



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს  
თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანების შესაბამისად  
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილების  
დამტკიცების შესახებ**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17<sup>1</sup> 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 საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და აღმოფხვრას კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.
4. შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე საქართველოს

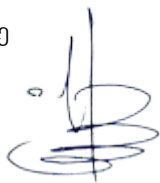


კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 სამუშაო დღის ვადაში.

5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოთ მხარეებს და გამოქვეყნდეს 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, განახორციელოს კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

ირაკლი ლექვინაძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა  
და მომხმარებლის  
დაცვის სააგენტო

**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს**

**გადაწყვეტილება**

**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს  
თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანების შესაბამისად  
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე**

ქ. თბილისი

2025

## **სარჩევი**

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი .....</b>                                                | <b>2</b>  |
| 1.1. განმცხადებლების პოზიცია.....                                                       | 2         |
| 1.2. მოვაჭრის პოზიცია.....                                                              | 4         |
| <b>თავი 2. ნორმატიული რეგულირება .....</b>                                              | <b>5</b>  |
| <b>თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი .....</b>                                | <b>10</b> |
| <b>თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი .....</b>                                                 | <b>11</b> |
| 4.1. უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა .....                           | 12        |
| 4.2. განცხადება - მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში<br>შემყვანი საქმიანობის შეფასება..... | 16        |
| 4.3. განცხადების შეფასება .....                                                         | 19        |
| <b>თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი .....</b>                                                 | <b>21</b> |

## **თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი**

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) 2024 წლის 2 დეკემბერს წარმოდგენილი იქნა მოქალაქე განცხადება, შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) (შემდგომში - მოვაჭრე/კომპანია) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

აღნიშნული განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

2025 წლის 15 მაისს მოქალაქე მიერ სააგენტოში წარმოდგენილ იქნა განცხადება, რომელიც ეხებოდა მოვაჭრის მიერ კანონისმიერი საგარანტიო მომსახურების გაწევასთან დაკავშირებულ საკითხს, მსაბამისად, „საქმის შესწავლის წესის და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანების (შემდგომში - პროცედურა) მე-6 მუხლის მე-3 პუნქტის შესაბამისად განცხადება ჩაერთო სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანებით დაწყებულ “მოქალაქე განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე” საქმის წარმოების პროცესში.

### **1.1. განმცხადებლების პოზიცია**

განცხადების თანახმად, „აისითის“ მიერ განხორციელებული კომერციული კომუნიკაცია შეიცავდა შეცდომაში შემყვან ელემენტებს. კერძოდ, სარეკლამო შეტყობინებაში აღნიშნული იყო, რომ 1 დეკემბერს შესაძლებელი იქნებოდა სასურველი ნივთის შეძენა „თიბისი ბანკის“ 0%-იანი განვადებით. თუმცა, რეალურად, ადგილზე ვიზიტისას, განვადების პირობები განსხვავებული აღმოჩნდა, ყოველთვიურად 0%-ის ნაცვლად, მომხმარებელს დაერიცხებოდა 1%-იანი დამატებითი ხარჯი.

მომხმარებელი მიიჩნევს, რომ მოცემული ქმედება არსებითად არღვევს მომხმარებლის ინფორმირებულობის ვალდებულებას და არის შეცდომაში შემყვანი.

2025 წლის 27 იანვრის №01/461 წერილში კი, მომხმარებელი მიუთითებს, რომ აქცია დაანონსებული იყო სამი დღით და მან მაღაზიას მიმართა ბოლო დღეს, საღამოს დაახლოებით 17:00 საათზე, ანუ აქციის დასრულებამდე ხუთი საათით ადრე. მისი

თქმით, ობიექტზე ვიზიტისას, თანამშრომლებისთვის „სიურპრიზი“ არ ყოფილა ის გარემოება, რომ Facebook-ის პოსტი არასწორად იყო განთავსებული. პირიქით, შესვლისთანავე განუცხადეს, რომ აქცია აღარ იყო აქტიური და სარეკლამო პოსტი იყო შესასწორებელი.

მომხმარებელი გამოთქვამს ეჭვს კომპანიის კეთილსინდისიერების მიმართ, რადგანაც არ ესმის, თუ რატომ არ განხორციელდა პოსტის ჩასწორება ხარვეზის აღმოჩენისთანავე და რატომ აგრძელებდა კომპანია შეთავაზების რეკლამირებას მაშინაც კი, როდესაც თავად იცოდა, რომ იგი რეალურად აღარ იყო მოქმედი. მისი თქმით, აღნიშნულმა ქმედებამ მას ფინანსური ზიანი მიაყენა, რადგან იგი იძულებული გახდა, საქონელი სხვა მაღაზიაში, უფრო მაღალ ფასად შეეძინა. გარდა ამისა, მომხმარებელი ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ კომპანიის წარმომადგენლების მხრიდან არ გამოთქმულა დახმარების ან ალტერნატიული შეთავაზების სურვილი. მოვაჭრის 2025 წლის 11 სექტემბრის №01/5374 წერილით შეთავაზებული პირობების მიღებაზე კი (პერსონალურად მორგებული, 0%-იანი განვადების პირობები) მომხმარებელმა უარი განაცხადა, რადგან მას ნივთის შეძენის ინტერესი დაეკარგა.

განცხადების მიხედვით კი, 2024 წლის 27 ივნისს, მან მაღაზიაში „აისითი“ შეიძინა ელექტრო სკუტერი, რომელიც, მომხმარებლის მტკიცებით, ხუთი თვის შემდგომ გამოვიდა მწყობრიდან. აღნიშნული გარემოებების გამო, მომხმარებელმა ნივთი ჩააბარა მოვაჭრეს საგარანტიო მომსახურების მისაღებად, თუმცა მას უარი ეთქვა მომსახურებაზე.

მოვაჭრემ 2025 წლის 2 ივნისის N02/3313 წერილით სააგენტოში წარმოადგინა დიაგნოსტიკის შედეგი, რომლის თანახმადაც ელექტრო სკუტერს სერვისში მოყვანისას უკანა საბურავი ჰქონდა დასაბერი. წნევა იყო 0.0 ბარი, მწარმოებლის მიერ რეკომენდირებული წნევა კი არის 55psi - 3.8 ბარი. უკანა საბურავი არის დაზიანებული, იშვებს. საბურავს აღენიშნება დაშვებულზე გამოყენების კვალი, რაც ითვლება არასწორ ექსპლოატაციად და არ ექვემდებარება საგარანტიო მომსახურებას. სააგენტოს 2025 წლის 18 ივნისის N02/2578 და 14 აგვისტოს №02/3647 წერილებით, მიეწოდა ინფორმაცია მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი პოზიციისა და დასკვნის შესახებ, აგრეთვე განესაზღვრა ვადა ალტერნატიული დასკვნის წარმოსადგენად. მიუხედავად ამისა, მომხმარებელს, სააგენტოს მიერ მოთხოვნილი ინფორმაცია არ წარმოუდგენია.

## 1.2. მოვაჭრის პოზიცია

შპს „აისითის“ მიერ 2024 წლის 27 დეკემბერს სააგენტოში წარმოდგენილი №01/6759 წერილის თანახმად, 2024 წლის 27 ნოემბერს კომპანიისა და სს „თი ბი სი“ ბანკის წარმომადგენლებს შორის შედგა კომუნიკაცია ერთობლივი აქციის ორგანიზების საკითხთან დაკავშირებით. აღნიშნული კომუნიკაციის ფარგლებში, ბანკის წარმომადგენლებმა მიაწოდეს ინფორმაცია, რომლის საფუძველზეც განისაზღვრა აქციის ძირითადი პირობები, მათ შორის:

- 2024 წლის 29-30 ნოემბერსა და 1 დეკემბერს ნივთის/მომსახურების შეძენის შესაძლებლობა 0%-იანი განვადებით;
- პროდუქტის გაყიდვა ნაღდი ანგარიშსწორების („ქეშის“) ფასად, ყოველგვარი გაძვირების გარეშე;
- საბანკო ხარჯების სრული დაფარვა ბანკის მიერ, პარტნიორი კომპანიისათვის დამატებითი ხარჯის გარეშე.

მოვაჭრის განმარტებით, ზემოაღნიშნული პირობების საფუძველზე „აისითის“ მარკეტინგულმა გუნდმა მიიჩნია, რომ მომხმარებლისათვის, განვადებით შეძენის შემთხვევაში საქონლის ღირებულება უცვლელი დარჩებოდა. სწორედ ამ ინტერპრეტაციის შესაბამისად მომზადდა და სოციალურ ქსელში გავრცელდა შესაბამისი სარეკლამო პოსტი.

შემდგომში გამოიკვეთა, რომ 0%-იანი საკომისიოს პირობები ვრცელდებოდა მხოლოდ სავაჭრო ობიექტების მიმართ და არა უშუალოდ საბოლოო მომხმარებლებზე. აღნიშნული გარემოება წინასწარ დაზუსტებული არ ყოფილა. კომპანიამ აღნიშნა, რომ გარემოებების დაზუსტებისთანავე, სარეკლამო პოსტი დაუყოვნებლივ წაიშალა სოციალური მედიის პლატფორმებიდან. მოვაჭრე განმარტავს, რომ აღნიშნული შემთხვევა განპირობებული იყო პარტნიორებს შორის არასაკმარისი კომუნიკაციით და გამოსატყვევს წუხილს მომხმარებლის მიერ განცდილი უხერხულობის გამო.

2025 წლის 25 აპრილის N01/2635 წერილით კი, მოვაჭრე აზუსტებს, რომ შპს „აისითის“ მიერ, კომერციული კომუნიკაცია მომხმარებლებთან ხორციელდება ღია ფორმატით, საჯაროდ, კომპანიის ოფიციალური პლატფორმების საშუალებით ([www.icity.com](http://www.icity.com); Facebook, Instagram, TikTok).

2025 წლის 11 სექტემბრის №01/5374 წერილში, მოვაჭრე გამოთქვამს მზადყოფნას, მომხმარებლის მიმართ განსაზღვროს ინდივიდუალურად მორგებული შეთავაზება და მისცეს შესაძლებლობა იარგებლოს იმავე პირობებით, რომელთა შესახებაც მომხმარებელი თავდაპირველად დაინტერესდა.

**განცხადებასთან დაკავშირებით**, მოვაჭრემ 2025 წლის 2 ივნისის N02/3313 წერილით სააგენტოში წარმოადგინა პოზიცია, რომლის თანახმადაც, შპს „ისკუტერს მობილის“ დიაგნოსტიკების შედეგად დადგინდა, რომ ელექტრო სკუტერს სერვისში მოყვანისას უკანა საბურავი ჰქონდა დასაბერი. წნევა იყო 0.0 ბარი, მწარმოებლის მიერ რეკომენდირებული წნევა კი არის 55psi - 3.8 ბარი. უკანა საბურავი არის დაზიანებული, იშვებს. საბურავს აღენიშნება დაშვებულზე გამოყენების კვალი, რაც ითვლება არასწორ ექსპლოატაციად და არ ექვემდებარება საგარანტიო მომსახურებას. მოვაჭრემ თანდართულ მტკიცებულებად წარმოადგინა შპს „ისკუტერს მობილის“ ტექნიკური დასკვნა.

## **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.

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 შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი.

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-2 პუნქტის თანახმად, საქონლის შეკეთება და შეცვლა მომხმარებლის პირველი რიგის უფლებებია. მომხმარებელს უფლება აქვს, მოვაჭრეს მოსთხოვოს საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, შეუძლებელია ან არათანაზომიერ ან შეუსაბამოდ ღიდ ხარჯს მოითხოვს.

კანონის მე-17 მუხლის მე-3 და მე-4 პუნქტებით დადგენილია, რომ საქონელი შეკეთებული ან შეცვლილი უნდა იქნეს გონივრულ ვადაში. ხოლო 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 შესაბამისად, 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 VI თავი ეთმობა უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ პირობებს, რომლის მიხედვითაც: უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია, ხოლო უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა

მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს, რომ 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. ხოლო, ეს ინფორმაცია მოიავს 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.

### **საერთაშორისო კანონმდებლობა:**

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივის<sup>1</sup> (შემდგომში - 2011/83/EC 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 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.

---

<sup>1</sup> 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.

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.

2005/29/EC დირექტივა (შემდგომში- 2005/29/EC დირექტივა/UCPD დირექტივა) კი ეხება უსამართლო კომერციული საქმიანობის აკრძალვას, რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი და ხელს უშლის კონკურენტულუნარიანი ბაზრის ნორმალურ ფუნქციონირებასა და სამომხმარებლო ურთიერთობების განვითარებას<sup>2</sup>.

### **საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება:**

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 29 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, კონფიდენციალური ინფორმაცია), 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 (შემდგომში - პროცედურა) მე-6 მუხლის თანახმად, სააგენტო საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ იწყებს საქმის შესწავლას და იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას 1 თვის ვადაში. საქმის

---

<sup>2</sup> ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC დირექტივა შიდა ბაზარზე ბიზნესსა და მომხმარებლებს შორის უსამართლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ და საბჭოს 84/450/EEC დირექტივას, ევროპარლამენტის 97/7/EC, 98/27/EC და 2002/65/EC დირექტივებსა და საბჭოს (EC) No 2006/2004 რეგულაციაში შესწორებების შეტანის შესახებ.

შესწავლა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია გაგრძელდეს არაუმეტეს 3 თვისა.

### **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 მიაღგეს.

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 დაეცათ. საფრანგეთის უზენაესი სასამართლოს 1985 წლის გადაწყვეტილებით, მომხმარებელთა ორგანიზაციებს მხოლოდ მაშინ შეეძლოთ სასამართლოში წარმომადგენლობა, თუკი სადავო ქმედება პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზიანს აყენებდა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.

ამ კუთხით, სააგენტო ასევე ყურადღებას ამახვილებს ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2020 წლის 25 ნოემბრის 2020/1828 დირექტივაზე (შემდგომში - 2020/1828 დირექტივა). აღნიშნული დირექტივების 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 ინდივიდუალური ინტერესს, არამედ მომხმარებელთა გარკვეული წრის ერთობლივ ინტერესს. კოლექტიური/ჯგუფური ინტერესის კონცეფცია განსხვავდება ინდივიდუალური ინტერესების ჯამისაგან და მეტწილად ფოკუსირებულია მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების სამომავლო ხელყოფის პრევენციაზე.

განსახილველ საქმეში, მომხმარებლების მიერ წარმოდგენილი განცხადებიდან გამოიკვეთა, რომ შესაძლოა მოვაჭრე ახორციელებდეს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, ამასთან, უარს აცხადებდეს მის მიერ „წესებითა და პირობებით“ განსაზღვრული საგარანტიო მომსახურების განხორციელებაზე, რამაც შესაძლოა სავარაუდო ზიანი მიაყენოს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, მოვაჭრისგან შეიძინოს საქონელი. შესაბამისად, სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) მიერ კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

#### **თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი**

სააგენტომ, 2025 წლის 7 აპრილის N04/321 ბრძანებით, მოქალაქე განცხადების საფუძველზე დაწყებული საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით. ასევე, მოვაჭრის ოფიციალურ Facebook გვერდზე მოპოვებული ინფორმაციით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა კანონის დარღვევები 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<sup>3</sup> აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი

---

<sup>3</sup> ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთის მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის.

აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაცია, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და რელევანტურობას.

#### **4.1. უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა**

შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC (შემდგომში - UCPD დირექტივა)<sup>4</sup> 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.

UCPD დირექტივის ერთ-ერთი მთავარი მოთხოვნაა, რომ ბიზნესმა მომხმარებლებს მიაწოდოს მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია. ეს მოიცავს გამჭვირვალე ფასებს, პროდუქტის აღწერას და ნებისმიერ საქონელთან/მომსახურებასთან დაკავშირებულ არსებით პირობებს, რაც მნიშვნელოვანია მომხმარებლისათვის გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ჭეშმარიტ და სრულყოფილ ინფორმაციასთან წვდომა, დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

UCPD დირექტივის დანართი N1 განსაზღვრავს იმ კომერციულ პრაქტიკას, რომელიც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდაა მიჩნეული. დირექტივის დანართით განსაზღვრულ სიას ხშირ შემთხვევაში უწოდებენ „შავ სიას“, რადგან იგი ამომწურავად ჩამოთვლის ისეთ კომერციულ პრაქტიკებს, რომელიც, თავისი შინაარსისა და ბუნებიდან გამომდინარე განსაკუთრებით დამაზიანებელია მომხმარებელთა ეკონომიკური ქცევისა და ბიზნეს-სამომხმარებლო ურთიერთობათა ბალანსისათვის.

UCPD დირექტივის პრეამბულის მე-17 პარაგრაფის მიხედვით, „მნიშვნელოვანია წინასწარ იდენტიფიცირებული იყოს ის კომერციული საქმიანობა, რომელიც ყველა შემთხვევაში უსამართლოდ იქნება მიჩნეული, რათა უზრუნველყოფილი იყოს მეტი სამართლებრივი უსაფრთხოება. სწორედ ამიტომ, დანართი N1 შეიცავს ყველა ასეთი საქმიანობის სრულ ჩამონათვალს (ე.წ. „შავ სიას“), რომელიც UCPD დირექტივის მე-5-მე-9

---

<sup>4</sup> Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive')

მუხლების წინაპირობათა შეფასების გარეშე ითვლება უსამართლოდ და ეს ამომწურავი სია შეიძლება შეიცვალოს მხოლოდ დირექტივის გადასინჯვის შედეგად“.

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

მოვაჭრის საქმიანობის შეფასებისას, როდესაც მისი ქმედება კანონით განსაზღვრული „შავი სიით“ არ კვალიფიცირდება, მნიშვნელოვანია ქმედების გარკვეული კრიტერიუმებით შეფასება. აღსანიშნავია, რომ UCPD დირექტივის ზოგადი დებულებები (მუხლები 5-დან 9-მდე) მოიცავს უსამართლო, შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ კომერციულ საქმიანობას, რომელსაც შეუძლია არსებითი უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ქცევაზე, რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

UCPD დირექტივის მე-2 მუხლის “k” პუნქტში გამოყენებული ფორმულირება - **ტრანზაქციული გადაწყვეტილება-transactional decision<sup>5</sup>** ფართო განმარტებას იძლევა. კერძოდ: „ტრანზაქციული გადაწყვეტილება“ ნიშნავს მომხმარებლის მიერ მიღებულ ნებისმიერ გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, პროდუქტი შეიძინოს თუ არა, როგორ და რა პირობებით შეიძინოს, გადაიხადოს მთლიანად თუ ნაწილობრივ, შეინახოს თუ განკარგოს ან განახორციელოს სახელშეკრულებო უფლება პროდუქტთან დაკავშირებით. გადაწყვეტოს იმოქმედოს თუ მოქმედებისაგან თავი შეიკავოს.“

შესაბამისად, ეკონომიკური ქცევის კონცეფცია მოიცავს მომხმარებლის მიერ საქონელთან/მომსახურებასთან დაკავშირებით მიღებული გადაწყვეტილებების ფართო სპექტრს რაც შეიძლება გამოიხატოს როგორც მოქმედებით, ასევე მოქმედებისგან თავის შეკავებითაც.

ტრანზაქციული გადაწყვეტილების განმარტებასთან დაკავშირებით, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ (შემდგომში - ევროკავშირის სასამართლო) გადაწყვეტილებაში C-281/12<sup>6</sup> განიხილა საკითხი, უნდა აკმაყოფილებდეს თუ არა კომერციული საქმიანობა მრავალ კრიტერიუმს, რათა ჩაითვალოს იგი შეცდომაში შემყვანად UCPD დირექტივის მე-6 მუხლის მიხედვით. აღნიშნული გადაწყვეტილებით ევროკავშირის სასამართლომ განმარტა „ტრანზაქციული გადაწყვეტილების“ როლი მოვაჭრის კომერციული საქმიანობის არაკეთილსინდისიერების შეფასებისას. საქმე ეხებოდა მოვაჭრის მიერ გავრცელებულ სარეკლამო კამპანიებს, რომელიც მომხმარებლებს სთავაზობდა 50%-მდე ფასდაკლებას. თუმცა აქციის ფარგლებში შეთავაზებული ლეპტოპი, როდესაც მომხმარებლები ეწვივნენ მაღაზიას, საბოლოო ჯამში მიუწვდომელი იყო. იტალიის მომხმარებელთა დაცვის ორგანომ აღნიშნული

<sup>5</sup> „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონში აღნიშნული ტერმინი ნათარგმნია როგორც „გარიგების დადება“

<sup>6</sup> Trento Sviluppo Srl and Centrale Adriatica Soc. coop. v AGCM

პრაქტიკა განიხილა როგორც მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანი საქმიანობა, რაც მოვაჭრემ შესაბამისი წესით გაასაჩივრა სასამართლოში. იტალიის სასამართლომ კი წინასწარი შეკითხვის უფლების გამოყენებით მიმართა ევროკავშირის სასამართლოს, რათა განემარტა თუ რა იგულისხმებოდა „ტრანზაქციული გადაწყვეტილების მიღებაში“.

ევროკავშირის სასამართლომ კი განმარტა, რომ ტრანზაქციული გადაწყვეტილება მოიცავს არა მხოლოდ ფაქტობრივი შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესვლამდე, ამ გადაწყვეტილებასთან პირდაპირ დაკავშირებულ ქმედებებს, როგორიცაა მაგალითად, მაღაზიაში შესვლა, ან მოვაჭრესთან ნებისმიერი ფორმით დაკავშირება შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის საფუძველზე.

ევროკავშირის სასამართლომ ზემოაღნიშნულ საქმეში აღნიშნა, [...] „მომხმარებლის მიერ მიღებული ნებისმიერი გადაწყვეტილება იმის შესახებ, შეიძინოს თუ არა, ან როგორ და რა პირობებით, არის ტრანზაქციული გადაწყვეტილება. შესაბამისად, ეს კონცეფცია მოიცავს არა მხოლოდ გადაწყვეტილებას, როგორც დამდგარ შედეგს, არამედ ამ გადაწყვეტილებასთან პირდაპირ დაკავშირებულ მოქმედებებს და სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესვლა არ არის აუცილებელი, რომ ქმედება დაკვალიფიცირდეს, როგორც ტრანზაქციული გადაწყვეტილება.“

UCPD დირექტივაში განსაზღვრული ტერმინი - ტრანზაქციული გადაწყვეტილება, ქართულ კანონმდებლობაში კოდიფიცირებულია როგორც **„გარიგების დადება“** (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.**) შესაბამისად, გარიგების დადება აღქმული უნდა იყოს სწორედ UCPD დირექტივის განმარტების მიხედვით და გაზიარებულ იქნას ევროკავშირის სასამართლოს მიერ განვითარებული პრაქტიკა და ჩამოყალიბებული სტანდარტები.

ევროკავშირის სასამართლოს მიერ შემუშავებული ტრანზაქციული გადაწყვეტილების ფართო კონცეფცია საშუალებას იძლევა მოვაჭრის ქცევის ფარგლების გაფართოებას იმ შემთხვევებშიც, როდესაც მოვაჭრეების უსამართლო ქცევა არ შემოიფარგლება მხოლოდ მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის უკვე ჩამოყალიბებულ სახელშეკრულებო ურთიერთობებზე. მაგალითად, UCPD დირექტივის განმარტებითი დოკუმენტის

თანახმად<sup>7</sup>, მომხმარებლის მაღაზიაში შესვლა, მეტი დროის დათმობა ინტერნეტში კონკრეტული ჯავშნის განხორციელებისას, ბმულზე ან რეკლამაზე დაკლიკება, სერვისის გამოყენების გაგრძელება, დათვალიერების მიზნით ე.წ „სქროლვა“, ადიქმება როგორც ტრანზაქციული გადაწყვეტილება.

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

გარდა ამისა, განმარტებით დოკუმენტში აღნიშნულია, რომ ეროვნულმა ადმინისტრაციებმა ორგანოებმა უნდა გამოიკვლიონ ცალკეული საქმის ფაქტობრივი გარემოებები, თუმცა ამავედროულად უნდა შეაფასონ ამ პრაქტიკის გავლენის „ალბათობა“ საშუალო მომხმარებლის ტრანზაქციულ გადაწყვეტილებაზე UCPD ღირეტივის მიზნებიდან გამომდინარე.

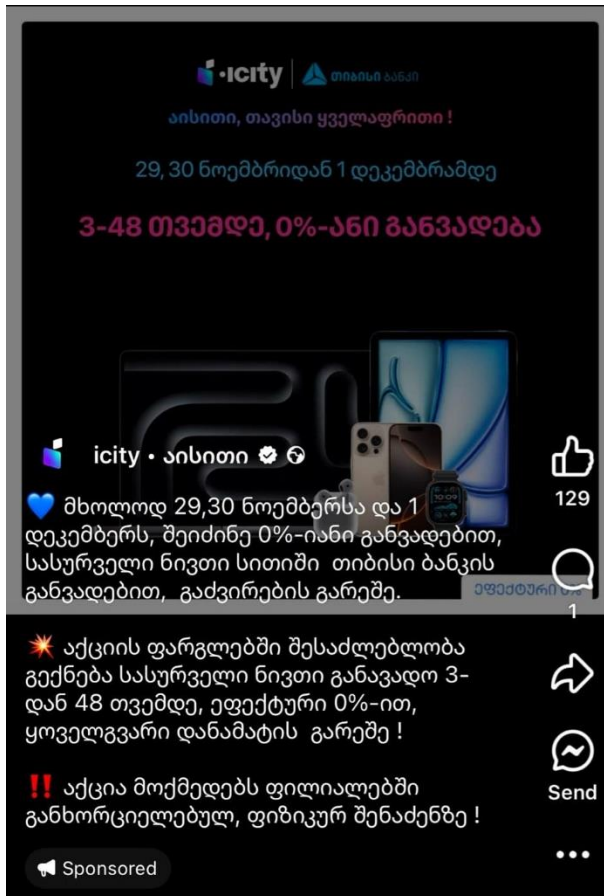
---

<sup>7</sup> 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 (Text with EEA relevance) (2021/C 526/01).

#### 4.2.

#### განცხადება - მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი საქმიანობის შეფასება

იმის დასადგენად, ახორციელებს თუ არა შპს „აისითი“ (ს/ნ 406115797) ევროკავშირისა და საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, სააგენტომ შეისწავლა მომხმარებლისა და მოვაჭრის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია, რითაც მოვაჭრე ახორციელებს მომხმარებლებთან კომერციულ კომუნიკაციას.



აღნიშნულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, გამოიკვეთა უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნიშნები, რომლებიც მოცემულ შემთხვევაში მიჩნეულ უნდა იქნეს დადგენილ ფაქტობრივ გარემოებად. კერძოდ, სურათზე მოცემული ინფორმაციის თანახმად, რომელიც სოციალური ქსელის საშუალებით გავრცელდა, მოვაჭრე მომხმარებლებს სთავაზობს 3 დღიან 0%-იან განვადებას სასურველ ნივთზე, ფიზიკურად, სარეწში შეძენის შემთხვევაში.

მომხმარებელმა კი, აღნიშნული შეთავაზებით ვერ ისარგებლა. „აისითის“ მარკეტინგული გუნდის მიერ მომზადებული და გავრცელებული სარეკლამო პოსტი შეიცავდა ინფორმაციას 0%-იან განვადებაზე, მაშინ როდესაც რეალურად, ასეთი პირობა მომხმარებლისთვის არ არსებობდა.

მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიამ ეს შეცდომა პარტნიორ ბანკთან კომუნიკაციის ხარვეზით ახსნა, მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია იყო მცდარი, რამაც მომხმარებელში გააჩინა მოლოდინი განსხვავებული ფინანსური უპირატესობების შესახებ.

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტი კრძალავს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, ხოლო 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტი მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევს მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდებას ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდებას (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.

კანონის 25-ე მუხლის მე-3 პუნქტი კი აზუსტებს ჩამონათვალს, თუ რა მიიჩნევა მომხმარებლისათვის არსებით ინფორმაციად, მათ შორის:

- საქონლის ფასი ან ფასის გამოთვლის შესაბამისი მეთოდი,
- მითითება სპეციალურ ფასზე,
- საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობები.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ გავრცელებული კომერციული კომუნიკაცია ავრცელებდა ინფორმაციას, რომ 2024 წლის 29,30 ნოემბერსა და 1 დეკემბერს სარეწში, ადგილზე ვიზიტისას მომხმარებლები ისარგებლებდნენ სპეციალური შეთავაზებით (0%-იანი განვადება). მიუხედავად ამისა, 1 დეკემბერს მომხმარებელმა ვერ შეძლო აღნიშნული შეთავაზებით სარგებლობა იმ მიზეზით, რომ სარეკლამო პოსტი არასწორად იყო განთავსებული და ფაქტობრივად არ ასახავდა შეთავაზების მოქმედ რეალურ შინაარსს.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მიერ გავრცელებული კომერციული კომუნიკაცია მოიცავდა ისეთ არსებით ინფორმაციას, როგორიცაა **მითითება სპეციალურ ფასზე**, თუმცა შეთავაზების ფაქტობრივი შინაარსი არ ემთხვეოდა რეალურ პირობებს, რის შედეგადაც მომხმარებელი შეცდომაში შევიდა და ადგილზე, სარეწში ვიზიტისას გაიგო, რომ პოსტის შინაარსი არასწორად იყო განთავსებული. სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის ეს ქმედება შეესაბამება კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას.

ამავე ამკრძალავი შინაარსის მოთხოვნები დადგენილია ევროკავშირის UCPD - 2005/29/EC დირექტივით. კერძოდ:

- UCPD დირექტივის 6(1)(b) მუხლი კრძალავს შეცდომაში შემყვან ქმედებებს, როდესაც მომხმარებელს მიეწოდება მცდარი ინფორმაცია საქონლის ფასის ან ფასის გამოანგარიშების წესის შესახებ;
- UCPD დირექტივის 6(1)(d) მუხლი კი აზუსტებს შეცდომაში შემყვან ისეთ შემთხვევებს, როდესაც მომხმარებელი შეცდომაში შედის გადახდის პირობებთან დაკავშირებით;

გარდა ზემოაღნიშნულისა, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო პრაქტიკა მკაფიო სტანდარტს ადგენს თუ როგორ უნდა შეფასდეს მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანი კომერციული კომუნიკაცია. გადაწყვეტილებაში C-210/96 Gut Springenheide und Tusky სასამართლომ ჩამოაყალიბა „საშუალო მომხმარებლის“ ტესტი, რომელიც

წარმოადგენს ერთგვარ შეფასების კრიტერიუმს კომერციული კომუნიკაციის შეცდომაში შემყვანი ხასიათის იდენტიფიცირებისას. კერძოდ, სასამართლომ განსაზღვრა, რომ საშუალო მომხმარებელი არის გონივრულად კარგად ინფორმირებული, გონივრულად დაკვირვებული და წინდახედული. თუმცა, სასამართლომ ხაზგასმით აღნიშნა, რომ ეროვნულმა სასამართლოებმა უნდა გაითვალისწინონ ის ფაქტიც, რომ მომხმარებლები ყოველთვის არ არიან იდეალურად ინფორმირებულნი, რის გამოც ინფორმაციის სიზუსტე და მკაფიოობა განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. გარდა ამისა, სასამართლომ ერთ-ერთ საქმეში (C-49/11 Content Services Ltd) ხაზგასმით აღნიშნა მოვაჭრის ვალდებულება წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს მომხმარებელს არსებითი ინფორმაცია და ინფორმაციის მხოლოდ ფორმალური არსებობა არ არის საკმარისი, იგი უნდა იყოს რეალური. საქმეში C-122/10 Konsumentombudsmannen v Ving Sverige AB კი ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ აღნიშნა, რომ წინასახელშეკრულებო ინფორმაციის სიზუსტე და გამჭვირვალობა წარმოადგენს გადამწყვეტ ფაქტორს, რადგან მომხმარებელი მასზე დაყრდნობით იღებს ეკონომიკურ გადაწყვეტილებას. ინფორმაციის ნებისმიერ ხარვეზს ან შეუსაბამობას შეუძლია შეარყიოს მომხმარებლის თავისუფლება მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება.

მაშასადამე:

- ინფორმაციის სიზუსტე და სრულყოფილება წარმოადგენს არსებით მოთხოვნას;
- ინფორმაციის არასწორი ან არასრულყოფილი მიწოდება მომხმარებელს ართმევს შესაძლებლობას მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება და ამაზე დაყრდნობით განახორციელოს ეკონომიკური ქცევა;
- მსგავსი ქცევა კი უტოლდება მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ გავრცელებული ინფორმაციის საფუძველზე, მომხმარებელი, მისთვის სასურველი ნივთის შესაძენად ესტუმრა აისითის მაღაზიას, სადაც ვერ ისარგებლა იმ პირობით, რომელიც Facebook პოსტის საშუალებით იყო შეთავაზებული. როგორც ზემოთ აღინიშნა, მომხმარებლის მიერ სარეწში სტუმრობა განიხილება როგორც ტრანზაქციული გადაწყვეტილება (კანონის ჩანაწერით „გარიგების დადება“) და სწორედ მოვაჭრის მიერ მიწოდებულმა მცდარმა ინფორმაციამ გამოწვია მომხმარებლის მოტყუება, რის გამოც მომხმარებელს შეეძლო დაედო გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მიერ განხორციელდა კანონის 25-ე მუხლის მე-2, მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობა.

უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელებით მიყენებულ ზიანთან დაკავშირებით კი, UCPD დირექტივის 11ა მუხლი წევრ სახელმწიფოებს ავალდებულებს უზრუნველყონ UCPD დირექტივის დარღვევით დაზარალებული მომხმარებლების წვდომა პროპორციულ და ეფექტურ საშუალებებზე, ეროვნულ დონეზე დადგენილი პირობების გათვალისწინებით.

შესაბამისად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ **მოვაჭრე ვალდებულია კომერციული კომუნიკაციის განხორციელებისას უზრუნველყოს მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაციის სიზუსტე, სანდოობა და მკაფიოობა, რათა თავიდან იქნეს აცილებული ისეთი გარემოება, როდესაც მცდარი ან არასრულყოფილი ინფორმაცია იწვევს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და შედეგად, მისი ეკონომიკური ქცევის ცვლილებას.**

გარდა ამისა, იმ მომხმარებელთა მიმართ, რომელთაც უკვე განახორციელეს ეკონომიკური ქცევა მოცემული მცდარი ინფორმაციის საფუძველზე, მოვაჭრეს ეკისრება ვალდებულება უზრუნველყოს მათთვის სპეციალური პირობების ინდივიდუალურად შეთავაზება იმავე მოცულობითა და პირობებით, რომლებიც თავიდან იყო რეკლამირებული. აღნიშნული წარმოადგენს როგორც მომხმარებლის უფლებების რეალური აღდგენის, ისე სამომავლოდ კეთილსინდისიერი და სამართლიანი კომერციული საქმიანობის უზრუნველყოფის აუცილებელ გარანტიას.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრემ მომხმარებელს, ინდივიდუალურად შესთავაზა ანალოგიური პირობები, კერძოდ, უპროცენტო განვადება, რაც სრულად შეესაბამებოდა იმ კომერციულ შეთავაზებას, რომელიც თავდაპირველად იყო რეკლამირებული. თუმცა, მომხმარებელმა, ინტერესის დაკარგვიდან გამომდინარე, სააგენტოში 2025 წლის 12 სექტემბერს წარმოდგენილი №01/5411 წერილით უარი განაცხადა აღნიშნული შეთავაზების მიღებაზე.

ამრიგად, სააგენტო ზემოაღნიშნულ გარემოებათა გათვალისწინებით მოკლებულია შესაძლებლობას განიხილოს განცხადება, ვინაიდან მომხმარებლის უფლება ფაქტობრივად აღდგენილია მოვაჭრის მიერ გაკეთებული შეთავაზებით. ხოლო მომხმარებელმა, თავად განაცხადა უარი აღნიშნული შეთავაზების მიღებაზე.

#### **4.3. განცხადების შეფასება**

განსახილველ შემთხვევაში, მომხმარებელი აპელირებს იმ ფაქტთან დაკავშირებით რომ ელექტრო სკუტერი, რომელიც მან 2024 წლის 27 ივნისს შეიძინა, ხუთი თვის შემდგომ გამოვიდა მწყობრიდან. მომხმარებლის თქმით, მოვაჭრის ვალდებულება იყო

საგარანტიო პირობების შესაბამისად განხორციელებინა საქონლის შეკეთება გონივრულ ვადაში, თუმცა მოვაჭრემ მას უარი განუცხადა საგარანტიო მომსახურებაზე.

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

აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელი, კანონით განსაზღვრული ნაკლის აღმოფხვრის უფლებით სარგებლობს იმ შემთხვევაში, თუკი ნაკლი თავდაპირველია და საქონელი მას გადაეცა ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ პირობებთან შეუსაბამო მდგომარეობაში. აღნიშნული კი, წარმოადგენს მტკიცების საგანს.

კანონის მე-20 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, 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.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრემ სააგენტოში წარმოადგინა კვალიფიციური დასკვნა იმის შესახებ, რომ საქონლის ნაკლი გამოწვეული იყო მომხმარებლის ზემოქმედების შედეგად (დაშვებული საბურავით განხორციელდა მისი ექსპლუატაცია, რამაც გამოიწვია ძრავის დაზიანება), რაც, საგარანტიო მომსახურების თანახმად, არ ექვემდებარება მოვაჭრის მიერ საქონლის უსასყიდლოდ შეცვლა/შეკეთებას.

მიუხედავად სააგენტოს მოთხოვნისა, მომხმარებელს სააგენტოში წარმოედგინა ალტერნატიული მტკიცებულება, რომ მას ხელშეკრულების პირობებთან შეუსაბამო საქონელი გადაეცა, მომხმარებელს სააგენტოში არ წარმოუდგენია მოთხოვნილი ინფორმაცია.

აღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, მიუხედავად იმისა, რომ ევროკავშირის სამართლის მსგავსად, კანონით განსაზღვრული ნაკლოვანების პრეზუმფცია (6 თვის განმავლობაში მტკიცების ტვირთთან დაკავშირებით) მომხმარებელს ანიჭებს დაცვის მექანიზმს, მოცემულ საქმეში მოვაჭრემ წარმოადგინა დასკვნა, რომელიც ნაკლის წარმოშობას უკავშირებს მომხმარებლის ქცევას. მომხმარებლის მხრიდან კი, სააგენტოს არაერთი მოთხოვნის მიუხედავად, არ იქნა წარმოდგენილი დამატებითი მტკიცებულება საწინააღმდეგოს დასასაბუთებლად.

შესაბამისად, სააგენტო მოკლებულია შესაძლებლობას დაადგინოს, არღვევს თუ არა მოვაჭრის ქმედება კანონითა და სავაჭრო პოლიტიკით განმტკიცებულ საგარანტიო მომსახურების სტანდარტებს.

#### **თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17<sup>1</sup> 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 შპს „აისითის“ (ს/ნ 406115797) მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.