



სსიპ - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 5 ივნისის №04/308 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 1-ელი პუნქტის, 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:

1. დამტკიცდეს სსიპ - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 5 ივნისის №04/308 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „ბესთ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის 1-ელი პუნქტის, მე-10 მუხლის, მე-17 მუხლის, 24-ე მუხლის, 25-ე მუხლის 1-ელი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და 26-ე მუხლის 1-ელი და მე-4 პუნქტების დარღვევის ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს „ბესთ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის მე-5 მუხლის 1-ელი პუნქტის, მე-10 მუხლის, მე-17 მუხლის, 24-ე მუხლის, 25-ე მუხლის 1-ელი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და 26-ე მუხლის 1-ელი და მე-4 პუნქტების მოთხოვნებს.
4. შპს „ბესთ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე სსიპ - საქართველოს

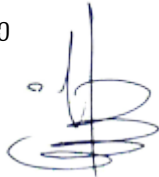


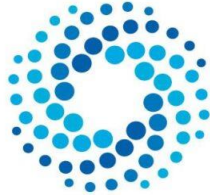
კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 სამუშაო დღის ვადაში.

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
კონკურენციის
ეროვნული სააგენტო

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 5 ივნისის N04/308 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თობაზე

ქ. თბილისი

2023

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი.....	3
1.1. განმცხადებლის პოზიცია.....	3
1.2. მოვაჭრის პოზიცია	4
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება.....	6
თავი 3. სამოტივაციო ნაწილი.....	12
თავი 4. სარეზოლუციო ნაწილი	26

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) 2023 წლის 17 მაისს წარმოდგენილი იქნა მოქალაქე ნინო ნიჟარაძის (პ/ნ 01001078290) (შემდგომში - განმცხადებელი/მომხმარებელი) №01/1646 განცხადება (შემდგომში - განცხადება), შპს „ბესტ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) (შემდგომში - მოვაჭრე) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის ფაქტზე.

მოქალაქე ნინო ნიჟარაძის (პ/ნ 01001078290) №01/1646 განცხადების საფუძველზე სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 5 ივნისის N04/308 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა შპს „ბესტ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) (შემდგომში - მოვაჭრე) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

1.1. განმცხადებლის პოზიცია

მოქალაქე ნინო ნიჟარაძის (პ/ნ 01001078290) №01/1646 განცხადების თანახმად, 2022 წლის ნოემბერში, მოვაჭრის ოფიციალური ფეისბუქ გვერდის საშუალებით [Best Shop . ბესტ შოპი](#) (შპს „ბესტ შოპ გრუპი“(ს/ნ 406352539)), რომელიც წარმოადგენს ონლაინ მაღაზიას, შეიძინა ლაზერული ეპილატორი. ნივთის სარეკლამო განცხადებაში მითითებული იყო, რომ მას 3 მოხმარების შემდგომ ექნებოდა თვალსაჩინო შედეგი. ხოლო, ნივთის 3 თვიანი გამოყენების შედეგად, შესაძლებელი იქნებოდა სხეულზე 80% თმის მოშორება. მომხმარებელს, აპარატის 5 თვიანი გამოყენების შემდგომ, არანაირი შედეგი არ მიუღია, რისი დამადასტურებელი ფოტო-მასალაც მოვაჭრეს გაეგზავნა. განცხადებაში აგრეთვე მითითებულია, რომ მომხმარებელმა ზემოაღნიშნულის თაობაზე მოვაჭრეს მიმართა, მაგრამ მოვაჭრის მხრიდან ზემოაღნიშნულ ფაქტთან დაკავშირებით სათანადო რეაგირება არ მომხდარა. მოვაჭრის პოზიციის მიხედვით ნივთი ფუნქციონირებს, ხარვეზი არ აღენიშნება (ასხივებს, ჩართვა-გამორთვის პრობლემა არ აქვს), და მისი შედეგი დამოკიდებულია ადამიანის კანისა და თმის ტიპზე. მომხმარებელი აღნიშნულთან დაკავშირებით სააგენტოსათვის 2023 წლის 6 ივნისს წარმოდგენილ N01/1867 წერილში უთითებს, რომ იგი ამის შესახებ წინასწარ ინფორმირებული არ იყო, მეტიც, მას მოლოდინი ჰქონდა, რომ მოვაჭრის მიერ ნივთის შეძენის შეთავაზებაში მოცემული ინფორმაცია „თვალსაჩინო შედეგი 3 გამოყენების შემდეგ“ წარმოადგენდა სიმართლეს და 4

გამოყენება საკმარისი იქნებოდა აპარატის შესაფასებლად. მომხმარებელი თვლის, რომ შეცდომაში შემყვანი რეკლამირებით დაირღვა მისი, როგორც მომხმარებლის უფლება.

განმცხადებელმა თანდართულ მტკიცებულებად წარმოადგინა ნივთის სააქციო ფასად შეძენის დამადასტურებელი ქვითარი, საგარანტიო ტალონი, შეძენილი ნივთის ფოტოსურათი და მოვაჭრის ოფიციალური Facebook და ვებგვერდის ეკრანის ანაბეჭდები, სადაც მოვაჭრის მიერ ხდება ნივთის შეძენის შეთავაზება და დისტანციური (ონლაინ) ვაჭრობა.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2023 წლის 18 მაისის N02/1304 წერილით მოვაჭრეს ეცნობა განმცხადებლის მოთხოვნის თაობაზე და განესაზღვრა 5 სამუშაო დღე განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით პოზიციისა და სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციის წარმოდგენისათვის. ამასთან, ამავე წერილით სააგენტოს მიერ გამოთხოვილ იქნა შემდეგი სახის ინფორმაცია: 1. ონლაინ ვაჭრობისას, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების დადგენილი სტანდარტის; 2. კომპანიის მიერ შემუშავებული სტანდარტული პირობებისა და მისი მომხმარებლისათვის გაცნობის წესის/ფორმის შესახებ; 3. კომპანიის მიერ შემუშავებული კანონისმიერი (არსებობის შემთხვევაში - აგრეთვე კომერციული გარანტიის) საგარანტიო პირობების შესახებ; 4. ნაკლის მქონე ნივთის დაბრუნების/შეკეთების/შეცვლის წესის/პირობებისა და ვადების შესახებ; 5. საქონლის ან მომსახურების რეკლამირებისთვის მოვაჭრის მიერ დადგენილი სტანდარტის შესახებ.

სააგენტოს 2023 წლის 18 მაისის N02/1304 წერილის პასუხად, მოვაჭრემ 2023 წლის 30 მაისს, სააგენტოში წარმოადგინა N01/1798 წერილი, სადაც აღნიშნა, რომ ნინო ნიჟარაძემ, სატელეფონო ზარის საშუალებით კომპანიის ცხელი ხაზის ნომერზე, 2022 წლის 23 ნოემბერს მოვაჭრისგან მოითხოვა ზოგადი ინფორმაცია დიოდური ეპილაციის აპარატის სააქციო ფასთან დაკავშირებით, რის შემდგომაც განაცხადა, რომ გაეცნობოდა ბაზარზე არსებულ სხვა მოდელებს და კვლავ დაუკავშირდებოდა მათ. იმავე დღეს მომხმარებელმა ისევ განახორციელა სატელეფონო ზარი, რომლის ფარგლებშიც განაცხადა, რომ გაეცნო ინფორმაციას აპარატის შესახებ და გადაწყვიტა ნივთის შეძენა. მოვაჭრე ასევე მიუთითებს, რომ სატელეფონო საუბრისას, მომხმარებელმა მიიღო დეტალური ინფორმაცია ნივთის საგარანტიო პირობების შესახებ. ნივთის შეძენიდან 1 თვის შემდეგ მომხმარებელი კვლავ დაუკავშირდა მოვაჭრეს და განუცხადა, რომ მას სასურველი შედეგი ჯერ არ აქვს. მომხმარებელს,

ნივთის შეძენიდან 1 თვის შემდეგ განემარტა აპარატის სწორად გამოყენების წესის შესახებ და ის, რომ აპარატის სპეციფიკიდან გამომდინარე, შედეგები არის ინდივიდუალური და პირველადი შედეგის მიღებას მინიმუმ 3 თვე მაინც სჭირდება.

მოვაჭრე უარყოფს მომხმარებლის არგუმენტს და განმარტავს, რომ მის მიერ საიტზე განთავსებული შემდეგი ინფორმაცია „აპარატის ეფექტურობა და შედეგის დადგომის დრო დიდწილად მომხმარებელზე, მისი კანის ტიპსა და თმის სტრუქტურაზეა დამოკიდებული“ - მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომი იყო სამომხმარებლო ხელშეკრულებაში. მოვაჭრე დადგენილ ფაქტად მიუთითებს იმას, რომ ნივთის სპეციფიკიდან გამომდინარე, ასევე ადამიანის კანის ტიპისა და თმის სტრუქტურის ჰეტეროგენულობიდან გამომდინარე, შეუძლებელია ლაზერის მოხმარების შედეგების დადგომის ზუსტი დროის წინასწარ განსაზღვრა, ან ამ ვადებზე გარანტიის გაცემა.

აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრეს, სააგენტოს მიერ 2023 წლის 18 მაისის N02/1304 წერილით მოთხოვნილი ინფორმაცია, თანდართულ მტკიცებულებებთან ერთად, სრულად არ წარმოუდგენია. 2023 წლის 16 ივნისს, N02/1606 წერილით სააგენტომ კვლავ მიმართა მოვაჭრეს და შესაბამის მტკიცებულებებთან ერთად მოითხოვა შემდეგი სახის ინფორმაციის დაზუსტება: 1. რა სტანდარტით და დროის რა მონაკვეთით ხდება საქონლის ან/და მომსახურების სპეციალურ ფასად შეთავაზება მომხმარებლისათვის; 2. საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში, ხდება თუ არა მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის, გარკვევით, არაბუნდოვნად ინფორმირება საქონლის ან/და მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ (საქონლის ან მომსახურების და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით, მათ შორის ის, რომ ლაზერული ეპილატორის შედეგი დამოკიდებულია კანისა და თმის ტიპზე და აღნიშნული ინფორმაცია მარტივადაა ხელმისაწვდომი მომხმარებლისათვის); 3. შპს „ბესტ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) მიერ საქონლის ან/და მომსახურების რეკლამირების დადგენილი სტანდარტის შესახებ.

სააგენტოს 2023 წლის 16 ივნისს, N02/1606 წერილის პასუხად, მოვაჭრემ 2023 წლის 22 ივნისს წარმოადგინა N01/2069 წერილი, სადაც აღნიშნავს, რომ ნივთის სპეციალურ ფასად შეთავაზება, კომპანიის მარკეტინგული პოლიტიკიდან გამომდინარე ხდება სპეციალურად დაგეგმილ პერიოდებში. „მეტა“-ს (Meta-Facebook) პლატფორმაზე იქმნება ფასდათმობის შესაბამისი კამპანია, ზოგიერთ შემთხვევებში ფასდათმობა ლიმიტირებულია დროის ჩარჩოთი, ზოგჯერ კი მარაგის ამოწურვამდე. რაც შეეხება ნივთის შესახებ ინფორმაციას, მოვაჭრე აღნიშნავს, რომ ინფორმაცია ხელმისაწვდომია როგორც საინფორმაციო ბუკლეტში, ასევე მათ ვებგვერდზე, რომლის ნახვის გარეშეც მომხმარებელი შეკვეთას ვერ გამოაგზავნის. აღნიშნულის დამადასტურებელ მტკიცებულებად, მოვაჭრემ წარმოადგინა ეკრანის ანაბეჭდი, რომელიც სამომხმარებლო ხელშეკრულების შინაარსს გადმოსცემს. N01/2069 წერილში,

სარეკლამო პოლიტიკის შესახებ მოვაჭრე მიუთითებს, რომ იგი სრულ თანხვედრაშია „მეტა“-ს პოლიტიკასა და რეგულაციებთან და ყოველი სარეკლამო კამპანია მოწმდება აღნიშნული პლატფორმის მიერ. მოვაჭრემ, აღნიშნული წერილის თანდართულ მტკიცებულებად წარმოადგინა დისტანციურად შექმნილი ნივთის უკან დაბრუნების პოლიტიკის შესახებ ინფორმაცია, რომელიც განთავსებულია მის ოფიციალურ სავაჭრო ვებგვერდზე და სამომხმარებლო ხელშეკრულების შესახებ ინფორმაცია.

თავი 2. ნორმატიული რეგულირება

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

საქართველოსა და ევროკავშირს 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 (შემდგომში-კანონი) 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 დალუპვას, 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 შემდეგი *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 აპარატურა 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 1-ელი 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-13 მუხლით გათვალისწინებულია მომხმარებლის უფლება ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე თქვას უარი დისტანციურ ხელშეკრულებაზე ან/და სარეწის გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე 14 კალენდარული დღის განმავლობაში.

კანონის მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრულია ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე ხელშეკრულებაზე უარის თქმასთან დაკავშირებული გამონაკლისები.

კანონის მე-15 მუხლი დისტანციურ და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებებზე უარის თქმასთან დაკავშირებულ შედეგებს არეგულირებს. ამ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით დადგენილია, რომ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადახდილი თანხა, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – მიწოდების ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა დაუბრუნოს სრულად, გაჭიანურების გარეშე, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 14 კალენდარული დღისა.

კანონის მე-16 მუხლის 1-ელი პუნქტის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი.

კანონის მე-17 მუხლის 1-ელი 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 დიდ 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-19 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია დაიცვას თავის მიერ გაცემული კომერციული გარანტია, მათ შორის, შესაბამისი საქონლის ან მომსახურების რეკლამაში მოცემული პირობები. მე-19 მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს, რომ კომერციული გარანტია უნდა მოიცავდეს ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ ის არ ზღუდავს მომხმარებლის ამ კანონით დადგენილ უფლებებს და მკაფიოდ ჩამოყალიბებულ საგარანტიო პირობებს. ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად, კომერციული გარანტიის პირობა, რომელიც ზღუდავს მომხმარებლის კანონით დადგენილ უფლებებს, ბათილია.

კანონის მე-20 მუხლის 1-ელი 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 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 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 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

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.

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.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის 2019/771 დირექტივის მიზანია შიდა ბაზრის ნორმალური ფუნქციონირებს ხელშეწყობა და ამაღლოდ, მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებულ ნასყიდობის ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული ცალკეული მოთხოვნების თაობაზე საერთო წესების დადგენით, კერძოდ, საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობის თაობაზე, შეუსაბამობის შემთხვევაში მომხმარებლის დაცვის, საშუალებების, ამ საშუალებების გამოყენების გზებისა და კომერციული გარანტიების თაობაზე.²

2005/29/EC დირექტივა კი ეხება უსამართლო კომერციული საქმიანობის აკრძალვას, რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი და ხელს უშლის კონკურენტულუნარიანი ბაზრის ნორმალურ ფუნქციონირებასა და სამომხმარებლო ურთიერთობების განვითარებას³.

საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს უფლებამოსილება:

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 29 მუხლის 1-ელი პუნქტის შესაბამისად, საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებლის ამ კანონით დადგენილი უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობას,

² ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის დირექტივა 2019/771 საქონლის ნასყიდობის ხელშეკრულების ცალკეული ასპექტების, 2017/2394 რეგულაციის და 2009/22/EC დირექტივის გაუქმებისა და 1999/44/EC დირექტივის ჩანაცვლების შესახებ, მუხლი 1.

³ 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.

მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ სათანადო რეაგირებას ახორციელებს სააგენტო.

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

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

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

სააგენტომ, 2023 წლის 5 ივნისის N04/308 ბრძანებით, მოქალაქე ნინო ნიჟარაძის განცხადების საფუძველზე დაიწყო საქმის შესწავლა მოვაჭრე შპს „ბესთ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

სააგენტომ, საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა კანონის დარღვევები მომხმარებლის ინფორმირებულობის ვალდებულებასა და უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნაწილში.

სააგენტო, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დაეყრდნო საქართველოსა და ევროკავშირის კანონმდებლობას და ნორმათა განმარტებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით.

საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაციაა, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და რელევანტურობას.

3.1. 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 დანართი N1 განსაზღვრავს იმ კომერციულ პრაქტიკას, რომელიც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდაა მიჩნეული. კერძოდ, აღნიშნული დანართის მე-7 მუხლის თანახმად: „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“- მიიჩნევა უსამართლო კომერციულ საქმიანობად.

დირექტივის მე-6 მუხლი ეთმობა შეცდომაში შემყვან მოქმედებით გამოხატულ საქმიანობას, რომლის პირველი პუნქტის (b) ქვეპუნქტი განმარტავს იმ არსებით მახასიათებლებს, რომლის შესახებაც მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ითვლება მომხმარებლის შეცდომაში შემყვან საქმიანობად, ხოლო მე-7 მუხლის თანახმად, საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში, თუკი მოვაჭრე საქონლის/მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ ინფორმაციას

მომხმარებელს არ აწვდის, ან ბუნდოვნად და გაურკვევლად აწვდის, ითვლება როგორც უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა.

მსგავსად დირექტივისა, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) 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 პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტით აწესებს დირექტივის ანალოგიურ მოწესრიგებას საქონლის/მომსახურების დროის მცირე მონაკვეთში შეძენის შეთავაზებასთან დაკავშირებით. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, 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 საქონლის ან მომსახურების შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვის შემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები.

კანონის 26-ე მუხლი ადგენს უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის მაკვალიფიცირებელ გარემოებებს და განმარტავს, რომ თუკი მომხმარებლისათვის მიწოდებული 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, ან მოვაჭრე არსებით ინფორმაციას მომხმარებელს ბუნდოვნად, გაურკვევლად ან უდროოდ აწვდის, წარმოადგენს უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან საქმიანობას. აღნიშნული მუხლის მე-4 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის მიხედვით კი, საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში არსებით ინფორმაციად მიიჩნევა შემდეგი ინფორმაცია (თუ იგი ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს მისი შინაარსიდან): საქონლის ან მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ, საქონლის ან მომსახურების და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით; შესაბამისად, თუკი მოვაჭრის მიერ, საქონლის არსებითი მახასიათებლების შესახებ ინფორმაციის დამალვა ან მომხმარებლისათვის ბუნდოვნად მიწოდება ხდება და მომხმარებელს, ამ ინფორმაციის მოსაპოვებლად ზედმეტი, არათანაბარზომიერი ქმედების განხორციელება უწევს, მიიჩნევა უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად.

აღსანიშნავია, რომ დირექტივა, მომხმარებლებს იცავს იმ მანიპულაციური მარკეტინგული ტექნიკისაგან, რომელიც შესაძლოა მოვაჭრემ გამოიყენოს დისტანციურად (ონლაინ) ვაჭრობის განხორციელებისას. მანიპულაციური მარკეტინგული ტექნიკის ერთ-ერთ მაგალითად, „2005/29/EC დირექტივის ინტერპრეტაციისა და გამოყენების შესახებ ევროკომისიის სახელმძღვანელოში“⁴ (შემდგომში - ევროკომისიის სახელმძღვანელო) განხილულია დროის ამთვლელი მექანიზმი (Fake countdown), რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი. დროის უკუმთვლელები, რომლებიც შეზღუდულ დროს უწესებენ მომხმარებლებს მიიღონ ცალკეულ მოვაჭრესთან სახელშკრულებო ურთერთობის დამყარების გადაწყვეტილება, გამიზნულია იმისათვის, რომ მომხმარებლებში გამოიწვიონ გადაუდებლობის განცდა, რათა დაუყოვნებლივ შეიძინონ საქონელი. აღნიშნული კი აიძულებს მომხმარებელს მიიღოს არასაკმარისად ინფორმირებული, დაუფიქრებელი გადაწყვეტილება და ეს მარკეტინგული ხრიკი ნეგატიურად მოქმედებს მომხმარებლის ფსიქოლოგიაზე. აღნიშნული ფსიქოლოგიური ქცევა სამომხმარებლო ურთერთობებში განხილულია როგორც „ხელიდან გაშვების შიში“ (fear of missing out – FOMO) როდესაც მომხმარებელი ფიქრობს, რომ მას აქვს შეზღუდული დრო სპეციალური შეთავაზების მისაღებად. დროის უკუმთვლელი მექანიზმი შეცდომაში შემყვანია მაშინ, როდესაც იგი მიაღწევს ნოლს და თავიდან კვლავ იწყებს დროის ათვლას. დირექტივის მიხედვით, მომხმარებელთა დასაცავად, ბიზნესმა უნდა უზრუნველყოს, რომ ნებისმიერი, დროში შეზღუდული შეთავაზება იყოს ნამდვილი

⁴ 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

და ზუსტად წარმოადგენდეს პროდუქტის ან/და მომსახურების ხელმისაწვდომობის ვადას.

მომხმარებლის შეცდომაში შემყვან უსამართლო კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებით, საგულისხმოა გაერთიანებული სამეფოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტსა (Competition and Markets Authority (CMA)) და ფრენის ბილეთების ონლაინ გადაყიდვის პლატფორმას Viagogo-ს შორის დავა. კერძოდ, Viagogo, გაერთიანებული სამეფოს უზენაესი სასამართლოს მიერ დადანიშნულ იქნა შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკის განხორციელებაში, მათ შორის, მომხმარებლებისთვის არასრული ან არაზუსტი ინფორმაციის მიწოდებაში ბილეთების ფასების, დროში ხელმისაწვდომობისა და ადგილების შესახებ.

მოვაჭრის მხრიდან, მსგავსი მანიპულაციური მარკეტინგული პრაქტიკა ევროკომისიის მიერ შეფასებულია, როგორც „ბნელი ნიმუშები“ (Dark Patterns). ევროკომისიის კვლევამ შეაფასა „ბნელი ნიმუშების“ შემთხვევები და გამოავლინა, რომ მათ სულ უფრო ხშირად იყენებენ ონლაინ მოვაჭრეები.

ევროკავშირის მომხმარებლის უფლებების დაცვის უწყებამ (Consumer Protection Cooperation – CPC) 2022 წელს გადაწყვიტა გადაემოწმებინა ონლაინ მოვაჭრეთა პოლიტიკა და ევროკომისიასთან კოორდინაციით, 23 წევრი სახელმწიფოს (ასევე ნორვეგიისა და ისლანდიის) ხელისუფლებამ გადაამოწმა 399 ვებსაიტი და შეარჩია და მოძებნა „ბნელი ნიმუშების“ სამი კატეგორია⁵:

ყალბი ათვლის ქრონომეტრები (Fake countdown timers): ვადის დინამიური მაჩვენებელი, რომელიც მოუწოდებს და აიძულებს მომხმარებლებს შეიძინონ პროდუქტი ლიმიტირებულ ვადაში. თუმცა, ქრონომეტრი ყალბია მაშინ, როდესაც დათქმული ვადის გასვლის შემდეგ, იგივე შეთავაზება ჯერ კიდევ ძალაშია ან ვადა ამოიწურება, მაგრამ შეთავაზება ძალაში რჩება ვადის გასვლის შემდეგაც.

ცრუ იერარქია (False hierarchy): ვებგვერდების ინტერფეისების დიზაინი ისე, რომ მომხმარებლების ყურადღებას მიმართავს გარკვეული არჩევანისკენ, ვიზუალური დიზაინის ან გამოყენებული ენის მეშვეობით.

დაფარული ინფორმაცია (Hidden information): პროდუქტზე ან მომსახურებაზე არსებითი ინფორმაციის დამალვა ძალიან მცირე შრიფტების, არაკონტრასტული ფერების გამოყენებით ან ინფორმაციის ნაკლებად თვალსაჩინო ადგილას განთავსებით.

⁵ https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en#ref-2022--sweep-on-dark-patterns

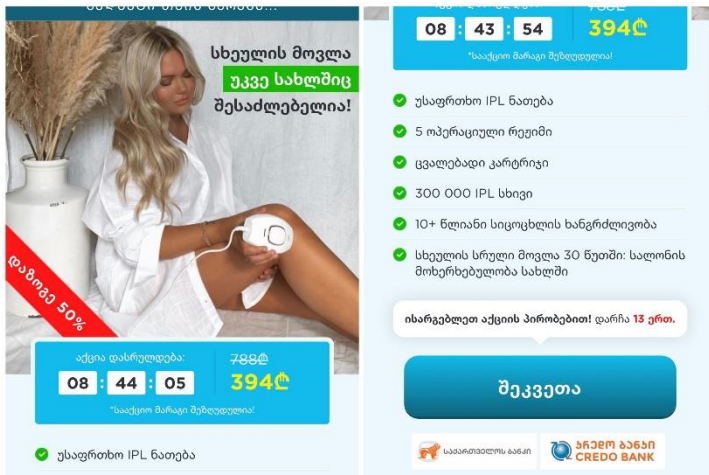
კვლევებმა დაადგინა, რომ 399 ონლაინ მაღაზიიდან 148 შეიცავდა „ბნელი ნიმუშებიდან“ ერთ-ერთს მაინც. მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ორგანოები მივიდნენ დასკვნამდე, რომ შემოწმებული ვებსაიტების მინიმუმ 37%, პოტენციურად არღვევს დირექტივას ზემოთ აღნიშნული სამი „ბნელი ნიმუშიდან“ ერთ-ერთის გამოყენების გამო.

მოცემულ შემთხვევაში, სწორედ მსგავსი ქრონომეტრების გამოყენებას შეიძლება ჰქონდეს ადგილი მოვაჭრის მხრიდან. შესაბამისად, სააგენტო მოვაჭრის ქმედებების შეფასებისას ეყრდნობა ზემოთ განხილულ საუკეთესო ევროპულ პრაქტიკას კანონის ზემოთ აღნიშნული ნორმების განმარტებისა და მათი განსახილველ შემთხვევაში გამოყენების პროცესში.

იმის დასადგენად, ანხორციელებს თუ არა **Best Shop ბესტ შოპი** (შპს „ბესტ შოპ გრუპი“(ს/ნ 406352539) ევროკავშირისა და საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, სააგენტომ შეისწავლა მომხმარებლისა და მოვაჭრის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია და ამავდროულად მოვაჭრის ვებგვერდზე (<https://www.facebook.com/BestShopGeorgia> - 04.07.2023 მდგომარეობით;) (<https://best-shop.ge/?fbclid=IwAR0fBlcN2kpD6GzEpmuR9c4ERZZioCLT1slmitrKGPP28vumIfw5FMfV Cxk#/> - 04.07.2023 მდგომარეობით) განთავსებული სავაჭრო პოლიტიკა.

აღნიშნულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, გამოიკვეთა უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების 2 მნიშვნელოვანი ასპექტი და მომხმარებლის ინფორმირების ვალდებულების დარღვევა, რომლებიც მოცემულ შემთხვევაში მიჩნეულ უნდა იქნეს დადგენილ ფაქტობრივ გარემოებებად. კერძოდ:

3.1.1. მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემცვანი კომერციული საქმიანობა

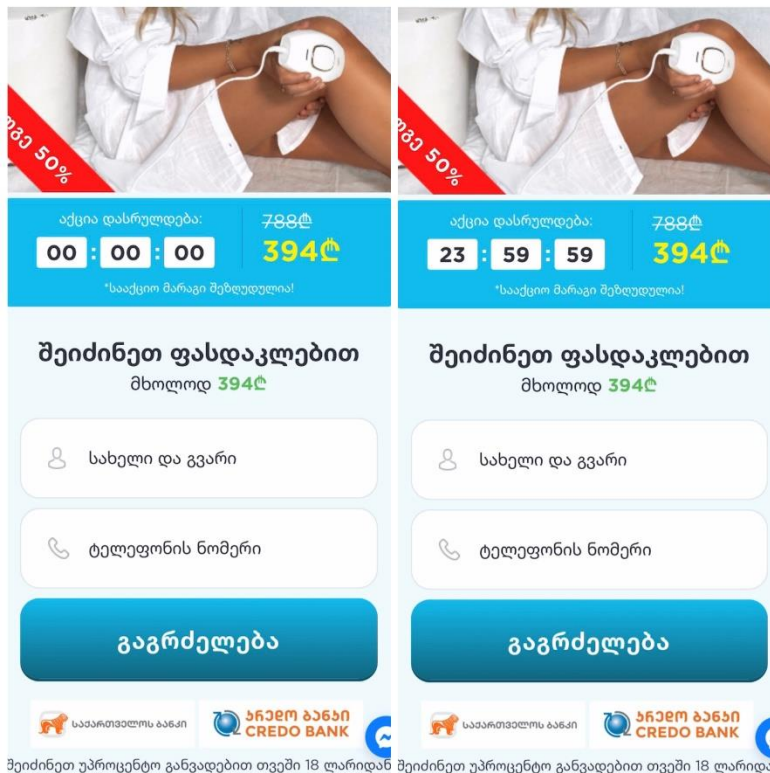


მოვაჭრეს, თავის ონლაინ სავაჭრო პლატფორმაზე განთავსებული აქვს ნივთის შეძენის შეთავაზება საააქციო ფასად, კერძოდ Kenzzi-ს ფირმის IPL დიოდური ეპილაციის აპარატი, რომლის შეძენაც სააქციო ფასად შესაძლებელია მხოლოდ დროის მცირე მონაკვეთში და ჩართულია უკუთვლის წამზომი, რომელიც მომხმარებელს უსაზღვრავს

გადაწყვეტილების მიღების ვადას. <https://goods4good.net/ipl/> (04/07/2023 წლის მონაცემებით).

როგორც უკვე აღინიშნა, ვადის დინამიური მაჩვენებელი (უკუმთვლელი), რომელიც მომხმარებელს უსაზღვრავს დროს გარკვეული ქმედების განსახორციელებლად, იმ შემთხვევაში წარმოადგენს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, თუკი დროის დასრულების შემდეგ, კვლავ დაიწყებს წამზომი უკუათვლას და სააქციო შეთავაზება კვლავ იქნება ხელმისაწვდომი.

საგულისხმოა, რომ მომხმარებელმა 2022 წლის 25 ნოემბერს სააქციო ფასად შეიძინა ნივთი და სააგენტოს მიერ განხორციელებული დაკვირვების შედეგად დადგინდა, რომ, მოვაჭრის მხრიდან, ნივთის შესაძენად დადგენილი სააქციო პირობები დროში უწყვეტად გრძელდება. დროის უკუმთვლელით დადგენილი ვადა 00:00 საათზე იჭურება და წამზომი კვლავ იწყებს სააქციო დროის განახლებას 23:59:59 საათიდან.



სააგენტოს მიერ, 2023 წლის 16 ივნისის N02/1602 წერილით, მოვაჭრეს განესაზღვრა ვადა, წარმოედგინა ინფორმაცია იმასთან დაკავშირებით, თუ რა სტანდარტით და დროის რა მონაკვეთით ხდება საქონლის ან/და მომსახურების სპეციალურ ფასად შეთავაზება მომხმარებლისათვის. აღნიშნულთან დაკავშირებით, მოვაჭრის პოზიცია

მდგომარეობდა შემდეგში: ზოგიერთ შემთხვევებში ფასდათმობა ლიმიტირებულია დროის ჩარჩოებით (მაგ. „შავი პარასკევი“) ან სააქციო მარაგის ამოწურვამდე.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ, ონლაინ პლატფორმაზე დამატებით მითითებული წარწერა „ისარგებლეთ აქციის პირობებით! დარჩა 13 ერთეული“ მომხმარებელს არ აწვდის ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ აქცია გრძელდება სააქციო მარაგის ამოწურვამდე, რადგან განსაზღვრულია 24 საათიანი ვადა, რა ვადაშიც ეს შეთავაზება უნდა დასრულდეს. შესაბამისად, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა და გადაწყვეტილების მიღება ლიმიტირებულია იმ დროის ჩარჩოთი, რომელსაც მოვაჭრე ქრონომეტრით უსაზღვრავს. იურიდიულ ლიტერატურაში აღნიშნული ქმედება მოხსენიებულია როგორც „ცრუ გადაუდებლობა“ – Fake Urgency⁶, როდესაც მომხმარებელი იმყოფება დროის ზეწოლის ქვეშ, მას ნაკლებად შეუძლია კრიტიკულად შეაფასოს მოცემული ინფორმაცია, რადგან ნაკლები დრო აქვს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად და შეიძლება განიცადოს შფოთვა ან სტრესი. მოვაჭრეებს შეუძლიათ ეს თავის სასარგებლოდ გამოიყენონ, რათა აიძულონ მომხმარებლები განახორციელონ ისეთი ქმედება, რომელიც შესაძლოა სულაც არ იყოს მომხმარებლის ინტერესში.⁷

აღსანიშნავია, რომ ევროკომისიის სახელმძღვანელოში პირდაპირაა მითითება ე.წ. „ბნელი ნიმუშების“ გამოყენებასთან დაკავშირებით, რომელმაც შესაძლოა შეაფერხოს კეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო ურთიერთობა და ხელი შეუწყოს მოვაჭრის არაკეთილსინდისიერი ქცევის ჩამოყალიბებას. სახელმძღვანელოში ჩამოყალიბებულია ე.წ. „შავი სია“ – Blacklisted Practice, დირექტივის პირველი დანართის სახით, რომელიც აღმასრულებლებს გაუადვილებს უსამართლო კომერციული პრაქტიკის იდენტიფიცირებასა და კანონის მცისიერ აღსრულებას.

„შავი სია“ მოიცავს ცრუ განცხადების გაკეთებას, რომ განსაკუთრებული პირობები იმოქმედებს მხოლოდ დროის მცირე მონაკვეთში და ევროკომისიის სახელმძღვანელოში გაკეთებული ეს მითითებები გამოიყენა გაერთიანებული სამეფოს კონკურენციისა და ბაზრის მარეგულირებელმა ორგანომ მიმდინარე საქმეში Competition and Markets Authority v. Emma Sleep GmbH, სადაც საკითხი ეხება Emma Matratzen GmbH-ის მიერ შექმნილ შთაბეჭდილებას, რომ მატრასების გაყიდვა იყო დროში შეზღუდული. მოვაჭრის მიერ გაკეთებულ რეკლამაში გამოსახული იყო ათვლის საათი, რომელიც მომხმარებლებს სთავაზობდა „მცისიერ გაყიდვას“-Flash Sales (საქონლის გაყიდვა მნიშვნელოვნად შემცირებულ ფასებში, რომელიც გრძელდება მხოლოდ მოკლე დროში) და „50%-მდე ფასდაკლებას“ მათ პროდუქტებზე

⁶ Tiemessen J.m, The Time is Ticking: The Effect of Deceptive Countdown Timers on Consumers' Buying Behavior and Experience, Radboud University, 2022, 10.

⁷ <https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/>

შეზღუდული დროის განმავლობაში. მაგრამ აღმოჩნდა, რომ წამზომის დასრულებისთანავე იწყებოდა დროის ხელახალი ათვლა იმავე შეთავაზებით და პრაქტიკულად არ იყო დროში შეზღუდული. გაერთიანებული სამეფოს კონკურენციისა და ბაზრის მარეგულირებელი ორგანოს მითითებით, დროის უკუ მთვლელის გამოყენებამ შესაძლოა მომხმარებლებზე ზეწოლა მოახდინოს მიიღონ ნაჩქარევი გადაწყვეტილება, ამიტომ უწყებამ დაადგინა, რომ მოვაჭრის კომერციული საქმიანობა იყო შეცდომაში შემყვანი.

აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით, ნიშანდობლივია ახალი ზელანდიის სავაჭრო კომისიის პრაქტიკა, სადაც ონლაინ საცალო ვაჭრობის მაღაზია The Warehouse Group- დაჯარიმდა 840,000 აშშ დოლარით იმის გამო, რომ მის ონლაინ სავაჭრო პლატფორმაზე განთავსებული დღიური სპეციალური შეთავაზებები (1 day offer) იყო მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა, რადგან მომხმარებელი არ იყო ინფორმირებული იმის თაობაზე, თუ რამდენ ხანს გაგრძელდებოდა ყოველდღიური შეთავაზებები და არ იცოდა ხელმისაწვდომი საქონლის მარაგის რაოდენობა⁸.

სააგენტოს განსახილველ საქმეში, მოვაჭრის Best Shop ბესტ შოპი (შპს „ბესტ შოპ გრუპი“(ს/ნ 406352539) მიერ განხორციელებული კომერციული საქმიანობა, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, წარმოადგენს მოქმედებით გამოხატულ, შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას, რადგან მოვაჭრის მხრიდან საქონლის სპეციალურ ფასად (394 ლარი) შეთავაზება ხდება მოჩვენებითად დროის მცირე მონაკვეთში, კერძოდ 24 საათის განმავლობაში, იმ მიზნით, რომ მომხმარებელმა მიიღოს მყისიერი გადაწყვეტილება, სინამდვილეში კი, აღნიშნული სპეც. შეთავაზება კვლავ გრძელდება მომდევნო დღეს (სააგენტოს მიერ განხორციელდა 1 თვიანი დაკვირვება, რის შედეგადაც გაირკვა, რომ სრული 1 თვის განმავლობაში ქრონომეტრი ყოველდღე ახორციელებდა დროის განახლებას).

3.1.2. უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა

ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - სასამართლო) არაერთი გადაწყვეტილება ადგენს მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტს. საქმეში Content Services Ltd v. Bundesarbeitskammer, სასამართლომ განმარტა, რომ მეწარმე პირი ვალდებულია მიაწოდოს მომხმარებლებს ინფორმაცია იმის მოლოდინის გარეშე,

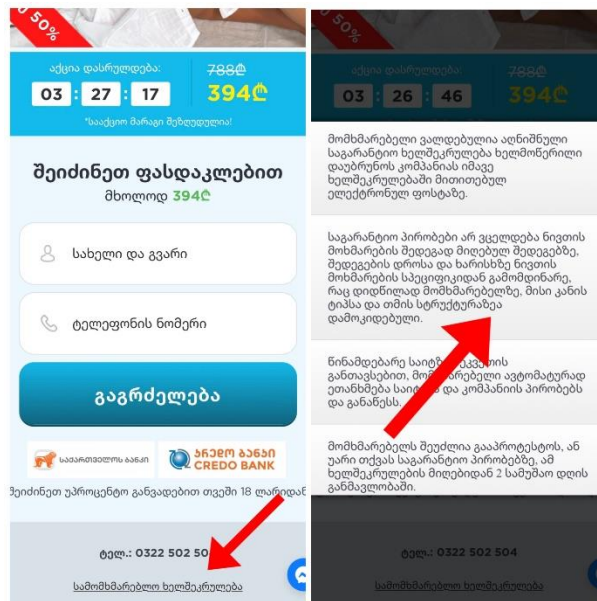
⁸ <https://comcom.govt.nz/news-and-media/media-releases/2022/online-retailer-1-day-fined-for-misleading-today-only-deals>

რომ ისინი თავად მოიძიებენ ამ ინფორმაციას.⁹ აღნიშნული მიდგომა გამომდინარეობს მომხმარებლის, როგორც ხელშეკრულების სუსტი მხარის ინფორმირებულობის აუცილებლობიდან, რადგან მის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება - შევიდეს სახელშეკრულებო ურთიერთობაში მოვაჭრესთან, უნდა ეფუძნებოდეს არა მოვაჭრის არაკეთილსინდისიერ, შეცდომაში შემყვან სავაჭრო პოლიტიკას, არამედ მომხმარებლის გააზრებულ, ინფორმირებულ არჩევანს. მომხმარებლის წინდახედულობის სტანდარტი - იცის ან უნდა სცოდნოდა - შემოიფარგლება მეწარმის პასუხისმგებლობით მისაწოდებელი ინფორმაციის სისრულეზე. აღნიშნულ შემთხვევებში, მომხმარებლის უფლებაა მიიღოს მან ინფორმაცია და არა ვალდებულება, მან ეს ინფორმაცია მოიპოვოს.¹⁰

განსახილველ საქმეში, მოვაჭრის **Best Shop ბესტ შოპი** (შპს „ბესტ შოპ გრუპი“(ს/ნ 406352539) მიერ, საქონლის შეძენის შეთავაზება ხდება იმ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის დაფარვით/ბუნდოვნად მიწოდებით, რომელიც საშუალო მომხმარებელს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად სჭირდება. კერძოდ, ნივთის არსებითი მახასიათებლის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, წარმოადგენს კეთილსინდისიერების პრინციპის გამოძახილს. განსახილველ სიტუაციაში, სხეულზე თმის მოსაშორებელი, დიოდური ეპილაციის IPL აპარატის არსებით მახასიათებლად შეიძლება ჩაითვალოს ინფორმაცია, რომ მისი გამოყენების მოსალოდნელი შედეგი დამოკიდებულია ადამიანის კანისა და თმის ტიპზე. მოვაჭრის მიერ, აღნიშნული ინფორმაციის მომხმარებლისათვის მიწოდება ხდება იმგვარად, რომ მომხმარებელს ზედმეტი ქმედების განხორციელება უწევს. კერძოდ, მოვაჭრე არსებითი მახასიათებლის შესახებ ინფორმაციას მიუთითებს „სამომხმარებლო ხელშეკრულებაში“, რომელიც წვრილი ასოებით, არათვალსაჩინო ადგილას განთავსებულია მოცემული ვებგვერდის (<https://goods4good.net/ipl/> 04/07/2023 წლის მდგომარეობით) ბოლოს.

⁹ Case C-49/11, Content Services Ltd v. Bundesarbeitskammer.

¹⁰ ლაკერბაია თ., ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი, სამართლის ჟურნალი N1, 2015, 148.



მოვაჭრე, სააგენტოსთვის 2023 წლის 22 ივნისს გამოგზავნილ N01/2069 წერილში აღნიშნავს, რომ IPL დიოდური ეპილაციის აპარატის საინფორმაციო ბუკლეტი ნათლად აღწერს პროდუქტის მახასიათებლებს, მის პოტენციურ შედეგებს, მოხმარების თავისებურ წესსა და იმ ფაქტორებს, რომლებმაც შესაძლოა გავლენა მოახდინონ შედეგზე, მათ შორისაა თმისა და კანის ტიპი. მოვაჭრე ასევე მიუთითებს, რომ აღნიშნული ინფორმაცია ხელმისაწვდომია მათ ვებგვერდზე, რომლის ნახვის გარეშეც მოხმარებელი შეკვეთას ვერ გააგზავნის. თუმცა, აღნიშნული არგუმენტის დამადასტურებელ მტკიცებულებად წარმოდგენილია მხოლოდ სურათი N3-ით გადმოცემული ეკრანის ანაბეჭდები (Screen shots), სადაც ზოგადი მითითებაა იმაზე, რომ ნივთის შედეგი დამოკიდებულია კანისა და თმის ტიპზე. დამატებით, თუ როგორი კანისა და თმის ტიპისათვისაა განკუთვნილი დიოდური ეპილაციის აპარატის ეს მოდელი, ინფორმაცია საქართველოს სახელმწიფო ენაზე მოცემული არ არის.

განსახილველ შემთხვევაში, როდესაც ბაზარზე დიოდური ეპილაციის აპარატთა ფართო არჩევანია, მოხმარებლისათვის, ინფორმირებული არჩევანის გასაკეთებლად, სწორედ კანისა და თმის ტიპის შესახებ კონკრეტული ინფორმაციაა ის არსებითი მახასიათებელი, რომელიც მას გადაწყვეტილების მიღებაში უნდა დაეხმაროს. მიუხედავად იმისა, რომ Kenzzi-ს თმის მოსაშორებელ IPL აპარატს მწარმოებლის მიერ, შეფუთვაში მოყვება საინფორმაციო ბუკლეტი, რომელიც მოხმარებლებს აცნობს ნივთის მოხმარების წესებს, რეკომენდაციებსა და ინფორმაციას, თუ რომელი ტიპის კანისა და თმისთვისაა გამიზნული მისი გამოყენება, მოვაჭრის მიერ,

მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება შესრულებულად ვერ ჩაითვლება, თუკი აღნიშნული ინფორმაცია მას საქართველოს სახელმწიფო ენაზე არ მიეწოდა.

ევროკომისიის სახელმძღვანელოში შემოთავაზებულია დირექტივის მე-7 მუხლის განმარტება, კერძოდ თუ რა შეიძლება იგულისხმებოდეს საქონლის „არსებით მახასიათებლებში“, რომლის მიწოდების ვალდებულებაც მოვაჭრეს წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, შეძენის შეთავაზების პროცესში წარმოემობა. მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული სტანდარტი: „**თუ აღნიშნული ინფორმაცია ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს საქონლის შინაარსიდან**“. შესაბამისად, იმის დადგენა, თუ რა წარმოადგენს პროდუქტის ძირითად მახასიათებლებს, დამოკიდებულია კონკრეტულ საქონელზე. იმაზე, თუ რა საშუალება იქნა გამოყენებული მოვაჭრის მიერ კომერციული კომუნიკაციის განსახორციელებლად. ინფორმაცია საქონლის ძირითადი მახასიათებლის შესახებ შესაძლოა ხელმისაწვდომი იყოს მისი შეფუთვის, იერსახის ან იარლიყის შესაბამისად და მომხმარებელს ყიდვის მომენტში შეუძლია გაიაროს დამატებითი კონსულტაცია ადგილზე ან დისტანციურად. უფრო კომპლექსური საქონლის შემთხვევაში კი შესაძლოა მომხმარებელს დასჭირდეს დამატებითი ინფორმაცია - მაგ. პროდუქტის აღწერილობაზე, რასაც უნდა დააფუძნოს თავისი გადაწყვეტილების მიღება და არ არის მოლოდინი იმისა, რომ საშუალო მომხმარებლისათვის, აღნიშნული ინფორმაცია თავისთავად ცხადია საქონლის შინაარსიდან გამომდინარე. ასეთ შემთხვევაში, როდესაც ეს ინფორმაცია საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენას ახდენს, უნდა ჩაითვალოს არსებით მახასიათებლად.

კანონის 26-ე მუხლის მე-4 პუნქტის მიხედვით:

4. საქონლის ან მომსახურების შეძენის შეთავაზების შემთხვევაში არსებით ინფორმაციად მიიჩნევა შემდეგი ინფორმაცია (თუ იგი ისედაც აშკარად არ გამომდინარეობს მისი შინაარსიდან):

ა) საქონლის ან მომსახურების არსებითი მახასიათებლების შესახებ, საქონლის ან მომსახურების და ინფორმაციის მატარებლის თავისებურებების გათვალისწინებით;

ბ) მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების), ფაქტობრივი მისამართისა და საიდენტიფიკაციო მონაცემების, აგრეთვე მოვაჭრის წარმომადგენლის სახელის (სახელწოდების), ფაქტობრივი მისამართისა და საიდენტიფიკაციო მონაცემების შესახებ;

გ) საქონლის ან მომსახურების სრული ფასის შესახებ, ძირითადი ხარჯებისა და დამატებითი ხარჯების (მათ შორის, ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟისა და სხვა) მითითებით; თუ, საქონლის ან მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, მისი

ძირითადი ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – ძირითადი ფასის გამოთვლის წესის თაობაზე; თუ დამატებითი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია – ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ დამატებითი ხარჯების გაწევის ვალდებულება წარმოიშობა;

დ) გადახდის, საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ, აგრეთვე მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის საჩივრის განხილვის წესის თაობაზე;

ე) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის უფლების შესახებ.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრე, საქონლის შეძენის შეთავაზებისას ვალდებული იყო მომხმარებლისათვის მიეწოდებინა ზემოთ აღნიშნული ინფორმაცია, რომელიც არსებით გავლენას ახდენს მის ეკონომიკურ ქცევაზე და საბოლოო გადაწყვეტილებაზე, შევიდეს თუ არა სახელშეკრულებო ურთიერთობაში კონკრეტულ მოვაჭრესთან. უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ეხმიანება კანონის მე-5 მუხლის დანაწესს – მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების ძირითად ვალდებულებას. 26-ე მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით: კანონის მე-5, მე-6 და მე-9-მე-12 მუხლებით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებების შეუსრულებლობა მიიჩნევა აგრეთვე უმოქმედობით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად.

3.1.3. მომხმარებლის ინფორმირებულობის ვალდებულება

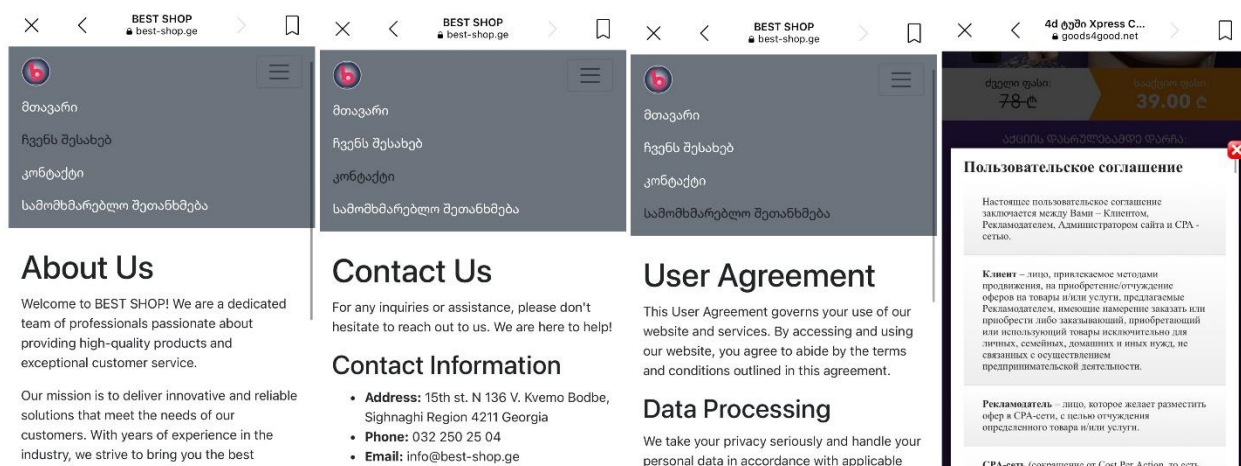
როგორც უკვე აღინიშნა, კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა. მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების თაობაზე არსებული კანონის ნორმები უზრუნველყოფს მომხმარებლის უფლებას, საქონლის/მომსახურების შეძენამდე „ინფორმირებული არჩევანის“ ფარგლებში მიიღოს შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება.

ინფორმირებული მომხმარებელი თანამედროვე მართლწესრიგის განუყოფელი ნაწილია და მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება იმპერატიული ნორმებითაა უზრუნველყოფილი.

კანონის მე-5 მუხლი ადგენს მოვაჭრის ვალდებულებას, რომ ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრემ მომხმარებელს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს უტყუარი და სრული ინფორმაცია (თუ ეს ინფორმაცია თავისთავად ცხადი არ არის): საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ;

არსებობის შემთხვევაში – საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ და მისი მისამართის თაობაზე, საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, კანონისმიერი გარანტიის შესახებ და ა.შ.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილ მტკიცებულებებსა და სააგენტოს მიერ განხორციელებული შესწავლის შედეგად მიღებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ მომხმარებელთან საკომუნიკაციო სავაჭრო პოლიტიკა, მომხმარებლის ინფორმირებულობის ნაწილშიც, არ არის კანონის ნორმებთან შესაბამისობაში. კერძოდ, მოვაჭრის მიერ, ონლაინ სავაჭრო პლატფორმაზე განთავსებული ინფორმაცია 1. არ არის მიწოდებული საქართველოს სახელმწიფო ენაზე; 2. არ მოიცავს სრულ ინფორმაციას საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ; 3. არ არის ინფორმაცია კანონისმიერი გარანტიის (კომერციული - არსებობის შემთხვევაში), ნივთის შეცვლა/შეკეთება, ფასის შემცირებისა და ხელშეკრულებიდან გასვლის შესახებ.



ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტოს შეფასებით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებული სავაჭრო პოლიტიკით ირღვევა მომხმარებლის ინფორმირების ვალდებულება კანონის მე-5, მე-10 და მე-17 მუხლის საფუძველზე, აგრეთვე, მოვაჭრის სავაჭრო პოლიტიკა წარმოადგენს მოქმედებითა და უმოქმედობით გამოხატულ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას კანონის 25-ე მუხლის „ვ“ ქვეპუნქტისა და 26-ე მუხლის მე-4 პუნქტის საფუძველზე, რომელმაც შეცდომაში შეიყვანა განმცხადებელი და არსებითი გავლენა მოახდინა მის ეკონომიკურ ქცევაზე. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააგენტო ადგენს, რომ მოვაჭრის კომერციულ საქმიანობას შესწევს უნარი, შეცდომაში შეიყვანოს მომხმარებელთა ფართო წრე და დააზიანოს მათი ინტერესები.

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 მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის საფუძველზე სააგენტომ:

გადაწყვიტა:

დადასტურდეს შპს „ბესთ შოპ გრუპი“-ს (ს/ნ 406352539) მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის 1-ლი პუნქტის, მე-10 მუხლის, მე-17 მუხლის, 24-ე მუხლის, 25-ე მუხლის 1-ლი პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტისა და 26-ე მუხლის 1-ლი და მე-4 პუნქტების დარღვევის ფაქტი.