



საქმე №3ბ/320--1-

საქმე №33031001-002383261

გ ა ნ ჩ ი ნ ე ბ ა
საქართველოს სახელით

22 მაისი, 2019 წელი

თბილისი

თბილისის სააპელაციო სასამართლო
ადმინისტრაციულ საქმეთა პალატა

თავმჯდომარე - გიორგი ტყავაძე
მოსამართლეები - მანანა ჩოხელი
თამარ ონიანი
სხდომის მდივანი - ნათია ზანდუკელი

აპელანტი (მოსარჩელე) - შ-- „ს----- კ----- რ----- 2-

წარმომადგენლები - თ----- მ-----ი, ლ--- მ-----ი

მოწინააღმდეგე მხარე (მოპასუხე) – საქართველოს კომუნიკაციების
ერონული კომისია

წარმომადგენელი - პ-----

დავის საგანი - ინდივიდუალური ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტების
ბათილად ცნობა

გასაჩივრებული გადაწყვეტილება - თბილისის საქალაქო სასამართლოს
ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2-----ის გადაწყვეტილება

1.1. აპელანტის მოთხოვნა - თბილისის საქალაქო სასამართლოს
ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2-----ის გადაწყვეტილების
გაუქმება და ახალი გადაწყვეტილების მიღებით სარჩელის დაკმაყოფილება

გასაჩივრებული გადაწყვეტილების დასკვნებზე მითითება:

გასაჩივრებული გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილი

თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2-----
-----ის გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---- სარჩელი არ
დაკმაყოფილდა.

დასკვნები ფაქტობრივ გარე-ობებთან დაკავშირებით:

2.1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- ა-----ის N-----
- გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მიეცა გაფრთხილება
„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹-ე
მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა
და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1
დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო
რეკომენდაციის“ მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

2.2. 2--- წლის 2- ი-----ს აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების
დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე- სამსახურებრივი
ბარათით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის
თავმჯდომარეს და მოახსენა (რეგისტრაციის N-----), რომ 2--- წლის 1- დ-----ს
შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსებულ პროგრამაში „დ-----
-----ს“ ფარგლებში სამჯერ განთავსდა სიუჟეტი მაღაზიათა ქსელიდან „ს---
---“ (-----), სადაც ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა
ინფორმაცია წინასაახალწლო ფასდაკლებების, აქციებისა და ს---დას---
საჩუქრების შესახებ, ხოლო კომპანიის დირექტორმა დაწვრილებით განმარტა რას
მოიცავს წინასაახალწლო აქცია „მიიღე ერთ ლარად, რაც შენ გინდა“. აქციის
ფარგლებში მაღაზიათა ქსელი მომხმარებელს სთავაზობდა წვრილ და მსხვილ
საყოფაცხოვრებო ტექნიკას დაუჯერებელ და სიმბოლურ ფასად, ერთ ლარად 100
ლარიანი ღირებულების საქონლის შეძენის შე-თხვევაში („ვაძლევთ საშუალებას
მიიღონ ის რაც უნდათ, მხოლოდ ერთ ლარად და მხოლოდ „ს-----ში“). ვიდეო-
რგოლში ყურადღება მახვილდება ცალკეულ პროდუქტებზე, მათ ტექნიკურ
მახასიათებლებზე, განხორციელდა მაცივრის (იტალიური ფირმა „ი-----“),
სარეცხი მანქანის (იტალიური ფირმა „ი-----“) და ტელევიზორების დე-
ონსტრირება. სიუჟეტებში დასახელებულ იქნა ქალაქები, სადაც „ს-----ს“ ცამეტი
მაღაზიაა წარმოდგენილი და აღნიშნული იქნა, რომ აქცია ყველა მათგანში
ვრცელდებოდა. ამასთან, ხაზი გაესვა მაღაზიათა ქსელ „ს-----ში“ მოქმედ სამი
ნულის ტიპის განვადებას, რომლის დროსაც წინასწარი შენატანის, დამტკიცების
საკომისიოს და თავად განვადების პროცენტი ნულია. სიუჟეტის განმავლობაში
ყურადღება გამახვილდა მაღაზიათა მუშაობის საგანგებო რეჟიმზე (დილის ათი
საათიდან, საღამოს ათ საათამდე) და განსაკუთრებულ შეთავაზებებზე. სიუჟეტის
განმავლობაში ეკრანზე რამოდენიმეჯერ ამონათდა კომპანიის სახელი,
მისამართები, ტელეფონები და ვებ-გვერდის მისამართი, ასევე სიუჟეტის
დასაწყისში და დასრულებისას ამონათდა წარწერა „რეკლამა“.

ამავე სამსახურებრივი ბარათით აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე-საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს განუმარტა, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (12:39 სთ.) შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--ის გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში განხორციელდა შოკოლადი „ლ-----“ და შუშხუნა ღვინო „ბ-----მ-----ს“ დე-ონსტრირება. გადაცე-ის წამყვანებმა გადაცე-ის მსვლელობისას განსაკუთრებული ხაზგასმით აღნიშნეს შოკოლადის სასარგებლო და უნიკალური თვისებების შესახებ, მომხმარებელს მიაწოდეს მოკლე ინფორმაცია შოკოლადის „ლ-----“ წარმოების ისტორიის თაობაზე. ასევე, ჩამოთვალეს „ლ-----“ შოკოლადის სახეობები (რძით, თხილით, ნუშით, ნამდვილი შავი შოკოლადი). წამყვანებმა აღნიშნეს, რომ „ლ-----“ არის ელიტარულ წრეში ყველაზე გაყიდვადი შოკოლადი, რომელიც არის ჯამრთელობისთვის სასარგებლო, კინაიდან არის ნამდვილი შვეიცარული შოკოლადი, რომელიც მხოლოდ ნატურალური პროდუქტებისგან მზადდება. ასევე, ყურადღება გამახვილდა „ლ-----“ 70%, 85% და 99%-იან შოკოლადებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ წონაში კლებას და რომლის ერთი პატარა ნატეხიც კი განაყრებს. სტუდიაში განხორციელდა შოკოლადის დაგე-ოვნება. ამასთან, ყურადღება გამახვილდა „ბ-----მ-----ს“ შამპანიურების დიდ არჩევანზე (ნახევრად ტკბილი, ნახევრად მშრალი, ბრუტი, როზე), აღინიშნა მისი გე-ო და ხარისხი, დამზადების ტექნოლოგია, რომ შამპანიური მზადდება უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენებით, საკუთარი ვენახებიდან, კახეთის მიკროზონიდან, მხოლოდ ქართული ვახის ჯიშის გამოყენებით. წამყვანებმა გამოიყენეს გამოთქმები „მოგიყვანთ კარგ ხასიათზე, კარგია როგორც შოკოლადთან, ისე მონო, აკმაყოფილებს ნებისმიერ გე-ოვნებას“ და ა.შ. სტუდიაში განხორციელდა აღნიშნული ცქრიალა ღვინის გახსნა და დაგე-ოვნება.

ამავე სამსახურებრივი ბარათით აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე-საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს განუმარტა, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (13:35:59), გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში კ----- „ქ-----ს“ წარმომადგენლებმა პირდაპირ ეთერში განახორციელა რბილი ავეჯის ქიმიური დამუშავება-წმენდა, რა დროსაც გადაცე-ის წამყვანები პირდაპირი ეთერის დროს გამოხატავდნენ აღტაცებას კომპანიის მომსახურებისა და შესრულებული სამუშაოს ხარისხის მიმართ. გამოყენებულ იქნა გამონათქვამები: „ისე იწმინდება, რომ სუნი არ აქვს“, „გამოიყენება სპეციალური, უნივერსალური ხსნარი, არა ტოქსიური“, „შესანიშნავია დიასახლისებთვის“, „სისუფთავე არის სიზუსტის და პროფესიონალიზმის შედეგი“ და ა.შ. გადაცე-აში საუბარია კომპანიის მომსახურების მრავალფეროვნებაზე (ეზოების მოვლა, ბალახის გაკრეჭა, მაღლივი შე-ინული შენობების წმენდა, აუზების მომსახურება და ა.შ.). სტუდიაში მოწვეულმა კომპანიის წარმომადგენელმა, ვრცლად ისაუბრა კომპანიის სერვისებზე და სიახლეებზე. აქვე დასახელდა ფასდაკლებების შესახებ, რაც წამყვანების ერთგვარი ხაზგასმის საგანი იყო.

2.3. 2--- წლის 2- ი-----ს აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე- სამსახურებრივი ბარათით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს და მოახსენა (რეგისტრაციის N-----), რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსდა სასპონსორო მითითებები:

ა) „გადაცე-ის სპონსორია „ჯ----“ - სიტბოსთვის, სიამოვნებისთვის, სიხარულისთვის, ჯანმრთელობისთვის, დასვენებისთვის. „ჯ----“ - თქვენთვის” (22:0-:21; 22:56:29; 23:13:16; 22:54:49).

ბ) „გადაცე-ის სპონსორია სუპერმარკეტების ქსელი „ს-----“. „ს-----ში“ ყოველთვის საუკეთესო ფასებია. „ს-----“- თქვენზე მორგებული (22:0-:31; 22:56:39; 22:54:59; 23:13:26).

გ) „საახალწლო ეთერის გასართობ გადაცე-ებს წარმოგიდგენთ „ე- კ-----ის“ ენერგოეფექტური პროექტები დასრულებული რე-ონტით თბილისის ცენტრში. „ე- კ-----ი“- იცხოვრე უკეთესად“.

2.4. ამონაწერით საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმიდან დგინდება, რომ კომისიის გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- დაეკისრა ჯარიმა 31,683.2- (ოცდათერთმეტი ათას ექვსას ოთხმოცდასამი ლარი და ოცდაოთხი თეთრი) ლარი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“, „ბ“, და „გ“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

2.5. 2--- წლის 1- მარტს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---“ N----- წერილით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმში არსებული შენიშვნებზე და განუმარტა, რომ სხდომის ოქმის იმ ნაწილში, რომელიც ეხება „რ----- 2--- საკითხის განხილვას, ერთ-ერთ მონაკვეთში არ არის მითითებული კომისიის თავმჯდომარის - კ--- ბ-----ის მოსაზრება/პოზიცია და ასევე არ არის მითითებული აღნიშნულზე შეპასუხება/მოსაზრება.

კერძოდ, სხდომის ოქმის მე-13 გვერდზე, „კითხვა-პასუხის“ ნაწილში სადაც არის წარდგენილი თ----- მ-----ისა და პ- ბ-----ს მსჯელობები მომხმარებელთა უფლებებთან დაკავშირებით (მე-13 გვერდის ბოლო ნაწილი, რომელიც შე-დეგ გადადის მე-14 გვერდზე) არ არის დაფიქსირებული კ--- ბ-----ის მოსაზრება, რომელიც მან დააფიქსირა უშუალოდ თ----- მ-----სა და პ-----ს შორის მომხმარებელთა დაცვის მიზნობრიობის თე-აზე საუბრის შედეგ, კონკრეტულად

ბატონმა თავმჯდომარე- აღნიშნა, რომ მიზნობრიობა არის არა მხოლოდ მომხმარებლის უფლებების დაცვა, არამედ ის, რომ არ მოხდეს რეკლამის ფასების აღრევა. აღნიშნულის შედეგ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--ის წარმომადგენელმა გააკეთა შეპასუხება და დააფიქსირა მოსაზრება, რომ კომისიის ფუნქციაში არ შედიოდა რეკლამის ფასების რეგულირება.

ზე-აღნიშნულიდან გამომდინარე, ითხოვა სხდომის ოქმში შესაბამისი შესწორების შეტანა და ზე-ოსხენებული გამოტოვებული მოსაზრებების უცვლელი სახით ასახულიყო სხდომის ოქმში და/ან განხორციელებულიყო შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--ის წარმომადგენის მიერ მითითებული შენიშვნების დადასტურება შესაბამისი ფორმით.

2.6. შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- 2--- წლის 1- მ-----ს N----- წერილის პასუხად, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 16 მ-----ს N----- წერილით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მთავარ იურისტს ეცნობა, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმი შედგენილი იყო ზედმიწევნით სიზუსტით.

2.7. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0----- - გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- დაეკისრა ჯარიმა 31,683.2- (ოცდათერთმეტი ათას ექვსას ოთხმოცდასამი ლარი და ოცდაოთხი თეთრი) ლარი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“, „ბ“, და „გ“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

დასკვნები სამართლებრივ გარე-ოქმებთან დაკავშირებით:

სასამართლომ განმარტა შედეგი:

2.8. საქართველოს ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის 22-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, სარჩელი შეიძლება აღიძრას ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის ბათილად ცნობის მოთხოვნით. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-2 მუხლის პირველი ნაწილის „დ“ პუნქტიდან გამომდინარე, სასამართლომ მიიჩნია, რომ მოსარჩელის მიერ სადავოდ ქცეული გადაწყვეტილებები წარმოადგენს ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტებს. ამდენად, ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის მე-2 მუხლის პირველი ნაწილის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, დავის განხილვისას უნდა შე-ოწმდეს მათი შესაბამისობა კანონმდებლობასთან.

2.9. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის პირველი მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ეს კანონი სიტყვისა და აზრის თავისუფლებისა და თავისუფალი მეწარმეობის პრინციპების შესაბამისად განსაზღვრავს მაუწყებლობის განხორციელების წესს, მაუწყებლობის სფეროში ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს შექმნის წესსა და ფუნქციებს, ამ სფეროში საქმიანობის რეგულირების პირობებს, მაუწყებლობის განხორციელების უფლების მოპოვების წესსა და პროცედურებს. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით კი, ამ კანონის მიზანია სახელმწიფო ჩარევისაგან დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი მაუწყებლობის ფორმირება; მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობის რეგულირება გამჭვირვალობის, სამართლიანობისა და მიუკერძოებლობის პრინციპების შესაბამისად, ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს მეშვეობით; სიტყვისა და აზრის თავისუფლების, მაუწყებელთა შორის კონკურენტული გარე-ოს სტიმულირების, მაუწყებელთა თანასწორობისა და დამოუკიდებლობის, სიხშირეების ეფექტიანი გამოყენების უზრუნველყოფა.

ამავე კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობას არეგულირებს კომისია, მე-2 პუნქტის შესაბამისად, კომისია არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, მუდმივმოქმედი ეროვნული მარეგულირებელი ორგანო, რომელიც არ ექვე-დებარება არცერთ სახელმწიფო უწყებას. კომისია არ არის სახელმწიფო ქონების საფუძველზე შექმნილი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი (დაწესებულება) ან საჯარო სამართლის კორპორაცია. კომისიის სამართლებრივი სტატუსი განისაზღვრება „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონითა და ამ კანონით, ხოლო მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, მაუწყებლობის სფეროში კომისიის ერთ-ერთ ფუნქციას წარმოადგენს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი; ამ მოთხოვნათა დარღვევის შე-თხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კომისიის სხდომა საჯაროა. კომისიის ყველა დადგენილება, გადაწყვეტილება, ბრძანება, ჩანაწერი და ს--- დოკუმენტი ხელმისაწვდომია საჯარო განხილვისათვის, გარდა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსით განსაზღვრული შე-თხვევებისა. ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის შესაბამისად კომისია უზრუნველყოფს გამჭვირვალებასა და დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობას გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. ამავე კანონის მე-8 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, კომისიის გადაწყვეტილება არის ინდივიდუალური სამართლებრივი აქტი, რომელიც მიიღება კანონმდებლობით კომისიისთვის მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში. ამავე კანონის მე-2 მუხლის „3¹⁷“ პუნქტის თანახმად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან ს--- ეკონომიკური სარგებლის

სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით, ხოლო ამავე მუხლის „ჰ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სპონსორობა არის პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცე-ის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება პირის მიერ, მისი სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45¹-ე მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის მიხედვით, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები; მაუწყებლობის სფეროში მოქმედ კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის შე-თხვევაში უზრუნველყოს ავტორიზებული საქმიანობის მათთან შესაბამისობა. ამავე კანონის მე-70 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცე-ული პროგრამების, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე; ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.

დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---- ეთერში განთავსებულ პროგრამაში „დ-----ს“ ფარგლებში სამჯერ განთავსდა სიუჟეტი მაღაზიათა ქსელიდან „ს-----“ (-----), სადაც ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია წინასაახალწლო ფასდაკლებების, აქციებისა და ს---დას--- საჩუქრების შესახებ, ხოლო კომპანიის დირექტორმა დაწვრილებით განმარტა რას მოიცავს წინასაახალწლო აქცია „მიიღე ერთ ლარად, რაც შენ გინდა“. აქციის ფარგლებში მაღაზიათა ქსელი მომხმარებელს სთავაზობდა წვრილ და მსხვილ საყოფაცხოვრებო ტექნიკას დაუჯერებელ და სიმბოლურ ფასად, ერთ ლარად 100 ლარიანი ღირებულების საქონლის შეძენის შე-თხვევაში („ვაძლევთ საშუალებას მიიღონ ის რაც უნდათ, მხოლოდ ერთ ლარად და მხოლოდ „ს-----ში“). ვიდეო-რგოლში ყურადღება მახვილდება ცალკეულ პროდუქტებზე, მათ ტექნიკურ მახასიათებლებზე, განხორციელდა მაცივრის (იტალიური ფირმა „ი-----“), სარეცხი მანქანის (იტალიური ფირმა „ი-----“) და ტელევიზორების დე-ონსტრირება. სიუჟეტებში დასახელებულ იქნა ქალაქები, სადაც „ს-----ს“ ცამეტი მაღაზიაა წარმოდგენილი

და აღნიშნული იქნა, რომ აქცია ყველა მათგანში ვრცელდებოდა. ამასთან, ხაზი გაესვა მაღაზიათა ქსელ „ს-----ში“ მოქმედ სამი ნულის ტიპის განვადებას, რომლის დროსაც წინასწარი შენატანის, დამტკიცების საკომისიოს და თავად განვადების პროცენტი ნულია. სიუჟეტის განმავლობაში ყურადღება გამახვილდა მაღაზიათა მუშაობის საგანგებო რეჟიმზე (დილის ათი საათიდან, საღამოს ათ საათამდე) და განსაკუთრებულ შეთავაზებებზე. სიუჟეტის განმავლობაში ეკრანზე რამოდენიმეჯერ ამონათდა კომპანიის სახელი, მისამართები, ტელეფონები და ვებ-გვერდის მისამართი, ასევე სიუჟეტის დასაწყისში და დასრულებისას ამონათდა წარწერა „რეკლამა“. ასევე 2--- წლის 21 დ-----ს (12:39 სთ.) შ-- „ს-----“ -- კ----- რ----- 2---- გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში განხორციელდა შოკოლადი „ლ-----“ და შუშხუნა ღვინო „ბ-----მ-----ს“ დე-ონსტრირება. გადაცე-ის წამყვანებმა გადაცე-ის მსვლელობისას განსაკუთრებული ხაზგასმით აღნიშნეს შოკოლადის სასარგებლო და უნიკალური თვისებების შესახებ, მომხმარებელს მიაწოდეს მოკლე ინფორმაცია შოკოლადის „ლ-----“ წარმოების ისტორიის თაობაზე. ასევე, ჩამოთვალეს „ლ-----“ შოკოლადის სახეობები (რძით, თხილით, ნუშით, ნამდვილი შავი შოკოლადი). წამყვანებმა აღნიშნეს, რომ „ლ-----“ არის ელიტარულ წრეში ყველაზე გაყიდვადი შოკოლადი, რომელიც არის ჯამრთელობისთვის სასარგებლო, ვინაიდან არის ნამდვილი შვეიცარული შოკოლადი, რომელიც მხოლოდ ნატურალური პროდუქტებისგან მზადდება. ასევე, ყურადღება გამახვილდა „ლ-----“ 70%, 85% და 99%-იან შოკოლადებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ წონაში კლებას და რომლის ერთი პატარა ნატეხიც კი განაყრებს. სტუდიაში განხორციელდა შოკოლადის დაგე-ოვნება. ამასთან, ყურადღება გამახვილდა „ბ-----მ-----ს“ შამპანიურების დიდ არჩევანზე (ნახევრად ტკბილი, ნახევრად მშრალი, ბრუტი, როზე), აღინიშნა მისი გე-ო და ხარისხი, დამზადების ტექნოლოგია, რომ შამპანიური მზადდება უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენებით, საკუთარი ვენახებიდან, კახეთის მიკროზონიდან, მხოლოდ ქართული ვაზის ჯიშის გამოყენებით. წამყვანებმა გამოიყენეს გამოთქმები „მოგიყვანთ კარგ ხასიათზე, კარგია როგორც შოკოლადთან, ისე მონო, აკმაყოფილებს ნებისმიერ გე-ოვნებას“ და ა.შ. სტუდიაში განხორციელდა აღნიშნული ცქრიალა ღვინის გახსნა და დაგე-ოვნება. ასევე 2--- წლის 21 დ-----ს (13:35:59), გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში კ----- „ქ-----ს“ წარმომადგენლებმა პირდაპირ ეთერში განახორციელა რბილი ავეჯის ქიმიური დამუშავება-წმენდა, რა დროსაც გადაცე-ის წამყვანები პირდაპირი ეთერის დროს გამოხატავდნენ აღტაცებას კომპანიის მომსახურებისა და შესრულებული სამუშაოს ხარისხის მიმართ. გამოყენებულ იქნა გამონათქვამები: „ისე იწმინდება, რომ სუნი არ აქვს“, „გამოიყენება სპეციალური, უნივერსალური ხსნარი, არა ტოქსიური“, „შესანიშნავია დიასახლისებისთვის“, „სისუფთავე არის სიზუსტის და პროფესიონალიზმის შედეგი“ და ა.შ. გადაცე-აში საუბარია კომპანიის მომსახურების მრავალფეროვნებაზე (ეზოების მოვლა, ბალახის გაკრეჭა, მაღლივი შე-ინული შენობების წმენდა, აუზების მომსახურება და ა.შ.). სტუდიაში მოწვეულმა კომპანიის წარმომადგენელმა, ვრცლად ისაუბრა კომპანიის სერვისებზე და სიახლეებზე. აქვე დასახელდა ფასდაკლებების შესახებ, რაც

წამყვანების ერთგვარი ხაზგასმის საგანი იყო.

სასამართლომ გაიზიარა მოპასუხე - საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განმარტება იმასთან დაკავშირებით, რომ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ს----- ბადეში, 2--- წლის 1- და 21 დ-----ს განთავსებული გადაცე-ების - „დ-----“ და „ს--- შ-----ის“ სიუჟეტებში განთავსებულ პროდუქტებს მიენიჭათ გადაჭარბებული მნიშვნელობა, სიუჟეტები შეიცავენ პროდუქტების შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებებს და გავლენას ახდენენ პროგრამის შინაარსზე, რითაც შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი ზე-ოაღნიშნული მოთხოვნები.

2.10. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული იქნა „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციები“. ამ დადგენილების პირველი მუხლით განსაზღვრულია სახელმძღვანელო რეკომენდაციების მიღების ნორმატიული საფუძველი და მიზანი. ამავე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციები (შე-დგომში „რეკომენდაციები“) შე-უშავებულია საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შე-დგომში „კომისია“) მიერ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 76-ე მუხლის 33-ე პუნქტის საფუძველზე. მე-2 პუნქტის შესაბამისად კი რეკომენდაციების მიღების მიზანს წარმოადგენს აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებით ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მ-----ს 2010/13/EU დირექტივის (აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების დირექტივა) შესაბამისად და ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში არსებული პრაქტიკის გათვალისწინებით დადგინდეს მაუწყებლის მიერ სპონსორზე მითითების ერთიანი სახელმძღვანელო რეკომენდაციები. ამავე დადგენილების მე-3 მუხლით განსაზღვრულია სპონსორობის პრინციპები. მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს, რომ ა) სპონსორობა იდენტიფიცირებული და რეკლამისგან, ტელეშოპინგისა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებიდან (Product Placement) გამიჯნული იყოს; ბ) სპონსორის გზავნილები გაიმიჯნოს პროგრამის შინაარსისგან, შენარჩუნდეს მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და არ მოხდეს პროგრამების შინაარსზე სპონსორის ზეგავლენა მიღებული სარგებლის სანაცვლოდ, ხოლო დადგენილების მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სპონსორზე მითითებისას მაუწყებელს საკუთარი

შეხედულებისამებრ შეუძლია გამოიყენოს ს---დას--- ტერმინები, მაგალითად: „დაფინანსებულია ... მიერ“; „...-თან ერთობლივად“; „...წარმოგიდგენთ...“ და ა.შ. ამავე დროს, მაუწყებლის მიერ თავიდან უნდა იქნეს აცილებული ორაზროვანი განცხადებები, რომელმაც შეიძლება დააბნიოს ან შეცდომაში შეიყვანოს აუდიტორია. ამასთან, მაუწყებლებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ სპონსორზე გადაჭარბებული მითითება იმ აკრძალვების გათვალისწინებით, რაც მოცე-უღია წინამდებარე რეკომენდაციებში, კომისიის მიერ შესაძლებელია შეფასებულ იქნეს როგორც რეკლამა. ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებებს. მე-6 პუნქტის თანახმად კი სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით. სპონსორზე მითითებისას დაშვებულია ლოზუნგების, სათაურების, მელოდიის და ა.შ. გამოყენება მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირების მიზნით და იმ ფორმით, რომ აღნიშნული მახასიათებლების გამოყენება არ შეიცავდეს საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირ მოწოდებას ან/და წაქეზებას.

დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსდა სასპონსორო მითითებები: ა) „გადაცე-ის სპონსორია „ჯ-----“ - სიტბოსთვის, სიამოვნებისთვის, სიხარულისთვის, ჯანმრთელობისთვის, დასვენებისთვის. „ჯ-----“ - თქვენთვის“. (22:0-:21; 22:56:29; 23:13:16; 22:54:49). ბ) „გადაცე-ის სპონსორია სუპერმარკეტების ქსელი „ს-----“. „ს-----ში“ ყოველთვის საუკეთესო ფასებია. „ს-----“- თქვენზე მორგებული.(22:0-:31; 22:56:39; 22:54:59; 23:13:26). გ) „საახალწლო ეთერის გასართობ გადაცე-ებს წარმოგიდგენთ „ე- კ----- -ის“ ენერგოეფექტური პროექტები დასრულებული რე-ონტით თბილისის ცენტრში. „ე- კ-----ი“- იცხოვრე უკეთესად“.

სასამართლომ გაიზიარა მოპასუხე - კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განმარტება იმასთან დაკავშირებით, რომ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ს----- ბადეში, 2--- წლის 1- დ-----ს განთავსებულ სუპერმარკეტების ქსელი „ს-----ს“, „ჯ----- პ-----ის“ და „ე- კ-----ის“ სასპონსორო ვიდეო-რგოლებში, სასპონსორო მითითებებისას ადგილი ჰქონდა საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ მოწოდებას და წაქეზებას ამ პროდუქტებზე სპეციალური მითითებებით, როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით, ამასთან, სასპონსორო მითითებები შეიცავდნენ სარეკლამო შეტყობინებებს.

2.11. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ან კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის, აგრეთვე

ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შეთხვევაში კომისია ვალდებულია განიხილოს შესაბამისი საკითხი. დარღვევის ფაქტის დადასტურების შეთხვევაში კომისია უფლებამოსილია მაუწყებელი წერილობით გააფრთხილოს. კომისიის მიერ მაუწყებლის მიმართ სანქციის გამოყენების მიზანი უნდა იყოს დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია. კომისია მაუწყებელს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვევის აღმოფხვრისათვის ან პრევენციისათვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად, ხოლო ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, კომისია ვალდებულია მაუწყებელს დააკისროს ჯარიმა, თუ მან ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ გაფრთხილებაში მითითებულ ვადაში არ აღმოფხვრა გაფრთხილებაში აღნიშნული დარღვევა ან არ შეასრულა კომისიის გადაწყვეტილება, აგრეთვე თუ მან ზე-აღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა ახალი დარღვევა.

„მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ამ კანონის 71-ე მუხლით გათვალისწინებულ შეთხვევაში კომისია უფლებამოსილია მაუწყებელს დააკისროს ჯარიმა არა უმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 0,5%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 2500 ლარისა.

დადგენილია, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- ა-----ის N----- გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---- მიეცა გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციის“ მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

ასევე დადგენილია, რომ „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“, „ბ“, და „გ“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0----- გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- დაეკისრა ჯარიმა წლიური შემოსავლის 0,1% - 31,683.2- (ოცდათერთმეტი ათას ექვსას ოთხმოცდასამი ლარი და ოცდაოთხი თეთრი) ლარი, რაც სასამართლოს კანონშესაბამისად მიაჩნია.

2.12. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 106-ე მუხლით განსაზღვრულია თუ რას უნდა შეიცავდეს კოლეგიური ორგანოს სხდომის ოქმი. ამავე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს ყველა სხდომაზე დგება სხდომის ოქმი, რომელშიც უნდა მიეთითოს: ა)

კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს დასახელება; ბ) სხდომის დრო და ადგილი; გ) სხდომის თავმჯდომარის და წევრების ვინაობა; დ) განხილვის საგანი; ე) კენჭისყრის შედეგები; ვ) მიღებული გადაწყვეტილება. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად სხდომის ოქმს ხელს აწერს სხდომის თავმჯდომარე, აგრეთვე მდივანი, თუ ის მონაწილეობდა ოქმის შედგენაში.

ამავე კოდექსის 112-ე მუხლის თანახმად, სხდომის დროს იწარმოება ოქმი. სხდომის ოქმში უნდა მიეთითოს: ა) ადმინისტრაციული წარმოების დასახელება, რომლის თაობაზედაც ეწყობა მოსმენა; ბ) ადმინისტრაციული ორგანოს დასახელება; გ) განხილვის დრო და ადგილი; დ) სხდომის თავმჯდომარის, ზეპირ მოსმენაში მონაწილე დაინტერესებული მხარის, ექსპერტის, მოწმის ვინაობა; ე) ზეპირი მოსმენის საგანი, წარდგენილი განცხადების მოკლე მიმოხილვა; ვ) მოწმეთა და ექსპერტთა ჩვენებების მოკლე აღწერა; ზ) შე-თხვევის ადგილის დათვალიერების შედეგის აღწერა. სხდომის ოქმს ხელს აწერენ სხდომის თავმჯდომარე და მდივანი. დაინტერესებულ მხარეს უფლება აქვს გაეცნოს ოქმს და ოქმის გაცნობიდან 3 დღის ვადაში წარადგინოს შენიშვნები მის თაობაზე, მიუთითოს მასში არასწორი ან არასრული ინფორმაციის არსებობა. თუ ადმინისტრაციული ორგანო ეთანხმება შენიშვნას, ადასტურებს მის სისწორეს, ხოლო თუ არ ეთანხმება, გამოსცე-ს ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტს შენიშვნის უარყოფის შესახებ.

დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- მარტს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2----- N----- წერილით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმში არსებული შენიშვნებზე და განუმარტა, რომ სხდომის ოქმის იმ ნაწილში, რომელიც ეხება „რ----- 2----- საკითხის განხილვას, ერთ-ერთ მონაკვეთში არ არის მითითებული კომისიის თავმჯდომარის - კ--- ბ-----ის მოსაზრება/პოზიცია და ასევე არ არის მითითებული თ----- მ-----ის შეპასუხება/მოსაზრება. კერძოდ, სხდომის ოქმის მე-13 გვერდზე, „კითხვა-პასუხის“ ნაწილში სადაც არის წარდგენილი თ----- მ-----ის და პ- ბ-----ს მსჯელობები მომხმარებელთა უფლებებთან დაკავშირებით (მე-13 გვერდის ბოლო ნაწილი, რომლიც შე-დეგ გადადის მე-14 გვერდზე) არ არის დაფიქსირებული კ--- ბ-----ის მოსაზრება, რომელიც მან დააფიქსირა უშუალოდ თ----- მ-----სა და პ-----ს შორის მომხმარებელთა დაცვის მიზნობრიობის თე-აზე საუბრის შედეგ, კონკრეტულად ბატონმა თავმჯდომარე- აღნიშნა, რომ მიზნობრიობა არის არა მხოლოდ მომხმარებლის უფლებების დაცვა, არამედ ის, რომ არ მოხდეს რეკლამის ფასების აღრევა. აღნიშნულის შე-დეგ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2----- წარმომადგენელმა გააკეთა შეპასუხება და დააფიქსირა მოსაზრება, რომ კომისიის ფუნქციაში არ შედიოდა რეკლამის ფასების რეგულირება. ზე-ოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ითხოვა სხდომის ოქმში შესაბამისი შესწორების შეტანა და ზე-ოხსენებული გამოტოვებული მოსაზრებების უცვლელი სახით ასახულიყო სხდომის ოქმში და/ან განხორციელებულიყო შ-- „ს----- კ----- რ----- 2-----

წარმომადგენის მიერ მითითებული შენიშვნების დადასტურება შესაბამისი ფორმით.

ასევე დადგენილია, რომ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- 2--- წლის 1- მ-----ს N----- წერილზე პასუხად, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 16 მ-----ს N----- წერილით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მთავარ იურისტს ეცნობა, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმი შედგენილი იყო ზედმიწევნით სიზუსტით. ამასთან სხდომის ოქმის აუდიო/ვიდეო ჩანაწერი წარმოდგენილი იქნა სასამართლოში და გადაეცა მოსარჩელე მხარეს.

სასამართლომ მიიჩნია, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 16 მ-----ს N----- წერილი კანონშესაბამისია და არ არსებობს მისი ბათილად ცნობის საფუძველი. ამასთან, სასამართლო სხდომის ოქმი სრულყოფილად იქნა გამოკვლეული მხარეთა მიერ, სასამართლო სხდომაზე.

2.13. საქართველოს ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის 32-ე მუხლის პირველი ნაწილის შესაბამისად, ამ კოდექსის 22-ე მუხლში აღნიშნულ სარჩელთან დაკავშირებით სასამართლო უფლებამოსილია გამოიტანოს გადაწყვეტილება ადმინისტრაციული აქტის ბათილად ცნობის შესახებ, თუ ადმინისტრაციული აქტი ეწინააღმდეგება კანონს და ის პირდაპირ და უშუალო (ინდივიდუალურ) ზიანს აყენებს მოსარჩელის კანონიერ უფლებას, ან ინტერესს ან უკანონოდ ზღუდავს მას.

სასამართლომ განმარტა, რომ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის ბათილად ცნობის საფუძვლები რეგლამენტირებულია საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-60¹ მუხლით, რომლის პირველი ნაწილი ადგენს, რომ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი ბათილია, თუ იგი ეწინააღმდეგება კანონს, ან არსებითად დარღვეულია მისი მომზადებისა ან გამოცე-ის კანონმდებლობით დადგენილი ს--- მოთხოვნები. განსახილველ შე-თხვევაში ადგილი არა აქვს მითითებული ნორმის მოთხოვნათა დარღვევას, გასაჩივრებულ ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტებში ასახული კონკრეტული ურთიერთობის მოწესრიგება შეესაბამება მისი გამოცე-ის სამართლებრივ საფუძვლებს და წინააღმდეგობაში არ მოდის მოცე-ული ურთიერთობის მარეგულირებელ სამართლებრივ ნორმებთან. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სასამართლომ მიიჩნია, რომ სარჩელი ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტების ბათილად ცნობის თაობაზე უსაფუძვლოა და არ უნდა დაკმაყოფილდეს.

3. სააპელაციო საჩივრის ფაქტობრივი და სამართლებრივი საფუძვლები:

სააპელაციო საჩივრის აღნიშნავს, რომ სასამართლოს მხრიდან სამართლებრივი შეფასების გაკეთება გულისხმობს აღნიშნული განმარტების ასახვას სასამართლო გადაწყვეტილების სამოტივაციო ნაწილში. საქართველოს კონსტიტუციითა და ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა ევროპის კონვენციით გარანტირებულია სამართლიანი სასამართლოს უფლება. სამართლიანი სასამართლოს უფლების ერთ-ერთი ძირითადი განმახორციელებელი კი თავისთავად არის სასამართლო, რომელიც აღნიშნულ უფლებას უზრუნველყოფს იმ პრინციპების განხორციელებით, რომლებიც გაწერილია შესაბამის საპროცესო კანონმდებლობაში (დისპოზიციურობის შეჯიბრებითობის და ს---.) და ასევე გამოიხატება მიუკერძოებელი, სამართლიანი და დასაბუთებული გადაწყვეტილების გამოტანით.

აპელანტის მოსაზრებით, სასამართლომ დაარღვია საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის მე-4 მუხლით გათვალისწინებული შეჯიბრებითობის პრინციპი. კერძოდ, მოპასუხე მხარე ვერ ან არ სცე-და არსებით სამართლებრივ კითხვებზე პასუხს და განმარტავდა სხდომაზე, რომ ის არ იყო უფლებამოსილი გაეცა პასუხი იმ არსებით სამართლებრივ კითხვებზე, რომლებიც საფუძვლად ედო მოპასუხის (კომისიის) გადაწყვეტილებას. აპელანტი მიიჩნევს, რომ სასამართლომ ყოველგვარი სამართლებრივი მსჯელობის გარეშე გამოიტანა გადაწყვეტილება. აპელანტი აღნიშნავს, რომ სასამართლომ სამოტივაციო ნაწილის მე-6 პუნქტში სრულად გადმოიტანა გასაჩივრებული აქტი (2--- წლის 0-თ-----ლის 6---8) და განაცხადა, რომ იზიარებს მოპასუხის განმარტებას. ამდენად, აპელანტი თვლის, რომ სასამართლოს საერთოდ არ უმსჯელია სადავო საქმესთან დაკავშირებით და პირდაპირ გაიზიარა კომისიის დაუსაბუთებელი პოზიცია. ამასთანავე, საყურადღებია, რომ 2--- წლის 1-თ-----ლის კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის გადაწყვეტილება N---8 არსებითად იყოფა ორ ნაწილად - პროგრამაში პროდუქტის განთავსება და სპონსორობა. ამდენად, მოსარჩელე ითხოვდა, რომ სასამართლოს ე-სჯელა თითოეულ შე-თხვევაზე ინდივიდუალურად, რადგან სადავო რეგულაციები წარმოადგენს ბუნდობან სიახლეს ქართულ კანონმდებლობაში და მასთან დაკავშირებით არ არის სასამართლო პრაქტიკა დამკვიდრებული.

სააპელაციო საჩივრის მიხედვით, პროგრამაში პროდუქტის განთავსების ნაწილში სასამართლომ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2- მიიჩნია სამართალდამრღვევად, „მაუწყებლის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მეორე პუნქტის სამივე ნაწილში, მაგრამ არ განმარტა, როგორ მოხდა „რ----- 2---- მიერ ამ პუნქტების დარღვევა. სპონსორობის საკითხთან მიმართებით სადავო გადაწყვეტილება ასევე არ შეიცავს სასამართლოს განმარტებას მაშინ, როდესაც სასამართლო ვალდებულია განმარტოს ნორმა, რომელსაც დაეყრდნო გადაწყვეტილების გამოტანისას, მოახდინოს ნორმის ანალიზი და გახადოს მხარეთათვის აღსაქმელი, რათა პროცესის მხარეებს დარჩეთ სამართლიანი სასამართლოს უფლების რეალიზების შეგრძნება და კონკრეტულ შე-თხვევაში მოხდეს ერთგვარი

პრევენცია შე-დგომში დარღვევების თავიდან ასაცილებლად.

სააპელაციო საჩივრის მიხედვით, სასამართლო გადაწყვეტილების 6.3 პუნქტი ეხება სხდომის ოქმისა და მისი ზედმიწევნითი სიზუსტით შედგენის თაობაზე კომისიის მიერ გამოცე-ულ აქტთან დაკავშირებულ მსჯელობას. პირველი ინსტანციის სასამართლოში მტკიცებულებათა გამოკვლევის ეტაპზე დადგინდა ის ფაქტი, რომ კომისიის მხრიდან არ მომხდარა სხდომის წერილობით ოქმში არათუ მხარეთა მიერ დაფიქსირებული პოზიციების ზუსტი, ზედმიწევნითი ასახვა, არამედ ადგილი ჰქონდა მნიშვნელოვანი განცხადებების უგულებელყოფას. საქართველოს ზოგად ადმინისტრაციული კოდექსის 112-ე მუხლის მუხლის მე-4 ნაწილის შესაბამისად, მოსარჩელე მხარე- გამოიყენა მისთვის კანონით მინიჭებული უფლებამოსილება და 2--- წლის 1- მარტს მიმართა კომისიას სხდომის ოქმში არასრული ინფორმაციის არსებობის თაობაზე. კომისიამ წერილობით უპასუხა და აცნობა მოსარჩელეს, რომ ოქმი შედგენილი იყო ზედმიწევნით სიზუსტით, მოცე-ული წერილი წარმოადგენს ინდივიდუალურ სამართლებრივ აქტს, რომელიც სასამართლომ ყოველგვარი მსჯელობის გარეშე მიიჩნია კანონშესაბამისად და განუხილველად დატოვა ინდივიდუალურ სამართლებრივი აქტის გამოცე-ის ფორმალური ნაწილი.

ყოველივე ზე-ოაღნიშნულიდან გამომდინარე, აპელანტი მიიჩნევს, რომ თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციული კოლეგიის 2-----ის გადაწყვეტილება არის იურიდიულად დაუსაბუთებელი, უნდა გაუქმდეს და მიღებულ უნდა იქნეს ახალი გადაწყვეტილება.

4. გასაჩივრებული გადაწყვეტილების უცვლელად დატოვების დასაბუთება:

4.1. საქართველოს ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის პირველი მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად, თუ ამ კოდექსით ს--- რამ არ არის დადგენილი, ადმინისტრაციულ სამართალწარმოებაში გამოიყენება საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის დებულებანი.

4.2. საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 377-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, სააპელაციო სასამართლო ამოწმებს გადაწყვეტილებას სააპელაციო საჩივრის ფარგლებში, ფაქტობრივი და სამართლებრივი თვალსაზრისით. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად, სამართლებრივი თვალსაზრისით შე-ოწმებისას, სასამართლო ხელმძღვანელობს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 393-ე და 394-ე მუხლების მოთხოვნებით.

4.3. საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 382-ე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად, სააპელაციო სასამართლოს შეუძლია გაიზიაროს პირველი ინსტანციის

სასამართლოს მიერ მტკიცებულებათა გამოკვლევის შედეგები მთლიანად ან ნაწილობრივ. საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 390-ე მუხლის მე-3 ნაწილის „გ“ ქვეპუნქტის მიხედვით, სააპელაციო სასამართლოს განჩინება აღწერილობითი და სამოტივაციო ნაწილების ნაცვლად უნდა შეიცავდეს მოკლე დასაბუთებას გასაჩივრებული გადაწყვეტილების გაუქმების ან უცვლელად დატოვების შესახებ. თუ სააპელაციო სასამართლო ეთანხმება პირველი ინსტანციის სასამართლოს შეფასებასა და დასკვნებს, საქმის ფაქტობრივ ან/და სამართლებრივ საკითხებთან დაკავშირებით, მაშინ დასაბუთება იცვლება მათზე მითითებით.

ფაქტობრივი დასაბუთება

4.4. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- ა-----ის N----- - გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მიეცა გაფრთხილება, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციის“ მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

4.5. 2--- წლის 2- ი-----ს აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ----- სამსახურებრივი ბარათით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს და მოახსენა (რეგისტრაციის N-----), რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსებულ პროგრამაში „დ-----ს“ ფარგლებში სამჯერ განთავსდა სიუჟეტი მაღაზიათა ქსელიდან „ს-----“ (-----), სადაც ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია წინასაახალწლო ფასდაკლებების, აქციებისა და ს---დას--- საჩუქრების შესახებ, ხოლო კომპანიის დირექტორმა დაწვრილებით განმარტა რას მოიცავს წინასაახალწლო აქცია „მიიღე ერთ ლარად, რაც შენ გინდა“. აქციის ფარგლებში მაღაზიათა ქსელი მომხმარებელს სთავაზობდა წვრილ და მსხვილ საყოფაცხოვრებო ტექნიკას დაუჯერებელ და სიმბოლურ ფასად, ერთ ლარად 100 ლარიანი ღირებულების საქონლის შეძენის შე-თხვევაში („ვამღევთ საშუალებას მიიღონ ის რაც უნდათ, მხოლოდ ერთ ლარად და მხოლოდ „ს-----ში“). ვიდეო-რგოლში ყურადღება მახვილდება ცალკეულ პროდუქტებზე, მათ ტექნიკურ მახასიათებლებზე, განხორციელდა მაცივრის (იტალიური ფირმა „ი-----“), სარეცხი მანქანის (იტალიური ფირმა „ი-----“) და ტელევიზორების დე-ონსტრირება. სიუჟეტებში დასახელებულ იქნა ქალაქები, სადაც „ს-----ს“ ცამეტი მაღაზიაა წარმოდგენილი და აღნიშნული იქნა, რომ აქცია ყველა მათგანში ვრცელდებოდა. ამასთან, ხაზი გაესვა მაღაზიათა ქსელ „ს-----ში“ მოქმედ სამი ნულის ტიპის განვადებას, რომლის დროსაც წინასწარი შენატანის, დამტკიცების საკომისიოს და თავად განვადების პროცენტი ნულია. სიუჟეტის განმავლობაში

ყურადღება გამახვილდა მაღაზიათა მუშაობის საგანგებო რეჟიმზე (დილის ათი საათიდან, საღამოს ათ საათამდე) და განსაკუთრებულ შეთავაზებებზე. სიუჟეტის განმავლობაში ეკრანზე რამოდენიმეჯერ ამონათდა კომპანიის სახელი, მისამართები, ტელეფონები და ვებ-გვერდის მისამართი, ასევე სიუჟეტის დასაწყისში და დასრულებისას ამონათდა წარწერა „რეკლამა“.

ამავე სამსახურებრივი ბარათით აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე-საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს განუმარტა, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (12:39 სთ.) შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- გადაცე-ა „ს-- - შ-----“-ში განხორციელდა შოკოლადი „ლ-----“ და შუშუნა ღვინო „ბ-----მ-----ს“ დე-ონსტრირება. გადაცე-ის წამყვანებმა გადაცე-ის მსვლელობისას განსაკუთრებული ხაზგასმით აღნიშნეს შოკოლადის სასარგებლო და უნიკალური თვისებების შესახებ, მომხმარებელს მიაწოდეს მოკლე ინფორმაცია შოკოლადის „ლ-----“ წარმოების ისტორიის თაობაზე. ასევე, ჩამოთვალეს „ლ-----“ შოკოლადის სახეობები (რძით, თხილით, ნუშით, ნამდვილი შავი შოკოლადი). წამყვანებმა აღნიშნეს, რომ „ლ-----“ არის ელიტარულ წრეში ყველაზე გაყიდვადი შოკოლადი, რომელიც არის ჯამრთელობისთვის სასარგებლო, ვინაიდან არის ნამდვილი შვეიცარული შოკოლადი, რომელიც მხოლოდ ნატურალური პროდუქტებისგან მზადდება. ასევე, ყურადღება გამახვილდა „ლ-----“ 70%, 85% და 99%-იან შოკოლადებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ წონაში კლებას და რომლის ერთი პატარა ნატეხიც კი განაყრებს. სტუდიაში განხორციელდა შოკოლადის დაგე-ოვნება. ამასთან, ყურადღება გამახვილდა „ბ-----მ-----ს“ შამპანიურების დიდ არჩევანზე (ნახევრად ტკბილი, ნახევრად მშრალი, ბრუტი, როზე), აღინიშნა მისი გე-ო და ხარისხი, დამზადების ტექნოლოგია, რომ შამპანიური მზადდება უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენებით, საკუთარი ვენახებიდან, კახეთის მიკროზონიდან, მხოლოდ ქართული ვახის ჯიშის გამოყენებით. წამყვანებმა გამოიყენეს გამოთქმები „მოგიყვანთ კარგ ხასიათზე, კარგია როგორც შოკოლადთან, ისე მონო, აკმაყოფილებს ნებისმიერ გე-ოვნებას“ და ა.შ. სტუდიაში განხორციელდა აღნიშნული ცქრიალა ღვინის გახსნა და დაგე-ოვნება.

ამავე სამსახურებრივი ბარათით აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე-საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს განუმარტა, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (13:35:59), გადაცე-ა „ს-- შ-----“-ში კ----- „ქ-----ს“ წარმომადგენლებმა პირდაპირ ეთერში განახორციელეს რბილი ავეჯის ქიმიური დამუშავება-წმენდა, რა დროსაც გადაცე-ის წამყვანები პირდაპირი ეთერის დროს გამოხატავდნენ აღტაცებას კომპანიის მომსახურებისა და შესრულებული სამუშაოს ხარისხის მიმართ. გამოყენებულ იქნა გამონათქვამები: „ისე იწმინდება, რომ სუნი არ აქვს“, „გამოიყენება სპეციალური, უნივერსალური ხსნარი, არა ტოქსიური“, „შესანიშნავია დიასახლისებთვის“, „სისუფთავე არის სიზუსტის და პროფესიონალიზმის შედეგი“ და ა.შ. გადაცე-აში საუბარია კომპანიის

მომსახურების მრავალფეროვნებაზე (ეზოების მოვლა, ბალახის გაკრეჭა, მაღლივი შეინული შენობების წმენდა, აუზების მომსახურება და ა.შ.). სტუდიაში მოწვეულმა კომპანიის წარმომადგენელმა, ვრცლად ისაუბრა კომპანიის სერვისებზე და სიახლეებზე. აქვე დასახელდა ფასდაკლებების შესახებ, რაც წამყვანების ერთგვარი ხაზგასმის საგანი იყო.

4.6. 2--- წლის 2- ი-----ს აუდიო-ვიზუალური მედია მომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მთავარმა სპეციალისტმა კ----- ქ-----ე- სამსახურებრივი ბარათით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის თავმჯდომარეს და მოახსენა (რეგისტრაციის N-----), რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსდა სასპონსორო მითითებები: ა) „გადაცე-ის სპონსორია „ჯ----“ - სითბოსთვის, სიამოვნებისთვის, სიხარულისთვის, ჯანმრთელობისთვის, დასვენებისთვის. „ჯ----“ - თქვენთვის” (22:0-:21; 22:56:29; 23:13:16; 22:54:49); ბ) „გადაცე-ის სპონსორია სუპერმარკეტების ქსელი „ს-----“. „ს----- ში” ყოველთვის საუკეთესო ფასებია. „ს-----“- თქვენზე მორგებული (22:0-:31; 22:56:39; 22:54:59; 23:13:26); გ) „საახალწლო ეთერის გასართობ გადაცე-ებს წარმოგიდგენთ „ე- კ-----ის” ენერგოეფექტური პროექტები დასრულებული რე-ონტით თბილისის ცენტრში. „ე- კ-----ი“- იცხოვრე უკეთესად”.

4.7. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმიდან ამონაწერით დგინდება, რომ კომისიის გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- დაეკისრა ჯარიმა 31,683.2- (ოცდათერთმეტი ათას ექვსას ოთხმოცდასამი ლარი და ოცდაოთხი თეთრი) ლარი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“, „ბ“, და „გ“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

4.8. 2--- წლის 1- მარტს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---“ N----- წერილით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმში არსებული შენიშვნებზე და განუმარტა, რომ სხდომის ოქმის იმ ნაწილში, რომელიც ეხება „რ----- 2--- საკითხის განხილვას, ერთ-ერთ მონაკვეთში არ არის მითითებული კომისიის თავმჯდომარის - კ--- ბ-----ის მოსაზრება/პოზიცია და ასევე არ არის მითითებული აღნიშნულზე შეპასუხება/მოსაზრება. კერძოდ, სხდომის ოქმის მე-13 გვერდზე, „კითხვა-პასუხის“ ნაწილში, სადაც არის წარდგენილი თ---- მ-----ისა და პ- ბ-----ს მსჯელობები მომხმარებელთა უფლებებთან დაკავშირებით (მე-13 გვერდის ბოლო ნაწილი, რომლიც შე-დეგ გადადის მე-14 გვერდზე), არ არის დაფიქსირებული კ--- ბ-----ის მოსაზრება, რომელიც მან დააფიქსირა უშუალოდ თ---- მ-----სა და პ-----ს შორის

მომხმარებელთა დაცვის მიზნობრიობის თე-აზე საუბრის შე-დეგ, კონკრეტულად ბატონმა თავმჯდომარე- აღნიშნა, რომ მიზნობრიობა არის არა მხოლოდ მომხმარებლის უფლებების დაცვა, არამედ ის, რომ არ მოხდეს რეკლამის ფასების აღრევა. აღნიშნულის შე-დეგ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- წარმომადგენელმა გააკეთა შეპასუხება და დააფიქსირა მოსაზრება, რომ კომისიის ფუნქციაში არ შედიოდა რეკლამის ფასების რეგულირება. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოთხოვნილ იქნა სხდომის ოქმში შესაბამისი შესწორების შეტანა და ხსენებული გამოტოვებული მოსაზრებების უცვლელი სახით ასახვა სხდომის ოქმში და/ან შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- წარმომადგენლის მიერ მითითებული შენიშვნების დადასტურება შესაბამისი ფორმით.

შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- 2--- წლის 1- მ-----ს N----- წერილის პასუხად, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 16 მ-----ს N----- წერილით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- მთავარ იურისტს ეცნობა, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმი შედგენილი იყო ზედმიწევნით სიზუსტით.

4.9. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0----- - გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- დაეკისრა ჯარიმა 31,683.2- (ოცდათერთმეტი ათას ექვსას ოთხმოცდასამი ლარი და ოცდაოთხი თეთრი) ლარი, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის „ა“, „ბ“, და „გ“ ქვეპუნქტების, 45¹ მუხლის მე-10 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის დადგენილებით დამტკიცებული „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო რეკომენდაციების“ მე-5 მუხლის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო.

სამართლებრივი დასაბუთება

4.10. სააპელაციო სასამართლო იზიარებს პირველი ინსტანციის სასამართლოს დასკვნებს საქმის სამართლებრივ საკითხებთან დაკავშირებით; მიიჩნევს, რომ პირველი ინსტანციის სასამართლომ სამართლებრივი თვალსაზრისით სწორად შეაფასა საქმესთან დაკავშირებული ფაქტობრივი გარე-ობები; თავის მხრივ, აპელანტმა სააპელაციო საჩივარში ვერ გააქარწყლა პირველი ინსტანციის სასამართლოს მიერ გაკეთებული სამართლებრივი დასკვნები, ვერ მიუთითა და ვერ წარმოადგინა ისეთი არგუმენტები, რომლებზე დაყრდნობითაც შესაძლებელი იქნებოდა საქმეზე დადგენილი ფაქტების ს---გვარი სამართლებრივი შეფასება.

4.11. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-60¹ მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი ბათილია,

თუ იგი ეწინააღმდეგება კანონს ან არსებითად დარღვეულია მისი მომზადების ან გამოცემა-ის კანონმდებლობით დადგენილი ს--- მოთხოვნები. ამავე მუხლის მეორე ნაწილის შესაბამისად, ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის მომზადებისა ან გამოცემა-ის წესის არსებით დარღვევად ჩაითვლება ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის გამოცემა ამ კოდექსის 32-ე ან 34-ე მუხლით გათვალისწინებული წესის დარღვევით ჩატარებულ სხდომაზე ან კანონით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული წარმოების სახის დარღვევით, ანდა კანონის ისეთი დარღვევა, რომლის არარსებობის შეთხვევაში მოცე-ულ საკითხზე მიღებული იქნებოდა ს---გვარი გადაწყვეტილება.

მოცე-ულ შეთხვევაში უნდა დადგინდეს გასაჩივრებული, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0-----ის, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის N-----
----- აქტის შესაბამისობა საქართველოს კანონმდებლობასთან.

4.12. მაუწყებლობის განხორციელების წესს, მაუწყებლობის სფეროში ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოს შექმნის წესსა და ფუნქციებს, ამ სფეროში საქმიანობის რეგულირების პირობებს, მაუწყებლობის განხორციელების უფლების მოპოვების წესსა და პროცედურებს განსაზღვრავს „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონი. მითითებული კანონის 45¹-ე მუხლის მე-10 პუნქტის "ა" ქვეპუნქტის მიხედვით, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები; მაუწყებლობის სფეროში მოქმედ კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის შეთხვევაში უზრუნველყოს ავტორიზებული საქმიანობის მათთან შესაბამისობა. ამავე კანონის მე-70 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცე-ული პროგრამების, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა.

4.13. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტის მიხედვით, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე; ბ) ის არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისაკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს. ამავე კანონის მე-2 მუხლის „3¹⁷“ პუნქტის თანახმად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან ს--- ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით.

4.14. ზე-ოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააპელაციო პალატა განმარტავს, რომ ს----- კ-----მ პროგრამაში პროდუქტის განთავსება უნდა მოახდინოს კანონით განსაზღვრული წესების დაცვით, მათ შორის „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-2 პუნქტი ჩამოთვლის იმ სავალდებულო პირობებს, რომლებსაც არ უნდა არღვევდეს პროგრამაში პროდუქტის განთავსება. კერძოდ, აღნიშნული გავლენას არ უნდა ახდენდეს პროგრამის შინაარსზე, ადგილი არ უნდა ჰქონდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას ან პროდუქტისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებას. მოცუ-ული სამი ქმედებიდან ერთ-ერთის დარღვევა კი გულისხმობს, რომ პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება განხორციელდა კანონდარღვევით. მითითებული მიზნად ისახავს პროდუქტის განთავსების განს---ვებას რეკლამისაგან, რომელიც განს---ვებული რეგულაციების ქვეშ ექცევა და ს---ეკონომიკური ტვირთის მატარებელია ს----- კომპანიისთვის.

4.1- განსახილველ შე-თხვევაში დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსებულ პროგრამაში „დ----- ---ს“ ფარგლებში სამჯერ განთავსდა სიუჟეტი მაღაზიათა ქსელიდან „ს-----“ (-----), სადაც ჟურნალისტმა მაყურებელს მიაწოდა ინფორმაცია წინასაახალწლო ფასდაკლებების, აქციებისა და ს---დას--- საჩუქრის შესახებ, ხოლო კომპანიის დირექტორმა დაწვრილებით განმარტა რას მოიცავს წინასაახალწლო აქცია „მიიღე ერთ ლარად, რაც შენ გინდა“. აქციის ფარგლებში მაღაზიათა ქსელი მომხმარებელს სთავაზობდა წვრილ და მსხვილ საყოფაცხოვრებო ტექნიკას დაუჯერებელ და სიმბოლურ ფასად, ერთ ლარად 100-ლარიანი ღირებულების საქონლის შეძენის შე-თხვევაში („ვაძლევთ საშუალებას მიიღონ ის რაც უნდათ, მხოლოდ ერთ ლარად და მხოლოდ „ს-----ში“). ვიდეო-რგოლში ყურადღება მახვილდება ცალკეულ პროდუქტებზე, მათ ტექნიკურ მახასიათებლებზე, განხორციელდა მაცივრის (იტალიური ფირმა „ი-----“), სარეცხი მანქანის (იტალიური ფირმა „ი-----“) და ტელევიზორების დე-ონსტრირება. სიუჟეტებში დასახელებულ იქნა ქალაქები, სადაც „ს-----ს“ ცამეტი მაღაზიაა წარმოდგენილი და აღნიშნული იქნა, რომ აქცია ყველა მათგანში ვრცელდებოდა. ამასთან, ხაზი გაესვა მაღაზიათა ქსელ „ს-----ში“ მოქმედ სამი ნულის ტიპის განვადებას, რომლის დროსაც წინასწარი შენატანის, დამტკიცების საკომისიოს და თავად განვადების პროცენტი ნულია. სიუჟეტის განმავლობაში ყურადღება გამახვილდა მაღაზიათა მუშაობის საგანგებო რეჟიმზე (დილის ათი საათიდან, საღამოს ათ საათამდე) და განსაკუთრებულ შეთავაზებებზე. სიუჟეტის განმავლობაში ეკრანზე რამოდენიმეჯერ ამონათდა კომპანიის სახელი, მისამართები, ტელეფონები და ვებ-გვერდის მისამართი, ასევე სიუჟეტის დასაწყისში და დასრულებისას ამონათდა წარწერა „რეკლამა“.

ამდენად, სააპელაციო პალატა ყურადღებას გაამახვილებს მასზედ, რომ პროგრამაში აქცენტი გაკეთდა მაღაზიათა ქსელში არსებულ კონკრეტულ

ფასდაკლებაზე, ამასთანავე, მიეთითა ცალკეულ პროდუქციაზე, გარდა ამისა, მაყურებელს მიეწოდა ინფორმაცია მაღაზიათა სამუშაო განრიგსა და მისამართებზე. შესაბამისად, აღნიშნულ მონაცე-თა ერთობლიობა, მათი კონტექსტის, დანიშნულების, შინაარსისა და მიზნების გათვალისწინებით, წარმოადგენდა პროდუქტის შეძენისკენ მოწოდებას, რაც გულისხმობს პროგრამაში პროდუქტის განთავსების წესის დარღვევას.

4.16. ასევე დადგენილია, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (12:39 სთ.) შ-- „ს----- კ----- - რ----- 2--- გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში განხორციელდა შოკოლადი „ლ-----“ და შუშხუნა ღვინო „ბ-----მ-----ს“ დე-ონსტრირება. გადაცე-ის წამყვანებმა გადაცე-ის მსვლელობისას განსაკუთრებული ხაზგასმით აღნიშნეს შოკოლადის სასარგებლო და უნიკალური თვისებების შესახებ, მომხმარებელს მიაწოდეს მოკლე ინფორმაცია შოკოლადის „ლ-----“ წარმოების ისტორიის თაობაზე. ასევე, ჩამოთვალეს „ლ-----“ შოკოლადის სახეობები (რძით, თხილით, ნუშით, ნამდვილი შავი შოკოლადი). წამყვანებმა აღნიშნეს, რომ „ლ-----“ არის ელიტარულ წრეში ყველაზე გაყიდვადი შოკოლადი, რომელიც არის ჯამრთელობისთვის სასარგებლო, ვინაიდან არის ნამდვილი შვეიცარული შოკოლადი, რომელიც მხოლოდ ნატურალური პროდუქტებისგან მზადდება. ასევე, ყურადღება გამახვილდა „ლ-----“ 70%, 85% და 99%-იან შოკოლადებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ წონაში კლებას და რომლის ერთი პატარა ნატეხიც კი განაყრებს. სტუდიაში განხორციელდა შოკოლადის დაგე-ოვნება. ამასთან, ყურადღება გამახვილდა „ბ-----მ-----ს“ შამპანიურების დიდ არჩევანზე (ნახევრად ტკბილი, ნახევრად მშრალი, ბრუტი, როზე), აღინიშნა მისი გე-ო და ხარისხი, დამზადების ტექნოლოგია, რომ შამპანიური მზადდება უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენებით, საკუთარი ვენახებიდან, კახეთის მიკროზონიდან, მხოლოდ ქართული ვაზის ჯიშის გამოყენებით. წამყვანებმა გამოიყენეს გამოთქმები „მოგიყვანთ კარგ ხასიათზე, კარგია როგორც შოკოლადთან, ისე მონო, აკმაყოფილებს ნებისმიერ გე-ოვნებას“ და ა.შ. სტუდიაში განხორციელდა აღნიშნული ცქრიალა ღვინის გახსნა და დაგე-ოვნება.

სააპელაციო პალატა მიიჩნევს, რომ ზე-ოაღნიშნული განმარტებები ანიჭებდა პროდუქციას გადაჭარბებულ მნიშვნელობას. კერძოდ, შოკოლადისა და ღვინის ზოგადი თვისებებიდან გამომდინარე, ისეთი განმარტებები, როგორიცაა „(შოკოლადი) ხელს უწყობს წონაში კლებას და რომლის ერთი პატარა ნატეხიც კი განაყრებს“, „(ღვინო) აკმაყოფილებს ნებისმიერ გე-ოვნებას“ და ა.შ, არის მოცე-ული პროდუქციისთვის ისეთი თვისებების მისადაგების შე-თხვევა, რაც არ წარმოადგენს მისთვის ჩვეულებრივ, დადგენილ ნიშანს, არამედ გადამეტებულ ხასიათს ატარებს. ზოგადად, პროდუქტისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭება არის შეფასებითი კატეგორია, რომლის დროსაც გათვალისწინებული უნდა იქნეს ობიექტური და სუბიექტური ფაქტორი, კერძოდ, თავად პროდუქტის ბუნებრივი და სპეციფიკური მახასიათებლები, მათთან წამყვანების მიერ გაკეთებული განცხადებების შესაბამისობა და როგორ იქნება მოცე-ული აღქმული

მაყურებლის მიერ. კონკრეტულ შე-თხვევაში კი, პროდუქციის თვისებებისა და წამყვანების მიერ მისი შეფასების გათვალისწინებით, ადგილი ჰქონდა პროგრამაში პროდუქტის განთავსების წესის დარღვევას.

4.17. ასევე დადგენილია, რომ 2--- წლის 21 დ-----ს (13:35:59), გადაცე-ა „ს--- შ-----“-ში კ----- „ქ-----ს“ წარმომადგენლებმა პირდაპირ ეთერში განახორციელეს რბილი ავეჯის ქიმიური დამუშავება-წმენდა, რა დროსაც გადაცე-ის წამყვანები პირდაპირი ეთერის დროს გამოხატავდნენ აღტაცებას კომპანიის მომსახურებისა და შესრულებული სამუშაოს ხარისხის მიმართ. გამოყენებულ იქნა გამონათქვამები: „ისე იწმინდება, რომ სუნი არ აქვს“, „გამოიყენება სპეციალური, უნივერსალური ხსნარი, არა ტოქსიური“, „შესანიშნავია დიასახლისებითვის“, „სისუფთავე არის სიზუსტის და პროფესიონალიზმის შედეგი“ და ა.შ. გადაცე-აში საუბარია კომპანიის მომსახურების მრავალფეროვნებაზე (ეზოების მოვლა, ბალახის გაკრეჭა, მაღლივი შე-ინული შენობების წმენდა, აუზების მომსახურება და ა.შ.). სტუდიაში მოწვეულმა კომპანიის წარმომადგენელმა, ვრცლად ისაუბრა კომპანიის სერვისებზე და სიახლეებზე. აქვე დასახელდა ფასდაკლებების შესახებ, რაც წამყვანების ერთგვარი ხაზგასმის საგანი იყო.

ზე-ოაღნიშნულიდან გამომდინარე, პალატა მიიჩნევს, რომ სახეზეა პროდუქტის განთავსების წესების დარღვევა. სააპელაციო სასამართლო აღნიშნავს, რომ პროდუქტის განთავსება შესაბამისობაში უნდა იყოს პროგრამასთან. კერძოდ, კონკრეტული პროგრამის მომზადება შეიძლება დაკავშირებული იყოს ან შესაძლებელს ხდიდეს ცალკეული პროდუქტის გამოყენებას, განთავსებას, მაგრამ პროგრამა არ უნდა იყოს წარმართული და გამოყენებული მხოლოდ პროდუქტის რეკლამირებისთვის, შესაბამისად, პროდუქტის განთავსება გავლენას არ უნდა ახდენდეს პროგრამის შინაარსზე. მოცე-ულ შე-თხვევაში, პალატა ითვალისწინებს რა, ერთი მხრივ, გამოყენებული გამონათქვამების შინაარსსა და კონკრეტული საშუალებების თვისებების დე-ონსტირებას, მეორე მხრივ კი, კომპანიის სერვისებსა და სიახლეებზე განმარტებების გაკეთებას, მიიჩნევს, რომ მოცე-ულ შე-თხვევაში ასევე ადგილი ჰქონდა კანონმდებლობის მოთხოვნათა დარღვევას.

4.1- „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით. ამავე კანონის მე-2 მუხლის „ჰ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სპონსორობა არის პროგრამის მომზადების ან ეთერში გადაცე-ის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება პირის მიერ, მისი სახელის, სავაჭრო ნიშნის, იმიჯის, საქმიანობის განვითარების რეკლამირების მიზნით.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული იქნა „სპონსორზე მითითების სახელმძღვანელო

რეკომენდაციები“. დადგენილების მე-3 მუხლით განსაზღვრულია სპონსორობის პრინციპები. მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს, რომ ა) სპონსორობა იდენტიფიცირებული და რეკლამისგან, ტელეშოპინგისა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებიდან (Product Placement) გამიჯნული იყოს; ბ) სპონსორის გზავნილები გაიმიჯნოს პროგრამის შინაარსისგან, შენარჩუნდეს მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და არ მოხდეს პროგრამების შინაარსზე სპონსორის ზეგავლენა მიღებული სარგებლის სანაცვლოდ, ხოლო დადგენილების მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, სპონსორზე მითითებისას მაუწყებელს საკუთარი შეხედულებისამებრ შეუძლია გამოიყენოს ს---დას--- ტერმინები, მაგალითად: „დაფინანსებულია ... მიერ“; „...-თან ერთობლივად“; „...წარმოგიდგენთ...“ და ა.შ. ამავე დროს, მაუწყებლის მიერ თავიდან უნდა იქნეს აცილებული ორაზროვანი განცხადებები, რომელმაც შეიძლება დააბნიოს ან შეცდომაში შეიყვანოს აუდიტორია. ამასთან, მაუწყებლებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ სპონსორზე გადაჭარბებული მითითება იმ აკრძალვების გათვალისწინებით, რაც მოცე-ულია წინამდებარე რეკომენდაციებში, კომისიის მიერ შესაძლებელია შეფასებულ იქნეს როგორც რეკლამა. ამავე მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, სპონსორზე მითითება არ უნდა შეიცავდეს სარეკლამო შეტყობინებებს. მე-6 პუნქტის თანახმად კი სპონსორობისას დაუშვებელია საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირი მოწოდება ან/და წაქეზება ამ საქონელზე ან/და მომსახურებაზე სპეციალური მითითებით, მათ შორის საქონლის/მომსახურების დეტალური აღწერა როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით. სპონსორზე მითითებისას დაშვებულია ლოზუნგების, სათაურების, მელოდიის და ა.შ. გამოყენება მხოლოდ სპონსორის იდენტიფიცირების მიზნით და იმ ფორმით, რომ აღნიშნული მახასიათებლების გამოყენება არ შეიცავდეს საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ პირდაპირ მოწოდებას ან/და წაქეზებას.

4.19. დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- დ-----ს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ეთერში განთავსდა სასპონსორო მითითებები: ა) „გადაცე-ის სპონსორია „ჯ----“ - სიტბოსთვის, სიამოვნებისთვის, სიხარულისთვის, ჯანმრთელობისთვის, დასვენებისთვის. „ჯ----“ - თქვენთვის“. (22:0-:21; 22:56:29; 23:13:16; 22:54:49). ბ) „გადაცე-ის სპონსორია სუპერმარკეტების ქსელი „ს----“. „ს----ში“ ყოველთვის საუკეთესო ფასებია. „ს----“- თქვენზე მორგებული.(22:0-:31; 22:56:39; 22:54:59; 23:13:26). გ) „საახალწლო ეთერის გასართობ გადაცე-ებს წარმოგიდგენთ „ე- კ----- -ის“ ენერგოეფექტური პროექტები დასრულებული რე-ონტით თბილისის ცენტრში. „ე- კ-----ი“- იცხოვრე უკეთესად“. მითითებული განცხადებების შინაარსის გათვალისწინებით, პირველი ინსტანციის სასამართლომ მართებულად გაიზიარა კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის განმარტება იმასთან დაკავშირებით, რომ შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- ს----- ბადეში, 2--- წლის 1- დ-----ს განთავსებულ სუპერმარკეტების ქსელი „ს----ს“, „ჯ---- კ-----ის“ და „ე- კ-----ის“ სასპონსორო ვიდეო-რგოლებში, სასპონსორო მითითებებისას

ადგილი ჰქონდა საქონლის/მომსახურების შეძენის, მიწოდებისა და მოხმარებისაკენ მოწოდებას და წაქეზებას ამ პროდუქტებზე სპეციალური მითითებებით, როგორც ვერბალური, ასევე ვიზუალური ფორმით, ამასთან, სასპონსორო მითითებები შეიცავდნენ სარეკლამო შეტყობინებებს. სწორედ ამიტომ, ადგილი აქვს კანონმდებლობის მოთხოვნათა დარღვევას.

4.20. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მაუწყებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ან კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის, აგრეთვე ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შე-თხვევაში კომისია ვალდებულია განიხილოს შესაბამისი საკითხი. დარღვევის ფაქტის დადასტურების შე-თხვევაში კომისია უფლებამოსილია მაუწყებელი წერილობით გააფრთხილოს. კომისიის მიერ მაუწყებლის მიმართ სანქციის გამოყენების მიზანი უნდა იყოს დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია. კომისია მაუწყებელს განუსაზღვრავს გონივრულ ვადას დარღვევის აღმოფხვრისათვის ან პრევენციისათვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად, ხოლო ამავე მუხლის მე-2 პუნქტის შესაბამისად, კომისია ვალდებულია მაუწყებელს დააკისროს ჯარიმა, თუ მან ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ გაფრთხილებაში მითითებულ ვადაში არ აღმოფხვრა გაფრთხილებაში აღნიშნული დარღვევა ან არ შეასრულა კომისიის გადაწყვეტილება, აგრეთვე თუ მან ზე-ოაღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა ახალი დარღვევა. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 72-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ამ კანონის 71-ე მუხლით გათვალისწინებულ შე-თხვევაში კომისია უფლებამოსილია მაუწყებელს დააკისროს ჯარიმა არა უმეტეს მისი წლიური შე-ოსავლის 0,5%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 2500 ლარისა.

საქმეზე დადგენილი ფაქტობრივი გარე-ოებებიდან და მათი სამართლებრივი შეფასებიდან გამომდინარე, ასევე იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- ა-----ის N----- გადაწყვეტილებით შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---- მიეცა გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 67-ე მუხლის მე-3 პუნქტის, 69¹-ე მუხლის მე-2 პუნქტის „ბ“ და „გ“ ქვეპუნქტების, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტისა და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 14 იანვრის N1 დადგენილებით დამტკიცებული რეკომენდაციის მე-5 და მე-6 პუნქტების დარღვევის გამო, სააპელაციო პალატა მიიჩნევს, რომ სადავო აქტი კანონშესაბამისია და მისი ბათილად ცნობის საფუძველი არ არსებობს.

4.21. რაც შეეხება ოქმში შენიშვნების შეტანასთან დაკავშირებულ საკითხს, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 106-ე მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს ყველა სხდომაზე დგება სხდომის ოქმი, რომელშიც უნდა მიეთითოს: ა)კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს დასახელება; ბ)სხდომის დრო და ადგილი;

გ)სხდომის თავმჯდომარის და წევრების ვინაობა; დ)განხილვის საგანი; ე)კენჭისყრის შედეგები; ვ) მიღებული გადაწყვეტილება. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად სხდომის ოქმს ხელს აწერს სხდომის თავმჯდომარე, აგრეთვე მდივანი, თუ ის მონაწილეობდა ოქმის შედგენაში. ამავე კოდექსის 112-ე მუხლის თანახმად, სხდომის დროს იწარმოება ოქმი. სხდომის ოქმში უნდა მიეთითოს: ა) ადმინისტრაციული წარმოების დასახელება, რომლის თაობაზედაც ეწყობა მოსმენა; ბ) ადმინისტრაციული ორგანოს დასახელება; გ) განხილვის დრო და ადგილი; დ) სხდომის თავმჯდომარის, ზეპირ მოსმენაში მონაწილე დაინტერესებული მხარის, ექსპერტის, მოწმის ვინაობა; ე) ზეპირი მოსმენის საგანი, წარდგენილი განცხადების მოკლე მიმოხილვა; ვ) მოწმეთა და ექსპერტთა ჩვენებების მოკლე აღწერა; ზ) შე-თხვევის ადგილის დათვალიერების შედეგის აღწერა. სხდომის ოქმს ხელს აწერენ სხდომის თავმჯდომარე და მდივანი. დაინტერესებულ მხარეს უფლება აქვს გაეცნოს ოქმს და ოქმის გაცნობიდან 3 დღის ვადაში წარადგინოს შენიშვნები მის თაობაზე, მიუთითოს მასში არასწორი ან არასრული ინფორმაციის არსებობა. თუ ადმინისტრაციული ორგანო ეთანხმება შენიშვნას, ადასტურებს მის სისწორეს, ხოლო თუ არ ეთანხმება, გამოსცე-ს ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტს შენიშვნის უარყოფის შესახებ.

4.22. დადგენილია, რომ 2--- წლის 1- მარტს შ-- „ს----- კ----- რ----- 2---- წერილით მიმართა საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიას საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2--- წლის 0- თ----- სხდომის ოქმში არსებული შენიშვნებზე და განუმარტა, რომ სხდომის ოქმის იმ ნაწილში, რომელიც ეხება „რ----- 2---- საკითხის განხილვას, ერთ-ერთ მონაკვეთში არ არის მითითებული კომისიის თავმჯდომარის - კ--- ბ-----ის, ასევე თ----- მ-----ის შეპასუხება/მოსაზრება. შედეგად, მოთხოვნილ იქნა სხდომის ოქმში შესაბამისი შესწორების შეტანა, გამოტოვებული მოსაზრებების უცვლელი სახით ასახვა სხდომის ოქმში და/ან კომპანიის წარმომადგენლის მიერ მითითებული შენიშვნების დადასტურება შესაბამისი ფორმით.

სააპელაციო პალატა მიუთითებს საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-60¹ მუხლზე, რომლის პირველი ნაწილი ადგენს, რომ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტი ბათილია, თუ იგი ეწინააღმდეგება კანონს, ან არსებითად დარღვეულია მისი მომზადებისა ან გამოცე-ის კანონმდებლობით დადგენილი ს--- მოთხოვნები. ამავე მუხლის მე-2 ნაწილის შესაბამისად, ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის მომზადების ან გამოცე-ის წესის არსებით დარღვევად ჩაითვლება ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტის გამოცე-ა ამ კოდექსის 32-ე ან 34-ე მუხლით გათვალისწინებული წესის დარღვევით ჩატარებულ სხდომაზე ან კანონით გათვალისწინებული ადმინისტრაციული წარმოების სახის დარღვევით, ანდა კანონის ისეთი დარღვევა, რომლის არარსებობის შე-თხვევაში მოცე-ულ საკითხზე მიღებული იქნებოდა ს--- გვარი გადაწყვეტილება. ამრიგად, პროცედურული დარღვევები მხოლოდ მაშინ

შეიძლება გახდეს აქტის ბათილად ცნობის საფუძველი, თუკი დარღვევა ატარებს არსებით ხასიათს, ე.ი. მის არარსებობას შესაძლებელია გამოეწვია საკითხზე განს-
--ვებული გადაწყვეტილების მიღება. სააპელაციო პალატა მიიჩნევს, რომ განსახილველ შე-თხვევაში მსგავს დარღვევას ადგილი არ ჰქონია. ამდენად, სარჩელის დაკმაყოფილების საფუძველი არ არსებობს.

4.23. საქართველოს ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის 32-ე მუხლის პირველი ნაწილის შესაბამისად, ამ კოდექსის 22-ე მუხლში აღნიშნულ სარჩელთან დაკავშირებით სასამართლო უფლებამოსილია გამოიტანოს გადაწყვეტილება ადმინისტრაციული აქტის ბათილად ცნობის შესახებ, თუ ადმინისტრაციული აქტი ეწინააღმდეგება კანონს და ის პირდაპირ და უშუალო (ინდივიდუალურ) ზიანს აყენებს მოსარჩელის კანონიერ უფლებას, ან ინტერესს ან უკანონოდ ზღუდავს მას. ამდენად, სააპელაციო პალატა იზიარებს პირველი ინსტანციის სასამართლოს განმარტებას, რომ გასაჩივრებულ ინდივიდუალურ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივ აქტებში ასახული კონკრეტული ურთიერთობის მოწესრიგება შეესაბამება მისი გამოცე-ის სამართლებრივ საფუძვლებს და წინააღმდეგობაში არ მოდის მოცე-ული ურთიერთობის მარეგულირებელ სამართლებრივ ნორმებთან. ამდენად, სარჩელის დაკმაყოფილების ფაქტობრივ-სამართლებრივი საფუძვლები არ არსებობდა.

5. შე-აჯამებელი სასამართლო დასკვნა

ზე-ოაღნიშნული გარე-ოებების ანალიზის საფუძველზე სააპელაციო პალატას მიაჩნია, რომ პირველი ინსტანციის სასამართლომ არსებითად სწორად გადაწყვიტა სადავო საკითხი, რის გამოც არ არსებობს სააპელაციო საჩივრის დაკმაყოფილებისა და გასაჩივრებული გადაწყვეტილების გაუქმების საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 393-ე და 394-ე მუხლებით გათვალისწინებული საფუძვლები. შესაბამისად, უცვლელად უნდა დარჩეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2-----
-----ის გადაწყვეტილება.

6. საპროცესო ხარჯები

აპელანტის მიერ გადახდილი სახე-წიფო ბაჟი - 1-0 ლარი, საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 55-ე მუხლის მე-2 ნაწილის თანახმად, დარჩეს სახელმწიფო ბიუჯეტში გადახდილად.

ს ა რ ე ზ ო ლ უ ც ი ო ნ ა წ ი ლ ი

იხელმძღვანელა რა საქართველოს ადმინისტრაციული საპროცესო კოდექსის პირველი, მე-12, მე-13, საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 257-ე, 372-
ე, 386-ე, 390-ე, 391-ე, 395-ე, 397-ე მუხლებით

**თბილისის სააპელაციო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა
პალატამ
დაადგინა:**

1. შ-- „ს----- კ----- რ----- 2--- სააპელაციო საჩივარი არ დაკმაყოფილდეს;
2. უცვლელად დარჩეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიის 2-----ის გადაწყვეტილება.
3. განჩინება შეიძლება გასაჩივრდეს საკასაციო საჩივრით საქართველოს უზენაესი სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა პალატაში (თბილისი, ძმები ზუბალაშვილების ქ. №32) თბილისის სააპელაციო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა პალატის მეშვეობით (თბილისი, გრ. რობაქიძის გამზ. №7ა) მხარეთათვის დასაბუთებული განჩინების ასლის ჩაბარებიდან 21 (ოცდაერთი) დღის ვადაში.

თავმჯდომარე

გიორგი ტყავაძე

მოსამართლეები

მანანა ჩოხელი

თამარ ონიანი