



USAID
აშშ-ის საგარეო სახმელეთო
დახმარების აგენტი



მომხმარებელთა უფლებების დაცვის გაძლიერება ელექტრონულ კომერციაში

პოლიტიკის დოკუმენტი

ავტორი: თამარ ჩანტლაძე

2024

წინამდებარე პუბლიკაცია მომზადდა ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) ფინანსური მხარდაჭერით, პროექტ „საჯარო პოლიტიკის საპილოტე ინიციატივები ახალგაზრდების ჩართულობისა და მენტორობის გაძლიერებისათვის“ ფარგლებში, რომელსაც ახორციელებს სტრატეგიისა და განვითარების ცენტრი (CSD). მოცემული პუბლიკაციის შინაარსი წარმოადგენს მხოლოდ ავტორების პასუხისმგებლობას და შესაძლოა არ გამოხატავდეს USAID-ის, ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის და CSD-ის შეხედულებებს.

შინაარსი

შესავალი	3
მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი ჩარჩო	4
ამოცანა 1.1	6
ამოცანა 1.2. ელექტრონულ კომერციაში ჩართული მხარეების ცნობიერების ამაღლება	7
ამოცანა 1.3 უსამართლო კომერციულის საქმიანობის რისკის შემცირება ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დასაცავად	10
ამოცანა 1.4 ელექტრონული კომერციის აღსრულების მექანიზმების დახვეწა	12
დანართი :1	14

შესავალი

წინამდებარე დოკუმენტი ადგენს ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებელთა დაცვის პოლიტიკის მიზნებსა და ამოცანებს. ეხება ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის რეგულირებისა და აღსრულების ამჟამინდელ მდგომარეობას, მიმოიხილავს სფეროში არსებულ გამოწვევებს, და განსაზღვრავს აუცილებელ ზომებს ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მისაღწევად.

2014 წლის 27 ივნისს საქართველომ ხელი მოაწერა ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებას¹ (შემდგომში - ასოცირების შეთანხმება), რომელიც სრულად ამოქმედდა 2016 წლის პირველი ივლისიდან. ასოცირების შესახებ შეთანხმება, სხვა სფეროებთან ერთად, სამომხმარებლო სფეროშიც ადგენს ეროვნული კანონმდებლობის ევროპის კავშირის შესაბამის კანონმდებლობასთან ეტაპობრივად დაახლოების ვალდებულებას. ასოცირების შეთანხმების 29-ე დანართი სამომხმარებლო სფეროს ეხება. მასში ჩამოთვლილია ამ სფეროს მომწესრიგებელი დირექტივები და რეგულაციები, თითოეულ მათგანთან ეროვნული კანონმდებლობის დაახლოების ვადები. შესაბამისად, შეთანხმებით ნაკისრი ვალდებულების ფარგლებში, კანონმდებელმა მომხმარებლის დაცვის მაღალი გარანტიის შესაქმნელად მარეგულირებელი კანონმდებლობა დააფუძნა სფეროს მარეგულირებელ ევროპის კავშირის საკანონმდებლო აქტებზე. შეთანხმების 345-ე მუხლის თანახმად, „მხარეები ითანამშრომლებენ, რათა უზრუნველყონ მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე და მიაღწიონ თავსებადობას მომხმარებელთა დაცვის თავიანთ სისტემებს შორის“.

მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით, 2020 წლის 13 ნოემბერს ევროპის კომისიამ მიიღო ახალი დღის წესრიგი,² ევროპის კავშირის სამომხმარებლო პოლიტიკის განახლებული საერთო სტრატეგიული ჩარჩო. ახალი სამომხმარებლო დღის წესრიგი (შემდგომში - დღის წესრიგი) - „მომხმარებელთა მედეგობის გაძლიერება მდგრადი აღდგენისთვის“, წარმოადგენს ევროპის კავშირის სამომხმარებლო პოლიტიკის 2020-2025 წლების განახლებულ ხედვას. დღის წესრიგით ერთ-ერთ პრიორიტეტულ სფეროებად განსაზღვრულია:

- 1. ციფრული ტრანსფორმაცია:** მომხმარებელთათვის უფრო უსაფრთხო ციფრული სივრცის შექმნა, სადაც მათი უფლებები იქნება დაცული და ისინი უზრუნველყოფილნი იქნებიან თანაბარი შესაძლებლობებით, რათა ინოვაციების საშუალებით ყველამ მიიღოს უფრო ახალი და უკეთესი სერვისი.
- 2. ეფექტიანი აღსრულება:** დღის წესრიგის ეს პრიორიტეტი ორიენტირებულია მომხმარებლის უფლებებზე, რომელიც დაკავშირებულია ახალი კორონა ვირუსის (COVID-19) ზეგავლენის შედეგებთან ბრძოლაზე, შეცდომაში შემყვან გარემოსდაცვით სარჩელებთან („მწვანე სარჩელები“) და არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან გამკლავებასთან. მიუხედავად იმისა, რომ მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, უპ-

¹ 2014 წლის 27 ივნისს ხელი მოეწერა „ერთის მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებას“, რომელიც რატიფიცირებული იქნა საქართველოს პარლამენტის მიერ 2014 წლის 18 ივლისს. შეთანხმება ძალაშია 2016 წლის 1-ელი ივლისიდან. შეთანხმების ტექსტი ხელმისაწვდომია: <https://matsne.gov.ge/document/view/2496959?publication=4>

² COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL, *New Consumer Agenda Strengthening consumer resilience for sustainable recovery*, COM/2020/696, *nb*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0696&qid=1605887353618>

-ირველეს ყოვლისა, ეროვნული ხელისუფლების პასუხისმგებლობაა, ევროპის კავშირს გააჩნია მნიშვნელოვანი მაკოორდინირებელი და დამხმარე როლი, მომხმარებელთა დაცვის თანამშრომლობის რეგულაციის შესაბამისად.

დოკუმენტი შედგება შესავლისგან აღწერს ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებლის უფლებების დაცვის არსებულ მდგომარეობას და განსაზღვრავს პრიორიტეტულ მიმართულებებს, საჭიროებას და განხორციელების გზებს.

მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი ჩარჩო

„ელექტრონულ კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის განხილვამდე მნიშვნელოვანია მოკლედ იქნას მიმოხილული მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლებრივი რეგულირების ისტორია საქართველოში. 1996 წლის 20 მარტს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, აღნიშნული სამართლებრივი აქტი ძალადაკარგულად გამოცხადდა 2012 წლის 8 მაისს.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოსა და ევროკავშირს შორის გაფორმებული „ერთი მხრივ, საქართველოსა და მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით“, საქართველოს მიერ შესასრულებელ ერთ-ერთ ვალდებულებას წარმოადგენდა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სისტემის ევროპის კავშირის მოდელთან დაახლოება, რაც თავისთავად გულისხმობს ამ სფეროში ქართული კანონმდებლობის ევროპის კავშირის საკანონმდებლო აქტებთან დაახლოებას. ევროპულ მოდელთან დაახლოებაზე საუბრისას, გასათვალისწინებელია, რომ კანონმდებლობათა მისადაგების ამ ფორმას არ უნდა ჰქონდეს მხოლოდ ფორმალური შინაარსი და უმთავრესი მიზანი ქმედითი და მყარი საკანონმდებლო ბაზის შექმნა უნდა იყოს.

ასოცირების შეთანხმების 29-ე დანართი სამომხმარებლო სფეროს ეხება. მასში ჩამოთვლილია ამ სფეროს მომწესრიგებელი დირექტივები და რეგულაციები, თითოეულ მათგანთან ეროვნული კანონმდებლობის დაახლოების ვადები. შესაბამისად, შეთანხმებით ნაკისრი ვალდებულების ფარგლებში, კანონმდებელმომხმარებლის დაცვის მაღალი გარანტიის შესაქმნელად კანონი დააფუძნა სფეროს მარეგულირებელ ევროპის კავშირის საკანონმდებლო აქტებს და 2022 წლის 29 მარტს, საქართველოს პარლამენტმა მიიღო „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი,⁴ რომელიც ძალაში შევიდა 2022 წლის 1 ივნისს.

³ რეგულირების ზეგავლენის შეფასება საქართველოს კანონპროექტზე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ 2019, თავი 6, 130.

⁴ საქართველოს კანონი „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 29/03/2022.

კანონის მიღების აუცილებლობა საბუთდება იმ გარემოებით რომ საქართველოს კანონმდებლობით მის მიღებამდე არ წესრიგდებოდა საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურების (ელექტრონული კომერციის) პროცესი. ამასთან ევროკავშირთან დრმა დაყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმებით შუალედური მომსახურების მიმწოდებლების (ISP) დეფინიციის, მათიუფლებებისა და ვალდებულებების საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრის შესახებ აღებული ვალდებულებით. გარდა საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურების მიწოდების პროცესის სამართლებრივი რეგულირებისა, მნიშვნელოვანია პროცესის მონაწილე მხარეთ უფლებებისა და ვალდებულებების განსაზღვრა, მათ შორის მომსახურების მიმღებთა უფლებების დაცვის მიმართულებით გადადგმული ქმედითი ნაბიჯებმა ელექტრონული სერვისების გამოყენების მნიშვნელობა და სარგებელი გაზარდოს, რაც გაზრდის ელექტრონული კომერციის სერვისებს და ასევე ხელს შეუწყობს ელექტრონული კომერციული პლატფორმებისადმი ნდობის ამაღლებას.

გამომდინარე იქიდან რომ კანონი ადგენს სამომხმარებლო ურთიერთობის მხარეების- მომხმარებლისა და მოვაჭრის შორის ურთიერთობის წესებს და პირობებს, აუცილებელია ელექტრონულ კომერციაშიც დაცული იქნას მომხმარებლის უფლებების დაცვის სტანდარტი. ელექტრონული კომერციის გზით გაყიდვები ყოველწლიურად მზარდია. ელექტრონული კომერციას გარდა იმისა რომ ავითარებს ონლაინ ბიზნესს და ვაჭრობას, მნიშვნელოვანი ეფექტი აქვს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე. შესაბამისად, დოკუმენტის შექმნის საჭიროება განპირობებულია ელექტრონული კომერციის შესახებ კანონის აღსრულების პროცესში მომხმარებლის უფლებების დაცვასთან დაკავშირებული რისკების გამოკვეთით და შემდგომ ეფექტიანი აღსრულების მექანიზმის შემუშავების დანერგვის მიზნით.

ამასთან, გასათვალისწინებელია, ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სტანდარტის გაუმჯობესებაზე საუბრისას ყურადღების მიღმა არ დარჩეს ბიზნეს სექტორის ინტერესები კომერციული საქმიანობის თავისუფალ განხორციელებასთან დაკავშირებით. საჭიროა მხარეთა შორის ურთიერთობის იმგვარი სამართლებრივი მოწესრიგება, რომ პროცესის განხორციელებისას ორივე მხარის ინტერესები დაცული იქნას.⁵ მნიშვნელოვანია ერთგვარი ბალანსი ორ მთავარ მიზანს შორის: მოხმარებელთა უფლებების დაცვის მაქსიმალური სტანდარტის შენარჩუნება და ასევე ბაზარზე არსებული კომერციული საქმიანობის გამწევ პირთა შორის კონკურენციის შენარჩუნება.⁶

ჩარჩო

დოკუმენტი მიზნად ისახავს ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა დაცვის კანონმდებლობის აღსრულების მექანიზმების ევროპის კავშირის სტანდარტებთან თავსებადობის მიღწევას.

მიზანი

ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართლებრივი ჩარჩოს დახვეწა ამ მიზნის მისაღწევად, სფეროს მარეგულირებელი შესაბამისი ეროვნული კანონმდებლობის ევროპის კავშირის კანონმდებლობასთან დაახლოების მიზნით, სასურველია განხორციელდეს შემდეგი ამოცანები:

⁵ Elizabeth Goldsmith¹ and Sue L.T. McGregor², *E-commerce: consumer protection issues and implications for research and education*, *J Consumer Studies & Home Economics*, 24, 2, June 2000, 125.

⁶ Caroline Cohen, *The Contract Law Principle of pacta sunt servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/8 3/EC-Author of article*, 13.

ამოცანა 1.1. ევროპის კავშირის შესაბამისი დირექტივების დებულებებთან დაახლოების მიზნით, „ელექტრონული კომერციის“ საქართველოს კანონის განახლება.

ეს ამოცანა დაკავშირებულია იმ ვალდებულებებთან, რომლებიც საქართველომ აიღო ასოცირების შეთანხმების შესაბამისად. ასოცირების შეთანხმება, სხვა საკითხებთან ერთად, განსაზღვრავს საქართველოს ვალდებულებას განახორციელოს მომხმარებლის დაცვის მიმართულებით ეროვნული კანონმდებლობის ეტაპობრივი დაახლოება ევროპის კავშირის კანონმდებლობასთან.

„საქონლის გაყიდვის კონტრაქტებთან დაკავშირებული გარკვეული ასპექტების შესახებ“ ევროპის პარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის (EU) 2019/771 დირექტივა, რომელიც არის ევროპის კავშირის 2017/2394 რეგულაციის და ევროპის საბჭოს 2009/22/EC დირექტივის შესწორება და აუქმებს 1999/44/EC დირექტივას. აღნიშნული დირექტივა ძალაში შევიდა 2022 წლის 1 იანვარს. 2019/771 დირექტივის მიზანია შიდა ბაზრის გამართული ფუნქციონირებისა და მომხმარებელთა მაღალი დონის დაცვის უზრუნველყოფა, რაც ხორციელდება გამყიდველსა და მომხმარებელს შორის დადებულ ნასყიდობის ხელშეკრულებაზე გარკვეული საერთო წესების დაწესებით. (დაემატა ციფრული შინაარსი)

წარმომადგენლობითი ქმედების შესახებ მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესების დაცვისა და 2009/22/EC ევროდირექტივის გაუქმების შესახებ ევროპის პარლამენტისა და საბჭოს 2020 წლის 25 ნოემბრის 2020/1828 დირექტივა, რომელიც ძალაში შევიდა 2020 წლის 24 დეკემბერს, ევროპის კავშირის წევრ ქვეყნებს ავალდებულებს, რომ მათ მიიღონ კანონი 2022 წლის 25 დეკემბრიდან და დაიწყონ მისი აღსრულება 2023 წლის 25 ივნისამდე პერიოდში. დირექტივა არის „ახალი შეთანხმება მომხმარებლებისთვის“ პაკეტის ნაწილი. დირექტივა ევროპის კავშირის წევრი სახელმწიფოების მიერ შექმნილ ორგანიზაციებს ან საჯარო დაწესებულებებს, ანიჭებს უფლებამოსილებას მომხმარებლების სახელით წარმომადგენლობის უფლებამოსილების საშუალებით მოითხოვონ მოვაჭრის კონკრეტული ქმედების აკრძალვა ან მიყენებული ზიანის ანაზღაურება (მათ შორის იმ ქმედებებისთვის, რომელიც შეიცავს საზღვრის კვეთის ელემენტს).

„ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის განმარტებით ბარათში კანონმდებლობის განხორციელებისთვის სფეროს მარეგულირებელ დირექტივასთან დაახლოების ვალდებულება განსაზღვრული არ არის, თუმცა ელექტრონული კომერციის ევროპული სტანდარტის შესაბამისად განხორციელებისთვის მნიშვნელოვანია, ელექტრონული კომერციის მომწესრიგებელი ქართული კანონმდებლობის ჰარმონიზაცია ევროპის კავშირის შესაბამის კანონმდებლობასთან.⁷

⁷ Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'), ასევე EU Digital Services Act (DSA).

2023 წლის 2 თებერვალს ევროპის კომისიამ გამოაქვეყნა ანალიტიკური ანგარიში საქართველოს კანონმდებლობის ევროპის კავშირის კანონმდებლობასთან შესაბამისობის შესახებ.⁸ ანგარიში შეიცავს საქართველოს მიერ მომხმარებელთა დაცვის კუთხით მიღწეული პროგრესის ანალიზს. ანგარიშის მიხედვით, მომხმარებელთა დაცვის შესახებ საქართველოს ეროვნული კანონმდებლობა ნაწილობრივ შეესაბამება ევროპის კავშირის კანონმდებლობას. ის არ შეესაბამება ევროპის კავშირის კანონმდებლობას მომხმარებელთა დაცვის წესების უკეთ აღსრულებისა და მოდერნიზაციის თვალსაზრისით, ან წარმომადგენლობითი ქმედებებით, ან ციფრული შინაარსის ან საქონლის გაყიდვის წესების კუთხით.

საკანონმდებლო აქტების ანალიზიდან ჩანს, რომ ელექტრონული კომერციაში მომხმარებლის დაცვის სფეროში საქართველოს უკვე გააჩნია საწყისი მომზადების დონე. თუმცა, ყურადღება უნდა გამახვილდეს ეროვნული კანონმდებლობის ევროპის კავშირის კანონმდებლობასთან სრულ შესაბამისობაზე და მისი სათანადო აღსრულების უზრუნველყოფაზე. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებლის უფლებების დაცვის მარეგულირებელი ნორმების ევროპის კავშირის შესაბამისი დირექტივების დებულებებთან დაახლოების გეგმის შემუშავება.

რეკომენდებულია მომხმარებელთა დაცვის არსებული კანონმდებლობის გადახედვა, რათა გამოვლინდეს პოტენციური ხარვეზები, სადაც მომხმარებელთა უფლებები არასაკმარისად არის დაცული. ასევე, მიზანშეწონილია საკანონმდებლო დონეზე დაზუსტდეს მომხმარებლის დაცვის სფეროში მოქმედი სხვადასხვა კანონის ურთიერთმიმართება, რაც ხაზს გაუსვამს მათ სპეციფიკურ კომპეტენციებს მომხმარებელთა დაცვის შესაბამის სფეროებში.

ამოცანა 1.2. ელექტრონულ კომერციაში ჩართული მხარეების ცნობიერების ამაღლება

დღესდღეობით დისტანციურად ვაჭრობის ახალ გამოწვევებზე რეაგირება აუცილებელია იმისათვის, რომ მომხმარებელთა დაცვა ეფექტიანი იყოს როგორც ადგილზე, ისე ონლაინ ვაჭრობის შემთხვევაში, რადგან ბოლო წლებში საქართველოში დისტანციურად საქონლის/მომსახურების შემსყიდველთა რაოდენობა მკვეთრად გაიზარდა.

დისტანციური გზით სამომხმარებლო ურთიერთობასთან დაკავშირებით არსებულ საკითხებზე მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლება, გარდა იმისა რომ მიზნად ისახავს მომხმარებელთა დაცვას, ასევე მიმართულია მხარეთა-მოვაჭრესა და მომხმარებელს შორის ქცევის კულტურის დახვეწისკენ და მხარეთა ეკონომიკური კეთილდღეობის უზრუნველყოფისკენ. ამასთან სავაჭრო სფეროს, ციფრული ინდუსტრიის სწრაფი განვითარებისა და სამომხმარებლო ბაზარზე მუდმივი ახალი გამოწვევების გათვალისწინებით სამომხმარებლო განათლება უწყვეტ

⁸ COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT on Analytical Report following the Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council and the Council Commission Opinion on Georgia's application for membership of the European Union. *nb*: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/system/files/2023-02/SWD_2023_31_Georgia.pdf.

პროცესად უნდა განვიხილოთ, რომელიც სფეროს განვითარების პარალელურად მუდმივ განახლებას საჭიროებს.⁹

ახალი კორონა ვირუსით (COVID-19) გამოწვეულმა პანდემიამ გააძლიერა საქართველოს ელექტრონული კომერციის ბაზარი, რადგან ფიზიკური გადაადგილების შეზღუდვამ წაახალისა ბევრი ადამიანი, პირველად შეეძინა საქონელი/ მომსახურება ონლაინ რეჟიმში და გაეზარდა ონლაინ შესყიდვების სიხშირე. შექმნილმა ვითარებამ, ქართული კომპანიები, ასევე, აიძულა გაეფართოებინათ დისტანციური შეთავაზებები. საკონსულტაციო კომპანია Galt & Taggart-ის შეფასებით, ადგილობრივი ელექტრონული ვაჭრობის ბაზარი 2020 წელს 3.2-ჯერ გაიზარდა და შეადგინა 137.9 მილიონი ლარი, მისი წილი მთლიანობაში (ადგილობრივი და საზღვრებს გარეთ) გაიზარდა 11%-დან (2018 წლის მაჩვენებელი) 23%-მდე (2020 წლის მაჩვენებელი).

მიუხედავად ზემოაღნიშნულისა, ელექტრონული ვაჭრობის წილი საქართველოში ძალიან დაბალია, იგი საცალო გაყიდვების 1.1%-ს შეადგენს, რაც ახლოსაც ვერ მიდის ევროპის კავშირის საშუალო, 12%-თან. ამასთან, ელექტრონული ვაჭრობის ჯამური წლიური ხარჯი ერთ მომხმარებელზე საქართველოში 2020 წელს 950 ლარს შეადგენდა და ის 3-ჯერ დაბალია ევროპულ საშუალო მაჩვენებელზე. თუმცა, ადგილობრივი საცალო ვაჭრობის დისტანციური (online) პლატფორმების განვითარება და მომხმარებლების მხრიდან ნდობის გაზრდა (მარტივი შესყიდვის პროცესი, სწრაფი მიწოდება, ფართო არჩევანი და უკეთესი ფასები, საჩივრების განხილვის მარტივი პროცედურები და მომხმარებელთა მაღალი დონის მომსახურება) აჩენს მომდევნო წლების განმავლობაში ადგილობრივი ელექტრონული ვაჭრობის წილის გაზრდის პერსპექტივას.

აღნიშნულის ხელის შეწყობის მიზნით, მომხმარებელთა დაცვის უწყებებმა მიზანშეწონილია გააძლიერონ მომხმარებელთა დაცვის ინსტრუმენტები და დააწესონ მაღალი პასუხისმგებლობა დისტანციური პლატფორმებისთვის და მუდმივად შეამოწმონ, თუ როგორ არის დაცული მომხმარებლისთვის (წინასახელშეკრულებო) ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნები.

ინფორმაციის მიღების უფლება არის მომხმარებლის ერთ-ერთი ფუნდამენტური უფლება. მომხმარებლის უფლებების დაცვის ერთ-ერთი მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი არის მისთვის საქონლის ან მომსახურების შესახებ გონივრული და დასაბუთებული ინფორმაციის მიწოდება. ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად სათანადო ინფორმაციაზე მომხმარებლის წვდომის უზრუნველყოფა, გაეროს მომხმარებლის დაცვის სახელმძღვანელოს მიხედვით, მიჩნეულია ერთ-ერთ ლეგიტიმურ საჭიროებად.¹¹ შესაბამისად, მნიშვნელოვანია რეგულირების იმგვარად დახვეწა, რომ ინფორმაციის წვდომაზე მომხმარებლის უფლების რეალიზაციისთვის სათანადო გარანტიები შეიქმნას და მოვაჭრეთა შესაბამისი ვალდებულებების მოწესრიგდეს. მოვაჭრის მხრიდან ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტის დაცვას ელექტრონულ კომერციაში განსაკუთრებით მნიშვნელობა აქვს მომხმარებელთა ინტერესების დაცვისთვის, ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევა. მომხმარებლის სრულყოფილი ინფორმირებულობის სტანდარტის დანერგვა მომხმარებლის

⁹ Elizabeth Goldsmith¹ and Sue L.T. McGregor², *E-commerce: consumer protection issues and implications for research and education*, *J Consumer Studies & Home Economics*, 24, 2, June 2000, 126.

¹⁰ *E-Commerce in Georgia*, Galt & Taggart, *ib.*, https://api.galtandtaggart.com/sites/default/files/2021-07/report/e-commerce-in-georgia_july-2021_eng.pdf.

¹¹ რეგულირების ზეგავლენის შეფასება საქართველოს კანონმდებელზე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, 2019, თავი 3, 56.

მომხმარებლის სრულყოფილი ინფორმირებულობის სტანდარტის დანერგვა მომხმარებლის უფლებების დარღვევის პრევენციის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მექანიზმია. საერთაშორისო ორგანიზაციები თუ სასამართლოები აქტიურად უსვამენ ხაზს „ინფორმირებული მომხმარებლის“ სტანდარტის არსებობის აუცილებლობას. ევროპის კავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო განმარტავს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების მნიშვნელობას სამომხმარებლო ურთიერთობის ეფექტური განხორციელებისთვის. არასრულად მიწოდებული ინფორმაციის მიწოდების შემთხვევაში იზრდება მომხმარებლის მხრიდან არარაციონალური გადაწყვეტილების მიღების რისკი.¹² წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მომხმარებლისთვის ნივთის ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებული სრულყოფილი ინფორმაცია განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.¹³

კანონის მე-4 და მე-5 მუხლებით განსაზღვრულია ის არსებითი ინფორმაცია რისი მიღების უფლებაც აქვს მომხმარებელს საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურების მიღებისას. ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების დარღვევა მტკიცების ტვირთს მოვაჭრეს აკისრებს. კანონი არ განსაზღვრავს ინფორმაციის მიწოდების ფორმას, თუმცა გაცემული ინფორმაცია მკაფიო, ცხადი და გასაგები უნდა იყოს. მნიშვნელოვანია, უზრუნველყოფილი იქნას აღქმადობის სათანადო სტანდარტი. დისტანციური ვაჭრობის შემთხვევაში ხშირად კომერციული შეტყობინებების შესახებ დეტალური ინფორმაცია, შეთანხმების პირობები მცირე შრიფტით არის არის წარმოდგენილი, როცა ასოების გარჩევა და წაკითხვა ფაქტობრივად შეუძლებელია.

მომხმარებელთა დატვირთვა დიდი ინფორმაციით, ინფორმაციის გაგებისა და გაანალიზებისთვის, სათანადო საშუალებების მიცემის გარეშე, არის არაეფექტური და „წარმოშობს დაცულობისა და ნდობის ყალბ შეგრძნებას“. არსებობს მოსაზრება, რომ ინფორმაციის მიწოდება წარმოადგენს არა კონკრეტულ აქტს, არამედ პროცესს, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა ეტაპს და შესაბამისი პერიოდულობითა და სათანადო ფორმით ინფორმაციის ნაბიჯ-ნაბიჯ მიწოდებით უნდა განხორციელდეს.

გარდა ზემოაღნიშნულისა, ახალი ტექნოლოგიებისა და ონლაინ პლატფორმების სწრაფმა განვითარებამ, შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებელთა დამატებითი გარანტიების შემუშავების აუცილებლობა. დამატებითი გარანტიები შესაძლოა გამოიხატოს მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის რეალური მოვაჭრეების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებაში, სამართლიანი და რეალური ფასების მითითებაში და ა.შ.

ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დარღვევების რისკების მართვის გზების ძიებისას საყურადღებოა ისეთ მომსახურების თუ პროდუქტის უსაფრთხოებისსაკითხის გათვალისწინება, რომელიც დაკავშირებულია ხელოვნურ ინტელექტთან.

ზემოაღნიშნული საკითხების გადასაჭრელად სასურველია თემატური სახელმძღვანელო დოკუმენტების შემუშავება/განახლება და რეგულარული კონსულტაციები, როგორც მოვაჭრეებთან/მომსახურების მიმწოდებლებ-

¹² Caroline Cohen, *The Contract Law Principle of pacta sunt servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/8 3/EC- Author of article, 16.*

¹³ *Judgment of the Court (Third Chamber) of 23 January 2019, Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG v Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV.*

¹⁴ *რეგულირების ზეგავლენის შეფასება საქართველოს კანონპროექტზე „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, 2019, თავი 3, 58.*

-თან, ასევე, მომხმარებლებთან და ანალიზი იმისა, არსებობს თუ არა საკანონმდებლო სიახლეების საჭიროება.

ამოცანა 1.3 უსამართლო კომერციულის საქმიანობის რისკის შემცირება ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დასაცავად

მომხმარებელი მოვაჭრესთან დისტანციური ურთიერთობის დროს როგორც წესი მოკლე ვადაში აფორმებს ხელშეკრულებას, ურთიერთობის ეს ფორმა მოქნილი და სწრაფია¹⁵ როგორც დისტანციურად, ისე სარეწს გარეთ ხელშეკრულებების დადების დროს, გადაწყვეტილების მისაღებად განსაზღვრული მცირე დროით თუ სხვა მსგავსი ფაქტორების გათვალისწინებით იზრდება მოვაჭრის გავლენა მომხმარებლის გადაწყვეტილებაზე რეალურად შეაფასოს შესყიდული საქონლის საჭიროება.

შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილებაზე გავლენას ახდენს რამდენად სრულყოფილადაა ინფორმირებული მომხმარებელი, არასრულად მიწოდებული ინფორმაციის მიწოდების შემთხვევაში იზრდება მომხმარებლის მხრიდან არარაციონალური გადაწყვეტილების მიღების რისკი.

„კეთილსინდისიერად მოქმედების პრინციპი სამომხმარებლო ურთიერთობებში დეტალიზირებულია.“ წინასახელშეკრულებო ეტაპზე მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი ინფორმაციის მიწოდების შინაარსი და ფორმა კანონით უდმინწევნიტ განსაზღვრულია. კეთილსინდისიერების პრინციპის შესაბამისად მოქმედების ფარგლების დადგენისას მხედველობაში მიიღება მეორე მხარის ნდობის ხარისხი, რწმენა იმისა რომ მისი ინტერესები სათანადოდ იქნება გათვალისწინებული.¹⁸

ელექტრონულ კომერციის ცნება გულისხმობს მომსახურების ელექტრონული საშუალებებით დისტანციურად გაწევას.¹⁹ სავაჭრო ობიექტში დადებული ხელშეკრულებებისგან განსხვავებით, დისტანციურად დადებული ხელშეკრულებები მეტ რისკს შეიცავს მომხმარებლისთვის, რადგან იგი მოკლებულია შესაძებლობას შეაფასოს საქონლის ხარისხი. ასევე იზრდება რისკი მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ნეგატიური გავლენის.

ქცევითი ეკონომიკა, როგორც ეკონომიკის ახალი მიმართულება, ფსიქოლოგიისა და ეკონომიკის ინტეგრაციაა და აანალიზებს ადამიანთა მოქმედებებს ეკონომიკური გადაწყვეტილებების მიღებისას.²⁰ ეკონომიკური გადაწყვეტი-

¹⁵Guidance on the interpretation and application of Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on consumer rights, 48.

¹⁶Caroline Cohen ,The Contract Law Principle of pacta sunt servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/8 3/EC- Author of article,16.

¹⁷ლაკერბაია თ., ზალიშვილი ვ., ზოიძე თ., მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი (ევროპულ სამართალთან ჰარმონიზაციის გზა), თბილისი, 2018.

¹⁸კერესელიძე დ, კერძო სამართლის უზოგადესი სისტემური ცნებები, 2009, გვ.86

¹⁹„ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, მუხლი 2, „ა“ ქვეპუნქტი“.

²⁰არჩევანის თეორია ქცევით ეკონომიკაში, მერაბ ჯულაყიძე გვ.1

-ლების რაციონალიზაციისას ჩატარებული ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა ის ძირითადი ფსიქოლოგიური მახასიათებლები, რომლებიც ეკონომიკურ გადაწყვეტილებებზე სისტემატურად ზემოქმედებენ - შეზღუდული რაციონალურობა, სამართლიანობის აღქმა და სუსტი თვითკონტროლი.²¹ დისტანციურ და სარეწს გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაში სამივე ფაქტორი გავლენას ახდენს მომხმარებლის არჩევანზე. შესაბამისად დისტანციურ ხელშეკრულებებში მომხმარებლის მოწყვლადობა ზრდის მოვაჭრის გავლენებს უსამართლო კომერციული საქმიანობის პირობებში გავლენა მოახდინოს მომხმარებლის თავისუფალ არჩევანზე. როგორც წესი კომერციული საქმიანობის განმახორციელებელი პირის კეთილსინდისიერება სამომხმარებლო ურთიერთობის განხორციელებისას მთავარი მსაზღვრელი გამოდის კომერციული საქმიანობის სამართლიანობის შეფასებისას და მოვაჭრის მიერ პროფესიული გულმოდგინების²² სტანდარტის შესაბამისი საქმიანობა მოვაჭრის საქმიანობის სფეროში კეთილსინდისიერების ზოგადი პრინციპის თანაზომიერია.²³

კეთილსინდისიერების პრინციპის დანიშნულება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში. თუ ამ ურთიერთობას ვერტიკალური ურთიერთობის ქრილში განვიხილავთ, სწორედ მომხმარებელი აღმოჩნდება არათანაბარ მდგომარეობაში კომერციულ საქმიანობის გამწევ პირთან ურთიერთობის დამყარებისას. კეთილსინდისიერების პრინციპის დაცვა მომხმარებლისთვის დამატებითი საფრთხეების უზრუნველყოფის გარანტია იქნება. მოვაჭრესთან მიმართებით მომხმარებელი უფრო სუსტ მდგომარეობაშია და ნაკლები ინფორმირებულობის, „ეკონომიკურად სუსტი“ მხარის და სამართლებრივი ცოდნის დაბალი დონის გათვალისწინებით უფლებების დაცვის მაღალ გარანტიებს მოითხოვს.²⁴ კეთილსინდისიერების პრინციპი აღიარებულია აგრეთვე კერძო სამართლის უნიფიცირების საერთაშორისო ინსტიტუტის (International Institute for the Unification of Private Law - UNIDROIT) მიერ შემუშავებული საერთაშორისო სავაჭრო ხელშეკრულებების პრინციპების (Principles of International Commercial Contracts) 1.7 მუხლიც, კერძოდ, „თითოეული მხარე ვალდებულია იმოქმედოს საერთაშორისო-სავაჭრო პრაქტიკაში მიღებული კეთილსინდისიერებითა და პატიოსანი საქმოსნური პრაქტიკით. მხარეებს არა აქვთ უფლება, გამორიცხონ ან შეზღუდონ აღნიშნული ვალდებულება.“²⁵

ელექტრონულ კომერციაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მოვაჭრეების მიერ საქმიანობის განხორციელების მთავარი ფუნდამენტი მომხმარებელთა კმაყოფილების დონის/ნდობის მოპოვება იყოს, ეს პროცესი ელექტრონული კომერციის წარმატებასაც განსაზღვრავს. დისტანციურად დადებული გარიგებების დროს მომხმარებლის მოლოდინი დაფუძნებულია მოვაჭრის გულისხმიერების ვარაუდზე, რომ შექნილი საქონელი და მომსახურება იქნება შეთანხმებით გათვალისწინებული პირობების, შესაბამისად მომხმარებელთა გამოცდილებები კონკრეტულ მოვაჭრეებთან ურთიერთობისას როგორც წესი განმსაზღვრელია ციფრული პლატფორმების სანდოობისა და წარმატების.²⁶

21 იქვე

22 პროფესიული გულმოდგინება“ ნიშნავს სპეციალური უნარისა და გულმოდგინების სტანდარტს, რომლის დაცვაც გონივრულად მოსალოდნელია მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებლის მიმართ და რომელიც კეთილსინდისიერისაბაზრო პრაქტიკის ან/და მოვაჭრის საქმიანობის სფეროში კეთილსინდისიერების ზოგადი პრინციპის თანაზომიერია, დირექტივა 2005/29/EC 23

23 შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევრო პარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC

24 European Commission, Guidance on the interpretation and application of Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights, 2021/C 525/1 in Official Journal of the European Union, C 525/1, 29 დეკემბერი 2021, გვ 6

25 Lando, A, Vision of a Future Contract Law: impact of European and UNIDROIT Contract Principles, Uniform Commercial Code Law Journal, issue 2, Fall 2004, გვ. 3-46.

26 b Brian J. Corbitt, Theerasak Thanasankit, Han Yi, „Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions“ 204.

ამოცანა 1.4 ელექტრონული კომერციის აღსრულების მექანიზმების დახვეწა

სამომხმარებლო ბაზრის ახალ გამოწვევებთან, როგორცაა ციფრული ტრანსფორმაციის პირობებში ელექტრონული ვაჭრობის განვითარება, გამკლავების მიზნით, მომხმარებელთა უფლებებისა და ეკონომიკური ინტერესების დაცვის უზრუნველსაყოფად, მნიშვნელოვანია, გაძლიერდეს აღმასრულებელი ორგანოს უფლებამოსილება.

ელექტრონული კომერციის პროცესში კანონის აღმასრულებელი ორგანოა სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო.

საქართველოს ტერიტორიაზე ამ კანონით განსაზღვრული მომსახურების მიმღების უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობას, მომსახურების მიმღების უფლებების დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ სათანადო რეაგირებას ახორციელებს სააგენტო.²⁷ აღსანიშნავია, რომ კანონით დადგენილ უფლებამოსილებას - დარღვევის ფაქტის შესწავლას სააგენტო ახორციელებს თუ მას აქვს ინფორმაცია, რომ კონკრეტული პირის/პირების ქმედების შედეგად ირღვევა ან შესაძლებელია დაირღვეს მომსახურების მიმღებთა ჯგუფის უფლება.²⁸

მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი მომხმარებელთა საერთო ინტერესს გულისხმობს. მიუხედავად იმისა, რომ ევროპის კავშირის კანონმდებლობა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის სრულფასოვან განმარტებას არ შეიცავს, არსებული დეფინიცია აშკარას ხდის იმ გარემოებას, რომ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი ნაკლებად არის დაკავშირებული ინდივიდუალურ ზიანთან, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი ჯგუფს, როგორც ერთ მთლიანობას ეხება და მის დასაცავად გამოყენებული საშუალებები პრევენციასა და შეჩერებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული.

სააგენტოს მიერ მომსახურების მიმღებთა ჯგუფის უფლების დარღვევის დადასტურების შემთხვევაში, გადაწყვეტილებით დადგენილი ქმედების განსაზღვრულ ვადაში შეუსრულებლობის ან არაჯეროვნად შესრულების შემთხვევაში მომსახურების მიმწოდებელს ჯარიმა დაეკისრება. აღმანიშნავია, რომ სააგენტოს გადაწყვეტილებას პრევენციული ხასიათი აქვს და იგი მიმართული არ არის დარღვევის აღმოჩენისთანავე მომსახურების მიმწოდებლის დაჯარიმებისკენ. სანქციის გამოყენება ხდება მხოლოდ დარღვევის დადასტურების შემთხვევაში სააგენტოს მითითებების განსაზღვრულ ვადაში შეუსრულებლობისას. აღსრულების მოცემული საკანონმდებლო მექანიზმი მიმართულია მომხმარებლების ეკონომიკური ინტერესების დაცვისკენ და მომსახურების მიმწოდებელთა მიერ კომერციული საქმიანობის კანონშესაბამისად განხორციელებისკენ. თუმცა, არსებული რეგულირება ხარვეზიანია და ამ მოწესრიგებით სრულყოფილად ვერ შეძლებს დარღვევის პრევენციას/აღმოფხვრას. კერძოდ: მიუხედავად იმისა რომ ჯარიმის დაკისრება მომსახურების მიმწოდებელს არ ათავისუფლ-

²⁷ „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, მუხლი 16.

²⁸ იქვე

-ებს სააგენტოს გადაწყვეტილების შესრულების ვალდებულებისგან²⁹, ჯარიმის დაკისრების შემდეგ, კანონი არ ითვალისწინებს სააგენტოს კომპეტენციას განხორციელოს მონიტორინგი, დაჯარიმებული მოვაჭრე, კანონით დადგენილი მოთხოვნების შესაბამისად ეწევა თუ არა კომერციულ საქმიანობას, ანუ შეუსაბამა თუ არა თავისი სავაჭრო საქმიანობის პოლიტიკა კანონის მოთხოვნებს. კანონით სააგენტოს მონიტორინგის ფუნქცია აკისრია მის მიერ მომსახურების მიმწოდებლის მიმართ მიღებული გადაწყვეტილების შესრულების ნაწილში, რომლის შეუსრულებლობის დადასტურების შემთხვევაში მომსახურების მიმწოდებელი ჯარიმდება. თუმცა, თუ დაჯარიმებული პირი გადაიხდის დაკისრებულ ჯარიმას, მაგრამ არ ადადგენს მომსახურების მიმღების დარღვეულ უფლებას ან/და არ შეასრულებს გადაწყვეტილებით დაკისრებულ ვალდებულებებს და კანონის მოთხოვნების გვერდის ავლით გააგრძელებს კომერციული საქმიანობის განხორციელებას, სააგენტოს არ აქვს კანონით განსაზღვრული ბერკეტი მოვაჭრის მსგავსი ქმედების აღსაკვეთად.

მყარი აღსრულების მექანიზმი უზრუნველყოფს მომსახურების მიმღების ჯგუფური და ინდივიდუალური ინტერესების თანაბარ დაცვას. აუცილებელია ყველა შესაბამისი კომპეტენტური ორგანოსა და დაინტერესებული მხარის თანამშრომლობა ამ მიზნების მისაღწევად. ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა დაცვის სამართლებრივი და ინსტიტუციური ბაზის გაუმჯობესება მნიშვნელოვანი იქნება საქართველოში მოქმედი ეკონომიკის რეგულირებადი სექტორის მარეგულირებელი ორგანოებისთვისაც. შესაბამისად, რეკომენდებულია საკანონმდებლო ცვლილების გზით სააგენტოს ფუნქციას დაემატოს მონიტორინგის შესაძლებლობა.

²⁹ იქვე, მუხლი 20 (5).

დანართი :1

მიზანი I: მომხმარებელთა დაცვის მიმართულებით სამართლებრივი ჩარჩოს დახვეწის პროცესის გაგრძელება

ამოცანა	გამომწვევი ფაქტორები	პრობლემა	ნეგატიური შედეგი	პრობლემის გადაწყვეტა
ამოცანა 1.1 ევროპის კავშირის შესაბამისი დირექტივების დებულებებთან დაახლოების მიზნით, „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის განახლების ფასილიტაცია	2023 წელს მიღებული იქნა „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი და აღნიშნულ პერიოდამდე, ქვეყანაში არ არსებობდა სფეროს მოწესრიგების სამართლებრივი მექანიზმები	ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის და აღსრულების პროცესში, საკანონმდებლო ხარვეზების არსებობა	საკანონმდებლო მექანიზმებში ხარვეზების არსებობის პირობებში, ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის დაცვის პროცესში წარმოქმნილი პრობლემები	ევროპის კავშირის დირექტივებთან დაახლოების გზით, შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა
ამოცანა 1.2 ელექტრონულ კომერციაში ჩართული მხარეების ცნობიერების ამაღლება	2023 წელს მიღებული იქნა „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი და აღნიშნულ პერიოდამდე, ქვეყანაში არ არსებობდა სფეროს მოწესრიგების სრულყოფილი სამართლებრივი მექანიზმები,	ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვისა და ამ უფლებათ აღსრულების ეფექტიანი მექანიზმების შესახებ თემატური სახელმძღვანელო დოკუმენტების ნაკლებობა	ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის საკითხებზე თემატური სახელმძღვანელო დოკუმენტების ნაკლებობის პირობებში, უფლების დაცვის პროცესში	ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის კანონმდებლობის საფუძველზე, სახელმძღვანელო დოკუმენტების შემუშავება

			წარმოქმნილი პრობლემები	
<p>ამოცანა 1.3</p> <p>უსამართლო კომერციულის საქმიანობის რისკის შემცირება ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებელთა უფლებების დასაცავად</p>	<p>საკანონმდებლობის რეგულირების სიახლიდან გამომდინარე სამომხმარებლო ურთიერთობებში, განსაკუთრებით დისტანციური გარიგებების დროს დაბალია მომხმარებლების/მომსახურების მიმღები პირების ცნობიერება უფლებებსა და მათი დაცვის მექანიზმების თაობაზე.</p>	<p>სამომხმარებლო ურთიერთობებში უსამართლო კომერციული პრაქტიკის არსებობა</p>	<p>უსამართლო კომერციული საქმიანობის გაგრძელება</p>	<p>მომსახურების მიმწოდებლების მხრიდან უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების მინიმუმადე დაყვანა</p>
<p>ამოცანა 1.4.</p> <p>ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების დაცვის აღსრულების მექანიზმების დახვეწა</p>	<p>2023 წელს მიღებულ იქნა საქართველოს კანონი „ელექტრონული კომერციის“ შესახებ</p> <p>აღნიშნული სამართლებრივი აქტის მიღებამდე საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურების სფერო სამართლებრივად მოუწესრიგებელი იყო</p>	<p>ელექტრონულ კომერციაში აღსრულების მექანიზმები დახვეწა, კერძოდ აღმასრულებელი ორგანოსთვის მონიტორინგის ფუნქციის არარარსებობა</p>	<p>სანქციის გამოყენების შემთხვევაშიც კი მომსახურების გამწევთა მიერ კანონშეუსაბამო საქმიანობის განხორციელების გაგრძელება</p>	<p>საკანონმდებლო ინიციატივის გზით კანონში არსებული ხარვეზების გამოსწორება</p>