

ქართული კონკურენციის სამართალი
და პოლიტიკა ციფრული ეკონომიკის
ეპოქაში

GEORGIAN COMPETITION LAW AND POLICY
IN THE TIMES OF THE DIGITAL ECONOMY

გვანცა ჩადუნელი
Gvantsa Chaduneli

გიორგი ფარულავა
Giorgi Parulava

თბილისი
2025

კვლევა განხორციელდა „შოთა რუსთაველის საქართველოს ეროვნული სამეცნიერო ფონდის“ მხარდაჭერით.

(გრანტის ნომერი: FR – 22-4466)

პროექტის სახელწოდება:

**ქართული კონკურენციის სამართალი და კოლიტიკა
ციფრული ეკონომიკის ეპოქაში**



This work was supported by Shota Rustaveli National Science Foundation of Georgia (SRNSFG)

(Grant number: FR – 22-4466)

Project Title:

**GEORGIAN COMPETITION LAW AND POLICY IN THE TIMES
OF THE DIGITAL ECONOMY**

გამომცემლობა „დანი“
ISBN 978-9941-9662-4-8



ევროპის უნივერსიტეტის სამართლის ინსტიტუტი
European University Institute of Law

ავტორები

AUTHORS

გვანცა ჩადუნელი

დოქტორანტი, უნივერსიტეტი
პარიზი-პანთეონ-ასასი, საერთა-
შორისო სამართლის, ევროპული
სამართლის, საერთაშორისო ურ-
თიერთობებისა და შედარებითი
სამართლის სადოქტორო სკოლა

GVANTSA CHADUNELI

PhD candidate at Paris-Pan-
théon-Assas University, Docto-
ral School of International Law,
European Law, International and
Comparative Law

გიორგი ფარულავა

სტოკჰოლმის უნივერსიტე-
ტის დოქტორანტი, სამართლის
სკოლა

GIORGI PARULAVA

PhD candidate at Stockholm
University, Department of Law

პროექტის ხელმძღვანელი
და რედაქტორი

PROJECT MANAGER
AND EDITOR

იოსებ კელენჯერიძე

ევროპის უნივერსიტეტის
აფილირებული პროფესორი

IOSEB KELENJERIDZE

Affiliate Professor at European
University

პროექტის კონსულტანტი

PROJECT CONSULTANT

დანიელ ფერნანდო კინტერო

დოქტორანტი, უნივერსიტე-
ტი პარიზი-პანთეონ-ასასი,
ეკონომიკისა და სამართლის
კვლევითი ცენტრი

DANIEL FERNANDO QUINTERO

PhD candidate at Paris-Pan-
théon-Assas University, The Paris
Center in Law & Economics

თერმინთა განმარტება	4
წინასიტყვაობა	9
INTRODUCTION	15
შესავალი.....	19
1. ციფრული ეკონომიკა.....	34
1.1. ციფრული პლატფორმები	35
1.2. დიდი მონაცემები	36
2. კონკურენციის სამართლის გამოწვევები ციფრული ეკონომიკისათვის	38
3. კონკურენციის სამართლის აღსრულება ციფრულ ბაზრებზე საქართველოში	46
3.1. „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის გავლენა კონკურენციაზე.....	52
3.2. მონაცემთა დაცვისა და კონკურენციის სამართლის ურთიერთქმედება	55
3.2.1. GDPR-სა და ანტიკონკურენტული ქმედებების თანაკვეთა ევროპულ პრაქტიკაში.....	55
3.2.1.1. მნიშვნელოვანი პრაქტიკა: აჩაკეთიდისინდისიეხი კონკურენციის გამოვლენა GDPR-ის კონტექსტში	57
3.2.1.2. გამოწვევები და პეხსპექტივები.....	70
3.2.2. „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პოტენციური გავლენა კონკურენციაზე.....	72
3.3. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს პრაქტიკა.....	86
3.3.1. კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმებების პრაქტიკა ციფრულ ბაზრებზე.....	86

3.3.1.1. „კინოთეატრის ბიდეტების ონლაინ ჰედიზაციის საქმე“	87
3.3.1.2. „სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების ონლაინ მიწოდების საქმე“	98
3.3.1.3. „Booking.com-ის საქმე“	103
3.3.2 არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის პრაქტიკა ონლაინ პლატფორმებზე.....	111
3.3.2.1. „ღიზიან ჰაუსის“ საქმე	115
3.3.2.2. „ადგოხითმის“ საქმე.....	118
3.3.2.3. „ჯი-თი მოგოხის“ საქმე.....	126
3.3.2.4. „აიგენიკის“ საქმე“	130
3.3.2.5. „პაჩიზიგოგოგის ინსტიტუტის საქმე“	132
3.4. კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულება რეგულირებად სექტორებში.....	133
3.4.1. კონკურენციის სამართლის აღსრულება კომუნიკაციების სფეროში	139
3.4.1.1. კონკურენციის სამართლებრივი რეგულირება კომუნიკაციების სფეროში	139
3.4.1.2. კომუნიკაციების კომისიის პრაქტიკა	143
3.4.2. კონკურენციის სამართლის აღსრულება ენერგეტიკის სექტორში	153
3.4.3. კონკურენციის პოლიტიკისა აღსრულება საფინანსო სექტორში.....	158
3.4.3.1. კონკურენციის სამართლის რეგულირება საფინანსო სფეროში	158
3.4.3.2. ეროვნული ბანკის პრაქტიკა	161
დასკვნა	170

თერმინთა განმარტება

AI Artificial Intelligence (ხელოვნური ინტელექტი)

იხსენიება მანქანური სისტემა, რომელიც პირდაპირი თუ ირიბი დანიშნულებით, მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე იღებს გადაწყვეტილებებს (რეკომენდაციების, პროგნოზის თუ გადაწყვეტილებების ფორმით), რომლებმაც შესაძლოა გავლენა მოახდინოს ფიზიკურ ან ვირტუალურ გარემოზე. ხელოვნური ინტელექტის სისტემები ერთმანეთისგან განსხვავდება ავტონომიისა და ადაპტაციის ხარისხით.

(ეკონომიკური თანამშრომლობის და განვითარების
ოჩგანიზაციის (OECD) განმარტება)

Big Data (დიდი მონაცემები)

მონაცემთა იმგვარი ერთობლიობა, რომელიც დიდი რაოდენობის თუ კომპლექსურობის გამო განსხვავდება მონაცემთა ტრადიციული ბაზებისგან. ამგვარი „დიდი მონაცემების“ დასამუშავებლად ზოგჯერ შესაძლოა საჭირო იყოს სპეციალური კომპიუტერული პროგრამები თუ სიმძლავრეები.

Data Driven Economy (მონაცემებზე დაფუძნებული ეკონომიკა/ მონაცემებით მართული ეკონომიკა)

გულისხმობს იმგვარ ეკონომიკას, როცა ეკონომიკური აგენტების საქმიანობა დაკავშირებულია/ეფუძნება გარკვეული მონაცემების ქონას.

ტერმინთა განმარტება

DCFTA Deep and Comprehensive Free Trade Areas	ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება.
DMA Digital Markets Act	ციფრული ბაზრების აქტი.
CJEU – Court of Justice of the European Union	ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო.
FAANG	აკრონიმი, რომელიც გამოხატავს 5 უმსხვილეს ტექნოლოგიურ კომპანიას. ესენია: Facebook (META), Apple, Amazon, Netflix, Google (Alphabet).
Fintech კომპანიები	ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც ინოვაციურ ტექნოლოგიებს იყენებენ ფინანსური ტექნოლოგიების გადახდების სისტემებისა თუ სხვა სიახლეების დასაანერგად.
Gatekeeper	ე.წ. „გეითქიფერი“ ნაშრომის კონტექსტში და ევროკავშირის შესაბამისი კანონმდებლობის შესაბამისად, წარმოადგენს იმგვარ ეკონომიკურ აგენტს (როგორც წესი, დიდ ელექტრონულ პლატფორმას), რომელსაც აქვს შესაბამის ბაზარზე დაშვების კონტროლის შესაძლებლობა და გვევლინება როგორც ერთგვარი შუამავალი რგოლი მომხმარებლებსა და იმ ეკონომიკურ აგენტებს

ტერმინთა განმარტება

შორის, რომლებსაც აქვთ შესაბამისი ბაზარზე დაშვების/ოპერირების სურვილი.

GDPR (General Data Protection Regulation)	ევროკავშირის რეგულაცია (2016/679) პერსონალურ მონაცემთა დამუშავებისას ფიზიკურ პირთა დაცვისა და ასეთი მონაცემების თავისუფალი მიმოცვლის შესახებ, რომელიც აუქმებს 95/46/EC დირექტივას (მონაცემთა დაცვის ზოგადი რეგულაცია).
ISP Intermediate Service Provider	შუალედური მომსახურების მიმწოდებელი.
MFN (Most Favored Nation)	უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი, ნაშრომის კონტექსტში იგულისხმება საუკეთესო ფასის გარანტია.

წინასიტყვაობა

კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის განვითარება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში მეტად აქტუალურ მნიშვნელობას იძენს. აღნიშნული უზრუნველყოფს ისეთი სიკეთეების დაცვასა და განვითარებას, როგორებიცაა მომხმარებელთათვის არჩევანის მრავალფეროვნება, დაბალი ფასები და მაღალი ხარისხი, ინოვაციების განვითარება-წახალისება თუ სხვა.

აღნიშნული ისტორიულად ტრადიციულ ბაზრებთან მიმართებით ყალიბდებოდა, თუმცა თანამედროვე ტექნოლოგიებმა შესაძლებელი გახადა პროდუქტებისა და სერვისების ელექტრონული საშუალებებით ყიდვა-გაყიდვა. აღნიშნულის პარალელურად, ეკონომიკურ აგენტებს შორის კონკურენციამაც ტრადიციული ბაზრებიდან თანდათან ვირტუალურ სივრცეში გადაინაცვლა.

შესაბამისად, დღესდღეობით კონკურენციის ქართული პოლიტიკა მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას, რამეთუ მან ფეხი უნდა აუწყოს თანამედროვე ტექნოლოგიურ განვითარებას დინამიკურ ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის სამართლის ეფექტიანი აღსრულების უზრუნველსაყოფად. გამომდინარე იქიდან, რომ ახალი ტექნოლოგიები მნიშვნელოვანი სარგებლის მომტანია, განვითარებადი ქვეყნების შემთხვევაში დიდია ტექნოლოგიური

სიახლეების ნაჩქარევად და გაუზრებლად დანერგვის რისკები. შესაბამისად, აუცილებელია ამ თანმდევი რისკების გააზრება და დაბალანსება, ტექნოლოგიური გამოწვევების იდენტიფიკაცია და წამყვანი ქვეყნების საუკეთესო პრაქტიკის მაგალითებზე საქართველოში კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის გატარების შესახებ რეკომენდაციების მომზადება.

წინარე კვლევა სწორედ ამ აქტუალურ მიზანს ემსახურება. ამასთანავე, საქართველოს ევროპული ინტეგრაციის გზაზე დიდი მნიშვნელობა აქვს საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების ჯეროვნად შესრულებას. აღნიშნულის მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა, რასაც ორმაგი ფუნქცია აქვს: ერთი მხრივ, უზრუნველყოს ქვეყანაში კონკურენციის სამართლითა და პოლიტიკით განსაზღვრული სიკეთეების დაცვა და, მეორე მხრივ, განახორციელოს ევროკავშირის ერთიან ბაზართან (EU Single Market) საქართველოს ბაზრის ჰარმონიზაცია, რათა ქართველმა და ევროპელმა ეკონომიკურმა აგენტებმა ერთმანეთის ბაზრებზე ოპერირებისას კონკურენციის ერთნაირი სტანდარტების დაცვით ისარგებლონ.

აღნიშნულის კონტექსტში, გასათვალისწინებელია ასოცირების ხელშეკრულების ე.წ. დინამიკური აპროქსიმაციის (dynamic approximation) კომპონენტიც, რაც გულისხმობს, რომ ქართული სამართლის ევროპულთან დაახლოება უნდა მოხდეს არა სტატიკურად, არამედ დინამიკურად, ე.ი. ქართველმა კანონმდებელმა უნდა მოახდინოს არა მხოლოდ ასოცირების თავდაპირველი დღის

წესრიგით გათვალისწინებული საკითხების ჰარმონიზება, არამედ მიმდინარე სიახლეებთან ადაპტაციაც.

შესაბამისად, კვლევის მთავარ მიზანს წარმოადგენს ციფრული ეკონომიკის ეპოქაში, კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის ეფექტიანი აღსრულებისათვის ხელისშემშლელი საკითხების გამოკვეთა, საუკეთესო პრაქტიკისა და აკადემიური ლიტერატურის ანალიზის საფუძველზე არსებული პრობლემების იდენტიფიცირება, რაც შესაძლოა სასარგებლო იყოს როგორც დარგის მკვლევრებისათვის, ასევე იმ პრაქტიკოსებისათვის, რომლებიც უშუალოდ არიან ჩართული კონკურენციის სამართლის აღსრულებაში.

ნაშრომში განხილულია ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებასთან დაკავშირებული საკითხები და შესწავლილია ქართული პრაქტიკა. ამ მხრივ, დოკუმენტს აქვს, პირველ რიგში, სამეცნიერო მნიშვნელობა, რამეთუ ახდენს ციფრულ ბაზრებზე ქართული კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის აღსრულების საკითხების შესწავლას, ხოლო შემდგომ – საგანმანათლებლო ფუნქცია, რამეთუ იგი განკუთვნილია კონკურენციის სამართლით ან ციფრული ეკონომიკის საკითხებით დაინტერესებული სტუდენტებისა თუ პროფესიონალებისათვის.

კვლევის პროცესში მნიშვნელოვანი ადგილი დაეთმო თანამედროვე ეკონომიკისათვის დამახასიათებელ იმ ინოვაციურ მიდგომებს, ბიზნეს მოდელებს თუ საშუალებებს, რომლებმაც ტრადიციული ეკონომიკის ციფრულად ტრანსფორმირება გახადა შესაძლებელი, კერძოდ: რა პრობლემები შეიძლება შეუქმნას ციფრულმა ეკონომიკამ კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებას,

როგორია ევროკავშირის პრაქტიკა ამ საკითხთან მიმართებით და საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს გადაწყვეტილებების ანალიზი აღნიშნულ პრობლემასთან დაკავშირებით.

შესწავლილ იქნა ციფრული პლატფორმები, რომლებიც ხელს უწყობენ მომხმარებელთა შორის ურთიერთქმედებასა და ტრანზაქციებს. აღნიშნული პლატფორმები, როგორც წესი, გვთავაზობენ სხვადასხვა სერვისებს, როგორებიცაა საძიებო სისტემები (Google), სოციალური ქსელები (Facebook), ელექტრონული კომერცია (Amazon) და აპლიკაციების მაღაზიები (Apple). პლატფორმების ძირითადი მახასიათებლები მოიცავს ქსელის ეფექტებს – პლატფორმების ღირებულება იზრდება მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდასთან ერთად, რაც დამატებით ბარიერებს ქმნის პოტენციური კონკურენტებისთვის.

მონაცემთა მონეტიზაცია კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია. პლატფორმები აგროვებენ დიდი მოცულობის მომხმარებლის მონაცემებს, რომლებიც გამოიყენება სერვისების პერსონალიზებისთვის. აღნიშნული ქმნის რისკებს მონაცემთა კონფიდენციალურობასთან და პერსონალური მონაცემების გამოყენებით ანტიკონკურენტული ქცევის პოტენციალთან დაკავშირებით.

ამგვარად, საბოლოო ჯამში, კვლევის პროცესში შესწავლილი და გაანალიზებული იქნა თანამედროვე ეკონომიკისათვის დამახასიათებელი ინოვაციური მიდგომები, ბიზნეს მოდელები თუ საშუალებები, ციფრული ეკონომიკისა და კონკურენციის სამართლის ეფექტიანი აღსრულების პრობლემები, ევროკავშირის პრაქტიკა აღნიშნულ პრობლემასთან მიმართებით და ქართული კონკურენცი-

ის პოლიტიკის აღმასრულებელი სახელმწიფო უწყებების პრაქტიკა და ცალკეული გადაწყვეტილებები.

აღნიშნული ამოცანის შესასრულებლად გამოყენებულ იქნა კვლევის შერეული მეთოდი, რაც აერთიანებს სამართლის კვლევის დოგმატურ (ტრადიციულ) და საჯარო პოლიტიკის ხარისხობრივი კვლევის მეთოდებს. დოგმატური მეთოდის გამოყენებით მოხდა რელევანტური ქართული და ევროპული კანონმდებლობის, ადმინისტრაციული და სასამართლო ორგანოების მიერ მიღებული რელევანტური გადაწყვეტილებების, ასევე, სამეცნიერო კვლევების შესწავლა. საჯარო პოლიტიკის ხარისხობრივი კვლევის მეთოდის დახმარებით განხორციელდა იმ არასამართლებრივი საკითხების დამუშავება, რომლებიც ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციას უკავშირდება.

კვლევა ძირითადად ეყრდნობა საჯაროდ ხელმისაწვდომ ინფორმაციას, როგორიცაა კანონმდებლობა, ადმინისტრაციული ორგანოების გადაწყვეტილებები, სასამართლო გადაწყვეტილებები, სამეცნიერო კვლევები, ანგარიშები და სამეცნიერო ლიტერატურა. საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით, დამატებით ასევე განხორციელდა საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვა საქართველოს შესაბამისი ადმინისტრაციული ორგანოებიდან, რომლებიც საქართველოს კონკურენციის პოლიტიკის გატარებაზე არიან პასუხისმგებელნი რეგულირებად თუ არარეგულირებად სექტორებში. კერძოდ, ინფორმაცია შეგროვებულ იქნა შემდეგი ორგანიზაციებისგან: საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს კომუნიკაციების კომისია, საქართველოს ენერგეტიკისა

და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია.

ნაშრომი სამი თავისგან შედგება. პირველი თავი ეხება ციფრული ეკონომიკის მნიშვნელობას და დანიშნულებას. მეორე თავი განმარტავს ციფრულ ბაზრებს და ამგვარ ბაზრებზე კონკურენციის თავისებურებებს, აქ საუბარია იმ გამოწვევებზე, რომლებიც აფერხებს კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებას ციფრულ ბაზრებზე, ხოლო მესამე თავი ეთმობა საქართველოში ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის ეფექტიან აღსრულებასთან დაკავშირებულ საკითხებს, კერძოდ, განხილულია მარეგულირებელი ქართული კანონმდებლობა და შესაბამისი ადმინისტრაციული ორგანოების რელევანტური გადაწყვეტილებები.

INTRODUCTION

The development of competition law and policy is becoming increasingly important in the context of a market economy. It plays a crucial role in protecting and promoting benefits such as greater consumer choice, lower prices, higher quality, and innovation, among others.

Historically, competition law was applied to traditional markets. However, modern technologies have made it possible to buy and sell products and services electronically. At the same time, competition between economic agents has gradually shifted from traditional markets to the virtual space.

Accordingly, Georgian competition policy faces a significant challenge today, as it must adapt to modern technological advancements to ensure the effective enforcement of competition law in dynamic digital markets. While new technologies offer significant benefits, there are also considerable risks associated with the deployment of these technologies in developing countries. Therefore, it is crucial to understand and balance these risks, identify technological challenges, and provide recommendations for developing effective competition policy in Georgia, based on the best practices from leading countries.

The following research directly serves this goal. Moreover, as Georgia progresses on its path to European integration, the proper fulfillment of obligations under the Georgia-EU Association Agree-

ment is of great importance. A key component of this is ensuring the effectiveness of competition policy, which serves a dual function: on the one hand, it protects the benefits defined by competition law and policy within the country (Georgia), and on the other hand, it facilitates the harmonization of Georgian market with the EU Single Market, allowing both Georgian and European economic agents to operate in each other's markets while adhering to the same competition law standards.

In this context, it is important to consider the component of dynamic approximation in the Association Agreement, which means that the alignment of Georgian law with European law should occur not in a static manner, but dynamically. This implies that Georgian lawmakers must not only harmonize the issues outlined in the initial schedule of the Association Agreement, but also adapt to ongoing developments and updates.

Therefore, the main goal of the research is to identify the obstacles to the effective enforcement of Georgian competition law and policy in the digital economy. Based on the analysis of best practices and academic literature, the research aims to pinpoint existing issues that could be useful not only for researchers in the field, but also for practitioners directly involved in the enforcement of competition law.

The paper discusses issues related to the effective enforcement of competition law in digital markets and examines Georgian practice in this regard. The document primarily holds scientific significance, as it explores the enforcement of Georgian competition law and policy in digital markets. Additionally, it serves an educational function, as it is intended for students and professionals interested in competition law or digital economy.

A significant focus of the research was placed on the innovative approaches, business models, and tools characteristic of the modern economy, which have enabled the digital transformation of traditional economies. Specifically, the research addresses the potential challenges that the digital economy may pose to the effective enforcement of competition law, examines the EU's practices in this regard, and analyzes the decisions of the Georgian Competition Agency related to these issues.

The research examines new digital platforms that facilitate interactions and transactions among users. These platforms could include search engines (Google), social networks (Facebook), e-commerce platforms (Amazon), and app stores (Apple). Key characteristics include **network effects** (platforms benefit from network effects, where the value of the platform increases as more users join, creating barriers to entry for potential competitors) and **data monetization** (platforms collect vast amounts of user data, which they use to personalize services). This raises concerns regarding data privacy and the potential for anti-competitive behavior related to the use of personal data.

The research process involved examining and analyzing innovative approaches, business models, and tools characteristic of the modern economy, the challenges of effectively enforcing competition law in the digital economy, the EU's practices in addressing these challenges, and the relevant decisions of the Georgian competition policy enforcement agencies.

To address this task, a mixed research methodology was used, combining doctrinal (traditional) legal research methods with qualitative public policy research methods. The doctrinal method was used to examine relevant Georgian and European legislation, decisions

made by administrative and judicial bodies, as well as scientific studies. The qualitative public policy research method was used to explore non-legal issues related to competition in digital markets.

The research primarily relies on publicly available information, such as legislation, decisions by administrative bodies, judicial rulings, scientific studies, reports, and academic literature. In accordance with Georgian law, additional public information was requested from the relevant administrative bodies responsible for implementing Georgia's competition policy in both regulated and unregulated sectors. Specifically, information was gathered from the following organizations: the Georgian Competition and Consumer Protection Agency, the National Bank of Georgia, the Georgian National Communications Commission, and the Georgian National Energy and Water Supply Regulatory Commission.

The paper consists of three chapters. The first chapter discusses the significance and purpose of the digital economy. The second chapter explains digital markets and the specific characteristics of competition in these markets, addressing the challenges that hinder the effective enforcement of competition law. The third chapter focuses on issues related to the effective enforcement of competition law and policy in Georgia's digital markets, specifically examining the relevant Georgian regulatory legislation and the decisions of the appropriate governmental bodies.

შესავალი

თანამედროვე ტექნოლოგიები ყოველდღიურად ცვლის ჩვენს ცხოვრებას. დიდი მონაცემები (Big Data), ალგორითმები, დიდი ონლაინ პლატფორმები თუ ხელოვნური ინტელექტი (AI) მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს ქმნის ბიზნესის, სახელმწიფო სერვისების, ჯანდაცვის, უსაფრთხოების თუ განათლების განვითარების მიმართულებით, თუმცა, აგრეთვე, შეიცავს გამოწვევებს პერსონალური მონაცემების დაცვის, კიბერუსაფრთხოების, გამჭვირვალობის, პასუხისმგებლობის, ცრუ ინფორმაციის გავრცელების თუ დისკრიმინაციის კუთხით. აღნიშნულ ტექნოლოგიებს სულ უფრო აქტიურად იყენებენ ეკონომიკური აგენტები (კომპანიები) საკუთარი პროდუქტების თუ სერვისების მისაწოდებლად. ტექნოლოგიების განვითარებამ შესაძლებელი გახადა კომპანიების საქმიანობის ტრადიციული ბიზნეს მოდელების მოდიფიცირება ან/და ახალი მოდელებით საქმიანობა (მაგ. ონლაინ გაყიდვების პლატფორმები, ე.წ. Fintech კომპანიები და ა.შ.). აღნიშნულის გათვალისწინებით, ეკონომიკურ აგენტებს შორის კონკურენციის ტრადიციული ფორმები თანდათან ინაცვლებს ვირტუალურ სივრცეში და კომპანიები კონკურენტული უპირატესობის უზრუნველსაყოფად მიმართავენ ახალ ტექნოლოგიურ მეთოდებს. მონაცემებით მართული (data-driven) ეკონომიკის

პირობებში შეიცვალა კონკურენციის მოდელები არა მხოლოდ ეკონომიკურ აგენტებს შორის, არამედ ურთიერთობები კომპანიებსა და მომხმარებლებს შორისაც. ტრადიციული ბაზრების ნაცვლად, მოქალაქეები სულ უფრო ხშირად მიმართავენ ვაჭრობის ონლაინ საშუალებებს პროდუქტების თუ სერვისების შესაძენად. აღნიშნული ტენდენცია განსაკუთრებით გაძლიერდა Covid-19-ის პირობებში, როდესაც მოთხოვნადი გახდა საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროს დისტანციურად მუშაობა, ხოლო ელექტრონულმა კომერციამ (e-commerce) და პროდუქციის/მომსახურების ონლაინ გაყიდვამ სამომხმარებლო ბაზრის უდიდესი ნაწილი მოიცვა და მნიშვნელოვნად გაზარდა ელექტრონული ვაჭრობის მნიშვნელობა.

ერთი მხრივ, დიגיტალიზაციამ ხელი შეუწყო ბაზრის დინამიკის ცვლილებას, გზა გაუხსნა ძირითადი პლატფორმების, ქსელების გაჩენას და მრავალმხრივი ბაზრების გამრავლებას,¹ მეორე მხრივ, სამართლის სხვა დარგების მსგავსად, ტექნოლოგიურმა განვითარებამ და ციფრულმა ეკონომიკამ მნიშვნელოვანი გამოწვევები შექმნა კონკურენციის სამართლის მიმართულებითაც. კონკურენციის პოლიტიკას, რომელიც ისტორიულად საბაზრო ეკონომიკის ტრადიციულ მოდელებთან მიმართებით განვითარდა, სულ უფრო უჭირს ციფრულ ეკონომიკასთან დროული ადაპტაცია როგორც კანონშეფარდების, აგრეთვე, კონკურენციის სამართლის აღსრულების კუთხით. მიუ-

1 Discussion paper the goals of eu competition law and the digital economy, the european consumer organization (BEUC), 2018, p.2, https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-071_goals_of_eu_competition_law_and_digital_economy.pdf

ხედავად იმისა, რომ ტექნოლოგიების განვითარება ეკონომიკურ აგენტებსა და მოქალაქეებს გაზრდილ არჩევანს, მომსახურების სისწრაფეს, სერვისების გამარტივებას და მეტ ხელმისაწვდომობას ჰპირდება, ის ასევე ქმნის მნიშვნელოვან გამოწვევებს კონკურენციის პოლიტიკის ისეთი მიზნებისათვის, როგორებიცაა მომხმარებელთა კეთილდღეობა, ეფექტიანი კონკურენცია, ბაზარზე შესვლის ბარიერების არარსებობა და ა.შ.

კონკურენციის პოლიტიკის „ტექნოლოგიური გამოწვევების“ საილუსტრაციოდ შეგვიძლია მოვიყვანოთ რამდენიმე მაგალითი კონკურენციის სამართლის ისეთ ფუნდამენტურ საკითხებთან მიმართებით, როგორებიცაა კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმება (კარტელი) და დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. თუ კარტელური შეთანხმება ისტორიულად „ბნელ ოთახებში“ ეკონომიკურ აგენტებს შორის მალულად ხდებოდა, დღეისათვის ონლაინ პლატფორმებზე ფასების პარალელური შეთანხმება სპეციალური ალგორითმების საშუალებით ხორციელდება,² რომლებიც კონკურენტების საფასო პოლიტიკის ცვლილების პარალელურად ახდენენ ფასების დინამიკურ მოდიფიცირებას/ფიქსაციას. აღნიშნული მაგალითის კიდევ უფრო რადიკალურ შემთხვევას წარმოადგენს ისეთი ვითარება, როდესაც ფასების ფიქსაცია ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებით ხდება და არა წინასწარი შექმნილი

2 მაგალითისათვის, იხილეთ, საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს სასტუმროების დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმების ბაზრის მონიტორინგის ანგარიში, 2019. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/ba93e69448d1440f806dd21c5a19edd9.pdf

ალგორითმის, არამედ ქვეყანი სისტემის მიერ ხორციელდება, რომელიც ავტონომიურად იღებს გადაწყვეტილებას. ასეთ დროს, ბუნებრივია, გამოწვევას წარმოადგენს პასუხისმგებლობის საკითხის განსაზღვრაც. დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების კონტექსტში, მაგალითად, პრობლემურია კანონშეფარდების საკითხი, რადგანაც მართალია კონკურენციის პოლიტიკის ტრადიციული მეთოდის გამოყენებით (რომელიც ეკონომიკური აგენტის საბაზრო წილს ამოწმებს), შესაძლოა ონლაინ პლატფორმა ვერ ჩაითვალოს დომინირებული მდგომარეობის მქონედ შესაბამის ბაზარზე, მაგრამ, ამავდროულად, ამგვარ ეკონომიკურ სუბიექტებს აქვთ კონკურენტებზე ზემოქმედების სხვა, უფრო დახვეწილი საშუალებები, რაც, შესაძლოა, ვერ მოხვდეს კონკურენციის სამართლის ტრადიციული შეფარდების ფარგლებში (მაგ.: ონლაინ პლატფორმამ მომხმარებლისათვის ერთი კომპანიის პროდუქცია/სერვისები გახადოს თვალშისაცემი კონკურენტებთან შედარებით).

ტექნოლოგიური გამოწვევების საპასუხოდ, მსოფლიოში კონკურენციის აღმასრულებელმა სხვადასხვა უწყებებმა მნიშვნელოვანი ნაბიჯები გადადგეს. განსაკუთრებით საყურადღებოა საფრანგეთის და გერმანიის კონკურენციის უწყებების, აგრეთვე ევროკავშირის და აშშ-ის აღმასრულებელი თუ სასამართლო ორგანოების გადაწყვეტილებები ტექნოლოგიური კომპანიების მიმართ. აღნიშნულის გათვალისწინებით აუცილებელია, რომ ქართულმა კონკურენციის პოლიტიკამაც აუწყოს ფეხი ეპოქის გამოწვევებს და ეფექტიანად შეასრულოს დაკისრებული მისია.

საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის განხორციელება 90-იან წლებიდან იწყება, როდესაც იგი ჯერ კიდევ

„ანტიმონოპოლიური“ პოლიტიკის სახელითაა ცნობილი, თუმცა შეიძლება ითქვას, რომ კონკურენციის პოლიტიკის დღევანდელი, ევროპული მოდელის ჩამოყალიბება საქართველო-ევროკავშირის პოლიტიკურ-ეკონომიკური დაახლოების შედეგია, რასაც შედეგად მოჰყვა კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობის და საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს (კონკურენციის სააგენტო) ჩამოყალიბება. ევროკავშირ-საქართველოს ასოცირების ხელშეკრულება საქართველოს ხელისუფლებას ქვეყანაში „ყოვლისმომცველი და ეფექტიანი“ კონკურენციის პოლიტიკის გატარებას ავალდებულებს და აღნიშნული მიზნების მისაღწევად ევროკავშირმა საქართველოს 2014 წლიდან დღემდე მნიშვნელოვანი დახმარება აღმოუჩინა საგანმანათლებლო, ინფრასტრუქტურული, საერთაშორისო თანამშრომლობის თუ კონკურენციის პოლიტიკის ადვოკატირების კუთხით. დიდია ევროპული სასამართლოებისა და ევროკავშირის წევრი ქვეყნების კონკურენციის აღმასრულებელი უწყებების გადაწყვეტილებების გავლენაც საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს გადაწყვეტილებზე. ამ კუთხით, აღსანიშნავია ასოცირების ხელშეკრულების 128-ე მუხლი, რომელიც ასოცირებულ მხარეებს ავალდებულებს განახორციელონ მჭიდრო კოოპერაცია ელექტრონული კომერციიდან წარმოშობილ რეგულირების საკითხებზე, მათ შორის, მომხმარებელთა დაცვის საკითხებზე ელექტრონული კომერციის ფარგლებში.³

მიუხედავად მნიშვნელოვანი წარმატებებისა კონ-

3 ასოცირების შესახებ შეთანხმება, ერთი მხრივ, საქართველოსა და, მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის, 128-ე მუ-

კურენციის სამართლის პოლიტიკისა და აღსრულების მიმართულებით, სადაც განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს კონკურენციის კანონმდებლობაში 2020 წელს შესული ფუნდამენტური ცვლილებები, აუცილებელია უფრო რადიკალური ნაბიჯების გადადგმა, რათა, ერთი მხრივ, კონკურენციის პოლიტიკამ და სააგენტოს საქმიანობამ წარმატებულად გაართვას თავი დასახულ მიზნებს, უპასუხოს ტექნოლოგიური განვითარებისა და ციფრული ეკონომიკის შედეგად წარმოქმნილ უნიკალურ გამოწვევებს და, ამასთანავე, უზრუნველყოს ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრი ყოვლისმომცველობისა და ეფექტიანობის კრიტერიუმების დაკმაყოფილება. ამასთან, საყურადღებოა, რომ კონკურენციის პოლიტიკის აღმასრულებელი ორგანო არ არის მხოლოდ კონკურენციის სააგენტო, არამედ, ამავდროულად – სასამართლოც. კერძოდ, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის⁴ 28-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, პირს უფლება აქვს, მიმართოს სასამართლოს „კონკურენციის შესახებ“ კანონის დარღვევის თაობაზე სააგენტოსათვის მიმართვის გარეშე.⁵ აღნიშნული კიდევ ერთხელ ადასტურებს საკითხის რელევანტურობასა და უშუალო შემხებლობას, ერთი მხრივ, აღმასრულებელი/ადმინისტრაციული ხელისუფლების საქმიანობის მიმართ (ამ შემთხვევაში, კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს მიმართ) და მეორე

ხლის პირველი პუნქტის „d“ ქვეპუნქტი. ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959?publication=0>

4 ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1659450?publication=10>

5 „კონკურენციის შესახებ“ კანონის 28-ე მუხლის მე-2 პუნქტი.

მხრივ, სასამართლო ხელისუფლების მიმართ.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო წლებში საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები განხორციელდა,⁶ რათა ის ევროკავშირის კანონმდებლობასთან არსებითად თუ ინსტიტუციური გაგებით უფრო შესაბამისობაში იყოს, საქართველოს კონკურენციის შესახებ კანონი არ შეიცავს დებულებებს ონლაინ პლატფორმებისთვის კონკურენციის წესების აღსრულების შესახებ. მეტიც, არ არსებობს ელექტრონული კომერციის სექტორის დასარეგულირებელი სხვა კონკრეტული კანონი.⁷

ანუ, კონკურენციის მარეგულირებელი დღევანდელი ქართული კანონმდებლობა არ მოიცავს დანაწესებს ელექტრონულ/ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის წესების დაცვის სტანდარტების შესახებ, რომელიც სახელმძღვანელო უნდა იყოს შესაბამის ბაზარზე ოპერირებადი ყველა ეკონომიკური აგენტისათვის და რომელთა დარღვევის შემთხვევაში უნდა დაწესდეს შესაბამისი სანქცია.

6 საქართველოს 2020 წლის 16 სექტემბრის კანონი №7126, კანონის საბოლოო ვერსია ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/en/document/view/1659450>

7 უფრო ვრცლად იხ: Gvantsa Chaduneli, Giorgi Meladze, Georgian Competition Practice and Policy in the Era of Digital Marketing: What is New Under the Sun? *Competition Policy in Eastern Europe and Central Asia: Focus on Market Studies*, OECD-GVH Regional Centre for Competition in Budapest (Hungary) Newsletter No. 18, January 2022, გვ. 36-38. ხელმისაწვდომია: http://www.oecdgvh.org/pfile/file?path=/contents/about/newsletters/Issue_No_18_January_2022_focus-on-market-studies---competition-policy-in-eastern-europe-and-central-asia&inline=true

ელექტრონულ ბაზრებზე ჯანსაღი კონკურენციის დამკვიდრებისა და შენარჩუნების ერთ-ერთი მთავარი მიზები მომხმარებლის უფლებების დაცვა და ამ კუთხით მათი კეთილდღეობაა. საქართველოსა და ევროკავშირის შორის გაფორმებული ასოცირების ხელშეკრულებით განსაზღვრული ვალდებულების, მათ შორის, სამომხმარებლო სფეროში არსებულ რეგულაციებთან დაახლოების მიზნით,⁸ 2016 წელს შემუშავებულ იქნა „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი,⁹ რომელიც მოიცავს დებულებებს ელექტრონული კომუნიკაციის საშუალებით დადებული ხელშეკრულებების, შეცდომაში შემყვან რეკლამასა და კომერციული საქმიანობის რეგულირებასთან დაკავშირებით. თუმცა, აღნიშნული კანონის პროექტი საქართველოს პარლამენტმა ორი მოსმენით მიიღო, მას შემდეგ კი აღნიშნული კანონპროექტის განხილვის პროცესი და კანონის საბოლოო სახით მიღება ამ დრომდე შეჩერებულია. შედეგად, დღეის მდგომარეობით მივიღეთ სიტუაცია, როცა ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო გარანტიები პრაქტიკულად არ არსებობს.

სწრაფად ცვალებადი ეკონომიკური ლანდშაფტის პირობებში, ციფრული ეკონომიკის ზრდა და ევოლუცია იწვევს კონკურენციის აღსრულების გამოწვევებს ორ განსხვავებულ დონეზე. პირველ რიგში, პრაქტიკულ დონეზე,

8 იხ. განმარტებითი ბარათი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტზე, გვ.1, <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/113041>

9 ხელმისაწვდომია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/113040>

აღმასრულებლები აღმოჩნდნენ თავიანთი შეფასებების დინამიკურ გარემოში ჩატარების დამატებითი სირთულის პირისპირ. ცვალებად ეკონომიკურ ლანდშაფტს თან მოაქვს გარდაუვალი გაურკვევლობა, რომელიც დაკავშირებულია კონკურენტული ზეწოლის ბუნებასთან, ბაზრების თვითგამოსწორების უნართან, სავარაუდო ზიანის შეფასებასთან, ეფექტიანობასა და მავნებლურ ინოვაციებთან. მეორეც, პოლიტიკის დონეზე, ციფრულ ეკონომიკაში ახალი კონკურენციის დინამიკა აჩენს კითხვებს კონკურენციის აღსრულების ნორმატიულ სფეროსთან დაკავშირებით.¹⁰ შედეგად, საკვლევია საკითხი პრობლემურია იმდენად, რამდენადაც ტექნოლოგიების განვითარებამ წარმოქმნა კონკურენციის პოლიტიკისა და სამართლის მოდიფიკაციის აუცილებლობა როგორც რეგულირების, აგრეთვე, აღსრულების ნაწილში. აქედან გამომდინარე აუცილებელია, რომ საქართველოს კონკურენციის პოლიტიკასა და აღსრულებაზე პასუხისმგებელმა ინსტიტუციამ და პირებმა თვალნათლივ გაიაზრონ წარმოქმნილი პრობლემა და მოახდინონ ტექნოლოგიურ ცვლილებებთან ეფექტიანი ადაპტაცია. ეს პრობლემა უფრო ცხადი გახდება, თუ გადავხედავთ კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს ბოლოდროინდელ პრაქტიკას, სადაც ეკონომიკური აგენტების მხრიდან ელექტრონულ პლატფორმებზე კონკურენციის დარღვევის ფაქტების გამო მიმართვიანობის უპრეცედენტო ზრდის აშკარა ტე-

10 Discussion paper the goals of eu competition law and the digital economy, the european consumer organization (BEUC), 2018, p.2, https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-071_goals_of_eu_competition_law_and_digital_economy.pdf

ნდენცია შეინიშნება.¹¹ ამასთან, კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოში ახლაც მიმდინარეობს მოკვლევა ელექტრონულ პლატფორმებზე არაკეთილსინდისიერი კონკურენ-

- 11 მაგალითისთვის იხილეთ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2021 წლის 20 ივლისის გადაწყვეტილება შპს „ალგორითმის“ (ს/ნ: 205043237) საჩივრის საფუძველზე წარმოებული მოკვლევის თაობაზე, რომელიც ეხებოდა შპს „ალგორითმის“ (ს/ნ: 402084980) მხრიდან არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტს, რაც გამოიხატებოდა კომუნიკაციის საშუალებებით პროდუქციის ისეთი ფორმით პრეზენტირებაში/რეკლამირებაში, რაც შეცდომაში შემყვანია და არასწორ წარმოდგენას უქმნის მომხმარებელს. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/565c0b3130d147e79f9347cd99f8d636.pdf. აგრეთვე, იხ. კონკურენციის სააგენტოს 2020 წლის 19 სექტემბრის გადაწყვეტილება, შპს „ჯი-თი მოტორსი“ შპს „ჯ.თ. მოტორსის წინააღმდეგ“, სადაც საქმე ეხებოდა შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ მხრიდან განხორციელებულ ელექტრონულ სარეკლამო აქტივობებს, რასაც შეცდომაში შეჰყავდა მომხმარებელი. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/cadbcd79e884ad7a52dab9812a58f.pdf. კონკურენციის სააგენტოს 2018 წლის 18 ოქტომბრის გადაწყვეტილება შპს „დაზგა“ შპს „სოლვეის“ წინააღმდეგ, დარღვევის ფაქტი გამოიხატებოდა შპს „სოლვეის“ მიერ მომჩივანი კომპანიის ვებგვერდის (dazga.ge) ანალოგიური სახელწოდების ვებგვერდის ქართული „გე დომენის“ (dazga.ge) გამოყენებით მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანაში, ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/6ab629a88e91485f8e212f131deeab03.pdf. კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2018 წლის 30 მაისის გადაწყვეტილება შპს „დიზაინ ჰაუსი“ შპს „დნას“ წინააღმდეგ, სადავო ქმედება შეეხებოდა არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტს, რაც, მომჩივანის პოზიციით, გამოიხატებოდა სოციალურ ქსელ Facebook-ზე – შპს „დიზაინ ჰაუსის“ რეპუტაციისა და ინტერესის შემლახველი ცნობების გავრცელებაში, ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/338c58ca9dca4499953a4175a8d97584.pdf

ციის ფაქტთან დაკავშირებით, კერძოდ, შპს „ალგორითმი“ შპს „ალგორითმის“ წინააღმდეგ, სადაც მომჩივანი შპს „ალგორითმი“ მიუთითებს, რომ მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის მიზნით, ადგილი აქვს კონკურენტი კომპანიის სახელითა და რეპუტაციით სარგებლობას, განხორციელდა ელექტროდომეინ მისამართის მისაკუთრება, რაც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნიდა და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებდა.¹²

აღნიშნულის გათვალისწინებით საყურადღებოა, რომ სააგენტო, ადმინისტრაციული წარმოების განხორციელების პროცესში, საკითხის ნოვატორულობისა და სირთულის გათვალისწინებით, ხელმძღვანელობს სხვადასხვა გზამკვლევით, რომლებიც თეორიულ მასალასა და შესაბამისი პრაქტიკის ანალიზს ეფუძნება, რაც მნიშვნელოვნად აიოლებს საქმის მოკვლევასა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესს (მაგალითად, გზამკვლევი დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებისა¹³ და კარტელური შეთანხმებების¹⁴ რიგი დებულებების განმარტების შესახებ ევროკავშირის აღმასრულებელი და სამართლო პრაქტიკის საფუძველზე, ჭარიშების ოდენობის დადგენის სახელმძღვანელო პრინციპები,¹⁵ კონფიდენცი-

12 იხ. https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/565c0b3130d147e79f9347cd99f8d636.pdf

13 იხ. https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/phpkNAQkR.pdf, იხ. ასევე, https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/phpZsoDBb.pdf

14 იხ. https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/php0WoSiH.pdf

15 იხ. https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/0dc9ce2ac3304600b1af11ffffac206b.pdf

ალური ინფორმაციის დაცვა კონკურენციის-სამართლებრივ წარმოებაში¹⁶...), თუმცა არ არსებობს არანაირი გზამკვლევი ან სახელმძღვანელო დოკუმენტი ელექტრონულ პლატფორმებზე კონკურენციის აღსრულების პრინციპებთან დაკავშირებით. აღნიშნული, ერთი მხრივ, სააგენტოს დაეხმარებოდა ამ სრულიად ახალი კონცეფციის ბაზარზე ეფექტიანად და სრულყოფილად განეხორციელებინა თავისი უფლებამოსილებები; მეორე მხრივ, სასამართლოს დაეხმარებოდა შესაბამისი საქმის განხილვის პროცესში; მესამე მხრივ, ეკონომიკურ აგენტებს, კომპანიებს, ბაზრის სხვადასხვა მოთამაშეებს უზრუნველყოფდა შესაბამისი საინფორმაციო რესურსით – თუ რა ვალდებულებები აქვს ელექტრონულ პლატფორმებს კონკურენტული გარემოს დაცვის უზრუნველსაყოფად და როდის ირღვევა კონკურენციის პრინციპები; დაბოლოს, იმ პირობებში, როდესაც არ არსებობს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო გარანტიები, აღნიშნული დოკუმენტი დიდად შეუწყობდა ხელს მომხმარებლებში ცნობიერების გაზრდას, თუ რა შემთხვევაში ირღვევა ელექტრონული პლატფორმების მიერ ჯანსაღი კონკურენციის პრინციპები, რაც, საბოლოო ჯამში, აზიანებს მომხმარებლის ინტერესებს და მათ უფლებებს.

შემოთავაზებულ კვლევას, გარდა შინაარსობრივისა, აქვს მნიშვნელოვანი სამეცნიერო და სასწავლო კომპონენტიც. კერძოდ, დღეისათვის მნიშვნელოვანი ჩამორჩენა გვაქვს კონკურენციის სამართლის შესახებ კვლევების და

16 იხ. https://gccca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/43cb8336ff344fcba985006e37cafc25.pdf

სასწავლო ლიტერატურის თვალსაზრისით. უფრო მეტიც, შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის არ არსებობს ტექნოლოგიების ქრილში ფუნდამენტური კვლევები ქართული კონკურენციის სამართლის რეგულირებისა და აღსრულების შესახებ.

საკითხი აქტუალურია სამი მიზეზის გამო:

1. საქართველოში საბაზრო ეკონომიკა განვითარების ადრეულ სტადიაზეა და მხოლოდ 30 წელს ითვლის. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია, ქვეყანაში არსებობდეს ეფექტიანი და ყოვლისმომცველი კონკურენციის პოლიტიკა, რათა მოხდეს ისეთი სიკეთეების დაცვის უზრუნველყოფა, როგორებიცაა მომხმარებელთა უფლებები, კეთილსინდისიერი კონკურენცია, ინოვაციების განვითარება თუ საბაზრო ბარიერების არარსებობა;
2. საქართველო არ არის მსოფლიოს წამყვან ტექნოლოგიურ ქვეყნებს შორის. იმის გამო, რომ ახალი ტექნოლოგიები მნიშვნელოვანი სარგებლის მომტანია, განვითარებადი ქვეყნების შემთხვევაში დიდია ცდუნება, რომ ტექნოლოგიური სიახლეები ნაჩქარევად და გაუაზრებლად დაწერგონ ისე, რომ არ მოხდეს ამ ტექნოლოგიების თანმდევი რისკების გააზრება და დაბალანსება. აღნიშნულის შესაბამისად, შემოთავაზებული კვლევა, კონკურენციის სამართლის შეფარდებისა და აღსრულების მიმართულებით, ახდენს ტექნოლოგიური გამოწვევების იდენტიფიკაციას, შესწავლას და აკადემიური ლი-

ტერატურისა და, წამყვანი ქვეყნების საუკეთესო პრაქტიკის მაგალითზე, რეკომენდაციების მომზადებას საქართველოში კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის გატარების შესახებ;

3. საქართველოს ევროპულ ოჯახში ინტეგრაციის გზაზე დიდი მნიშვნელობა აქვს ევროკავშირ-საქართველოს ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების ჯეროვნად შესრულებას. აღნიშნულის მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა, რასაც ორმაგი ფუნქცია აქვს: ერთი მხრივ, უზრუნველყოფს ქვეყანაში კონკურენციის სამართლითა და პოლიტიკით განსაზღვრული სიკეთეების დაცვას და, მეორე მხრივ, ახდენს ევროკავშირის ერთიან ბაზართან (EU Single Market) საქართველოს ბაზრის ჰარმონიზაციას, რათა ქართველმა და ევროპელმა ეკონომიკურმა აგენტებმა ერთმანეთის ბაზრებზე ოპერირებისას, კონკურენციის ერთნაირი სტანდარტებით დაცვით ისარგებლონ. აღნიშნულის კონტექსტში, გასათვალისწინებელია ასოცირების ხელშეკრულების ე.წ. დინამიკური აპროქსიმაციის (dynamic approximation) კომპონენტიც, რაც გულისხმობს, რომ ქართული სამართლის ევროპულთან აპროქსიმაცია/დაახლოება უნდა მოხდეს არა სტატიკურად, არამედ დინამიკურად, ე.ი. ქართველმა კანონმდებელმა უნდა მოახდინოს არა მხოლოდ ასოცირების თავდაპირველი დღის წესრიგით

გათვალისწინებული საკითხების ჰარმონიზება, აგრეთვე, მიმდინარე სიახლეებთანაც ადაპტაცია. ამ მხრივ, საქართველოს კონკურენციის პოლიტიკისათვის ციფრული ეკონომიკის ქრილში არსებული გამოწვევების იდენტიფიცირება, შესწავლა და მოგვარება დაეხმარება საქართველოს ასოცირების შეთანხმებით კონკურენციის სფეროში ნაკისრი ვალდებულებების დინამიკურ და ეფექტიან ჰარმონიზებაში, ვინაიდან ევროკავშირისა და მისი წევრი ქვეყნების კონკურენციის პოლიტიკისათვის ტექნოლოგიებთან არსებული წინააღმდეგობები დღეისათვის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან და აქტუალურ გამოწვევას წარმოადგენს.

1. ციფრული ეკონომიკა

ციფრული ეკონომიკა რადიკალურად ცვლის ბიზნესის მუშაობას, მომხმარებლებთან ურთიერთობასა და ბაზარზე კონკურენციას. ზოგადად, ციფრული ეკონომიკა ნიშნავს ეკონომიკურ სისტემას, რომელიც იმართება ციფრული ტექნოლოგიებით, რომელშიც პროდუქციის, მომსახურებისა და რესურსების წარმოება, განაწილება და მოხმარება ხდება ინტერნეტით, პროგრამული უზრუნველყოფითა და მონაცემებით. ციფრული ეკონომიკის მთავარ კომპონენტებს წარმოადგენს: ელექტრონული კომერცია, ციფრული გადახდები, ღრუბლოვანი კომპიუტინგი, ხელოვნური ინტელექტი და დიდი მონაცემები. ამგვარმა უნიკალურმა მახასიათებლებმა გამოიწვია ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის ახალი ფორმების განვითარება, რამაც, თავის მხრივ, ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა კონკურენციის სამართლის ეფექტიანი აღსრულება. ამ მხრივ, განსაკუთრებით პრობლემურია ციფრული ეკონომიკის ორი მახასიათებელი: 1. ციფრული პლატფორმები და 2. დიდი მონაცემები, როგორც ციფრული ეკონომიკის მამოძრავებელი.

1.1. ციფრული პლატფორმები

ციფრული პლატფორმები ეს ონლაინ ეკოსისტემებია, რომლებიც ხელს უწყობს მომხმარებელთა შორის ურთიერთქმედებას და ტრანზაქციებს. ეს პლატფორმები, როგორც წესი, გვთავაზობს სხვადასხვა სერვისებს, როგორებიცაა საძიებო სისტემები, სოციალური ქსელები, ელექტრონული კომერცია და აპლიკაციების მაღაზიები თუ ელექტრონული კომერციის ვებსაიტები. ხშირად ისინი იწყებენ მუშაობას ბაზრის ორი მხარის დაკავშირებით (როგორც წესი, მიწოდება და მოთხოვნა), თუმცა ხშირად უერთდებიან დამატებით მომხმარებელთა ჯგუფებს, რის გამოც ისინი ხშირად მოიხსენებიან როგორც მრავალმხრივი პლატფორმები (ე.წ. multisided market). ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარების შედეგად, პლატფორმებს აქვთ უფრო დაბალი ხარჯები, ვიდრე წარსულში არსებული ბაზრის ფორმებს, და მათ შეუძლიათ მიაღწიონ ისეთ მასშტაბებს, რომლებიც ქმნიან მნიშვნელოვან ღირებულებას ბაზრის ურთიერთქმედებადი მხარეებისთვის.¹⁷

ონლაინ პლატფორმების მუშაობა ხშირად დაფუძნებულია ე.წ. „ქსელის ეფექტებზე“, რაც გულისხმობს იმას, რომ რაც მეტი მომხმარებელი უერთდება ორივე ბაზარს, მით მეტად იზრდება პლატფორმის ღირებულება. მაგალითად, ერთი მხრივ, პლატფორმაზე საბოლოო მომხმა-

17 Parker, Geoffrey, Petropoulos, Georgios, & Van Alstyne, Marshall W. (2020). *Digital platforms and antitrust* p. 1. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3608397>

რეზილიენტობის რაოდენობის ზრდა უფრო მიმზიდველს ხდის აღნიშნული პლატფორმის გამოყენებას სერვისის მიმწოდებელი კომპანიებისთვის; მეორე მხრივ, სერვისის მიმწოდებელი კომპანიების დიდი რაოდენობა, როგორც წესი, ზრდის კონკურენციას, ამალღებს ხარისხს და საბოლოო მომხმარებლებს სთავაზობს უკეთეს არჩევანს სასურველი პროდუქციის/სერვისის მისაღებად. ქსელის ეფექტების საილუსტრაციოდ ხშირად იყენებენ ე.წ. „ტელეფონის მაგალითს“, რომლის არსიც იმაში მდგომარეობს, რომ ტელეფონის ქონა მით უფრო სასარგებლო ხდება, რაც უფრო მეტ ადამიანს აქვს ის.¹⁸

რაც შეეხება ეფექტიან კონკურენციასთან დაკავშირებულ რისკებს, ონლაინ პლატფორმებმა შეიძლება შექმნან ვერტიკალური ინტეგრაციის რისკები, შეზღუდონ/გააძვირონ კონკურენტი ეკონომიკური აგენტებისთვის შესაბამის ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობა, მოახდინონ მომხმარებლებისთვის დისკრიმინაციული პერსონალიზებული ფასების შეთავაზება და ა.შ.

1.2. დიდი მონაცემები

ციფრულ ეკონომიკაში კომპანიების ბიზნეს მოდელი ხშირად ეფუძნება ეკონომიკური აგენტების მხრიდან მო-

18 Kuan, Jennifer W., & Lee, Gwendolyn K. (2019). *Governance strategy for digital platforms: Differentiation through information privacy* (August 19, 2019). In *Strategic Management Review*, p. 6, Available at: <https://ssrn.com/abstract=3991243> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3991243>

ნაცემების მოპოვებასა და დამუშავებას. აღნიშნული შეიძლება იყოს როგორც ინდივიდების პირადი (პერსონალური) მონაცემები, ასევე, ნებისმიერი სხვა სახის მონაცემი. მოცულობისა და სხვა მახასიათებლების გათვალისწინებით, საქმე შეიძლება გვექონდეს ე.წ. „დიდ მონაცემებთან“ ან როგორც ზოგჯერ მას უწოდებენ – „დიდი მონაცემების ანალიტიკასთან“. კომპანიები აგროვებენ, ამუშავებენ და აანალიზებენ მონაცემთა დიდ ნაკრებებს, რათა მიიღონ ინფორმაცია, ოპტიმიზაცია გაუწიონ პროცესებს და მონაცემების საფუძველზე მიიღონ გადაწყვეტილებები. მონაცემებზე დაფუძნებული ბიზნეს მოდელები მოიცავს სხვადასხვა ინდუსტრიებს, მათ შორის – ტექნოლოგიას, ფინანსებს, ჯანდაცვას და საცალო ვაჭრობას. კომპანიებს, რომლებსაც წვდომა აქვთ მონაცემთა უზარმაზარ ნაკრებებზე, შეიძლება ჰქონდეთ მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალა და შექმნან „მონაცემთა მონოპოლიები“. მონაცემების მხრივ ამგვარი უპირატესობის ქონამ, აგრეთვე ამგვარი მონაცემების დიდი ნაკრების შეძენისა და დამუშავების მაღალმა ღირებულებამ შეიძლება მცირე კონკურენტებისათვის შექმნას ბარიერები შესაბამის ბაზრებზე შესასვლელად, რამაც, საბოლოო ჯამში, შესაძლოა ნეგატიური გავლენა მოახდინოს კონკურენციაზე, ინოვაციათა და მომხმარებელთა კეთილდღეობაზე.

2. კონკურენციის სამართლის გამოწვევები ციფრული ეკონომიკისათვის

ციფრული ეკონომიკის განვითარებამ მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი სიკეთეები შექმნა. შესაძლებელი გახდა ახალი ტიპის ბიზნეს საქმიანობების წამოწყება, პროდუქციის უფრო მეტ პოტენციურ კლიენტამდე მიტანა, ფასების შედარება და მომხმარებლებისათვის უკეთესი არჩევანის შეთავაზება. მიუხედავად აღნიშნულისა, ციფრული ბაზრების ჩამოყალიბებამ, ასევე, ხელი შეუწყო კონკურენციის უპრეცედენტო ფორმების განვითარებას და კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებას. ამ თავში განხილული იქნება რამდენიმე გამოწვევა, რაც ართულებს ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის კანონმდებლობის შეფარდებას. თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარების ფონზე ჩამოყალიბდნენ ე.წ. დიდი ტექნოლოგიური კომპანიები ("Big Tech"). აგრეთვე, ხშირად გამოყოფენ ე.წ. ამერიკულ სუპერფირმებს Facebook, Amazon, Apple, Netflix და Google, რომლებსაც ასევე აკორონიმით – "FAANG" მოიხსენიებენ¹⁹. აღნიშნული ორგანიზაციები უპრეცედენტო საბაზრო ძალა-

19 Young, Ryan, and Wayne Crews. "The Case against Antitrust Law: Ten Areas Where Antitrust Policy Can Move on from the Smokestack Era" (April 17, 2019). Competitive Enterprise Institute, 2019. Available at

უფლებას, ფინანსურ, ტექნიკურ თუ ძალაუფლებას ფლობენ. ბუნებრივია, ამგვარი მძლავრი საბაზრო მდგომარეობის გათვალისწინებით, FAANG ეკონომიკური აგენტები კონკურენციის სამართლის აღმასრულებელი ორგანოების მხრიდანაც განსაკუთრებული ყურადღების ქვეშ არიან. უპრეცედენტოდ მაღალია მათზე დაკისრებული ფინანსური სანქციებიც, მაგალითად, კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევისათვის ერთ-ერთ საქმეზე Apple-ს ევროკომისიის მიერ 1.8 მილიარდი ევროს ოდენობით ჯარიმა დაეკისრა²⁰.

ონლაინ ბაზრებთან მიმართებით, როგორც ზოგადი წესი, მოქმედებს კონკურენციის სამართლის იგივე ნორმები, რაც სხვა ტრადიციული ბაზრებისათვის. ამ მხრივ, მაგალითად, ქართული კანონმდებლობა მსგავსია ევროკავშირის შესაბამისი ნორმებისა და მოიცავს დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აკრძალვას, კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებების აკრძალვას, კონცენტრაციების კონტროლს. ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით, პრობლემურია არა უშუალოდ რელევანტური სამართლებრივი ჩარჩოს არარსებობა, არამედ ამგვარი სამართლებრივი მექანიზმის ეფექტიანად შეფარდება ციფრულ ბაზრებზე.

კერძოდ, ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით შეგვიძლია გამოყოთ შემდეგი პრობლემები:

SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3458540>

- 20 გთხოვთ იხილეთ ევროკომისიის, 2024 წლის 4 მარტის პრეს-რელიზი, კომპანია apple-ის დაჯარიმებასთან დაკავშირებით. ხელმისაწვდომია (შემოწმებულია 12/03/24) შემდეგ მისამართზე: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1161

- ◀ **შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრა** – მაგალითად, დომინირებული მდგომარეობის დასადგენად შესაძლოა გართულდეს შესაბამისი ბაზრის განსაზღვრა.²¹ ტრადიციული ბაზრების კონტექსტში, როგორც წესი, ხდება ე.წ. SNIP ტესტის გამოყენება, რაც ფასსა და მიწოდებასთანაა კავშირში და პროდუქციის ჩანაცვლებადობის შემოწმებას გულისხმობს. თუმცა პლატფორმებთან მიმართებით, როცა მრავალნაზიანი ბაზარი გვაქვს და არსებობს, ასევე, ე.წ. ნულოვანი ფასის (Zero-price) პროდუქტები, აღნიშნული ტესტი აზრს კარგავს.²² ასევე, არსებობს კრიტიკა ზოგადად „შესაბამისი ბაზრის“ კონცეფციის რელევანტურობასთან დაკავშირებით ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით, რამდენადაც ხშირად ეს ციფრული პლატფორმები არა ერთ კონკრეტულ შესაბამის ბაზარს, არამედ მთელ ეკონომიკურ ეკოსისტემებს ქმნიან და დინამიზმით გამოირჩევიან;²³
- ◀ **საბაზრო ძალაუფლების დადგენა** – შესაბამისი ბაზრის დადგენის შემთხვევაშიც კი მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს საბაზრო ძალაუფლების დადგენა. ასეთ შემთხვევებში, კონკურენციის სამართლის ტრადიციული მიდგომებით, შესაძლოა

21 Graef, Inge. "Market Definition and Market Power in Data: The Case of Online Platforms" (September 8, 2015). World Competition: Law and Economics Review, Vol. 38, No. 4 (2015), pp. 473-506. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2657732>

22 Sufrins B., Jones A., Dunne N., EU Competition Law, 8th edition, p. 1219-1225.

23 Ibid.

ციფრულ პლატფორმას არ ჰქონდეს დომინანტური საბაზრო ძალაუფლება, მაგრამ ქსელური ეფექტების ან დიდი ოდენობით მონაცემებზე წვდომის საშუალებით, შესაძლოა განხორციელდეს კონკურენციის შეზღუდვა, შეიქმნას ბაზარზე შექმნის ხელოვნური ბარიერები, მოხდეს ფასების ქვეყანური ალგორითმების საშუალებით ფიქსაცია, გაიზარდოს ღირებულება და ა.შ. აღნიშნულთან დაკავშირებით, ასევე, არსებობს მოსაზრებები, რომ, საბაზრო ძალაუფლების ნაცვლად, ციფრულ ეკონომიკურ აგენტებთან მიმართებით, როგორც ამბობენ, საჭიროა განვითარდეს „პლატფორმების ძალაუფლების“ ან ე.წ. „გეითქიფერების ძალაუფლების“ კონცეფციები.²⁴ ზელგერი აღნიშნავს, რომ ტრადიციულმა ზიანის ეკონომიკურმა თეორიამ შესაძლოა არ იმუშაოს ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით²⁵ და ადგილი ჰქონდეს არაფასობრივ კონკურენციას (მაგალითად, მონაცემებზე დაფუძნებულს);

- ◀ **ghm** – ერთ-ერთი გამოწვევა ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით არის დროითი ფაქტორი. კერძოდ, კონკურენციის აღმასრულებელი ორგანოების მიერ გამოძიებისა და გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ვადები დროში გაწელილია,²⁶ მაშინ როდესაც ციფ-

24 Ibid.

25 Zelger, Bernadette. "Restrictions of EU Competition Law in the Digital Age: 'The Meaning of 'Effects' in a Digital Economy.'" In *Studies in European Economic Law and Regulation*, Volume 25. Springer, 2023, Chapter.

26 Surfins, p. 1227.

რული ბაზრები მაღალი დინამიზმით ხასიათდებიან და ხშირად ინტერვენცია დაგვიანებულია;

◀ **Ex-post შეფასება** – აღნიშნული პრობლემა მჭიდრო კავშირშია წინა პრობლემასთანაც. კონკურენციის სამართლისათვის დამახასიათებელია ex-post ინტერვენცია მას შემდეგ, რაც კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედება უკვე დამდგარია, მაშინ როდესაც ამგვარი მიდგომა შესაძლოა ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით დაგვიანებული იყოს;²⁷

◀ **მწიხი ადმინისტრაციული თუ ტექნიკური ხესხსები** – დიდ ციფრულ პლატფორმებთან დაკავშირებით მდგომარეობას ხშირად რესურსების ნაკლებობაც ართულებს. კერძოდ, კონკურენციის სამართლის აღმასრულებელი ორგანოებისათვის შესაძლოა საჭირო იყოს ადმინისტრაციული თუ ტექნიკური რესურსები, რათა მოახდინონ ციფრულ ბაზრებზე მიმდინარე მოვლენებზე ეფექტიანი რეაგირება.

დამატებითი საშუალება

როგორც წინა თავში იქნა განხილული, ციფრულ ბაზრებთან მიმართებით ზოგჯერ ძნელია კონკურენციის სამართლის ტრადიციული ნორმების და მექანიზმების

27 მარგველაშვილი, თ., კონკურენციის სამართლის აღსრულება ციფრული პლატფორმებისთვის – პასუხი დიგიტალიზაციის გამოწვევებს ევროპის კავშირის გამოცდილებაზე დაყრდნობით, იურიდიული ფაკულტეტი ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სამართლის ჟურნალი #1, 2023, გვ. 65-66.

ეფექტიანი შეფარდება და ამან შესაძლოა გაართულოს, მაგალითად, შესაბამისი ბაზრის დადგენა ან ეკონომიკური აგენტის დომინირებული მდგომარეობის დასაბუთება. ამ პრობლემის მოგვარების ერთ-ერთი გზა კონკურენციის სამართლის რეფორმირებაა, თუმცა, ასევე, შესაძლებელია დამატებითი სამართლებრივი მექანიზმების შემუშავება, რომლებმაც შესაძლოა კომპლემენტარული ფუნქცია იკისრონ და დააბალანსონ ის ხარვეზები, რაც ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებასთანაა დაკავშირებული. ერთ-ერთ ამგვარ მექანიზმად შეგვიძლია მივიჩნიოთ ევროკავშირის ციფრული ბაზრების აქტი (DMA),²⁸ რომელიც 2022 წელს მიიღეს.

აღნიშნული რეგულაციის სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენენ ე.წ. „გეითქიფერები“ — ანუ ის უმსხვილესი პლატფორმები, რომლებიც აკონტროლებენ ძირითად ციფრულ სერვისებს და შეუძლიათ ბაზარზე კონკურენციის დაჭერა, რეგულირება. DMA მიზნად ისახავს, რომ უფრო მყარი სამართლიანი კონკურენცია უზრუნველყოს ციფრულ ეკონომიკაში, ხელი შეუწყოს ინოვაციებს და დაიცვას მომხმარებლები ანტიკონკურენციული ქცევისგან ონლაინ ბაზრებზე.

DMA-ის ძირითადი მიზანი დიდი ონლაინ პლატფორმების ქცევის დარეგულირებაა, რომლებიც მოქმედებენ როგორც შუამავალი კომპანიები ბიზნესებსა და მომხმარებლებს შორის. ეს პლატფორმები ხშირად მონოპოლიური ან ოლიგოპოლიური ხასიათის არიან, რადგან ისინი თა-

28 ევროპის პარლამენტისა და საბჭოს 2022 წლის 14 სექტემბრის რეგულაცია (EU) 2022/1925 კონკურენტული და სამართლიანი ბაზრების შესახებ ციფრულ სექტორში, ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng>

ვიანთი საბაზრო ძალაუფლებით აკონტროლებენ ზოგიერთ პროდუქტს ან სერვისს. მაგალითად, პლატფორმები, როგორიცაა Google, Amazon, Apple და Facebook, ხშირად თავიანთ გავლენას ბაზარზე იყენებენ, რათა შეზღუდონ კონკურენცია, შეამცირონ მომხმარებლის არჩევანი და შეაფერხონ მცირე კონკურენტების განვითარება.

გეითქიფერები არიან პლატფორმები, რომლებიც აკმაყოფილებენ სპეციალურ კრიტერიუმებს, როგორებიცაა: დიდი ბაზრის წილი, მომხმარებლების დიდი რაოდენობა და სხვა ციფრულ სერვისებზე ხელმისაწვდომობის კონტროლი. ამ პლატფორმებში შედის სერვისები, როგორებიცაა: საძიებო სისტემები, სოციალური ქსელები, ონლაინ სავაჭრო სერვისები და აპლიკაციების მაღაზიები. DMA მიზნად ისახავს ისეთი პრაქტიკების შეზღუდვას, რომლებმაც შეიძლება დააზარალოს კონკურენცია, მაგალითად:

- ◀ **პერსონალური პრეფერენციები:** როდესაც გეითქიფერები პლატფორმაზე კონკურენტების ნაცვლად საკუთარი პროდუქციის თუ სერვისების პრეფერენციას ახდენენ;
- ◀ **მონაცემების გამოყენება:** როდესაც გეითქიფერები იყენებენ მათ მიერ შეგროვებულ დიდ მონაცემებს სხვა ბიზნესებისა და მომხმარებლებისგან, რათა მოახდინონ კონკურენციის შეზღუდვა;
- ◀ **ბაზარზე ხელმისაწვდომობის შეზღუდვა:** როდესაც გეითქიფერები შედარებით მცირე ზომის ეკონომიკურ აგენტებს დაუსაბუთებლად რთულ მოთხოვნებს უწესებენ ბაზარზე წვდომისათვის.

საინტერესოა ციფრული ბაზრების აქტისა და კონკურენციის სამართლის ურთიერთმიმართებაც. მართალია, ციფრული ბაზრების აქტი დამოუკიდებელი რეგულაციაა, მაგრამ იგი კონკურენციის სამართლისათვის მაინც ასრულებს კომპლემენტარულ ფუნქციას დიდ ციფრულ პლატფორმებთან მიმართებით. ერთ-ერთ მნიშვნელოვან განმასხვავებელს წარმოადგენს გეითქიფერების ex ante შეფასების შესაძლებლობა, მაშინ როდესაც კონკურენციის სამართალს მხოლოდ ex-post მოქმედების საშუალება აქვს.

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი განმასხვავებელია ის ფაქტორი, რომ ციფრული ბაზრების აქტის შემთხვევაში, კონკურენციის სამართლისაგან განსხვავებით,²⁹ არ არის აუცილებელი დომინირებული მდგომარეობის დადგენა და არც ის, რომ კონკურენციის წესების დარღვევის შედეგად ზიანი ან პოტენციური ზიანი დადგეს. ამ მხრივ ციფრული ბაზრების აქტი უბრალოდ კონცენტრირებულია ბაზრის სტრუქტურის დაცვაზე და სწორედ ამით აბალანსებს იმ გამონწვევების ნაწილს, რაც კონკურენციის სამართლის ციფრულ ბაზრებთან შეფარდებასთანაა დაკავშირებული.³⁰

29 ევროკავშირის ფუნქციონირების ხელშეკრულების 102-ე მუხლის მიზნებისათვის აუცილებელია ეკონომიკური აგენტის დომინირებული მდგომარეობის დადგენა შეფაბამის ბაზარზე.

30 Sufrin, p. 1243.

3. კონკურენციის სამართლის აღსრულება ციფრულ ბაზრებზე საქართველოში

საქართველოში თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის დაცვისა და აღსრულების სტანდარტებს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი (შემდგომში „კანონი“) ადგენს, რომელიც 2012 წელს იქნა მიღებული. ამავე კანონის მე-4 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, კანონით დადგენილი მოთხოვნების შესრულების უფლებამოსილების მქონე ორგანო არის ამ კანონის საფუძველზე შექმნილი დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო (შემდგომში „სააგენტო“). სააგენტო შექმნილია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე და საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 14 აპრილის №288 დადგენილებით დამტკიცებული დებულების შესაბამისად.³¹

სააგენტო კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების გამოვლენას შემდეგი ძირითადი მიმართულებით ახორცი-

31 ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/phpmKvcT.pdf

ელებს: კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებები,³² დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება,³³ არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია³⁴ და სახელმწიფო/ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ კონკურენციის შეზღუდვა,³⁵ გარდა ამისა, სააგენტო უზრუნველყოფს კონცენტრაციების კონტროლს, რომლის მიზანია გამოავლინოს და აღკვეთოს კონცენტრაციები, რომლებიც არსებითად ზღუდავენ ეფექტიან კონკურენციას³⁶ და ახორციელებს სახელმწიფო დახმარებების კონტროლს, რომელიც მიზნად ისახავს – არ იქნეს დაშვებული ისეთი ტიპის სახელმწიფო დახმარება, რომელიც აფერხებს კონკურენციას ან ქმნის მისი შეფერხების საშიშროებას, გარდა კანონით გათვალისწინებული გამონაკლისებისა.³⁷

აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლებში საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობაში განხორციელდა მნიშვნელოვანი ცვლილებები კონკურენციის სამართლის პოლიტიკისა და აღსრულების მიმართულებით, სადაც განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს კონკურენციის კანონმდებლობაში 2020 წელს შესული ფუნდამენტური ცვლილებები,³⁸ რის შედეგადაც გაიზარდა სააგენტოს უფლებამოსილებები, დაიხვეწა და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან ჰარმონიზაციაში მოვიდა რიგი დებულებები.

32 „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლი.

33 იქვე, მე-6 მუხლი.

34 იქვე, მე-11³ მუხლი.

35 იქვე, მე-10 მუხლი.

36 იქვე, მე-11 მუხლი.

37 იქვე, მე-12 მუხლი.

38 საქართველოს 2020 წლის 16 სექტემბრის კანონი #7126-ლს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე“.

უნდა აღინიშნოს, რომ ქართულ კანონმდებლობაში ელექტრონული ან ონლაინ ბაზრის სპეციფიკური განმარტება არ არსებობს. კონკურენციის მარეგულირებელი დღევანდელი ქართული კანონმდებლობა კი არ მოიცავს სპეციალურ დანაწესებს ელექტრონულ/ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის წესების დაცვის სტანდარტების შესახებ, რომელიც, ერთი მხრივ, სახელმძღვანელო უნდა იყოს კონკურენციის აღმასრულებელი ორგანოებისათვის³⁹ და შესაბამის ბაზარზე ოპერირებადი ყველა ეკონომიკური აგენტისათვის⁴⁰ და, მეორე მხრივ, რომელთა დარღვევის შემთხვევაში უნდა დაწესდეს შესაბამისი სანქცია. შესაბამისად, ვინაიდან ქართულ სამართლებრივ სივრცეში ჯერჯერობით არ არსებობს ციფრულ ეპოქაში კონკურენციის სამართლის ეფექტიანად აღსრულებისათვის საჭირო სპეციალური საკანონმდებლო ან კანონქვემდებარე ნორმები, სააგენტო მსგავსი საკითხების გადასაწყვეტად კონკურენციის სამართლის მარეგულირებელი ზოგადი საკანონმდებლო ჩარჩოთი ხელმძღვანელობს.

მიუხედავად სპეციალური კონკურენციის სამართლებრივი რეგულაციების არარსებობისა, ელექტრონულ ბაზრებზე კონკურენციის აღსრულების თვალსაზრისით არ-

39 კონკურენციის პოლიტიკის აღმასრულებელი ორგანო სააგენტოსთან ერთად არის ამავდროულად სასამართლოც, კერძოდ, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 28-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, პირს უფლება აქვს, მიმართოს სასამართლოს „კონკურენციის შესახებ“ კანონის დარღვევის თაობაზე სააგენტოსათვის მიმართვის გარეშე.

40 „ეკონომიკური აგენტის“ ცნება განმარტებული „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-„3.ა“ მუხლში, როგორც: ფიზიკური პირი, იურიდიული პირი, სხვა გაერთიანება ან ასოციაცია, რომელიც ახორციელებს ეკონომიკურ საქმიანობას, განურჩევლად რეზიდენტობისა, იურიდიული პირის სამართლებრივი ფორმისა.

სებობს მომიჯნავე კანონმდებლობა, რომელსაც შეუძლია გარკვეული გავლენები მოახდინოს პრაქტიკაში კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების კუთხით, თუნდაც ხელი შეუწყოს ან საკანონმდებლო ურთიერთქმედების საფუძველზე უფრო თვალსაჩინო გახადოს ანტიკონკურენტული ქმედებების ახალი ფორმები.

ამ კუთხით, უნდა აღინიშნოს 2023 წელს მიღებული ორი უახლესი კანონი, კერძოდ, 2023 წლის 14 ივნისს მიღებული კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“⁴¹ და 2023 წლის 13 ივნისს მიღებული კანონი „ელექტრონული კომერციის შესახებ“⁴². ხსენებული კანონების დანაწესები პირდაპირი და ძირითადი მიზნებით შესაძლოა არ იყოს დაკავშირებული, თუმცა მიზეზ-შედეგობრივად და მეორადი მიზნებით ხელს უწყობენ სამართლიანი და კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბებას ციფრულ ბაზრებზე, მომხმარებელთა უფლებების დაცვას, ციფრული ეკოსისტემის სამართლებრივი მოწესრიგების გაუმჯობესებასა და კონკურენტუნარიანობის ზრდას ბაზარზე. „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონი, ციფრული ბაზრის ქრილში, უშუალოდ ბაზრის მონაწილეთა შორის სამართლიანი პირობების დამკვიდრებას, ციფრული ვაჭრობის გამჭვირვალობას და მომხმარებელთა დაცვის სტანდარტების ამაღლებას ემსახურება, ხოლო „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონი, რომელიც ევროპული GDPR-ის სტანდარტებზეა დაფუძნებული, აწესებს მკაცრ მოთხოვნებს მონაცემთა და-

41 „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი, 3144-XIმს-Хმპ, 14.06.2023.

42 „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, 3110-XIმს-Хმპ, 13.06.2023.

მუშავეებისა და დაცვის პროცესებზე, შედეგად, ხელი ეწყობა ციფრულ ბაზრებზე დომინანტი მოთამაშეების მხრიდან მომხმარებელთა მონაცემების უსამართლოდ გამოყენების პრევენციას, რაც წინაპირობაა ბაზარზე უფრო სამართლიანი კონკურენციის პირობების შექმნის თვალსაზრისით.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ შესაბამისმა უწყებებმა შეძლონ მათი ეფექტიანი აღსრულება, რათა უზრუნველყოფილი იყოს რეგულაციების პრაქტიკული შედეგიანობა და კონკურენციის სამართლის მიზნების სრულყოფილად განხორციელება ონლაინ ეკონომიკაში.

მიუხედავად სააგენტოს ფუნდამენტური როლისა, საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულება ხორციელდება დიფერენცირებული ინსტიტუციური მოდელის მიხედვით, რომელიც სააგენტოსთან ერთად მოიცავს რამდენიმე სახელწიფო აღმასრულებელ უწყებას. როგორც აღინიშნა, პირველ რიგში, ეს არის კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო – ხელისუფლების სხვა შტოებისაგან დამოუკიდებელი უწყება, რომელიც წარმოადგენს კონკურენციის პოლიტიკის აღმასრულებელ ძირითად ორგანოს; მეორე მხრივ, სასამართლო, რომელიც ერთდროულად ასრულებს როგორც სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების მაკონტროლებელი ორგანოს ფუნქციას, ამასთანავე გვევლინება, როგორც „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღმასრულებელი ორგანო: პირს უფლება აქვს, კანონის დარღვევის თაობაზე, სააგენტოსათვის მიმართვის გარეშე, პირდაპირ მიმართოს სასამართლოს, კერძოდ, თბილისის საქალაქო სასამართლოს;⁴³

43 „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 28-ე მუხლის 1-ლი და მე-2 პუნქტები.

მესამე მხრივ, რეგულირებად სექტორებში, ეროვნულ მარეგულირებელ ორგანოებს გააჩნიათ საკუთარ საზედამხებდვლო სექტორებში კონკურენციის აღსრულების ექსკლუზიური უფლებამოსილება.

შესაბამისად, ქვემოთ განხილული იქნება ის ძირითადი სამართლებრივი ასპექტები, რომლებიც კონკურენციის პოლიტიკისა და სამართლის განხორციელებას უკავშირდება, მათ შორის, ციფრულ/ელექტრონულ ბაზრებთან მიმართებით. განხილული იქნება „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის გავლენა კონკურენციის სამართალზე, რაც ციფრული ვაჭრობის გამჭვირვალობისა და სამართლიანი პირობების დამკვიდრების წინაპირობად გვევლინება, ასევე, განიხილავთ „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონისა და GDPR-ის სტანდარტების მნიშვნელობას კონკურენციის სამართლისთვის.

და რაც მნიშვნელოვანია, წარმოდგენილი იქნება საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს პრაქტიკა, რომელიც წარმოაჩენს კონკურენციის სამართლის გამოწვევებსა და მათ აღმოფხვრასთან დაკავშირებულ ნაბიჯებს უშუალოდ ელექტრონულ ბაზრებზე/პლატფორმებზე. ასევე, განხილულ იქნება რეგულატორული ორგანოების როლი, სამართლებრივი საფუძვლები და მათი საქმიანობის შედეგები ქართული კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულებაში. ყურადღება გამახვილდება იმ პროცესებზე, რომლებიც მიზნად ისახავს სამართლებრივი ჩარჩოს ეფექტიანად იმპლემენტაციას, რათა სხვადასხვა ტიპის ბაზრებზე კონკურენცია იყოს სამართლიანი და თანაბარი პირობებით უზრუნველყოფილი.

3.1. „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის გავლენა კონკურენციაზე

„ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონის მიღება უკავშირდება ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებას და ელექტრონული კომერციის განვითარებისთვის სამართლებრივი გარემოს გაუმჯობესების მიზანს.

კანონი საქართველოში საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურებების (ელექტრონული კომერციის) სამართლებრივი რეგულირების საფუძველს ქმნის. გარდა ამისა, აღნიშნული კანონი მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ონლაინ ეკონომიკურ სუბიექტებზე, როგორც კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის სუბიექტებზე. მოცემული კანონი არა მხოლოდ არეგულირებს ციფრული ბაზრების სამართლებრივ ჩარჩოს, არამედ გარკვეულწილად ქმნის საფუძველს კონკურენციის სამართლის ეფექტიანი აღსრულებისთვის ონლაინ ეკონომიკურ გარემოში.

ონლაინ ბაზრებზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტები, როგორებიცაა ელექტრონული კომერციის პლატფორმები, შუალედური მომსახურების მიმწოდებლები (ISP) და დისტანციური მომსახურების შემსრულებლები, კონკურენციის სამართლის სუბიექტები არიან. მათი საქმიანობა, რომელიც დაკავშირებულია ფასთა შეთავაზების, მომსახურების პირობების და მონაცემთა მონოპოლიზაციის საკითხებთან, ქმნის კონკურენციის სამართლის ფარგლებში მნიშვნელოვან გამოწვევებს. „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონს შემოაქვს შუალედური მომსახურების მიმ-

წოდებლის (ISP) განმარტება და განსაზღვრავს მის უფლებებსა და მოვალეობებს, აწესებს მისი პასუხისმგებლობის ფარგლებსა და ზომებს.⁴⁴

თუ „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონის ძირითადი მიზანია მომხმარებლის უფლებების დაცვა ელექტრონულ პლატფორმებზე განხორციელებული ტრანზაქციის ფარგლებში, აღნიშნული კანონი, შეიძლება ითქვას, რომ არაპირდაპირ ახორციელებს კონტრიბუციას ელექტრონულ ბაზრებზე კონკურენციის წესების აღსრულებაში, ასე, მაგალითად, ციფრულ ეკოსისტემას სთავაზობს რეგულაციების იმგვარ კომპლექსს, რომელიც აძლიერებს სამართლიან და კონკურენტულ გარემოს შემდეგი მექანიზმებით:

- ◀ **ელექტრონული ხელშეკრულებების სტანდარტიზაცია:** კანონის მე-7 და მე-8 მუხლები არეგულირებენ ელექტრონული ხელშეკრულებების გაფორმების წესებს, რაც ერთი მხრივ, ადგენს გამჭვირვალობის სტანდარტს, ხოლო მეორე მხრივ, უზრუნველყოფს ტრანზაქციების სამართლებრივ უსაფრთხოებას. აღნიშნულის საბოლოო მიზანი კი არის შეამციროს ბაზრის მონაწილეებს შორის პოტენციური დავების რაოდენობა და ხელი შეუწყოს უფრო სტაბილურ ეკონომიკურ გარემოს. ამგვარი სტანდარტიზაცია მნიშვნელოვანია, რათა თავიდან იქნეს აცილებული

44 შუალედური მომსახურების მიწოდების განმარტებისათვის იხილეთ, „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონის მე-„2.ზ“ მუხლი, შუალედური მომსახურების მიწოდებლის პასუხისმგებლობის საკითხებისათვის, ამავე კანონის V თავი.

არაპროგნოზირებადი და ანტიკონკურენტული პირობები;

- ◀ **პერსონალური მონაცემების დაცვა და კონკურენცია:** კანონის მე-6 მუხლი ადგენს პერსონალური მონაცემების დაცვის ვალდებულებას. ონლაინ ბაზრების კონტექსტში, მომხმარებელთა მონაცემების ბოროტად გამოყენება შეიძლება გახდეს კონკურენციის შეზღუდვის ბერკეტი (მაგ., მიზანმიმართული რეკლამა, მომხმარებელთა მიზნობრივი გადანაწილება და ა.შ.). მონაცემთა დაცვის მკაცრი წესები ხელს უშლის დომინანტური მოთამაშეების მიერ ამ მონაცემთა მონოპოლიზაციას და ბაზარზე წვდომის შეზღუდვას.

გარდა ზემოაღნიშნულისა, კანონის ზოგადი კონტექსტი, რომელიც გულისხმობს ქვეყანაში მეწარმეობისა და ელექტრონული ვაჭრობის შემდგომი განვითარებას, საქართველოს გლობალურ სავაჭრო სივრცეში ინტეგრირებას (რაც დამატებით დადებით ზეგავლენას მოახდენს ქვეყნის სავაჭრო იმიჯზე და მისი მოსახლეობის ეკონომიკური და სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე), ელექტრონული კომერციის პლატფორმების მიმართ ნდობის ამაღლებას ელექტრონული კომერციის დაცული ინტერნეტ სივრცის უზრუნველყოფით – მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ევროპის ერთიან ციფრულ ბაზართან ინტეგრაციას,⁴⁵ ამისთვის კი საჭიროა კანონის ეფექტიანი აღსრულება პრაქტიკაში.

45 განმარტებითი ბარათი საქართველოს კანონის პროექტზე „ელექტრონული კომერციის შესახებ“, გვ.2. ხელმისაწვდომია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/317984>

საბოლოოდ, შეიძლება ითქვას, რომ „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონი თავისი შინაარსით და მიზნით არსებითად აუმჯობესებს ონლაინ ეკონომიკური სუბიექტების სამართლებრივ ჩარჩოს, რაც პირდაპირ კავშირშია და ხელს უწყობს კონკურენციის სამართლის ეფექტიან აღსრულებას. ამ კანონით გაწერილი წესები, შესაბამისი აღსრულების პირობებში, ხელს შეუწყობს არა მხოლოდ ბაზრის გამჭვირვალობის ზრდას და მომხმარებელთა უფლებების დაცვას, არამედ აფართოებს შესაძლებლობას, რომ ონლაინ ეკონომიკა განვითარდეს კონკურენტულ და ინოვაციურ გარემოში.

3.2. მონაცემთა დაცვისა და კონკურენციის სამართლის ურთიერთქმედება

3.2.1. GDPR-სა და ანტიკონკურენტული ქმედებების თანაკვეთა ევროპულ პრაქტიკაში

დღევანდელ ციფრულ სამყაროში კონკურენციის სამართალი და მონაცემთა დაცვის რეგულაციები კომპლექსურად ურთიერთქმედებენ, რაც ხან ურთიერთშემავსებელ ფუნქციაში გამოიხატება, ზოგჯერ კი კონფლიქტს იწვევს. 2016 წლის 27 აპრილის ევროპარლამენტისა და საბჭოს მიერ მიღებულ იქნა ევროკავშირის მონაცემთა დაცვის ზოგადი რეგულაცია 2016/679 (GDPR),⁴⁶ რომელიც ძალაში შევიდა 2018

46 ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2016 წლის 27 აპრილის რეგულაცია (EU) 2016/679 პერსონალურ მონაცემთა დამუშავებისას ფიზიკურ პირთა დაცვისა და ასეთი მონაცემების თავისუფალი მიმოცვლის შესახებ, რომელიც აუქმებს 95/46/EC დირექტივას. აღ-

წლის 25 მაისს. ზემოაღნიშნულმა რეგულაციამ დაადგინა პერსონალურ მონაცემთა დაცვის ახალი სტანდარტები, პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სფეროში შემოიღო ახალი მნიშვნელოვანი ცნებები და ინსტიტუტები თანამედროვე ტექნოლოგიური პროგრესის გათვალისწინებით.

ბოლო დროის ევროპული პრაქტიკის ფარგლებში, ქვემოთ მიმოხილული იქნება, თუ როგორ შეუძლია ევროკავშირის მონაცემთა დაცვის ზოგად რეგულაციასთან (GDPR) შესაბამისობას გავლენა მოახდინოს კონკურენციის პროცესზე.

ორივე მარეგულირებელი ჩარჩო მიმართულია მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის საერთო მიზნისაკენ. კონკურენციის სამართალი ხელს უწყობს ღია ბაზრებს და ანტიკონკურენტული პრაქტიკების აღკვეთას, მაშინ როცა მონაცემთა დაცვის რეგულაციები უზრუნველყოფენ პირადი ინფორმაციის კონფიდენციალურობასა და კონტროლს. ეს საერთო მიზანი განსაკუთრებით აქტუალურია ციფრულ ბაზრებზე, სადაც პერსონალური მონაცემები ერთ-ერთ ძირითად აქტივად გვევლინება. ამ კონტექსტში ჩნდება მნიშვნელოვანი კითხვა: **„რატომ უნდა დავიცვა GDPR-ის შეზღუდვები, როცა ჩემი კონკურენტების უმეტესობა ამას არ აკეთებს?“**

ეს დილემა ახალი არ არის. მაგალითად, 1978 წელს საფრანგეთის „ინფორმატიკისა და თავისუფლებების შესახებ“ კანონის⁴⁷ მიღებიდან მოყოლებული, კომპანიები

ნიშნული რეგულაცია წარმოადგენს ევროკავშირის მონაცემთა დაცვის რეფორმის ნაწილს. ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32016L0680>

47 კანონი № 78-17, მიღებული 1978 წლის 6 იანვარს, საფრანგეთში, „ინფორმატიკის, ფაილებისა და თავისუფლებების შესახებ“, უფრო მეტად ცნობილი, როგორც „ინფორმატიკისა და თავი-

აპელირებდნენ შესაბამისობის ხარჯებსა და სირთულეებზე, როგორც მონაცემთა მართვის სწორი პრაქტიკის განხორციელების ბარიერების შესახებ. თუმცაღა, საკითხი სხვაგვარი კუთხით ვლინდება, თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ ბოლო დროს ევროპული სასამართლო პრაქტიკა ხაზს უსვამს გარემოებას, რომ GDPR-ის შეუსაბამობა არა მხოლოდ რეგულაციების დარღვევად ითვლება, არამედ არაკეთილსინდისიერ კონკურენციადაც შეიძლება დაკვალიფიცირდეს.

3.2.1.1. მნიშვნელოვანი პრაქტიკა: არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის გამოვლენა GDPR-ის კონტექსტში

**ევროკავშირის მართლმსაჯულების
სასამართლოს (CJEU) გადაწყვეტილება საქმეზე
C-21/23 LINDENAPOTHEKE:**

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (CJEU) ეს მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილება, რომელიც მიღებულ იქნა 2024 წლის 4 ოქტომბერს სასამართლოს დიდი პალატის მიერ,⁴⁸ ხაზს უსვამს მონაცემთა დაცვისა და კონკურენციის სამართლის ურთიერთგადაკვეთასა და ურთიერთქმედების მასშტაბს ბიზნეს პრაქტიკაში.

საქმის კონტექსტი:

სუფლებების კანონი“, (La loi Informatique et Libertés) წარმოადგენს ფრანგულ კანონს, რომელიც არეგულირებს პირადი მონაცემების დამუშავებას. ხელმისაწვდომია: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006068624>

48 C-21/23, Lindenapothke GmbH, CJEU, 04.10.2024.

◀ დავა მიმდინარეობდა გერმანული სააფთიაქო სექტორის ორ ოპერატორს შორის. ერთ-ერთმა მხარემ განახორციელა ურეცეპტო, მაგრამ უშუალოდ სააფთიაქო მედიკამენტების რეალიზაცია ონლაინ ბაზრის პლატფორმის მეშვეობით. კონკურენტმა კომპანიამ წამოიწყო დავა და ამტკიცებდა, რომ გამყიდველმა დაარღვია მონაცემთა დაცვის რეგულაციები მომხმარებელთა ჯანმრთელობის შესახებ მონაცემების დამუშავებით, საჭირო თანხმობის გარეშე. წინასწარი გადაწყვეტილების მიღების პროცედურის ფარგლებში,⁴⁹ გერმანიის იუსტიციის ფედერალურმა სასამართლომ (Bundesgerichtshof) დასვა ორი შეკითხვა GDPR-ის ინტერპრეტაციასთან დაკავშირებით. სასამართლოს კითხვები შეეხებოდა საკითხებს – წარმოადგენდა თუ არა შეგროვებული მონაცემები (როგორიცაა სახელი, მიწოდების მისამართი და შეკვეთილი მედიკამენტები) – „ჯანმრთელობის მონაცემებს“ GDPR-ის მე-9 მუხლის მიხედვით და, თუ კი – შეეძლოთ თუ არა კონკურენტებს სამართლებრივი ზომების გამოყენება GDPR-თან დაკავშირებულ ნებისმიერ დარღვევასთან დაკავშირებით.

CJEU-მ გადაწყვეტილებაში ყურადღება გაამახვილა შემდეგზე:

◀ **კონკურენტული უპირატესობა:** GDPR-ის მოთხოვნების უგულებელყოფით, აფთიაქმა თავიდან აი-

49 „Preliminary ruling“, იხ. „ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ“ შეთანხმების 267-ე მუხლი.

ცილა შესაბამისობისთვის საჭირო ხარჯები და ადმინისტრაციული სირთულეები, რითაც **არაკეთილსინდისიერი კონკურენტული უპირატესობა** მოიპოვა იმ კონკურენტ კომპანიებთან შედარებით, რომლებიც რეგულაციას იცავდნენ;

- ◀ **GDPR-ის დარღვევა და არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია:** ნებისმიერი ქმედება, რომელიც არღვევს მონაცემთა დაცვის კანონებს და ამით კომერციულ სარგებელს იღებს, შეიძლება ჩაითვალოს **არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად**;
- ◀ **ზიანი კონკურენტებისთვის:** GDPR-ის შეუსაბამობა ბაზარზე ქმნის დისბალანსს, რაც ზიანს აყენებს იმ ეკონომიკურ აგენტებს, რომლებიც რეგულატორ წესებს იცავენ;
- ◀ **სამართლებრივი შედეგები:** მსგავსმა ქმედებებმა შესაძლოა, გამოიწვიოს სანქციები როგორც GDPR-ის, ასევე, კონკურენციის სამართლის ფარგლებში.

სასამართლო უფრო შორს წავიდა და განიხილა დისკრეციის ზღვარი, რომლითაც სარგებლობენ წევრი სახელმწიფოები GDPR-ის განხორციელებისას. ამასთან დაკავშირებით, სასამართლომ განმარტა, რომ „მიუხედავად იმისა, რომ GDPR მიისწრაფვის უზრუნველყოს პერსონალური მონაცემების დაცვის შესახებ ეროვნული კანონმდებლობის ჰარმონიზება, ფაქტი ფაქტად რჩება, რომ ამ რეგულაციის რამდენიმე დებულება წევრ სახელმწიფოებს ცალსახად აძლევს შესაძლებლობას – დაადგინონ დამატებითი,

უფრო მკაცრი ან შემზღუდავი ეროვნული წესები, რაც მათ დისკრეციის ზღვარს უტოვებს ამ დებულებების განხორციელების ფორმაში („ლიაობის დებულებები“).⁵⁰

სასამართლომ დაამატა: „მართალია, GDPR-ის VIII თავის დებულებები პირდაპირ არ ითვალისწინებს ასეთ „ლიაობის პუნქტს“, თუმცა, VIII თავის დებულებების ფორმულირიბიდან და კონტექსტიდან გამომდინარეობს, რომ ამ რეგულაციის მიღებით, კანონმდებელი არ აპირებდა სამართლებრივი დაცვის საშუალებების ამომწურავ ჰარმონიზაციას GDPR დებულებების დარღვევებთან დაკავშირებით და რეგულაციის დამრღვევი სუბიექტის კონკურენტებისთვის არ სურდა გამოერიცხა იმ სამართლებრივი საშუალებების ხელმისაწვდომობა, რომელიც გამომდინარეობს არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის აკრძალვიდან“.⁵¹

აღსანიშნავია, რომ ამ გადაწყვეტილებამდეც ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს უახლეს წინარე პრაქტიკაში უკვე განვითარებული ჰქონდა მიდგომა იმასთან დაკავშირებით, რომ GDPR-ის დებულებების დარღვევა შესაძლოა გახდეს კონკურენციის წესების დარღვევის საფუძველიც.⁵² ამასთან, განიმარტა, რომ აღნიშნული გარემოება შესაძლოა გახდეს „არსებითი მინიშნება“ („vital clue“) დომინანტური პოზიციის ბოროტად გამოყენების შეფასებისას.⁵³

გადაწყვეტილების კონტექსტი მიუთითებს მზარდი ინსტიტუციური ცნობიერებაზე, პერსონალური მონაცემე-

50 C-21/23, Lindenapotheke, პარა.57.

51 იქვე, პარა.59-60.

52 C-252/21, Meta Platforms and Others, CJEU, 04.07.2023, C-319/20, Meta Platforms Ireland, CJEU, 28.04.2022.

53 C-252/21 – Meta Platforms and Others, para. 47.

ბის ეფექტიანი დაცვის მიზნით, ჰოლისტიკური და კოორდინირებული მიდგომის აუცილებლობის შესახებ, მკვლევრების მიერ შემოთავაზებული „უფრო თანამშრომლობითი მიდგომის“⁵⁴ შესაბამისად, მონაცემთა დაცვის, კონკურენციის კანონის აღსრულების და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აკრძალვის მიზნებისათვის.⁵⁵

აქვე აღსანიშნავია თავად ევროკომისიის მეორე მოხსენება GDPR-ის გამოყენების შესახებ,⁵⁶ რომელიც გამოქვეყნდა 2024 წლის 25 ივლისს. იგი ნათლად ცხადყოფს, რომ „ციფრული რეგულაციების განვითარება აჩენს მჭიდრო თანამშრომლობის საჭიროებას მარეგულირებელ სფეროებში. ასეთი თანამშრომლობა უფრო საჭირო ხდება, რადგან მონაცემთა დაცვის საკითხები სულ უფრო ხშირად იკვეთება, მაგალითად, კონკურენციის კანონმდებლობის, სამომხმარებლო სამართლის, ციფრული ბაზრის წესების, ელექტრონული კომუნიკაციების რეგულირებისა და კიბერუსაფრთხოების საკითხებთან. (...) მონაცემთა დაცვის

54 “Collaborative approach” იხ. Wolfgang Kerber, Taming Tech Giants: The Neglected Interplay Between Competition Law and Data Protection (Privacy) Law, Volume 67, Issue 2.

55 <https://eulawanalysis.blogspot.com/2024/12/as-long-as-system-of-remedies-and.html>. იხ. ასევე, Using Data Protection Law to Fight Data-Related Anticompetitive Conduct: Expanding the “Meta Model”? Lindenapotheker (C-21/23). ხელმისაწვდომია: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2024/11/29/using-data-protection-law-to-fight-data-related-anticompetitive-conduct-expanding-the-meta-model-lindenapotheker-c-21-23/>.

56 Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, Second Report on the application of the General Data Protection Regulation, COM/2024/357. ხელმისაწვდომია: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2024%3A357%3AFIN>

ორგანოები იღებენ ზომებს იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მათი ქმედებები იყოს სხვა მარეგულირებელი სფეროების შემავსებელი და თანმიმდევრული“.

**საფრანგეთის საკასაციო სასამართლოს 2020
წლის 12 თებერვლის გადაწყვეტილება საქმეზე
N°17-31.614**

აღნიშნული გადაწყვეტილება, რომელიც საფრანგეთის საკასაციო სასამართლომ გამოიტანა, წარმოადგენს მნიშვნელოვან პუნქტს, რომელიც ეხება **არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას** GDPR-ის დარღვევის კონტექსტში.⁵⁷

დავა მიმდინარეობდა la société Cristallerie de Montbronn-სა და la société Cristal de Paris-ს შორის **არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტზე** GDPR-ის დარღვევის გამო. სასამართლოს მხრიდან საქმეში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო იმ გარემოებას, რომ კომპანიები, რომლებიც თავს არიდებენ GDPR-თან დაკავშირებულ ისეთ სავალდებულო ხარჯებს, როგორიცაა მონაცემთა სათანადო დაცვისა და დამუშავების მექანიზმების უზრუნველყოფის ხარჯები, იღებენ არასათანადო ეკონომიკურ უპირატესობას იმ კონკურენტებთან შედარებით, რომლებიც იცავენ რეგულაციებს.

57 Cour de cassation, civile, Chambre civile 1, 12.02.2020, n°17-31.614, <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000041620381/>

გადაწყვეტილების საკვანძო საკითხები:

- ◀ **არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია:** სასამართლომ დაადასტურა, რომ GDPR-ის დარღვევა წარმოადგენს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას, რადგან ეს კომპანიებს საშუალებას აძლევს შეამცირონ გასავალი (მარეგულირებელი ხარჯების თავიდან აცილების მიზნით), რომელიც კანონმორჩილმა კომპანიებმა უნდა გაიღონ მონაცემთა დაცვის უზრუნველსაყოფად;
- ◀ **უსამართლო ეკონომიკური უპირატესობა:** სასამართლომ განმარტა, რომ ბიზნესი, რომელიც არ ახორციელებს ინვესტიციას მონაცემთა დაცვის აუცილებელ ზომებში, როგორც ამას მოითხოვს GDPR, ქმნის თავისთვის ეკონომიკურ უპირატესობას შესაბამისობის ხარჯების თავიდან აცილებით. ეს სარგებელი მიჩნეულია არაკეთილსინდისიერად, რადგან ის ზიანს აყენებს იმ კონკურენტებს, რომლებიც იცავენ კანონმდებლობას და იღებენ შესაბამის ხარჯებს. საკასაციო სასამართლოს გადაწყვეტილებით, Cristal de Paris-ს დაევალა გადაეხადა კომპანია Cristallerie de Montbronn-ისათვის ჯარიმა 300,000 ევროს ოდენობით, როგორც ზიანის ანაზღაურება, რომელიც გამოწვეული იყო არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის პრაქტიკით;
- ◀ **2021 წლის განმარტება:** ერთი წლის მოგვიანებით, კერძოდ, 2021 წლის 17 მარტს, საფრანგეთის საკასა-

ციო სასამართლომ, n°19-10.414 საქმეში⁵⁸ la société Creative commerce Partners-სა და მოპასუხე მხარეებს – la société MV და M. E... Q...ს შორის უფრო მკაფიოდ განმარტა ეს გადაწყვეტილება და დაადასტურა, რომ GDPR-ის დარღვევა ქმნის **კონკურენტულ უპირატესობას** დამრღვევი მხარისათვის, რაც აზარალებს იმ კომპანიებს, რომლებიც რეგულაციებს იცავენ. საკასაციო სასამართლომ გადაწყვეტილებაში დაადასტურა „ავტომატური“ ბმა **GDPR წესების დარღვევასა და არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტს შორის**, იმის გათვალისწინებით, რომ რეგლამენტის ნებისმიერი დარღვევა ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების პროცესში „აუცილებლად იწვევს მისი ავტორის არასათანადო კონკურენტულ უპირატესობას“. ეს გადაწყვეტილება კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს, რომ ასეთი ქმედება ავტომატურად კვალიფიცირდება არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ქმედებად საფრანგეთის კანონმდებლობის თანახმად. სასამართლოს საბოლოო გადაწყვეტილებით, მოპასუხეებს სოლიდარული წესით დაევაღათ 30,000 ევროს, როგორც არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შედეგად მიყენებული ზიანის ანაზღაურება.

58 Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 17.03.2021, n°19-10.414 https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000043302271?init=true&page=1&query=19-10414+&searchField=ALL&tab_selection=all

სამართლებრივი შედეგები:

- ◀ აღნიშნულმა გადაწყვეტილებებმა გააძლიერეს მოსაზრება, რომ GDPR-ის შესაბამისობა არის არა მხოლოდ მარეგულირებელი ვალდებულება, არამედ სამართლიანი კონკურენციის ნაწილიც. ეს გულისხმობს, რომ ბიზნესს არ შეუძლია ეკონომიკური სარგებელი/უპირატესობა მიიღოს საჭირო მარეგულირებელი ჩარჩოს გვერდის ავლით, განსაკუთრებით იმ ბაზრებზე, რომლებიც მაღალი კონკურენტუნარიანობით გამოირჩევა და სადაც მონაცემთა დაცვა გადამწყვეტია;
- ◀ ასევე, შეიქმნა **პრეცედენტი მომავალი პრაქტიკისათვის**, როდესაც **GDPR-ის დარღვევები** შეიძლება დაკავშირებული აღმოჩნდეს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციასთან.

საფრანგეთის საკასაციო სასამართლოს ეს განმარტება ემთხვეოდა ევროკავშირის კანონმდებლობის მზარდ ტენდენციას, რომ მონაცემთა დაცვის დარღვევები უკავშირდება არა მხოლოდ ადმინისტრაციულ ჯარიმებს, არამედ არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის კონცეფციას. ეს ტენდენცია ასახავს მონაცემთა დაცვის უფრო გაძლიერებულ სწრაფვას ბაზრის რეგულირების სფეროში, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ დღესდღეობით, მონაცემთა დაცვა ციფრულ ეკონომიკაში სამართლიანი კონკურენციის ერთ-ერთი ფუნდამენტური ასპექტია.

პარიზის დიდი ინსტანციის სასამართლოს 2022 წლის 15 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე 19/12628

პარიზის დიდი ინსტანციის სასამართლოს (Tribunal de grande instance de Paris) 2022 წლის 15 აპრილის გადაწყვეტილებაში (საქმის ნომერი 19/12628),⁵⁹ საკითხი შეეხებოდა დავას, რომელიც მიმდინარეობდა აგროქიმიური ნივთიერებების წარმოებასა და გაყიდვის სფეროში მოქმედ კონკურენტ კომპანიებს შორის, კერძოდ, მომჩივან კომპანიას წარმოადგენდა la société PLAISANCE EQUIPEMENTS, ხოლო მოპასუხეებს – S.A.R.L. CARBTECH და A.T.W.T. INTERNATIONAL B.V.

- ◀ **GDPR-ის დარღვევა:** აღმოჩნდა, რომ მოპასუხე S.A.R.L. CARBTECH აგროვებდა პერსონალურ მონაცემებს სათანადო გამჭვირვალობისა და მკაფიო კონფიდენციალურობის პოლიტიკის გარეშე, რაც არღვევდა GDPR-ის დებულებებს მონაცემთა დაცვისა და კონფიდენციალურობის შესახებ. გარდა ამისა, აღნიშნულმა კომპანიამ დაარღვია მომხმარებელთა კოდექსის, ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2013 წლის 21 მაისის რეგლამენტი (EU) No524/2013 სამომხმარებლო დავების ონლაინ გადაწყვეტის შესახებ და „ინფორმატიკისა და თავისუფლებების შესახებ“ საფრანგეთის კანონი, რამეთუ მის ვებგვერდზე არ იყო მითითებული გარკვეული მნიშვნელოვანი ინ-

59 Tribunal de grande instance de Paris, 15 avril 2022, 19/12628. ხელმისაწვდომია: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000045905278>

ფორმაცია, როგორცაა სამომხმარებლო მედიატორის საკონტაქტო ინფორმაცია (საფრანგეთის მომხმარებელთა კოდექსის მუხლი L616-1) და შესაბამისი ელექტრონული ბმული დავების გადაწყვეტის ონლაინ პლატფორმის შესახებ (მომხმარებელთა კოდექსის L616-2 მუხლი და ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2013 წლის 21 მაისის (EU) No524/2013 რეგულაციის მუხლი 14.1).

სასამართლომ მიუთითა, რომ პერსონალური მონაცემების კონფიდენციალურობის პოლიტიკის არარსებობა მოცემული კომპანიის ვებსაიტზე და მხოლოდ „შეცდომის გვერდის ბმულის“ არსებობა ინფორმაციის მიუწოდებლობას უთანაბრდება, რაც GDPR-ის მე-12, მე-13 და მე-14 მუხლების დარღვევას წარმოადგენს;

- ◀ **არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია:** სასამართლომ დაადგინა, რომ GDPR-ის ეს შეუსრულებლობა წარმოადგენს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას, რადგან კომპანიამ მოიპოვა ეკონომიკური უპირატესობა მარეგულირებელი მოთხოვნების შეუსრულებლობის გამო, რითაც თავის კონკურენტებს არახელსაყრელ მდგომარეობაში აყენებდა და იწვევდა კონკურენტული თანასწორობის დარღვევას. „რამდენადაც კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას GDPR-ის ნებისმიერი დარღვევა აუცილებლად გამოიწვევს არასათანადო კონკურენტულ უპირატესობას მისი ჩამდენისთვის, უნდა დავასკვნათ, რომ S.A.R.L. CARBTECH მოქმედება არაკეთილსინდი-

სიერია კონკურენციის ფარგლებში“. ამასთან, სასამართლომ აღნიშნული კვალიფიკაციისას მითითება გააკეთა საკასაციო სასამართლოს კომერციული პალატის მიერ მიღებული 2021 წლის n° 01-10.414 გადაწყვეტილებაზე, რომელზეც ზევით უკვე ვისაუბრეთ;

- ◀ **ზიანი:** კომპანიას la société CARBTECH-ს დაევალა ზიანის – 15,000 ევროს ანაზღაურება, რაც გამოიწვია არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის განევამ.

ეს გადაწყვეტილება კიდევ ერთხელ ადასტურებს სწრაფვას პერსონალური მონაცემების დაცვასა და კონკურენციის კანონს შორის სწრაფი და მჭიდრო დაკავშირებისკენ, ხაზს უსვამს GDPR-ის შესაბამისობის მზარდ მნიშვნელობას კონკურენტულ ლანდშაფტში, რადგან კონფიდენციალურობისა და მონაცემთა დაცვის სტანდარტების შეუსრულებლობა ახლა უკვე შეიძლება ჩაითვალოს ანტიკონკურენტულ ქმედებად, რაც ექვემდებარება შესაბამის იურიდიულ შედეგებს კონკურენციის სამართლის კანონმდებლობის ფარგლებში.

პარიზის სააპელაციო სასამართლოს 2022 წლის 9 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე N° 21/00180

პარიზის სააპელაციო სასამართლოს 2022 წლის 9 ნოემბრის გადაწყვეტილება,⁶⁰ რომლის ფარგლებშიც დავა

60 9 November 2022, Cour d'appel de Paris, RG n° 21/00180. ხელმისაწვდომია: <https://www.courdecassation.fr/en/decision/636ca5776c>

მიმდინარეობდა S.A.S. HUSQVARNA FRANCE-ს და S.A.S. BRICO PRIVE-ს შორის, შეეხებოდა უკანონო გზით კონკურენტული უპირატესობების მოპოვებას, კერძოდ, მონაცემთა დაცვის ზოგადი რეგულაციის (GDPR) მრავალჯერადი დარღვევის მეშვეობით.

- ◀ **ფაქტობრივი გარემოებები:** S.A.S. BRICO PRIVE-ის მხრიდან დარღვევები განხორციელდა კომპანიის ვებსაიტის მეშვეობით, სადაც პერსონალური მონაცემები (მათ შორის: სახელები, ელ.ფოსტა და ტელეფონის ნომრები) შეგროვდა სათანადო წესებისა და GDPR-ის მოთხოვნების დაცვის გარეშე, პერსონალური მონაცემების შეგროვებასა და დამუშავებასთან სათანადო გამჭვირვალობისა და თანხმობის გარეშე. კომპანიამ ამ გზით შეგროვებული პერსონალური მონაცემები გამოიყენა თავის საბაზრო სექტორში არაკეთილსინდისიერი გზით კონკურენტული უპირატესობის მოსაპოვებლად. დარღვევები მოიცავდა კონფიდენციალურობის შესაბამისი პოლიტიკის არარსებობას და კომპანიის ვებსაიტზე მონაცემთა დამუშავების პრაქტიკის სათანადო გამჭვირვალობის უზრუნველყოფის ვალდებულების უგულებელყოფას;
- ◀ **შედეგი:** სასამართლომ დაადგინა, რომ ეს ქმედებები წარმოადგენდა არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას საფრანგეთის კანონმდებლობის საფუძველზე, რის შედეგადაც BRICO PRIVE-ს დაავალა არაკეთილსინდი-

სიერი კონკურენციისა და პარაზიტიზმით მიყენებული ზიანის ანაზღაურების სახით გადაეხადა 200 000 ევრო მომჩივანი S.A.S. HUSQVARNA FRANCE-სათვის.

სასამართლომ ხაზი გაუსვა ციფრულ ეპოქაში სამართლიანი კონკურენციის უზრუნველყოფისა და მომხმარებელთა მონაცემების დაცვის მნიშვნელობას. აღნიშნული საქმეც ადასტურებს, თუ როგორ მართავს GDPR ციფრულ სივრცეში მოქმედ ბიზნესებს, განსაკუთრებით, მონაცემთა შეგროვებისა და ასეთი პრაქტიკის გამჭვირვალობის კუთხით, რამაც, საბოლოოდ, შესაძლოა, ორმაგ სამართლებრივ დარღვევასთან და შესაბამის სანქციებთან მიიყვანოს ეკონომიკური აგენტი.

3.2.1.2. გამოწვევები და პერსპექტივები

GDPR-ის სტანდარტები მონაცემთა მართვასთან დაკავშირებით მკაფიოდაა განსაზღვრული, თუმცა მისი დაცვა მნიშვნელოვან ხარჯებთან არის დაკავშირებული ბიზნეს სექტორისათვის. ეს გარემოება კონფლიქტებს იწვევს კონკურენტულ ბაზრებზე, სადაც წესებთან შეუსაბამოდ მოქმედი ეკონომიკური აგენტები ახერხებენ მმართველობითი ხარჯების გვერდის ავლას და აღწევენ „მოჩვენებითად გაუმჯობესებულ კომერციულ ეფექტიანობას“ ("pretendue performance commerciale accrue"/a purportedly enhanced commercial performance). ასეთი პრაქტიკა ხაზს უსვამს მარეგულირებელ ორგანოებს შორის უფრო მჭიდრო

თანამშრომლობისა და მათი გადაწყვეტილებების მეტი ჰარმონიზაციის აუცილებლობას.

პერსპექტივები: შესაბამისობა, როგორც სტრატეგიული აქტივი

GDPR-ის შესაბამისობა არა მხოლოდ სანქციების თავიდან აცილების ინსტრუმენტია, არამედ სტრატეგიული უპირატესობის მოპოვების წყაროც შეიძლება გახდეს. ძირითადი სარგებელი მოიცავს შემდეგ ფაქტორებს:

- ◀ **მომხმარებელთა და პარტნიორთა ნდობა:** გამჭვირვალობა ამყარებს კომერციულ და სავაჭრო ურთიერთობებს;
- ◀ **ოპერაციული ოპტიმიზაცია:** მკაფიოდ განსაზღვრული პროცესები ზრდის ბიზნესის ეფექტიანობას;
- ◀ **კორპორატიული რეპუტაცია:** რეგულაციების დაცვა აუმჯობესებს საზოგადოებრივ აღქმას;
- ◀ **მონაცემების ღირებულება:** GDPR-ის დაცვა ხელს უწყობს მონაცემების პასუხისმგებლიან მონეტიზაციას.

გარდა ამისა, შესაბამისობის გამოყენება სამართლებრივ დავებში შესაბამისობის მქონე კომპანიებს შესაძლებლობას აძლევს, მოითხოვონ სანქციები იმ კონკურენტების წინააღმდეგ, რომლებიც არაკანონიერი პრაქტიკით სარ-

გებლობენ და ამის საფუძველზე აძლიერებენ თავიანთ პოზიციას ბაზარზე.

მონაცემთა დაცვისა და კონკურენციის სამართლის გადაკვეთა ხაზს უსვამს ინტეგრირებული მიდგომების საქროებას. ევროპული სასამართლოების ბოლო გადაწყვეტილებები აჩვენებს, რომ GDPR-ის დაცვა არა მხოლოდ რეგულატორული მოთხოვნაა, არამედ ინსტრუმენტია სამართლიანი კონკურენციის ხელშესაწყობად. დღევანდელ დინამიკურ ციფრულ გარემოში, კომპანიები, რომლებიც რეგულაციის შესაბამისი პრაქტიკით ოპერირებენ, არა მხოლოდ სანქციების პრევენციას უზრუნველყოფენ, არამედ ჯანსაღი კონკურენტული საბაზრო პრაქტიკის დანერგვასაც უწყობენ ხელს.

3.2.2. „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის პოტენციური გავლენა კონკურენციაზე

2023 წლის 14 ივნისს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო ახალი კანონი „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, რომლის მიზანი პირველივე მუხლშია გაცხადებული – „პერსონალური მონაცემების დამუშავებისას ადამიანის ძირითადი უფლებებისა და თავისუფლებების, მათ შორის, პირადი და ოჯახური ცხოვრების, პირადი სივრცისა და კომუნიკაციის ხელშეუხებლობის უფლებების დაცვა“.

პერსონალურ მონაცემთა დაცვის საკანონმდებლო ბაზის ჰარმონიზაცია და კონსოლიდაცია წარმოადგენს საქართველოს მიერ ევროპის კავშირთან ასოცირების შეთანხმებითა და ასოცირების დღის წესრიგით ნაკისრ

ვალდებულებას. ასოცირების შეთანხმების I დანართის თანახმად, საქართველო ვალდებულია უზრუნველყოს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის კანონმდებლობის შესაბამისობა ევროკავშირის No 95/46/EC დირექტივასთან, ევროპის საბჭოს 108 კონვენციასთან და მის დამატებით ოქმთან, ასევე, ევროკავშირის 2008 წლის 27 ნოემბრის 2008/977/JHA ჩარჩო გადაწყვეტილებასთან და ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის 1987 წლის 15 ნოემბრის No R (87)15 რეკომენდაციასთან. გარდა ამისა, „საქართველოს ევროკავშირში ინტეგრაციის საგზაო რუკის (RoadMap2EU)“ თანახმად, მონაცემთა დაცვის შესახებ საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობის დაახლოება მონაცემთა დაცვის უახლეს ევროპულ სტანდარტებთან წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებას/სამომავლო გეგმას.⁶¹

2016 წლის 27 აპრილის ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2016/679(GDPR) რეგულაციამ გააუქმა „ასოცირების შესახებ“ შეთანხმებით გათვალისწინებული 95/46/EC დირექტივა. რეგულაციის 94-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მითითება 95/46/EC დირექტივაზე განმარტებულ უნდა იქნეს, როგორც ზემოაღნიშნულ რეგულაციაზე მითითება.

გარდა რეგულაციასთან შესაბამისობის ზოგადი ამოცანისა, ახალი საკანონმდებლო აქტის მიღება განპირობებულია პრაქტიკული საჭიროებებითაც. კერძოდ, ახალი რეგულაციის მიხედვით, მისი მოქმედება ვრცელდება არა მხოლოდ ევროკავშირის ტერიტორიაზე დაფუძნებულ იურიდიულ პირებზე, არამედ იმ პირებზეც, რომლებიც პრო-

61 განმარტებითი ბარათი საქართველოს კანონის პროექტზე „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“, გვ. 1-2. ხელმისაწვდომია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/222087>

დექტის ან მომსახურების მიწოდებას ახორციელებენ ევროკავშირის ტერიტორიაზე. ევროკავშირთან ინტეგრაციის პროცესში არსებული სამართლებრივი ურთიერთობიდან გამომდინარე, საქართველოს საწარმოებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ევროკავშირის კანონმდებლობასთან ჰარმონიზებული საკანონმდებლო ბაზის საფუძველზე საქმიანობის წარმართვა, რაც მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს მათ საქმიანობას ევროკავშირის ტერიტორიაზე.⁶²

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო არ წარმოადგენს ევროკავშირის წევრს, GDPR-ის მოქმედება არაპირდაპირ მაინც ვრცელდება საქართველოზეც. ის ორგანიზაციები, რომლებიც არ არიან რეგისტრირებული ევროკავშირში, თუმცა ამუშავებენ ევროკავშირში მყოფი პირების მონაცემებს, ექცევიან GDPR-ის მოქმედების არეალში. GDPR გარკვეულწილად იქცა პერსონალური მონაცემების დაცვის საერთაშორისო სტანდარტად. შესაბამისად, საქართველოს მიზანია მოიყვანოს ადგილობრივი კანონმდებლობა GDPR-თან შესაბამისობაში.⁶³

„პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონს, რომელიც მჭიდროდ არის დაკავშირებული ევროკავშირის რეგულაციებთან (GDPR), მნიშვნელოვანი გავლენის მოხდენის პოტენციალი გააჩნია ციფრულ და ონლაინ ბაზრებზე კონკურენციის აღსრულების თვალსაზრისით.

62 იქვე, გვ.2.

63 გზამკვლევი პერსონალური მონაცემების დაცვის კანონმდებლობა საქართველოში, KPMG Law Georgia, 2023, გვ.3. ხელმისაწვდომია: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ge/pdf/2023/12/Personal-Data-Guide-GEO.pdf>

ეს კანონი, რომელიც მოიცავს მონაცემთა დამუშავებისა და დაცვის მკაცრ სტანდარტებს, მონაცემთა სუბიექტის უფლებების დაცვის მექანიზმებსა და შესაბამის სანქციებს, ხელს უწყობს ბაზარზე მოთამაშეთა მონაცემთა ხელმისაწვდომობის უფრო დაბალანსებულ გადანაწილებას.

კანონი ავალდებულებს ეკონომიკურ აგენტებს, შეიმუშაონ პერსონალური მონაცემების დამუშავებისა და დაცვის შესაბამისი პოლიტიკა, განახორციელონ მის შესრულებაზე მონიტორინგი. გარდა ამისა, ახალი კანონი არა მხოლოდ აწესებს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის ახალ სტანდარტებს, არამედ ამკვიდრებს დამატებით პრინციპებსა და ვალდებულებებს, რომლებიც ორგანიზაციებმა (ამ შემთხვევაში, ეკონომიკურმა აგენტებმა) თავიანთ ბიზნეს-ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების პროცესში უნდა დაიცვან პერსონალური მონაცემების დამუშავებისას. ცხადია, ამგვარი ძირეული ცვლილებები თითოეული იმ სუბიექტისათვის, რომელიც შემხებლობაშია პერსონალურ მონაცემებთან, დიდ გამოწვევას წარმოადგენს, რამეთუ მათ მიერ პასუხი უნდა გაეცეს იმგვარ კითხვებს, როგორებიცაა: როდის, როგორ და რა საფუძვლით უნდა დამუშავდეს პერსონალური მონაცემები, ასევე, საჭიროებს თუ არა სუბიექტი ტექნიკურ და კორპორაციულ ან/და ბიზნეს პრაქტიკის განახლებას. აღსანიშნავია, რომ ის ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც ვერ უზრუნველყოფენ პერსონალური მონაცემების დაცვას და ახალ რეგულაციებთან შესაბამისობას, შესაძლოა დადგნენ არა მხოლოდ ფინანსური ჯარიმების, არამედ რეპუტაციული რისკის წინაშე.

ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის აღსრულების კუთხით, „პერსონალურ მონა-

ცემთა დაცვის შესახებ“ კანონის ზოგიერთ მუხლს განსაკუთრებული ურთიერთქმედების ხარისხი გააჩნია, მაგალითად:

მონაცემთა სუბიექტის ინფორმირება (მუხლი 25)

ეს მუხლი აკონკრეტებს პერსონალური მონაცემების დამუშავებასთან დაკავშირებულ სპეციალურ დათქმებს, კერძოდ, განსაზღვრავს მონაცემთა სუბიექტის უფლებებს, მათ შორის: ინფორმაციის მიღების, წვდომის, გასწორების, ნაშლისა და დამუშავების შეზღუდვის უფლებებს. ეს უფლებები ციფრულ ბაზრებზე მოქმედ კომპანიებს ავალდებულებს, უზრუნველყონ მომხმარებელთა მონაცემების გამჭვირვალე და უსაფრთხო დამუშავება, რაც შეიძლება გავლენას ახდენდეს მათ ბიზნეს მოდელებსა და კონკურენტუნარიანობაზე.

მონაცემთა სუბიექტის ინფორმირების მტკიცების ტვირთი ეკისრება მონაცემთა დამმუშავებელს/უფლებამოსილ პირს. ციფრულ ბაზრებზე მოქმედ კომპანიებს მოუწევთ მონაცემთა დაცვის სტანდარტების გამკაცრება და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უზრუნველყოფა, რამაც, საბოლოო ჯამში, შეიძლება გავლენა მოახდინოს მთლიანი ბაზრის სტრუქტურაზე.

ინციდენტების შეთყობინება (მუხლი 29)

ამ მუხლის მიხედვით, მონაცემთა დამუშავებისას ადამიანის ძირითადი უფლებებისა და თავისუფლებებისთვის მნიშვნელოვანი საფრთხის შემცველი ინციდენტის შემთხვევაში, დამუშავებისთვის პასუხისმგებელი პირი ვალდებულია დაუყოვნებლივ აცნობოს პერსონალურ

მონაცემთა დაცვის სამსახურს. ეს მოთხოვნა ციფრულ ბაზრებზე მოქმედ კომპანიებს ავალდებულებს, სწრაფი და ეფექტიანი რეაგირება მოახდინონ მონაცემთა დაცვის ინციდენტებზე, რაც შეიძლება გავლენას ახდენდეს მათ რეპუტაციასა და კონკურენტუნარიანობაზე.

მონაცემთა დაცვაზე ზეგავლენის შეფასება (მუხლი 31)

ეს მუხლი ავალდებულებს მონაცემთა დამუშავებაზე პასუხისმგებელ პირებს, პრაქტიკაში წინასწარ განახორციელონ მონაცემთა დაცვაზე ზეგავლენის შეფასების მექანიზმი. კერძოდ, თუ მონაცემთა კატეგორიის, მოცულობის, მონაცემთა დამუშავების მიზნების და საშუალებების გათვალისწინებით, მაღალი ალბათობით იქმნება ადამიანის ძირითადი უფლებების დარღვევის საფრთხე, მონაცემთა დამუშავებელი ვალდებულია წინასწარ განახორციელოს მონაცემთა დამუშავების ზეგავლენის შეფასება. აღნიშნული ვალდებულება მონაცემთა დამუშავებელზე გავრცელდება იმ შემთხვევაში, თუ იგი მონაცემთა სუბიექტისათვის სამართლებრივი, ფინანსური ან სხვა სახის არსებითი მნიშვნელობის შედეგის მქონე გადაწყვეტილებას იღებს მომხმარებელთა პროფილირების საფუძველზე.

ეს მოთხოვნა ციფრულ ბაზრებზე მოქმედ კომპანიებს აიძულებს, მეტი ყურადღება მიაქციონ მონაცემთა დამუშავების პროცესებს, რაც შეიძლება გავლენას ახდენდეს მათ კონკურენტუნარიანობაზე, რათა თავიდან იქნეს აცილებული მომხმარებელთა უკანონო პროფილირება, რამეთუ ეს უკანასკნელი შემდგომში ანტიკონკურენტული ქმედების განხორციელების იარაღი შესაძლოა გახდეს.

თუ მონაცემთა დაცვის სტანდარტებს განვიხილავთ კონკრეტულ ანტიკონკურენტულ ქმედებებთან მიმართებით, უფრო ნათლად წარმოჩინდება ამ ორი სამართლებრივი პოლიტიკის – კონკურენციისა და პერსონალურ მონაცემთა დაცვას შორის კოლაბორაციული მიდგომის (“collaborative approach between policies”) აუცილებლობა.

კარტელები და მონაცემთა გაზიარების შესახებ შეთანხმებები

მონაცემთა გაზიარების შეთანხმებები: კარტელურმა შეთანხმებებმა მონაცემთა გაზიარების ან დამუშავების სფეროში შეიძლება მიიღონ ახალი ფორმები ციფრულ ბაზრებზე, მაგალითად:

- ◀ **მონაცემთა წვდომის შეზღუდვა:** ციფრული პლატფორმები, რომლებიც აგროვებენ და ინახავენ მომხმარებელთა დიდ მოცულობის მონაცემებს, შეიძლება შეთანხმდნენ მონაცემთა დამუშავების საერთო სტრატეგიასა ან პოლიტიკაზე, რაც ფარული მიზნით მიმართული იქნება კონკურენტების წინააღმდეგ ან/და ბაზარზე ხელოვნური ბარიერების შექმნას შეუწყობს ხელს. შეთანხმებები შეიძლება მოიცავდეს მცირე მოთამაშეებისთვის არასამართლიანი სავაჭრო თუ სხვა პირობების დაწესებას, მაგალითად, მონაცემების გაზიარების გაჭიანურებას ან ზედმეტად მაღალი ფასების მოთხოვნას მონაცემთა წვდომისთვის;

- ◀ **მონაცემების უზიარებლობა:** პერსონალური მონაცემების დამუშავების წესებისა და დანერგული პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციის გაზიარება კანონის პრინციპებთან შეუსაბამოდ შეიძლება გამოყენებულ იქნეს კონკურენციის შეზღუდვისთვის, მაგალითად, მომხმარებელთა პროფილირების ან ფასის დისკრიმინაციის მეშვეობით. კერძოდ, კომპანიები შეიძლება შეთანხმდნენ, რომ გაზიარებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთობლივად განსაზღვრონ მომხმარებელთა ქცევის ან მოთხოვნის პროფილები; მეორე მხრივ, კომპანიები შეიძლება შეთანხმდნენ, რომ მომხმარებელთა განსხვავებული სეგმენტებისთვის სხვადასხვა ფასის პოლიტიკა გამოიყენონ, რაც ბაზარზე არათანაბარ პირობებს ქმნის;
- ◀ **პეხსონადუხი მონაცემების დაცვა, ჰოგოხც ბაჰიეხი:** კარტელური შეთანხმებები შეიძლება შენიღბულ იქნეს მონაცემთა დაცვის საკანონმდებლო მოთხოვნების გამოყენებით, მაგალითად, იმ მოტივით, რომ მონაცემთა გაზიარება შეუძლებელია „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის“ მიზნის საფუძველზე. შედეგად, კარტელური შეთანხმებების იდენტიფიცირება გართულებდა, რადგან მონაცემთა გაზიარება შეიძლება განიმარტოს, როგორც მომხმარებელთა უფლებების დარღვევა. გარდა ამისა, ეკონომიკური აგენტები შეიძლება შეთანხმდნენ კონკრეტულ სტანდარტებზე, რომლებიც კონკურენტებისთვის ხელმიუწვდომელია და რამაც შესაძლოა, გამოიწვი-

ოს მათი განდევნა ბაზრიდან ან ამ ხელოვნურად შექმნილი ბარიერით დაიბლოკოს პოტენციური კონკურენტი აგენტების შემოსვლა ბაზარზე.

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის პრაქტიკა პერსონალური მონაცემების გამოყენებით

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის საკითხი ციფრულ ბაზრებზე განსაკუთრებით აქტუალურია პერსონალურ მონაცემებთან დაკავშირებულ პრაქტიკებში. კანონის ფარგლებში, არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის პრევენციასა და აღმოფხვრასთან განსაკუთრებით აქტუალურია შემდეგი ასპექტები:

მომხმარებელთა შეცდომაში შეყვანა და მონაცემთა გამჭვირვალობის დარღვევა 25-ე მუხლის ფარგლებში – ეკონომიკური აგენტები ვალდებული არიან განახორციელონ მონაცემთა სუბიექტის ინფორმირება, გააცნონ მათ, თუ როგორ იქნება გამოყენებული მათი პერსონალური მონაცემები.

ამ კუთხით, შეიძლება შემდეგი რისკების იდენტიფიცირება:

- ◀ **შეცდომაში შეყვანის რისკი:** არაკეთილსინდისიერი პრაქტიკით მოქმედმა ეკონომიკურმა აგენტებმა შესაძლოა, გამოიყენონ არაგამჭვირვალე ფორმულირებები, რათა მომხმარებლები შეცდომაში შეიყვანონ თანხმობის მიღების პროცესში;

- ◀ **ქცევითი რეკლამის არაკეთილსინდისიერი გამოყენება:** „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონის მე-12 მუხლის მიხედვით, მონაცემთა დამუშავება პირდაპირი მარკეტინგის მიზნით დასაშვებია ხდება მხოლოდ მონაცემთა სუბიექტის თანხმობით. დადგენილია ვალდებულება, რომ მონაცემთა სუბიექტის თანხმობის მიღებამდე და პირდაპირი მარკეტინგის განხორციელებისას მონაცემთა დამუშავებელმა/უფლებამოსილმა პირმა მონაცემთა სუბიექტს ნათლად და მარტივი ენით განუმარტოს მის მიერ თანხმობის ნებისმიერ დროს გამოხმობის უფლების და მისი განხორციელების მექანიზმის/ნების შესახებ. მიუხედავად ამისა, არაკეთილსინდისიერ პრაქტიკას შეუძლია მიიღოს ახალი ფორმები, მათ შორის, მონაცემთა დისკრიმინაციული გამოყენების გზით;
- ◀ **მომხმარებლის დეზინფორმაცია:** რეკლამების ან შეთავაზებების შინაარსი შესაძლოა შეგნებულად არასწორი იყოს, რაც ხელს უწყობს ბაზრის გაუმჭვირვალობას, მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანასა და მისი ინტერესების დაზიანებას, ინფორმირებული არჩევანის გაკეთების შეზღუდვას. ასეთი ტიპის ქმედებას პირდაპირ კრძალავს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11³ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი, რომლის მიხედვითაც აკრძალულია ეკონომიკური აგენტის ისეთი ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტე-

რესებს, მათ შორის, კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის ან/და მომსახურების თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემა, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს.

ამ კუთხით, ახალი კანონის საფუძველზე გაძლიერდა მონაცემთა სუბიექტის დაცულობის რეჟიმი, ცვლილებები შეეხო პირდაპირი მარკეტინგის მიზნით მონაცემთა დამუშავებას. მონაცემთა დამუშავება პირდაპირი მარკეტინგის მიზნით დასაშვები ხდება მხოლოდ მონაცემთა სუბიექტის თანხმობით. დგინდება ვალდებულება, რომ მონაცემთა სუბიექტის თანხმობის მიღებამდე და პირდაპირი მარკეტინგის განხორციელებისას მონაცემთა დამუშავებელმა/უფლებამოსილმა პირმა მონაცემთა სუბიექტს ნათლად და მარტივი ენით განუმარტოს მის მიერ თანხმობის ნებისმიერ დროს გამოხმობის უფლებისა და მისი განხორციელების მექანიზმის/წესის შესახებ. მონაცემთა დამუშავებელი/უფლებამოსილი პირი ვალდებულია, შეწყვიტოს მონაცემთა პირდაპირი მარკეტინგის მიზნებისათვის დამუშავება მონაცემთა სუბიექტის მოთხოვნის მიღებიდან გონივრულ ვადაში, მაგრამ არაუგვიანეს 3 სამუშაო დღისა.⁶⁴ ამასთანავე, მონაცემთა

64 „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონის მე-12 მუხლი.

სუბიექტს უფლება აქვს, მის შესახებ მონაცემთა საჯაროდ ხელმისაწვდომი ფორმით დამუშავების შემთხვევაში დამატებით დამუშავებისთვის პასუხისმგებელ პირს მოსთხოვოს მონაცემთა ხელმისაწვდომობის შეზღუდვა ან/და მონაცემთა ასლების ან მონაცემებთან დამაკავშირებელი ნებისმიერი ინტერნეტბმულის წაშლა;⁶⁵

- ◀ **არაკეთილსინდისიერი კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება:** მონაცემთა დამუშავების წესების უგულებელყოფამ შეიძლება გამოიწვიოს პირადი მონაცემების არამართლზომიერი გამოყენება პირდაპირი მარკეტინგისთვის, რაც კონკურენტულ უპირატესობას ანიჭებს იმ კომპანიებს, რომლებიც არღვევენ წესებს, რადგან მათ შეუძლიათ პერსონალიზებული რეკლამებით მეტი მომხმარებლის მიზანში ამოღება, თარგეტირებული ფასების დაწესება. გარდა ამისა, მომხმარებელთა მონაცემებზე წვდომის მეშვეობით შესაძლოა დადგინდეს, ვის როგორი ფასი შესთავაზონ ან/და განახორციელონ უფრო აგრესიული მარკეტინგული კამპანიები, რაც კონკურენტციის პროცესში უსამართლო უპირატესობას იძლევა.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ კანონი მიზნად ისახავს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სფეროში იყოს უფრო მეტად განჭვრეტადი და გაიზარდოს ადამიანის უფლებათა დაც-

65 „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონის მე-16 მუხლის მე-6 პუნქტი.

ვაზე ორიენტირებული პერსონალურ მონაცემთა დაცვის მდგრადი და ეფექტიანი მექანიზმები. კონკურენციის სამართლებრივი კუთხით, აღნიშნული რეგულაცია ხელს უწყობს ბაზრის სუბიექტების მხრიდან მომხმარებელთა პერსონალური მონაცემების მასობრივი და უსამართლო დამუშავების პრევენციას, ამასთან, მცირე და საშუალო სუბიექტებს ექნებათ შესაძლებლობა, მონაცემთა უფრო თანაბარ პირობებში წვდომის გზით ჩაერთონ კონკურენციაში, რაც გაზრდის ბაზრის დივერსიფიკაციას. მეორე მხრივ, საჭიროა იმის უზრუნველყოფა, რომ ახალი რეგულაციები არ იქცეს დაბრკოლებად მცირე სუბიექტებისთვის, რომლებმაც შეიძლება ვერ მოახერხონ ახალი საკანონმდებლო მოთხოვნების შესაბამისი რესურსების მობილიზება. მაგალითად, **დომინანტური მოთამაშეების საბაზრო ძალაუფლება შეიძლება გაიზარდოს**, რადგან მათ უკვე აქვთ მოპოვებული დიდი მოცულობის მომხმარებელთა პერსონალური მონაცემები, ბაზარზე მყარი პოზიციების გამო აქვთ მონაცემთა დამუშავების რესურსები და მდგომარეობა, ვიდრე ახალ მოთამაშეებს, რომლებიც ახლა შედიან ბაზარზე და სჭირდებათ დამატებითი შესაძლებლობების მობილიზება მონაცემთა დამუშავების პოლიტიკის ჩამოყალიბებისა და იმპლემენტაციისათვის.

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფარგლებში შესაძლოა კომპანიებმა გამოიყენონ მონაცემთა არაგამჭვირვალე დამუშავების პოლიტიკა, ამ გზით მოიპოვონ მომხმარებელთა მონაცემები და შემდგომში გამოიყენონ ისეთი საბაზრო ქმედებისთვის, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტისა და მომხმარებლის ინტერესებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ კონკურენციისა და მომხმარებლის სააგენტოს პრაქტიკაში ჯერ არ ყოფილა განხილული საქმე, რომელიც უშუალოდ დაკავშირებული იქნებოდა „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ“ კანონის დარღვევის შედეგად ანტიკონკურენტული ქმედების იდენტიფიცირებასთან, რაც შესაძლოა იმით აიხსნას, რომ აღნიშნული ახალი კანონის ამოქმედებიდან ჯერ მხოლოდ წელიწად-ნახევარია გასული და მონაცემთა დაცვის პოლიტიკა ჯერ კიდევ ადაპტაციის პერიოდს გადის, მათ შორის, ქართულ სამართლებრივ სივრცეში, ამასთან, შესაბამისი ცნობიერება ჯერ კიდევ არ არის საკმარისად მაღალი საზოგადოებაში.

პერსონალურ მონაცემთა დაცვის პოლიტიკა, თანამედროვე სტანდარტებისა და პრინციპების გათვალისწინებით, საკმაოდ ახალი საკითხია ქართული სამართლებრივი რეალობისათვის, მითუმეტეს, რომ მისი ინტერაქცია კონკურენციის პოლიტიკასა და სამართალთან საკმაოდ მკვეთრ კომპლექსურ რეალობასა და გამოწვევებს ქმნის. ამიტომაც, კონკურენციის პოლიტიკისა და პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სახელმწიფო აღმასრულებელ უწყებებს შორის საჭიროა ხდებოდეს უფრო მეტი კოორდინაცია და ახალი ინსტრუმენტების შემუშავება, იქნება ეს თანამშრომლობის მემორანდუმის თუ სხვა სამართლებრივი ფორმატის ფარგლებში, რათა, მათ შორის, ციფრულ ბაზრებზე განხორციელდეს სამართლიანი და ჯანსაღი კონკურენციის უზრუნველყოფისათვის სათანადო ნიადაგის შექმნა პერსონალური მონაცემების დაცულობის გათვალისწინებით.

3.3. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს პრაქტიკა

3.3.1. კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმებების პრაქტიკა ციფრულ ბაზრებზე

ციფრული ეკონომიკის განვითარებამ ელექტრონულ ბაზრებზე კონკურენციის ახალი ფორმატები შექმნა, რაც, თავის მხრივ, ანტიკონკურენტული ქცევების რისკს ზრდის. ელექტრონულ ბაზრებზე კონკურენციის დარღვევის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევად ანტიკონკურენტული შეთანხმებები იქცა. ანტიკონკურენტული შეთანხმებები, როგორებიცაა: ფასების ფიქსაცია, ბაზრის დანაწილება, ბაზრის შეზღუდვა ექსკლუზიური შეთანხმებებით ან „პარტიტის დებულებების“ გამოყენება, განსაკუთრებით მწვავედ იჩენს თავს ელექტრონულ კომერციაში. ეს საკითხები აქტუალურია არა მხოლოდ გლობალური, არამედ ეროვნული მასშტაბითაც, განსაკუთრებით, ისეთი განვითარებადი ქვეყნებისათვის, როგორებიცაა საქართველო.

ქვემოთ განხილული იქნება საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიერ განხილული კონკრეტული პრეცედენტები, რომელთა ფოკუსიც ელექტრონულ ბაზრებზე ანტიკონკურენტული შეთანხმებების გამოვლენასა და აღკვეთისკენაა მიმართული. პრაქტიკის გათვალისწინებით, განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ისეთი საკითხების განხილვას, როგორიცაა:

- ◀ ექსკლუზიურ მიწოდებას და მის გავლენას ელექტრონულ პლატფორმებზე თავისუფალი კონკურენციის კუთხით;

- ◀ „პარიტეტული პირობების“ გამოყენების შედეგება და გავლენას ციფრულ ბაზარზე კონკურენციის თვალსაზრისით.

ქვემოთ განხილული პრაქტიკა წარმოაჩენს იმ მიდგომებს, რომლებსაც კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო ირჩევს თავისი უფლებამოსილებების გამოყენებისას ანტიკონკურენტული შეთანხმებების წინააღმდეგ ბრძოლის მიმართულებით და იმ ინსტრუმენტებს, რასაც სააგენტო იყენებს ბაზრის დასაცავად, განსაკუთრებით იმ პირობებში, როცა არ ხდება სპეციალური საკანონმდებლო მოწესრიგება ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის წესების აღსრულების კუთხით.

3.3.1.1. „კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის საქმე“

კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტომ 2023 წლის მიწურულს გამოიტანა გადაწყვეტილება, რომელიც შეეხებოდა კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებების საკითხს საქართველოს ტერიტორიაზე კინოთეატრების ბილეთების საცალო ელექტრონული/ონლაინ რეალიზაციის ბაზარზე („კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის საქმე“).⁶⁶

მიუხედავად იმისა, რომ მომჩივანი შპს „ელ.ბილეთების“ (biletebi.ge) მიერ საჩივარში მითითებული სადავო

66 საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდო-

ქმედება ჩადენილი იყო არა უშუალოდ ონლაინ ბაზარზე, არამედ ზედა დონის ბაზარზე, ბილეთების დისტრიბუციის ბაზარზე – უშუალო გავლენა სწორედ კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ/ელექტრონულ რეალიზაციის ბაზარს შეეხებოდა, ვინაიდან ზედა დონის პროდუქტი, ამ შემთხვევაში, წარმოადგენდა არსებით საშუალებას (“essential facility”) ქვედა დონის ელექტრონულ ბაზარზე ოპერირების განსახორციელებლად.

უფრო კონკრეტულად, მომჩივანი შპს „ელ.ბილეთები“ (biletebi.ge) სხვა გარემოებებთან ერთად აპელირებდა „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-6 მუხლისა (დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) და მე-7 მუხლის (კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმება) დარღვევაზე, ხოლო დავის საგნად მიუთითებდა შპს „სადისტრიბუციო კომპანიასა“ და შპს „თინეთს“ შორის 2022 წელს გაფორმებულ კინოთეატრის ბილეთების „ექსკლუზიური მიწოდების“ დებულების შემცველ ხელშეკრულებას, რის შედეგადაც კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის ბაზარზე წვდომა შეიზღუდა ნებისმიერი სხვა ელექტრონული პლატფორმებისათვის, გარდა შპს „თინეთის“ ოპერირების ქვეშ არსებული პლატფორმა tkt.ge-სა.

მოკვლევის შედეგად დადასტურდა „სადისტრიბუციო კომპანიის“ განსაკუთრებული როლი ბაზრის სტრუქტურაში, რამეთუ იგი წარმოადგენს საქართველოს ტერიტორიაზე უცხოური კინოპროდუქციის შემოტანის, გავრცელების, ჩვენებისა თუ კინოგაქირავების კუთხით ექსკლუზიური

მარის 2023 წლის 29 დეკემბრის N04/1031 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება, გვ.55. ხელმისაწვდომია: https://gccg.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/phpdai1UR.pdf

უფლების მქონე სუბიექტს, ხოლო ამასთან ერთად, იგი წარმოადგენდა საქართველოს ტერიტორიაზე მოქმედი ძირითადი კინოთეატრების („კავია სითი მოლი საბუთალო“, „კავია თბილისი მოლი“, „კავია ისთ ფოინთი“, „კავია გალერია“, „ამირანი“, „აპოლო“, „კავია ჯგუფი“) კინოსეანსებზე დასწრების ბილეთების რეალიზაციისა და დისტრიბუციის განმახორციელებელ ერთადერთ უფლებამოსილ სუბიექტს.

ამასთან, მომჩივანი კომპანია შპს „ელ.ბილეთებიც“ და ერთ-ერთი მოპასუხე მხარე შპს „თინეთიც“ ოპერირებენ ელექტრონული კომერციის სფეროში საკუთარი ონლაინ პლატფორმების მეშვეობით, შპს „ელ.ბილეთები“ – biletebi.ge-ს, ხოლო შპს „თინეთი“ – tkt.ge-ის მეშვეობით და წარმოადგენდნენ კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს საქართველოს ტერიტორიაზე ორგანიზებული სხვადასხვა ტიპის ღონისძიებებზე დასასწრები ბილეთების რეალიზაციის სფეროში.

აღნიშნული საქმე სააგენტოს პრაქტიკაში გამორჩეული იყო რამდენიმე ასპექტით: პირველ რიგში იმით, რომ მოკვლევის საწყის ეტაპზევე გამოვლენილი გარემოებებიდან გამომდინარე, 2017 წლის⁶⁷ შემდეგ პირველად, სააგენტომ მიმართა კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ნ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებულ ე.წ. დროებითი

67 სააგენტომ „დროებითი ღონისძიების“ მექანიზმი მანამდე პირველად და მხოლოდ ერთხელ გამოიყენა სააგენტოს თავმჯდომარის 2017 წლის 21 აპრილის N04/91 ბრძანებით დამტკიცებულ გადაწყვეტილებაში, ე.წ. „ფოთის პორტის საქმე“, იხ: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/def47d73b32b4cf0a9538ce94add593.pdf

ლონისძიებების მექანიზმს (interim measures),⁶⁸ ვინაიდან მიიჩნია, რომ საქმე ჰქონდა კონკურენციის მნიშვნელოვანი შეზღუდვის აშკარა მტკიცებულებებთან.⁶⁹ კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ნ“ ქვეპუნქტისა და ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის VII²⁰ თავის შესაბამისად, მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში, სააგენტომ მიმართა სასამართლოს და მოითხოვა შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „თინეთს“ შორის დადებული კინოთეატრის ბილეთების მიწოდების ხელშეკრულების „ექსკლუზივის პირობის“ შემცველი მუხლისა და ამ ექსკლუზივთან დაკავშირებული უფლებებისა და ვალდებულებების მოქმედების შეჩერება სააგენტოს მიერ მოკვლევის დასრულებამდე, რაც სააპელაციო სასამართლოს

68 უმეტეს იურისდიქციაში, დროებითი ღონისძიების გამოყენების პირველი პირობა არის დარღვევის ალბათობის დადგენის აუცილებლობა (fumus boni iuris), იხ. OECD (2022), Interim Measures in Antitrust Investigations, OECD Competition Policy Roundtable Background Note, www.oecd.org/daf/competition/interim-measures-in-antitrust-investigations2022.pdf

69 დროებითი ღონისძიების შეფარდების უფლებამოსილება ევროკომისიამ ჯერ სასამართლო გადაწყვეტილებით მიიღო, Case 792/79 R., Camera Care, პარ.14, ხოლო შემდგომ – 1/2003 რეგულაციით. აღნიშნული რეგულაციის 8 (1) მუხლის მიხედვით, „გადაუდებელ შემთხვევაში“, რომელიც განპირობებულია კონკურენციისთვის სერიოზული და გამოუსწორებელი ზიანის მიყენების საფრთხით, კომისიას შეუძლია საკუთარი ინიციატივით გამოსცეს გადაწყვეტილება შუალედური ზომების შესახებ, თუკი დარღვევა Prima facie სახეზე. იხ. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 29 დეკემბრის N04/1031 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის საქმე“), გვ.17-19.

ბრძანებით დაკმაყოფილებულ იქნა. აღსანიშნავია, რომ ე.წ. დროებითი ღონისძიების „სუსპენზიურ/შემაკავებელ ეფექტს“ თავისი შედეგი მოჰყვა აღნიშნულ საქმეში, როცა სადავო „ექსკლუზიური“ სახელშეკრულებო დებულების სასამართლო ბრძანების საფუძველზე, შეჩერების შემდგომ, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ შპს „ელ.ბილეთებთან“ აღადგინა თანამშრომლობა და გააფორმა ხელშეკრულება კინოთეატრის ბილეთების მიწოდების თაობაზე, რის შედეგადაც, ამ უკანასკნელმა შეძლო დაბრუნებულიყო შესაბამის ბაზარზე, მინიმუმ, სააგენტოს მიერ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე.⁷⁰

სააგენტოს მიერ გაგრძელდა საქმის სიდრმისეული კვლევა, რამაც გამოავლინა, რომ შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და საქართველოში მოქმედი ძირითადი კინოთეატრები (ე.წ. „კავია ჯგუფის“ კინოთეატრები) წარმოადგენენ ერთიან არაფორმალურ ჰოლდინგს, შესაბამისად, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და „კავია ჯგუფის“ კინოთეატრები მიჩნეულ იქნენ ერთიან ეკონომიკურ სუბიექტად,⁷¹ ამასთან, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ წარმოადგენდა დომინანტური პოზიციის მქონდე აგენტს კინოთეატრის ბილეთების მიწოდების ბაზარზე.

სააგენტოს მოკვლევის მიხედვით, სადავო ექსკლუზიური ხელშეკრულების გაფორმებამდე, 2016 წლიდან კინოთეატრის ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის ბაზარზე არაერთი ეკონომიკური აგენტი ოპერირებდა. მათ შორის იყო მომჩივანი, ხოლო „ექსკლუზიური მიწოდების“ ხელშე-

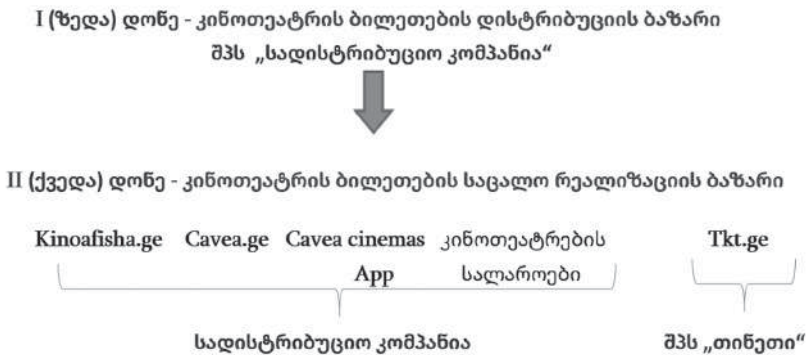
70 იქვე.

71 იქვე, გვ.16, 68-69.

კრულების შემდგომ, კინოთეატრის ბილეთების რეალიზაციის ბაზარზე ოპერირებდა შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ საკუთარი არხების (kinoafisha.ge, cavea.ge), ონლაინ აპლიკაციის (Cavea cinemas), კინოთეატრის სალაროების და მის მიერვე შერჩეული პლატფორმის (ექსკლუზიურად tkt.ge – შპს „თინეთი“) მეშვეობით,⁷² ხოლო ბაზარს გამოეთიშნენ biletebi.ge და eventer.ge. ექსკლუზიური მიწოდების შედეგად, ახალი მოთამაშეებისთვის ბაზარი თავისთავად ჩაკეტილი აღმოჩნდა.

ქვემოთ მოცემულ სქემაზე წარმოდგენილია შესაბამისი სტრუქტურა გადაწყვეტილების შემუშავების მომენტისათვის არსებული მოცემულობით:

სქემა N1



სააგენტომ მიიჩნია, რომ შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ წარმოადგენდა შპს „ელ.ბილეთების“ და სხვა მსგავს

72 იქვე, გვ.150.

სიტუაციაში მყოფი ეკონომიკური აგენტისათვის უალტერნატივო კონტრაქტის და, შესაბამისად, „აუცილებელ სავაჭრო პარტნიორს“. ამის გამო, მის მიერ მომსახურების გაწევა ანუ ბილეთების მიწოდება წარმოადგენდა ბაზარზე შესვლის აუცილებელ წინაპირობას, ხოლო ბილეთები წარმოადგენდა „არსებით საშუალებას“, საბოლოოდ, აღნიშნული მომსახურების გაწევაზე უარი მომჩივანი ეკონომიკური აგენტისათვის ქმნიდა ბილეთების რეალიზაციის ბაზარზე შესვლის გადაულახავ ბარიერს.⁷³

კინოთეატრის ბილეთების საბოლოო მომხმარებელამდე მიტანის პროცესი, რომელშიც შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ ერთპიროვნული უფლებით სარგებლობდა, სააგენტომ სამ საფეხურად განსაზღვრა:

სქემა N2



რაც შეეხება ქმედების კვალიფიკაციას, სააგენტომ განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილა, მათ შორის, სადავო ხელშეკრულების წინასახელშეკრულებო მოლა-

73 იქვე, გვ. 57, 116.

პარაკებების ეტაპზე, სადაც, როგორც გამოიკვეთა, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ პარალელურად აწარმოებდა მოლაპარაკებებს როგორც მომჩივან შპს „ელ.ბილეთებთან“, ასევე, მოპასუხე შპს „თინეთთან“. შესაბამისად, ეს უკანასკნელნი „ექსკლუზიური ხელშეკრულების“ მოპოვების მიზნით აქტიურად ახორციელებდნენ სხვადასხვა ქმედებებს.⁷⁴

სააგენტოს პოზიციით, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „თინეთს“ შორის, ისევე როგორც შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „ელ.ბილეთებს“ შორის, სახელშეკრულებო მოლაპარაკებების სხვადასხვა ეტაპზე გამოვლენილი შეთანხმებები შეიცავდა მიზნით დეტერმინირებულ ქმედებას, რაც *per se* („თავისთავად“) წარმოადგენს კანონის საწინააღმდეგო ქმედებას და მისი სიმძიმის შეფასებისას საჭირო არ იყო დამატებით შეთანხმებით გამოწვეული შედეგების გამოკვლევა.⁷⁵ სააგენტომ მიუთითა, რომ კინოთეატრის ბილეთების რეალიზაციის ბაზარზე მოქმედი კონკურენტი ან პოტენციური კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების განდევნისა და არდაშვების, ბაზრის ჩაკეტვის თაობაზე ნებათა თანხვედრა წარმოადგენდა შეთანხმებას, რომელსაც, საბოლოო ჯამში, მიზნად ჰქონდა ბაზრის შეზღუდვა და რაც წარმოადგენს კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებას.⁷⁶

სააგენტომ მიუთითა, რომ ასეთ დროს აღარ არის საჭირო კონკურენციის შემზღუდველი შედეგის შეფასება და მტკიცება. მიუხედავად იმისა, რომ საბოლოოდ ექსკლუზიუ-

74 იქვე, გვ.114-118.

75 იქვე. გვ.170.

76 იქვე, გვ.115, 118.

რი ვერტიკალური კოორდინაცია შესაბამისი წერილობითი სახით შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „თინეთს“ შორის გაფორმდა და ამ ხელშეკრულების ძალაში შესვლიდან რამდენიმე თვე უკვე გასული იყო, სააგენტომ დამატებით იმსჯელა, ასევე, ხელშეკრულების ექსკლუზიური დათქმის კონკურენციის შემზღუდველ ეფექტზე, რა დროსაც გამოიყენა და იხელმძღვანელა შემდეგი კრიტერიუმებით: „ექსკლუზიური მიწოდების მასშტაბი და ხანგრძლივობა“ („the extent to and the duration for which he applies an exclusive supply obligation“), მიმწოდებლის დამაბალანსებელი საბაზრო ძალაუფლება („countervailing power of suppliers“), ვაჭრობის დონე და პროდუქტის/მომსახურების ბუნება („the level of trade and the nature of the product“), მიწოდების/მიმწოდებლის დონეზე შესვლის ბარიერების არსებობა („entry barriers at the supplier level“). გარდა ამისა, სააგენტომ განიხილა სადავო ხელშეკრულების „ექსკლუზიური მიწოდების“ შინაარსი, საგანი და „ექსკლუზიური მიწოდების“ დათქმის მოქმედების ფაქტობრივი შედეგი.⁷⁷ აღნიშნული კრიტერიუმების ფაქტობრივ გარემოებებთან შეფარდების შედეგად დადგინდა, რომ აღნიშნული ხელშეკრულება ეფექტითაც ინვევდა კონკურენციის შემზღუდვას.

საბოლოო ჯამში, სააგენტომ დაადგინა კანონის მე-7 მუხლის დარღვევა და კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებების არსებობა, ერთი მხრივ, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „ელ.ბილეთებს“ შორის და, მეორე მხრივ, შპს „სადისტრიბუციო კომპანია“ და შპს „თინეთს“ შორის. სააგენტომ სანქციის სახით, ერთიან ეკონომიკურ სუბიექტს

77 იქვე, გვ.118-151.

(შპს „სადისტრიბუციო კომპანიას“ და „კავეა ჯგუფის“ კინო-თეატრებს) დაეკისრა ჯარიმა 1 120 562 ლარის ოდენობით, შპს „თინეთს“ – 544 328 ლარის ოდენობით, ხოლო შპს „ელ. ბილეთებს“ დაეკისრა ჯარიმა 5 368 ლარის ოდენობით.

კანონის მე-18 მუხლის 1-ლი პუნქტის „ზ“ ქვეპუნქტის თანახმად, სააგენტო უფლებამოსილია ეკონომიკურ აგენტს მოსთხოვოს განხორციელებული ქმედების ამ კანონთან შესაბამისობის უზრუნველყოფა. მოპასუხე მხარეებს შპს „თინეთს“ და შპს „სადისტრიბუციო კომპანიას“ დაევალათ, კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმების შემცველი დებულებისა და მასთან დაკავშირებული უფლება-მოვალეობების ამოღება ხელშეკრულებიდან.

ხაზგასასმელია გარემოება, რომ სააგენტოს პრაქტიკაში ეს პირველი პრეცედენტია, როდესაც კონკურენციის კანონმდებლობის დამრღვევ მხარედ ცნობილ იქნა მომჩივანიც, რომელსაც დაეკისრა შესაბამისი სანქცია.

გარდა ამისა, მოკვლევის შედეგების განზოგადებისა და ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის ბაზრის გაჯანსაღების მიზნით, სააგენტომ გასცა განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები⁷⁸ კულტურული, გასართობი, შემოქმედებითი, სპორტული, დასვენებისა და ტურიზმის, საგანმანათლებლო, სატრანსპორტო თუ სხვა ტიპის ღონისძიებების/პროდუქციის/მომსახურების ბილეთების

78 „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ²“ ქვეპუნქტის მიხედვით, სააგენტო უფლებამოსილია „ეკონომიკურ აგენტს წარუდგინოს განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები“, ხოლო ამავე მუხლის მეორე პუნქტის „ე“ ქვეპუნქტის მიხედვით, სააგენტო სახელმწიფო ხელისუფლების, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლების,

დისტრიბუტორების/ორგანიზატორების მიმართ, რათა ბი-
ლეთების რეალიზატორი ონლაინ პლატფორმის შერჩე-
ვის პროცესი და მასთან სახელშეკრულებო ურთიერთობის
წარმართვა განხორციელდეს იმგვარად, რომ არ იწვევდეს
კონკურენციის დაუსაბუთებელ შეზღუდვას.

აღსანიშნავია, რომ „კონკურენციის შესახებ“ საქარ-
თველოს კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ზ“²⁴
ქვეპუნქტის საფუძველზე მინიჭებულ ამ უფლებამოსილე-
ბას – „ეკონომიკურ აგენტს წარუდგინოს განსახილველად
სავალდებულო რეკომენდაციები“, სააგენტო პრაქტიკაში
ხშირად იყენებს კონკურენციის სამართლებრივი საქმე-
ების განხილვისას. რეკომენდაცია კონკურენციის პო-
ლიტიკის აღსრულების არაპირდაპირ ინსტრუმენტად
შეიძლება ჩაითვალოს, რამეთუ მისი გაცემით გზით სა-
აგენტო უზრუნველყოფს ერთგვარი სახელმძღვანელო
მითითებების მიწოდებას ბაზარზე მოქმედი და პოტენ-
ციური ეკონომიკური აგენტებისათვის, რათა მათ ბაზა-
რზე კონკრეტული ქმედების განხორციელებამდე გან-
საზღვრონ და შეაფასონ კონკურენციის შემზღუდავი
აქტიური თუ პოტენციური რისკები, რამაც, საბოლოო ჯამ-
ში, უნდა უზრუნველყოს ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდ-
ვის თავიდან აცილება.

მუნიციპალიტეტის ორგანოსთან ან სხვა ადმინისტრაციულ ორ-
განოსთან მიმართებით უფლებამოსილია წარადგინოს განსა-
ხილველად სავალდებულო რეკომენდაციები საქართველოს სა-
საქონლო და მომსახურების ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს
გაჯანსაღების, შესაბამის ბაზარზე შესვლის საკანონმდებლო ბა-
რიერების ან/და ადმინისტრაციული ბარიერების არსებობისა და
მათი აღმოფხვრის საჭიროების თაობაზე.

3.3.1.2. „სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების ონლაინ მიწოდების საქმე“

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტომ, „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-18 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, საკუთარი ინიციატივით დაიწყო მოკვლევა უცხოური სანარმოს ფილიალის „მასტერქარდის წარმომადგენლობა საქართველოსა“ და შპს „თინეთის“ (რომელიც ახორციელებდა ელექტრონული პორტალის „swoop.ge“-ს მართვა-ოპერირებას) მხრიდან კანონის მე-7 მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე.⁷⁹

„კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-7 მუხლის შესაძლო დარღვევის ფაქტზე. მოკვლევის ფარგლებში შესწავლის საგანი იყო ისეთი ორმხრივი ქმედებები, რომლებიც შესაძლოა გულისხმობდეს კონკურენციის შეზღუდვას, **სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით ონლაინ სერვისების ბაზარზე**, რამეთუ სუბსიდირება იყო დახურული და არაგამჭვირვალე, რაც უკავშირდებოდა „მასტერქარდის“ მარკეტინგულ კამპანიებს მომხმარებლებისთვის დამატებითი ფასდაკლებების შეთავაზებას, კერძოდ:

◀ „მასტერქარდისა“ და „თინეთის“ თანამშრომლობის ფარგლებში შეიქმნა ექსკლუზიური პირობები, რომ-

79 საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2024 წლის 8 აგვისტოს N04/740 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება „სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურების ონლაინ მიწოდების საქმე“. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/phpy4Vwwj.pdf

ლებიც „Swoop.ge“-ს პლატფორმას აძლევდა უპირატესობას ბაზარზე სხვა კონკურენტებთან შედარებით, განსაკუთრებით „Hotsale.ge“-ის მიმართ;

- ◀ ექსკლუზიური პირობები მოიცავდა დამატებით ფასდაკლებებს, 25% დამატებით დანაზოგით სარგებლობას შეთავაზებას მხოლოდ „Swoop.ge“-ს მომხმარებლებისთვის მასტერქარდის ბარათით გადახდის შემთხვევაში.

მოკვლევის ფარგლებში სააგენტომ განსაზღვრა ორი ძირითადი ბაზარი:

1. ზედა დონის შესაბამისი ბაზარი: მოიცავს საერთაშორისო საბარათე სქემების მეშვეობით განხორციელებულ მომსახურებებს;
2. ქვედა დონის შესაბამისი ბაზარი: ონლაინ პლატფორმების ბაზარი, რომელიც დაფუძნებულია ლოიალობაზე და მოიცავს სასტუმროებისა და განთავსების ობიექტებით მომსახურებების მიწოდებას.

სააგენტომ მოკვლევის ფარგლებში გააანალიზა ექსკლუზიური შეთანხმების გავლენა და შედეგები ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის შეზღუდვის თვალსაზრისით.

შესწავლილი კონკურენციის სავარაუდო სანიმალმდგომო ქცევები

მოკვლევის ფარგლებში გამოვლინდა სავარაუდო ანტიკონკურენტული ქცევები, რომლებიც შესაძლოა ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს გაუმართლებლად არათანაბარ პირობებში აყენებდეს:

◀ ექსკლუზიური შეთანხმებები:

ისეთ შემთხვევებში, როდესაც ონლაინ პლატფორმა უზღუდავს სასტუმროებს სხვა პლატფორმებზე შეთავაზებების განთავსებას, შესაძლოა, კონკურენციის შემცირებას ან ბაზარზე შესვლის დაბრკოლებების გაძლიერებას იწვევდეს;

◀ ფასების შეზღუდვის პრაქტიკა:

სააგენტომ ასევე შეაფასა, ჰქონდა თუ არა ადგილი ფასების შეთანხმებულ ან არაპირდაპირ კონტროლს, რაც, შესაძლოა ხელს უშლიდეს პლატფორმებს შორის ფასების კონკურენციას. ამ მიზნით, სააგენტომ შეისწავლა პლატფორმების საფასო პრაქტიკა;

◀ ბაზრის კონცენტრაცია და ლოიალობაზე დაფუძნებული პროგრამები:

გაირკვა, რომ პლატფორმების მიერ დაწესებული ლოიალობის პროგრამები ზოგჯერ ზღუდავს მომხმარებლების არჩევანს და ზრდის დამოკი-

დებულებას კონკრეტულ ელექტრონულ პროვადერზე, რაც დომინანტური პოზიციის ბოროტად გამოყენებას ემსგავსება. პლატფორმები მომხმარებლებს სთავაზობდნენ სპეციალურ პირობებს, ხოლო ერთ-ერთ მათგანზე უფრო ხელსაყრელი პირობების შეთავაზება ზრდიდა ერთ პლატფორმაზე ფოკუსირებას და ამცირებდა ბაზარზე ალტერნატიული მიწოდების გამოყენების შესაძლებლობას მომხმარებლის მხრიდან.

დასკვნა:

- ◀ მოკვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მსგავსი მარკეტინგული კამპანიები სხვადასხვა პერიოდში განხორციელდა როგორც „თინეთთან“, ასევე, სხვა პლატფორმებთან, რაც არ იძლეოდა იმის მტკიცებულებას, რომ სუბსიდია იყო ექსკლუზიური და მხოლოდ ერთ პარტნიორზე ორიენტირებული;
- ◀ „მასტერქარდს“ არ ჰქონია ექსკლუზიური შეთანხმებები „თინეთთან“, რომლებიც წინააღმდეგობაში იქნებოდა კანონის მე-7 მუხლთან;
- ◀ სააგენტოს მიერ განხილული სამომხმარებლო ქცევა არ აჩვენებდა ბაზარზე შერჩევით გავლენას, რაც კონკურენციის შეზღუდვას გამოიწვევდა;
- ◀ „მასტერქარდის“ მიერ „თინეთის“ სუბსიდირება არ დადგინდა, როგორც კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედება.

სააგენტომ დარღვევის არარსებობის მიუხედავად გასცა **რეკომენდაციები**:

- ◀ **მომსახურების გამჭვირვალობის უზრუნველსაყოფად:** სააგენტომ რეკომენდაცია მისცა ონლაინ პლატფორმებს და საერთაშორისო საბარათე სქემების წარმომადგენლებს, უზრუნველყონ, რომ სუბსიდირება და მარკეტინგული კამპანიები იყოს ღია და ხელმისაწვდომი ყველა ეკონომიკური აგენტისთვის. მოუწოდა სუბიექტებს, უზრუნველყონ უფრო გამჭვირვალე და თანაბარი პირობები, განსაკუთრებით სუბსიდირების საკითხში;
- ◀ **ფასდაკლების პირობების არადისკრიმინაციულობა:** სააგენტომ მიუთითა, რომ ყველა პლატფორმამ უნდა უზრუნველყოს სამართლიანი პირობები ყველა პარტნიორი კომპანიისთვის, რათა თავიდან იქნეს აცილებული გაუმართლებელი დისკრიმინაცია.

მიუხედავად იმისა, რომ საქმეში დარღვევა არ დადასტურდა, ეს გადაწყვეტილება მნიშვნელოვანია, რადგანაც ნათლად წარმოჩინდა **ონლაინ ბაზარზე კონკურენციის დაცვის საჭიროება და პრობლემატიკა**, ასევე, ის მიდგომა, თუ როგორ უნდა იყოს დაცული სამართლიანი კონკურენციის პრინციპები ელექტრონული მიწოდების ბაზარზე. სააგენტოს მიერ გაცემული განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაციები ბიზნეს პრაქტიკისათვის, ხელს უწყობს **ბაზარზე თანასწორი პირობების უზრუნველყოფას**, რაც ყველა მოთამაშეს აძლევს თანაბარ შანსს, **გამჭვირვა-**

ლობის გაძლიერებას, რათა მომხმარებლებისა და ბიზნესებისთვის პირობები იყოს სამართლიანი და ღია და **კონკურენციის დაცვის მექანიზმების განვითარებას**, რაც მომავალში თავიდან აიცილებს ექსკლუზიური შეთანხმებების გავლენას ბაზარზე.

3.3.1.3. „Booking.com-ის საქმე“

განცხადების საფუძველზე განხორციელებული ნარმოება

2017 წლის 9 იანვრის გადაწყვეტილებაში⁸⁰ სააგენტომ იმსჯელა ა(ა)იპ „კონკურენციის სამართლისა და მომხმარებელთა დაცვის ცენტრი“-ს განცხადებაზე, რომელიც შეეხებოდა “Booking.com B.V.”-ის მიერ კანონის მე-7 მუხლის სავარაუდო დარღვევას, კერძოდ, ე.წ. პარიტეტული (MFN) სახელშეკრულებო პირობების გამოყენებას.

მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტომ განცხადება დაუშვებლად დატოვა, გადაწყვეტილება საინტერესოა რამდენიმე გარემოებით. სააგენტომ იმსჯელა შესაბამის ბაზართან დაკავშირებით და ასეთად მიიჩნია სასტუმროების დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმების ბაზარი. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციულ საზღვრებთან დაკავშირებით, სააგენტომ აღნიშნა, რომ იგი არ მოიცავს ჩვეულებრივ ტურისტულ სააგე-

80 კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2017 წლის 9 იანვრის 05 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება „Booking.com-ის საქმე“. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/bab070eafe7a4cfb824dddeaaa0d1b81.pdf

ნტოებსა და ინტერნეტ სივრცის მიღმა არსებული („offline“) სასტუმროების დაჯავშნის სხვადასხვა საშუალებებს. შესაბამისად, პროდუქციული საზღვარი გაიმიჯნა, ერთი მხრივ, ონლაინ და მეორე მხრივ, ოფლაინ არხების მეშვეობით დაჯავშნის საშუალებების მიხედვით. გარდა ამისა, გადაწყვეტილებში სააგენტომ მიუთითა, რომ მეტასაძიებო სისტემები (Metasearch engine), რომლებიც გარკვეულ მსგავსებას ავლენენ ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმებთან (Online travel agencies/OTA), წარმოადგენენ ისეთ საძიებო სისტემებს, რომელთა საშუალებითაც შესაძლებელია სხვა საძიებო სისტემების მოძიება და იდენტიფიცირება. ამასთან, სააგენტომ განმარტა, რომ დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმები ქმნიან ე.წ. ორმხრივ ბაზარს (two sided market).⁸¹

რაც შეეხება სადავო სახელშეკრულებო პირობას, „Most Favoured Nation“ (MFN) ანუ იგივე „პარიტეტის პირობები“ (Parity Clauses) სასტუმროს დაჯავშნის სექტორში წარმოადგენს სასტუმროებსა და დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმებს (OTA) შორის არსებული ხელშეკრულების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან შემადგენელ ნაწილს.

პრაქტიკაში განასხვავებენ MFN პირობების ორ – „ვინ-რო“ და „ფართო“ კატეგორიას.⁸² ხელშეკრულების **ფართო MFN პირობა** სასტუმროს ავალდებულებს მის კონტრაჰენტ

81 იხ. საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს სასტუმროების დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმების ბაზრის მონიტორინგის ანგარიში, 2019, გვ.4-5. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/ba93e69448d1440f806dd21c5a19edd9.pdf

82 ამასთან დაკავშირებით, იხ: COMP/2020/OP/0002 – Market Study on the Distribution of Hotel Accommodation in the EU. ხელმისაწვდომია: https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2023-01/kd0722783enn_hotel_accomodation_market_study.pdf

დაჯავშნის ონლაინ პლატფორმაზე უზრუნველყოს საუკეთესო ნომრის ხელმისაწვდომობა ყველაზე დაბალ ფასად. ეს კი გულისხმობს, რომ დაჯავშნის ამ ონლაინ პლატფორმაზე განთავსებული ფასი, საკუთარი მომსახურების გაყიდვის სხვა (როგორც online, ასევე, offline) არხებთან შედარებით, უნდა იყოს უფრო დაბალი. აღნიშნულისგან განსხვავებით, ხელშეკრულების ვიწრო MFN პირობის შემთხვევაში სასტუმროს განსაზღვრული აქვს ვალდებულება, რომ საკუთარ ვებგვერდზე არ შესთავაზოს მომხმარებელს შესაბამის პლატფორმაზე დაფიქსირებულ ფასთან შედარებით უფრო დაბალი ფასი. თუმცადა, იგი არ უზღუდავს სასტუმროს შესთავაზოს მომხმარებელს განსხვავებული ფასი სხვა პლატფორმისა თუ online ან offline არხების მეშვეობით.⁸³

განცხადების დასაშვებობის ეტაპზე კონკურენციის სააგენტომ შეისწავლა “Booking.com B.V.”-ის მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე განთავსებულ სასტუმროებთან დადებული ხელშეკრულებების საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობასთან თავსებადობის საკითხი. დასაშვებობის წარმოების ეტაპზევე Booking.com B.V.-მ გამოთქვა მზადყოფნა ოპერირება გაეგრძელებინა ევროკავშირში დამტკიცებული სავალდებულო პირობები ნებაყოფლობით გაეგრძელებინა საქართველოს ტერიტორიაზეც, ამასთან, დადგენილ იქნა, რომ Booking.com B.V. ვიწრო პარიტეტული პირობების მკაცრი აღსრულებისთვის არ იყენებდა რაიმე სანქციას, რაც საბოლოოდ სააგენტოსთვის გახდა საფუძველი, რომ არ წარმოშო-

83 იხ. კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2017 წლის 9 იანვრის N5 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („Booking.com-ის საქმე“), გვ. 13.

ბილიყო გონივრული ეჭვი ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვა-სთან დაკავშირებით. საბოლოოდ, სააგენტომ განცხადება არ ცნო დასაშვებად, თუმცაღა, საკითხი ამით არ დასრულებულა, რამეთუ 2017 წლიდან ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეს-წავლის მიზნით დაიწყო აღნიშნული ბაზრის მონიტორინგი, რომლის ანგარიშიც 2019 წელს დაასრულა.

სასტუმროების ონლაინ დაჯავშნის ბაზრის მონიტორინგი

2017 წლის იანვარში საქართველოს კონკურენციის საა-გენტომ, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 17² მუხლის „ბ“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, საკუთარი ინიციატივით, კონკურენტული გარემოს შეფასების მიზნით, დაიწყო სასტუმ-როების ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმების ბაზრის მონი-ტორინგი, რომლის საბოლოო ანგარიშიც 2019 წლის 6 ივნისს გამოქვეყნდა.⁸⁴ მონიტორინგის მიზანი იყო საქართველოში მოქმედი პლატფორმების მიერ კონკურენციის შეზღუდვის ნიშნების გამოვლენა (ასეთი არსებობის შემთხვევაში), გან-საკუთრებით კი, პარიტეტული (Most Favoured Nation – MFN) სა-ხელშეკრულებო პირობების გამოყენების კუთხით.

სააგენტომ ხაზი გაუსვა, რომ სასტუმროების დაჯავშ-ნის ონლაინ პლატფორმები თანამედროვე ტურიზმის მნიშ-ვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს იმდენად, რამდენადაც

84 იხ. საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს სასტუმროების და-ჯავშნის ონლაინ პლატფორმების ბაზრის მონიტორინგის ანგა-რიში, 2019. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/ba93e69448d1440f806dd21c5a19edd9.pdf

მომხმარებლებს სთავაზობენ ერთ სივრცეში სასტუმროების ძიების, შედარებისა და დაჯავშნის შესაძლებლობას. აღნიშნული პლატფორმები ქმნიან ე.წ. ორმხრივ ბაზარს (two-sided market), რომელიც აერთიანებს როგორც მომხმარებლებს, ასევე, სასტუმროებს.

მონიტორინგში გათვალისწინებული იყო მხოლოდ ის პლატფორმები, რომლებიც სასტუმროებსა და მომხმარებლებს შორის უშუალო შუამავლობას უზრუნველყოფენ. გამოკვეთილი იყო ორი ძირითადი ბიზნეს მოდელი:

1. B2C (Business to Consumer): პლატფორმები, რომლებიც პირდაპირ მომხმარებელს ემსახურებიან (მაგ., Booking.com, Expedia.com);
2. P2P (Person to Person): პლატფორმები, რომლებიც საშუალებას აძლევენ კერძო პირებს განათავსონ თავიანთი აპარტამენტები (მაგ., Airbnb.com).

სააგენტომ მიმოიხილა საერთაშორისო პრაქტიკა აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით და მიუთითა, რომ ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში ფართო MFN პირობების გამოყენება შეზღუდულია ან აკრძალულია, რადგან ის ხელს უშლის კონკურენციას და ბაზრის ახალ მოთამაშეებს ბარიერებს უქმნის.

მონიტორინგის ფარგლებში სააგენტოს მიერ ონლაინ პლატფორმებსა და სასტუმროებს შორის დადებული ხელშეკრულებების MFN პირობების გამოვლენისა და ამ ხელშეკრულებების ჯანსაღ კონკურენტულ გარემოსთან თავსებადობის შემოწმების კუთხით, გამოიკვეთა დაჯავშნის ონლაინ პლატ-

ფორმების შემდეგი წრე: **Booking.com, Booking24.ge, Expedia.com, HRS.com, Hotel24.ge, Airbnb.com, Ostrovok.ru.**

- ◀ **Booking.com:** სააგენტომ ამ პლატფორმასთან მიმართებით შეაფასა, თუ რამდენად იქნა შესრულებული სააგენტოს მიერ 2017 წელს ზემოთ განხილული განცხადების დასაშვებადობის ეტაპზე აღებული ვალდებულებები (commitments). კომპანიამ სააგენტოს წარუდგინა ინფორმაცია მის მიერ გატარებული ღონისძიებების შესახებ, რომლებიც ემსახურებოდნენ აღებული ვალდებულებების პრაქტიკაში რეალიზაციას (სასტუმროსთან დადებული ხელშეკრულებებიდან MFN პირობების ამოღება). აღნიშნულის დასადასტურებლად booking.com-მა წარადგინა ხელშეკრულებების მოდიფიცირებული პირობები (General Delivery Terms), რომლებიც შეთავაზებული იქნებოდა უძრავი ქონების იმ მფლობელებისათვის, რომლებიც პლატფორმაზე რეგისტრაციას განახორციელებდნენ 2017 წლის 1-ლი მარტის შემდგომ (ვალდებულების ძალაში შესვლის თარიღი). ამასთან, ყველა იმ სასტუმროს, რომელიც პლატფორმასთან თანამშრომლობდა ამ თარიღამდე, კომპანიამ გაუგზავნა ხელშეკრულებების მოდიფიცირებული ვერსია, რომლებიც აღარ შეიცავდნენ პარიტეტის ფართო პირობებს. შესაბამისად, პლატფორმის მიერ გატარებული ღონისძიებების განხილვის შემდგომ, სააგენტომ მიიჩნია, რომ ეკონომიკურ აგენტს აღებული ვალდებულება შესრულებული ჰქონდა;

- ◀ **Booking24.ge:** კომპანიასა და სასტუმროებს შორის დადებული ხელშეკრულებების ანალიზის შედეგად, გამოიკვეთა ფართო MFN პირობების არსებობა, რისი გაუქმებაც მოითხოვა სააგენტომ. აღნიშნული მითითება ეკონომიკურმა აგენტმა მონიტორინგის პროცესშივე შეასრულა და სააგენტოს წარუდგინა მოდიფიცირებული ახალი ხელშეკრულებები. სააგენტომ ეს ცვლილებები კანონმდებლობასთან თავსებადად მიიჩნია;
- ◀ **Expedia.com:** ინფორმაცია შესაბამის ანგარიშში დაფარულია კონფიდენციალურობის საფუძვლით;
- ◀ **HRS.com:** ხელშეკრულებებში აღმოჩნდა ფართო MFN პირობა, რომელიც სააგენტოს მოთხოვნის შედეგად შეიცვალა;
- ◀ **Hotel24.ge:** საქართველოში მოქმედ სასტუმროებთან დადებული ხელშეკრულებების შესწავლის შედეგად გაირკვა, რომ კომპანია არ იყენებდა პარიტეტის პირობებს;
- ◀ **Airbnb.com:** ხელშეკრულებები არ შეიცავდა MFN პირობებს;
- ◀ **Ostrovok.ru:** პლატფორმის ხელშეკრულებებში აღმოჩნდა ფართო MFN პირობა, რისი მოდიფიცირებაც და ვიწრო MFN პირობებით ჩანაცვლება მოსთხოვა სააგენტომ და ამისათვის განუსაზღვრა ვადა, რაც ეკონომიკური აგენტის მხრიდან შესრულებულ იქნა.

სააგენტომ აღნიშნა, რომ მონიტორინგის პროცესში განხორციელებული ქმედებების შედეგად, ბაზარზე ფართო

MFN პირობების გამოყენების ძირითადი ნიშნები აღმოიფხვრა, რაც კონკურენციის ხელშეწყობის მიმართულებით დადებითად შეფასდა. ამასთან, სააგენტომ მიუთითა, რომ მომავალშიც გაგრძელდებოდა ბაზრის მონიტორინგი და საჭიროების შემთხვევაში ადეკვატური რეაგირება. შესაბამისად, სააგენტომ მიზანშეწონილად მიიჩნია მონიტორინგის დასრულება, რადგან ბაზრის კონკურენტული გარემო, იმ ეტაპისათვის, დამაკმაყოფილებლად ჩაითვალა.

შესაბამისად, შეიძლება ითქვას, რომ პარიტეტული პირობები ონლაინ/ელექტრონული ბაზრისთვის განსაკუთრებით საშიშია, რადგან ისინი ხელს უშლის ფასების დინამიკურ ცვლილებას და ახალ მოთამაშეებს ახალ ბაზარზე შესვლას. მსგავსი პირობები კეტავს ბაზარს და ხელს უწყობს დომინანტი პლატფორმების გრძელვადიან კონტროლს.

მონიტორინგის პროცესი, რომელიც სააგენტომ განახორციელა, მეტად მნიშვნელოვანია, რადგან ონლაინ ბაზარი სწრაფად ცვალებადი ხასიათისაა და ახალი ტექნოლოგიები და ბიზნეს მოდელები მუდმივად ვითარდება. ამავე დროს, დომინანტი მოთამაშეების მიერ სამეწარმეო პრაქტიკების გამოყენებამ, როგორიცაა „ფართო MFN“ პირობები, შეიძლება დააბარალოს არა მხოლოდ კონკურენცია, არამედ მომხმარებელთა არჩევანის თავისუფლება და ფასების გამჭვირვალობა.

3.3.2 არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის პრაქტიკა ონლაინ პლატფორმებზე

ინტერნეტ პლატფორმებზე კონკურენციის არაკეთილსინდისიერი პრაქტიკის საკითხი განსაკუთრებით აქტუალური ხდება, როდესაც საუბარია ციფრულ გარემოში გავრცელებული ინფორმაციის გავლენის შედეგად მომხმარებლის ქცევაზე და ამის საფუძველზე კონკურენტული პროცესის ხარისხზე. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს პრაქტიკა არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის კუთხით ცხადყოფს, რომ ციფრული მარკეტინგისა და სოციალური ქსელების გამოყენება შესაძლოა გახდეს როგორც კონკურენციის ხელშეწყობის, ასევე, მისთვის ზიანის მიყენების ინსტრუმენტი.

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის აკრძალვას ადგენს „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-11³ მუხლი, რომელიც არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად მიიჩნევს ეკონომიკური აგენტის ქმედებას, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და, ამავდროულად, ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს. ეს მუხლი განსაზღვრავს ქმედებების კონკრეტულ შემადგენლობებსაც, რომელიც, კანონში 2020 წლის 4 ნოემბრიდან ამოქმედებული ცვლილებების შესაბამისად, წარმოადგენს სამაგალითო (და არა ამომწურავ) ჩამონათვალს.

შესაბამისად, კანონის 11³ მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, დაუშვებელია არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით

კი, არაკეთილსინდისიერ კონკურენციად ითვლება ეკონომიკური აგენტის ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება საქმიანი ეთიკის ნორმებს და ლახავს კონკურენტთა და მომხმარებელთა ინტერესებს, მაგალითად:

ა) კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით საქონლის შესახებ ისეთი ინფორმაციის გადაცემა (მათ შორის, არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის საშუალებით), რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და ამით გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისაკენ უბიძგებს;

ბ) ეკონომიკური აგენტის მიერ მხარის შეცდომაში შესაყვანად გარიგების ნამდვილი მიზნის დამალვა და ამით კონკურენციაში უპირატესობის მიღწევა;

გ) ეკონომიკური აგენტის მიერ კონკურენტის რეპუტაციის შელახვა (საწარმოზე, პროდუქციაზე, სამეწარმეო და სავაჭრო საქმიანობაზე არასწორი შეხედულების შექმნა), მისი უსაფუძვლო კრიტიკა ან დისკრედიტაცია;

დ) კონკურენტის ან მესამე პირის საქონლის ფორმის, შეფუთვის ან გარეგნული იერსახის მითვისება;

ე) სამეცნიერო-ტექნიკური, საწარმოო ან სავაჭრო ინფორმაციის ან კომერციული საიდუმლოების მისი მფლობელის თანხმობის გარეშე მიღება, მოპოვება, გამოყენება ან გავრცელება;

ვ) შემსყიდველის, მიმწოდებლის, მისი თანამშრომლის ან გადაწყვეტილების მიღების უფლებამოსილების

მქონე პირის მოსყიდვა, რომ მან დამქირავებლის ინტერესების საწინააღმდეგოდან მომხმარებლის ინტერესების უგულებელყოფით იმოქმედოს;

ზ) ბოიკოტისაკენ მოწოდება.

არაკეთილსინდისიერ კონკურენციასთან დაკავშირებული ქმედებები ხორციელდება უშუალოდ ერთი და იმავე დონის ბაზარზე ოპერირებადი კონკურენტ ეკონომიკურ სუბიექტებს შორის.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს ფუნქციონირების პირველი წლები (2016-2020) გამორჩეული იყო ელექტრონულ პლატფორმებზე/პლატფორმების მეშვეობით არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის კუთხით განხილული საქმეების აქტუალობით და დარღვევების დადასტურების ტენდენციით. ქვემოთ განხილული საქმეები, მათ შორის, „დიზაინ ჰაუსის“, „ალგორითმის“, „ჯი-თი მოტორსის“, „აიტექნიკისა“ და „პარაზიტოლოგიის ინსტიტუტის“ საქმეები ნათლად აჩვენებს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ბაზრის გამჭვირვალობისა და სამართლიანი კონკურენციის დაცვა. მსგავსი შემთხვევები არა მხოლოდ ბიზნეს სუბიექტებზე ახდენს გავლენას, არამედ მნიშვნელოვნად განაპირობებს მომხმარებლის ნდობასა და ინფორმირებული არჩევანის შესაძლებლობას.

სააგენტოს მიერ ონლაინ ბაზრებზე არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფარგლებში განხილული ზემოხსენებული საქმეები შეეხებოდა ონლაინ სოციალურ ქსელში, კერძოდ, facebook (Meta) პლატფორმაზე ეკონომიკური აგენტების მიერ განხორციელებულ ქმედებებს.

Facebook-ის მიერ შემოთავაზებული ძირითადი სერვისი⁸⁵ არის მისი ონლაინ სოციალური ქსელის პლატფორმა.⁸⁶ სოციალური მედია, ე.ი. სოციალური ქსელის პლატფორმები არის [W]eb-ზე დაფუძნებული სერვისები, რომლებიც საშუალებას აძლევს ინდივიდებს (1) შექმნან საჯარო ან ნახევრად საჯარო პროფილი შეზღუდული ფორუმის ფარგლებში, (2) ჩამოაყალიბონ სხვა მომხმარებლების სია, რომლებთანაც ისინი იზიარებენ კავშირს და (3) ნახონ და დაათვალიერონ ქსელში საკუთარი და სხვების მიერ დამყარებული კავშირების სია.⁸⁷

თუ Facebook-ის შექმნის პირველადი მიზანი შემოიფარგლებოდა მომხმარებლების სხვა მომხმარებლებთან დაკავშირების მიზნით, შემდგომში გაჩნდა მეორე ასპექტიც, რომელიც ფეისბუქს კვლავ ორმხრივ ბაზრად აქცევს და იგი აღარ არის პლატფორმა მხოლოდ კერძო მომხმარებელი კერძო მომხმარებლისთვის. ფეისბუქი ამჟამად გამოიყენება, როგორც საკონტაქტო პუნქტი კერძო მომხმარებლებსა და პროფესიონალებს შორის, რომლებიც აქვეყნებენ თავიანთ პროდუქტებისა და სერვისების რეკლამას.⁸⁸

85 კონკურენციის არაერთმა ეროვნულმა უწყებამ ასევე დაადგინა, რომ Facebook-ს აქვს მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალა ციფრულ სარეკლამო სერვისებთან და სოციალურ ქსელის სერვისებთან მიმართებაში. (Autorité de la concurrence, 2018[95]; Bundeskartellamt, 2018[96]; ACCC, 2019[93]; CMA, 2020[76]), იხ. OECD (2020), Competition in digital advertising markets, <http://www.oecd.org/daf/competition/competition-in-digital-advertising-markets-2020.pdf>

86 Case no. COMP/M.7217, Facebook/WhatsApp, EC, 3.10.2024.

87 Boyd, D., & Ellison, N, Social Network Sites Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 13, Issue 1, 1 October 2007, გვ.210-211.

88 Gebicka, Aleksandra & Heinemann, Andreas. 'Social Media &

მაშინ როცა, ერთი მხრივ, მეწარმე სუბიექტი/ეკონომიკური აგენტი ფეისბუქ პლატფორმას იყენებს როგორც მომხმარებელთან და პოტენციურ მომხმარებელთან კონტაქტის, ინფორმაციის გაცვლისა და პირდაპირი კავშირის საშუალებას, ხოლო, მეორე მხრივ, საკუთარი პროდუქტისა და მომსახურების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების, რეკლამისა და მომხმარებლის მოზიდვის საშუალებად, ნებისმიერი ეკონომიკური აგენტის ქცევა სოციალურ ქსელში შეიძლება დაექვემდებაროს კონკურენციის სამართლებრივ კონტროლს.

3.3.2.1. „დიზაინ ჰაუსის“ საქმე

„დიზაინ ჰაუსის“ საქმე⁸⁹ ერთ-ერთი იმ მოკვლევათაგანია, რომელიც სააგენტომ განიხილა ციფრული სოციალური ქსელის მომსახურების პლატფორმაზე განხორციელებულ ქმედებებს. აღნიშნული მოკვლევა 2017 წლის 26 დეკემბერს დაიწყო და 2018 წელს დასრულდა. შპს „დიზაინ ჰაუსი“ ასაჩივრებდა შპს „დნას“ და შპს „დიმპლექს ჯორჯიას“ ქმედებებს, როგორც არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას.

საჩივარი შეეხებოდა მოპასუხე კომპანიების მიერ Facebook პოსტით ინფორმაციის გავრცელებას, რომელიც

Competition Law'. World Competition 37, no. 2 (2014), გვ.155.

89 საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2018 წლის 30 მაისის N04/132 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („დიზაინ ჰაუსის“ საქმე). ხელმისაწვდომია: https://gccg.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/338c58ca9dca4499953a4175a8d97584.pdf

შპს „დიზაინ ჰაუსის“ საქმიანობასა და მომსახურების პირობებს ნეგატიურ კონტექსტში წარმოადგენდა და შეიცავდა რეპუტაციის შემლახველ ცნობებს. მომჩივნის თქმით, აღნიშნული ინფორმაცია იყო ცრუ, მიზნად ისახავდა მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანას და ნეგატიურად მოქმედებდა კომპანიის საქმიანობაზე.

მთავარი საკითხები და მოკვლევის მიზნები

ცრუ ინფორმაციის გავრცელება და მისი შინაარსი: შპს „დნას“ მიერ Facebook-ზე გამოქვეყნებულ პოსტებში მითითებული იყო, რომ:

- ◀ შპს „დიზაინ ჰაუსი“ უკანონო საქმიანობას ეწეოდა;
- ◀ კომპანია საქმიანობას წყვეტდა;
- ◀ მომხმარებლებს არ მიეწოდებოდათ საგარანტიო მომსახურება.

სააგენტომ შეისწავლა საქმის გარემოებები და დაადგინა, რომ აღნიშნული განცხადებები უმეტესად არ შეესაბამებოდა რეალობას. კერძოდ, შპს „დიზაინ ჰაუსი“ კანონიერად ფუნქციონირებდა ბაზარზე და მომხმარებლებს სთავაზობდა შესაბამისი ხარისხის პროდუქტებსა და მომსახურებას.

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ნიშნები: სააგენტომ მიიჩნია, რომ შპს „დნას“ ქმედებები მიზნად ისახავდა კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას არაკეთილ-

სინდისიერი გზით. კერძოდ, Facebook პოსტებით შექმნილი იყო შპს „დიზაინ ჰაუსის“ საქმიანობის შესახებ არასწორი წარმოდგენა, რაც არღვევდა „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11³ მუხლის მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნებს.

პოსტების გავლენა მომხმარებლებზე: სააგენტომ ხაზი გაუსვა, რომ სოციალურ ქსელში გავრცელებული ცრუ ინფორმაცია პოტენციურად ზიანს აყენებდა როგორც მომჩივანი კომპანიის რეპუტაციას, ასევე, მომხმარებლების ინტერესებს. მომხმარებლებს, რომლებიც ეყრდნობოდნენ ამ ინფორმაციას, შესაძლოა არასწორად წარმოდგენა შექმნოდათ შპს „დიზაინ ჰაუსის“ პროდუქციასა და მომსახურებაზე, რაც, საბოლოოდ, კომპანიისთვის ფინანსური ზარალის მიზეზი გახდა.

სააგენტოს შეფასება და გადაწყვეტილება

დარღვევის დადასტურება: სააგენტომ მიიჩნია, რომ შპს „დნას“ ქმედებები ეწინააღმდეგებოდა საქმიანი ეთიკის ნორმებს, არღვევდა კონკურენტთა ინტერესებს და მომხმარებლებს უბიძგებდა ისეთი ქმედებებისაკენ, რაც ზიანის მომტანი იყო მომჩივანისათვის.

სამართლებრივი ზომები: შპს „დნას“ დაევალა – დაუყოვნებლივ წაეშალა Facebook-ზე განთავსებული ყველა პოსტი, რომელიც შეიცავდა შპს „დიზაინ ჰაუსის“ საქმიანობის შესახებ ცრუ და რეპუტაციის შემლახველ ინფორმაციას და ამის შესახებ კანონით დადგენილ ვადაში ეცნობებინა სააგენტოსთვის.

სააგენტომ აღნიშნული საქმე შეაფასა, როგორც არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ნათელი მაგალითი, რაც კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს ციფრულ მედიაში გავრცელებული ინფორმაციის ზეგავლენის მნიშვნელობას. გადაწყვეტილებაში ხაზი გაესვა იმ გარემოებას, რომ კომპანიები ვალდებულნი არიან, დაიცვან საქმიანობის ეთიკური და კანონიერი სტანდარტები, რათა უზრუნველყონ კონკურენტული გარემოს სამართლიანობა.

ეს შემთხვევა ცხადყოფს, რომ ციფრულ სივრცეში გავრცელებული ინფორმაცია პირდაპირ კავშირშია ბიზნესის რეპუტაციასთან და მომხმარებლების ნდობასთან, რასაც განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს.

3.3.2.2. „ალგორითმის“ საქმე

საქართველოს კონკურენციის სააგენტომ, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11³ მუხლის საფუძველზე, 2020 წლის 8 სექტემბრის N204/126 ბრძანების შესაბამისად დაიწყო მოკვლევა შპს „ალგორითმის“ (ს/ნ: 205043237) მიერ შპს „ალგორითმის“ (ს/ნ: 402084980) მხრიდან **სავარაუდო არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტზე, რომელიც 2021 წლის 20 ივლისს დასრულდა.**⁹⁰

90 საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2021 წლის 20 ივლისის N04/88 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („ალგორითმის“ საქმე). ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/565c0b3130d147e79f9347cd99f8d636.pdf

საქმის ძირითადი არსი

საქმე ეხებოდა ორ ეკონომიკურ აგენტს, რომელთაც აქვთ **იდენტური სახელწოდება „ალგორითმი“ და ოპერირებდნენ ერთსა და იმავე ბაზარზე, კერძოდ, კომპიუტერული/საოფისე ტექნიკისა და აქსესუარების რეალიზაციის ბაზარზე**. მომჩივანი რამდენიმე გარემოებაზე აპელირებდა:

◀ დომენის რეგისტრაციის საკითხი

- o მომჩივანი მიუთითებდა, რომ მოპასუხე კომპანიამ დაირეგისტრირა დომენური მისამართი (www.algorithm.ge), რომელსაც 2016 წლამდე დიდი ხნის განმავლობაში თავად იყენებდა;
- o იდენტური დომენის კონკურენტის მიერ კომერციულ საქმიანობაში გამოყენება მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანასა და კომპანიების აღრევას უწყობდა ხელს.

◀ ლოგოსა და საფირმო სახელწოდების გამოყენება

- o მოპასუხე იყენებდა ლოგოს, რომელიც ვიზუალურად ჰგავდა მომჩივნის მიერ წარსულში კომერციულ პრაქტიკაში გამოყენებულ ლოგოს;
- o მხარეებს შორის სადავო იყო მომხმარებელთა მიერ აღნიშნული ლოგოს შეცდომით აღქმის შედეგად კომპანიების აღრევისა და ბაზარზე კონკურენციის დარღვევის შესაძლებლობა.

◀ არაკეთილსინდისიერი ქმედებების ეჭვი

- o მომჩივანმა ასევე აღნიშნა, რომ მოპასუხე იყენებდა მომჩივნის მსგავს ელ.ფოსტის მისამართებს და შესაძლოა, კავშირს ამყარებდა მომჩივნის მომწოდებლებთან, რაც მის ბიზნეს საქმიანობას ზიანს აყენებდა.

სააგენტოს მიერ დადგენილი გარემოებები

◀ დომენის რეგისტრაცია

- o სააგენტოს შეფასებით, მოპასუხემ დომენის რეგისტრაცია კანონიერად განახორციელა მას შემდეგ, რაც მომჩივანმა ვერ გააგრძელა მისი გამოყენება და არ/ვერ გადაიხადა შესაბამისი საფასური;
- o **არ იქნა გამოვლენილი დარღვევა** დომენის რეგისტრაციის კუთხით, რადგან მომჩივანი აღარ ფლობდა საკუთრების უფლებას მასზე, რის შემდეგაც მისამართი თავისუფალი და ხელმისაწვდომი აღმოჩნდა დაინტერესებული პირებისათვის.

◀ ლოგოსა და საფირმო სახელწოდების გამოყენება

- o სააგენტოს მოკვლევამ აჩვენა, რომ მოპასუხეს „საქპატენტში“ რეგისტრირებული აქვს მხოლოდ სიტყვიერი ნიშნები „ალგორითმი“ და „algorithm“, თუმცა აქტიურად იყენებს დაურეგისტრირებელ

ლოგოს სხვადასხვა პლატფორმაზე, მათ შორის ვებგვერდსა და ფეისბუქზე. მომჩივანს კი 2011 წლიდან რეგისტრირებული აქვს ლოგო, რომელიც ფერითა და ფონით განსხვავდება მოპასუხის დაურეგისტრირებული ლოგოსგან, მაგრამ ვიზუალურად მსგავსია ასო „A“-ს ფორმით. ამასთან, მომჩივნის რეგისტრირებული ლოგო სრულიად განსხვავდება მის მიერ პრაქტიკაში გამოყენებულ ლოგოსგან და, ასევე, რადიკალურად განსხვავდება მოპასუხის მიერ გამოყენებული ლოგოსგან.

ალგორითმი ALGORITHM

სურათი N1: საქვატენტში მოპასუხის სახელზე რეგისტრირებული სიტყვიერი გამოსახულება „ალგორითმი“ და „ALGORITHM“



სურათი N2: კომპანიების ლოგოები, მარცხნივ – მომჩივანი კომპანიის სახელზე რეგისტრირებული ლოგო, მარჯვნივ – მოპასუხის მიერ დაურეგისტრირებული ლოგო



სურათი N3: მომჩივანის მიერ ელექტრონულ პლატფორმებზე გამოყენებული ლოგო

- o მიუხედავად იმისა, რომ ლოგოს დიზაინი მომხმარებლებისთვის შესაძლოა მიგვანიშნებდეს მსგავსებაზე, არ გამოვლინდა მტკიცებულება კომპანიების აღრევის და იმის დასტურად, რომ მომხმარებელი შეცდომაში შევიდა უშუალოდ ლოგოს მსგავსების საფუძველზე;
- o მიუხედავად იმ გარემოებისა, რომ მომჩივან და მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს გააჩნიათ ერთი და იგივე საფირმო სახელწოდება, ასევე, ეწევიან მსგავს საქმიანობას, მოპასუხის მიერ დომენის დარეგისტრირება მოხდა კანონთან შესაბამისად, რაც გამორიცხავს ამ საფუძველით არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტის დადგენას;
- o **ფაქტობრივად, ინტელექტუალური საკუთრების უფლების დარღვევა არ დარღვეულა.**

◀ **მომხმარებლისა და კონკურენტის ინტერესის შელახვა**

- o სააგენტომ აღნიშნა, რომ იდენტური სახელწოდებების მქონე ორი ეკონომიკური აგენტის არსებობა **ზრდის მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის რისკებს**, განსაკუთრებით, თუ ისინი ოპერირებენ ერთსა და იმავე ბაზარზე;
- o მომხმარებელს ცალსახად უნდა შეეძლოს, სრული კონტროლი იქონიოს საკუთარ არჩევანზე და მოახერხოს კომპანიათა გამიჯვნა, იმ შემთხვე-

ვაში, თუ მას სურს გარკვეული მომსახურების ან საქონლის შეძენა;

- o ამ შემთხვევაში, მომხმარებელი მოკლებული იყო შესაძლებლობას ცალსახად გაემიჯნა კომპანიები. შესაბამისად, აღნიშნული შეფასდა, როგორც მომხმარებლისათვის არასწორი წარმოდგენის შექმნა და როგორც მომხმარებლის, ასევე, კონკურენტის (მომჩივანი კომპანია) ინტერესის შელახვა;
- o დადასტურდა მოპასუხე შპს „ალგორითმის“ მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11³ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის დარღვევის ფაქტი;
- o მოპასუხე კომპანიას დაევალა სარეკლამო პოლიტიკა აწარმოოს იმგვარად, რომ თავიდან იქნეს აცილებული მისი და მომჩივანი კომპანიის აღრევის და მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის რისკი.

სააგენტოს რეკომენდაცია საკანონმდებლო ცვლილებების საჭიროებაზე

სააგენტომ ხაზი გაუსვა საჭირო საკანონმდებლო ცვლილებებს⁹¹ შემდეგი მიმართულებებით:

- ◀ **საფირმო სახელწოდების რეგისტრაციის წესის გამკაცრება:**

91 2021 წლის 2 აგვისტოს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღ-

- o მარეგისტრირებელმა ორგანოებმა უზრუნველყონ ერთსა და იმავე ბაზარზე მოქმედი კომპანიებისთვის განსხვავებული სახელწოდებების რეგისტრაცია;
- o მომავალში ასეთი გაურკვევლობის თავიდან აცილება შესაძლებელია შესაბამისი საკანონმდებლო ცვლილებებით სამეწარმეო კანონმდებლობაში;

◀ პოტენციური მომხმარებელთა შეცდომაში შეყვანის პრევენცია:

სააგენტომ აღნიშნა, რომ კომპანიების საქმიანობა, რომლებიც ერთნაირ სახელწოდებას იყენებენ, **ზრდის**

ბულ იქნა „მეწარმეთა შესახებ“ ახალი კანონი (#875-Vრს-Xმპ), რომელმაც ძირუღალად შეცვალა კანონის რეგულირებად სფეროს დაქვემდებარებული მთელი რიგი საკითხები, მათ შორის, შეიცვალა მეწარმე სუბიექტის საფირმო სახელწოდებასთან დაკავშირებული ასპექტები. საფირმო სახელწოდებასთან დაკავშირებული საკითხებს ეხება კანონის მე-16 მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად, „მეწარმის, გარდა ინდივიდუალური მეწარმისა, საფირმო სახელწოდება უნდა განსხვავდებოდეს უკვე რეგისტრირებული მეწარმის საფირმო სახელწოდებისგან. საფირმო სახელწოდება უნდა შეიცვალოს ან მას დაერთოს დამატება, თუ ეს საჭიროა სხვა მეწარმის საფირმო სახელწოდებისგან განსასხვავებლად“. ჩანაწერი გამორიცხავს ერთი და იმავე სახელწოდების მეწარმე სუბიექტის არსებობას არამხოლოდ ერთსა და იმავე ბაზარზე, არამედ ზოგადად, რაც არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შემთხვევების ამ საფუძვლით გამოვლენისა და თავიდან აცილების ერთგვარ მყარ მექანიზმად შეიძლება იქნეს მიჩნეული.

შეცდომაში შეყვანის რისკს, რაც კონკურენციის თავისუფალ პრინციპებს ეწინააღმდეგება.

უნდა აღინიშნოს, რომ „კონკურენციის შესახებ“ კანონში 2020 წელს განხორციელებული ცვლილებებამდე მოქმედი რეგულაცია არ ითვალისწინებდა სანქციას არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შემთხვევაში და ხდებოდა მხოლოდ დარღვევის ფაქტის დადასტურება. ცვლილებების შედეგად, დაწესდა სანქცია კანონის მე-11³ მუხლით გათვალისწინებულ არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის შემთხვევებზე. კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტის მიხედვით, ჯარიმის ოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს სააგენტოს მიერ გადაწყვეტილების მიღების წინა ფინანსური წლის განმავლობაში ეკონომიკური აგენტის წლიური ბრუნვის 1 პროცენტს (დარღვევის სამართლებრივი საფუძვლის აღმოუფხვრელობის ან განმეორების შემთხვევაში, 3 პროცენტს).

მიუხედავად იმისა, რომ საკანონმდებლო ცვლილებების ძალაში შესვლის თარიღის (2020 წლის 4 ნოემბერი) შემდეგ არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის დადასტურების კუთხით ეს პირველი გადაწყვეტილება იყო სააგენტოსათვის, მაინც არ იქნა გამოყენებული სანქციების მექანიზმი, იქიდან გამომდინარე, რომ ქმედებები განხორციელებული იყო საკანონმდებლო ცვლილებებამდე, რის საფუძველზეც სააგენტომ მიუთითა, რომ აღნიშნულს ვერ განმარტავდა ეკონომიკური აგენტის წინააღმდეგ და ვერ გამოიყენებდა კანონის უკუქცევით ძალას.

3.3.2.3. „ჯი-თი მოტორსის“ საქმე

2020 წლის 6 მაისს, შპს „ჯი-თი მოტორსის“ მიერ წარდგენილი საჩივრის საფუძველზე, საქართველოს კონკურენციის სააგენტომ დაიწყო მოკვლევა შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ მიმართ, რომლის თაობაზეც საბოლოო გადაწყვეტილება გამოტანილ იქნა 2020 წლის 14 სექტემბერს. საჩივარში მომჩივანი აღნიშნავდა, რომ მოპასუხე კომპანია სახელწოდებისა და ლოგოს მეშვეობით კონკურენციის არაკეთილსინდისიერ მეთოდებს იყენებდა, რაც მომხმარებელთა შეცდომაში შეყვანასა და კომპანიების აღრევის რისკს ქმნიდა. ეს პრობლემა განსაკუთრებით აქტუალური იყო ონლაინ ბაზარზე, სადაც სარეკლამო კამპანიები ხორციელდებოდა.

◀ ძირითადი საკითხები:

- o **სადავო გარემოებები:** სააგენტომ განსაზღვრა, რომ შპს „ჯი-თი მოტორსი“ და შპს „ჯ.თ. მოტორსი“ ოპერირებენ ერთსა და იმავე ბაზარზე – ავტომობილების ტექნიკური მომსახურებისა და ავტომობილების სათადარიგო ნაწილების რეალიზაციის ბაზარზე. მათი მომსახურებები ერთმანეთის ჩამნაცვლებელია და ორივე კომპანია აქტიურად იყენებს ონლაინ პლატფორმებს, განსაკუთრებით, Facebook-სა და სხვა ციფრულ მედიას მომხმარებლების მოსაზიდად;
- o **მომჩივანის არგუმენტები:** შპს „ჯი-თი მოტორსის“ მტკიცებით, მოპასუხე კომპანია გამიზნულად იყენებდა მსგავს სახელწოდებასა და ლოგოს, რათა

ესარგებლა მისი ბრენდის ცნობადობითა და რეპუტაციით. მომჩივანმა წარადგინა Facebook-ის მომხმარებლების მიმოწერები და კომენტარები, რომლებშიც იკვეთებოდა მომხმარებლების მხრიდან კომპანიების აღრევის ფაქტები.

◀ მოპასუხის პოზიცია

შპს „ჯ.თ. მოტორსი“ უარყოფდა ბრალდებებს და აცხადებდა, რომ მისი ბრენდი და ლოგო განსხვავდებოდა მომჩივნისგან. მოპასუხე კომპანია ამტკიცებდა, რომ მისი მხრიდან არ განხორციელებულა არაკეთილსინდისიერი ქმედებები და საკუთარი ბიზნეს იდენტობის ფორმირებისას მხოლოდ ლეგალურ ჩარჩოებში მოქმედებდა.

◀ სააგენტოს შეფასება

სააგენტომ ხაზგასმით აღნიშნა, რომ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11³-ე მუხლი ზღუდავს იმგვარ პრაქტიკებს, რომლებიც ლახავენ მომხმარებელთა და კონკურენტთა ინტერესებს.

ზემოთ აღნიშნული გარემოებებისა და ქმედების შემადგენლობის გათვალისწინებით, სააგენტომ მოკვლევა წარმართა 11³ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტთან მიმართებით. კერძოდ, აღნიშნული ნორმის სავარაუდო დარღვევის ფაქტი განხილულ იქნა ორ ეპიზოდად:

1. მოპასუხე ეკონომიკური აგენტის მიერ საწარმოს რეგისტრაციისას სახელწოდების – „ჯ.თ. მოტორსის“ გამოყენება;

- შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ მიერ ბაზარზე პროდუქციისა და მომსახურების შეთავაზების მიზნით განხორციელებული ქმედებები (მათ შორის, ლოგოს მეშვეობით ოპერირება), რომლებიც შესაძლოა იწვევდეს მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანას.

იდენტურ სახელწოდებებთან დაკავშირებით, სააგენტომ აღნიშნა, რომ შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ მიერ საწარმოს რეგისტრაციისას „ჯ.თ. მოტორსის“ სახელწოდების გამოყენება არ წარმოადგენს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 11³ მუხლის ქრილში შესაფასებელ ფაქტორივ გარემოებას, ხოლო სააგენტო არაა უფლებამოსილი ორგანო, რომელსაც შეუძლია იმსჯელოს საწარმოს რეგისტრაციის პროცესის კანონშესაბამისობის ხასიათზე.

რაც შეეხება კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების ლოგოების მსგავსების ნაწილს, განიმარტა, რომ შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ და შპს „ჯი-თი მოტორსის“ ლოგოები ერთმანეთისაგან განსხვავდება როგორც ფერით, ისე ფორმით და, საშუალო სტატისტიკური ობიექტური მომხმარებლის გადმოსახედიდან, ამ ორის ლოგოს ერთმანეთისაგან განსხვავება ადვილად არის შესაძლებელი.



სურათი N4: კომპანიების ლოგოები (ლურჯ და თეთრ ფერში – შპს „ჯი-თი მოტორსი“; შავ და წითელ ფერში შპს „ჯ.თ. მოტორსი“)

სააგენტოს პოზიციით, მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიების ლოგოები გარკვეულწილად განსხვავდება, მათი სახელწოდებების ბგერითი და ვიზუალური მსგავსება ქმნის აღრევის რისკს, განსაკუთრებით ონლაინ სივრცეში, რაც კანონის 11³-ე მუხლის „ა“ ქვეპუნქტის დარღვევას წარმოადგენს.

შპს „ჯ.თ. მოტორსის“ მიერ განხორციელებული, მოკვლევის ფარგლებში განხილული სარეკლამო ქმედებები არ შეიცავს საკმარის განმასხვავებელ ნიშნებს იმისათვის, რომ ზემოთ აღწერილი მსგავსების პირობებში, მომხმარებელმა ცალსახად შეძლოს კომპანიების გამიჯვნა, მითუმეტეს, მაქსიმალურად ერთმანეთის მსგავსი საწარმოო სახელებით ოპერირების პირობებში. შესაბამისად, საქმე გვაქვს მომხმარებლის ინტერესების შელახვასთან შეცდომაში შემყვანი რეკლამის გზით. მოპასუხე კომპანიას დაევა, განახორციელოს ცვლილებები თავის სარეკლამო სტრატეგიაში, რათა მაქსიმალურად გამორიცხოს მომხმარებლების შეცდომაში შეყვანისა და სხვა კომპანიის რეპუტაციის არაკეთილსინდისიერი გამოყენების რისკები.

მოკვლევის შედეგად სააგენტომ ხაზი გაუსვა, რომ ონლაინ ბაზარზე კონკურენციის არაკეთილსინდისიერი პრაქტიკა მომხმარებელთა დაბნეულობის მთავარ წყაროს წარმოადგენს. მსგავსი შემთხვევების თავიდან ასაცილებლად, კომპანიებმა უფრო მკაფიოდ უნდა გამიჯნონ საკუთარი ბრენდი კონკურენტებისგან, განსაკუთრებით ციფრულ სივრცეში. სააგენტოს აღნიშნული გადაწყვეტილება კიდევ ერთხელ გამოკვეთს ონლაინ სარეკლამო სტრატეგიების გამოყენების აუცილებლობას კონკურენციის პრინციპების დაცვით.

3.3.2.4. „აიტექნიკის“ საქმე⁹²

„აიტექნიკის“ საქმეში⁹², რომლის მოკვლევაც სააგენტომ 2016 წლის 19 სექტემბერს დაიწყო და 2017 წლის 19 ივლისს დაასრულა, მომჩივანი შპს „აიტექნიკი“ კონკურენტი მოპასუხე კომპანია შპს „აიპლუსს“ ედავებოდა შპს „აიტექნიკის“ მფლობელობაში არსებული facebook გვერდის მასობრივი დარეპორტების შედეგად facebook ადმინისტრაციის მიერ მათი ოფიციალური გვერდის გაუქმებასა და, მეორე მხრივ, სოციალურ ქსელ facebook-ზე „iTechnics Georgia“ და „მატყუარა ITechnics“ ვებგვერდების შექმნასა და ადმინისტრირებას. მომჩივანი მიიჩნევდა, რომ აღნიშნული ფეისბუქ გვერდების უკან სწორედ შპს „აიპლუსის“ წარმომადგენლები იდგნენ და ისინი აქვეყნებდნენ შეცდომაში შემყვან და დამაზიანებელ ინფორმაციას შპს „აიტექნიკის“ სახელით.

სააგენტომ, მიუხედავად იმისა, რომ დაადგინა შპს „აიპლუსის“ მონაწილეობა შპს „აიტექნიკის“ საკუთრებაში არსებული გვერდის მიმართ ე.წ. „რეპორტების“ გაგზავნაში, მიუთითა, რომ გვერდის გაუქმება არ შედის „აიპლუსის“ კომპეტენციისა და შესაძლებლობის სფეროში, ვინაიდან აღნიშნულზე გადანყვეტილებას იღებს თავად ფეისბუქის ადმინისტრაცია, საკუთარი შიდა რეგულაციების შესაბამისად. გვერდის გაუქმების აქტი, სააგენტოს შეფასებით სო-

92 საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2017 წლის 19 ივლისის 04/186 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („აიტექნიკის“ საქმე), გვ.58. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/558d09388bf64de78446e681f928dd62.pdf

ციალურ ქსელსა და მის მომხმარებელს შორის არსებული კერძოსამართლებრივი ურთიერთობის შედეგია და უკავშირდებოდა კომპანია Apple-ის სახელითა და ლოგოთი არაავტორიზებულ სარგებლობას. შესაბამისად, ქმედების განხორციელება ვერ შეერაცხებოდა მოპასუხეს, რაც თავისთავად გამორიცხავს კანონდარღვევას.

კიდევ ერთი სადავო გარემოება შეეხებოდა, facebook Inc.-ის მიერ მომჩივანის სოციალური ქსელის გვერდის გაუქმების შემდეგ, შპს „აიპლუსის“ მიერ საკუთარ ფეისბუქ-გვერდზე ე.წ. პოსტების გამოქვეყნებას, სადაც მითითებული იყო, რომ „აიპლუსმა“ საკუთარ თავზე აიღო გვერდის გაუქმება, რომ „აიპლუსი“ არის Apple Inc.-ის მომავალი პარტნიორი, „აიპლუსმა“ კომპანია „ეფლის“ მხარდაჭერით დაიწყო „Fake Apple Store“-ების, ანუ კომპანია Apple Inc.-ის ყალბი მაღაზიების გაუქმება საქართველოში, რის მიზეზადაც ასახელებდა ასეთი გვერდების მხრიდან Apple Inc.-ის წარმომადგენლობის სახელითა და „Apple Store“ („ეფლის მაღაზია“) სახელით მანიპულირებას.

აღნიშნულთან დაკავშირებით, სააგენტომ მიიჩნია, რომ გავრცელებული ინფორმაცია არ იყო არასწორი, რეალობისაგან განსხვავებული, ხოლო ტერმინ „Fake Apple Store“-ის გამოყენება, განსაკუთრებით კი სიტყვა „ყალბი“, ჯდება კონსტიტუციით დაცულ გამოხატვის თავისუფლებაში და შესაძლოა, გამოყენებულ იყოს სავაჭრო ნიშნის არაავტორიზებული გამოყენების შემთხვევებშიც, რაც ამ შემთხვევაში შპს „აიტექნიკის“ მიმართ არ იყო ცრუ ინფორმაცია. შესაბამისად, სააგენტომ მიიჩნია, რომ არ არსებობდა არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის დასადგენად აუცილებელი კანონით დადგენილი საფუძვლები

და სახეზე არ იყო კანონის მე-11³ მუხლის მეორე ნაწილის „გ“ ქვეპუნქტის დარღვევა.⁹³

3.3.2.5. „პარაზიტოლოგიის ინსტიტუტის საქმე“

„პარაზიტოლოგიის ინსტიტუტის საქმე“⁹⁴ სააგენტოს პირველი და ყველაზე ძველი გადაწყვეტილებაა არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის მიმართულებით, რომელიც 2016 წლის 14 ივნისს დაიწყო და 2016 წლის 14 სექტემბერს დასრულდა.

მომჩივანს ამ შემთხვევაში წარმოადგენდა სს „ვირსალაძის სახელობის სამედიცინო პარაზიტოლოგიისა და ტროპიკული მედიცინის სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტი“, რომელიც შპს „სამედიცინო პარაზიტოლოგიისა და ტროპიკული მედიცინის კვლევითი ინსტიტუტს“, სხვა გარემოებებთან ერთად, ედავებოდა ონლაინ სოციალური ქსელის მეშვეობით განხორციელებულ ქმედებებს. მომჩივნის განმარტებით, პარაზიტოლოგიის ინსტიტუტის მიერ ხდებოდა მისი კონკურენტი ტროპიკული მედიცინის სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტის ლოგოს გამოყენება, როგორც მის სასაქონლო ნიშნად რეგისტრაციამდე, ისე რეგისტრაციის შემდეგ. კერძოდ, მოპასუხე მის კუთვნილ ოფიციალურ

93 იქვე, გვ.62.

94 კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის 2016 წლის 14 სექტემბრის N152 ბრძანებით დამტკიცებული გადაწყვეტილება („პარაზიტოლოგიის ინსტიტუტის საქმე“), გვ.47. ხელმისაწვდომია: https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/7ff474e39c874d1a859636e3a7b004a1.pdf

facebook გვერდზე ათავსებდა მომჩივანი ეკონომიკური აგენტის კუთვნილ სასაქონლო ნიშანს.

სააგენტოს პოზიციით, აღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, მოპასუხე ყალბი ინფორმაციის/რეკლამის მიწოდების გზით მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნიდა, უფრო მეტიც, იწვევდა ამ ორი დაწესებულების ერთმანეთში აღრევას, რაც საბოლოო ჯამში, ქმედების არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტად კვალიფიკაციის საფუძველს იძლეოდა. შესაბამისად, სააგენტოს მიხედვით, ამ შემთხვევაში, ირლვეოდა კანონის 11³ მუხლის მეორე პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტი, რომელიც კრძალავს კომუნიკაციის ნებისმიერი საშუალების გამოყენებით (მათ შორის – არასათანადო, არაკეთილსინდისიერი, არასარწმუნო ან აშკარად ყალბი რეკლამის მეშვეობით) საქონლის თაობაზე ისეთი ინფორმაციის გადაცემას, რომელიც მომხმარებელს არასწორ წარმოდგენას უქმნის და გარკვეული ეკონომიკური ქმედებისკენ უბიძგებს.

3.4. კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულება რეგულირებად სექტორებში

კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის აღსრულება რეგულირებად სექტორებში საკმაოდ კომპლექსური პროცესია, რომელიც მოიცავს როგორც სამართლებრივი ჩარჩოს განვითარებას, ისე მის პრაქტიკაში რეალიზებას.

„კონკურენციის შესახებ“ კანონის 2020 წლამდე მოქმედი რედაქციის შესაბამისად, კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილებას

სცილდებოდა კონკურენციის კანონმდებლობის დაცვის კონტროლი ეკონომიკის რეგულირებად სფეროებში, კერძოდ, საბანკო, ენერგეტიკისა და წყალმომარაგებისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორებში. ამ სფეროებში კონკურენციის დარღვევის თაობაზე მიღებულ კორექტივულ ღონისძიებას სააგენტო უგზავნიდა შესაბამის მარეგულირებელ ორგანოს და მხოლოდ მისი თხოვნით, კონსულტაციის დონეზე შეიძლება ჩართულიყო საკითხის განხილვის პროცესში. ამასთან, ამ სფეროების ნაწილში კონკურენციის აღსრულება საკანონმდებლო ნორმების არარსებობის გამო, ფაქტობრივად, არ ხორციელდებოდა. საფინანსო სექტორისა და კომუნიკაციების მარეგულირებელ სამართლებრივ აქტებში მხოლოდ ნაწილობრივ იყო ასახული კონკურენციის შესაბამისი ნორმები.

აღნიშნული საკანონმდებლო ვაკუუმის გამო ძალიან ბევრი საკითხი რჩებოდა ღია, რადგან მათ ვერც სააგენტო შეისწავლიდა უფლებამოსილების არარსებობის გამო და არც მარეგულირებელ ორგანოებს გააჩნდათ შესაბამისი კანონმდებლობა. ამავდროულად, ყურადსაღებია, რომ ევროკავშირთან „ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ“ შეთანხმება (DCFTA) ქვეყანას ავალდებულებს, ჰქონდეს ყოვლისმომცველი კონკურენციის კანონები (მუხლი 204), თუმცა, როგორც უკვე აღინიშნა, ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს მარეგულირებლების მიერ აღსასრულებელი სპეციალური კანონმდებლობა სრულად არ ფარავდა კონკურენციის საკითხებს. ამდენად, ეჭვქვეშ დგებოდა ქვეყნის მიერ ნაკისრი ვალდებულების (ერთიანი და ყოვლისმომცველი კონკურენციის კანონმდებლობის არსებობა) შესრულების საკითხი.

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, 2020 წლის საკანონმდებლო ცვლილების⁹⁵ შედეგად, აღნიშნული საკითხი მოწესრიგდა:

უპირველეს ყოვლისა, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი თავადვე აზუსტებს ეკონომიკის რეგულირებად სფეროს, კერძოდ, მე-3 მუხლის „რ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, ეკონომიკის რეგულირებადი სფერო განიმარტება, როგორც „საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონით, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით, „ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი სფერო, მუნიციპალური მომსახურების სფერო, რომელშიც თავისუფალი ფასწარმოქმნა და კონკურენცია შეზღუდულია და რომელიც, საქართველოს მთავრობის დადგენილებით, რეგულირებად ეკონომიკურ სფეროდ განისაზღვრება და სატარიფო რეგულირებას ექვემდებარება.

რაც შეეხება ინსტიტუციურ მექანიზმებს, საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო არის მთავარი ორგანო, რომელიც პასუხისმგებელია კონკურენციის სამართლის აღსრულებაზე, თუმცა რეგულირებად სექტორებში ამ ფუნქციის განაწილება ხშირად ხდება სექტორულ მარეგულირებლებთან, როგორიცაა:

- ◀ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია ტელეკომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სექტორში;

95 იხ. საქართველოს 2020 წლის 16 სექტემბრის კანონი #7126-ლს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე“.

- ◀ ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია ენერგეტიკის სექტორში;
- ◀ ეროვნული ბანკი საფინანსო სექტორში.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის საფუძველზე, სააგენტო უფლებამოსილია შეისწავლოს საკითხი, თუ გვაქვს შემდეგი პირობებიდან ერთ-ერთი მაინც:

ა) სავარაუდო კანონდამრღვევი ან კონცენტრაციის მონაწილე ერთ-ერთი მხარე არ წარმოადგენს ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკურ აგენტს;

ბ) სავარაუდო კანონდამრღვევი ან კონცენტრაციის მონაწილე მხარეები წარმოადგენენ ეკონომიკის რეგულირებადი სხვადასხვა სფეროს ეკონომიკურ აგენტებს;

გ) ქმედების განმახორციელებელი სუბიექტ(ებ)ი წარმოადგენს ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკურ აგენტს, მაგრამ, სავარაუდო კანონსაწინააღმდეგო ქმედება (დავის საგანი) არ არის განხორციელებული ეკონომიკის რეგულირებად სფეროში.

ამდენად, იმ შემთხვევაში, თუ ყველა მხარე მოქმედებს ეკონომიკის ერთსა და იმავე რეგულირებად სფეროში (ერთი მარეგულირებელი ორგანოს კომპეტენციაში შემავალი ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროები განიხილება ეკონომიკის ერთ რეგულირებად სფეროდ) და წარმოადგენს ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკურ აგენტს, საკითხს შეისწავლის შესაბამისი სფეროს მარეგულირებელი, თუმცა, ის ვალდებული იქნება იხელმძღვანელოს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით

და მის საფუძველზე მიღებული კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტებით (თუ მარეგულირებლებს აქვთ სპეციალური პროცედურული ხასიათის ნორმები, გამოიყენება მათი კანონმდებლობა). ამასთან, თუკი საქმე გვაქვს შერეულ ოპერაციებთან, მაგალითად იმ შემთხვევებში, როდესაც ერთ-ერთი სავარაუდო კანონდამრღვევი არ არის ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკური აგენტი ან/და საქმე ეხება ეკონომიკის სხვადასხვა რეგულირებადი სფეროს ეკონომიკურ აგენტებს, საქმეს განიხილავს არა მარეგულირებელი უწყება, არამედ სააგენტო. ამ შემთხვევაში, იგი ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს მარეგულირებელ ორგანოს საკითხის განხილვაში მონაწილეობის მიღების ან/და საკუთარი პოზიციის წარმოდგენის მოთხოვნით მიმართავს, ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ ეკონომიკის რეგულირებად სფეროში კონკურენციის შესაძლო დარღვევის ფაქტს ან კონცენტრაციის თაობაზე შეტყობინებას ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს მარეგულირებელი ორგანო განიხილავს, იგი სააგენტოს საკითხის განხილვაში მონაწილეობის მიღების ან/და საკუთარი პოზიციის წარმოდგენის მოთხოვნით მიმართავს.⁹⁶ როგორც ვხედავთ, მარეგულირებელ ორგანოებს გააჩნიათ საკუთარ საზედამხედველო სექტორებში კონკურენციის აღსრულების ექსკლუზიური უფლებამოსილება და, ამასთან, კანონმდებლობა ითვალისწინებს სავალდებულო თანამშრომლობას რეგულატორსა და კონკურენციის უწყებას შორის,⁹⁷ რაც

96 „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტები.

97 „Interactions between Competition Authorities and Sector Regulators – Contribution from Georgia“, OECD, December, 2022, p.2, <https://one.oecd.org/document/EN/Full-Text/?lang=en>.

გამოიხატება საკითხის კოორდინირებულად განხილვაში, შესაბამის კონსულტაციებსა და საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე პოზიციების გაზიარებაში.⁹⁸

შესაბამისად, კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულება სააგენტოსა და მარეგულირებელ ორგანოებს შორის კოოპერაციისა და ურთიერთჩართულობის გზით ხორციელდება, რაც გამართლებულ და სწორ საკანონმდებლო ტაქტიკად უნდა იქნეს მიჩნეული, თუნდაც კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების ამ ეტაპზე, რამეთუ სააგენტოს გააჩნია შესაბამისი გამოცდილება და კომპეტენცია კონკურენციის საკითხების კუთხით, ხოლო მარეგულირებელ ორგანოებს სექტორის შესაბამის საბაზრო პირობებთან და კომერციულ ურთიერთობებთან დაკავშირებით, რაც კონკრეტული შემთხვევის ეფექტიანად გადაწყვეტის სტრატეგიაა. გარდა ამისა, აღნიშნული რეგულაცია ხელს შეუწყობს ერთიანი საკანონმდებლო სივრცის ჩამოყალიბებას ყველა სფეროში.⁹⁹

კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების დიფერენცირებული მოდელის არსებობის მიუხედავად, ყველა აღმასრულებელი უწყებისათვის, იქნება ეს სააგენტო თუ მარეგულირებელი ორგანო, კონკურენციის კანონმდებლობის მთავარი აღსასრულებელი საკანონმდებლო აქტი არის

[oecd.org/document/DAF/COMP/GF/WD\(2022\)14/en/pdf](https://oecd.org/document/DAF/COMP/GF/WD(2022)14/en/pdf)

98 იხ. „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 30 და 31-ე მუხლები.

99 განმარტებითი ბარათი კანონპროექტზე „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე“ (#7126-ლს, მიღების თარიღი: 16/09/2020), გვ.29-30, ხელმსიაწვდომია: <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/224612>

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი. ამდენად, ის საკანონმდებლო ბაზა, რომლის შესაბამისადაც ხორციელდება კონკურენციის სავარაუდო დარღვევების შესწავლა, საერთოა ყველა აღმასრულებელი ორგანოსთვის. ამასთან, გარდა ძირითადი კანონისა, რომლის გამოყენებაც სავალდებულოა როგორც ყველა მარეგულირებლისათვის, სექტორის მარეგულირებელი უწყებების მიერ შემუშავებულია რიგი საკანონმდებლო აქტები, რომლებიც აკონკრეტებენ და ავსებენ კონკურენციის სამართლისა და პოლიტიკის აღსრულების საკითხებს შესაბამის სექტორებში.

3.4.1. კონკურენციის სამართლის აღსრულება

კომუნიკაციების სფეროში

3.4.1.1. კონკურენციის სამართლებრივი რეგულირება კომუნიკაციების სფეროში

კომუნიკაციების კომისია სატელეკომუნიკაციო სფეროს მარეგულირებელი ეროვნული ორგანოა, რომელიც ხელისუფლების სხვა შტოებისაგან დამოუკიდებელი უწყებაა და რომლის ფუნქციაცაა დაიცვას მომხმარებლის უფლებები, დაარეგულიროს მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროები, უზრუნველყოს კონკურენცია ამ ბაზრებზე და იზრუნოს ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვაზე. გამჭვირვალე მარეგულირებელი გარემოს ჩამოყალიბება და კონკურენციის ხელშეწყობა კომისიას სწორედ მის ერთ-ერთ ძირითად ამოცანად აქვს დადგენილი.¹⁰⁰

100 იხ. <https://comcom.ge/ge/the-commission/about-commission>

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტით მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობას არეგულირებს კომისია, ხოლო „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მიხედვით, ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში საქმიანობას, ასევე, არეგულირებს კომისია.

კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების ნაწილში, კომუნიკაციების კომისია მოქმედებს კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილებების ფარგლებში. კერძოდ, თავისუფალი კონკურენციის განვითარების უზრუნველყოფა, როგორც კომისიის ერთ-ერთი ფუნქცია, გათვალისწინებულია როგორც „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით, ასევე, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონით. ამავდროულად, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 და 31-ე მუხლების შესაბამისად, მის რეგულირებად სექტორში, კანონმდებლობით დადგენილი წესების დაცვით, კონკურენციის პოლიტიკას აღასრულებს კომისია.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის მე-7 პუნქტი ითვალისწინებს იმ სპეციალური ნორმების ჩამონათვალს, რომლებიც სავალდებულოდ არის გამოსაყენებელი ეკონომიკის რეგულირებადი სფეროს მარეგულირებელი ორგანოს მიერ. კერძოდ, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 და მე-7 მუხლებით გათვალისწინებული სამართალდარღვევების – დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებისა და კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების, გადაწყვეტილებისა და შეთანხმებული ქმედების კვალიფიკაციის, მათთვის გათვალისწინებული სანქციის დაკისრების

(მუხლი 33), კონცენტრაციების კონტროლის (და სხვ.) ნაწილში კომისია ხელმძღვანელობს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მატერიალური ნორმებით. კომისიის მიერ საკითხის შესწავლის უფლებამოსილების ნაწილში, ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს სუბიექტის ამა თუ იმ სექტორისადმი კუთვნილების საკითხი. კერძოდ, თუ კონკრეტული სუბიექტი არის კომისიის რეგულირებად სფეროში მოქმედი (ან ქმედება არის ჩადენილი ამ სპეციალურ სექტორში) და დაკმაყოფილებულია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლის სხვა პირობები, კომისია იქნება საკითხის შესწავლაზე უფლებამოსილი ორგანო.

უნდა აღინიშნოს, რომ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მიზნებისათვის, კომისია არ იყენებს განსხვავებულ ნორმებს სხვადასხვა ბაზრების, მათ შორის ციფრული/ელექტრონული ბაზრების მიმართ და მოქმედებს ზოგადი საკანონმდებლო ჩარჩოს ფარგლებში.

ამასთან, „კონკურენციის შესახებ“ კანონის აღსრულება ხორციელდება სპეციალური პროცედურული წესების დაცვით, რომელიც განსაზღვრულია კომისიის დადგენილებით. კერძოდ, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის N1 დადგენილებით დამტკიცებულია „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი წესი“, რომელიც ითვალისწინებს საჩივრის

დასაშვებობის შესწავლის, საქმის მოკვლევის, კონცენტრაციის თაობაზე შეტყობინების წარდგენისა და განხილვის, ბაზრის ანალიზის, თანამშრომლობის პროგრამის პირზე გავრცელებს პროცედურულ ნორმებს.

ამდენად, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღსრულების მარეგულირებელი ნორმები ერთგვაროვანია როგორც ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში, ასევე, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრულ სფეროშიც.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებული კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების გარდა, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, კომისიას აქვს კონკურენციის წინასწარი რეგულირების ფუნქცია. ამასთან, კონკურენციის წინასწარი რეგულირება ხორციელდება მხოლოდ „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის ფარგლებში და არ გამოიყენება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრულ სფეროში.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11 მუხლის მე-3 პუნქტის „ს“ ქვეპუნქტის თანახმად, კომისიის ძირითად ფუნქციებს განეკუთვნება „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული ფუნქციების შესრულება, ამავე კანონით დადგენილი თავისებურებების გათვალისწინებით.

„ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ²“ პუნქტის შესაბამისად, კონკურენციის წინასწარი რეგულირება არის კომისიის მიერ ავტორიზებული პირის მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალა-

უფლების მექანიზმებს დადგენა და მისთვის ამ კანონით წინასწარ განსაზღვრული სპეციფიკური ვალდებულებების დაკისრება. კონკურენციის წინასწარი რეგულირების ნაწილში, კომისია ძირითადად ეყრდნობა კანონის IV და V თავების დებულებებს, „მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების განსაზღვრისა და კონკურენტუნარიანობის ანალიზის მეთოდოლოგიური წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2007 წლის 31 აგვისტოს N5 და „ბაზრის კონკურენტუნარიანობისა და მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მექანიზმების ავტორიზებული პირების განსაზღვრის მეთოდოლოგიისა და პროცედურების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2024 წლის 22 თებერვლის N1 დადგენილებებს.

3.4.1.2. კომუნიკაციების კომისიის პრაქტიკა

კომუნიკაციების კომისიის პრაქტიკის ფარგლებში, კომისიისვე ცნობით, ციფრულ/ელექტრონულ ბაზრებზე/ბაზრების მეშვეობით კონკურენციის საკითხზე, კერძოდ, კონკურენციის შესაძლოა შეზღუდვის ან გამორიცხვის ფაქტზე 2024 წლის დეკემბრის მდგომარეობით არ აქვს მიღებული რამე სახის გადაწყვეტილება, შესაბამისად, პრაქტიკა ამ მიმართულებით არ არსებობს.¹⁰¹ თუმცა, აღსანიშნავია, რომ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის აღს-

101 კომუნიკაციების კომისიის 2024 წლის 10 დეკემბრის #გ-24-03/2808 წერილი საქართველოს ევროპის უნივერსიტეტის სამართლის ინსტიტუტისადმი.

რულების ფარგლებში, კომისიას მიმდინარე ეტაპამდე მიღებული აქვს მხოლოდ ერთი გადაწყვეტილება, რომელიც შეეხებოდა მაუწყებლების მიერ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის დარღვევას. აღნიშნული გადაწყვეტილება მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც 2020 წლის ხსენებული საკანონმდებლო ცვლილებების შემდგომ (რის საფუძველზე კომუნიკაციების კომისიას გარკვეულ შემთხვევებში „კონკურენციის შესახებ“ კანონის აღსრულების ფუნქცია მიენიჭა) ეს არის პირველი და ერთადერთი შემთხვევა ამ კანონის კომისიის მიერ პრაქტიკაში იმპლემენტაციისა და შესაბამისი დებულებების გამოყენების თვალსაზრისით.

გარდა ამისა, აღნიშნული პრეცედენტი რელევანტურია იმდენად, რამდენადაც ამ საქმის განხილვის ფარგლებში შედგა სააგენტოსა და კომისიას შორის კოოპერაციისა და თანამშრომლობის პირველი შემთხვევა. სწორედ ამ საქმის ფარგლებში წარმოჩინდა კომისიის ხედვა იმის შესახებ, თუ როგორ განმარტავს იგი სააგენტოსთან თანამშრომლობით „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის ცალკეულ დებულებებს და როგორი ურთიერთმიმართება არსებობს, ერთი მხრივ, კონკურენციის სამართალსა და, მეორე მხრივ, მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროების მომწესრიგებელ სპეციალურ კანონმდებლობას შორის. ამ თვალსაზრისით ყურადსაღებია ის გარემოება, რომ კომისიის მითითებით, განსახილველ ურთიერთობაზე – მაუწყებლობის ტრანზიტზე ერთდროულად ვრცელდება როგორც „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის, ისე – „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის

მოთხოვნები, ხოლო ეს გადაწყვეტილება არის პირველი სამართლებრივი დოკუმენტი, რომელმაც დაადასტურა კომისიისა და სააგენტოს ერთიანი ხედვა იმასთან დაკავშირებით, რომ საკითხის მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროს მომწესრიგებელი სპეციალური ნორმებით რეგულირება არ გამორიცხავს მასზე „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნების გავრცელებას.¹⁰²

კომუნიკაციების კომისიის 2023 წლის 6 აპრილის N გ-23-9/169 გადაწყვეტილება „სს „სილქნეტის“, შპს „მაგთიკომის“, შპს „ახალი ქსელებისა“ და შპს „საქართველოს ცენტრალური კავშირგაბმულობის კორპორაციის“ საჩივრების საფუძველზე შპს „მედია რაითს ჯორჯიას“, შპს „ტელეიმედის“, სს „მედია ჰოლდინგის“, შპს „მთავარი არხის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „პოსტ-ის“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ საქმის მოკვლევის შესახებ“ (ე.წ. „მაუწყებლების საქმე“)

საქმის მოკლე შინაარსი

2021 წელს, სს „სილქნეტმა“, შპს „მაგთიკომმა“, შპს „ახალმა ქსელებმა“ და შპს „საქართველოს ცენტრალურმა კავშირგაბმულობის კორპორაციამ“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას მიმართეს საჩივრებით. აღ-

102 კომინუკაციების კომისიის 2023 წლის 6 აპრილის N გ-23-9/169 გადაწყვეტილება „სს „სილქნეტის“, შპს „მაგთიკომის“, შპს „ახალი ქსელებისა“ და შპს „საქართველოს ცენტრალური კავშირგაბმულობის კორპორაციის“ საჩივრების საფუძველზე შპს „მედია რაითს ჯორჯიას“, შპს „ტელეიმედის“, სს „მედია ჰოლდინგის“, შპს

ნიშნული საჩივრები ეხებოდა შპს „მედია რაითს ჯორჯიას“, შპს „ტელეიმედის“, სს „მედია ჰოლდინგის“, შპს „მთავარი არხის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „პოსტვ-ის“ და შპს „ფორმულას“ სავარაუდო ქმედებებს, რომლებიც არღვევდნენ კონკურენციის წესებს, კერძოდ, „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-7 მუხლს (კონკურენციის შემზღუდველი ხელშეკრულების, გადაწყვეტილების და შეთანხმებული ქმედების აკრძალვა).

ძირითადი სადავო საკითხი შეეხებოდა სატელევიზიო არხების ტრანზიტის უფლების გადაცემასა და ამ პროცესში ჰორიზონტალური შეთანხმებების სავარაუდო არსებობის ფაქტს, რაც ზღუდავდა ბაზარზე კონკურენციას. ძირითადი აპელირება დაკავშირებული იყო ტრანზიტზე ერთიანი ტარიფის დაწესებასთან, რასაც მოპასუხეები ახორციელებდნენ ერთობლივი შეთანხმების საფუძველზე, უფრო კონკრეტულად:

- ◀ **სატრანზიტო ტარიფების ერთობლივი დადგენა:** მომჩივნები მიუთითებდნენ, რომ შპს "მედია რაითს ჯორჯია" მოქმედებდა მოპასუხე მაუწყებლების სახელით და ახორციელებდა სატელევიზიო ტრანზიტის უფლების ერთიანი ტარიფით რეალიზაციას. ეს ხელს უშლიდა ინდივიდუალური შეთანხმებების შესაძლებლობას და ზღუდავდა ბაზარზე კონკურენციას;

„მთავარი არხის“, შპს „ტელეკომპანია პირველის“, შპს „პოსტვ-ის“ და შპს „ფორმულას“ მიმართ საქმის მოკვლევის შესახებ”, <https://comcom.ge/ge/legal-acts/solutions/2023--23-9-169.page>

- ◀ **ჰორიზონტალური შეთანხმება:** მომჩივნები ამტკიცებდნენ, რომ მოპასუხე მაუწყებლებს შორის შედგა შეთანხმება, რომელიც გულისხმობდა სატელევიზიო ტრანზიტივის უფლების ფასის ხელოვნურად ფიქსირებას და ბაზრის განაწილებას;
- ◀ **ბაზრის შეზღუდვა:** ერთიანი ტარიფების დაწესება, მათი თქმით, ქმნიდა ხელოვნურ დაბრკოლებებს კონკურენციისთვის და ზიანს აყენებდა როგორც მომხმარებლებს, ისე სხვა კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს, როგორებიც არიან ტრანზიტორი კომპანიები.

კომისიის მოკვლევა

კომისიამ 2021 წლის 30 სექტემბერს წარმოებაში მიიღო საჩივრები და დაიწყო მოკვლევა „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-7 მუხლის სავარაუდო დარღვევის ანუ კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმების არსებობის სავარაუდო ფაქტზე. საქმეზე მოკვლევა გაგრძელდა 2023 წლის 6 აპრილამდე. ამ პერიოდის განმავლობაში ადმინისტრაციული წარმოების ფარგლებში, მოძიებული, განხილული და გაანალიზებული იქნა მხარეთა მიერ წარდგენილი მტკიცებულებები, წერილობითი განმარტებები და დამატებითი ინფორმაცია.

დადგენილი გარემოებები:

- ◀ **ტრანზიტივის უფლებების ერთიანი მართვა:** 2021 წლის 1 ივნისს, შპს „ტელეიმედმა“, სს „მედია ჰოლდინგმა“, შპს „მთავარმა არხმა“, შპს „ტელეკომპანია პირველ-

მა“, შპს „პოსტ-მა“ და შპს „ფორმულამ“ გააფორმეს ხელშეკრულება შპს „მედია რაითს ჯორჯიასთან“, რომელიც ითვალისწინებდა სატელევიზიო არხების ტრანზიტის უფლებების ერთიანი პაკეტით გაყიდვას და ტარიფის დადგენას. ამავდროულად, „ფასიანი ტრანზიტის მართვის უფლების ნასყიდობის შესახებ“ 2021 წლის 1 ივნისის ხელშეკრულების საფუძველზე დაადგინეს მათი სატელევიზიო არხების ტრანზიტის ერთობლივი საფასური – 3 ლარი, გამრავლებული ტრანზიტორის აბონენტების რაოდენობაზე;

- ◀ **კორიზონტალური შეთანხმება:** კომისიის მიერ ჩატარებულმა მოკვლევამ აჩვენა, რომ შეთანხმება იყო არა ინდივიდუალური მოლაპარაკებების შედეგი, არამედ მაუწყებლების მხრიდან უფლებების ერთ პაკეტად და კონსოლიდირებულ ფასად რეალიზების შედეგი. შეთანხმების შედეგად შეიქმნა ერთიანი საფასო ტრანზიტის მოდელი, რომელიც ბაზარზე კონკურენციას ზღუდავდა. მოპასუხეების მიერ წარმოდგენილი პაკეტის არაკონკურენტული ბუნების დამადასტურებელია, ასევე, ის ფაქტი, რომ შეთანხმება არ იყო ორიენტირებული – არხების შეკრებით შეექმნა მიმზიდველი, ფასდაკლებული პაკეტი, არამედ ამ გაერთიანებით ზრდიდა თავის საბაზრო გავლენას, თავს უყრიდა ყველაზე მსხვილ მაუწყებლებს და, ფაქტობრივად, შეუძლებელს ხდიდა ალტერნატიული პაკეტის შეკვრას ბაზარზე მოქმედი სხვა ეკონომიკური აგენტებისგან. კომისიამ აღნიშნა, რომ მოპასუხე მხარე ითხოვდა ერთიან

საფასურს მაუწყებლობის რეტრანსლაციისთვის – 3 ლარს, მიუხედავად ტრანზიტორი ოპერატორების ზომისა, რაც, ასევე, არ შეესაბამებოდა თავისუფალი კომერციული, ეკონომიკური მოლაპარაკებების გონივრულ პრინციპებს;

- ◀ **ბაზრის შეზღუდვა:** დადგინდა, რომ ამ ქმედებებით ბაზრის მონაწილეებს, განსაკუთრებით კი ტრანზიტორებს, შეეზღუდათ არჩევანის თავისუფლება და წაერთვათ ინდივიდუალური მოლაპარაკებების საშუალება.

კომისიის გადაწყვეტილება

კომისიამ დაადგინა, რომ მოპასუხე მაუწყებლებმა კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმების გზით დაარღვიეს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლი. მოპასუხე ეკონომიკურ აგენტებს შორის დადებული იყო „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ხელშეკრულება – შესყიდვის ფასის დადგენა (ფიქსაცია) კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს შორის. საინტერესოა, რომ შპს „მედია რაიტს ჯორჯია“ კომისიის მიერ დაკვალიფიცირდა, როგორც კარტელის ფასილიტატორი, რამეთუ ახორციელებდა მნიშვნელოვან როლს კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმების დაგეგმვის, ფასილიტაციისა და აღსრულების პროცესში. იგი უზრუნველყოფდა მაუწყებლების მიერ მაუწყებლობის ტრანზიტის ფასზე შეთანხმების კოორდინაციას, ტრანზიტორებთან დაკავშირებას, ხელშეკრულების დადებას, ტრანზიტორებისგან შესაბამისი ანაზღა-

ურების მოთხოვნას და მიღებას, შეთანხმების მონაწილე მაუწყებლებს შორის განაწილებას და ა.შ. მას გაცნობიერებული ჰქონდა, რომ აქტიურ ფასილიტაციას უწევდა და მონაწილეობდა კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტებს შორის დადებული კონკურენციის საწინააღმდეგო შეთანხმებაში.

კანონმდებლობის შესაბამისად, კომისიის მიერ მიღებულ იქნა შემდეგი ზომები:

- ◀ **შეთანხმებების ბათილად ცნობა:** „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-2 პუნქტის საფუძველზე, მაუწყებლებს შორის 2021 წლის 1-ელ ივნისს დადებული შეთანხმებები არაკანონიერად იქნა მიჩნეული და ბათილად გამოცხადდა;
- ◀ **სანქცია:** დარღვევების შედეგად გამოყენებული იყო შესაბამისი სანქციები, რომლებიც ითვალისწინებდა ფინანსურ ჯარიმებს. აღსანიშნავია, რომ კომისიამ, კარტელური შეთანხმებების აღმოჩენისა და დადასტურების მიუხედავად, ფულადი სანქციების დაკისრების კუთხით საკმაოდ ლიბერალური მიდგომა გამოიყენა. კომისია გადაწყვეტილებაში აღნიშნავს, რომ „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლისა და სახელმძღვანელო პრინციპების გათვალისწინებით, საგამონაკლისო შემთხვევებში, მნიშვნელოვანი შემამსუბუქებელი გარემოებების არსებობის პირობებში, იგი უფლებამოსილია შემოიფარგლოს სიმბოლური ფინანსური ჯარიმით, კერძოდ, 100 ლარის ოდენობით ჯარიმები უნდა დაეკისროთ შპს „ტელეიმედს“, სს „მედია ჰოლდინგს“, შპს „მთავარ არხს“, შპს

„ტელეკომპანია პირველს“, შპს „პოსტ“-ს და შპს „ფორმულას“. ამავე დროს, მაუწყებლების ხელშემკვრელი მხარის შპს „მედია რაითს ჯორჯიასთვის“, რომელსაც 2022 წლის განმავლობაში შემოსავალი არ ჰქონია, ჯარიმა განისაზღვრა 0 ლარით;

აღნიშნულის საფუძვლად, კომისიამ მიიჩნია, რომ არსებობდა პასუხისმგებლობის შემამსუბუქებელი არაერთი გარემოება. უპირველეს ყოვლისა, აღინიშნა, რომ ეს გადაწყვეტილება პრეცედენტულია და „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის საფუძველზე მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში კომისიის მიღებული პირველი გადაწყვეტილებაა. იმ გარემოების გათვალისწინებით, რომ კომისიას ამ საკითხზე გადაწყვეტილების პრაქტიკა არ ჰქონია, ქვეყანაში არ იყო სათანადოდ დამკვიდრებული და განმარტებული კონკურენციის სამართლის ცალკეული დებულების მოთხოვნები, სტანდარტები და პრინციპები, აგრეთვე – მათი სპეციფიკა ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში;

- ◀ **ქმედების დავალდებულება:** კომისიამ დაავალდებულა მოპასუხე მხარეები, გადაწყვეტილების ძალაში შესვლიდან 1 თვის ვადაში გაეუქმებინათ მაუწყებლებსა და შპს „მედია რაითს ჯორჯიას“ შორის დადებული 2021 წლის 1-ლი ივნისის ხელშეკრულება, რომელიც კონკურენციის საწინააღმდეგოდ იქნა მიჩნეული კანონის მე-7 მუხლის საფუძველზე. გარდა ამისა, მოპასუხე ეკონომიკურმა აგენტებს დაევალათ

არ განეხორციელებინათ არცერთი ქმედება, რომელიც რაიმე ფორმით ემსახურება 2021 წლის 1-ლი ივნისის ხელშეკრულების აღსრულებას.

აღნიშნული საქმე ცხადყოფს, რომ პოლიზონტადუხი შეთანხმებების ახსებობა, განსაკუთრებით კი მაუწყებლობის სფეროში, მნიშვნელოვნად ზღუდავს სამაჩთლიან კონკუჲენციას, ჰაც ჰეგუდატოჲის ჩახევის აუცილებლობას იწვევს.

კომისიის აღნიშნული გადაწყვეტილება პეცედეტური საქათვედოს სატედევიზიო ტჲანზიგის ბაზიისთვის და განსაზღვჲავს სამომავდო პოლიტიკის ფოჲმიჲების სტჲატეგიუდ მიმაჲთუდებებს. სიმბოლუჲი ტაჲიმის გამოყენება ჰეგუდიჲებადი სეჲტოჲების ეკონომიკუჲი აგენტების მიმაჲთ ასახავს კომისიის დიბეჲადუჲი დამოკიდებუდას, ჰაც უკავშირდება საკითხის პეცედეტუდ ხასიათს და ედეჲტჲონუდი კომუნიკაციების სფეროში კონკუჲენციის სამაჲთლის დებუდებების განმაჲტების ახად ეტაპს. კომისიამ მიიჩნია, რომ მოპასუხე ეკონომიკუჲი აგენტების მიეჲ ჩადენიდი დაჲლვევის სიმდიმის მიუხედავად, სამაჲთდებჲივი უსაფჲთხოებისა და კაჲვი მმაჲთვედობის პიინციპების, წინამდებაჲე გადაწყვეტიდების პეცედეტუდობის, ინდუსტჲიისთვის განჭვჲეტადი პჲაჲტიკის მკაცრი სანჲციჲების გაჲეშე დანეჲგვის საჭიოების გათვადისწინებით, წინამდებაჲე საქმეზე უნდა ყოფიდიყო გამოყენებუდი სიმბოლუჲი ფინანსუჲი ტაჲიმა. თუმცალა, საინტეჲესო იქნება შემდგომი პჲაჲტიკის ფაჲგდებში კომისიის მიდგომა სანჲციჲების მექანიზმების გამოყენების თვადსაზჲისით, განსაკუთრებით, იმ გაჲემოების გათვადისწინებით, რომ კომისიის ბიუჯეტის დაფინანსების ძიჲითადი წყაჲო

სწოხედ ამ ჰეგუდიხებული ეკონომიკუხი აგენგების მიეხ გა-
დახდიდი ჰეგუდიხების საფასუხით მიღებული შემოსავლებია.

3.4.2. კონკურენციის სამართლის აღსრულება ენერგეტიკის სექტორში

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4 მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, ენერგეტიკის სექტორში კანონის აღსრულების უფლებამოსილება კომისიას გააჩნია მხოლოდ კანონით განსაზღვრულ შემთხვევებში.

„ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია (შემდგომში „სემეკი“/„კომისია“) საქართველოში მოქმედი ერთ-ერთი ეროვნული რეგულატორი უწყებაა. ხოლო, „ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების შესახებ“ მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების სფეროს ერთადერთი ეროვნული მარეგულირებელი ორგანო არის სწორედ სემეკი.

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოსა და ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელ ეროვნულ კომისიას შორის „კონკურენციის შესახებ“ კანონის აღსრულება გამიჯნულია ზუსტად იმავე პრინციპით, რაც სხვა მარეგულირებლების შემთხვევაში. კომისიის მიერ საკითხის შესწავლის უფლებამოსილების ნაწილში, ძირითად კრიტერიუმს აქაც წარმოადგენს სუბიექტის ამა თუ იმ სექტორისადმი კუთვ-

ნილების საკითხი, თუმცა დეტალურად წინაპირობები მოცემულია „კონკურენციის შესახებ“ კანონის 31-ე მუხლში.

„ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების შესახებ“ კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ი.ბ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, ენერგეტიკული ბაზრის რეგულირებისა და ზედამხედველობის მიზნით სემეკის ერთ-ერთი ფუნქციაა, ამავე კანონისა და „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნათა შესაბამისად, ზედამხედველობა გაუწიოს ენერგეტიკული ბაზრების გახსნის დონესა და ეფექტიანობას, აგრეთვე ენერგეტიკულ ბაზრებზე არსებულ კონკურენციას, მათ შორის, კონკურენციის დარღვევის ან აკრძალვის ნებისმიერ შემთხვევას, ხოლო „ლ.ა.გ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და დავების გადაწყვეტის მიზნით, სემეკის ფუნქციაა უზრუნველყოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ღონისძიებების ეფექტიანობა და შესრულება სხვა კომპეტენტურ სახელმწიფო ორგანოებთან ერთად, რათა გარანტირებული იქნეს კონკურენცია და თავიდან იქნეს აცილებული კონკურენციის საწინააღმდეგო შემზღუდველი ქმედებები „ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების შესახებ“ კანონისა და „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოთხოვნათა გათვალისწინებით.

„ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების შესახებ“ კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის „ნ.ა“ და „ნ.ბ“ ქვეპუნქტების მიხედვით კი, ენერგეტიკულ სექტორში კონკურენციის რეგულირების მიზნით ამ კანონისა და „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, სემეკი უზრუნველყოფს ენერგეტიკის სექტორში კონკურენციასთან დაკავშირებული საკითხების რეგულირებასა და კანონქვე-

მდებარე ნორმატიული აქტების გამოცემას, ამასთან, კონკურენციის დარღვევის შემთხვევაში, რეგულირებულ საწარმოებს დააკისრებს სანქციებს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად.

აღსანიშნავია, რომ კანონთან ერთად ენერგეტიკის სექტორში ეფექტიანი კონკურენციის უზრუნველყოფას ემსახურება კომისიის 2021 წლის 30 მარტის N7 დადგენილების N1 დანართით დამტკიცებული „ენერგეტიკული ბაზრის მონიტორინგის წესები“, რომლის ძირითადი მიზანია საქართველოს ენერგეტიკულ ბაზარზე კონკურენტული, თავისუფალი, გამჭვირვალე და სამართლიანი ვაჭრობის მარეგულირებელი ეფექტიანი მექანიზმების შექმნა, ბაზრისა და სისტემის ოპერატორების ეფექტიანი რეგულირება და რეგიონულ დონეზე საქართველოს ენერგეტიკული ბაზრების ინტეგრირებისა და ენერგეტიკის დარგში სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელების ხელშეწყობა. აღნიშნული კანონმდებლობა აწესრიგებს კომისიის მიერ კონკურენციის კანონმდებლობის სავარაუდო ფაქტების შესწავლასა და კონცენტრაციების კონტროლთან დაკავშირებულ პროცედურულ საკითხებს.

ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიის ცნობით, 2024 წლის დეკემბრის მოცემულობით, კომისიას ციფრულ ან ელექტრონულ ბაზრებზე კონკურენციის სავარაუდო შეზღუდვასთან დაკავშირებით კონკურენციის კანონმდებლობის საფუძველზე არ აქვს მიღებული რაიმე სახის გადაწყვეტილება.¹⁰³

103 საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგული-

რაც შეეხება, ზოგადად, სემეკის პრაქტიკას, „კონკურენციის შესახებ“ კანონის აღსრულების თვალსაზრისით, საკმაოდ მწირია და თითქმის არ არსებობს, იძებნება მხოლოდ ერთი შემთხვევა, რომლის ფარგლებშიც სემეკმა კონკურენციის კანონმდებლობის საფუძველზე ბაზრის კვლევა და საქმის შესწავლა დაიწყო. კერძოდ, ბაზრის შემზღუდველი სავარაუდო ქმედების შესახებ შპს „ფშაველას“ 2021 წლის 5 აგვისტოს №31 განცხადების საფუძველზე, საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისიის 2021 წლის 28 დეკემბრის №55/4 გადაწყვეტილების შესაბამისად ბაზრის კვლევის დაიწყო.¹⁰⁴

შპს „ფშაველას“ საქმიანობა, სემეკის რეესტრის მიხედვით, დაკავშირებულია ელექტროენერგიის წარმოებასთან.¹⁰⁵ აღნიშნული სუბიექტის განცხადება შეეხებოდა „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას. შპს „ფშაველას“ განცხადების პირველადი შესწავლის ფარგლებში მოპასუხე მხარედ განისაზღვრა შპს „ჯორჯიან უოთერ ენდ ფაუერი“ და, განცხადე-

რებელი ეროვნული კომისიის 2024 წლის წერილი #2/02-18-10860 საქართველოს ევროპის უნივერსიტეტის სამართლის ინსტიტუტისადმი.

104 საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია: <https://gnerc.org/ge/legislation/komisiis-mier-mighebuli-aqtebi/bazris-shemzghudveli-savaraudo-qmedebis-shesakheb-shps-?fshavelas?-2021-tslis-5-agvistos-?31-gantskhadebis-safudzvelze-bazris-kvlevis-datskebis-da-bazris-kvlevis-samushao-djgufis-sheqmnis-shesakhe/124604>

105 <https://gnerc.org/ge/register-companies>

ბის დასაშვებობის დადგენის მიზნით, წინასწარ შეფასდა მასში მოცემული ფაქტები, გარემოებები და არგუმენტები. კომისიის მიერ შესწავლილი დოკუმენტაციიდან არ გამოკვეთილა ბაზრის კვლევის დაწყებაზე უარის თქმის კანონმდებლობით განსაზღვრული არც ერთი საფუძველი.

ბაზრის კვლევის დაწყებით სემეკს უფლებამოსილების ფარგლებში გათვალისწინებული ჰქონდა საკითხის სიღრმისეული შესწავლა, თუმცაღა, როგორც ირკვევა, საბოლოოდ, თავად მომჩივნის მიერ – შპს „ფშაველას“ 2022 წლის პირველი ნოემბრის წერილის საფუძველზე, საქართველოს ენერგეტიკისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელმა ეროვნულმა კომისიამ, 2021 წლის 28 დეკემბრის №55/4 გადაწყვეტილების მიხედვით, მიმდინარე ბაზრის კვლევა შეწყვიტა.¹⁰⁶ შესაბამისად, საქმე საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებისა და პრეცედენტის დამკვიდრების გარეშე დასრულდა.

გარდა აღნიშნული შემთხვევისა, სემეკის ვებგვერდის მონაცემების მიხედვით, 2024 წელს სემეკში კიდევ ერთი განცხადება შევიდა კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის შესახებ, კერძოდ, ბაზრის შემზღუდველი სავარაუდო ქმედების შესახებ 2024 წლის 5 მარტის №2403-002 განცხადება, თუმცაღა, ამ შემთხვევაში, სემეკმა ბაზრის კვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ გადაწყვეტილება მიიღო.¹⁰⁷

- 106 <https://gnerc.org/ge/legislation/komisiis-mier-mighebuli-aqtebi/shps-?fshavelas?-2022-tslis-pirveli-noembris-tserilis-safudzvelze-saqartvelos-energetikisa-da-tskalmomargebis-maregulirebeli-erovnuli-komisiis-2021-tslis-28-dekembris-?55-4-gadatskvatilebis-shesabamisad-mimdinare-bazris-kvlevis-shetskvetis-shesakheb/125335>
- 107 <https://gnerc.org/ge/legislation/komisiis-mier-mighebuli-aqtebi/bazris-shemzhudveli-savaraudo-qmedebis-shesakheb-2024-tslis-5-martis-?2403-002-gantskhadebis-safudzvelze-bazris-kvlevis-datskebase-uaris-tqmis-shesakheb/126778>

3.4.3. კონკურენციის პოლიტიკისა აღსრულება საფინანსო სექტორში

3.4.3.1. კონკურენციის სამართლის რეგულირება საფინანსო სფეროში

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3.რ“ მუხლის მიხედვით, ეკონომიკის ერთ-ერთ რეგულირებად სფეროდ მიიჩნევა „საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონით განსაზღვრული სფერო, რომლის ზედამხედველობასაც საქართველოს ეროვნული ბანკი ახორციელებს. ამდენად, ეროვნულ ბანკს მინიჭებული აქვს მის რეგულირებას დაქვემდებარებულ სექტორებში კონკურენციის კანონმდებლობის აღსრულების უფლებამოსილება.

უფრო კონკრეტულად, ეროვნული ბანკის ზედამხედველობას დაქვემდებარებულ სფეროებში სავარაუდო კონკურენციის შემზღუდველი ქმედებების შესწავლის კუთხით ეროვნული ბანკის უფლებამოსილებები მოცემულია როგორც „საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის 47⁸ მუხლში, ასევე, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის 31-ე მუხლში.

„საქართველოს ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს ორგანული კანონის შესაბამისად, ეროვნული ბანკი განიხილავს საფინანსო სექტორის წარმომადგენლის მიერ კონკურენციის შესაძლო დარღვევის თაობაზე საჩივარს/განცხადებას ან/და კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინებას და ამ პროცესში ხელმძღვანელობს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით, თუ ორგანული კანონით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული.

საფინანსო სექტორში კონკურენციის სამართლის აღსრულების უმთავრეს გამოწვევას წარმოადგენს კონკურენციის ეფექტიანი აღსრულებისა და ფინანსური სტაბილურობის უზრუნველყოფის საჭიროებების დაბალანსება, რადგან ეს ორი მიზანი ერთმანეთთან ყოველთვის სრულად თავსებადი არ არის.¹⁰⁸ ფინანსური სტაბილურობის დაცვის მიზანი, რა თქმა უნდა, პირდაპირ წინააღმდეგობაში არ მოდის კონკურენციის დაცვის მიზანთან, თუმცა ფინანსური სტაბილურობის დასაცავად რეგულატორის ზოგიერთმა ჩარევამ შესაძლოა კონკურენციის შეზღუდვა გამოიწვიოს. ამგვარად, რეგულატორების მხრიდან საჭიროა კონკურენციისა და ფინანსური სტაბილურობის მიზნებს შორის ეფექტიანი ბალანსის პოვნა და რეგულირების/ჩარევის შესაძლო ვარიანტების სიფრთხილით შერჩევა, რათა შეძლებისდაგვარად მინიმუმამდე იქნეს დაყვანილი ფინანსური სტაბილურობის მიღწევის მიზნით გამოსაყენებელი ღონისძიებების იმპლემენტაციის შედეგად გამოწვეული კონკურენციის შეზღუდვა.^{109,110}

კანონმდებლობის შესაბამისად, რეგულატორებს აქვთ უფლებამოსილება, გააჩნდეთ საკუთარი და თუნდაც განსხვავებული პროცედურები, რომელიც გაწერილი იქნე-

108 OECD (2011), Competition Issues in the Financial Sector: Key Findings, OECD Publishing, Paris, p. 8. ხელმისაწვდომია: <https://doi.org/10.1787/37dd5552-en>

109 The world bank group, Georgia financial sector assessment program, June 2021. ხელმისაწვდომია: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/09984030301222333/text/P1750140bbc9a30ce0bce10f720c4d7ac41.txt>

110 იხ. საფინანსო სექტორში კონკურენციის სამართლის აღსრულების საერთაშორისო პრაქტიკის მიმოხილვა, საქართველოს ეროვნული ბანკი, გვ.6.

ბა შესაბამის კანონქვემდებარე ნორმატიულ აქტებში. ამდენად, საქართველოს ეროვნულ ბანკს, როგორც საფინანსო სექტორში კონკურენციის კანონმდებლობის აღსრულებაზე უფლებამოსილ ორგანოს, მიღებული აქვს ორი კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტი, რომლითაც დარეგულირებულია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონიდან გამომდინარე პროცედურები თუ შესაბამისი უფლებამოსილებები, კერძოდ:

- ◀ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის 2021 წლის 28 მაისის No67/04 ბრძანებით დამტკიცებული „კონკურენციის შესახებ დარღვევასთან დაკავშირებული საქმის მოკვლევის, საჩივრის/განცხადების წარდგენისა და განხილვის წესი“;
- ◀ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის 2021 წლის 28 მაისის No68/04 ბრძანებით დამტკიცებული „ბაზრის ანალიზისა და კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარდგენისა და განხილვის წესი“.

ეროვნული ბანკის უფლებამოსილება, კონკურენციის პოლიტიკის გატარების ნაწილში, ვრცელდება საფინანსო სექტორის შემდეგ წარმომადგენლებზე: კომერციული ბანკი, მიკრობანკი, არასაბანკო სადეპოზიტო დაწესებულება, საბროკერო კომპანია, ფასიანი ქაღალდების დამოუკიდებელი რეგისტრატორი, ცენტრალური დეპოზიტარი, სპეციალიზებული დეპოზიტარი, საფონდო ბირჟა, საინვესტიციო ფონდი, აქტივების მმართველი კომპანია, მიკროსაფინანსო ორგანიზაცია, არასახელმწიფო საპენსიო სქემის დამ-

ფუძნებელი, საგადახდო სისტემის ოპერატორი, საგადახდო მომსახურების პროვაიდერი, ვალუტის გადამცვლელი პუნქტი და, აგრეთვე, სესხის გამცემ სუბიექტსა და საკრედიტო საინფორმაციო ბიუროზე.¹¹¹

3.4.3.2. ეროვნული ბანკის პრაქტიკა

ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის აღსრულების კუთხით, საქართველოს ეროვნული ბანკის განმარტებითვე დგინდება, რომ 2024 წლის დეკემბრის მდგომარეობით ციფრულ/ელექტრონულ ბაზრებზე ან/და ციფრული/ელექტრონული საშუალებებით კონკურენციის საკითხებთან დაკავშირებით ადმინისტრაციული წარმოება არ განუხორციელებია.¹¹²

ამის მიუხედავად, როგორც ირკვევა, ეროვნულ ბანკს გააჩნია გარკვეული პრაქტიკა, სტანდარტულ საფინანსო ბაზრებზე რეგულირებად სექტორში კონკურენციის სამართლებრივი საკითხების მოკვლევისა და შესაბამისი გადანყვეტილებების მიღების კუთხით, რაც ვფიქრობთ, საინტერესოა განსახილველად, მიუხედავად იმისა, რომ არ შეეხება ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციის წესების აღსრულებას.

საქართველოს ეროვნული ბანკის პრაქტიკა კონკურენციის სამართლის აღსრულების კუთხით, ბანკისვე გამოქვეყნებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, 2021 წელს იწყება საქართველოს ეროვნული ბანკის 2021 წლის 29 ივნისის

111 იქვე, გვ.11-12.

112 საქართველოს ეროვნული ბანკის 2024 წლის 17 დეკემბრის წერილი 2-14/4554 საქართველოს ევროპის უნივერსიტეტის სამართლის ინსტიტუტისადმი.

გადაწყვეტილებით სს „კრედო ბანკისა“ და სს „ფინკა ბანკი საქართველოს“ შორის განსახორციელებელი კონცენტრაციის კონკურენტულ გარემოსთან თავსებადობის შესახებ და ჯამში მოიცავს 5 მოკვლევულ საქმეს.

აღსანიშნავია, რომ ეროვნული ბანკის მიერ განხილული საქმეების აბსოლუტური უმრავლესობა „კონკურენციის შესახებ“ კანონის მე-6 მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტს ანუ დომინანტური მდგომარეობის სავარაუდო ბოროტად გამოყენებას ეხება. აქვე, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ არცერთ მათგანში ეროვნულ მარეგულირებელს კონკურენციის წესების დარღვევა არ გამოუვლენია. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული 5 შემთხვევიდან 3 საჩივარი დაუშვებლად იქნა მიჩნეული კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის თაობაზე გონივრული ეჭვის არარსებობის გამო, შესაბამისად, ეროვნულ ბანკს არ განუხორციელებია საქმის სრულყოფილი მოკვლევა და ანალიზი. ერთ შემთხვევაში, რეგულატორმა განახორციელა საქმის სრულყოფილი შესწავლა და მოკვლევა, დადგინდა კიდეც კონკრეტული საბანკო სუბიექტის დომინანტური მდგომარეობის ფლობა ბაზარზე, თუმცაღა, საბოლოოდ არ დადასტურდა დარღვევა ანუ დომინანტური საბაზრო მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. დარჩენილი ერთი შემთხვევა კი შეეხებოდა კონცენტრაციის კონტროლს, რაც ეროვნული ბანკის მიერ კონკრეტულ გარემოსთან თავსებადად და დასაშვებად იქნა მიჩნეული.¹¹³

113 საქართველოს ეროვნული ბანკის გადაწყვეტილებები კონკურენციის პოლიტიკის მიმართულებით ხელმისაწვდომია შემდეგ ბმულზე: <https://nbg.gov.ge/page/ეროვნული-ბანკის-გადაწყვეტილებები>

**2024 წლის 15 მაისის ბრძანება შპს „ი ჯი თი ექსპრეს
ჯორჯიას“ 2024 წლის 8 თებერვლის საჩივრის
საფუძველზე „თიბისი ბანკის“ წინააღმდეგ
მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ**

საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა განიხილა შპს „ი ჯი თი ექსპრეს ჯორჯიას“ 2024 წლის 8 თებერვლის საჩივარი სს „თიბისი ბანკის“ მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის (დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე. მომჩივანი, რომელიც წარმოადგენდა სატრანსპორტო კომპანიას, მიუთითებდა, რომ სს „თიბისი ბანკი“ მას დაბრკოლებებს უქმნიდა გადარიცხვის ოპერაციების განხორციელების ნაწილში და სხვა სატრანსპორტო კომპანიებთან მიმართებაში აყენებდა არაკონკურენტულ და დისკრიმინაციულ მდგომარეობაში.

საქმის გარემოებების შესწავლის შედეგად, ეროვნულმა ბანკმა მიიჩნია, რომ „თიბისი ბანკი“ მოქმედებდა ფულის გათეთრების აღკვეთის ხელშეწყობის კანონმდებლობის მოთხოვნათა შესაბამისად და მის ქმედებაში არ იკვეთებოდა კონკურენციის შეზღუდვის ნიშნები. აღნიშნულის გათვალისწინებით, ეროვნულმა ბანკმა მიიღო გადაწყვეტილება საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ. ამასთანავე, სს „თიბისი ბანკის“ მიმართ გაცემულ იქნა განსახილველად სავალდებულო რეკომენდაცია, რომ მან მკაცრად გააკონტროლოს ფულის გათეთრების კანონმდებლობის მიზნობრიობა კონკრეტული ქმედებების განხორციელებისას.

2023 წლის 29 დეკემბრის გადაწყვეტილება სს „საქართველოს ბანკისა“ და სს „თიბისი ბანკის“ მიერ დომინანტური მდგომარეობის შესაძლო ბოროტად გამოყენების თაობაზე

საქართველოს ეროვნული ბანკის 2021 წლის 6 ივლისის ბრძანებით დაწყებულ იქნა მოკვლევა – თბილისის, ქუთაისისა და გორის მუნიციპალიტეტების ტერიტორიაზე საზოგადოებრივ ტრანსპორტში მგზავრობის საფასურის გადახდის, ტრანსპორტის მართვისა და კონტროლის სისტემის შექმნის პროცესში სს „საქართველოს ბანკისა“ და სს „თიბისი ბანკის“ მიერ კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევის ფაქტზე, უფრო კონკრეტულად, დომინანტური მდგომარეობის შესაძლო ბოროტად გამოყენების თაობაზე, რაც გულისხმობს გარიგების დასადებად მხარისთვის ისეთი დამატებითი პირობის დადგენა/ვალდებულების დაკისრება, რომელიც არც საგნობრივად და არც კომერციულად დაკავშირებული არ არის გარიგების საგანთან და სხვა (ამ შემთხვევაში ე.ქ. „მიბმა“/ „Tying“).

საქართველოს ეროვნული ბანკის ძირითადი შესწავლის საგანს წარმოადგენდა შემდეგი საკითხი: ქ. თბილისში, სტუდენტებისა და მოსწავლეებისთვის უფასო/შელავათიანი მგზავრობის საფასურის გადახდისთვის განკუთვნილი სატრანსპორტო საგადახდო ბარათის სს „საქართველოს ბანკის“ საბანკო საგადახდო ბარათთან მხოლოდ დაკავშირებულად/გაერთიანებულად შეთავაზებით ადგილი ჰქონდა თუ არა ბანკის მიერ, სხვადასხვა პროდუქტის მიბმის გზით, კონკურენციის შეზღუდვას.

მოკვლევის პროცესში სს „თბილისი ბანკის“ მხრიდან ქუთაისსა და გორის მუნიციპალიტეტების ტერიტორიაზე საზოგადოებრივ ტრანსპორტში მგზავრობის საფასურის გადახდის, ტრანსპორტის მართვისა და კონტროლის სისტემის შექმნის პროცესში კონკურენციის წესების დარღვევის შესახებ თავიდანვე გამოირიცხა.

მეორე მოპასუხე სს „საქართველოს ბანკის“ მიმართ მოკვლევის ფარგლებში შესაბამის ბაზრად განისაზღვრა ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის ტერიტორიაზე საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მგზავრობის საფასურის გადახდის (სტუდენტური და მოსაწავლის შეღავათიანი ტარიფით) სატრანსპორტო საგადახდო ბარათების ბაზარი. ამასთანავე, ეროვნული ბანკის მიერ ბაზრის ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ „საქართველოს ბანკი“ ფლობს ისეთ საბაზრო ძალაუფლებას, რომელიც მას შესაძლებლობას აძლევს იმოქმედოს სხვა სუბიექტებისგან და მომხმარებლებისაგან დამოუკიდებლად, ასევე, არსებითი გავლენა მოახდინოს შესაბამისი ბაზრის პირობებზე და შეზღუდოს კონკურენცია, შედეგად, დადგინდა, რომ შესაბამის ბაზარზე სს „საქართველოს ბანკი“ ფლობს დომინანტურ მდგომარეობას.

მიუხედავად დომინანტური მდგომარეობის ფლობისა, საქართველოს ეროვნული ბანკის კონკურენციის კომიტეტის მიერ 2023 წლის 27 დეკემბერს მიღებული გადაწყვეტილების შესაბამისად არ დადასტურდა, რომ ქ. თბილისში, სტუდენტებისა და მოსწავლეებისთვის უფასო/შეღავათიანი მგზავრობის საფასურის გადახდისთვის განკუთვნილი სატრანსპორტო საგადახდო ბარათის სს „საქართველოს ბანკის“ საბანკო საგადახდო ბარათთან მხოლოდ დაკავშირებულად/გაერთიანებულად შეთავაზებით ადგილი ჰქონ

ნდა ბანკის მიერ, სხვადასხვა პროდუქტის მიბმის გზით კონკურენციის შეზღუდვას.

შედეგად, არც სს „საქართველოს ბანკისა“ და არც სს „თიბისი ბანკის“ მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის მე-2 პუნქტის „დ“ ქვეპუნქტის დარღვევის ფაქტი არ დადგინდა.

2021 წლის 29 ოქტომბრის გადაწყვეტილება სს „ოპკას“ საჩივრის საფუძველზე შპს „მისო რიკო ექსპრესის“ წინააღმდეგ მოკვლევის დაწყებაზე უარის თქმის შესახებ

საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა განიხილა 2021 წლის 2 ივლისს სს „ოპკას“ მიერ წარმოდგენილი საჩივარი შპს „მისო რიკო ექსპრესის“ მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის (დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) მე-2 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის სავარაუდო დარღვევის შესახებ. აღნიშნული გულისხმობს, გარკვეული სავაჭრო პარტნიორებისთვის იდენტურ ტრანზაქციებზე განსხვავებული პირობების დაწესება, რითაც ხდება მათი არაკონკურენტულ მდგომარეობაში ჩაყენება.

საჩივარში სადავო გარემოება შეეხებოდა მოპასუხის მიერ მომჩივანისთვის საგადახდო მომსახურების სფეროში მომსახურების საკომისიოსთან დაკავშირებით განსხვავებული პირობების დაწესებას.

საჩივრის შესწავლისა და შესაბამისი ბაზრის ანალიზის შედეგად, ეროვნულმა ბანკმა მიიჩნია, რომ შპს „მისო

რიკო ექსპრესს“ არ ეკავა შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა, რაც, თავის მხრივ, გამორიცხავდა მისი მხრიდან ხსენებული ნორმის დარღვევის სამართლებრივ შესაძლებლობას. ამდენად, საჩივარი ცნობილ იქნა დაუშვებლად და მომჩივანს უარი ეთქვა საქმის მოკვლევის დაწყებაზე.

**საქართველოს ეროვნული ბანკის 2021 წლის
29 ოქტომბრის გადაწყვეტილება სს „ოკპას“
საჩივრის საფუძველზე შპს „გოა კრედიტის“
წინააღმდეგ საქმის მოკვლევის დაწყებაზე უარის
თქმის შესახებ**

საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა განიხილა 2021 წლის 2 ივლისს სს „ოკპას“ მიერ წარმოდგენილი საჩივარი შპს „გოა კრედიტის“ მხრიდან „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-6 მუხლის (დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) მე-2 პუნქტის „გ“ და „დ“ ქვეპუნქტების სავარაუდო დარღვევის შესახებ. აღნიშნული გულისხმობს, გარკვეული სავაჭრო პარტნიორებისთვის იდენტურ ტრანზაქციებზე განსხვავებული პირობების დაწესება, რითაც ხდება მათი არაკონკურენტულ მდგომარეობაში ჩაყენება და გარიგების დასადებად მხარისთვის ისეთი დამატებითი პირობის დადგენა/ვალდებულების დაკისრება, რომელიც არც საგნობრივად და არც კომერციულად დაკავშირებული არ არის გარიგების საგანთან, და სხვა.

საჩივარი შეეხებოდა მომჩივნისთვის საგადახდო მომსახურების სფეროში მომსახურების საკომისიოსთან და-

კავშირებით განსხვავებული პირობების დაწესებას მოპასუხის მხრიდან. ასევე, მომჩივნის განმარტებით, მოპასუხე უარს ამბობდა თანამშრომლობაზე გამოგონილი მიზეზით.

საჩივრის შესწავლისა და შესაბამისი ბაზრის ანალიზის შედეგად, ეროვნულმა ბანკმა მიიჩნია, რომ შპს „გოა კრედიტს“ არ ეკავა შესაბამის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა, რაც, თავის მხრივ, გამორიცხავდა მისი მხრიდან ხსენებული ნორმის დარღვევის სამართლებრივ შესაძლებლობას. ამდენად, საჩივარი ცნობილ იქნა დაუშვებლად და მომჩივანს უარი ეთქვა საქმის მოკვლევის დაწყებაზე.

**საქართველოს ეროვნული ბანკის 2021 წლის
29 ივნისის გადაწყვეტილება სს „კრედო
ბანკისა“ და სს „ფინკა ბანკი საქართველოს“
შორის განსახორციელებელი კონცენტრაციის
კონკურენტულ გარემოსთან თავსებადობის შესახებ**

საქართველოს ეროვნულმა ბანკმა განიხილა 2021 წლის 31 მაისს წარმოდგენილი შეტყობინება სს „კრედო ბანკის“ მიერ სს „ფინკა ბანკი საქართველოს“ აქციების 100%-იანი წილის შეძენის თაობაზე. აღნიშნული კონცენტრაცია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-11 მუხლისა და „ბაზრის ანალიზისა და კონცენტრაციის შესახებ შეტყობინების წარდგენისა და განხილვის წესის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტის 2021 წლის 28 მაისის №68/04 ბრძანების შესაბამისად, ექვემდებარებოდა ეროვნულ ბანკთან წინასწარ წერილობით შეტყობინებას.

საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ კანონმდებლობის შესაბამისად განხილულ იქნა 100,000 ლარამდე სასესხო პროდუქტების ბაზარი და 100,000 ლარზე მეტი მოცულობის სასესხო პროდუქტების ბაზარი. შედეგად, ეროვნული ბანკის გადაწყვეტილებით, ბანკის მიერ არ გამოვლინდა მოსალოდნელი კონცენტრაციის შედეგად ეფექტიანი კონკურენციის არსებითი შეზღუდვის რისკები, რის საფუძველზეც აღნიშნული კონცენტრაცია მიჩნეულ იქნა კონკურენტულ გარემოსთან თავსებადად და 2021 წლის 29 ივნისს მიღებულ იქნა შესაბამისი გადაწყვეტილება.

დასკვნა

ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ, ტექნოლოგიების განვითარების პარალელურად, იცვლება ტრადიციული საბაზრო ურთიერთობები მომხმარებლებსა და ეკონომიკურ აგენტებს შორის. ასევე, ახალ სახეს იღებს კონკურენცია თავად ეკონომიკურ აგენტებს შორისაც. ტექნოლოგიური პროგრესი საშუალებას აძლევს ზოგიერთ ეკონომიკურ აგენტს, წვდომა ჰქონდეს კონკურენტებთან შედარებით განსაკუთრებით დიდი რაოდენობის მონაცემებზე. ზოგჯერ ე.წ. „გეითქიფერებს“ აქვთ საშუალება მნიშვნელოვნად შეაფერხონ ბაზარზე შესვლა კონკურენტი ეკონომიკური აგენტებისათვის.

გარდა საბაზრო სტრუქტურის შესაძლო ცვლილებებისა, პრობლემური ხდება კონკურენციის მარეგულირებელი ნორმების შეფარდებაც ციფრულ ბაზრებზე. ეს შეიძლება განპირობებული იყოს დროითი ფაქტორით, რამეთუ აღმასრულებელი ორგანოების ქმედებები, რესურსები თუ საკანონმდებლო ჩარჩო ვერ ეწევა ბაზრის დინამიკას. ზოგიერთ შემთხვევაში შესაძლოა, ასევე, მოძველებული იყოს ის მეთოდები და ეკონომიკური თეორიები, რომლებსაც კონკურენციის სამართალი ეყრდნობოდა ეკონომიკური აგენტის საბაზრო ძალაუფლების დასადგენად.

ზემოთქმულის გათვალისწინებით, მნიშვნელოვანია, რომ ხორციელდებოდეს ქართული კონკურენციის სამა-

როლის ეფექტიანი აღსრულება, რათა ციფრულ ბაზრებზე არსებულმა შესაძლო დისბალანსმა არ შეაფერხოს აღნიშნული ბაზრების ეფექტიანი ფუნქციონირება და საბოლოოდ არ დააზარალოს ქართველი მომხმარებლების კეთილდღეობა. აღნიშნული გამონვევის საპასუხოდ, შესაძლოა სასარგებლო იყოს არსებული საკანონმდებლო ბაზის მოდიფიკაცია ან/და ახალი საკანონმდებლო ინსტრუმენტების შემუშავება, რაც მოახდენდა კონკრეტულად ციფრული ბაზრებისათვის სპეციფიკური საფრთხეების დაბალანსებას. ამგვარი, ახალი საკანონმდებლო ინიციატივის მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ევროკავშირის ციფრული ბაზრების აქტი, რომელიც უშუალოდ დიდ პლატფორმებთან დაკავშირებულ საფრთხეებზეა ფოკუსირებული.

შესაბამისი ადმინისტრაციული ორგანოების პრაქტიკის შესწავლამ ცხადყო, რომ ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციასთან დაკავშირებული შემთხვევების რიცხვი მზარდია კონკურენციის სააგენტოს პრაქტიკაში, თუმცა გადანყვეტილებების უმეტესობა არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას ეხება. რაც შეეხება ეკონომიკის რეგულირებად სფეროს, ენერგეტიკის, საბანკო და ტელეკომუნიკაციების სექტორებში პრაქტიკულად არ არსებობს ციფრულ ბაზრებზე კონკურენციასთან დაკავშირებული საქმეები და, ზოგადად, მწირია აღნიშნული მარეგულირებლების მიერ კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობის გამოყენების შემთხვევები. აღნიშნულის ერთ-ერთი მიზეზი შეიძლება ისიც იყოს, რომ რეგულირებად სექტორებში კონკურენციასთან დაკავშირებული საკანონმდებლო რეფორმა მხოლოდ 2020 წელს გატარდა და, ალბათ, დრო დასჭირდება შესაბამისი პრაქტიკის ჩამოყალიბებას. კონკურენციის სააგენტოს, ამ

მხრივ, შეუძლია შეიტანოს მნიშვნელოვანი წვლილი ეკონომიკის რეგულირებად სექტორებში პრაქტიკის ჩამოყალიბებისათვის, იქნება ეს ინფორმაციის გაცვლა, კვალიფიკაციის ასამაღლებელი აქტივობები თუ ურთიერთთანამშრომლობის ფარგლებში საერთო მოკვლევების ინიცირება.

ნაშრომში, ასევე, ნაჩვენებია, რომ ციფრულ ბაზრებზე მომუშავე ეკონომიკური აგენტების ბიზნეს მოდელები ხშირ შემთხვევაში ეფუძნება მონაცემებს, მათ შორის, დიდი რაოდენობით პერსონალურ მონაცემებს. ამ მხრივ მნიშვნელოვანია, რომ, ერთი მხრივ, კონკურენციის პოლიტიკის აღსრულების საქმეში უფრო აქტიურად ჩაერთოს პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სამსახური, ხოლო, მეორე მხრივ, კონკურენციის სააგენტომაც მეტი ყურადღება დაუთმოს ისეთი ბაზრების მოკვლევას, სადაც კომპანიები მონაცემებზე დაფუძნებული ბიზნეს მოდელებით ოპერირებენ.

ასევე, გვერდს ვერ ავუვლით ევროკავშირ-საქართველოს ასოცირების შეთანხმების და სამართლებრივი აპროქსიმაციის პროცესსაც. ციფრული ეკონომიკის სფეროში ევროკავშირმა ბოლო წლების განმავლობაში მნიშვნელოვანი ინიციატივები შეიმუშავა, მონაცემების გაცვლის თუ ხელოვნური ინტელექტის რეგულირების მიმართულებით. ამ მხრივ განსაკუთრებით საინტერესოა ევროკავშირის კონკურენციის კანონმდებლობის პროგრესიც და მნიშვნელოვანია, რომ ამ მხრივ საქართველომ პრაქტიულად მოახდინოს შესაბამისი ევროპული ინიციატივების მონიტორინგი და ეროვნულ სამართლებრივ სივრცეში ტრანსფერი.¹¹⁴

114 აღნიშნულთან დაკავშირებით ასევე იხილეთ: მარგველაშვილი, თ., გვ. 75-76.