

გადანყვებითობა

N გ-25-18/562
20/11/2025

562-გ-25-1-4-202511201106



შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე

ავტორიზებული პირი: შპს „ტელეიმედი“

სამართალდარღვევა: „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევა.

წარმოების დაწყების საფუძველი: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-2448; 17.11.2025) თანდართული დოკუმენტაციით.

კომისიის სხდომის თარიღი: 2025 წლის 20 ნოემბერი, 15:00 საათი.

I. აღწერილობითი ნაწილი

- საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის (შემდგომში „კომისია“) აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის (N25-10-2448; 17.11.2025) საფუძველზე, „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების“ 36-ე მუხლის მე-14 პუნქტის შესაბამისად, კომისიაში დაიწყო ადმინისტრაციული წარმოება შპს „ტელეიმედის“ მიერ კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის საკითხთან დაკავშირებით.
- მოხსენებითი ბარათიდან და მასზე თანდართული დოკუმენტაციიდან ირკვევა, რომ კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის პერიოდული მონიტორინგისას მაუწყებლის ეთერში განთავსებული სარეკლამო კომუნიკაციების კანონით დადგენილ მოთხოვნებთან შესაბამისობის შემოწმების მიზნით (რეკლამა, პროდუქტის განთავსება, სპონსორობა, ტელეუპონგი) განხორციელდა შპს „ტელეიმედის“ მონიტორინგი.
- კომისიის წერილით (Nგ-25-04/2563; 28.10.2025) მაუწყებლისგან გამოთხოვილი იქნა ინფორმაცია: 2025 წლის 08 ოქტომბერს 08:17 სთ, შპს „ტელეიმედის“ ეთერში გადაცემა „იმედის დილაში“ განთავსებულ „სკაპის“, „ფსილო მუცილის“, „ინდიგო ქარსის“ და „სანდომის“ შესახებ ინფორმაციები, ასევე, 09 ოქტომბერს 08:42 სთ, გადაცემა „იმედის დილაში“ განთავსებული ინფორმაცია „ორბი მილენიუმის“ შესახებ - რა სტატუსით იქნა განთავსებული შპს „ტელეიმედის“ ეთერში, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მათში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და არსებობის შემთხვევაში კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა;

4. კომისიის წერილის პასუხად, შპს „ტელიმედმა“ წერილობით განმარტა (Nშ-25-6/4532; 31.10.2025), რომ ყველა შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა პროდუქტის განთავსებას.
5. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათის (N25-10-2448; 17.11.2025) მიხედვით, შპს „ტელიმედის“ ეთერში განთავსებულ პროგრამებში პროდუქტის განთავსება ისე მოხდა, რომ მან გავლენა მოახდინა პროგრამის შინაარსზე და პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, გავრცელდა ინფორმაცია აქციების და ხელმისაწვდომობის შესახებ, გარდა ამისა პროგრამის წამყვანები და სტუმრები საუბრობდნენ პროდუქტზე პოზიტიურ კონტექსტში, პოზიტიურ თვისებებსა და სარგებლობაზე გაკეთდა მითითებები. არაერთხელ მოხდა ბრენდის/პროდუქციის ხსენება და ჩვენება, ასევე არ მიეწოდა მომხმარებელს ინფორმაცია პროგრამაში პროდუქტის განთავსებაზე, ამასთან, რიგ შემთხვევებში რეკლამა არ იყო იდენტიფიცირებული და მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან.
6. შპს „ტელიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საკითხის განსახილველად კომისიის სხდომა დაინიშნა 2025 წლის 20 ნოემბერს, რის შესახებაც, კომპანიას გაეგზავნა წერილობითი შეტყობინება. კომისიის შეტყობინებით შპს „ტელიმედს“ 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.
7. კომისიის 2025 წლის 20 ნოემბრის სხდომაზე გამოცხადდა შპს „ტელიმედის“ წარმომადგენელი ა. ვაზაგაშვილი, რომელმაც აღიარა სამართალდარღვევა.

II. მარეგულირებელი კანონმდებლობა

8. „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;
9. „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;
10. „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;

11. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „ძ“ ქვეპუნქტის თანახმად, აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია – გამოსახულება, ხმით ან ხმის გარეშე, რომელიც გამოიზრუნა 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, ტელემოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement). აუდიოვიზუალური სარეკლამო კომუნიკაცია მოიცავს აგრეთვე რადიომაუწყებლობის ეთერში განთავსებულ კომერციულ რეკლამას, ტელემოპინგს, სპონსორობასა და პროგრამაში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსებას (Product Placement);
12. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-2 მუხლის „კ¹⁷“ 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;
13. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, რეკლამა და ტელემოპინგი იდენტიფიცირებული და პროგრამისგან მკაფიოდ გამიჯნული უნდა იყოს. რეკლამა და ტელემოპინგი მკაფიოდ უნდა იყოს გამოყოფილი სხვა ნაწილებისგან ოპტიკური, ხმოვანი ან/და სივრცითი ნაწილებით;
14. „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.
15. „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.
16. „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.

17. „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. ამავე მუხლის მე-3 პუნქტის თანახმად, კომისია ვალდებულია მედიამომსახურების მიმწოდებლებს დააკისროს ჯარიმა, თუ მათ ამ მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ გაფრთხილებაში მითითებულ ვადაში არ აღმოფხვრეს გაფრთხილებაში აღნიშნული დარღვევა ან არ შეასრულეს კომისიის გადაწყვეტილება, აგრეთვე თუ მათ აღნიშნული გაფრთხილების მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინეს ახალი დარღვევა.
18. „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 72-ე მუხლის მეორე პუნქტის თანახმად, მედიამომსახურების ან ვიდეოგაზიარების პლატფორმის მომსახურების მიმწოდებლის დაჯარიმების შემდეგ მის მიერ დენადი ხასიათის დარღვევის გაგრძელების ან/და დაჯარიმებიდან 1 წლის განმავლობაში ახალი ერთჯერადი ხასიათის დარღვევის ჩადენის შემთხვევაში კომისია უფლებამოსილია დამრღვევს დააკისროს ჯარიმა არაუმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 1%-ისა, მაგრამ არანაკლებ 5 000 ლარისა, ან დაიწყოს საჯარო ადმინისტრაციული წარმოება ლიცენზიის მოქმედების შესაჩერებლად/ავტორიზაციის შესაჩერებლად.
19. „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის საქმიანობის მარეგულირებელი წესების დამტკიცების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2003 წლის 27 ივნისის N1 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 განმხორციელებელი 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

20. კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-2448; 17.11.2025);
21. კომისიის წერილი (Nგ-25-04/2563; 28.10.2025) შპს „ტელეიმედს“;
22. შპს „ტელეიმედის“ წერილი (Nშ-25-6/4532; 31.10.2025) კომისიას;
23. კომისიის ადმინისტრაციის სამსახურებრივი ბარათი (N25-10-2503; 19.11.2025)
24. მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან და კომისიის ავტორიზებულ პირთა უწყებრივი რეესტრიდან შპს „ტელეიმედის“ შესახებ მონაცემები;
25. შპს „ტელეიმედის“ წარმომადგენლის ა. ვაზაგაშვილის ახსნა-განმარტება მიცემული კომისიის 2025 წლის 20 ნოემბრის კომისიის სხდომაზე.

2. დადგენილი ფაქტობრივი გარემოებები

26. შპს „ტელეიმედი“ მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირია.

მტკიცებულება: ამონაწერი კომისიის უწყებრივი შპს „ტელეიმედის“ შესახებ.

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

ა) მიმდინარე წლის 08 ოქტომბერს 08:17 სთ-ზე გადაცემაში „იმედის დილა“ წამყვანმა ეთერში განაცხადა: „ახლა მაყურებელს შევახსენოთ „სკაპის“ ბიზნეს და აგრო სესხი, როცა თანხა სწრაფი და მარტივი პროცედურებით გჭირდება „სკაპში“ თქვენი ბიზნეს და აგრო საქმიანობისთვის დაფინანსებას ერთ დღეში მიიღებთ, 2 300 300-ია ტელეფონის ნომერი“ - გაჟღერდა ინფორმაცია ხელმისაწვდომობის შესახებ, წამყვანის მიერ მითითებული იქნა კომპანიის ტელეფონის ნომერი.

ბ) იმავე გადაცემაში, ასევე 08:17 სთ-ზე წამყვანი ეთერში აჟღერებს „ფსილო მუცილის“ და „ფსილო მუცილ აქტივის“ შესახებ ინფორმაციას: „ფსილო „ ფსილო მუცილ აქტივს“ ჩვენი მაყურებელი უკვე კარგად იცნობს, როგორც ყაზოზობის სამკურნალო, ასევე, 100% ნატურალური უჯრედისი, რომელიც მხოლოდ ბუნებრივი, ფიზიოლოგიური მექანიზმით აღადგენს კუჭნაწლავის სისტემის ჯანსაღ ფუნქციონირებას, დამატებითი სარგებლის სახით გამოდევნის ორგანიზმიდან ტოქსიკურ ნარჩენებს, აღადგენს ნაწლავის მიკროფლორას, არეგულირებს შაქრისა და ქოლესტერინის დონეს სისხლში, ახანგრძლივებს დანაყრების შეგრძნებას და ხელს უწყობს წონის კორექციას, „ფსილო მუცილი“ და „ფსილო მუცილ აქტივი“ გამოიყენება მოზრდილებსა და 12 წელზე მეტი ასაკის ბავშვებში, დამატებითი ინფორმაციისთვის დაუკავშირდით ფარმაცევტულ კომპანია აი პი ჯგუფს 598 590 105 ან ეწვიეთ კომპანიის სოციალურ ვებ გვერდს“ - გაჟღერდა ინფორმაცია ხელმისაწვდომობის შესახებ წამყვანის მიერ მითითებული იქნა კომპანიის ტელეფონის ნომერი.

გ) იმავე გადაცემაში 08:18 სთ-ზე წამყვანი მაყურებელს აწვდის ინფორმაციას „ინდიგო ქარსის“ შესახებ - „მე არ ვიცი ბენ აფლეკმა რა გზით იყიდა მანქანა, მაგრამ თქვენ რა გზით შეგიძლიათ

გეტყვი, ინდიგო ქარს აგრძელებს მომხმარებლებისთვის ექსკლუზიური პირობების შეთავაზებას, თუ ხარ ავტო დილერი კომპანიაში დაგხვდება ხელმისაწვდომი ტრანსპორტირების ტარიფი, სწრაფი ჩატვირთვები, 1000-ზე მეტი საბუთის უფასოდ მომზადება, პირადი მენეჯერის მუდმივი მხარდაჭერა, ამასთან ავტომობილის ჩამოყვანა შესაძლებელია კომპანიის სახელზე, ამ და კიდევ სხვა მრავალი უპირატესობის სარგებლობის შემთხვევაში და დაინტერესებების შემთხვევაში დეტალური ინფორმაციისთვის აუცილებლად დარეკეთ ნომერზე 2 50 20 02 ან მიწერეთ სოციალურ ქსელებში“- გავრცელდა ინფორმაცია ხელმისაწვდომობის შესახებ.

დ) იმავე გადაცემაში 08:19 სთ-ზე წამყვანმა მაყურებელს გააცნო ინფორმაცია კომპანია „სანდომის“ შესახებ - „აქვე ჩვენს მაყურებელს შევახსენებთ, რომ ჩვენს სტუდიაში სანდომის ვაფლია წარმოდგენილი, რომელიც დამზადებულია საქართველოში ევროპული ხაზის დანადგარებით და ტექნოლოგიით სხვა რეკლამა ვნახოთ სარეკლამო ჭრაში, რეკლამა მალე გაივლის, ვახო გაფრინდაშვილთან ერთად დაგიბრუნდებით“

ე) მიმდინარე წლის 09 ოქტომბერს 08:42 სთ. გადაცემაში „იმედის დილის“ წამყვანი მაყურებელს აცნობს ინფორმაციას კომპანია „ორბი მილენიუმი“ შესახებ - „ორბი მილენიუმი, რომლის გარშემოც არ წყდება ვნებათა ღელვა და მუდმივად ყურადღების ეპიცენტრშია, იმიტომ, რომ შოკ აქცია გრძელდება 18 750 დოლარად და ორბის აი ამ პროექტზე ნამდვილად არ წყდება ორბის ოფისებში რიგები, არამხოლოდ რიგები, არც ზარები, არც წერილები, მოკლედ ყველა ცდილობს, რომ რაზეც მიუწვდება ხელი ყველა იმ ფორმით მიმართოს კომპანიას და მოკლედ, როგორ უმკლავდება კომპანია ამ რიგებს და ამ ზღვა ხალხს იმისთვის, რომ დააკმაყოფილოს მოთხოვნა ორბის გენერალურ დირექტორთან ირაკლი კვერელიძესთან ვისაუბრებთ, რომელიც უკვე შემოგვიერთდა და ერთად გავიხსენებთ თუ რით არის „ორბი მილენიუმი“ გამორჩეული, რას სთავაზობს ის მომხმარებლებს, როგორც ვიცი ეს არის პროექტი რომლის მიმართაც ყოველდღიურად ძალიან დიდი ინტერესი არის რაც დასტურია იმისა, რომ დაამატეთ კიდევ ბინები რადგან შეზღუდული რაოდენობის იყო და შაბათ-კვირის ჩათვლითაც მუშაობთ“. ამის შემდეგ სტუდიიდან მაყურებელს ინფორმაციას აწვდის კომპანია ორბის გენერალური დირექტორი, რომელიც საუბრობს პროექტის გამორჩეულობაზე, მის საუკეთესო ლოკაციაზე, ასევე საზღვარგარეთ მაცხოვრებლებს სთავაზობს ხელშეკრულების დადებას და ასევე, ონლაინ გადახდის შესაძლებლობას. ვრცელდება ინფორმაცია აქციების, ფასებისა და ფასდაკლებების შესახებ. ასევე, აღსანიშნავია, რომ გადაცემის წამყვანის და მოწვეული სტუმრის მიერ წარმოთქმული სიტყვის პარალელურად ეთერში გადის „ორბის“ სარეკლამო ვიდეო რგოლები, ბინის ფასების მითითებით. რომელიც არ არის იდენტიფიცირებული, როგორც რეკლამა და არ არის მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან. გავრცელდა ინფორმაცია აქციების და ხელმისაწვდომობის შესახებ - „შოკ აქცია გრძელდება 18 750 დოლარად“. არაერთხელ მოხდა ბრენდის/პროდუქციის ხსენება და ჩვენება. აღსანიშნავია, რომ ზემოაღნიშნული სიუჟეტების ეთერში განთავსებისას არ მოხდა შესაბამისი სარეკლამო კომუნიკაციის შემცველი წარწერის ამონათება. შესაბამისად, არ მოხდა მაყურებლის ინფორმირება, თუ რა სახის კომერციულ კომუნიკაციას ეცნობა იგი.

მტკიცებულება: კომისიის აპარატის მედიამომსახურებების რეგულირების დეპარტამენტის მოხსენებითი ბარათი (N25-10-2448; 17.11.2025) თანდართული დოკუმენტაციით; განთავსებული სიუჟეტების/ინფორმაციის ამსახველი ვიდეო მასალა.

28. კომისიის წერილით მაუწყებლისგან გამოთხოვილ იქნა ინფორმაცია, თუ რა სტატუსით განთავსდა წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფში მითითებული პროგრამები, კომერციული კომუნიკაციის რომელი სახე იყო მათში გამოყენებული (რეკლამა, სპონსორობა, პროდუქტის განთავსება) და კომპანიას ეთხოვა შესაბამისი ხელშეკრულების წარმოდგენა

(ასეთის არსებობის შემთხვევაში); კომისიის წერილის პასუხად, შპს „ტელეიმედმა“ კომისიას წერილობით განუმარტა, რომ კომისიის მიერ მითითებულ გადაცემებში გამოყენებული იყო პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება.

მტკიცებულება: კომისიის წერილი №გ-25-04/2563; 28.10.2025, შპს „ტელეიმედის“ წერილი კომისიას №მ-25-6/4532; 31.10.2025.

29. შპს „ტელეიმედს“ კომისიის 2025 წლის 8 მაისის №გ-25-18/220 გადაწყვეტილებით დაეკისრა წერილობითი გაფრთხილება მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის.

მტკიცებულება: „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2025 წლის 8 მაისის №გ-25-18/220 გადაწყვეტილება.

30. შპს „ტელეიმედს“ კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის №გ-25-18/376 გადაწყვეტილებით დაეკისრა ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით, მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის.

მტკიცებულება: „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2025 წლის 10 ივლისის №გ-25-18/376 გადაწყვეტილება.

3. სამართლებრივი შეფასება

31. 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 სტატეგების 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).

32. „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.
33. 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).
34. 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 შექმნისკენ პირდაპირ მოწოდებას; მან პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა არ მიანიჭოს.
35. პროდუქტის შექმნისკენ მოწოდებად, პროდუქტებისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებას 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).

36. 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“).
37. შპს „ტელეიმედი“, 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 – 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.
38. კომისიის მიერ დადგინდა, რომ შპს „ტელეიმედის“ ეთერში 08 ოქტომბერს 08:17, 08:18, 08:19 სთ. გადაცემა „იმედის დილაში“ 9 ოქტომბერს 08:42 სთ-ზე გადაცემა „იმედის დილაში“, განხორციელდა პროდუქტის განთავსება შესაბამისი ანაზღაურების სანაცვლოდ. ამრიგად, მაუწყებელი ვალდებული იყო დაეცვა „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონით დადგენილი მოთხოვნები პროგრამაში პროდუქტის განთავსებასთან დაკავშირებით.
39. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში ზემოაღნიშნული პროდუქტის განთავსება ყველა შემთხვევაში განხორციელდა იმგვარად, რომ პროგრამის შინაარსი მორგებული იყო საფასურის სანაცვლოდ განთავსებულ პროდუქტზე, წამყვანები, სიუჟეტში მონაწილე პირები, მოწვეული სტუმრები საუბრობდნენ განთავსებული პროდუქტის მახასიათებლებზე, წარმოაჩენდნენ პროდუქტის დადებით თვისებებს. პროგრამის იმ ნაწილს, რომელშიც მოხდა პროდუქტის განთავსება, სხვა შინაარსი, გარდა განთავსებული პროდუქტის პოპულარიზაციისა, არ ჰქონია. ამრიგად, დასტურდება „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის დარღვევა.
40. წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფში მითითებულ ყველა პროგრამაში განთავსებულ პროდუქტს გადაჭარბებული მნიშვნელობა მიენიჭა, 27-ე პარაგრაფში

მითითებულია ფრაზები, რომლებიც პროდუქტისთვის გადაჭარბებული მნიშვნელობის მინიჭებას ემსახურება, გაკეთებულია განცხადებები პროდუქტების ხელმისაწვდომობაზე, მითითებულია ტელეფონის ნომრები, ვებგვერდები და ა.შ. ამდენად, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტის მოთხოვნა.

41. შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულ პროგრამებში პროდუქტის (საქონლის/მომსახურების) განთავსება მკაფიოდ იდენტიფიცირებული არ ყოფილა. პროგრამის დასაწყისში და დასასრულს, აგრეთვე ყოველი სარეკლამო ან სხვა სახის წყვეტის შემდეგ არ ყოფილა მითითებული ნათლად პროდუქტის განთავსების შესახებ, ამდენად, მაუწყებლის მიერ, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 69¹ მუხლის მე-4 პუნქტი.
42. წინამდებარე გადაწყვეტილების 27-ე პარაგრაფის ე) ქვეპუნქტში მითითებულ შემთხვევაში გადაცემის წამყვანის და მოწვეული სტუმრის მიერ წარმოთქმული სიტყვის პარალელურად ეთერში გადიოდა „ორბის“ სარეკლამო ვიდეო რგოლები, ბინის ფასების მითითებით, რომელიც არ იყო იდენტიფიცირებული, როგორც რეკლამა და არ იყო მკაფიოდ გამიჯნული პროგრამისგან. ამდენად, მაუწყებლის მიერ, დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტი.
43. ვინაიდან, შპს „ტელეიმედის“ ეთერში განთავსებულ პროდუქტს ენიჭება გადაჭარბებული მნიშვნელობა, პროდუქტის განთავსება გავლენას ახდენს პროგრამის შინაარსზე, მათ შორის, სარედაქციო დამოუკიდებლობაზე, ამასთან, ზემოაღნიშნულ არცერთ პროგრამაში პროდუქტის განთავსების თაობაზე არ მიეწოდა ინფორმაცია მომხმარებელს, ხოლო ერთ შემთხვევაში სიუჟეტში, ყოველგვარი იდენტიფიცირებისა და გამიჯვნის გარეშე განთავსდა რეკლამა, შპს „ტელეიმედის“ მიერ დარღვეულია „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტი, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტები და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტი, რაც მისთვის ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების საფუძველია.
44. ვინაიდან, კომისიას გააჩნია დისკრეციული უფლებამოსილება სამართალდამრღვევისთვის დასაკისრებელი ჯარიმის ოდენობის განსაზღვრასთან დაკავშირებით. საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის მე-6 მუხლის პირველი ნაწილის თანახმად, თუ ადმინისტრაციულ ორგანოს რომელიმე საკითხის გადასაწყვეტად მინიჭებული აქვს დისკრეციული უფლებამოსილება, იგი ვალდებულია ეს უფლებამოსილება განახორციელოს კანონით დადგენილ ფარგლებში. ამასთანავე, ამავე კოდექსის მე-7 მუხლის თანახმად, დისკრეციული უფლებამოსილების განხორციელებისას დაცული უნდა იქნას საჯარო და კერძო ინტერესების ბალანსი. საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსის 33-ე მუხლის თანახმად, სახდელის დადებისას მხედველობაში მიიღება ჩადენილი სამართალდარღვევის ხასიათი, დამრღვევის პიროვნება, მისი ბრალის ხარისხი, ქონებრივი მდგომარეობა, პასუხისმგებლობის შემამსუბუქებელი და დამამძიმებელი გარემოებანი. აღნიშნულიდან გამომდინარე, დარღვევის სპეციფიკისა და სამართალდამრღვევის წლიური შემოსავლის გათვალისწინებით, კომისიას მიზანშეწონილად მიაჩნია, შპს „ტელეიმედის“ მიმართ გამოყენებული იქნეს ჯარიმა 20 000 ლარის ოდენობით.

4. პასუხისმგებლობა და ვალდებულებები

45. გამომდინარე იქიდან, რომ „შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე“ კომისიის 2025 წლის 8 მაისის Nგ-25-18/220 გადაწყვეტილებით შპს „ტელეიმედის“ დაკისრებული აქვს წერილობითი გაფრთხილება, ხოლო კომისიის 2025 წლის 10

ივლისის №25-18/376 გადაწყვეტილებით მაუწყებელს დაეკისრა ჯარიმა 2500 ლარის ოდენობით, მსგავსი/ანალოგიური დარღვევისათვის, ჯარიმის მიღებიდან 1 წლის განმავლობაში ჩაიდინა მსგავსი/ანალოგიური დარღვევა, კომპანიას „მაუწყებლობის შესახებ“ 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევისათვის „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 71-ე მუხლის პირველი პუნქტის, და 72-ე მუხლის მეორე პუნქტის შესაბამისად, უნდა დაეკისროს ჯარიმა არაუმეტეს მისი წლიური შემოსავლის 1%-ის ოდენობით, მაგრამ არანაკლებ 5000 ლარისა.

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 „მ“ და „პ“¹⁷ ქვეპუნქტების, მე-3 მუხლის პირველი პუნქტის, მე-5 მუხლის მე-3 პუნქტის „ვ“ ქვეპუნქტის, 45¹ მუხლის მე-12 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის, 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და მე-4 პუნქტის, 70-ე მუხლის პირველი პუნქტის, 72-ე მუხლის მე-2 პუნქტის საფუძველზე, კომისიამ, კენჭისყრის შედეგად, ერთხმად,

გ ა დ ა წ ყ ვ ი ტ ა :

1. შპს „ტელეიმედს“ დაეკისროს ჯარიმა 20 000 ლარის ოდენობით „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონის 63-ე მუხლის მე-4 პუნქტის, 69¹ მუხლის მე-3 პუნქტის „ა“ და „გ“ ქვეპუნქტებისა და ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის დარღვევის გამო;
2. შპს „ტელეიმედმა“ უზრუნველყოს:
 - ა) წინამდებარე გადაწყვეტილების სარეზოლუციო ნაწილის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული ჯარიმის გადახდა ამ გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარებიდან 30 სამუშაო დღის ვადაში, საქართველოს ცენტრალურ სახელმწიფო ბიუჯეტში შემდეგი რეკვიზიტების მიხედვით: ხაზინის ერთიანი ანგარიში, ანგარიშის ნომერი - 200122900; ბანკი-სახელმწიფო ხაზინა; კოდი - TRESGE22; სახაზინო კოდი - 302003251;
 - ბ) ჯარიმის გადახდის დამადასტურებელი საბუთის კომისიაში წარმოდგენა, გადახდიდან 3 სამუშაო დღის ვადაში;
3. გადაწყვეტილება ძალაში შედის კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნებისთანავე;
4. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი, №64) შპს „ტელეიმედისთვის“ გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში;
5. დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი) გადაწყვეტილების ან მისი დამოწმებული ასლის შპს „ტელეიმედისთვის“ გაგზავნა და კომისიის ოფიციალურ ვებგვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
6. დაევალოს კომისიის აპარატის იურიდიულ დეპარტამენტს (თ. ხუხუნაიშვილი) შპს „ტელეიმედისთვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე ინფორმაციის კომისიის შესაბამის უწყებრივ რეესტრში შეტანის უზრუნველყოფა;

7. კონტროლი გადაწყვეტილების (გარდა სარეზოლუციო ნაწილის მე-6 პუნქტისა) შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ადმინისტრაციას (ბ. გასვიანი);

ვახტანგ აბაშიძე

თავმჯდომარე - მ.შ.

ნათია კუკულაძე

წევრი

ივანე მახარაძე

წევრი

