



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2025 წლის 13 ნოემბრის №04/1328 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:

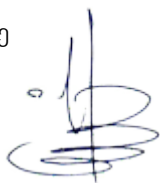
1. დამტკიცდეს საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 13 ნოემბრის №04/1328 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს ომნიტექ სოლუშენსის (ს/ნ 405768691) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტის დარღვევის ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, შპს ომნიტექ სოლუშენსის (ს/ნ 405768691) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტის მოთხოვნებს.



4. შპს ომნიტექ სოლუშენსს (ს/ნ 405768691) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე 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 კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის
2025 წლის 13 ნოემბრის N04/1328 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის
შესწავლის თაობაზე

ქ. თბილისი

2026

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი	3
1.1. განმცხადებლის პოზიცია	3
1.2. მოვაჭრის პოზიცია	3
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება.....	4
თავი 3. სამოტივაციო ნაწილი	12
3.1. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი	12
3.2. მოვაჭრის ცნება და იდენტიფიცირება	13
3.3. მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების დარღვევა	17
3.4. უსამართლო კომერციული საქმიანობა.....	20
თავი 4. სარეზოლუციო ნაწილი	24

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) წარდგენილი იქნა მოქალაქე, (შემდგომში - მომხმარებელი/განმცხადებელი) 2025 წლის 16 ივლისის N01/4280 განცხადება - მოვაჭრე შპს „ომნიტექ სოლუშენსის“ (ს/ნ 405768691) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

სააგენტომ 2025 წლის 13 ნოემბრის N04/1328 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა მომხმარებლის განცხადების საფუძველზე.

1.1. განმცხადებლის პოზიცია

განცხადების თანახმად, მომხმარებელმა ისარგებლა სავაჭრო პლატფორმით (ლინკი: <https://maneki.ge/>) კერძოდ გადარიცხა თანხა 30 ლარის ოდენობით რეკლამის საფუძველზე, რომელიც მომხმარებელს პირდებოდა უფასო საჩუქრებს.

მომხმარებლის მითითებით, მოვაჭრე ახორციელებს საჩუქრების ილუზორულ დაპირებებს. კერძოდ, მის მიერ ორგანიზებულ ონლაინ-აუქციონის ფარგლებში ვერ ახდენს მომხმარებლის მიერ ჩარიცხული თანხების ბალანსზე ასახვას და ასევე ვერ უზრუნველყოფს მომხმარებლებთან ეფექტიან კომუნიკაციას.

1.2. მოვაჭრის პოზიცია

მოვაჭრეს 2025 წლის 18 ნოემბრის N02/5775 წერილით ეცნობა სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე. აღნიშნული წერილით მოვაჭრისგან გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია განცხადებაში დაფიქსირებული გარემოებებისა და მოვაჭრის ზოგადი სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ. მოვაჭრეს აღნიშნული წერილი არ ჩაუბარებია.

გამომდინარე იქედან, რომ ზემოხსენებული წერილის ჩაბარება ვერ განხორციელდა „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული წესის მე-16 მუხლით დადგენილი ფორმით, სააგენტომ მიზანშეწონილად მიიჩნია, პროცედურის მე-16 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სააგენტოს 2025 წლის 18 ნოემბრის წერილით N02/5775 წერილი საჯაროდ გაეცემოდა სააგენტოს ვებ-გვერდზე

განთავსებით, რის შედეგადაც, წერილი საიტზე განთავსდა 2025 წლის 05 დეკემბერს და ადრესატისთვის ჩაბარებულად ჩაითვალა ვებ-გვერდზე განთავსებიდან მე-7 დღეს, 2025 წლის 12 დეკემბერს.

საქმის წარმოების ფარგლებში არც ერთ ეტაპზე მოვაჭრეს არ წარმოუდგენია თავისი პოზიცია განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან და მისი ზოგადი სავაჭრო პოლიტიკის კანონშესაბამისობასთან მიმართებით.

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, კონკრეტულად, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დადუპვას, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს.

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

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

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

ა) საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით;

ბ) მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; არსებობის შემთხვევაში – მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის, ფაქსისა და ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; არსებობის შემთხვევაში – იმ მოვაჭრის საკონტაქტო ინფორმაცია, რომლის სახელითაც მოქმედებს აღნიშნული პირი;

გ) არსებობის შემთხვევაში – საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ და მისი მისამართის თაობაზე, თუ ის განსხვავდება ამ პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში მითითებული მისამართისგან;

დ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, ძირითადი ხარჯებისა და დამატებითი ხარჯების (მათ შორის, ტრანსპორტირების, გადაგზავნის, მონტაჟისა და სხვა) მითითებით, ხოლო თუ, საქონლის ან მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე და ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები წარმოიშვას;

ე) არსებობის შემთხვევაში – გადახდის, საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ და მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის მოთხოვნის განხილვის წესის თაობაზე;

ვ) კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ;

ზ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულების მოქმედების ვადის შესახებ, ხოლო თუ ხელშეკრულება განუსაზღვრელი ვადით არის დადებული ან ავტომატურად გრძელდება – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების თაობაზე;

თ) არსებობის შემთხვევაში – მომხმარებლის ვალდებულებებისა და მათი შესრულების მინიმალური ვადის/მოქმედების ხანგრძლივობის შესახებ;

ი) ციფრული შინაარსის ფუნქციური მახასიათებლების შესახებ, მათ შორის, არსებობის შემთხვევაში – მისი დაცვისთვის გამოყენებული ტექნიკური საშუალებების თაობაზე, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – ციფრული შინაარსის აპარატულ ან პროგრამულ უზრუნველყოფასთან თავსებადობის შესახებ ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელიც მოვაჭრემ იცის ან უნდა სცოდნოდეს;

კ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ.

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

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

ბ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, გადასახადების ჩათვლით, ხოლო თუ აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე; არსებობის შემთხვევაში – ყველა დამატებითი ხარჯის შესახებ, მიწოდების, გადაზიდვისა და საფოსტო ხარჯების ჩათვლით, ხოლო თუ ასეთი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია – ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები იყოს გასაწევი. განუსაზღვრელი ვადით დადებული ხელშეკრულების ან საქონლის ან მომსახურების გამოწერით მიღების ხელშეკრულების შემთხვევაში ფასი გულისხმობს სრულ ფასს გადახდის თითოეული პერიოდისთვის. თუ ხელშეკრულებით გათვალისწინებულია ფიქსირებული გადასახადი, სრული ფასი უნდა აღნიშნავდეს ყოველთვიურ სრულ გადასახადს. თუ სრული გადასახადის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მიწოდებული უნდა იქნეს მისი გამოთვლის წესი;

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

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

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

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

ზ) ქცევის კოდექსის არსებობისა და ხელმისაწვდომობის შესახებ;

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

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

კანონის 24-ე მუხლის თანახმად უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია.

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

კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა:

1. ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია შემდეგი მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა:

ა) სანდოობის ნიშნის, ხარისხის ნიშნის ან სხვა, მსგავსი ნიშნის საქართველოს კანონმდებლობით მინიჭებული შესაბამისი უფლებამოსილების არსებობის გარეშე განთავსება;

ბ) ცრუ მითითება, რომ ქცევის კოდექსი საჯარო ან სხვა ორგანიზაციის მიერ არის აღიარებული;

გ) იმის მტკიცება, რომ მოვაჭრეს (მის კომერციულ საქმიანობას) ან საქონელს ან მომსახურებას საჯარო ორგანოსგან ან კერძო პირისგან მიღებული აქვს თანხმობა, ნებართვა, ლიცენზია, ავტორიზაცია, აკრედიტაცია და სხვა, მათი არარსებობის შემთხვევაში, ან მტკიცება იმისა, რომ თანხმობის, ნებართვის, ლიცენზიის, ავტორიზაციის, აკრედიტაციისა და სხვათა მიღებისთვის სავალდებულო პირობები შესრულებულია, თუ ეს პირობები შესრულებული არ არის;

დ) საქონლის ან მომსახურების სპეციალურ ფასად შეძენის შეთავაზება იმ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გამჟღავნების გარეშე, რომლის საფუძველზედაც მოვაჭრე ვარაუდობს, რომ თავად ან სხვა მოვაჭრის საშუალებით ვერ შეძლებს ამ საქონლის ან მომსახურების ან მსგავსი საქონლის ან მომსახურების იმ დროში, იმ რაოდენობითა და იმ ფასად მიწოდებას, რომლებიც

აღნიშნული საქონლიდან ან მომსახურებიდან, რეკლამირების მასშტაბიდან და შეთავაზებული ფასიდან გამომდინარეობს (შეცდომაში შემყვანი რეკლამა);

ე) საქონლის ან მომსახურების სპეციალურ ფასად შეძენის შეთავაზება და შემდეგ მომხმარებლისთვის რეკლამირებული საქონლის ჩვენებაზე ან შეკვეთის მიღებაზე ან მის გონივრულ ვადაში მიწოდებაზე უარის თქმა ან/და ნაკლის მქონე საქონლის ნიმუშის დემონსტრირება სხვა საქონლის გაყიდვის ხელშეწყობის განზრახვით;

ვ) 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;

ზ) განაცხადის გაკეთება ან შთაბეჭდილების შექმნა, რომ შეიძლება კანონით აკრძალული საქონლის ან მომსახურების გაყიდვა;

თ) მომხმარებლისთვის კანონით მინიჭებული უფლების განხორციელების შესაძლებლობის ისე წარმოჩენა, თითქოს ეს მოვაჭრის კეთილი ნება და შეთავაზების განსაკუთრებული პირობაა;

ი) ცრუ მტკიცება იმ რისკის სახეობისა და მასშტაბის შესახებ, რომელიც დაკავშირებულია მომხმარებლის ან მისი ოჯახის პირად უსაფრთხოებასთან, თუ მომხმარებელი საქონელს ან მომსახურებას არ შეიძენს;

კ) ისეთი პირამიდული სქემის ჩამოყალიბება ან მართვა ან მისი განვითარების ხელშეწყობა, რომელშიც მომხმარებელს უჩნდება მოლოდინი, რომ იგი ფინანსური სარგებლის უმეტეს წილს მიიღებს არა საქონლის ან მომსახურების გაყიდვით ან მოხმარებით, არამედ პირამიდულ სქემაში სხვა მომხმარებლების ჩართვით;

ლ) განაცხადის გაკეთება, რომ მოვაჭრე აპირებს ვაჭრობის შეწყვეტას ან ადგილმდებარეობის შეცვლას, თუ ეს სიმართლეს არ შეესაბამება;

მ) ცრუ მტკიცება, რომ საქონელს ან მომსახურებას შეუძლია დაავადებისგან ან დისფუნქციისგან განკურნება ან განვითარების ნაკლის გამოსწორება;

ნ) ბაზრის პირობების ან საქონლის ან მომსახურების მოძიების შესაძლებლობის შესახებ არსებითად არასწორი ინფორმაციის გავრცელება იმ მიზნით, რომ მოვაჭრემ მომხმარებელი საქონლის ან მომსახურების ბაზრის პირობებზე ნაკლებად ხელსაყრელი პირობით შეძენაზე დაიყოლოს;

ო) კონკურსის გამოცხადება ან ჯილდოს საჯაროდ დაპირება შემდგომ ჯილდოს ან მისი გონივრული ეკვივალენტის გადაცემის გარეშე;

პ) განაცხადის გაკეთება, რომ საქონელი ან მომსახურება უსასყიდლოდ არის შეთავაზებული, თუ მომხმარებელს, საქონლის ან მომსახურების მიღებისთვის ან ტრანსპორტირებისთვის აუცილებელი ხარჯების ანაზღაურების გარდა, დამატებითი თანხის გადახდა უწევს;

ჟ) მარკეტინგულ მასალაში ანგარიშფაქტურის/ზედნადების ან გადახდის დამავალდებულებელი სხვა დოკუმენტის ჩადება, რაც მომხმარებელს შეუქმნის მცდარ შთაბეჭდილებას, რომ მან საქონელი ან მომსახურება შეუკვეთა, მაშინ, როდესაც ის მას არ შეუკვეთია;

რ) ცრუ განაცხადის გაკეთება ან შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მოვაჭრე არ მოქმედებს სავაჭრო, სამეწარმეო, სახელობო ან პროფესიული მიზნით, ან მოვაჭრის მიერ თავის მომხმარებლად გასაღება;

ს) მომხმარებლისთვის მცდარი წარმოდგენის შექმნა, რომ შესყიდვის შემდგომი მომსახურება სხვა ქვეყანაშია ხელმისაწვდომი;

ტ) მოვაჭრის დაკვეთით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით საქონლის ან მომსახურების იმგვარად რეკლამირება, რომ რეკლამის შინაარსით, გამოსახულებით ან ხმით რეკლამის ამოცნობა მომხმარებლისთვის შეუძლებელი იყოს;

უ) მწარმოებლის მიერ სხვა მწარმოებლის საქონლის ან მომსახურების მსგავსი საქონლის ან მომსახურების განზრახ იმგვარად რეკლამირება, თითქოს ეს საქონელი ან მომსახურება იმავე მწარმოებლის მიერ არის წარმოებული, რასაც მომხმარებელი შეცდომაში შეჰყავს;

ფ) იმის მტკიცება, რომ ზღარტული თამაშობისას საქონელმა ან მომსახურებამ მომხმარებელს შესაძლოა მოგება მოუტანოს;

ქ) ნასყიდობის შემდგომი სამომხმარებლო მომსახურების გაწევა ნასყიდობის გარიგების დადებამდე გამოყენებული ენისგან განსხვავებულ ენაზე, რომელიც არ არის საქართველოს სახელმწიფო ენა, მომხმარებლისთვის ამის შესახებ ინფორმაციის ნასყიდობის გარიგების დადებამდე გარკვევით მიწოდების გარეშე

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ამავე მუხლის მე-3 პუნქტი განმარტავს, რას მოიცავს მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია, კერძოდ:

ა) საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) მოვაჭრის პასუხისმგებლობის ფარგლებს, რომელიც ეხება კომერციული საქმიანობის მოტივსა და გაყიდვის პროცესის თავისებურებას, აგრეთვე ნებისმიერ ინფორმაციას, რომელიც მოვაჭრის მიერ საქონლის ან მომსახურების პირდაპირი ან არაპირდაპირი სპონსორობის განხორციელებას უკავშირდება;

გ) ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს;

დ) საქონელთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებულ მომსახურებას, საქონლის ნაწილის შეცვლის ან შეკეთების საჭიროებას;

ე) მოვაჭრის ან მისი წარმომადგენლის შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, თანხმობას, კვალიფიკაციას, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებს ან მათთან კავშირს, აგრეთვე წარმოებასთან ან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა უფლებებს;

ვ) მომხმარებლის უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის, აგრეთვე მოსალოდნელი რისკის თაობაზე ინფორმაციას.

საერთაშორისო კანონმდებლობა:

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივის (შემდგომში - 2011/83 დირექტივა) მიზანია, მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული, წევრ სახელმწიფოთა კანონმდებლობების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გარკვეული ასპექტების დაახლოების გზით.

2011/83 დირექტივის მთავარი ღირებულება სწორედ იმაში მდგომარეობს, რომ ის მომხმარებლის უფლებების დაცვას საკმაოდ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს. დირექტივის მე-3

თავის მე-5 და მე-6 მუხლები შეიცავს ინფორმაციის იმ ჩამონათვალს, რომლის მიწოდებაც ევალება მოვაჭრეს მომხმარებლისთვის ხელშეკრულების დადებამდე. მე-5 მუხლი ძირითადად შეიცავს იმ ინფორმაციის ჩამონათვალს, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. ხოლო, მე-6 მუხლი კონკრეტულად დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების დადებისას მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი ინფორმაციის სრულ ჩამონათვალს მოიცავს. მართალია მე-6 მუხლი უფრო დეტალურად ასახავს, თუ რა სახის ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს მომხმარებელს, მაგრამ ის მაინც ეფუძნება ძირითადად მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნებს.

2011/83 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 (შემდგომში - 2019/771 დირექტივა) მიზანია შიდა ბაზრის სათანადო ფუნქციონირებისას მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა, საქონლის რეალიზაციასთან დაკავშირებით მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის საერთო წესების დადგენით.

2019/771 დირექტივის მე-13 მუხლის მიხედვით, ხელშეკრულების პირობებთან შეუსაბამობის შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს უსასყიდლოდ აღუდგეს საქონლის შესაბამისობა ხელშეკრულების პირობებთან შეკეთების ან ჩანაცვლების გზით, საქონელთან მიმართებით შეუმცირდეს ფასი ან გაუქმდეს ხელშეკრულება. 2019/771 დირექტივის მე-11 მუხლის შესაბამისად, მტკიცების ტვირთი ეკისრება მოვაჭრეს საქონლის და მომხმარებლისთვის მფლობელობაში გადაცემიდან 1 წლის მანძილზე.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება:

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

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

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

საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის დამტკიცების თაობაზე“ კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული წესის 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. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი

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

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-5 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი გულისხმობს მომხმარებელთა ფართო წრის საერთო ინტერესს. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის არსებობის შეფასებისას სააგენტო ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ითვალისწინებს იმ პოტენციურ მომხმარებელთა რაოდენობას, ვისზეც შეიძლება გავლენა იქონიოს სადავო ქმედებამ. ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებ(ებ)ის სავარაუდო დარღვევის ფაქტის განსაზღვრისას, ასევე გათვალისწინებულ უნდა იქნეს ქმედების ხასიათი და მისი უნარი, გავლენა იქონიოს მომხმარებელთა ფართო წრეზე ან/და ზიანი მიაყენოს ანალოგიურ მდგომარეობაში მყოფ ნებისმიერ მომხმარებელს.

აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის (კოლექტიური ინტერესის) ცნებას საფუძველი ფრანგულ იურისპრუდენციაში ჩაეყარა, მას შემდეგ, რაც ქვეყანაში მომხმარებელთა ორგანიზაციებს ბაზრის ზედამხედველობის ფუნქცია მიენიჭათ და 1973 წელს, კანონით უფლება მიეცათ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესები სასამართლოში დაეცვათ. საფრანგეთის უზენაესი სასამართლოს 1985 წლის გადაწყვეტილებით, მომხმარებელთა ორგანიზაციებს მხოლოდ მაშინ შეეძლოთ სასამართლოში

წარმომადგენლობა, თუკი სადავო ქმედება პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზიანს აყენებდა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.¹

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

აღნიშნულის გათვალისწინებით სააგენტო განმარტავს, რომ კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტში მითითებული ჯგუფური ინტერესი გულისხმობს არა ცალკეული მომხმარებლის ინდივიდუალური ინტერესს, არამედ მომხმარებელთა გარკვეული წრის ერთობლივ ინტერესს.

განსახილველ საქმეში, მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი განცხადებიდან გამოიკვეთა, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს არ აწვდიდა ინფორმაციას თავისი სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ და მოთხოვნის მიუხედავად, არც სააგენტოში წარმოადგინა აღნიშნული ინფორმაცია.

საქმეში წარმოდგენილი მასალებიდან გამოიკვეთა, რომ მოვაჭრე მომხმარებელს არ აწვდის ისეთ მინიმალურ და არსებით ინფორმაციასაც კი, როგორიც არის მოვაჭრის ვინაობა. ასეთ შემთხვევაში, მოვაჭრის ქმედებებს სავარაუდო ზიანი შეეძლო მიეყენებინა არა მხოლოდ კონკრეტული მომხმარებლისთვის, არამედ, ნებისმიერი პოტენციური მომხმარებლისთვის, რომელსაც ექნებოდა სურვილი, მოვაჭრისგან შეეძინა საქონელი ან მომსახურება. შესაბამისად, სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 13 ნოემბრის N04/1328 ბრძანების საფუძველზე დაიწყო განცხადებაში დასმული სავარაუდო სამართალდარღვევების შესწავლა.

3.2. მოვაჭრის ცნება და იდენტიფიცირება

კანონის მე-4 მუხლის „თ“ პუნქტის თანახმად, მოვაჭრე არის ნებისმიერი ფიზიკური პირი, იურიდიული პირი ან პირთა გაერთიანება, რომელიც მოქმედებს კომერციული საქმიანობის ფარგლებში, აგრეთვე ნებისმიერი სხვა პირი, რომელიც მოქმედებს მოვაჭრის სახელით ან დავალებით.

ამავე მუხლის „ზ“ პუნქტის მიხედვით, კომერციული საქმიანობაა – მოვაჭრის ნებისმიერი მოქმედება, უმოქმედობა, ქცევა, ახსნა-განმარტება, კომერციული კომუნიკაცია, მათ შორის,

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

რეკლამა და მარკეტინგი, რომლებიც უშუალოდ დაკავშირებულია მომხმარებლისთვის საქონლის ან მომსახურების მიყიდვასთან ან მიწოდებასთან ან საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის ხელშეწყობასთან.

აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის დირექტივები და ევროპული პრაქტიკა „კომერციულ საქმიანობას“ საკმაოდ ფართო სპექტრში განმარტავს, რითაც მოცულია ნებისმიერი ქცევა, წარმომადგენლობა, კომერციული კომუნიკაცია, მათ შორის რეკლამა და მარკეტინგი, რომელიც უშუალოდ არის დაკავშირებული პროდუქტის პოპულარიზაციასთან.²

2005/29/EC დირექტივის გაიდლაინში განმარტებულია, რომ მარტოოდენ არაკომერციული (Non-profit) ორგანიზაციული სტრუქტურა არ გამოირიცხავს მოვაჭრედ იდენტიფიცირებას.³

ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლო 2018 წლის 04 ოქტომბრის გადაწყვეტილებაში განსაზღვრავს, რომ მოვაჭრის ცნებას დირექტივის მიზნებისთვის, უნდა განიმარტოს მომხმარებლის ცნებასთან კორელაციაში, თუმცა მომხმარებლის ცნების დიამეტრიულად საპირპირპირო ცნებად.⁴ ამავე გადაწყვეტილებით სასამართლომ გაიზიარა ადვოკატის მოსაზრება, რომლის მიხედვით, მოვაჭრედ იდენტიფიცირება მოითხოვს ინდივიდუალურ მიდგომას.

მოვაჭრის ცნების განსაზღვრების ნაწილში საინტერესოა ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლო გადაწყვეტილება (საბრინა ვატელიე, ბიტერესის ავტოსახელოსნო & Fils SPRL -ის წინააღმდეგ) სადაც განსაზღვრულია, რომ მოვაჭრის ცნება დირექტივის მიზნებისათვის, უნდა განიმარტოს ფართოდ და ყველა გარემოების შეფასებით. ცნების ქვეშ უნდა მოექცეს ნებისმიერი პირი, რომელიც სათანადო წესით არ აცნობებს მომხმარებელს, რომ საქონლის რეალური მესაკუთრე სხვა პირია. ევროსასამართლო დამატებით განმარტავს, რომ ზემოაღნიშნული ინტერპრეტაცია არ არის დამოკიდებული იმაზე იღებს თუ არა პირი შუამავლის ანაზღაურებას.⁵

გადაწყვეტილებაში აღნიშნულია, რომ სასამართლომ უნდა გაითვალისწინოს საქმის ყველა გარემოება: საქონლის გაყიდვაში შუამავლის ჩართულობისა და ძალისხმევის ხარისხი, რა გარემოებებში მოხდა გასაყიდი საქონლის წარდგენა მომხმარებლისთვის. ასევე, თავად მომხმარებლის ქცევა, რასაც შეიძლება მნიშვნელობა ჰქონდეს იმის დასადგენად, რამდენად ალქმადი იყო მომხმარებლისთვის, რომ შუამავალი მოქმედებდა კერძო პირის სახელით.⁶

² CJEU, C-435/11, CHS Tour Services

³ 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

⁴ CJEU, C-105/17, Iveta Kamenova v. Commission for Consumer Protection

⁵ CJEU, C-149/15, Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL

⁶ იქვე.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, 1999/44 დირექტივის 1(2)(გ) მუხლში მოცემული „მოვაჭრის“-ს ცნება უნდა განიმარტოს იმ მნიშვნელობით, რომ იგი ასევე მოიცავდეს პირს, რომელიც მოქმედებს, როგორც კერძო პირის შუამავალი, თუმცა სათანადოდ არ აცნობებს მომხმარებელს, რომ გასაყიდი საქონლი რეალურად სხვა პირის კუთვნილებაა - აღნიშნული უნდა დაადგინოს საქმის განმხილველმა სასამართლომ საქმის ყველა ფაქტობრივ გარემოების გათვალისწინებით. აღნიშნული განმარტება არ არის დამოკიდებული იმაზე, იღებს თუ არა შუამავალი ანაზღაურებას საშუამავლო საქმიანობისთვის.⁷

აღსანიშნავია, რომ ლატვიის ეროვნულმა სასამართლომ, მოვაჭრედ სცნო კომპანია, რომელიც ვებსივრცეში ათავსებდა კომერციული ხასიათის რეკლამებს სხვა კომპანიის სასარგებლოდ.⁸

აღნიშნული განმარტებით, მოვაჭრის დეფინიცია მეტწილად დაკავშირებულია მომხმარებლის აღქმასთან. გამომდინარე აქედან, იმისათვის, რომ განხილული იქნეს შპს „ომნიტექს სოლუმენსის“ მიერ განხორციელებული საქმიანობა კომერციულ საქმიანობის ფარგლებში, სადაც ის წარმოდგენილია როგორც მოვაჭრე მნიშვნელოვანია ობიექტური აღქმით შეფასდეს როგორ პოზიციონირებს ის მომხმარებელთან ურთიერთობისას.

კანონის მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა, რაც უპირველეს ყოვლისა, მოიაზრებს იმას, რომ ხელოვნურად არ შეიზღუდოს მომხმარებლისთვის კანონით მინიჭებული უფლებები. აღნიშნული უფლებების რეალიზაცია კი პირდაპირ გადის მოვაჭრისათვის მოთხოვნის გაცხადებაზე, თუ კი მომხმარებლის მიერ მოვაჭრის იდენტიფიცირება შეუძლებელია ან არსებობს შეცდომით იდენტიფიცირების საფრთხე აღნიშნული პირდაპირ ართმევს მომხმარებლებს კანონით მინიჭებული უფლებების გამოყენების საშუალებას.

ყოველივე ზემოთთქმულის შესაბამისად, მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ კანონის ზოგადი კონცეფციის მიხედვით, პირის მოვაჭრედ იდენტიფიცირება დამოკიდებულია ორ წინამდვარზე: პირველი გულისხმობს ობიექტურ კრიტერიუმს, და განსაზღვრავს, რომ მოვაჭრედ მიიჩნევა პირი, რომელიც მოქმედებს კომერციული საქმიანობის ფარგლებში, რასაც წარმოადგენს ნებისმიერი მოქმედება, უმოქმედობა, ქცევა, ახსნა-განმარტება, კომერციული კომუნიკაცია, მათ შორის, რეკლამა და მარკეტინგი, რომლებიც უშუალოდ დაკავშირებულია მომხმარებლისთვის საქონლის ან მომსახურების მიყიდვასთან ან მიწოდებასთან ან საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის ხელშეწყობასთან;

მეორე კი გულისხმობს სუბიექტურ კრიტერიუმს და განსაზღვრავს მოვაჭრის ქმედებებს მომხმარებლის აღქმიდან გამომდინარე. ეს უკანასკნელი კრიტერიუმი გადათარგმნილია მოდელურ ქმედებებში, სადაც მოვაჭრის ქმედებები გამოხატულია ორ ასპექტში: 1. პირი მოქმედებს ისე, იმგვარად და იმ ფორმით როგორც იმოქმედებდა მოვაჭრე (სახეზეა ქცევის

⁷ იქვე.

⁸ Judgment of the Latvian Administrative court, Case No. A420632710, 8 March 2012.

მოდელის პოზიტიური აღწერილობა). 2. პირი არ აწვდის მომხმარებელს სათანადო ფორმით იმის შესახებ ინფორმაციას, რომ არ წარმოადგენს მოვაჭრეს / ან მის მიერ ნივთის გადაცემა არ არის დაკავშირებული ეკონომიკურ საქმიანობასთან / ან რამე სხვაგვარი ინფორმაციის მიწოდებით არ გამორიცხავს მომხმარებლის აღქმაში სამომხმარებლო ურთიერთობის არსებობას. (სახეზეა ქცევის მოდელის ნეგატიური აღწერილობა).

პირველი კრიტერიუმის შესაფასებლად გამოსადეგია ზემოაღნიშნული ევროპული სასამართლოს მიერ განსაზღვრული ინდიკატორები: საქონლის გაყიდვაში შუამავლის ჩართულობისა და ძალისხმევის ხარისხი, რა გარემოებებში მოხდა გასაყიდი საქონლის წარდგენა მომხმარებლისთვის და თავად მომხმარებლის ქცევა, რასაც შეიძლება მნიშვნელობა ჰქონდეს იმის დასადგენად, აღქმადი იყო თუ არა მომხმარებლისთვის, რომ კომუნიცირებდა შუამავალთან. ხოლო მეორე კრიტერიუმი ფაქტობრივ კატეგორიას წარმოადგენს და დაკავშირებულია ინფორმაციის მიწოდების/არმიწოდების ფაქტთან. თავის მხრივ მიწოდებულმა ინფორმაციამაც უნდა დააკმაყოფილოს მკაფიოობის და უტყუარობის სტანდარტი.

ყოველივე ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, მომხმარებლის მატერიალურ-სამართლებრივი უფლების რეალიზაციისა და მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობის მიზნებისათვის, უნდა ვიხელმძღვანელოთ ზემოაღნიშნული კრიტერიუმებით, რის შესაბამისადაც, მოვაჭრის ცნება უნდა განიმარტოს ფართო გაგებით და დეფინიციის ქვეშ მოექცეს ნებისმიერი ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც მომხმარებლისთვის ქმნის იმის ობიექტურ აღმას, რომ არის მოვაჭრე ან მოქმედებს მისი სახელით.

სააგენტოს მიერ საქმის შესწავლის პროცესში გამოკვლეული იქნა ფეისბუქ პლატფორმა „მანეკი.ჯი“, ასევე ვებგვერდი (ლინკი: <https://maneki.ge/>) (შემდგომში - სავაჭრო პლატფორმა/პლატფორმები). სავაჭრო პლატფორმებზე განთავსებულია სხვადასხვა ტიპის საქონლის ფოტო/ვიდეომასალა შესაბამისი აღწერილობით, რაც ემსახურება ნივთის გაყიდვის ხელშეწყობას აუქციონის პრინციპით.

იმ პირობებში, როდესაც პლატფორმაზე განთავსებული პროდუქციის მიმართ არ არის მითითებული არცერთი სხვა გამყიდველი და პლატფორმა თავად არის ის სუბიექტი, რომელიც უზრუნველყოფს პროდუქტის წარმოდგენას, ასრულებს კომერციული შეთავაზების ორგანიზებას და ქმნის მომხმარებელთან სახელშეკრულებო ურთიერთობის ილუზიას.

მომხმარებელთა დაცვის სამართლებრივი სისტემის პრინციპული გააზრებით სამომხმარებლო ურთიერთობაში პასუხისმგებლობის გარეშე დარჩენილი სივრცის არსებობა სამართლებრივად დაუშვებელია, განსაკუთრებით ხაზგასაზმელია ის, რომ პასუხისმგებლობის დიფუზიისგან შექმნილი რისკები არ უნდა დააწვეს მომხმარებელს. შესაბამისად, გამოტანილი პროდუქტის მიმართ აუცილებლად უნდა არსებობდეს იდენტიფიცირებადი და პასუხისმგებელი ეკონომიკური სუბიექტი. როდესაც პროდუქტის

რეალური მესაკუთრე ან შეთავაზების ავტორი არ არის გამჟღავნებული, ხოლო მომხმარებელი პროდუქტის შეძენას ახორციელებს პლატფორმის მიერ წარმოშობილი ინფორმაციის საფუძველზე, პლატფორმა ფაქტობრივად ხდება ის ერთადერთი მოქმედი სუბიექტი, რომელიც მონაწილეობს კომერციული ურთიერთობის ჩამოყალიბებაში და ქმნის მოლოდინს, თითქოს იგი არის შეთავაზების ავტორი.

გამომდინარე აქედან, პლატფორმამ მომხმარებლისთვის უნდა უზრუნველყოს კანონის მე-5 მუხლით დადგენილი სტანდარტით მოვაჭრის შესახებ ინფორმაციის პროაქტიული მიწოდება, სხვა შემთხვევაში პლატფორმა ჩაითვლება მოვაჭრედ, რაც ნიშნავს იმას, რომ მას ეკისრება ყველა ის ვალდებულება, რომელსაც კანონმდებლობა ადგენს მოვაჭრისთვის, ვინაიდან მომხმარებლის წინაშე პასუხისმგებელი სუბიექტი აუცილებლად უნდა არსებობდეს.

ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს “ომნიტექ სოლუშენსის” (ს/ნ 405768691) „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე იდენტიფიცირდება როგორც მოვაჭრე.

3.3. მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების დარღვევა

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

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

გასათვალისწინებელია, სამომხმარებლო ურთიერთობების ყოველდღიური, საყოფაცხოვრებო ხასიათი, რამაც შესაძლოა საშუალო მომხმარებლისთვის შექმნას არაგონივრული ტვირთი ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად. აღნიშნულს აბალანსებს მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტი, რომელიც ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - ევროკავშირის სასამართლო) არაერთი გადაწყვეტილებითაა განმტკიცებული. საქმეზე Content Service Ltd v. Bundesarbeitskammer⁹ ევროკავშირის სასამართლომ განმარტა, რომ მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებლებს მიაწოდოს ინფორმაცია იმ მოლოდინის გარეშე, რომ ისინი თავად მოიძიებენ ამ ინფორმაციას და მომხმარებლები პასიურები უნდა რჩებოდნენ ინფორმაციის მოპოვების თვალსაზრისით.⁹

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

სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესვლამდე, მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს სრული ინფორმაცია საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით; მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; ასევე მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან; არსებობის შემთხვევაში – მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის, ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ, კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელი ხელშეკრულებაზე უარს ვერ იტყვის, თუ, კანონის მე-14 მუხლის შესაბამისად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შეუძლებელია; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მომხმარებელი ვალდებულია გასწიოს საქონლის დაბრუნების ხარჯი, თუ, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით დაბრუნება შეუძლებელია.

კანონით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83 დირექტივის მე-5 მუხლის ანალოგს წარმოადგენს, რომელიც ინტერპრეტირებულია ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს არაერთ გადაწყვეტილებაში. მათ შორის, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო საქმეზე NC-649/17 აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის 2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა.¹⁰

კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილება მიიღოს შესაბამისი და რელევანტური ინფორმაციის საფუძველზე. იმის გათვალისწინებით, რომ ის ხელშეკრულების ნაკლებად დაცული მხარეა, მის კონტრაჰენტს, მოვაჭრეს ავალდებულებს მაქსიმალურად მოახდინოს მომხმარებლის ინფორმირება. მას უნდა შეეძლოს გადაწყვეტილება სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შესვლასთან დაკავშირებით მიიღოს რაციონალურად, გააზრებულად და რაც ყველაზე მთავარია, საკმარისი და ამომწურავი ინფორმაციის საფუძველზე. ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევა. ქართული

¹⁰ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-649/17

კანონმდებლობის მსგავსად ანალოგიურადაა განმარტებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროკავშირის №2011/83 დირექტივაშიც.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო №C-649/17 საქმეზე აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის №2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა - მათ შორის, დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს.¹¹

მოვაჭრე კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას ვალდებულია, მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია ნათელი და ყოვლისმომცველი ფორმით. დირექტივა მოვაჭრეებს ავალდებულებს უზრუნველყონ კომუნიკაციის ეფექტიანი საშუალებები¹², რაც მომხმარებლებს გაუადვილებს მოვაჭრესთან დაკავშირებას.

№C-430/17 საქმეზე სასამართლო განმარტავს №2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების მნიშვნელობას სამომხმარებლო ურთიერთობის ეფექტური განხორციელებისთვის. წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მომხმარებლისთვის ნივთის ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებული სრულყოფილი ინფორმაცია განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.¹³

ხელშეკრულების დადებამდე ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მომხმარებლისათვის უმნიშვნელოვანესი დაცვის მექანიზმია. მომხმარებლის სისუსტის განმაპირობებელი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი სწორედ ნაკლები ინფორმირებულობაა, ეს მას სათანადო არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობას ართმევს, თუმცა ვალდებულებას ამ სახის არსებობა, თავისუფალი ნების ფორმირებისა და გამოვლენის დაცვის გარანტიაა.¹⁴

მხარეთა დისბალანსი სამომხმარებლო ურთიერთობისას პრეზუმირებულია, ასეთ დროს მიიჩნევა, რომ მომხმარებელი არის გარიგების სუსტი მხარე, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ იურისტმა წარმოაჩინა მაღალი ტექნიკური ცოდნა, ის არ შეიძლება არ იქნას მიჩნეული გარიგების სუსტ მხარედ, გამყიდველთან მიმართებით¹⁵. ამდენად კანონის მე-5 მუხლიდან გამომდინარე, მოვაჭრეს ეკისრება პროაქტიურად მოქმედების ვალდებულება.

კანონის მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით, ამ მუხლითა და ამ კანონის მე-6, მე-7 და მე-9–მე-12 მუხლებით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება. ამდენად, საქმის შესწავლის ეტაპზე, მოვაჭრეს

¹¹ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-649/17

¹² იქვე, აბზაცი 53

¹³ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 23 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-430/17

¹⁴ თ.ლაკერბაია, ვ.ზაალიშვილი, თ.ზოიძე, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი (ევროპულ სამართალთან ჰარმონიზაციის გზა), შსსუ, თბილისი 2018, გვ.122

¹⁵ ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილება.

ეკისრება ვალდებულება, სააგენტოს წარმოდგინოს ყველა მტკიცებულება, რომლითაც დასტურდება, რომ მომხმარებელს მიეწოდება ზემოაღნიშნული მუხლებით გათვალისწინებული ინფორმაცია.

ამასთან აღსანიშნავია ისიც, რომ სააგენტომ რამდენჯერმე მიმართა მოვაჭრეს და საჯაროდ გამოაქვეყნა წერილი, რომლითაც გამოითხოვა პოზიცია და მისი სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ინფორმაცია. თუმცა, მოვაჭრეს მოთხოვნილი ინფორმაცია სააგენტოში არ წარმოდგენია. შესაბამისად, დაირღვა თუ არა ინფორმაციის მიწოდების, კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული ვალდებულება, სააგენტო შეაფასებს მხოლოდ განმცხადებლის მიერ წარმოდგენილ მტკიცებულებებზე დაყრდნობით. მ აღსანიშნავია, რომ ვებგვერდი საქმის შესწავლის დაწყების მომენტისთვის არ ფუნქციონირებდა.

მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი მტკიცებულებების შეფასების პროცესში გაირკვა, რომ მოვაჭრე მომხმარებელს არ აწვდის მინიმალურ ინფორმაციას კი, რაც მას ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობას უზრუნველყოფს.

მოვაჭრე მომხმარებელს არ აწვდის კანონის მე-5 და მე-10 მუხლებით სავალდებულოდ მისაწოდებელ სხვა ინფორმაციას კერძოდ:

- 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;
- კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ;
- ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა;

ზემოაღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, მოვაჭრის მხრიდან ადგილი აქვს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტითა და მე-10 მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნების დარღვევას.

3.4. უსამართლო კომერციული საქმიანობა

ევროკავშირის დირექტივა 2005/29/EC „უსამართლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ (შემდგომში - 2005/29/EC დირექტივა) არის ყოვლისმომცველი ჩარჩო დოკუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს დაიცვას მომხმარებელთა უფლებები და ხელი შეუწყოს ბაზარზე სამართლიან

კონკურენციას. დირექტივა ბიზნესს უკრძალავს აგრესიულ ან შეცდომაში შემყვან სავაჭრო პრაქტიკას, რამაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ინტერესებს ან შეაფერხოს მათი უნარი, მიიღონ ინფორმირებული გადაწყვეტილებები. 2005/29/EC 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, 2005/29/EC დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

როგორც ზემოთაც აღინიშნა რომ ევროკავშირში, უსამართლო კომერციული საქმიანობა რეგულირდება 2005/29/EC დირექტივით. წინამდებარე დირექტივის სახელმძღვანელოში აღნიშნულია, რომ დირექტივა შეიცავს ე.წ. „შავ სიას“, რა დროსაც კომერციული საქმიანობა თავისთავად მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა თუკი ის ექცევა, რომელიმე აღწერილი ქმედების ფარგლებში. აღნიშნული მითითების მიხედვით, შესაბამის უწყებას აღარ უწევს დამატებით შეაფასოს რა გავლენა ექნება კონკრეტულ კომერციულ საქმიანობას მომხმარებელთა ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევაზე. ზემოხსენებული განმარტებიდან გამომდინარე, მსგავსად დირექტივისა, ქართული კანონიც ითვალისწინებს მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ზოგად და კონკრეტულ შემადგენლობებს. იმის გათვალისწინებით, რომ 25-ე მუხლის პირველი, მე-4 და მე-5 პუნქტები ადგენენ მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობის ე.წ. „შავ სიას“, სააგენტო ვალდებულია ყოველ შემთხვევაში ჯერ შეამოწმოს, საქმიანობა ხომ არ ექცევა, 25-ე მუხლის ზემოხსენებული პუნქტების ფარგლებში და მხოლოდ ამის შემდგომ გადავიდეს 25-ე მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტების შემოწმებაზე, რა დროსაც თავის მხრივ მოუწევს ქმედება შეაფასოს ე.წ. „ეკონომიკური ქცევის ტესტით“ აღნიშნული ტესტის გამოყენებით სააგენტო შეძლებს შეაფასოს მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით არსებითად უარყოფითად.

საგულისხმოა, უსამართლო კომერციული საქმიანობის დირექტივის სახელმძღვანელოს განმარტება თუ რას ემსახურება „შავი სიის“ არსებობა. სახელმძღვანელოს თანახმად სია ემსახურება სამართლებრივი სიცხადის არსებობას. სია შექმნილია, რათა სამომხმარებლო კანონმდებლობის აღმასრულებლებს, მომხმარებლებსა თუ მოვაჭრეებს საშუალება მიეცეთ მყისიერად დაადგინონ ამა თუ იმ ქმედების უსამართლობა და შედეგად მოხდეს მყისიერი რეაგირება აღნიშნულ ქმედებასთან დაკავშირებით. განმარტების მიხედვით, თუკი დასტურდება, რომ მოვაჭრის მხრიდან განხორციელდა „შავი სიით“ გათვალისწინებული

ქმედება, აღმასრულებელ უწყებას შეუძლია ქმედების ჩამდენს დააკისროს სანქცია ქმედების ინდივიდუალურად (case-by-case) შეფასების გარეშე.¹⁶

კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტის მიხედვით, ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია შემდეგი მოქმედებით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა: „კონკურსის გამოცხადება ან ჯილდოს საჯაროდ დაპირება შემდგომ ჯილდოს ან მისი გონივრული ეკვივალენტის გადაცემის გარეშე“.

აღნიშნულ საქმეში ფაქტობრივი გარემოებების შეჯერების შედეგად დგინდება, რომ მომხმარებელს არ მიუღია დაპირებული საჩუქარი. მომხმარებელი გაეცნო მოვაჭრის ვებსაიტზე საჩუქრის საჯარო დაპირებას, რის შემდეგაც განახორციელა პირობების შესაბამისი მოქმედებები, კერძოდ მიიღო მონაწილეობა ვებგვერდზე განთავსებულ აუქციონში და განახორციელა ბიდები. ამის მიუხედავად მომხმარებელს არც საჩუქარი მიუღია და არც შესაბამისი უკუკავშირი.

მოვაჭრის მიერ სააგენტოში წარმოების არცერთ ეტაპზე არ ყოფილა საპასუხო პოზიცია წარდგენილი განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით, რის შესაბამისადაც, სააგენტო მსჯელობს განცხადებაში წარმოდგენილი გარემოებებისა და სააგენტოს მიერ მოძიებული ინფორმაციის ურთიერთანაღიზის საფუძველზე.

გამომდინარე აქედან სააგენტო ასკვნის, რომ საჩუქრის დაპირება ილუზორულია და ემსახურება ერთადერთ მიზანს, შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა. აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრის დუმილი წარმოების პროცესში ამტკიცებს ზემოაღნიშნულ პრეზუმფციას.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს გადაწყვეტილებაში C-428/11 განმარტებულია, რომ მომხმარებლისთვის იმის შეტყობინება, რომ მან შესაძლოა მიიღოს პრიზი/საჩუქარი ახდენს იმგვარ ფსიქოლოგიურ გავლენას მომხმარებლის ნებაზე, რომ მან შესაძლოა მიიღოს ისეთი გადაწყვეტილება ტრანზაქციის შესახებ, რასაც არ მიიღებდა ამგვარი დაპირების გარეშე.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო „ეკონომიკურ ქცევას“ განმარტავს ფართოდ და ქცევად აიდენტიფიცირებს არამხოლოდ უშუალოდ საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ მომხმარებლის ყოველ გადაწყვეტილებას, რომელიც უკავშირდება საქონლის შეძენას. ამდენად, აღნიშნული დეფინიციის ქვეშ ექცევა ისეთი ქმედებებიც როგორცაა, სავაჭრო პლატფორმაზე სტუმრობა. ეკონომიკური ქცევის ტესტი წარმოადგენს ქვაკუთხედსა და პრე-რეკვიზიტს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი შემადგენლობის შეფასებისას.¹⁷

¹⁶ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)) გვ. 61.

¹⁷ 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

რაც თავის თავში მოიაზრებს, იმას, რომ საქმიანობა იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა. აღნიშნული ტესტის საფუძველზე ფასდება მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან არსებითად, **უარყოფით კონტექსტში**.

განმარტების თანახმად, „ეკონომიკური ქცევის“ ცნება თავის თავში მოიცავს, როგორც შეძენამდე, ისე შეძენის შემდგომ ქცევებს/გადაწყვეტილებებს, რომელიც უკავშირდება საქონლის/მომსახურების შეძენის გადაწყვეტილებას.¹⁸

დირექტივის მიზნებისათვის, მომხმარებლის მიერ მიღებული ნებისმიერი გადაწყვეტილება, მიუხედავად იმისა, გადაწყვეტილება მსყიდველობითი ხასიათის არის თუ არა ექცევა „ეკონომიკური ქცევის“ დეფინიციის ქვეშ.¹⁹

გამომდინარე აქედან, მკაფიო ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება უკავშირდება მომხმარებლის „ეკონომიკურ ქცევის“ განხორციელებამდე დროის მონაკვეთს და არა უშუალოდ შესყიდვის შესახებ მიღებული გადაწყვეტილამდე პერიოდს.

ამ კონკრეტულ შემთხვევაში მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევად შეიძლება განხილული იქნეს პლატფორმაზე სტუმრობა და აუქციონში მონაწილეობის მიღება. ფაქტობრივი გარემოებების ერთობლიობა ადასტურებს, რომ მოვაჭრის ქმედება არ წარმოადგენდა მხოლოდ ტექნიკურ ხარვეზს ან კომუნიკაციის შეფერხებას, არამედ იყო მიზანმიმართული სტრატეგია მომხმარებელთა ეკონომიკური ქცევის მანიპულირებისთვის.

ვინაიდან მოცემული ქმედება პირდაპირ ექცევა კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტით განსაზღვრულ შემადგენლობაში, სააგენტოს არ მოეთხოვება იმის დამატებითი მტკიცება, გამოიწვია თუ არა ამან საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის არსებითი ცვლილება. „შავ სიაში“ მითითებული პრაქტიკები უსამართლოდ მიიჩნევა ნებისმიერ შემთხვევაში. შესაბამისად, ის ფაქტი, რომ მოვაჭრემ საჯაროდ დაპირებული ჯილდო არ გასცა პირობების შესრულების მიუხედავად, თავისთავად საკმარისი საფუძველია საქმიანობის კანონსაწინააღმდეგოდ მიჩნევისათვის.

მოვაჭრე ვალდებულია, სრულად აღადგინოს იმ მომხმარებელთა სავარაუდოდ დარღვეული უფლებები, რომელთაც მისი საქმიანობის შედეგად შესაძლოა ზიანი მიაღგათ. კერძოდ, მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია, მომხმარებელს გადასცეს დაპირებული საჩუქარი ან მისი გონივრული ეკვივალენტი.

¹⁸ იქვე. გვ. 31.

¹⁹ Case C-281/12, Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. Coop. Arl v Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 19 December 2013, para. 35, 36 and 38.

ამდენად, ფაქტობრივი გარემოებების შეჯერების შედეგად, სააგენტოს შეფასებით, ადგილი აქვს მოვაჭრე, შპს „ომნიტექ სოლუშენსის“ (ს/ნ 405768691) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტის დარღვევას.

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 მოვაჭრე შპს „ომნიტექ სოლუშენსის“ (ს/ნ 405768691) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-10 მუხლის პირველი პუნქტისა და 25-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ო“ ქვეპუნქტის დარღვევის ფაქტი.