



N 04/261
24.03.2025

ბრძანება

261-01-4-202503241542



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს
თავმჯდომარის 2024 წლის 12 ნოემბრის №04/1081 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 ა:

1. დამტკიცდეს სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 12 ნოემბრის №04/1081 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევის ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, მოვაჭრე - შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და აღმოფხვრას კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით დადგენილი უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.
4. შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე სსიპ საქართველოს

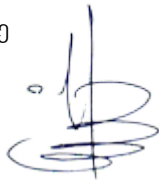


კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 სამუშაო დღის ვადაში.

5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოთ მხარეებს და გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.
6. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.
7. სააგენტოს გადაწყვეტილება მისი კანონმდებლობით განსაზღვრული წესით გაცნობიდან 30 კალენდარული დღის ვადაში შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მის: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64). დარღვევის დადგენის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრება სააგენტოს არ ართმევს უფლებას, განახორციელოს კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

ირაკლი ლექვინაძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა
და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს

გადაწყვეტილება

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის
2024 წლის 12 ნოემბრის N04/1081 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის
შესწავლის თაობაზე

ქ. თბილისი

2025

სარჩევი

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი	3
1.1 განმცხადებლის პოზიცია	3
1.2 მოვაჭრის პოზიცია.....	3
თავი 2. ნორმატიული რეგულირება	4
თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი.....	11
თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი.....	13
4.1. „ვოლტის“ სავაჭრო პლატფორმის განხილვა	13
4.2 უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა.....	14
4.3 შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა	16
თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი	28

თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) წარდგენილი იქნა მოქალაქე, (შემდგომში - მომხმარებელი/განმცხადებელი) 2024 წლის 10 სექტემბრის №01/4609 განცხადება მოვაჭრე - შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) (შემდგომში - მოვაჭრე/ვოლტი) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

„მოქალაქე განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 12 ნოემბრის N04/1081 ბრძანებით სააგენტომ დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

1.1 განმცხადებლის პოზიცია

განცხადების მიხედვით, ე არის შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/ნ: 405260042) ერთ-ერთი სერვისის Wolt + - ის (შემდგომში - პრემიუმ პაკეტი) მომხმარებელი, რომელიც მოიცავს ფიქსირებული თანხის გადახდის შემდგომ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში უფასო საკურიერო სერვისს. მომხმარებლის მითითებით, გამოჩნდა ახალი ტიპის საფასური (ე.წ. Service fee), რომელიც, ასევე გადაიხდებოდა Wolt+ -ის სერვისის მომხმარებლების მიერაც. მომხმარებლის მითითებით, ამ მოცემულობის გათვალისწინებით Wolt + - ის სააქციო ანონსები უფასო მიტანის სერვისთან დაკავშირებით არის შეცდომაში შემყვანი, ვინაიდან მომხმარებელს რჩება ის შთაბეჭდილება, რომ შეკვეთის მიტანის მომსახურებას სრულად უფასოდ მიიღებს.

1.2 მოვაჭრის პოზიცია

სააგენტოს 2024 წლის 14 ნოემბრის N02/4446 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა, „მოქალაქე განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე“ სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 12 ნოემბრის №04/1081 ბრძანების თანახმად დაწყებული საქმის შესწავლის შესახებ მოვაჭრის - შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/ნ: 405260042) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

აღნიშნული წერილის საპასუხოდ მოვაჭრემ წარმოადგინა 2024 წლის 10 დეკემბრის წერილი N02/6336, სადაც უარყოფს მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანის ფაქტს შემდეგი არგუმენტაციით:

მოვაჭრე განმარტავს, რომ აღნიშნული „პრემიუმ პაკეტის“ შეძენისას მომხმარებელი თავისუფლდება მიტანის საფასურისგან, თუმცა აღნიშნული არ მოიაზრებს სხვა საფასურისგან განთავისუფლებასაც.

მოვაჭრის განმარტებით, SERVICE FEE - (მომსახურების საფასური) ეს არის გადასახადი, რომელიც ხმარდება ვოლტის მომსახურების გაუმჯობესებას, კერძოდ აპლიკაციის და ვებ-ინტერფეისის განახლებას და თანამედროვე მოთხოვნებთან მათი შესაბამისობის უზრუნველყოფას. აღნიშნული განმარტებით, მოვაჭრე მომსახურების საფასურს მიჯნავს მიტანის საფასურისგან.

მოვაჭრე ასევე უთითებს, რომ მისი მხრიდან უზრუნველყოფილია აღნიშნულის შესახებ მომხმარებლის ინფორმირება. გარდა ამისა, მოვაჭრე აღნიშნავს, რომ კონკრეტულ შეკვეთასთან დაკავშირებული გადახდის განხორციელებისას მომხმარებელს ეწოდება სრული ინფორმაცია გადასახდელი თანხის ოდენობისა და კალკულაციის შესახებ, რაც მოიცავს მიტანის საფასურს (0 ლარი) + სერვისის საფასური (პირობითად: 1.50 ლარი).

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. კანონის ნორმები უზრუნველყოფს მომხმარებელთა უფლებებს პროდუქტის თაობაზე მაქსიმალურად ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა ჰქონდეს.

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 მომხმარებლებისთვის 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.

კერძოდ, 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 შეუძლება 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 სცოდნოდა;

კ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ.

კანონის მე-10 მუხლი განსაზღვრავს დისტანციური ვაჭრობისას მომხმარებლისთვის დამატებით მისაწოდებელ ინფორმაციას. კერძოდ, 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) ქვეყნის 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 მე-13 მუხლით გათვალისწინებულია მომხმარებლის უფლება ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე თქვას უარი დისტანციურ ხელშეკრულებაზე ან/და სარეწის გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე 14 კალენდარული დღის განმავლობაში, თუ რათქმუნდა სახეზე არ გვაქვს ამ კანონის მე-14 მუხლით დადგენილი გამონაკლისები.

მომხმარებელი ვალდებულია მოვაჭრეს 14 კალენდარული დღის ვადაში გაუგზავნოს შევსებული დაბრუნების ფორმა ან სხვა ცალსახა მტკიცებულება, რომელიც ასახავს მომხმარებლის გადაწყვეტილებას საქონლის დაბრუნების შესახებ. თუ აღნიშნულ ვადაში მომხმარებელი არ შეავსებს დაბრუნების ფორმას ან სხვა ცალსახა მტკიცებულებას არ წარუდგენს მოვაჭრეს მომხმარებელი კარგავს ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე ნივთის დაბრუნების უფლებას.

კანონის მე-15 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგად ქარწყლდება მხარეების მიერ დისტანციური ხელშეკრულებით ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებები, ხოლო ის, რაც მხარეებმა მისი შესრულებით მიიღეს, მათ უბრუნდებათ.

კანონის მე-15 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია:

ა) 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. მოვაჭრე ვალდებული არ არის, მომხმარებელს დაუბრუნოს იმ დამატებითი ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა, რომელიც დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ არასტანდარტული ან მოვაჭრის მიერ შეთავაზებული მიწოდების მომსახურებაზე უფრო ძვირი მიწოდების მომსახურების არჩევასთან;

ბ) თანხა აანაზღაუროს გადახდის იმავე საშუალებებით, რომლებიც მომხმარებელმა გამოიყენა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებელი გადახდის სხვა საშუალების გამოყენებაზე თანხმობას განაცხადებს და მას დამატებითი ხარჯი არ წარმოეშობა.

კანონის მე-16 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი. საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონლად მიიჩნევა, თუ იგი შეესაბამება მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებულ აღწერას და მას აქვს იგივე თვისებები, რომლებიც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის წარდგენილ საქონლის ნიმუშს ჰქონდა.

კანონის მე-17 მუხლის თანახმად, თუ საქონელი ნაკლის მქონე აღმოჩნდა, მომხმარებელს უფლება აქვს, მოვაჭრეს მოსთხოვოს ნაკლის აღმოფხვრა (საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, ფასის შემცირება) ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან.

კანონის მე-19 მუხლის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მკაფიოდ ჩამოაყალიბოს საგარანტიო პირობები, მათ შორის, კომერციული გარანტიის (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)

ხანგრძლივობა და მოქმედების ტერიტორია და მისი გასაჩივრებისთვის საჭირო ინფორმაცია, კერძოდ, მოთხოვნის ხანდაზმულობის ვადა, მოვაჭრის სახელი, მისამართი.

მოვაჭრე იღებს ვალდებულებას, რომ მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, კომერციული გარანტია მას წერილობით ან მისთვის მისაღები სხვა ფორმით მიაწოდოს.

კანონის მე-20 მუხლის თანახმად, 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. მომხმარებელს უფლება აქვს, ისარგებლოს ამ კანონის მე-17–მე-19 მუხლებით გათვალისწინებული უფლებებით, თუ საქონლის ნაკლი საქონლის მისთვის გადაცემიდან 2 წლის განმავლობაში აღმოჩნდა.

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 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, 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;

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 მოვაჭრებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული წევრ სახელმწიფოთა კანონმდებლობების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გარკვეული ასპექტების დაახლოების გზით.

2011/83/EC დირექტივის მე-3 თავის მე-5 და მე-6 მუხლები შეიცავს ინფორმაციის იმ ჩამონათვალს, რომლის მიწოდებაც ევალება მოვაჭრეს მომხმარებლისთვის ხელშეკრულების დადებამდე. მე-5 მუხლით ძირითადად იმ ინფორმაციის ჩამონათვალია შემოთავაზებული, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. ხოლო, მე-6 მუხლი კონკრეტულად დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების დადებისას მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი ინფორმაციის სრულ ჩამონათვალს მოიცავს. მართალია მე-6 მუხლი უფრო დეტალურად ასახავს, თუ რა სახის ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს მომხმარებელს, მაგრამ ის მაინც ეფუძნება ძირითადად მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნებს.

2011/83/EC 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 ღირეპტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის 2019/771 (შემდგომში - 2019/771 ღირეპტივა) ღირეპტივის მიზანია შიდა ბაზრის ნორმალური ფუნქციონირებს ხელშეწყობა და ამავდროულად, 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.

ამავე ღირეპტივის მე-5 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს მაიწოდოს საქონელი ღირეპტივის მე-6, მე-7 და მე-8 მუხლების შესაბამისად, ისე რომ არ დაირღვეს ღირეპტივის მე-9 მუხლი.

ამავე ღირეპტივის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის მიხედვით, იმისთვის, რომ საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ხარისხის შესაბამისად ჩაითვალოს, ის უნდა იყოს ისეთივე გამოყენების, როგორიც მისი მსგავსი საქონელი. აღნიშნულის დასადაგნად, არსებობის შემთხვევაში, ყურადღება უნდა მიექცეს, ტექნიკურ სტანდარტებს ან შესაბამისი სექტორის მარეგულირებელ კანონმდებლობას.

2019/771 ღირეპტივის მე-13 მუხლის მიხედვით, ხელშეკრულების ნაკლოვანი შესრულების შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს მოითხოვოს ჯეროვანი შესრულება - ნაკლის გამოსწორება (შეცვლა/შეკეთება) ან საქონლის ფასის პროპორციული შემცირება ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან. აღნიშნული მუხლის მე-2 პუნქტის საფუძველზე, ჯეროვანი შესრულების მიზნით, მომხმარებელს შეუძლია თავად გააკეთოს არჩევანი შეკეთებასა და შეცვლას შორის, გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა მომხმარებლის მიერ გაკეთებული არჩევანი საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე შეუძლებელია ან მოვაჭრეს აკისრებს არათანაბარზომიერად დიდ ხარჯებს.

ამავე ღირეპტივის მე-14 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის თანახმად, შეცვლა ან შეკეთება უნდა განხორციელდეს უფასოდ.

ამავე ღირეპტივის მე-2 მუხლის მე-14 პუნქტის თანახმად, უფასო ნიშნავს საჭირო გადასახადებისგან გათავისუფლებას, რომლებიც წარმოიშობა საქონლის ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ხარისთან შესაბამისობაში მოსაყვანად, კერძოდ საფოსტო გაგზავნის, ტრანსპორტის, შესასრულებელი სამუშაოსა და მასალის ხარჯები.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC ღირეპტივა არეგულირებს, ბიზნესსამომხმარებლო ურთიერთობისას, უსამართლო კომერციული საქმიანობის საკითხს.

აღნიშნული ღირეპტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კომერციული საქმიანობა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა, თუკი ის შეიცავს მცდარ ინფორმაციას და არის არასწორი, ნებისმიერ შემთხვევაში, მათ შორის თუ საქონლის/მომსახურების მთლიანი აღწერა არის შეცდომაში შემყვანი ან არსებობს მაღალი ალბათობა იმისა, რომ საშუალო მომხმარებელს

შეიყვანს შეცდომაში, მიუხედავად იმისა, რომ ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, ამ მუხლის ერთ ან რამდენიმე ელემენტთან მიმართებით და იწვევს ან მაღლი ალბათობით გამოიწვევს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.

თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი

კანონი განსაზღვრავს საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველებს. 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 აღგება ან შესაძლოა მიაღგეს.

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.

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

აღნიშნულის გათვალისწინებით სააგენტო განმარტავს, რომ კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტში მითითებული ჯგუფური ინტერესი გულისხმობს არა ცალკეული მომხმარებლის ინდივიდუალური ინტერესს, არამედ მომხმარებელთა გარკვეული წრის ერთობლივ ინტერესს. კოლექტიური/ჯგუფური ინტერესის კონცეფცია განსხვავდება ინდივიდუალური ინტერესების ჯამისაგან და მეტწილად ფოკუსირებულია მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების სამომავლო ხელყოფის პრევენციაზე და არა რამოდენიმე მომხმარებლის ხელყოფილი ინდივიდუალური უფლებების აღდგენაზე. ამასთან, აღნიშნული არ ზღუდავს კონკრეტულ მომხმარებელს გამოიყენოს კანონით მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილება და მისი, როგორც მომხმარებლის უფლებების დარღვევის შემთხვევაში, მიმართოს სააგენტოს.

განსახილველ საქმეში, მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი განცხადებიდან გამოიკვეთა, რომ შესაძლოა მოვაჭრე ახორციელებდეს უსამართლო კომერციულ საქმიანობას, რამაც შესაძლოა სავარაუდო ზიანი მიაყენოს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, მოვაჭრისგან მიიღოს მომსახურება. შესაბამისად, სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 12 ნოემბრის N04/1081 ბრძანებით დაიწყო საქმის შესწავლა მპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) მიერ კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების 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, კონფიდენციალურ ინფორმაციას), რომელიც სააგენტოს შესაბამისი უფლებამოსილების განსახორციელებლად სჭირდება.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-6 მუხლის თანახმად, სააგენტო საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ იწყებს საქმის შესწავლას და იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას 1 თვის ვადაში. საქმის შესწავლა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია გაგრძელდეს არაუმეტეს 3 თვისა.

თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი

სააგენტომ საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით. ასევე, მოვაჭრის ოფიციალური მობილურ აპლიკაციისა და ვებ-გვერდის საშუალებით მოპოვებული ინფორმაციით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა კანონის დარღვევები უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნაწილში. სააგენტო, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დაეყრდნო საქართველოსა და ევროკავშირის კანონმდებლობას და უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით. საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაციაა, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და რელევანტურობას.

4.1. „ვოლტის“ სავაჭრო პლატფორმის განხილვა

აღსანიშნავია, რომ 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. ქართული კანონმდებლობის მსგავსად, ანალოგიურადაა განმარტებული მოვაჭრის ცნება ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83 დირექტივაში, კერძოდ, აღნიშნული დირექტივის მე-2 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, „მოვაჭრე“ ნიშნავს ნებისმიერ ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს, განურჩევლად იმისა, კერძო თუ საჯარო სამართლის იურიდიული პირია, რომელიც მოქმედებს კომერციული საქმიანობის ფარგლებში, მათ შორის, ნებისმიერი სხვა პირი, რომელიც მოქმედებს მისი სახელით ან მისი დავალებით.

Wolt-ი წარმოადგენს შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ მიერ კომერციული საქმიანობისთვის გამოყენებული ტექნოლოგიურ პლატფორმას, რომელიც მობილური აპლიკაციისა და ვებ-გვერდის საშუალებით უზრუნველყოფს პარტნიორი ობიექტებიდან სხვადასხვა პროდუქტის მიწოდებას მომხმარებლის მხრიდან შესაბამისი სასყიდლის გადახდის საფუძველზე.

მომსახურების ხელშეკრულების განმარტება შემოთავაზებულია ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის N2011/83/EC დირექტივაში (შემდგომში - 2011/83/EC დირექტივა). აღსანიშნავია, რომ 2011/83/EC დირექტივა ერთმანეთისგან განასხვავებს ხელშეკრულებებს მისი საგნის მიხედვით, კერძოდ, ნასყიდობის ხელშეკრულებას და მომსახურების ხელშეკრულებას, ეს უკანასკნელი, ასევე, გულისხმობს ხელშეკრულებებს ციფრულ მომსახურებებთან დაკავშირებით. 2011/83/EC დირექტივის მეორე მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების თანახმად „ნასყიდობის ხელშეკრულება“ გულისხმობს ნებისმიერ ხელშეკრულებას, რომლის შესაბამისად მოვაჭრე მომხმარებელს გადასცემს ან იღებს ვალდებულებას გადასცეს საკუთრება საქონელზე და

მომხმარებელი იხდის მის საფასურს ან იღებს ვალდებულებას გადაიხადოს მისი საფასური, მათ შორის ნებისმიერი ხელშეკრულება, რომლის ობიექტებს წარმოადგენს როგორც საქონელი, ასევე მომსახურება. თავის მხრივ „მომსახურების ხელშეკრულება“ გულისხმობს ნებისმიერ ხელშეკრულებას, გარდა ნასყიდობის ხელშეკრულებისა, რომლის შესაბამისად მოვაჭრე მომხმარებლისთვის უზრუნველყოფს მომსახურებას ან იღებს ვალდებულებას უზრუნველყოს მომსახურება და მომხმარებელი იხდის მის საფასურს ან იღებს ვალდებულებას გადაიხადოს მისი საფასური.

მომსახურების დეფინიცია მოცემულია ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების (TFEU) 57-ე მუხლში. აღნიშნული მუხლის მიხედვით, მომსახურება მოიცავს სამრეწველო, კომერციული, შემოქმედებითი და პროფესიული ხასიათის საქმიანობას. აღნიშნული განმარტება აქტუალურია 2011/83/EC დირექტივასთან მიმართებაშიც.

ევროპის კომისია 2011/83/EC დირექტივის სახელმძღვანელო დოკუმენტში განმარტებულია, რომ თუ შერეული ტიპის ხელშეკრულების ძირითადი მიზანი არ არის ნივთზე საკუთრების უფლების გადაცემა, ასეთი ტიპის ხელშეკრულება განიხილება, როგორც მომსახურების ხელშეკრულება. აღნიშნულ მსჯელობა თანხვედრაშია CJEU-ს საუკეთესო პრეცედენტულ სამართალთან.

ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, „ვოლტ ჯორჯია“ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონის მიზნებისათვის წარმოადგენს მოვაჭრეს, უფრო კონკრეტულად კი, კანონის მე-18 მუხლის შესაბამისად, მომსახურების ხელშეკრულების მხარეს, კერძოდ, მომსახურების მიმწოდებელს. აღნიშნული სამომხმარებლო ურთიერთობის ფარგლებში კი მომსახურების ხელშეკრულების ძირითად საგანს წარმოადგენს „ვოლტის“ პლატფორმაზე რეგისტრირებული მომხმარებლებისთვის საკურიერო (ე.წ. მიტანის) სერვისის უზრუნველყოფა კომპანიის პარტნიორი ობიექტებიდან.

4.2 უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა

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. დირექტივის ერთ-ერთი მთავარი მოთხოვნაა, რომ ბიზნესმა მომხმარებლებს მიაწოდოს მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია. ამგვარ ინფორმაციას მიეკუთვნება, მაგალითად, ინფორმაცია პროდუქტის ხელმისაწვდომობის, ბუნების, ფასის, ფასის გაანგარიშების, მახასიათებლების, იდენტიფიკაციის შესახებ და სხვა. უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად ასევე ჩაითვლება უმოქმედობა, ფაქტების დაფარვა, რაც მნიშვნელოვანია გადაწყვეტილების მისაღებად.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ჭეშმარიტ და სრულყოფილ ინფორმაციასთან წვდომა, 2005/29/EC დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს არ უწევს დაადგინოს მოვაჭრის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა იყო განზრახი თუ გაუფრთხილებელი. დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების მიხედვით, აღნიშნულს მარტოოდენ სანქციის დაკისრების ეტაპზე აქვს მნიშვნელობა.² მსგავსი განმარტება გააკეთა ევროკავშირის მართლმასჯულების სასამართლომ 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილებაშიც.³

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია. წინამდებარე მუხლის მე-2 პუნქტი ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგად წინამდებარეობას, რომლის პირველი ბაზისია კეთილსინდისიერების მოთხოვნების დარღვევა მოვაჭრის მიერ, ხოლო მეორე ბაზისს წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის ცვლილება უარყოფით კონტექსტში.

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

ამავე მუხლის, მე-4 პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა. უფრო ჩაშლილად, უსამართლო კომერციული პრაქტიკა მოიცავს 3 კატეგორიას: პირველი - **მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას;** მეორე - **უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას;** მესამე - **აგრესიულ კომერციულ საქმიანობას.**

ზემოაღნიშნული ევროკავშირის დირექტივით განსაზღვრულია ე.წ. „შავი სია“, რომელიც ადგენს კონკრეტულ შემადგენლობებს, რა შემთვევაშიც კომერციული საქმიანობა თავისთავად უსამართლოდ მიიჩნევა და შესაბამისი უწყების მიერ აღარ არსებობს ქმედების შედეგების შეფასების საჭიროება, მომხმარებელთა ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევაზე.

ქართული კანონმდებლობის მიხედვით, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტი ასევე ადგენს მსგავსი ტიპის „შავ სიას“ ქმედებათა კონკრეტული შემადგენლობის მითითებით, რომლის შესაბამისადაც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია ამ პუნქტით გათვალისწინებული ქმედებები.

² Patti, Francesco Paolo. (2016). 'fraud' and 'misleading commercial practices': modernising the law of defects in consent. European Review of Contract Law, 12(4), 307-334. გვ. 328.

³ საქმე: C-388/13 (ECJ, 14.05.2013)

მოვაჭრის ქმედებების ანალიზის საფუძველზე არ გამოიკვეთა **განცხადების ფარგლებში დაფიქსირებული** მოვაჭრის ქმედებების შესაბამისობა 25-ე მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ რომელიმე დანაწესთან, გამომდინარე აქედან **სააგენტომ უნდა შეაფასოს მოვაჭრის ქმედებების ზეგავლენის ინტენსივობა მომხმარებლის ქცევაზე და ამ გავლენის კონტექსტი ე.წ. „ეკონომიკური ქცევის ტესტის“ გამოყენებით**. აღნიშნული ტესტით სააგენტო შეძლებს შეაფასოს მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით არსებითად უარყოფითად.

საქმეში წარმოდგენილ მტკიცებულებათა შეჯერებით, სააგენტო მიიჩნევს, რომ კონკრეტულ შემთხვევაში მაკვალიფიცირებელ ნორმას წარმოადგენს კანონის 25-ე მუხლის მეორე პუნქტი, რომლის შესაბამისადაც, 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.

4.3 შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა

მომხმარებლის ქცევაზე ზეგავლენის შეფასებამდე უნდა შეფასდეს მაკვალიფიცირებული მუხლის, კერძოდ, 25-ე მუხლის მეორე პუნქტი. აღნიშნული მუხლის შემადგენლობის პირველი ნაწილის დისპოზიციას წარმოადგენს ალტერნატიული პირობები. 1. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი 2. ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება.

მცდარი ინფორმაციის მიწოდება თავის თავში გულისხმობს არსებითად არასწორი, რეალობას აცდენილი ინფორმაციის მიწოდებას მომხმარებლისთვის.

ასე მაგალითად, ევროკავშირის პრაქტიკით, მცდარი ინფორმაციის მიწოდებად მიჩნეულ იქნა შემთხვევა, როდესაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია, კომპიუტერული პროდუქციის მეხსიერების მოცულობის შესახებ მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა რეალური მოცულობისგან.⁴

საქმეში წარმოდგენილი ფაქტობრივი გარემოებების გაანალიზების შედეგად სააგენტო მივიდა დასკვნამდე, რომ მაკვალიფიცირებული მუხლის დისპოზიციის პირველ ნაწილში წარმოდგენილი ალტერნატიული პირობებიდან სახეზეა მეორე, კერძოდ, ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება ქვემოთ წარმოდგენილი არგუმენტაციით.

⁴ PS9678 - Samsung - Caratteristiche Tecniche Smartphone. Decision No. 25138, 19 December 2014

მოვაჭრე თავის სავაჭრო პლატფორმაზე არეკლამებს პრემიუმ სერვისს (WOLT +), რომლის კონცეფციასაც წარმოადგენს ერთჯერადი წლიური/თვიური ფიქსირებული გადახდის საფუძველზე მთელი პერიოდის მანძილზე მიტანის სერვისით უფასოდ სარგებლობა. პრემიუმ პაკეტით ასევე გათვალისწინებულია სხვა ბენეფიტებიც, თუმცა სარეკლამო კამპანია აქცენტირებულია ზემოაღნიშნულზე. 0 ლარი მიტანის საფასური, 6 კმ-მდე, მხოლოდ 69.90 ლ. წლიურად. (იხ. N1 ეკრანის ანაბეჭდი).

სააგენტო უდავო ფაქტობრივ გარემოებებად განსაზღვრავს განცხადებაში წარდგენილ ფაქტებს, რომელსაც მოვაჭრე დაეთანხმა ან კვალიფიციური შედავება არ განუხორციელებია.



უდავო ფაქტობრივ გარემოებას წარმოადგენს, რომ ვოლტის პლატფორმის საშუალებით შეკვეთის განხორციელებისას მომხმარებელი იხდის როგორც მიტანის საფასურს, ასევე გარკვეული ტიპის თანხას, რომელიც კლასიფიცირებულია როგორც Service fee (შემდგომში - მომსახურების საფასური).

ასევე უდავოა გარემოება, რომ მომხმარებელს პრემიუმ პაკეტით სარგებლობის ფარგლებში განხორციელებული შეკვეთის დროსაც უწევს აღნიშნული „მომსახურების საფასურის“ გადახდა.

მოვაჭრემ 2024 წლის 10 დეკემბრის N01/6336 წერილით დაადასტურა „მომსახურების საფასურის“ არსებობის ფაქტი, მათ შორის, პრემიუმ პაკეტის სარგებლობის ფარგლებშიც და განმარტა „მომსახურების საფასურის“ არსიც, აღნიშნულის შესაბამისად, ეს არის გადასახადი, რომელიც ხმარდება ვოლტის მომსახურების გაუმჯობესებას, კერძოდ, აპლიკაციისა და ვებ-ინტერფეისის განახლებას და თანამედროვე მოთხოვნებთან მათი შესაბამისობის უზრუნველყოფას. აღნიშნული განმარტებით, მოვაჭრე „მომსახურების საფასურს“ მიჯნავს მიტანის საფასურისგან. მოვაჭრე ასევე აპელირებს იმაზე, რომ არცერთი რეკლამა პრემიუმ პაკეტთან დაკავშირებით არ უთითებს „მომსახურების საფასურისგან“ გათავისუფლების თაობაზე და რეკლამაში დაანონსებული ყველა განცხადება ეხება მხოლოდ და მხოლოდ

მიტანის საფასურს, რაც პრემიუმ სერვისის გააქტიურების შემდგომ შეადგენს 0 ლარს გარკვეული შეზღუდვებით (მაგ: 6 კმ-მდე მიწოდების ფარგლებში).

შეჯამებისთვის, შპს „ვოლტ ჯორჯია“ თავის მიერ მომსახურებაში აღებულ საფასურს ყოფს ორ კომპონენტად 1. საკურიერო სერვისის საფასური, რაც მოიცავს შეკვეთის მომხმარებელამდე მიტანის უზრუნველყოფას. 2. „მომსახურების საფასური“ (Service Fee) - რაც მოვაჭრის განმარტებით წარმოადგენს პლატფორმის გაუმჯობესებისთვის აღებულ თანხას.

ზემოაღნიშნული პრემიუმ პაკეტის სარეკლამო კამპანიები, რომლის შესაბამისადაც მიტანის საფასური შეადგენს 0 ლარს არსებითად სწორია, რადგან ამ პაკეტის ფარგლებში მოვაჭრე ნამდვილად ანულებს მიტანის სერვისში მომხმარებლის მიერ გადასახდელ თანხას, თუმცა აღნიშნული არ ეხება „მომსახურების საფასურს“, რომელიც ერთი შეხედვით, ჯამური ფასის ცალკეულ და დამოუკიდებელ კომპონენტს წარმოადგენს.

საქმის მასალების მოკვლევის ანალიზის შედეგად, მოვაჭრის მიერ არ გამოიკვეთა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი, თუმცა სახეზეა მაკვალთმისებრი ნორმის დისპოზიციის პირველი ელემენტის ალტერნატიული კომპონენტი, კერძოდ, ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება.

აღნიშნული ელემენტის შეფასება უნდა შეფასდეს დისპოზიციის მეორე ელემენტთან კორელაციაში, კერძოდ, მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ზეგავლენის გააზრებით. მოტყუვდებოდა თუ არა მომხმარებელი ინფორმაციის მიწოდების კონკრეტული ფორმით და ეს ფაქტი მოახდენდა თუ არა მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენას ფასდება **საერთო ნიშნულით, რასაც წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის აღქმა.**

2005/29/EC დირექტივა გვთავაზობს მომხმარებლის სამ განსხვავებულ ტიპს, რომლებიც ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან მოწყვლადობის ხარისხით. ამოსავალ ნიშნულად კი დირექტივა იღებს კონცეფციას: „საშუალო მომხმარებელი, რომელიც საკმარისად არის ინფორმირებული, საკმარისად დაკვირვებული და წინდახედული“.

ევროკავშირის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონმდებლობასა და ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში საშუალო მომხმარებლის ცნება გამოიყენება მომხმარებელთა ქცევის შეფასების კრიტერიუმად,⁵ რასაც ნაბიჯ-ნაბიჯ მიყვება ქართული კანონმდებლობა და პრაქტიკა. მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაციის ადეკვატურობა და აღქმადობა საშუალო მომხმარებლის მოლოდინით იზომება.⁶

ევროკავშირის რეგულაციების თანახმად, საშუალო მომხმარებელი შეფასებულია, როგორც გონივრულად კარგად ინფორმირებული, გონივრულად გათვითცნობიერებული და წინდახედული. მაგრამ საქართველოში „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის რეგულირების ზეგავლენის შეფასებისას ამოიკვეთა, რომ

⁵ EU Consumer Protection 2.0 Structural Asymmetries in Digital Consumer Markets. A Joint Report from Research Conducted under the EUCP2.0 project, Brussels, 2021, 5.

⁶ ლაკერბაია თ., ხელშეკრულების უარყოფის უფლება: ქართული და ევროპული სახელშეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი, თბილისი, 2016, 181.

არსებული რეალობის გათვალისწინებით, რთულია ევროკავშირის კონფეცფციით გააზრებული „საშუალო მომხმარებელი“ განისაზღვროს კანონის მოქმედების ნიშნულად.

სამომხმარებლო საქონლის ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევას მრავალი ფაქტორი განსაზღვრავს, რაც შეიძლება დავყოთ შემდეგ ოთხ ჯგუფად. 1. კულტურული ფაქტორები 2. ეკონომიკური ფაქტორები 3. სოციალური ფაქტორები 4. პიროვნული ფაქტორები. ამ ფაქტორების შესწავლის საფუძველზე აგებს გონიერი მეწარმე თავის მარკეტინგულ სტრატეგიებს. აღნიშნული ფაქტორები კი სხვადასხვა გარემოპირობებში სხვადასხვაგვარია. სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით საქართველოში მოწყვლადი მომხმარებლის რაოდენობა მეტია საშუალო მომხმარებლის რაოდენობაზე.⁷

მართალია საშუალო მომხმარებლის ტესტი არ არის სტატისტიკური ტესტი, თუმცა აღნიშნულიც ცხადყოფს, რომ საქართველოს მოქალაქეები უფრო მოწყვლადი არიან და შესაბამისად, საჭიროებენ მეტ დაცვას უსამართლო კომერციული პრაქტიკისაგან.

კერძოდ, იქედან გამომდინარე, რომ 2022 წლამდე საქართველოში არ არსებობდა მომხმარებლის უფლებების დაცვის სრულყოფილი კანონმდებლობა და მექანიზმები და შესაბამისად, სამომხმარებლო განათლების დონე დაბალია, მომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებულნი და უფრო მეტად მოწყვლადი არიან უსამართლო კომერციული პრაქტიკის მიმართ.

არსებობს მოსაზრება, რომ საშუალო მომხმარებლის ნიშნული გამოიყენება ინფორმაციის გამჭვირვალობის შესაფასებლად და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების წანამძღვარია, თუმცა ვერ უმკლავდება ინფორმაციული ასიმეტრიის გამოწვევებს, რადგანაც საშუალო მომხმარებელს ყოველთვის არ აქვს შესაძლებლობა ან სურვილი, რომ საფუძვლიანად შეაფასოს მისთვის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია.⁸

ამ კუთხით საინტერესო პრაქტიკა განავითარა ევროკავშირის სასამართლომ, რომელმაც შეცდომაში შემყვანად მიიჩნია ჩაის შეფუთვის დასურათება შემდეგი განმარტებით, „შეფუთვაზე განთავსებული ინგრედიენტების სრული სია, არ გამორიცხავს იმ დაშვებას, რომ მომხმარებელი მაინც შევიდეს შეცდომაში პროდუქტის სპეციფიკური ბრენდირებიდან გამომდინარე“.⁹

ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, საშუალო მომხმარებლის ტესტი გავლილი უნდა იქნეს ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკისა და ქართული რეალობის გათვალისწინებით შემუშავებული სტანდარტით.

ევროკავშირის კანონმდებლობა და პრაქტიკა შეცდომაში შემყვან ინფორმაციად კვალიფიცირებისთვის ერთ-ერთ კრიტერიუმად განსაზღვავს ინფორმაციის არსებითობას

⁷ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონპროექტი რეგულირების ზეგავლენის შეფასება. 2019 წ. იანვარი.

⁸ ჟურნალი „ორბელიანი“, N4, 2021 71 თამარ ლაკერბაია* მომხმარებლის ცნება ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში

⁹ C-195/14, judgement of 4 June 2015, [CJEU].

რამდენად არსებითია ინფორმაცია შეფასებულ უნდა იქნეს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში შესაბამისი უწყების მიერ.¹⁰

განცხადების მიხედვით, მომხმარებელმა, რომელიც სარგებლობდა პრემიუმ პაკეტით აპლიკაციაში განათავსა 31,45 ლარის ღირებულების შეკვეთა, რომელსაც დაემატა 5 ლარი საკურიერო სერვისის საფასური და 1.57 ლარი „მომსახურების საფასური“. პრემიუმ პაკეტის ფარგლებში განუღდა მხოლოდ საკურიერო სერვისის საფასური 5 ლარის ოდენობით.

ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2016 წლის 16 ოქტომბრის გადაწყვეტილების მიხედვით, „მოვაჭრის მიერ საფასურის რამდენიმე კომპონენტად დაყოფისას მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის შეფასებისას გასათვალისწინებელია ისიც თუ ნაკლებად თვალსაჩინო/გამოტოვებული კომპონენტი რამდენად არსებითია.“¹¹

განმცხადებლის მიერ წარმოდგენილი ქვითრის შესაბამისად „მომსახურების საფასური“ 1 ლარი და 57 თეთრი წარმოადგენს მიწოდებისთვის გადასახდელი ჯამური ღირებულების (1.57 ლარი + 5 ლარი საკურიერო სერვისი) დაახლოებით 24%-ს. სააგენტოს მიერ ჩატარებული მოკვლევის საფუძველზე კი, სერვისის საფასური არ წარმოადგენს ფიქსირებულ თანხას და იცვლება შეკვეთის ოდენობის და მიწოდების ადგილის პროპორციულად, აღსანიშნავია, რომ ამ



**არავითარი მიტანის
საფასური. გაუქმება
შეგიძლიათ ნებისმიერ
დროს.**

უფასოა 30 დღით შემდეგ 8,99 ლ / თვეში

- ✦ სპეციალური შეთავაზებები და პროდუქტები
- ✦ მიიღეთ 10% ფასდაკლება ყველა პიკაპის შეკვეთაზე
- ✦ ისარგებლეთ 0 ლ მიტანის საფასურით Wolt+ ობიექტებზე
- ✦ გაუქმეთ W+ ნებისმიერ დროს ჯარიმებისა და გადასახადების გარეშე

ნაკლები ჩვენება

პარამეტრებზე „მომსახურების საფასურის“ ზრდა საკურიერო სერვისის ფასთან მიმართებით უფრო მეტი პროგრესიით ხასიათდება, რაც საბოლოოდ განაპირობებს იმას, რომ რიგ შემთხვევებში სერვისის საფასური უტოლდება და აჭარბებს კიდევ საკურიერო სერვისის ფასს.

გამომდინარე აქედან, „მომსახურების საფასური“ წარმოადგენს საფასო კომპონენტს, რომელიც ჯამური ფასის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს.

კანონი 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის დისპოზიციაში არ უთითებს ინფორმაციის არსებითობაზე, თუმცა ამავე მუხლის მე-3 პუნქტი, პირდაპირ განსაზღვრავს ჩამონათვალს, თუ რას მოიცავს მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია.

მოცემულ შემთხვევაში, საქმე გვაქვს ზემოაღნიშნული პუნქტის ა) ქვეპუნქტითა და გ) ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან, რომელიც ეხება **მომსახურების არსსა** და **მომსახურების მიწოდების პირობებს**.

¹⁰ საქმე: C-453/10 (ECJ, 15.03.2012)

¹¹ საქმე C- 611/14 (ECJ, 21.10.2016)

პრემიუმ პაკეტის სარეკლამო კამპანია, ძირითადად აქცენტირებს უფასო მიტანის სერვისზე (იხ. ეკრანის ანაბეჭდი N2), კერძოდ, დიდი შრიფტით გამოყენებულია ფრაზა „**არავითარი მიტანის საფასური**“, რაც მომხმარებლის აღქმაში იწვევს იმგვარ ასოციაციას, რომ ის შეკვეთას მიიღებს პროდუქციის ღირებულებით და არ მოუწევს დამატებით არანაირი თანხის დამატება. აღნიშნული განაცხადი მომხმარებლის გონებაში აღქმულია როგორც **უფასო მიწოდება** და არა როგორც მიწოდება **ნაკლებ ფასად** ქვემოთ წარმოდგენილი არგუმენტაციებით.

ფიქსირებული თანხის წინასწარ გადახდის მოდელი, რომელიც უზრუნველყოფს მომდევნო პერიოდის განმავლობაში უფასო მიწოდებას, არსებითად განსხვავდება იმ მოდელისგან, სადაც წინასწარი გადახდა ფასდაკლების მიღებას გულისხმობს, რადგან ასეთ შემთხვევაში გადაწყვეტილების მიღება მოითხოვს განსხვავებულ ფინანსურ ანალიზს შეთავაზების მომგებიანობის შეფასებისას, როგორც საშუალო, ისე გონიერი მომხმარებლისთვის, ხოლო მიღებული ანალიზის შედეგი შეიძლება განსაზღვრავდეს მომხმარებლის ქცევასა და საბოლოო არჩევანს.

ევროკავშირის სასამართლოს ზემოაღნიშნულ 2016 წლის 26 ოქტომბრის გადაწყვეტილებაში ასევე განმარტებულია, რომ ფასის გარკვეული კომპონენტის გამოკვეთა და მისი განსაკუთრებული წარდგენა, მაშინ როცა სხვა მნიშვნელოვანი საფასო კომპონენტი ნაკლებად თვალსაჩინო და პრეზენტაბელურია, შესაძლოა მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა გამოიწვიოს და განაპირობოს მთლიანი შეთავაზების მცდარი აღქმა.¹²

ე.წ. „მომსახურების საფასურის“ გადახდით მომხმარებელი არ იღებს რაიმე კონკრეტული ტიპის მომსახურებას, რაც შინაარსობრივად და არსობრივად გამიჯნული იქნება მიტანის სერვისისგან. მომხმარებლის ერთადერთ მიზანს და ერთადერთ მისაღებ სარგებელს მოვაჭრის პლატფორმის გამოყენებით წარმოადგენს გარკვეული ობიექტებიდან შეკვეთის მომხმარებელამდე მიწოდება. შესაბამისად, მომსახურების საფასურის გადახდის ინტერესი, როგორც ასეთი, დამოუკიდებლად არ არსებობს, ვინაიდან არ არსებობს ცალკეულად გამოყოფილი მომსახურება, რომელსაც მომხმარებელი ამ საფასურის დაფარვის შედეგად მიიღებს.

მართალია მოვაჭრეს ფასი გამოყოფილი აქვს ორ კომპონენტად 1. მიტანის საფასური და 2. მომსახურების საფასური, თუმცა ორივე არსობრივად ემსახურება ერთ მიზანს (შეკვეთის მიწოდება) და არ წარმოდგენენ ცალ-ცალკე დამოუკიდებელ მომსახურებას. უფრო კონკრეტულად, თუ მომხმარებელს არ სურს გარკვეული პროდუქტის გამოძახება პლატფორმიდან მას არანაირი ინტერესი არ აქვს გადმოწეროს აპლიკაცია და გადაიხადოს მომსახურების საფასური, რომელიც მოხმარდება, როგორც მოვაჭრე იუწყება, პლატფორმის ტექნოლოგიურ გაუმჯობესებასა და განვითარებას.

ამ ორი სერვისის მსგავსად **მაღალი ხარისხის ურთიერთდამოკიდებულების** გამო საშუალო **მომხმარებელი თავის აღქმაში აერთიანებს ამ ორ სერვისის საფასურსაც და ნაკლები ალბათობით გააკეთებს იმ დაშვებას, რომ ნებისმიერი შედავათი/ფასდაკლება ვრცელდება ამ ორი კომპონენტიდან მხოლოდ ერთზე.**

¹² საქმე C- 611/14 (ECJ, 21.10.2016)

საინტერესო განმარტება გააკეთა ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლომ, რომლის შესაბამისადაც, „ფასის რამდენინე კომპონენტად დაყოფისას მხოლოდ ერთ-ერთ კომპონენტზე აქცენტირება შესაძლოა ჩაითვალოს შეცდომაში შემყვანად, ვინაიდან მომხმარებელს მცდარად შეეძმნას იმის აღქმა, რომ შემოთავაზებულია განსაკუთრებით ხელსაყრელი ფასი, რაც საბოლოოდ განაპირობებს მომხმარებლის მიერ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რასაც სხვაგვარად არ მიიღებდა“.¹³

ამ გადაწყვეტილებით, ევროკავშირის სასამართლო შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევს ფასის მხოლოდ ერთ კომპონენტზე აქცენტირებას, რაც მომხმარებლის აღქმაში შეიძლება აისახოს როგორც არა ჯამური ფასის ცალკეული კომპონენტი, არამედ როგორც მთლიანი საფასური. აღნიშნული შეიძლება აღვიქვათ პოზიტიურ აქცენტირებად, ვინაიდან მოვაჭრე მომხმარებელს აწვდის იმ საფასო კომპონენტის შესახებ ინფორმაციას, რომელიც უნდა გადაიხადოს და მომხმარებლის აღქმით ეს თანხა არა ფასის ერთ-ერთი კომპონენტი არამედ ჯამური თანხაა.

შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ რეკლამაში კი სახეზეა ნეგატიური აქცენტირება, კერძოდ, აქცენტირებულია ის კომპონენტი, რომელსაც მიემართება შეღავათი, ესე იგი, აქცენტირებულია ფასი, რომელიც მომხმარებელმა არ უნდა გადაიხადოს, თუმცა აღნიშნულ შემთხვევაშიც **მომხმარებლის აღქმით ეს თანხა (0 ლარი) წარმოადგენს არა ფასის ერთ-ერთ კომპონენტს არამედ ჯამურ საფასურს.**

საფასო კომპონენტის ნეგატიური აქცენტირება, შესაძლოა მეტად შეცდომაში შემყვანი იყოს, ვიდრე პოზიტიური აქცენტირება თუ შეღავათი საერთოდ ანულებს აღნიშნულ კომპონენტს, ვინაიდან აღნიშნულ რეკლამას არამართო ფასის ოდენობასთან მიმართებით შეყავს მომხმარებელი შეცდომაში, არამედ არსებითად ცვლის მის აღქმას მომსახურების ბუნების მიმართ. კერძოდ, როგორც უკვე აღინიშნა, შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ მიერ შეთავაზებული პრემიუმ სერვისის მომხმარებლის აღქმაში უტოლდება **უფასო მიწოდებას** და არა მიწოდებას **უფრო დაბალ ფასად** (ფასის ცალკეული კომპონენტის გამოკლების ხარჯზე).

ასევე, აღსანიშნავია, რომ „მომსახურების საფასურის“ გადახდა რეალურად წარმოადგენს პრემიუმ სერვისით სარგებლობის ერთ-ერთ პირობას, ვინაიდან მომხმარებელი შეკვეთის განხორციელებას ვერ შეძლებს აღნიშნული თანხის გადახდის გარეშე, ხოლო შეკვეთის განთავსების გარეშე პრემიუმ პაკეტით სარგებლობა აზრს მოკლებულია.

ზემოთ წარმოდგენილი მსჯელობის გათვალისწინებით, სააგენტო ინფორმაციას იმის შესახებ, რომ პრემიუმ პაკეტის მომხმარებლები კვლავ ექვემდებარებიან „მომსახურების საფასურის“ გადახდას მიიჩნევს ისეთ არსებით ინფორმაციად, რომელიც წარმოადგენს მომსახურების მიწოდების მნიშვნელოვან პირობას და განსაზღვრავს მომსახურების არსს.

ნიშანდობლივია, რომ ფასი საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის მიმართულების მთავარ განმაპირობებელ ფაქტორს წარმოადგენს.¹⁴

¹³ იქვე.

¹⁴ Case C- 611/14 (ECJ, 21.10.2016)

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 ექვეცა ისეთი ქმედებებიც როგორიცაა, სავაჭრო პლატფორმის გადმოწერა. ეკონომიკური ქცევის ტესტი წარმოადგენს ქვაკუთხედსა და პრე-რეკვიზიტს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი შემადგენლობის შეფასებისას.¹⁵ 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.¹⁶

დირექტივის მიზნებისათვის, მომხმარებლის მიერ მიღებული ნებისმიერი გადაწყვეტილება, მიუხედავად იმისა, გადაწყვეტილება მსყიდველობითი ხასიათის არის თუ არა ექვეცა „ეკონომიკური ქცევის“ დეფინიციის ქვეშ.¹⁷

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

24-ე მუხლის სისტემური განმარტებით შეიძლება ითქვას, რომ ინფორმაცია პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ კატეგორიად, **ინფორმაცია, რომელსაც მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენის მოხდენა შეუძლია** (არსებითი ინფორმაცია) და **რომელიც მოკლებულია შესაძლებლობას იქონიოს ამგვარი გავლენა.**

ევროკავშირის უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ დირექტივის **2005/29/EC** განმარტებითი დოკუმენტის 2.9.5. პარაგრაფში აღნიშნულია, რომ საქონლის/მომსახურების ის მახასიათებლები, რომელსაც ჩვეულებრივ, საშუალო მომხმარებლები არ მოელიან იმ კონკრეტული საქონლისა თუ მომსახურების ხასიათიდან გამომდინარე, აუცილებლად უნდა ეცნობოთ მომხმარებლებს, რადგან სწორედ ასეთი ინფორმაცია ახდენს გავლენას მათ მიერ ტრანზაქციის განხორციელების გადაწყვეტილებაზე. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, როდესაც მოვაჭრის უმოქმედობის - არსებითი ინფორმაციის მიუწოდებლობის შეფასება ხდება, მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორია თუ რამდენად არსებითი მახასიათებლის მატარებელია ეს ინფორმაცია და შეუძლია თუ არა მომხმარებლის ტრანზაქციის გადაწყვეტილებაზე ზემოქმედების მოხდენა.

¹⁵ 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

¹⁶ იქვე. 83. 31.

¹⁷ 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.

ფასის სხვა კომპონენტების არსებობის თუ საშეღავათო რეჟიმის დაწესების შესახებ ინფორმაცია ერთი მხრივ, **არსებითია** და მეორე მხრივ შეიძლება იყოს **შეცდომაში შემყვანი**, რაც ამ ინფორმაციის თვალსაჩინოების, მკაფიოობის და გასაგებადობის მაღალი ხარისხით მიწოდების ვალდებულებას განაპირობებს.

2005/29/EC დირექტივის სახელმძღვანელო დოკუმენტში განმარტებულია, რომ პროდუქტის ის მახასიათებლები და შემზღუდველი პირობები, რისი მოლოდინიც საშუალო მომხმარებელს ნაკლებად აქვს ამ კატეგორიის პროდუქტისგან, უნდა იქნას მიწოდებული განსაკუთრებით თვალსაჩინოდ, ვინაიდან აღნიშნული მაღალი აღბათობით მოახდენს გავლენას მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე.¹⁸

ზემოთ განვითარებული მსჯელობის შესაბამისად, ინფორმაცია „მომსახურების საფასურის“ შესახებ წარმოადგენს პირველი კატეგორიის ინფორმაციის, რაც წარმოშობს ამ ინფორმაციის მკაფიოდ და თვალსაჩინოდ მიწოდების უფრო მაღალ სტანდარტს. **სააგენტო მიიჩნევს, რომ ეს სტანდარტი კიდევ უფრო მაღლა იწევს, როდესაც სახეზე გვაქვს კონტრადიქტორული ინფორმაციის ორი პოლუსი, რომლის პირველ პოლუსს წარმოადგენს თვალსაჩინოდ მიწოდებული ინფორმაცია, რომელიც შინაარსითა და ფორმით მიდრეკილია სხვა ინფორმაციის არსებობის დაშვების გამორიცხვისკენ. ამდენად, კონკრეტულ შემთხვევაში ინფორმაციის პირველ პოლუსს წარმოადგენს კაპმანია უფასო მიტანის სერვისის შესახებ, რომელიც თავისი ხასიათით აფუძნებს პრეზუმფციას „მომსახურების საფასურის“ არარსებობის შესახებ ამ პაკეტის მოქმედების ფარგლებში.**

გამომდინარე აქედან, სააგენტო მიიჩნევს, „მომსახურების საფასურის“ შესახებ ინფორმაციის მიწოდების პრეზენტაბელურობისა და აღქმადობის ხარისხი უნდა გაუტოლდეს „უფასო მიტანის შესახებ“ ინფორმაციის მიწოდების ფორმას.

მაღტის მომხმარებელთა საჩივრების განმხილველმა ტრიბუნალის განმარტებით, - ინფორმაციის ორაზროვნად მიწოდება არის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ინფორმაციის მიწოდების ფორმიდან/ორაზროვანი პრეზენტაბელურობიდან გამომდინარე.¹⁹

¹⁸ 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.

¹⁹



წავიკითხე და ვეთანხმები Wolt+ წესებს და პირობებს

მომხმარებლის წესების და პირობების წაკითხვა

ჩვენ ავტომატურად განვაახლებთ თქვენს Wolt+-ის წევრობას და თქვენი გადახდის მეთოდის გათვალისწინებით დაგაკისრებთ 8,99 ლ / თვეში. Wolt+-ის უფლებამოსილი მაღაზიები და რესტორნები 6 000 მმეტრის მაქსიმალური მანძილით აპში მონიშნულია **w+** ლოგოთი. შეკვეთის მინიმალური ზღვარი გამოიყენება: 15 ლ რესტორნებისთვის, 20 ლ მაღაზიებისთვის და 35 ლ სურსათის მაღაზიებისთვის. პრივილეგიები მოქმედებს იმ ქვეყანაში, სადაც წევრობა გაქვთ (საქართველო).

დაიწყეთ 30 დღიანი უფასო საცდელი ვერსია

სარეკლამო კამპანია უთითებს პრემიუმ პაკეტის სარგებლობის შეზღუდვებსა და პირობებზე სხვადასხვანაირი ფორმით. (იხ. ეკრანის აბანეჭდი N3)

პაკეტის გააქტიურებამდე მომხმარებელს თვალსაჩინოდ ეწოდება ინფორმაცია, პრემიუმ სერვისით სარგებლობის რამდენიმე შეზღუდვაზე როგორიც არის:

- პაკეტში შედის მხოლოდ Wolt + ლოგოთი მონიშნული ობიექტები;
- მმეტრის მაქსიმალური მანძილია 6 000 მეტრი;
- შეკვეთის მინიმალური ზღვარია რესტორნებისთვის - 15 ლარი, მაღაზიებისთვის 20 ლარი და სურსათის მაღაზიებისთვის 35 ლარი;
- პრივილეგიები მოქმედებს იმ ქვეყანაში, სადაც მომხმარებელს აქვს წევრობა (საქართველო);

აღნიშნული ქმნის იმის შთაბეჭდილებას, რომ აღნიშნულ ველში პრემიუმ პაკეტით სარგებლობის **არსებითი** პირობები ამომწურავადაა ჩამოთვლილი, საშუალო მომხმარებელმა კი შეიძლება მიიღოს გადაწყვეტილება სწორედ ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით.

მალტის ეროვნულმა ტრიბუნალმა ბაზარზე ოპერირებული ერთ-ერთი მობილური ოპერატორის რეკლამა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნია, რადგან მოვაჭრის სარეკლამო კამპანიის შესაბამისად, მისი ტარიფები კონკურენტების მსგავს სერვისებთან შედარებით 30%-ით დაბალი იყო, თუმცა არ მიუთითა ცალსახად, რომ სატელეფონო საუბრის პირველ წუთში განხორციელებული ნებისმიერი ხანგრძლივობის ზარი იანგარიშებოდა როგორც „ერთი წუთის“ შესაბამისი

ტარიფით. ამის ნაცვლად, კომპანია სარეკლამო რგოლში ერთი წინადადებით აღნიშნავდა, რომ „საუბრის ხანგრძლივობა ითვლება წამობრივად პირველი წუთის შემდგომ“, („Calls are on a per second basis after the first minute“), სასამართლომ გაამახვილა იმაზეც ყურადღება, რომ წინადადების პირველი ნაწილი უფრო დიდი და გამუქებული შრიფტით იყო წარმოდგენილი.²⁰

აღნიშნული მიჩნეულ იქნა ინფორმაციის იმგვარ მიწოდებად, რამაც შეიძლება შეცდომაში შეიყვანოს მომხმარებელი, ვინაიდან პირველი წუთის სატარიფო გეგმის შესახებ ინფორმაცია მკაფიოდ არ იყო მიწოდებული, აღნიშნული დეტალის გამოტოვება კი მომხმარებლებს უბიძგებს ფასის არასწორი კალკულაციისკენ და ქმნის იმის განცდას, რომ 30%-ით დაბალი ტარიფი მიემართება ყველა განხორციელებულ სატელეფონო საუბარს, როდესაც ერთ წუთზე ნაკლები სატელეფონო საუბრის შემთხვევაში ეს განცხადება იქნებოდა მცდარი.

საქმეზე „Content Service Ltd v. Bundesarbeitskammer“ 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.²¹

განსახილველ შემთხვევაში, „პრემიუმ პაკეტის“ შეძენამდე მომხმარებელმა უნდა მონიშნოს „მომხმარებლის წესების და პირობების“ შესაბამისი ველი.

აღნიშნული წარმოდგენს სერვისის წესების და პირობების შესახებ რამდენიმე გვერდიან ფაილს, რომლის ერთ-ერთ აბზაცში აღნიშნულია, „გამოწერის შედეგად და მოკიდებულია გეოგრაფიულ ხელმისაწვდომობაზე და თქვენს შეკვეთაზე შეიძლება ვრცელდებოდეს სხვა საკომისიოები, როგორიცაა მომსახურების საკომისიო, გადასახადები ან სხვა გადახდები“. ჩანაწერი ზოგადად და დაშვების დონეზე უთითებს „მომსახურების საფასურის“ არსებობაზე.

აღსანიშნავია, რომ, ეს მითითებაც ბუნდოვანია, რადგან შეკვეთის განხორციელებისას სადავო საფასო კომპონენტი წარმოდგენილია შემდეგი დასახელებით „მომსახურების საფასური“. ხოლო ამ ჩანაწერში ვხვდებით სამი სახეობის ფასს, რომლიდანაც სიტყვა-სიტყვით არცერთი არ ემთხვევა „მომსახურების საფასურს“.

აღსანიშნავია, რომ „წესების და პირობების“ პირველ თავში დასახელებით „რა არის wolt +“ თვალსაჩინოდ გამოყოფილია 5 ძირითადი პუნქტი, რომლიდანაც 3 პუნქტი წარმოადგენს მომსახურების შემზღუდველ დანაწესს, თუმცა აქედან არცერთი არ შეიცავს ინფორმაციას „მომსახურების საფასურის“ თაობაზე. (იხ. ეკრანის ანაბეჭდი N4)

²⁰ Maltese Consumer Claims Tribunal, Melita mobile, 17 April 2013

²¹ Case C-49/11 Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer

1. რა არის Wolt+?

მოკლედ Wolt+ ის შესახებ:

- გამოწერა ვრცელდება იმ პარტნიორებზე, რომელიც მონიშნულია W+ ლოგოთი Wolt-ზე..
- თუ თქვენი შეკვეთა შეკვეთის მინიმალურ ღირებულებაზე ნაკლები თანხისაა, ან თქვენ იმყოფებით მიტანის მაქსიმალური მანძილის მიღმა, რაც ანგარიშდება ობიექტსა და თქვენი მიწოდების მისამართს შორის მანძილით („მიწოდების არეალი“), თქვენ ვერ ისარგებლებთ თქვენი გამოწერით გათვალისწინებული ნულოვანი მიტანის საფასურით.
- გამოწერა ავტომატურად განახლება ყოველთვიურად გადახდის პერიოდის შესაბამისად, იმ შემთხვევაში თუ თქვენ არ გააუქმებთ გამოწერას. გამოწერის გაუქმება შეგიძლიათ ნებისმიერ დროს, თქვენი მომხმარებლის პროფილში უნდა გადახვიდეთ Wolt+ ველში.
- გამოწერა შემოთავაზებულია ყოველთვიური გადახდის ფორმით, რომელიც გადახდილი უნდა იქნას საწევროს პერიოდის დასაწყისში.
- გამოწერა მოქმედებს მხოლოდ იმ ქვეყანაში, სადაც ის შეიძინეთ.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ ინფორმაციის მსგავსი ფორმით მიწოდება არ არის საკმარისი იმისათვის, რომ მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის პრევენცია მოახდინოს მომსახურების არსთან დაკავშირებით.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული არჩევანის უზრუნველყოფისა და შეცდომაში შემყვანი ეფექტის გამორიცხვის მიზნებისთვის, პრემიუმ პაკეტთან დაკავშირებით მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის განხორციელებამდე „მომსახურების საფასურის“ არსებობის შესახებ ინფორმაცია უნდა იქნას მიწოდებული მკაფიოობის, გასაგებადობისა და თვალსაჩინოების მაღალი სტანდარტით.

გარდა ამისა, „წესებსა და პირობებში“ განმარტებული უნდა იქნეს „მომსახურების საფასურის“ ცნების არსი და მისი გამოთვლის წესი.

მოვაჭრე ვალდებულია, სრულად აღადგინოს იმ მომხმარებელთა სავარაუდოდ დარღვეული უფლებები, რომელთაც მისი საქმიანობის შედეგად შესაძლოა ზიანი მიაღგათ. კერძოდ, მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია, უფასოდ გააუქმოს Wolt+ მომსახურება და მომხმარებელს დაუბრუნოს იმ პერიოდისთვის გადახდილი თანხა, რომელიც გაუქმების მომენტიდან დარჩენილია გამოწერის ვადის ამოწურვამდე. ყოველივე ზემოთთქმულის შესაბამისად, მპს „ვოლტ ჯორჯიას“ მიერ ინფორმაციის არსებული ფორმით მიწოდებამ გამოიწვია განმცხადებლის შეცდომაში შეყვანა, შესაბამისად, სახეზეა ფაქტობრივი მოცემულობა მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ზეგავლენის და პოტენციური რისკი მომხმარებლის ჯგუფზე უარყოფითად ზემოქმედების. სააგენტოს შეფასებით, მოვაჭრის ქმედება წარმოადგენს გამოხატულ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას კანონის 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის საფუძველზე.

თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი

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

გადაწყვიტა:

დადასტურდეს მოვაჭრე შპს „ვოლტ ჯორჯიას“ (ს/კ 405260042) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის დარღვევის ფაქტი.