



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2025 წლის 10 თებერვლის N04/113 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:

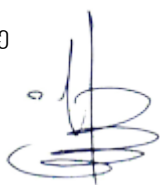
1. დამტკიცდეს საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 10 თებერვლის N04/113 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) 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 „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) 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 10 თებერვლის N04/113 ბრძანების შესაბამისად
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე**

ქ. თბილისი

2025

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი	2
1.1. განმცხადებლის პოზიცია	2
1.2. მოვაჭრის პოზიცია	2
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება	3
თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი	7
თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი	9
4.1. უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა	9
4.2. ფასის გამჭვირვალობის ვალდებულება და მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.....	13
თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი	17

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) 2025 წლის 9 იანვარს წარმოდგენილი იქნა მოქალაქე

განცხადება, შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) (შემდგომში - მოვაჭრე/კომპანია) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

აღნიშნული განცხადების საფუძველზე, სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 10 თებერვლის N04/113 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

1.1. განმცხადებლის პოზიცია

განმცხადებლის მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, მომხმარებელმა 2025 წლის 27 იანვარს „ფრესკოს“ სავაჭრო ობიექტში შეიძინა ასაწონი პროდუქტი - გოგრის გული, რომლის ღირებულება, აწონვის მომენტში (23:59 საათზე), შეადგენდა 58.98 ლარს, რაც დასტურდება მისი მხრიდან წარმოდგენილი შესაბამისი მტკიცებულებით (სასწორის მიერ გენერირებული ფასის ეტიკეტი). მიუხედავად ამისა, სალაროსთან ანგარიშსწორებისას, მას გადაახდევინეს 81.35 ლარი, რაც დადასტურებულია მომხმარებლის მიერ 2025 წლის 27 იანვარს წარმოდგენილი N01/490 წერილითა და თანდართული გადახდის ქვითრით.

აღნიშნულ გარემოებებზე დაყრდნობით, მომხმარებელი მიიჩნევს, რომ დარღვეულ იქნა მისი, როგორც მომხმარებლის, კანონით გარანტირებული უფლებები.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2025 წლის 15 იანვრის N02/57 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა განმცხადებლის მოთხოვნის თაობაზე და განესაზღვრა 5 სამუშაო დღის ვადა, განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან და სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციის წარმოსადგენად. კერძოდ, მომხმარებლებისათვის ინფორმაციის (მათ შორის ფასის) მიწოდების დადგენილი სტანდარტის შესახებ.

სააგენტოს ზემოაღნიშნული წერილის საპასუხოდ, მოვაჭრემ 2025 წლის 29 იანვარს წარმოადგინა N01/548 წერილი, რომლის თანახმადაც მომხმარებელმა 2025 წლის 8

იანვარს, 23:59 საათზე განახორციელა გოგრის გარჩეული გულის აწონვა, რა დროსაც მოქმედებდა სააქციო ფასი. მომხმარებელი სალაროსთან პროდუქტის გასატარებლად მივიდა 10 წუთის შემდეგ, ანუ უკვე 09.01.2025 წლის 00:11 საათზე. ამ დროისათვის კი უკვე სააქციო პერიოდი დასრულებული იყო და პროდუქტზე მოქმედებდა აქციამდე არსებული ფასი. ანუ სალაროსთან, 09.01.2025 წლის 00:11 საათზე, პროდუქციის გატარების პერიოდში, 1 კგ. გოგრის გარჩეული გულის სარეალიზაციო ფასი უკვე შეადგენდა 39.00 ლარს ნაცვლად 28.00 ლარისა. მოლარე ოპერატორმა გაატარა ხსენებული პროდუქტი სალაროსთან და ვინაიდან დაფიქსირდა შეუსაბამობა გატარებული გოგრის გულის ღირებულებას და სასწორის მიერ გენერირებული ფასის ეტიკეტზე არსებულ ფასს შორის, მომხმარებელს მიეწოდა ინფორმაცია სააქციო პერიოდის დასრულებისა და ახალი ფასის შესახებ, და თუკი მომხმარებელი გადაწყვეტდა პროდუქტის შეძენას, ტრანზაქცია განხორციელდებოდა ახალი ფასით.

მომხმარებლებისათვის ფასის შესახებ ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებით კი, მოვაჭრე აღნიშნავს, რომ ფრესკოს სუპერმარკეტში ნებისმიერ პროდუქციას ადევს სარეალიზაციო ფასმაჩვენებელი, რომელიც ყოველთვის წარდგენილია ნებისმიერი მოქალაქისათვის კარგად აღსაქმელი ფონტით და ზომით, ხილულ ადგილას.

ამასთან, მოვაჭრე მიიჩნევს, რომ მოცემულ შემთხვევაში, ადგილი არ აქვს მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტს.

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 სცოდნოდა;

კ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ.

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

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

კანონის VI თავი ეთმობა უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ პირობებს, რომლის მიხედვითაც: უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია, ხოლო 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 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 მოიცავს საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან

კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები.

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 მოვაჭრებს 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.

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 განვითარებას².

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.

² 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.

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 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 მიაღწეს.

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, მხარეთა მიერ წარმოდგენილი განცხადებიდან გამოიკვეთა, რომ შესაძლოა მოვაჭრე ახორციელებდეს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, რამაც შესაძლოა სავარაუდო ზიანი მიაყენოს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, მოვაჭრისგან შეიძინოს საქონელი. შესაბამისად, სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის

10 თებერვლის N04/113 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) მიერ კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი

სააგენტომ, 2025 წლის 10 თებერვლის N04/113 ბრძანებით, მოქალაქე განცხადების საფუძველზე დაწყებული საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით. 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, სასამართლო გადაწყვეტილებებს და უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით.

საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით³ აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაციაა, 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)⁴ 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

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

⁴ 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')

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 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**⁵ ფართო განმარტებას იძლევა.

⁵ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონში აღნიშნული ტერმინი ნათარგმნია როგორც „გარიგების დადება“

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-281/12⁶ 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 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

⁶ Trento Sviluppo Srl and Centrale Adriatica Soc. coop. v AGCM

ურთიერთობაში შესვლა არ არის აუცილებელი, რომ ქმედება დაკვალიფიცირდეს, როგორც ტრანზაქციული გადაწყვეტილება.”

UCPD ღირექტივაში 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 ღირექტივის 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 სახელმწიფოებრივ ურთიერთობებზე. მაგალითად, UCPD ღირექტივის განმარტებითი დოკუმენტის თანახმად⁷, მომხმარებლის მაღაზიაში შესვლა, მეტი დროის დათმობა ინტერნეტში კონკრეტული ჯავშნის განხორციელებისას, ბმულზე ან რეკლამაზე დაკლიკება, სერვისის გამოყენების გაგრძელება, დათვალიერების მიზნით ე.წ „სქროლვა“, აღიქმება როგორც ტრანზაქციული გადაწყვეტილება.

ამრიგად, UCPD ღირექტივა 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 აღმასრულებელმა ორგანოებმა უნდა გამოიკვლიონ ცალკეული საქმის ფაქტობრივი გარემოებები, თუმცა ამავედროულად უნდა შეაფასონ ამ პრაქტიკის გავლენის „ალბათობა“ საშუალო მომხმარებლის ტრანზაქციულ გადაწყვეტილებაზე UCPD ღირექტივის მიზნებიდან გამომდინარე.

⁷ 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. ფასის გამჭვირვალობის ვალდებულება და მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა

ვიდრე უშუალოდ მოვაჭრის ქმედების არაკეთილსინდისიერება შეფასდება, მნიშვნელოვანია, მოცემულ შემთხვევაში, განიმარტოს თუ რას წარმოადგენს სასწორის მიერ გენერირებული ფასის ეტიკეტი.

სასწორის მიერ გენერირებული ფასის ეტიკეტი, რომელიც მოიცავს პროდუქტის დასახელებას, რაოდენობას, ერთეულის ფასსა და მთლიან ღირებულებას, წარმოადგენს მოვაჭრის მხრიდან შეთავაზებას, ხელშეკრულების დადების შესახებ წინადადებას (ოფერტს), რომლის თანახმადაც იგი აცხადებს მზადყოფნას, შეასრულოს თავისი წინადადება.

უფრო მეტიც, როდესაც მოვაჭრის მიერ ხორციელდება კონკრეტული ფასის შეთავაზება კონკრეტულ საქონელზე, კონკრეტულ მომენტში, ხოლო ეს ინფორმაცია მომხმარებლისთვის ფიზიკურად ხელმისაწვდომია საქონლის აწონვის მომენტში, მაშინ იგი ქმნის მომხმარებელში გონივრულ მოლოდინს, რომ გარიგება დაიდება სწორედ აღნიშნულ პირობებზე.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ სალაროსთან ანგარიშსწორების ეტაპზე, მომხმარებელი უკვე ჩართულია გადახდის პროცესში, პროდუქტი აწონილი, კალათაში მოთავსებული აქვს, დადასტურებულია ფასი, რომელიც განსაზღვრული აქვს რომ უნდა გადაიხადოს, და სალაროსთან იგი დგება გადახდის რიგში, სადაც, ხშირ შემთხვევაში ღროის სიმცირის, უწყვეტი ანგარიშსწორების პროცესის მიმდინარეობის გათვალისწინებით იმყოფება მორალური ზეწოლის ქვეშ, სადაც არ არის შექმნილი შესაბამისი გარემო თავისუფალი არჩევანის გასაკეთებლად. რაც თავისთავად გამორიცხავს იმას, რომ ახალი წინადადება (გაზრდილი ფასი) მოლარე ოპერატორის მიერ შემოთავაზებულია სამართლიან პირობებში, სადაც მომხმარებელს შეუძლია მიიღოს გააზრებული და ინფორმირებული არჩევანი.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლომ საქმეში Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer⁸ განსაზღვრა წინასახელშეკრულებო ინფორმირების ვალდებულების შესრულების ფორმატი და ხანდაზმულ მატარებელზე ინფორმაციის მკაფიოდ მიწოდების სტანდარტი. სასამართლომ ხაზგასმით აღნიშნა, რომ მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდება მოითხოვს მის აქტიურ გადაცემას და მისი მხოლოდ ფორმალურად არსებობა საკმარისი არ არის. ამით სასამართლომ კიდევ ერთხელ გაუსვა ხაზი მომხმარებლის ინფორმირების აუცილებლობას წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, რადგან სწორედ ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით ახორციელებს მომხმარებელი თავის ეკონომიკურ ქცევას.

⁸ C-49/11, Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer

იმის დასადგენად, ახორციელებს თუ არა **შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯია“ (ს/ნ 404504158)** ევროკავშირისა და საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, სააგენტომ შეისწავლა მომხმარებლისა და მოვაჭრის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია. ხოლო, აღნიშნულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, გამოიკვეთა უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნიშნები, რომლებიც მოცემულ შემთხვევაში მიჩნეულ უნდა იქნეს დადგენილ ფაქტობრივ გარემოებებად.

უპირველეს ყოვლისა, მნიშვნელოვანია განიმარტოს ფასის შესახებ ინფორმაციის გამჭვირვალობის აუცილებლობა ბიზნეს-სამომხმარებლო ურთიერთობაში და ამ ინფორმაციის ჭეშმარიტება, რაც საბოლოო ჯამში გავლენას ახდენს მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე. ფასი წარმოადგენს მომხმარებელთა ეკონომიკური გადაწყვეტილების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს განმაპირობებელ ფაქტორს და შესაბამისად, მის შესახებ არსებული ნებისმიერი ინფორმაცია განეკუთვნება სახელშეკრულებო ურთიერთობის არსებით პირობებს. როგორც საქართველოს, ასევე ევროკავშირის სამართლებრივი ჩარჩო ერთმნიშვნელოვნად აღიარებს ფასის შესახებ ინფორმაციის მნიშვნელობას და იცავს მომხმარებლის უფლებას იმოქმედოს სრულად ინფორმირებულად, გამჭვირვალედ და გონივრულად.

როგორც აღინიშნა, თუ დახლზე მითითებულია ფასდაკლებული ფასი და ეს ფასი ხელმისაწვდომია მომხმარებლისთვის პროდუქტის არჩევისა და კალათაში მოთავსების დროს, მაშინ ეს ფასი ქმნის მომხმარებლისთვის კომერციული შეთავაზების (ოფერტის) შინაარსს. შესაბამისად, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის სალარომდე მიტანა წარმოადგენს ამ ოფერტზე თანხმობას (აქცეპტს) და ასახავს მის ნებას გარიგების დადების თაობაზე იმ ფასთან დაკავშირებით, რომელზეც იგი სალაროსთან მისვლამდე დათანხმდა. ხელშეკრულების არსებით პირობებზე ცალმხრივად, მოვაჭრის მიერ უარის თქმა (მაგალითად, იმ მოტივით, რომ ფასი შეცდომით იყო მითითებული ან ფასდაკლების მოქმედების პერიოდში განახორციელა პროდუქტის აწონვა და განფასება, ხოლო გადახდის სისტემამ ავტომატურად დააგენერირა შეცვლილი ფასი ისე, რომ მომხმარებელს წინასწარ არ მიეწოდა ინფორმაცია) არსებითად ეწინააღმდეგება სამართლიანი კომერციული საქმიანობის სტანდარტებს.

აღსანიშნავია, რომ 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, ინფორმაცია მოიცავს: ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს.

განსახილველ შემთხვევაში, სასწორის სტიკერზე მითითებული ფასი მომხმარებლისთვის ქმნის გონივრულ მოლოდინს, რომ პროდუქტის შეძენა შესაძლებელი იქნება სწორედ ამ ფასად. თუ სალაროსთან მას განუცხადებენ, რომ სპეციალური ფასი აღარ მოქმედებს, მაშინ მომხმარებლის ნება, რომელიც სწორედ სასწორის სტიკერზე მოცემული ინფორმაციის შედეგად არის ფორმირებული, უგულებელყოფილია.

ამდენად, სალაროსთან ახალ პირობაზე შეთავაზებული არჩევანი, მომხმარებელმა საქონელი შეიძინოს გაზრდილი ფასით ან უკან დახლზე დააბრუნოს, ვერ განიხილება როგორც მომხმარებლისთვის უფლებების რეალური განხორციელების საშუალება, და მით უმეტეს, ბიზნეს-სამომხმარებლო ურთიერთობის სპეციფიკის გათვალისწინებით, ვერ აღიქმება როგორც ხელშეკრულების ახალი პირობების შეთანხმება მომხმარებლის ინფორმირებულობის დაცვის საფუძველზე. შესაბამისად, ეს ქმედება არღვევს სამომხმარებლო სამართლის ფუნდამენტურ პრინციპებს, მათ შორის ინფორმირებული თანხმობის, გონივრული მოლოდინის და კეთილსინდისიერების პრინციპებს.

მითითება იმაზე, რომ ფასდაკლება დასრულდა, არ ათავისუფლებს მოვაჭრეს პასუხისმგებლობისაგან იმ შემთხვევაში, თუ იგი ფასდაკლების ვადის ამოწურვის შესაბამისად, არ უზრუნველყოფს დახლიდან არასწორი ფასის მოხსნას ან პროდუქტის ფასის სათანადო კორექტირებას და შესაბამისად, მომხმარებლის, კანონით დადგენილი სტანდარტების შესაბამისად სათანადო ინფორმირებას.

განსაკუთრებით აღსანიშნავია აგრეთვე ის გარემოებაც, რომ რაოდენობრივად ბევრი პროდუქტის შეძენის შემთხვევაში, მომხმარებელი ვერ ახერხებს თითოეული საქონლის ფასდაკლების ვადის დამოუკიდებლად გადამოწმებას. ასეთი ვითარება კი მნიშვნელოვნად ზრდის რისკს, რომ მომხმარებელმა ვერ შენიშნოს ფასდაკლების შეწყვეტა და ვერ გააცნობიეროს, რომ კალათში მოთავსებული საქონლის ფასი აღარ შეესაბამება დახლზე მითითებულ ინფორმაციას.

ფასებით მომხმარებლის მანიპულირება (თუნდაც გაუფრთხილებლობით) განიხილება როგორც შეცდომაში შემყვანი კომერციული ქმედება, რადგან სწორედ ფასი აჩენს გონივრულ მოლოდინს და საბოლოო ჯამში, მომხმარებელს უბიძგებს დადოს ისეთი გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა. (განახორციელოს ტრანზაქციული გადაწყვეტილება).

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მოვაჭრის 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 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.

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.**

აღნიშნული ქმედება არსებითად არღვევს მომხმარებლის გონივრულ მოლოდინს და წარმოადგენს მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე მანიპულაციას. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მომხმარებელს პროდუქტის შესყიდვის გადაწყვეტილება უკვე

მიღებული ჰქონდა იმ ფასის გათვალისწინებით, რომელიც მას მიეწოდა პროდუქტის აწონვის დროს. შესაბამისად, სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მიერ დარღვევულია კანონის 25-ე მუხლით დადგენილი მომხმარებლის ინფორმირებულობის პრინციპი, რაც ხელს უშლის ხელშეკრულების კეთილსინდისიერ და ჯეროვან შესრულებას. ამდენად, ვინაიდან შექმნილმა გარემოებამ მომხმარებელს მიაყენა ფინანსური ზარალი, მან გადაიხადა იმაზე მეტი, ვიდრე ხელშეკრულებით დადგენილი ფასის საფუძველზე იყო გათვალისწინებული, **მოვაჭრე ვალდებულია დაუბრუნოს ზედმეტად გადახდილი თანხა.**

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 შპს „ფრესკო ვესტ ჯორჯიას“ (ს/ნ 404504158) მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.