



გადანწყვეტილება

N გ-25-18/201
01/05/2025

201-გ-25-1-4-202505011252



შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

ავტორიზებული პირი: შპს „ბი ემ ჯი“

სამართალდარღვევა: „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის დარღვევა.

წარმოების დაწყების საფუძველი: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N 25-10-835, 23.04.2025) თანდართული დოკუმენტაციით.

კომისიის სხდომის თარიღი: 2025 წლის პირველი მაისი, 15:00 საათი.

I. აღწერილობითი ნაწილი

1. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში „კომისია“) აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის (N 25-10-835, 23.04.2025) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიაში დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე, მის მიერ მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის გამო.
2. მოხსენებითი ბარათიდან და მასზე დართული დოკუმენტაციიდან ირკვევა, რომ კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას განხორციელდა შპს „ბი ემ ჯი“-ის მონიტორინგი მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი).
3. კომისიის წერილით (N გ-25-04/732, 03/04/2025) გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით განთავსდა 2025 წლის 10 მარტს, 12:18 სთ-ზე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს ეთერში კომპანია „ლისი დეველოპმენტის“ შესახებ სიუჟეტი, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მასში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა;
4. კომისიის წერილის (N გ-25-04/732, 03/04/2025) პასუხად, შპს „ბი ემ ჯი“-მ „ლისი დეველოპმენტის“ შესახებ განთავსებულ სიუჟეტთან დაკავშირებით კომისიაში წარმოადგინა

წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის №25-6/1374, 07.04.2025), რომლითაც კომისიას წარუდგინა შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორტ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებულ ხელშეკრულება ერთჯერადი მომსახურების გაწევის თაობაზე. წარმოდგენილი ხელშეკრულების მე-2 პუნქტის თანახმად, შემსრულებელი იღებს ვალდებულებას, 2025 წლის მარტში გადაცემაში „საქმიანი დილა“ დამკვეთთან შეთანხმებით განათავსოს სიუჟეტი;

5. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათიდან (N 25-10-835, 23.04.2025) ირკვევა, რომ შპს „ბი ემ ჯი“ სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი) კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით ჩატარებული მონიტორინგის შედეგად, გამოვლინდა შემდეგი: 2025 წლის 10 მარტს, 12:18 სთ-ზე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს ეთერში განთავსდა სიუჟეტი - „ახალი ქართული რივიერა ლისი დეველოპმენტისგან“. აღნიშნული სიუჟეტის მსვლელობისას წარმოდგენილია კომპანიის მიერ წარმოებული მშენებლობის სხვადასხვა ეტაპები, როგორც მიმდინარე მშენებლობის ამსახველი კადრები, ასევე მისი დასრულებული ვარიანტი. სიუჟეტში ნაჩვენებია აპარტამენტების ინტერიერი, თუ როგორი იქნება ის დასრულებული. ამასთან ერთად სიუჟეტის წამყვანი ერთვება მშენებლობიდან და აღნიშნავს: „ლისი დეველოპმენტის ახალი საკურორტო უბანი ბუკნარი მშენებლობის აქტიურ ფაზაშია. პირველი ეტაპი უკვე დასრულებულია, რაც სასტუმროს მშენებლობას გულისხმობდა, ახლა კი არქიტექტურული სამუშაოები უნდა დაიწყოს რაც გარე ფასადების მოპირკეთებას, შიდა ტიხრების მოწყობას და სარემონტო სამუშაოებს გულისხმობს. საინვესტიციო აპარტამენტები ხელმისაწვდომია 34 კვადრატული მეტრიდან, მაღალი მოთხოვნის გამო კი ბინები შეზღუდული რაოდენობით იყიდება. პროექტის დასრულება კი 2025 წლის ბოლოს იგეგმება“. „ახალი საკურორტო უბანი ბუკნარი ბათუმის გამოსასვლელიდან სულ რაღაც 7 წუთის სავალ გზაზე. ზუსტად ზღვის სანაპიროს გასწვრივ პირველ ზოლში შენდება. კომპლექსს უნიკალური მდებარეობა გამოარჩევს. ბუკნარი სუბტროპიკულ ტყესა და ზღვას შორის არის მოქცეული“. „ბუკნარი აპარტამენტები მფლობელს სრული რემონტით, ავეჯით, სამზარეულოთი და სხვა საჭირო აქსესუარებით ბარდება. რაც ყველაზე მთავარია თითოეულ აპარტამენტს ზღვის და მთის გამორჩეული ხედები ერწყმის“. „კომპლექსი შიდა საცურაო აუზს, რესტორანს, სპორტულ მოედნებს და მწვანე რეკრეაციულ ზონებს გააერთიანებს. ეს არის უნიკალური კომპლექსი, რომელიც ერთი მხრივ ოჯახური დასვენებისთვის არის განკუთვნილი, მეორე მხრივ კი მომხმარებლისთვის საინვესტიციო თვალსაზრისით საუკეთესო შესაძლებლობაა“. სიუჟეტის მსვლელობისას ეკრანზე გამოტანილია გაყიდვების ოფისის საკონტაქტო ნომერი;
6. მოხსენებითი ბარათის თანახმად, პროდუქტის განთავსება ისე მოხდა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე და პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, გარდა ამისა პროგრამაში მოხდა პროდუქტზე პოზიტიურ კონტექსტში მითითება. გაჟღერდა ინფორმაცია ხელმისაწვდომობის შესახებ, გაკეთდა სარეკლამო განცხადება, პოზიტიურ თვისებებსა და სარგებლობაზე გაკეთდა მითითებები. ასევე, სიუჟეტის წამყვანის მხრიდან პროდუქტის მიმართ იქნა გამოხატული დადებითი განწყობა/მოწონება.
7. ზემოაღნიშნული სიუჟეტის განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონათება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, იმის შესახებ, თუ რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობოდა იგი.
8. მოხსენებითი ბარათის თანახმად, შპს „ბი ემ ჯი“-ის მიერ აღნიშნული სიუჟეტების მსვლელობისას დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებით და მე-4 პუნქტით განსაზღვრული წესები.
9. შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განსახილველად კომისიის სხდომა დაინიშნა 2025 წლის პირველ მაისს, რის შესახებაც, კომპანიას გაეგზავნა წერილობითი შეტყობინება (N გ-25-03/931, 28/04/2025). კომისიის შეტყობინებით შპს „ბი ემ ჯი“-ს ასევე განემარტა საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 98-ე და 99-ე მუხლებით გათვალისწინებული მტკიცებულებების და

შუამდგომლობების წარმოდგენის, აგრეთვე, საქმის გარემოებათა გამოკვლევისა და ადმინისტრაციული წარმოების მასალების გამოთხოვის უფლების თაობაზე.

10. კომისიაში შემოვიდა შპს „ბი ემ ჯი“-ს 2025 წლის პირველი მაისის N102 წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის №-25-6/1822, 01.05.2025), რომელშიც აღნიშნულია, რომ სატელევიზიო ეთერში გასული სიუჟეტი - „ახალი ქართული რივიერა ლისი დეველოპმენტისგან“ - ჟურნალისტის მიერ მომზადდა სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში და იყო საინფორმაციო ხასიათის.
11. წერილის თანახმად, სიუჟეტის დანიშნულება, მიმდინარე ურბანული და საინვესტიციო პროექტის მაცურებლისათვის გაცნობა იყო, რადგან მსგავსი შინაარსის თემები, ყოველთვის წარმოადგენს საზოგადოებრივი ინტერესის საგანს. სიუჟეტმა მოიცვა პროექტის ზოგადი მიმოხილვა. მათ შორის, მშენებლობის ეტაპები, მდებარეობა, ინფრასტრუქტურა, სამომავლო გეგმები. საკითხის ამ ფორმით გაშლა და განვრცობა ჟურნალისტური საქმიანობის ნაწილია და იგი არ წარმოადგენს რეკლამას, მისი იურიდიული განსაზღვრებით.
12. კომისიის 2025 წლის პირველი მაისის სხდომაზე გამოცხადდა შპს „ბი ემ ჯი“-ს წარმომადგენელი, ე. სხილაძე, რომელმაც განაცხადა, რომ სადავო სიუჟეტი არ ყოფილა სარეკლამო ხასიათის. ის იყო საინფორმაციო შინაარსის მატარებელი, მომზადდა ჟურნალისტის მიერ, სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში. შპს „ბი ემ ჯი“ მაქსიმალურად ორიენტირებულია, რომ არ დაარღვიოს კანონმდებლობა. წარმომადგენლის აზრით, სუბიექტური შეფასების საკითხია, რამდენად პოზიტიურად იქნა წარმოდგენილი ეს შინაარსი, რამდენად იყო მიკერძოებული ჟურნალისტი, რამდენად გადაჭარბებული იყო ეს წარდგენა.
13. ასევე, ე. სხილაძემ შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორთ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებულ ხელშეკრულებასთან დაკავშირებით განმარტა, რომ ეს ჩვეულებრივი კომერციული ხელშეკრულება იყო სიუჟეტის მომზადებასა და განთავსებაზე. ეს არ იყო სარეკლამო მომსახურების ხელშეკრულება. ერთჯერადი მომსახურების ფარგლებში განხორციელდა სიუჟეტის გადაღება და განთავსება. ე. სხილაძემ დასძინა, რომ კომპანიის მხრიდან არ დაფიქსირებულა წლის განმავლობაში მსგავსი შემთხვევა და თუ კომისია დააფიქსირებს დარღვევას, ითხოვა გაფრთხილებით შემოიფარგლონ.

II. მარეგულირებელი კანონმდებლობა

14. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში მოქმედ საქართველოს კანონმდებლობას შეადგენს საქართველოს კონსტიტუცია, საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებები, საქართველოს ორგანული კანონი „საქართველოს საარჩევნო კოდექსი“, ეს კანონი, „ეროვნული მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ და „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ“ საქართველოს კანონები და სხვა საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტები;
15. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის თანახმად, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში კომისიის ფუნქციებია მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროებში მოქმედი საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების შესრულებაზე ზედამხედველობა და მისი კონტროლი, ამ მოთხოვნათა დარღვევის შემთხვევაში შესაბამისი სანქციების დაკისრება;
16. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, ავტორიზებული პირი ვალდებულია დაიცვას მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში მოქმედი საქართველოს კანონმდებლობა, მათ შორის, კომისიის დადგენილებები და გადაწყვეტილებები, მედიამომსახურებისა და ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების სფეროში მოქმედ საქართველოს კანონმდებლობაში ცვლილებების შეტანის შემთხვევაში უზრუნველყოს ავტორიზებული საქმიანობის მათთან შესაბამისობა;

17. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ძ“ ქვეპუნქტის თანახმად, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისთვის და ემსახურება ფიზიკური პირისადმი ან იურიდიული პირისადმი, საქონლისადმი, მომსახურებისადმი, სამუშაოსადმი, იდეის და წამოწყებისადმი ინტერესის აღძვრასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, მომსახურების, სამუშაოს, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას. ასეთი გამოსახულებები თან ახლავს ან/და ინტეგრირებულია პროგრამაში/მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ. აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია არის აუდიოვიზუალური მედიამომსახურება და მოიცავს კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement). აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია მოიცავს აგრეთვე რადიომაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელეშოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);
18. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ჰ“¹⁷ ქვეპუნქტის თანახმად, პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) – საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება, რაც გამოიხატება პროგრამაში ან მომხმარებლის გენერირებულ ვიდეორგოლში ამ პროდუქტის ინტეგრირებით, პროდუქტზე მითითებით ან/და მომსახურებასა და სასაქონლო ნიშანზე მითითებით;
19. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსსა და პროგრამების განრიგში განთავსებაზე – მაუწყებლობის შემთხვევაში ან კატალოგში განთავსებაზე – გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების შემთხვევაში, მათ შორის, მედიამომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; ბ) იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.
20. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს. იმ პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, რომელშიც ხდება პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, ნათლად უნდა მიეთითოს ამის შესახებ. ეს მოთხოვნა არ ვრცელდება მაუწყებლის მიერ სამაუწყებლო ბადეში ან/და გამოძახებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების მიმწოდებლის მიერ მისი მომსახურების ფარგლებში განთავსებულ დამოუკიდებელ პროგრამაზე.
21. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია უზრუნველყოს მის მიერ გადაცემული/გავრცელებული პროგრამის, რეკლამისა და სპონსორების შესახებ ინფორმაციის საქართველოს კანონმდებლობასა და ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობა. ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებელი ვალდებულია განახორციელოს ამ კანონით გათვალისწინებული ღონისძიებები, რომლებიც მას საშუალებას აძლევს, უზრუნველყოს მის მიერ გავრცელებული პროგრამის, მომხმარებლის გენერირებული ვიდეორგოლისა და აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაციის საქართველოს კანონმდებლობასთან შესაბამისობა.
22. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, მედიამომსახურების მიმწოდებლის ან ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის მიერ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის, კომისიის გადაწყვეტილების შეუსრულებლობის ან ლიცენზიის/ავტორიზაციის პირობების დარღვევის შემთხვევაში კომისია ვალდებულია განიხილოს შესაბამისი საკითხი. დარღვევის ფაქტის დადასტურების შემთხვევაში კომისია უფლებამოსილია დამრღვევი წერილობით გააფრთხილოს. კომისიის

მიერ სანქციის გამოყენების მიზანი უნდა იყოს დარღვევის აღმოფხვრა ან პრევენცია. კომისია დამრღვევს დარღვევის აღმოსაფხვრელად ან მისი პრევენციისთვის ღონისძიებათა განსახორციელებლად გონივრულ ვადას განუსაზღვრავს.

23. „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის N 1 დადგენილებით დამტკიცებული „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ (დანართი N1) მე-16 მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად „კომისიის მიერ გაგზავნილი ყოველგვარი შეტყობინება და კომისიის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება იგზავნება მატერიალური ან ელექტრონული რეგისტრირებული საფოსტო გზავნილის მეშვეობით. მატერიალური საფოსტო გზავნილი იგზავნება დამტარებლის ან საფოსტო მომსახურების განმახორციელებელი პირის მეშვეობით.“. ხოლო ამავე მუხლის მე-9 პუნქტის თანახმად „კორესპოდენციის ელექტრონული გზავნილით გაგზავნის შემთხვევაში, დოკუმენტი ჩაბარებულად ჩაითვლება ადრესატის მიერ მისი მიღების, როგორც პირდაპირ, აქტიურად გამოხატული ქმედებით, ასევე, ავტომატური საშუალებით დადასტურების შემთხვევაშიც“.

III. სამოტივაციო ნაწილი

1. შესწავლილი მტკიცებულებები

24. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N 25-10-835, 23.04.2025);
25. კომისიის 2025 წლის 3 აპრილის წერილი (რეგისტრაციის ნომერი (N გ-25-04/732);
26. შპს „ბი ემ ჯი“-ის 2025 წლის 7 აპრილის N97 წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-25-6/1374, 07.04.2025) თანდართული დოკუმენტაციით (შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორტ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებული ხელშეკრულება);
27. კომისიის შეტყობინება (N გ-25-03/931, 28/04/2025) შპს „ბი ემ ჯი“-ს სხდომაზე მოწვევის თაობაზე და აღნიშნული შეტყობინების ჩაბარების დამადასტურებელი დოკუმენტაცია;
28. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან შპს „ბი ემ ჯი“-ს შესახებ მონაცემები;
29. შპს „ბი ემ ჯი“-ს 2025 წლის პირველი მაისის N102 წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nშ-25-6/1822, 01.05.2025);
30. შპს „ბი ემ ჯი“-ს წარმომადგენლის ე. სხილამის ახსნა-განმარტება მიცემული კომისიის 2025 წლის პირველი მაისის სხდომაზე.

2. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

31. შპს „ბი ემ ჯი“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი შპს „ბი ემ ჯი“-ს შესახებ.

32. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას განხორციელდა „შპს ბი ემ ჯი“-ის მონიტორინგი მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეშოპინგი). მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი:

ა) 2025 წლის 10 მარტს, 12:18 სთ-ზე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს ეთერში განთავსდა სიუჟეტი - „ახალი ქართული რივიერა ლისი დეველოპმენტისგან“. აღნიშნული სიუჟეტის მსვლელობისას წარმოდგენილია კომპანიის მიერ წარმოებული მშენებლობის სხვადასხვა ეტაპები, როგორც მიმდინარე მშენებლობის ამსახველი კადრები, ასევე მისი დასრულებული ვარიანტი. სიუჟეტში ნაჩვენებია აპარტამენტების ინტერიერი, თუ როგორი იქნება ის დასრულებული. ამასთან ერთად სიუჟეტის წამყვანი ერთვება მშენებლობიდან და აღნიშნავს: „ლისი დეველოპმენტის ახალი საკურორტო უბანი ბუკნარი მშენებლობის აქტიურ ფაზაშია. პირველი ეტაპი უკვე დასრულებულია, რაც სასტუმროს მშენებლობას გულისხმობდა, ახლა კი არქიტექტურული სამუშაოები უნდა დაიწყოს რაც გარე ფასადების მოპირკეთებას, შიდა ტიხრების მოწყობას და სარემონტო სამუშაოებს გულისხმობს. საინვესტიციო აპარტამენტები ხელმისაწვდომია 34 კვადრატული მეტრიდან, მაღალი მოთხოვნის გამო კი ბინები შეზღუდული რაოდენობით იყიდება. პროექტის დასრულება კი 2025 წლის ბოლოს იგეგმება“. „ახალი საკურორტო უბანი ბუკნარი ბათუმის გამოსასვლელიდან სულ რაღაც 7 წუთის სავალ გზაზე. ზუსტად ზღვის სანაპიროს გასწვრივ პირველ ზოლში შენდება. კომპლექსს უნიკალური მდებარეობა გამოარჩევს. ბუკნარი სუბტროპიკულ ტყესა და ზღვას შორის არის მოქცეული“. „ბუკნარი აპარტამენტები მფლობელს სრული რემონტით, ავეჯით, სამზარეულოთი და სხვა საჭირო აქსესუარებით ბარდება. რაც ყველაზე მთავარია თითოეულ აპარტამენტს ზღვის და მთის გამორჩეული ხედები ერწყმის“. „კომპლექსი შიდა საცურაო აუზს, რესტორანს, სპორტულ მოედნებს და მწვანე რეკრეაციულ ზონებს გააერთიანებს. ეს არის უნიკალური კომპლექსი, რომელიც ერთი მხრივ ოჯახური დასვენებისთვის არის განკუთვნილი, მეორე მხრივ კი მომხმარებლისთვის საინვესტიციო თვალსაზრისით საუკეთესო შესაძლებლობაა“. სიუჟეტის მსვლელობისას ეკრანზე გამოტანილია გაყიდვების ოფისის საკონტაქტო ნომერი;

ბ) ზემოაღნიშნული სიუჟეტის განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონატება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, იმის შესახებ, რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობა იგი.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N 25-10-835, 23.04.2025) თანდართული დოკუმენტაციით; განთავსებული სიუჟეტის ამსახველი ვიდეო მასალა: ბმული- [BMG -პროდუქტის განთავსება - ლისი დეველოპმენტი](#).

33. შპს „ბი ემ ჯი“-სგან გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით იქნა განთავსებული 2025 წლის 10 მარტს, 12:18 სთ-ზე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს ეთერში კომპანია „ლისი დეველოპმენტის“ შესახებ სიუჟეტი, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მასში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა. წერილის პასუხად შპს „ბი ემ ჯი“-მ კომისიას წარუდგინა შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორთ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებულ ხელშეკრულება ერთჯერადი მომსახურების გაწევის თაობაზე. წარმოდგენილი ხელშეკრულების მე-2 პუნქტის თანახმად, შემსრულებელი იღებს ვალდებულებას, შესაბამისი ანაზღაურების სანაცვლოდ 2025 წლის მარტში გადაცემაში „საქმიანი დილა“ დამკვეთთან შეთანხმებით განათავსოს სიუჟეტი.

მტკიცებულება: კომისიის წერილი (N გ-25-04/732, 03/04/2025); შპს „ბი ემ ჯი“-ის 2025 წლის 7 აპრილის N97 წერილი (კომისიაში რეგისტრაციის Nმ-25-6/1374, 07.04.2025) თანდართული დოკუმენტაციით (შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორთ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებული ხელშეკრულება);

34. შპს „ბი ემ ჯი“-ს მიმართ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში პასუხისმგებლობის არცერთი სახე მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის გამოყენებული არ ყოფილა.

მტკიცებულება: მონაცემები კომისიის უწყებრივი რეესტრიდან შპს „ბი ემ ჯი“ შესახებ.

3. სამართლებრივი შეფასება

35. კომერციული სიტყვის თავისუფლება და გამოხატვა, ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-10 მუხლით დაცული უფლებების სფეროს განეკუთვნება. კომერციული გამოხატვა, მოიცავს, ასევე კომერციულ, მათ შორის ტელევიზიის მეშვეობით გადაცემულ რეკლამას და განმარტავს, რომ კომერციული გამოხატვა, გამოხატვის სხვა ფორმებისგან განსხვავებით, ექვემდებარება კონტროლის განსხვავებულ სტანდარტებს. ხელისუფლების ორგანოები სარგებლობენ შეფასების ფართო ზღვრით მასზე შეზღუდვის დაწესების აუცილებლობასთან მიმართებაში. კომერციული რეკლამის შეზღუდვა დასაშვებია არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ან არასარწმუნო ან/და შეცდომაში შემყვანი რეკლამის თავიდან აცილების მიზნით, ხოლო განსაკუთრებულ გარემოებებში, შეიძლება აკრძალულ იქნას ობიექტური და სარწმუნო რეკლამისა და იმ სტატიების გამოქვეყნებაც კი, რომლებიც აღწერს უტყუარ ფაქტებს და ასახავს რეალურ მოვლენებს სხვათა პირადი ცხოვრების პატივისცემის ან გარკვეული კომერციული ინფორმაციის საიდუმლოების დაცვის მიზნით. აშშ უზენაესი სასამართლოს პრაქტიკის თანახმად, მცდარი გამოხატვა არასდროს ყოფილა დაცული და „კომერციული სიტყვის რეგულირება უდავოდ დასაშვებია“. კომერციული სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვა დასაშვებია, თუ კომერციული გამოხატვა ეხება კანონით აკრძალულ საქმიანობას; ის არის მცდარი ან შეცდომაში შემყვანი; თუ სახელმწიფომ დაადასტურა კომერციული გამოხატვისა და შეზღუდვის არსებითი ინტერესი. აშშ-ის სასამართლო პრაქტიკის შესაბამისად, კომერციული სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვა დასაშვებია არამხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც საქმე ეხება არაკეთილსინდისიერი რეკლამის გავრცელებას, არამედ იმ შემთხვევაშიც, როდესაც საქმე ეხება კეთილსინდისიერი რეკლამის გავრცელებას (*იხ., შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“- სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2015 წლის 31 დეკემბრის №826/18 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2023 წლის 4 მაისის №გ-23-18/204 გადაწყვეტილება*).
36. „აუდიოვიზუალური მედიის მომსახურებების უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით წევრი სახელმწიფოების კანონებით, რეგულაციებით ან ადმინისტრაციული აქტებით გათვალისწინებული გარკვეული დებულებების კოორდინაციის შესახებ“ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2010 წლის 10 მარტის 2010/13/EU დირექტივასთან დაახლოების მიზნით, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში შესული ცვლილებებით, კანონმა დასაშვებად ცნო კომერციული კომუნიკაციის ისეთი სახეობები, როგორც არის: პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (ე.წ. „Product Placement“), მაგრამ ამავე დროს გაითვალისწინა დირექტივით განსაზღვრული რიგი შეზღუდვები, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობაში პრაქტიკულად იდენტურად იქნა გადმოტანილი დირექტივიდან.
37. პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებისა და სპონსორობის მარეგულირებელი წესების დაცვა ემსახურება: 1. მომხმარებელთა ინტერესების დაცვას, რაც გულისხმობს მაუწყებლის მიერ ისეთი პროგრამის განთავსებას, რომელშიც არ იქნება აღრეული სარეკლამო პროდუქცია და მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობის ფარგლებში შექმნილი პროდუქტი, რათა თავიდან იქნეს აცილებული მომხმარებლებზე ფარული კომერციული კომუნიკაციის ნეგატიური ზემოქმედება და მათი შეცდომაში შეყვანა; 2. სამაუწყებლო კომერციული კომუნიკაციის ბაზარზე სტაბილური მდგომარეობისა და ჯანსაღი კონკურენციის შენარჩუნებას (*იხ. შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები*).

38. ამდენად, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ ამის შესახებ სათანადოდ იყოს მაყურებელი ინფორმირებული, ასევე მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას; მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.
39. პროდუქტის შეძენისკენ მოწოდებად, პროდუქტებისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებად და პროგრამის შინაარსზე და მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე გავლენის მომხდენად შესაძლოა მიჩნეულ იქნეს პროდუქტის განთავსების მიმდინარეობისას სპეციალურ შეთავაზებებზე, შეთავაზებების მოქმედების პერიოდზე, პროდუქციის ხელმისაწვდომობაზე, სავაჭრო ობიექტის მისამართზე, სამუშაო განრიგზე, მომსახურების სერვისზე და პროდუქტის პოზიტიურ თვისებებზე გაკეთებული მითითებები, პროდუქტების მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა და მოწონება, პროდუქციის მრავალჯერადი ჩვენება და ხსენება, გამოხატვის ფორმა და სიუჟეტისთვის დათმობილი დროის ხანგრძლივობა (იხ. „შპს „ტელეკომპანია პირველისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №22-18/572 გადაწყვეტილება; შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2022 წლის 17 ნოემბრის №22-18/489 გადაწყვეტილება; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2021 წლის 17 ივნისის №21-18/360 და 4 თებერვლის №21-18/56 გადაწყვეტილებები; „შპს „სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2“- სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2019 წლის 27 ივნისის №19-18/382, 2018 წლის 8 თებერვლის №61/18 და 2017 წლის 4 აპრილის №219/18 გადაწყვეტილებები; შპს „მთავარი არხისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის საკითხის განხილვის თაობაზე“ კომისიის 2023 წლის 4 მაისის №გ-23-18/204 გადაწყვეტილება).
40. კანონისმიერი ვალდებულებებისა და კომისიის უფლებამოსილებების თაობაზე მაუწყებელთა და სხვა დაინტერესებულ პირთა ინფორმირების მიზნით, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების საკითხებთან დაკავშირებით, კომისიამ შეიმუშავა და ვებ-გვერდზე გამოაქვეყნა [პროგრამაში პროდუქტის \(საქონლის/მომსახურების\) განთავსების \(„Product Placement“\) სახელმძღვანელო რეკომენდაციები](#). რეკომენდაციებში მითითებულია ის ფაქტორები, რომლებზედაც პროდუქტის განთავსებისას კომისია მეტწილად გაამახვილებს ყურადღებას და რომლებიც აღქმული იქნება როგორც სარეკლამო განზრახვის მატარებელი. მათ შორის, როდესაც ხდება პროდუქტის, საქონლის/მომსახურების პოზიტიურ თვისებებზე ან სარგებლობაზე მითითებები (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), პროდუქტის მიმართ დადებითი განწყობის გამოხატვა/მოწონება (პირდაპირი ან არაპირდაპირი), შეძენის წაქეზება (პირდაპირ ან არაპირდაპირი), სარეკლამო განცხადებები, ხელმისაწვდომობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება. (იხ. კომისიის 2022 წლის 15 დეკემბრის №22-18/572 გადაწყვეტილება „შპს „ტელეკომპანია პირველისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განხილვის თაობაზე“).
41. შპს „ბი ემ ჯი“, როგორც მაუწყებელი, ვალდებულია შეასრულოს მაუწყებლობის სფეროში მოქმედი კანონმდებლობით, მათ შორის კომისიის დადგენილებებითა და გადაწყვეტილებებით განსაზღვრული მოთხოვნები. „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონის თანახმად, პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება (Product Placement) არის საფასურის ან სხვა ეკონომიკური სარგებლის სანაცვლოდ პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ნებისმიერი ფორმით გავრცელება. ხოლო, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული უნდა იყოს. იმ პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, რომელშიც ხდება პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება, ნათლად უნდა მიეთითოს ამის შესახებ. ამასთან, პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება ისე უნდა მოხდეს, რომ: ა) მან გავლენა არ მოახდინოს პროგრამის შინაარსსა და პროგრამების განრიგში განთავსებაზე – მაუწყებლობის შემთხვევაში ან კატალოგში განთავსებაზე – გამომცემებით აუდიოვიზუალური მედიამომსახურების შემთხვევაში, მათ შორის, მედიამომსახურების მიმწოდებლის სარედაქციო

დამოუკიდებლობასა და პასუხისმგებლობაზე; ბ) იგი არ შეიცავდეს პროდუქტის შეძენისკენ პირდაპირ მოწოდებას; გ) მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.

42. კომისიის მიერ დადგინდა, რომ 2025 წლის 10 მარტს, 12:18 სთ-ზე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს ეთერში შპს „ბი ემ ჯი“-სა და შპს „ბლექ სი რიზორტ“-ს შორის 2025 წლის 10 მარტს გაფორმებული ხელშეკრულების შესაბამისად, საფასურის სანაცვლოდ, განხორციელდა პროდუქტის განთავსება. ამრიგად, მაუწყებელი ვალდებული იყო დაეცვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მოთხოვნები პროგრამაში პროდუქტის განთავსებასთან დაკავშირებით.
43. მაუწყებელს არ მოუხდენია პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსების მკაფიოდ იდენტიფიცირება. აღნიშნული პროგრამის დასაწყისში, დასასრულს, აგრეთვე მისი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ, არ ყოფილა მითითებული ამის შესახებ. შესაბამისად, მაუწყებლის მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-4 პუნქტის მოთხოვნა.
44. ამასთან, განთავსებულ სიუჟეტში, პროდუქტის განთავსება ისე მოხდა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე, კერძოდ, პროგრამის შინაარსი სრულად იყო მორგებული საფასურის სანაცვლოდ განთავსებულ პროდუქტზე, სიუჟეტის წამყვანი ერთვება მშენებლობიდან, აღნიშნული სიუჟეტის მსვლელობისას წარმოდგენილია კომპანიის მიერ წარმოებული მშენებლობის სხვადასხვა ეტაპები, როგორც მიმდინარე მშენებლობის ამსახველი კადრები, ასევე მისი დასრულებული ვარიანტი. სიუჟეტში ნაჩვენებია აპარტამენტების ინტერიერი, თუ როგორი იქნება ის დასრულებული და სხვა. ამრიგად, ასევე დასტურდება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის დარღვევა.
45. ამასთან, პროგრამაში განთავსებულ პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა. კერძოდ, სიუჟეტის წამყვანის მიერ გამოყენებულია შემდეგი ფრაზები: „კომპლექსს უნიკალური მდებარეობა გამოარჩევს.“; „რაც ყველაზე მთავარია თითოეულ აპარტამენტს ზღვის და მთის გამორჩეული ხედები ერწყმის“; „კომპლექსი შიდა საცურაო აუზს, რესტორანს, სპორტულ მოედნებს და მწვანე რეკრეაციულ ზონებს გააერთიანებს. ეს არის უნიკალური კომპლექსი, რომელიც ერთი მხრივ ოჯახური დასვენებისთვის არის განკუთვნილი, მეორე მხრივ კი მომხმარებლისთვის საინვესტიციო თვალსაზრისით საუკეთესო შესაძლებლობაა.“. შესაბამისად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნა.
46. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შპს „ბი ემ ჯი“-ს მიერ დაირღვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტები და მე-4 პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია.

4. პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები

47. აღსანიშნავია, რომ შპს „ბი ემ ჯი“-ს მიმართ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში პასუხისმგებლობის არცერთი სახე მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის გამოყენებული არ ყოფილა. შესაბამისად, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ამავე კანონის 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტისა და 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის დარღვევისათვის შპს „ბი ემ ჯი“-ს უნდა მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება.

IV. სარეზოლუციო ნაწილი

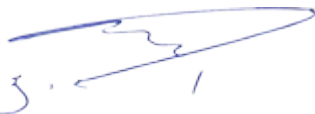
საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 53-ე, 95-ე, 96-ე, 97-ე, 98-ე და 99-ე მუხლების, „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ძ“ და „ჰ“¹⁷ ქვეპუნქტების, მე-3

მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის და 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის საფუძველზე, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად,

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. შპს „ბი ემ ჯი“-ს მიეცეს წერილობითი გაფრთხილება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის დარღვევის გამო;
2. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნებისთანავე;
3. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
4. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი) გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის იურიდიულ დეპარტამენტს (თ.გოშუა) შპს „ბი ემ ჯი“-სთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის შესაბამის უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;
6. კონტროლი გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-2 და მე-4 პუნქტების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი);
7. კონტროლი გადაწყვეტილების შესრულებაზე (გარდა გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის მე-2, მე-4 და მე-5 პუნქტებისა) დაევალოს კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტს (კ. ქორიძე).

ვახტანგ აბაშიძე



თავმჯდომარე - მ.შ.

ეკატერინე იმედაძე



წევრი

ივანე მახარაძე



წევრი

