

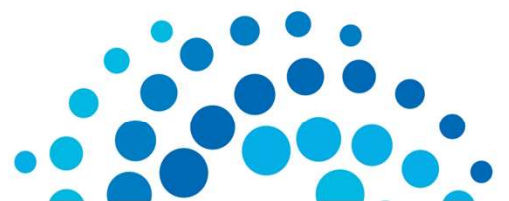


სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2026 წლის 22 იანვრის N 04/66 ბრძანების შესაბამისად
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილების
დამტკიცების შესახებ

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

ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:

1. დამტკიცდეს სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 22 იანვრის N 04/66 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე მუხლის და 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის დარღვევის ფაქტი.



3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის 24-ე მუხლის და 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის მოთხოვნებს.
4. შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 (ხუთი) სამუშაო დღის ვადაში.
5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოს 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 ლექვიანიძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ-საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2026 წლის 22 იანვრის N 04/66 ბრძანების შესაბამისად
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე

თბილისი

2026

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი	3
1.1 განმცხადებლის პოზიცია.....	3
1.2 მოვაჭრის პოზიცია.....	3
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება.....	4
თავი 3. სამოტივაციო ნაწილი	7
3.1. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა.....	7
3.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობა.....	9
თავი 4. სარეზოლუციო ნაწილი.....	15

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) წარმოდგენილ იქნა მოქალაქე

განცხადება შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) (შემდგომში - მოვაჭრე) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

აღნიშნული განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 22 იანვრის N04/66 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

1.1 განმცხადებლის პოზიცია

განცხადების თანახმად, მომხმარებელმა 2025 წლის 2 დეკემბერს <https://jysk.ge/> -ის ოფიციალურ ვებგვერდზე ნახა აქციის შესახებ ინფორმაცია, რომლის მიხედვითაც ერთ პროდუქტზე 70%-იანი, ხოლო მეორეზე 40%-იანი ფასდაკლება იყო მითითებული და აღნიშნული იყო, რომ პროდუქტი ხელმისაწვდომი იყო მაღაზიაში. ამის საფუძველზე, იგი მივიდა მაღაზიაში, შეიძინა საქონელი, თუმცა გამოცხადებული 40% ფასდაკლების ნაცვლად, მოვაჭრემ ნივთზე გაავრცელა 30% ფასდაკლება.

მომხმარებლის განმარტებით, ვებგვერდზე არ იყო მითითებული, რომ ეს ფასდაკლება მხოლოდ ონლაინ მოქმედებდა და შესაბამისად, მომხმარებელმა პროდუქტი მაღაზიაში შეიძინა. მოგვიანებით მან საკითხზე წერილობით მიმართა კომპანიას, თუმცა JYSK-მა პასუხისმგებლობა არ აიღო და ფასდაკლების სხვაობის ანაზღაურებაზე უარი განაცხადა.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2025 წლის 30 დეკემბრის N02/6661 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა მომხმარებლის განცხადების თაობაზე და განესაზღვრა 5 სამუშაო დღე მასში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით პოზიციის და სავაჭრო პოლიტიკის წარმოსადგენად. 2026 წლის 13 იანვრის N01/189 წერილით მოვაჭრემ განმარტა, რომ ვებ-გვერდზე <https://jysk.ge/> 2025 წლის 1 და 2 დეკემბერს დაანონსებული იყო აქცია (CYBER MONDAY), რომლის შესახებაც ინფორმაცია ვებ-გვერდზე ვიზიტისას (მთავარ გვერდზე) მომხმარებლისთვის ხელმისაწვდომი იყო, კერძოდ, სრულ პროდუქციაზე გამოცხადდა შესაბამისი პროცენტულობით

ფასდაკლება მხოლოდ ონლაინ. მოვაჭრის განმარტებით, მომხმარებელს განემარტა, რომ წარწერა „მხოლოდ მაღაზიაში“ მიუთითებს დათქმას, რომ ეს ნივთი ხელმისაწვდომია მხოლოდ მაღაზიაში და არანაირად არ გულისხმობს იმას, რომ საქონელს მხოლოდ მაღაზიაში აკლდება ღირებულების 40%. მოვაჭრის ინფორმაციით, მსგავსი აღნიშვნა აქვს ფასდაკლების გარეშე არსებულ ნივთებსაც. გარდა ზემოაღნიშნულისა, მოვაჭრე მიუთითებს, რომ ფეისბუქ სთორიზე მომხმარებლის გადამისამართება მენეჯერის მხრიდან არ მომხდარა, ხოლო არც მენეჯერს გადაუმისამართებია იგი ცხელ ხაზზე, რადგან მომხმარებელს სრულად მიეწოდა ინფორმაცია.

სააგენტოს 2026 წლის 23 იანვრის N02/428 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა სააგენტოს თავმჯდომარის 2026 წლის 22 იანვრის №04/66 ბრძანების შესაბამისად საქმის შესწავლის დაწყების შესახებ და განესაზღვრა 5 (ხუთი) სამუშაო დღე მომხმარებლის კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე პოზიციის წარმოსადგენად. ზემოაღნიშნული წერილის პასუხად, 2026 წლის 2 თებერვლის N01/969 წერილით მოვაჭრემ განმარტა, რომ 2026 წლის 13 იანვრის N01/189 წერილით სააგენტოში წარმოადგინა სრული ინფორმაცია.

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.

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 მუხლი ადგენს მოქმედებით გამოხატული უსამართლო კომერციული საქმიანობის პირობებს და პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის მიხედვით განმარტავს, რომ ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია ცრუ განაცხადის გაკეთება, რომ საქონელი ან მომსახურება ხელმისაწვდომი იქნება ან/და განსაკუთრებული პირობები იმოქმედებს მხოლოდ დროის მცირე მონაკვეთში, იმ მიზნით, რომ მომხმარებელმა მყისიერი გადაწყვეტილება მიიღოს და მას არ მიეცეს საკმარისი დრო და შესაძლებლობა ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად;

კანონის 26-ე მუხლი კი ადგენს უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის პირობებს და განმარტავს, რომ შეცდომაში შემყვანია მოვაჭრის უმოქმედობით გამოხატული კომერციული საქმიანობა, როდესაც კონკრეტულ შემთხვევაში, ინფორმაციის ფაქტობრივი შინაარსი არ შეიცავს არსებით ინფორმაციას, რომელიც საშუალო მომხმარებელს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად სჭირდება, რის შედეგადაც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც ამ ინფორმაციის მიღების შემთხვევაში არ დადებდა.

საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში არსებით ინფორმაციად მიიჩნევა ინფორმაცია (თუ იგი ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს მისი შინაარსიდან) საქონლის ან მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ, საქონლის ან მომსახურების და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით;

ხოლო, კანონის მე-5, მე-6 და მე-9–მე-12 მუხლებით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებების შეუსრულებლობა მიიჩნევა აგრეთვე უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად.

საერთაშორისო კანონმდებლობა:

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივის¹ (შემდგომში - 2011/83/EC დირექტივა) მიზანია მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის დადებული 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.

უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC (UCPD) (შემდგომში - 2005/29/EC დირექტივა) დირექტივა წარმოადგენს ევროკავშირის სამომხმარებლო სამართლის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ქვაკუთხედს, მისი მოქმედების ფართო სფეროსა და ჰორიზონტალური ხასიათის გამო. დირექტივა ადგენს რეგულაციებს, რომლებიც კრძალავენ შეცდომაში შემყვან და აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკას, რაც გავლენას ახდენს მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე. დირექტივის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტი ადგენს უმოქმედობით გამოწვეული, კერძოდ არსებითი ინფორმაციის მიუწოდებლობის გამო, შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ცნებას.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება:

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

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

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

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

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 3. სამოტივაციო ნაწილი

3.1. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესების დარღვევა

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

სანამ საკითხის არსებით შეფასებაზე გადავალთ, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ კანონი ცალსახად მიუთითებს, რომ როგორც სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებამდე, ისე საქმის შესწავლის ეტაპზე, მნიშვნელოვანია იკვეთებოდეს, რომ კონკრეტული მოვაჭრის მიერ კანონის მოთხოვნების დარღვევის შედეგად მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესს ზიანი ადგება ან შესაძლოა მიადგეს.

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

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის (კოლექტიური ინტერესის) ცნებას საფუძველი ფრანგულ იურისპრუდენციაში ჩაეყარა, მას შემდეგ, რაც ქვეყანაში მომხმარებელთა ორგანიზაციებს ბაზრის ზედამხედველობის ფუნქცია მიენიჭათ და 1973 წელს, კანონით უფლება მიეცათ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესები სასამართლოში დაეცვათ. საფრანგეთის უზენაესი სასამართლოს 1985 წლის გადაწყვეტილებით, მომხმარებელთა ორგანიზაციებს მხოლოდ მაშინ შეეძლოთ სასამართლოში წარმომადგენლობა, თუკი სადავო ქმედება პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზიანს აყენებდა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.²

ფრანგული პრაქტიკა ევროკავშირის კანონმდებელმაც გაიზიარა. მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესის განმარტებას ვხვდებით ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2009/22/EC დირექტივაში „მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული მითითებების შესახებ“.³ დირექტივის პრეამბულის მესამე აბზაცში შემოთავაზებულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური განმარტება, რომლის თანახმადაც, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი არ გულისხმობს იმ მომხმარებელთა ინტერესების ერთობლიობას, რომელთაც დარღვევის შედეგად ზიანი მიადგათ.

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის ნეგატიური ევროპული განმარტება შეიცვალა ევროპარლამენტისა და საბჭოს (EU) 2020/1828⁴ დირექტივით, რომლის მე-3 მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის პოზიტიური განმარტება, რომლის თანახმადაც, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი მომხმარებელთა საერთო ინტერესს გულისხმობს.

² Cass Crim, 20 May, 1985, bull crim 485

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

⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020L1828>

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

განსახილველ საქმეში იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს არ აწვდის საქონლის ფასის შესახებ მკაფიო და ზუსტ ინფორმაციას, ის ზიანს აყენებს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, რომ მიიღოს შესაბამისი საქონელი მოვაჭრისგან, შესაბამისად, იკვეთება მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესის დარღვევის ფაქტი.

3.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობა

ევროკავშირის დირექტივა 2005/29/EC „უსამართლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ (შემდგომში - 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. 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.

დირექტივის მე-6 მუხლი განსაზღვრავს, რომ კომერციული საქმიანობა ითვლება შეცდომაში შემყვანად, თუ ის მოიცავს მცდარ ინფორმაციას და შესაბამისად, არ წარმოადგენს სიმართლეს, ან თუ მან ნებისმიერ ფორმით, მათ შორის საერთო წარმოდგენით, გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება,

თუნდაც სხვა ფაქტობრივი ინფორმაცია იყოს სწორი და ამავე დროს იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის ისეთი ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა, მათ შორის ფასი ან ფასის გამოთვლის მეთოდის, ან კონკრეტული ფასდაკლების არსებობის შესახებ ინფორმაცია.

მსგავსად დირექტივისა, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის VI თავი ეთმობა უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, რომელიც შესაძლოა გამოხატული იყოს როგორც მოქმედებით, ასევე უმოქმედობით. კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტი კრძალავს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტში კანონმდებელი ასევე განმარტავს, რომ 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. ხოლო, კანონის 25-ე მუხლი მოიცავს მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის პირობებს და მეორე პუნქტით აწესებს დირექტივის ანალოგიურ მოწესრიგებას შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებით, კერძოდ, 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, აღნიშნული მუხლის მე-3 პუნქტის მიხედვით ინფორმაცია მოიცავს ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს.

სანამ უშუალოდ მოვაჭრის ქმედება შეფასდება, მნიშვნელოვანია განიმარტოს „საშუალო მომხმარებელი“, რადგან როგორც კანონი, ისე 2005/29/EC დირექტივა, უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას, ამოსავალ ნიშნულად სწორედ საშუალო მომხმარებელს მიიჩნევს. ევროკავშირის რეგულაციების თანახმად, საშუალო მომხმარებელი შეფასებულია, როგორც საკმარისად კარგად ინფორმირებული და საკმარისად დაკვირვებული და წინდახედული. ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლომ, საქმეზე Gut Springenheide vs Germany, 1998

წლის 16 ივლისს, პრეკედენტული სამართლის მითითებით დაადგინა, რომ ქმედების შეფასებისას გათვალისწინებული უნდა იქნას „საშუალო“ მომხმარებლის სავარაუდო მოლოდინები, რომელიც გონივრულად კარგად ინფორმირებულია და გონივრული დაკვირვების შედეგად შეიძენს პროდუქტს/მომსახურებას. შემძენის ცოდნის რეალიზება პროდუქციის არჩევისას, გულისხმობს, რომ ის, როგორც წესი, მთლიანად აღიქვამს ობიექტს, ცნობს მის დიზაინს და აქვს უნარი გაეცნოს მასზე მითითებულ ინფორმაციას. იმიტომ არის მნიშვნელოვანი „საშუალო“ მომხმარებლის ჰორიზონტიდან დანახული საქონელი, რომ „საშუალო“ მომხმარებლის მიერ პროდუქციის შეფასება ხორციელდება თანაბარზომიერად, საქონლისა და მომსახურების დონის გათვალისწინებით. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ საშუალო მომხმარებლის ცნება არ არის სტატიკური და იგი განსაზღვრული უნდა იქნას ყოველი კონკრეტული საქმის განხილვისას საშუალო მომხმარებლის ტიპური რეაქციის დასადგენად მხედველობაში უნდა იქნას მიღებული შესაბამისი ფაქტობრივი გარემოებები.⁵ გამომდინარე იქიდან, რომ მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ ახალი კანონი მიღებული იქნა 2022 წელს, ხოლო მანამდე არ არსებობდა ამ სფეროს მომწესრიგებელი სრულყოფილი კანონმდებლობა და საქართველოს მოსახლეობის ცნობიერება ამ კუთხით ამაღლებული არ არის, შესაძლოა საქართველოს მოსახლეობა მიჩნეული იქნას მოწყვლად მომხმარებლად.

როგორც აღინიშნა, ევროპული სამართლის მიხედვით, საშუალო მომხმარებელი უნდა იყოს, გონივრულად კარგად ინფორმირებული, გონივრულად დაკვირვებული და გონივრულად ფრთხილი. აღნიშნული კონცეფცია ეფუძნება საინფორმაციო პარადიგმას, რომელსაც ეყრდნობა მთელი ევროკავშირის მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართალი, იმ დანაწესიდან გამომდინარე, რომ არასაკმარისად ინფორმირებული მომხმარებელი იწვევს არაეფექტურ ბაზარს. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე ცხადია, რომ ევროპული სამართალი ერთი მხრივ ავალდებულებს მოვაჭრეს საქონლის/მომსახურების შესახებ არსებითი ინფორმაციის სათანადოდ მიწოდებას და მეორე მხრივ იცავს იმ მომხმარებელს, რომელმაც გამოიჩინა ძალისხმევა მოვაჭრის მიერ მიწოდებული ინფორმაციის მოსაძიებლად და მისაღებად, და არა იმ მომხმარებელს, რომელმაც უგულვებელყო მოვაჭრის მიერ სათანადოდ მიწოდებული/სათანადო ადგილზე განთავსებული ინფორმაცია.

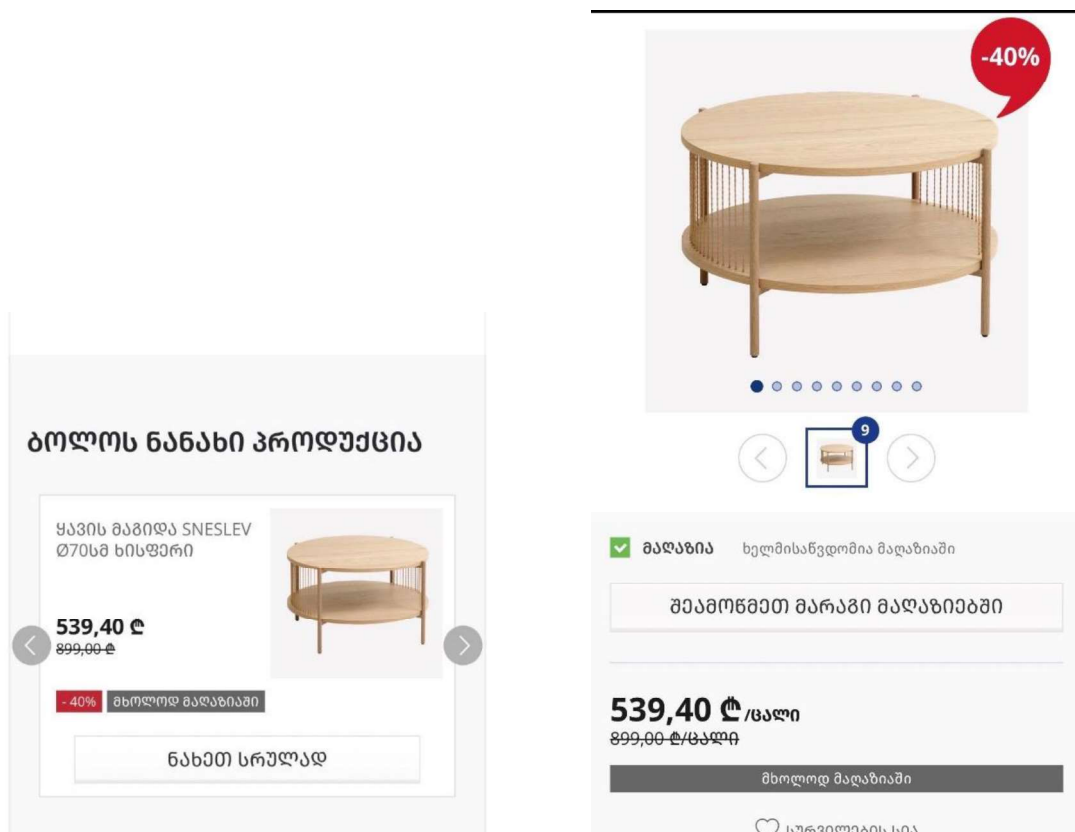
შესაბამისად, მოვაჭრის მიერ შეცდომაში შემყვანი უსამართლო კომერციული საქმიანობის, მათ შორის უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული, როგორც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის

⁵ დირექტივა 2005/29/EC (UCPD) პრეამბულა პარ. 18

საქონლის/მომსახურების შესახებ არსებითი ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტი, ისე მომხმარებლის მიერ მიწოდებული ინფორმაციის მისაღებად/აღსაქმელად დახარჯული ძალისხმევა.

მოცემულ საქმეში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, თუ რამდენად მკაფიოდ და ერთმნიშვნელოვნად მიეწოდა ინფორმაცია მომხმარებელს აქციის პირობების შესახებ. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი ჩარჩო განსაზღვრავს მოვაჭრის ვალდებულებას მომხმარებელს მიაწოდოს საქონლის ფასის შესახებ უტყუარი და სრული ინფორმაცია. განსახილველ შემთხვევაში, საქმეში წარმოდგენილი მასალებიდან დგინდება, რომ მოვაჭრის სავაჭრო ვებგვერდზე განთავსებულ საქონელზე 40%-იანი ფასდაკლება იყო მითითებული და ამასთან, აღნიშნული იყო, რომ პროდუქტი ხელმისაწვდომი იყო მხოლოდ მაღაზიაში, თუმცა გამოცხადებული 40%-იანი ფასდაკლების ნაცვლად, მოვაჭრემ ნივთის სავაჭრო ობიექტში შეძენის დროს გაავრცელა 30% ფასდაკლება იმ საფუძველით, რომ 40%-იანი ფასდაკლება ვრცელდებოდა მხოლოდ ონლაინ.

მოცემულ შემთხვევაში მოვაჭრის მიერ ვებგვერდზე გამოქვეყნებულია საქონლის ფასის შესახებ ინფორმაცია შემდეგნაირად - იხილეთ ფოტო



როდესაც მოვაჭრე საკუთარ ვებგვერდზე აქვეყნებს ინფორმაციას ფასდაკლების შესახებ, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება იმ გარემოებას, რომ ფასდაკლების პირობები იყოს წარმოდგენილი გასაგებად და გამჭვირვალედ. კერძოდ, თუ ფასდაკლება ვრცელდება მხოლოდ ონლაინ შეძენაზე ან, პირიქით, მხოლოდ ფიზიკურ მაღაზიაში განხორციელებულ შესყიდვაზე, აღნიშნული გარემოება უნდა იყოს მკაფიოდ, ცალსახად და თვალსაჩინოდ მითითებული. ინფორმაცია არ უნდა იყოს წარმოდგენილი ისეთი ფორმით, რომელიც მომხმარებელს აძლევს შესაძლებლობას სხვადასხვა ინტერპრეტაციისთვის ან ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ ფასდაკლება ვრცელდება სხვა გარემოებებზეც. ამასთანავე, იმ შემთხვევებში, როდესაც ვებგვერდზე ერთდროულად არის მითითებული როგორც ფასდაკლების ოდენობა, ისე პროდუქტის ხელმისაწვდომობა (მაგალითად: „ხელმისაწვდომია მაღაზიაში“ ან „ხელმისაწვდომია ონლაინ“), აუცილებელია, რომ აღნიშნული ინფორმაცია იყოს ერთმანეთისგან მკაფიოდ გამიჯნული. კერძოდ, ერთი მხრივ ცალსახად უნდა იყოს მითითებული სად ვრცელდება კონკრეტული ფასდაკლება (ონლაინ, მაღაზიაში ან ორივეგან) და რა ოდენობით, ხოლო მეორე მხრივ, ცალკე და დამოუკიდებლად უნდა იყოს აღნიშნული პროდუქტის ხელმისაწვდომობის ფორმა, ანუ შესაძლებელია თუ არა მისი შეძენა ონლაინ, ფიზიკურ მაღაზიაში ან ორივე ფორმით. ასეთი გამიჯვნის არარსებობის შემთხვევაში, როდესაც ფასდაკლების შესახებ ინფორმაცია და პროდუქტის ხელმისაწვდომობის შესახებ მითითება წარმოდგენილია ისე, რომ ეს ორი ინფორმაცია შეიძლება ერთმანეთთან დაკავშირებულად იყოს აღქმული, იქმნება რისკი, რომ მომხმარებელს ჩამოუყალიბდეს მოლოდინი, თითქოს გამოცხადებული ფასდაკლება ვრცელდება გაყიდვის ისეთ პირობებში, რომელზეც რეალურად არ მოქმედებს.

აღნიშნული ქმედება იდენტიფიცირდება როგორც შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა, რაც „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის გარდა განსაზღვრულია ევროკავშირის დირექტივით 2005/29/EC, კერძოდ, მუხლი 6(1)(დ), რითაც იკრძალება ისეთი კომერციული პრაქტიკა, რომელიც შეიცავს არასწორ ან ბუნდოვან ინფორმაციას ფასის, მისი გამოთვლის მეთოდის ან კონკრეტული ფასდაკლების არსებობის თაობაზე და შედეგად იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის ისეთი ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა.

მოცემულ შემთხვევაში, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის შეძენისკენ მიმართული მოქმედება უკავშირდება უშუალოდ მოვაჭრის სავაჭრო ვებგვერდზე ფასდაკლების შესახებ საჯაროდ ხელმისაწვდომ ინფორმაციას. რეკლამაში არ იყო მითითებული ფასდაკლების მოქმედების ფორმა ან სხვა სახის განმარტება, რაც საშუალო მომხმარებელს რეალურად მისცემდა ინფორმირებული და გააზრებული

გადაწყვეტილების მიღების საშუალებას. ამგვარად, მომხმარებელი მოექცა არასწორი შთაბეჭდილების ქვეშ, თითქოს სარეკლამო შეთავაზება მოქმედებდა და ხელმისაწვდომი იყო მაღაზიაში. მოვაჭრის პასუხისმგებლობაა უზრუნველყოს, ვებგვერდზე განთავსებული კომერციული ინფორმაცია იყოს ისეთი ფორმით წარმოდგენილი, რომელიც გამორიცხავს მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანას და უზრუნველყოფს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებას.

ევროპული სასამართლოს პრაქტიკა მნიშვნელოვან განმარტებებს იძლევა იმგვარი კომერციული ქმედებების სამართლებრივი შეფასებისას, როდესაც მომხმარებლისთვის მოწოდებული ინფორმაცია ფასის ან ფასდაკლების შესახებ რეალობას არ შეესაბამება. სასამართლო ხაზს უსვამს, რომ ინფორმაციის სიზუსტე წარმოადგენს მნიშვნელოვან ფაქტორს სამართლიანი და გამჭვირვალე კომერციული ურთიერთობებისთვის. კერძოდ, საქმეში C-388/13, UPC Magyarország (განხილული 2015 წლის 16 აპრილის გადაწყვეტილებით), ევროკავშირის სასამართლომ განმარტა, რომ ისეთი ინფორმაცია, რომელიც მომხმარებლისთვის ქმნის მცდარ შთაბეჭდილებას პროდუქტის შესახებ არსებით ინფორმაციასთან დაკავშირებით (მაგალითად, მოქმედი ხელშეკრულების ხანგრძლივობა ან სხვა მნიშვნელოვანი მახასიათებელი), საკმარისია მის დასადგენად, რომ ადგილი აქვს შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას.

ამრიგად, საქმის ფაქტობრივი და სამართლებრივი ანალიზის საფუძველზე, დგინდება, რომ მოვაჭრის ქმედება, კერძოდ, ფასდაკლების პირობების შესახებ არაზუსტი და გაუმჭვირვალე ინფორმაცია, რომელმაც შეცდომაში შეიყვანა მომხმარებელი და განაპირობა მისი ეკონომიკური ქცევა, წარმოადგენს მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას, რაც ეწინააღმდეგება სამართლიანი ვაჭრობის პრინციპებს.

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, მოვაჭრე ვალდებულია აღადგინოს იმ მომხმარებელთა დარღვეული უფლება, რომელთაც მოვაჭრის მხრიდან უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების შედეგად მიაღგათ ზიანი, მათ შორის, შპს „სანნა“ (ს/ნ 404508154) ვალდებულია მომხმარებელ აუნაზღაუროს გამოცხადებულ 40%-იან ფასდაკლებასა და ფაქტობრივად გამოყენებულ 30%-იან ფასდაკლებას შორის არსებული სხვაობა.

ამდენად, ზემოაღნიშნული ფაქტობრივი გარემოებების შეჯერების შედეგად, სააგენტოს შეფასებით, ადგილი აქვს მოვაჭრე შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე მუხლის და 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის დარღვევის ფაქტს.

თავი 4. სარეზოლუციო ნაწილი

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის მე-4 პუნქტის, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის საფუძველზე სააგენტომ

გადაწყვიტა:

დადასტურდეს შპს „სანნას“ (ს/ნ 404508154) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 24-ე მუხლის და 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის დარღვევის ფაქტი.