენა და მეორის გამოტოვება ან ნაკლებად შესამჩნევად წარდგენა, რომელიც მომხმარებელს ხელს უშლის მთლიანი პირობის სწორ აღქმაში, კვალიფიცირდება შეცდომაში შემყვან ქმედებად და გამოტოვებად.²⁴ წინამდებარე საქმეში სწორედ 1-წლიანი კომერციული ვადის თვალსაჩინოდ წარმოჩენა და 2-წლიანი კანონისმიერი გარანტიის გამოტოვება ქმნის მომხმარებელში შთაბეჭდილებას, თითქოს დაცვის მთლიანი ვადა ერთი წელია, რაც რეალობაზე მოკლე და ნაკლებხელსაყრელია და შესაძლებელია გავლენა მოახდინოს მის ტრანზაქციულ გადაწყვეტილებაზე/ეკონომიკურ ქცევაზე. კერძოდ, შესაძლოა საშუალო მომხმარებელი, დაცვის ერთწლიან ვადად აღქმის გამო, თავს იკავებდეს მეორე წელს კანონისმიერი შესაბამისობის საშუალების გამოყენებისგან ან გაიღოს მისთვის არახელსაყრელი ხარჯი ნივთის შეკეთებისთვის, როცა ეს უასყიდლოდ ეკუთვნის ან საერთოდ შეიძინოს ახალი ნივთი, როდესაც ნივთის ხელშეკრულების შესაბამისობაში მოყვანა მოვაჭრის უსასყიდლოდ გასაწევი ვალდებულებაა.

როგორც უკვე 4.2. ქვეთვში განიმარტა ეკონომიკური ქცევის ტესტის დასადგენად უნდა შეფასდეს ეკონომიკური ქცევის/ტრანზაქციული გადაწყვეტილების ბუნება. 2005/29/EC დირექტივის მიხედვით, „ტრანზაქციული გადაწყვეტილება“ ნიშნავს მომხმარებლის მიერ მიღებულ ნებისმიერ გადაწყვეტილებას იმის თაობაზე, შეიძინოს თუ არა, როგორ და რა პირობებით შეიძინოს პროდუქტი. ამასთან, დირექტივა პირდაპირ უთითებს, რომ ეს ცნება მოიცავს პროდუქტის შენარჩუნებას, განკარგვას ან მასთან დაკავშირებული **სახელშეკრულებო უფლების განხორციელებას, მიუხედავად იმისა, მომხმარებელი იმოქმედებს თუ თავს შეიკავებს მოქმედებისგან.** სწორედ ეს ფართო ფორმულირება პირდაპირ ფარავს ნასყიდობის შემდგომ ვითარებას, როდესაც მომხმარებელი, მოვაჭრის მიერ შექმნილი მცდარი წარმოდგენის გამო, თავს იკავებს 2-წლიანი კანონისმიერი უფლების რეალიზებისგან.

შესაბამისად კანონის მოქმედება ვრცელდება, როგორც შესყიდვის ტრანზაქციამდე და მისი მიმდინარეობისას, ისე შესყიდვის შემდგომ განხორციელებულ კომერციულ პრაქტიკებზე. შესაბამისად, ეკონომიკური ქცევა მოიცავს გადაწყვეტილებათა ფართო სპექტრს მაშინაც კი, როდესაც პრაქტიკა მომხმარებელს უშუალოდ ხელშეკრულების დადებისკენ არ უბიძგებს. იქვე დაზუსტებულია, რომ მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე არსებითი გავლენის ტესტი არ

²³ Case C-281/12, Trento Sviluppo, paras 35–38.

²⁴ Case C-611/14, Canal Digital Danmark, paras 46–49, 64; Case C-122/10, Ving Sverige (2011).

შემოიფარგლება რეალურად დამდგარი ცვლილების მტკიცების ტვირთით და დასაკმაყოფილებლად საკმარისია ასეთი გავლენის სავარაუდოობაც. აღნიშნულს განამტკიცებს ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკა *Trento Sviluppo*-ს C-281/12, *Orange Polska* C-628/17 და სხვა საქმეებში.

გარანტიის ტიპის მკაფიო დასახელება ფორმალურადაა კი არ არის, არამედ ის მექანიზმია, რომლითაც მომხმარებელი განასხვავებს კანონისმიერ დაცვას კომერციულისგან და მისი არარსებობა თავადვე წარმოშობს შეცდომაში შემყვან ეფექტს იმის მიუხედავად, არსებობდა თუ არა კომერციული გარანტია შინაარსობრივად. ანალოგიური მიდგომა განტმკიცდა ევროკავშირის ეროვნული პრაქტიკის დონეზე. იტალიის კონკურენციისა და ბაზრის დაცვის ორგანომ მოვაჭრის ქმედება შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნია, ვინაიდან მოვაჭრე განსაკუთრებული აქცენტით რეკლამირებდა 1-წლიან კომერციულ გარანტიას, თუმცა სათანადოდ არ აცნობდა მომხმარებელს კანონისმიერ 2-წლიან საგარანტიო ვადას.²⁵ მოცემულ საქმეში ინდივიდუალურ ტალონში 1-წლიანი ვადის მითითება, კანონისმიერი 2-წლიანი გარანტიის ხაზგასმის გარეშე, იმავე რისკს წარმოშობს.²⁶

აღსანიშნავია, რომ ქმედების უსამართლოდ კვალიფიკაცია არ საჭიროებს კეთილსინდისიერების ცალკე შემოწმებას. ევროკავშირის სასამართლოს პოზიციით, თუ ქმედება აკმაყოფილებს დირექტივის მე-6 მუხლის კრიტერიუმებს, იგი უსამართლოა და აკრძალული მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის საფუძველზე, პროფესიული გულისხმიერების მოთხოვნის ცალკე დარღვევის დადგენის გარეშე.²⁷ შესაბამისად, ვინაიდან მოვაჭრის ქმედება აკმაყოფილებს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის შემადგენლობას, იგი უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის საფუძველზე, კეთილსინდისიერების ტესტის დამოუკიდებელი გამოკვლევის გარეშე. აღნიშნული მიუხედავად **სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მიერ ილუზორული სავაჭრო პოლიტიკის განხორციელება ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკური ქცევა.**

ამდენად, საქმეზე მოპოვებულ მტკიცებულებათა ერთობლიობა ცალსახად ადასტურებს, რომ შპს „გორგია“ მომხმარებლისთვის სავალდებულო ინფორმაციის მიწოდებას უზრუნველყოფს ორაზროვანი, ბუნდოვანი და შეცდომაში შემყვანი ფორმით, შესაბამისად დასტურდება მე-5 მუხლის პირველი პუნქტით დადგენილი მოთხოვნების დარღვევა და კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.

²⁵ Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, PS7256, COMET-APPLE-Prodotti in garanzia (21 December 2011).

²⁶ Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, PS7256, Apple (2011).

²⁷ Case C-435/11, CHS Tour Services GmbH v Team4 Travel GmbH, para 45.

თავი 5. 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:

გადაწყვიტა:

დადასტურდეს მოვაჭრე შპს „გორგიას“ (ს/ნ 245621288) მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევისა და 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.