



რეფორმეტრი

ელექტრონული კომერციის რეფორმის პროგრესის შეფასებითი ანგარიში

ივლისი, 2023

**USAID-ის ეკონომიკური მმართველობის პროგრამის საგრანტო აქტივობა:
რეფორმების პროგრესის მონიტორინგის სისტემა „რეფორმეტრის“ მხარდაჭერა**

შენიშვნა: წინამდებარე ანგარიშის მომზადება შესაძლებელი გახდა ამერიკელი ხალხის მიერ, USAID-ის მეშვეობით გაწეული დახმარების შედეგად. ანგარიშის შინაარსი შესაძლოა არ წარმოადგენს USAID-ის ან ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის შეხედულებებს.

სარჩევი

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შესახებ.....	3
რეფორმეტრის მეთოდოლოგია.....	5
რეფორმის მიმდინარე და დაგეგმილი აქტივობების შეფასება.....	6
დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვა	8
საჯარო-კერძო დიალოგი.....	9
ელექტრონული კომერციის რეფორმის შეფასების ინდიკატორები	11
1. ელექტრონული კომერციის რეფორმასთან დაკავშირებული ზოგადი ინდიკატორები ..	11
1.1. ინტერნეტით უზრუნველყოფილი შინამეურნეობები.....	11
1.2. მოსახლეობის განაწილება ICT უნარების მიხედვით.....	11
1.3. საქონლისა და მომსახურების შეძენა ან შეკვეთა ინტერნეტით	12
2. ელექტრონული კომერციის რეფორმის შედეგებთან დაკავშირებული ინდიკატორები..	13
2.1. საწარმოთა წილი, რომლებიც ეწეოდნენ საქონლის/მომსახურების ვებ გაყიდვებს	13
2.2. ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია.....	13
2.3. ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა საცალო ვაჭრობასთან.....	14
2.4. ელექტრონული კომერციის ტერმინალების რაოდენობა	15
2.5. უცხოური ბარათებით გადახდების წილი ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციაში	15
2.6. ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ვებ-გაყიდვების ღირებულების პროცენტული განაწილება	16
2.7. ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა ჯამურ ელექტრონულ კომერციასთან.....	17
დანართი N1. დაინტერესებულ მხარეთა კითხვარი	18
დანართი N2. ელექტრონული კომერციის რეფორმის საჯარო-კერძო დიალოგზე წარმოდგენილი პრეზენტაცია.....	19

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შესახებ

ელექტრონული კომერციის რეფორმა მოიაზრებს ელექტრონული კომერციის სფეროს საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩოს დახვეწას მომხმარებელთა უფლებების დაცვის, შუალედური მომსახურების მიმწოდებლების საქმიანობის, პერსონალურ მონაცემთა დაცვის, საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების მიმართულებებით. რეფორმა მიზნად ისახავს ელექტრონული კომერციის ეკოსისტემის გაუმჯობესებას, საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ზრდას, ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების მაღალი სტანდარტების დანერგვასა და ელექტრონული კომერციისა და ელექტრონული ტრანზაქციების მიმართ ნდობის გაზრდას.

რეფორმის განხორციელების საჭიროება ელექტრონული კომერციის სფეროში არსებული არასრულყოფილი საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩოს გათვალისწინებით დადგა, რომელიც ვერ პასუხობდა სექტორში არსებულ გამოწვევებს. აღნიშნული გამოწვევები მოიცავდა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიმართულებით არსებულ ნაკლოვანებებს, პერსონალური მონაცემების დაცვასთან დაკავშირებულ რისკებს, შუამავალი მომსახურების პროვაიდერებისთვის (ISP) ბუნდოვან წესებსა და პასუხისმგებლობებს ელექტრონული კომერციის პლატფორმებზე განთავსებულ არალეგალურ კონტენტთან დაკავშირებით, ასევე საგადახდო სისტემებთან და საგადახდო მომსახურებებთან დაკავშირებული საკითხებს. გარდა ამისა, ელექტრონული კომერციის პროცესში არსებული პრობლემები, კერძო სექტორში არაეფექტური ბიზნეს პროცესებიდან გამომდინარეობს, რაც ელექტრონული კომერციის პლატფორმების მიმართ მომხმარებელთა დაბალი ნდობის საფუძველია.

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესში ჩართულ სამთავრობო უწყებებს წარმოადგენენ საქართველოს პარლამენტი, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, საქპატენტი, საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო, საქართველოს ეროვნული კომუნიკაციების კომისია და პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სამსახური.

- საქართველოს პარლამენტის დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის კომიტეტი ზედამხედველობას უწევს ელექტრონული კომერციის რეფორმის ზოგად მიმდინარეობას, ხოლო ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტი 2013 წლიდან მუშაობს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონზე.
- ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო მნიშვნელოვან როლს თამაშობს რეფორმის დანერგვის პროცესში, ვინაიდან სწორედ მან შეიმუშავა კანონი ელექტრონული კომერციის შესახებ. კავშირგაბმულობის, საინფორმაციო და თანამედროვე ტექნოლოგიების დეპარტამენტი ჩართულია, ერთი მხრივ, ტელეკომუნიკაციების სფეროში ასოცირების შეთანხმების (AA) იმპლემენტაციის პროცესში, ხოლო, მეორე მხრივ, ელექტრონულ კომერციასთან, ელექტრონულ კომუნიკაციებთან, ინფორმაციულ ტექნოლოგიებთან და საფოსტო მომსახურებასთან დაკავშირებით პოლიტიკის შემუშავების პროცესში.
- საქპატენტმა, როგორც ინტელექტუალური საკუთრების პოლიტიკის განვითარებაზე პასუხისმგებელმა უწყებამ, მოამზადა საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონში შესატანი ცვლილებების პროექტი.
- საქართველოს ეროვნული ბანკის საგადახდო სისტემების დეპარტამენტი პასუხისმგებელია საქართველოს საგადახდო სისტემების ეფექტურ ფუნქციონირებაზე - საგადახდო მომსახურების სათანადო ოპერირების ხელშეწყობისა და საგადახდო მომსახურების მიმღები მხარეების უფლებების დაცვის გზით.

- საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტი არის პასუხისმგებელი ორგანო ელექტრონული კომერციის პროცესში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიმართულებით.
- საქართველოს ეროვნული კომუნიკაციების კომისია პასუხისმგებელია ISP-ებთან კომუნიკაციაზე ვებ-გვერდებიდან არალეგალური მასალის ამსახველი ინფორმაციის აღების მიზნით.
- პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სამსახური, რომელმაც 2022 წლის 1 მარტიდან ჩაანაცვლა სახელმწიფო ინსპექტორის სამსახური ელექტრონული კომერციის ფარგლებში, პასუხისმგებელია ონლაინ ვაჭრობისას პერსონალურ მონაცემთა დაცვის საკითხების მონიტორინგზე.

საქართველოს პარლამენტმა 2023 წლის 14 ივნისს მესამე მოსმენით დაამტკიცა კანონი ელექტრონული კომერციის შესახებ. კანონის მიზანია ელექტრონული კომერციის საქმიანობის სამართლებრივ ჩარჩოში მოქცევა, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა ელექტრონული კომერციის პროცესში, შუალედური მომსახურების მიმწოდებლების უფლება-მოვალეობების განსაზღვრა და მათი დაცვა ვებ-გვერდებზე არსებული არალეგალური მასალის ზოგადი მონიტორინგის ვალდებულებებისგან. დამატებით, 2022 წლის 29 მარტს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ მიღებული კანონი, განსაზღვრავს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ზოგად პრინციპებს და მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის სამართლებრივ ურთიერთობებს.

რეფორმეტრის მეთოდოლოგია

პროექტ „რეფორმეტრის“ ფარგლებში შერჩეული რეფორმების შეფასებისათვის გამოყენებულია სამი ძირითადი ინსტრუმენტი:

1. სამთავრობო კვლევა ხარისხობრივი გამოკითხვის გზით აფასებს რეფორმის განხორციელების პროცესში რეფორმის დამნერგავი სამთავრობო უწყებების საქმიანობას ოთხი ძირითადი მიმართულებით: საკანონმდებლო ჩარჩო; ინფრასტრუქტურა და ბიუჯეტი; ინსტიტუციური მოწყობა; კომპეტენციის გაძლიერება. აღნიშნული გამოკითხვა 0-100% შუალედში ზომავს რამდენად ახლოს არიან რეფორმის დამნერგავი უწყებები რეფორმის მიერ განსაზღვრული ამოცანების შესრულებასთან.
2. დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვის ფარგლებში რეფორმის დაინტერესებული მხარეები შეფასებენ ოთხი ძირითადი მიმართულებით ახორციელებენ: რეფორმის შინაარსი და ადეკვატურობა; რეფორმის სფეროში არსებული ვითარება; რეფორმის დანერგვაში მიღწეული პროგრესი; რეფორმის მოსალოდნელი შედეგები. თითოეული კომპონენტი 10 ქულიან შკალაზე ფასდება (იხ. დანართი 1 - დაინტერესებულ მხარეთა კითხვარი).
3. დამატებით, რეფორმის პროგრესის შესაფასებლად გამოყენებულია რეფორმის მოსალოდნელ შედეგებთან დაკავშირებით იდენტიფიცირებული ეკონომიკური ინდიკატორები.

„რეფორმეტრის“ ფარგლებში, ელექტრონული კომერციის რეფორმის პირველი, გაცნობითი ხასიათის, საჯარო-კერძო დიალოგი 2022 წლის 17 თებერვალს გაიმართა, სადაც შეხვედრის მონაწილეებმა განიხილეს ელექტრონული კომერციის რეფორმის ჩარჩოში შემავალი მიმართულებები და გამოთქვეს მოსაზრებები ელექტრონული კომერციის განვითარებასთან დაკავშირებული გამოწვევების შესახებ. ელექტრონული კომერციის რეფორმის შეფასებითი შეხვედრა, საჯარო და კერძო სექტორებს შორის დიალოგის ფორმატში, 2023 წლის 14 ივნისს გაიმართა.

რეფორმის მიმდინარე და დაგეგმილი აქტივობების შეფასება

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შეფასებასთან დაკავშირებით წარმოდგენილი მიმართულებებისა და სამთავრობო კვლევის ნაწილში განსაზღვრული რეფორმის შეფასების ოთხი ძირითადი კომპონენტის (საკანონმდებლო ჩარჩო, ინსტიტუციური მოწყობა, ინფრასტრუქტურა და ბიუჯეტი, კომპეტენციების გაძლიერება) გათვალისწინებით, ცხრილი 1-ში წარმოდგენილია ინფორმაცია რეფორმით განსაზღვრული ძირითადი აქტივობებისა და მათი მიმდინარე სტატუსის შესახებ.

ცხრილი 1: რეფორმასთან დაკავშირებული ძირითადი აქტივობები და მათი მიმდინარე სტატუსი.

	განხორციელებული	მიმდინარე	დაგეგმილი
საკანონმდებლო ჩარჩო	<ul style="list-style-type: none"> • მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩოს მიღება; • საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების შესახებ კანონში ცვლილება; • ელექტრონული კომერციის შესახებ კანონის მიღება. 		<ul style="list-style-type: none"> • ელექტრონული კომერციის საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის მიღება; • პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ კანონში ცვლილება; • საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონში ცვლილება.
ინფრასტრუქტურა და ბიუჯეტი	<ul style="list-style-type: none"> • ბიუჯეტიდან თანხის გამოყოფა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტის საქმიანობისთვის; 		<ul style="list-style-type: none"> • კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს ახალი ფუნქციების უზრუნველსაყოფად ბიუჯეტიდან თანხის გამოყოფა;
ინსტიტუციური მოწყობა	<ul style="list-style-type: none"> • კონკურენციის სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვაზე პასუხისმგებელი ახალი სტრუქტურული ერთეულის შექმნა 	<ul style="list-style-type: none"> • საქართველოს ეროვნულ ბანკთან არსებული დამოუკიდებელი კოლეგიური ორგანოს - დავების განმხილველი კომისიის შექმნა - 2023 წლის 1 აგვისტო 	<ul style="list-style-type: none"> • კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს უფლებამოსილების გაფართოება ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებელთა დაცვის საკითხების მიმართულებით.
კომპეტენციის გაძლიერება		<ul style="list-style-type: none"> • ახალი რეგულაციებით გათვალისწინებული უფლებამოსილების შესრულებისთვის შესაბამისი კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება 	

რეფორმის პროგრესის ხარისხობრივმა შეფასებამ აჩვენა, რომ რეფორმის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესში ჩართულმა უწყებებმა მნიშვნელოვან პროგრესს მიაღწიეს რეფორმაში შემავალი ძირითადი მიმართულებით.

საქართველოს პარლამენტმა, 2022 წლის 29 მარტს, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, ხოლო 2022 წლის 9 სექტემბერს, საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების შესახებ კანონში ცვლილება მიიღო. ასევე, 2023 წლის 14 ივნისს, მესამე მოსმენით დამტკიცდა კანონი „ელექტრონული კომერციის შესახებ“.

აღსანიშნავია, რომ ბიუჯეტიდან გამოიყო თანხა საქართველოს კონკურენციის ეროვნულ სააგენტოში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტის შექმნისთვის, რომელიც 2022 წლის 1 ნოემბრიდან აქტიურად ახორციელებს კანონის აღსრულებას. დღეის მდგომარეობით, სააგენტომ 250-ზე მეტი განცხადება შეისწავლა.

ამ დროისთვის რეფორმის მიმდინარე აქტივობებში აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის გარანტიების შექმნის მიმართულებით, კანონპროექტით გათვალისწინებულია დავის გადაწყვეტის ალტერნატიული მექანიზმის - საქართველოს ეროვნულ ბანკთან არსებული დამოუკიდებელი კოლეგიური ორგანოს - დავების განმხილველი კომისიის შექმნა, რომელიც აამაღლებს მომხმარებელთა ნდობის ხარისხს და საშუალებას მისცემს საგადახდო მომსახურების მომხმარებელს ეფექტიანად დაიცვას საკუთარი უფლებები. ასევე, იმისათვის, რომ კერძო სექტორმა ახალი კანონით სრული სარგებელი მიიღოს, საჭიროა ახალი რეგულაციებით გათვალისწინებული უფლებამოსილების შესრულებისთვის კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება და მათი გადამზადება.

რაც შეეხება სამომავლო აქტივობებს, „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონიდან გამომდინარე, დაგეგმილია ელექტრონული კომერციის საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის მიღება. ასევე, კანონი ითვალისწინებს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს ახალი უფლებამოსილების შემუშავებას ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკითხების მოსაწესრიგებლად და ახალი ფუნქციების უზრუნველსაყოფად საბიუჯეტო სახსრების გამოყოფას. დამატებით, ელექტრონული კომერციის რეფორმის ფარგლებში, იგეგმებოდა საკანონმდებლო ჩარჩოს ცვლილება პერსონალურ მონაცემთა დაცვის და საავტორო და მომიჯნავე უფლებების მიმართულებით.

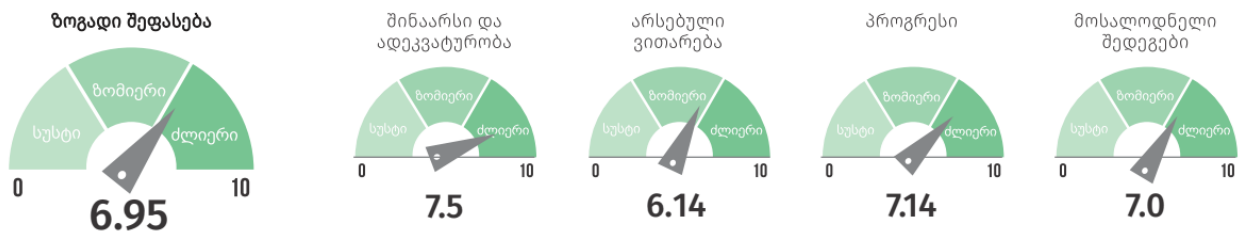
საჯარო-კერძო დიალოგის შემდეგ „რეფორმეტრის“ გუნდის მიერ ჩატარდა სამთავრობო კვლევის კომპონენტების ხარისხობრივი შეფასება, რომლის შედეგები გამოქვეყნებულია პროექტ „რეფორმეტრის“ ვებ-გვერდზე.

დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვა

ელექტრონული კომერციის რეფორმაზე ჩატარებული საჯარო და კერძო დიალოგის შეხვედრაზე დაინტერესებული მხარეების (რეფორმის განმახორციელებელი სახელმწიფო უწყებების გარდა) ანონიმური გამოკითხვის საფუძველზე, რეფორმა 10 ქულიდან 6.95 ქულით შეფასდა, რაც შეხვედრის მონაწილეების მიერ რეფორმის მიმდინარეობის დადებით შეფასებაზე მიუთითებს.

დიაგრამა 1-ზე წარმოდგენილია დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვის შედეგები, რომლის მიხედვითაც სამი კომპონენტი, რეფორმის შინაარსი და ადეკვატურობა, პროგრესი და მოსალოდნელი შედეგები, შეფასებულია, როგორც ძლიერი, ხოლო რეფორმის სფეროში არსებული ვითარება - როგორც ზომიერი.

დიაგრამა 1. დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვის შედეგები ელექტრონული კომერციის რეფორმის შეფასებაზე



საჯარო-კერძო დიალოგი

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შესახებ გამართულ საჯარო-კერძო დიალოგში მონაწილეობა მიიღეს როგორც სამთავრობო, ასევე არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებმა. დაინტერესებულ მხარეებს სამთავრობო სექტორიდან წარმოადგენდნენ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტი და საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია. საჯარო-კერძო დიალოგში ასევე მიიღეს მონაწილეობა საქართველოს პარლამენტის კვლევითი ცენტრის, ბიზნეს საკონსულტაციო კომპანია PMO-ს, Galt & Taggart-ის, ლიბერთი ბანკის, TBC ბანკის და ელექტრონული კომერციის პლატფორმა Extra .ge-ის წარმომადგენლებმა.

ღონისძიების გახსნითი ნაწილის შემდეგ „რეფორმეტრის“ გუნდმა ელექტრონული კომერციის რეფორმის ფარგლებში დაგეგმილი აქტივობები და პროგრესის შეფასების ინდიკატორები წარადგინა. ბიზნეს საკონსულტაციო კომპანია PMO-ს წარმომადგენელმა ელექტრონული კომერციის შესახებ კანონპროექტის ხარჯთსარგებლიანობის ანალიზის შედეგებზე ისაუბრა, ხოლო საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტის წარმომადგენელმა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიმართულებით განხორციელებული ძირითადი ცვლილებები მიმოიხილა. ანგარიშის მოცემულ ნაწილში შეჯამებულია საჯარო-კერძო დიალოგის ღონისძიების მონაწილეთა მიერ გამოთქმული მნიშვნელოვანი მოსაზრებები:

- ბიზნეს საკონსულტაციო კომპანია PMO-ს წარმომადგენელმა, ღონისძიების მონაწილეებს ელექტრონული კომერციის კანონპროექტის ხარჯთსარგებლიანობის ანალიზის ძირითად მიგნებებზე მიაწოდა ინფორმაცია და ყურადღება გაამახვილა საქართველოში მომხმარებელთა ნდობის ამაღლებისა და ელექტრონული კომერციიდან შემოსავლების გაზრდის პოტენციურ სარგებელზე. მან ხაზგასმით აღნიშნა, რომ როგორც კერძო, ასევე საჯარო სექტორი განიცდის პოზიტიურ ზემოქმედებას. კონკრეტულად, ხარჯთსარგებლიანობის ანალიზის მიხედვით, ზემოქმედების 10-წლიან დროის პერიოდზე პროგნოზირებით გამოვლინდა, რომ საჯარო სექტორი მიიღებს 562.6 მილიონი ლარის, ხოლო კერძო სექტორი 218.0 მილიონი ლარის წმინდა მიმდინარე სარგებელს. ამასთან, გაიცა რეკომენდაცია ბიზნეს ასოციაციების რესურსების გამოყენების მიმართულებით, ერთი მხრივ ახალი რეგულაციებისადმი ადაპტაციისთვის ბიზნესების მხარდასაჭერად, ხოლო მეორე მხრივ მომხმარებლების ინფორმირების მიზნით.
- საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტის წარმომადგენელმა აღნიშნა, რომ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ახალი კანონის მიღების შემდეგ, მომხმარებელთა დაცვის დეპარტამენტმა მიიღო 250-ზე მეტი განცხადება. აღინიშნა, რომ სააგენტო ძირითადად ყურადღებას ამახვილებს სავაჭრო პრაქტიკასთან დაკავშირებულ დარღვევებზე. გარდა ამისა, მნიშვნელოვან გამოწვევად დასახელდა ელექტრონული კომერციის დომინირება მომხმარებელთა საჩივრებში და მომხმარებელთა დაბალი ინფორმირებულობა სოფლად. სააგენტოს წარმომადგენელმა ხაზი გაუსვა მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლების მნიშვნელობას და რეკომენდაცია გაუწია კერძო სექტორის წარმომადგენლებს, მკაფიოდ მიუთითონ პასუხისმგებელი სუბიექტი (იქნება ეს ელექტრონული კომერციის პლატფორმა, კონკრეტული მოვაჭრე თუ საქონლის მწარმოებელი), რომელსაც მომხმარებლები უნდა დაუკავშირდნენ მათი უფლებების დარღვევის შემთხვევაში.

- დაინტერესებული მხარეების მიერ, ყურადღება გამახვილდა კანონით განსაზღვრულ 14-დღიან დაბრუნების პოლიტიკაზე, რომელმაც გარკვეული გაუგებრობა გამოიწვია ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლებსა და მომხმარებლებს შორის. რჩევის სახით, კერძო სექტორის წარმომადგენლებმა, აღნიშნეს გაიდლაინების ნაკრების შექმნის შესაძლებლობა, ბიზნესის უკეთ ინფორმირებისთვის. გარდა ამისა, გაჩნდა ინტერესი დარგობრივი ასოციაციების გაერთიანებისა და კონკრეტული უწყების შექმნის განხილვის შესახებ, რომლის მეშვეობითაც გაადვილდება ზემოთაღნიშნულ საკითხებზე კომუნიკაცია.
- კომუნიკაციების კომისიის წარმომადგენელმა მიმოიხილა მისი ინსტიტუციის როლი საავტორო უფლებების დაცვის მიმართულებით და აღნიშნა, რომ ეს უკანასკნელი უზრუნველყოფს ონლაინ ხელმისაწვდომი მასალის შესაბამისობას საავტორო უფლებების კანონთან. ხაზი გაესვა, რომ კომისია უპირველეს ყოვლისა ყურადღებას ამახვილებს საავტორო უფლებების დაცვაზე ვიდრე სიტყვისა და გამონატვის თავისუფლების წინააღმდეგ ინფორმაციის გავრცელების საზღვრების დადგენაზე. მაგალითად, როდესაც მომხმარებელი აკეთებს განაცხადს ვებ-გვერდზე განთავსებულ არალეგალურ მასალასთან დაკავშირებით, კომისია უკავშირდება შუალედური მომსახურების მიმწოდებელს ვებ-გვერდის მფლობელის იდენტიფიცირების მიზნით და ითხოვს ასეთი მასალის წაშლას. საჭიროების შემთხვევაში, შუალედური მომსახურების მიმწოდებლებს შეუძლიათ შეზღუდონ წვდომა კონკრეტულ მასალაზე ან მთელ ვებ-გვერდზე. ასეთი მიდგომა საშუალებას იძლევა დაბალანსებულ იქნას საავტორო უფლებების დაცვა და სიტყვის თავისუფლებასთან დაკავშირებული საკითხები.
- დამატებით, შეხვედრაზე აღინიშნა, რომ არსებობს ისეთი გამოწვევები, როგორცაა ინფორმირების დაბალი დონე ბიზნესებსა და მომხმარებლებს შორის, სატელეფონო შეკვეთების დაკმაყოფილების სირთულე და კანონის გარკვეულ დებულებებში გაურკვევლობა, რაც შემდგომში პრობლემებს უქმნის ელექტრონული კომერციის პლატფორმებს, მათ შორის პროდუქტის უკან დაბრუნების პოლიტიკის მიმართულებით. ასეთ შემთხვევებში, როდესაც უშუალო გამყიდველები უარს აცხადებენ პროდუქტის დაბრუნებაზე, ელექტრონული კომერციის პლატფორმები დამატებითი ხარჯების წინაშე დგებიან. ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანი იქნება შუალედური პლატფორმების მოსაზრებებისა და ინტერესების გათვალისწინება რეგულაციების შემუშავების პროცესში.

ელექტრონული კომერციის რეფორმის შეფასების ინდიკატორები

ელექტრონული კომერციის რეფორმის პროგრესის შეფასების მიზნით, რეფორმეტრის გუნდმა რიგი ეკონომიკური ინდიკატორები შეარჩია. რეფორმის შეფასების ინდიკატორების პირველი ნაწილი მოიცავს ელექტრონული კომერციის სექტორის განვითარების ზოგადი მაჩვენებლების შეფასებას, ხოლო მეორე ნაწილი ელექტრონული კომერციის რეფორმის დებულებებთან დაკავშირებულ მიმართულებებზე დაკვირვებას.

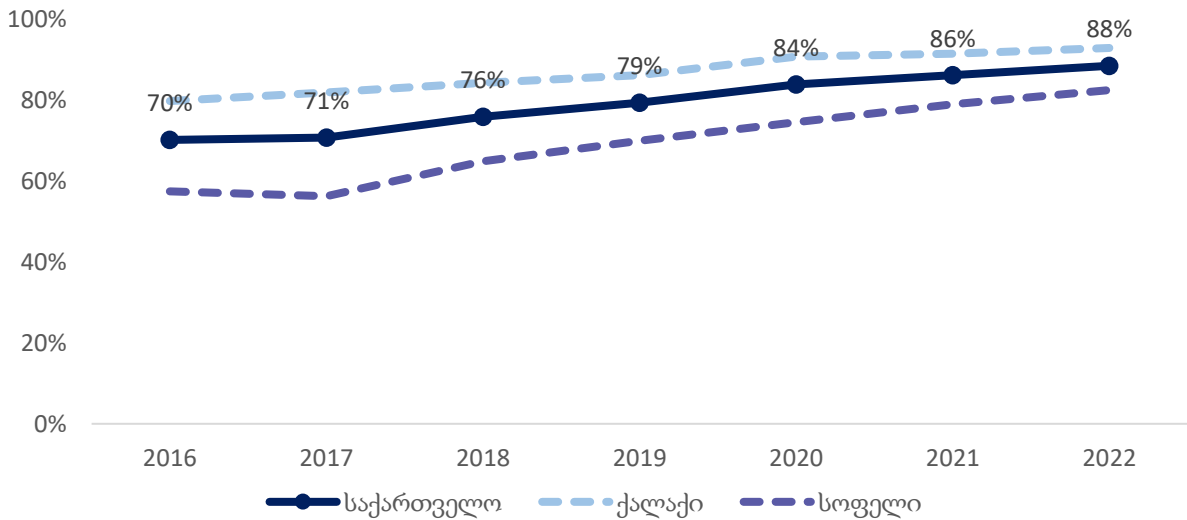
1. ელექტრონული კომერციის რეფორმასთან დაკავშირებული ზოგადი ინდიკატორები

ციფრული ინფრასტრუქტურა და განათლება ელექტრონული კომერციის განვითარებისთვის მნიშვნელოვან ასპექტებს წარმოადგენს. აღსანიშნავია, რომ ინტერნეტზე წვდომა და ციფრული უნარების განვითარება ადამიანებსა და ბიზნესებს ეხმარებათ, რომ ჩაერთონ ელექტრონული კომერციის აქტივობებში.

1.1. ინტერნეტით უზრუნველყოფილი შინამეურნეობები

დიაგრამა 1.1-ის მიხედვით, 2016-2022 წლებში, იმ შინამეურნეობების წილი, რომელთაც ინტერნეტზე აქვთ წვდომა, 70%-დან 88%-მდე გაიზარდა. თუმცა, ჯერ კიდევ არსებობს განსხვავება ქალაქსა (92.8% 2022 წელს) და სოფლად (82.4% 2022 წელს) მცხოვრებ შინამეურნეობებს შორის. აღსანიშნავია, რომ იგივე მაჩვენებელი 2022 წელს მსოფლიოში საშუალოდ 66%-ს, განვითარებად ქვეყნებში - 57%-ს, ხოლო განვითარებულ ქვეყნებში - 90%-ს უტოლდებოდა.

დიაგრამა 1.1. ინტერნეტით უზრუნველყოფილი შინამეურნეობების წილი, 2016-2022



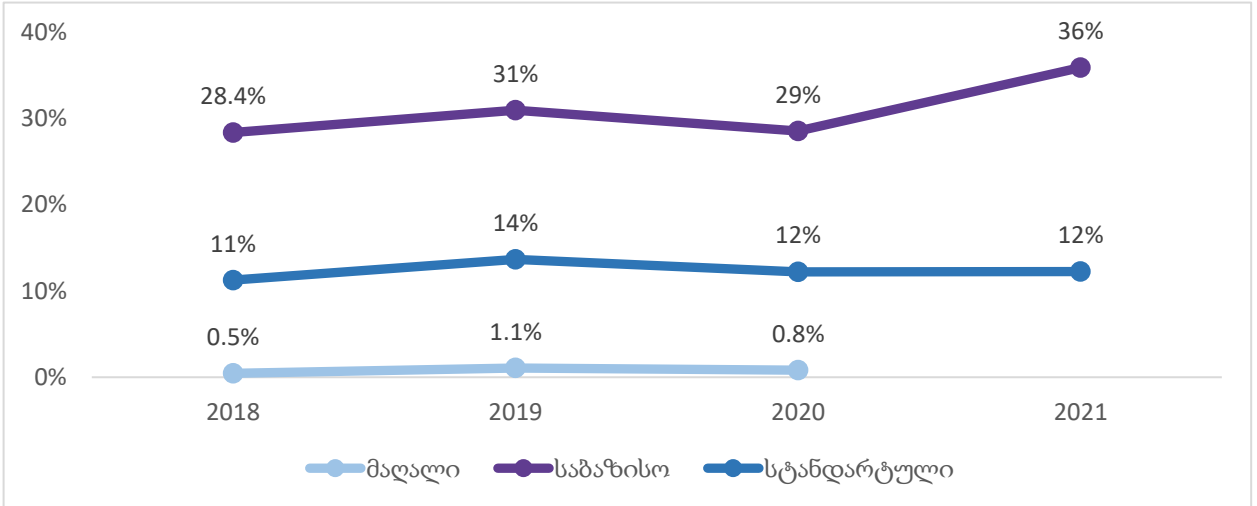
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

1.2. მოსახლეობის განაწილება ICT უნარების მიხედვით

აღნიშნული ინდიკატორი გვიჩვენებს ციფრული უნარების დონეს საქართველოს მოსახლეობაში. უნარების კლასიფიკაცია სამ კატეგორიად ხდება: საბაზისო, სტანდარტული და მაღალი. საბაზისო უნარები აერთიანებს კოპირების, წამლის, ფაილების სხვა ფოლდერებში გადატანის და ელექტრონული ფოსტის (თანდართული ფაილებით) გაგზავნის ცოდნას. სტანდარტული უნარები აერთიანებს ონლაინ პრეზენტაციების მომზადების, საძიებო ფუნქციების ცოდნას და

ახალი პროგრამების ჩამოტვირთვისა და ინსტალაციის უნარებს. მაღალი დონის კვალიფიკაცია კი კომპიუტერული პროგრამების წერის უნარს მოითხოვს. როგორც დიაგრამა 1.2-დან ჩანს, მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი (64%) 2021 წლისთვის საბაზისო ციფრულ უნარებსაც კი არ ფლობდა.

დიაგრამა 1.2. მოსახლეობა ICT უნარების მიხედვით, 2016-2021

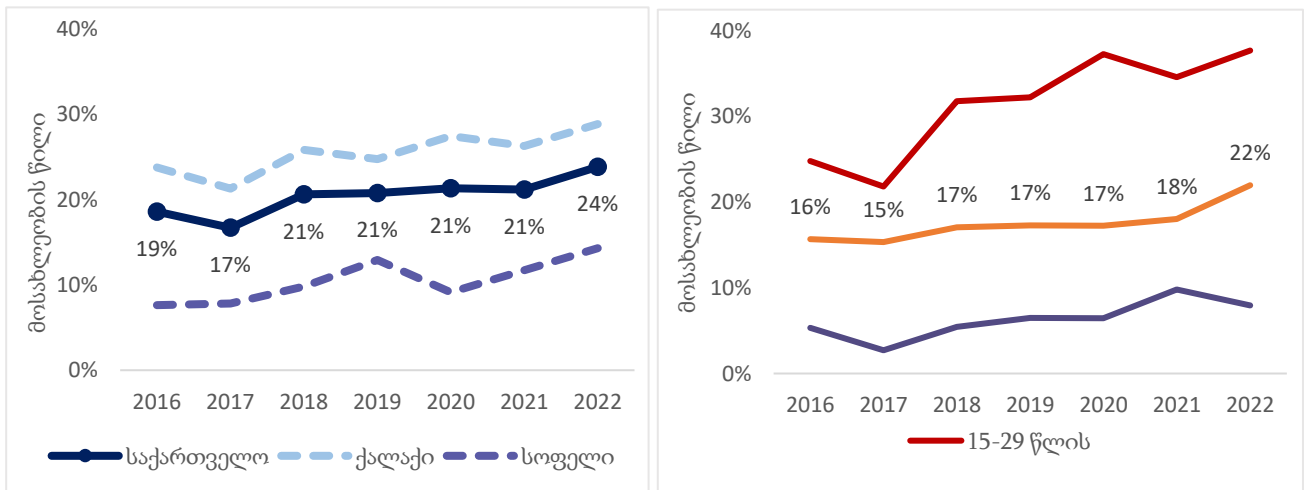


წყარო: საერთაშორისო ტელეკომუნიკაციების კავშირი

1.3. საქონლისა და მომსახურების შეძენა ან შეკვეთა ინტერნეტით

აღნიშნული ინდიკატორი 15 წელს გადაცილებული მოსახლეობის იმ წილს განსაზღვრავს, რომელმაც 2016-2022 წლებში შეიძინა ან შეუკვეთა საქონელი ან მომსახურება ინტერნეტის მეშვეობით. მარცხენა დიაგრამა გვიჩვენებს, რომ 2022 წელს მოსახლეობის 24%-მა შეუკვეთა ან შეიძინა საქონელი ან მომსახურება ონლაინ. ამ მხრივ, მნიშვნელოვანი განსხვავებაა ქალაქის (28.8%) და სოფლის (14.3%) მოსახლეობას შორის. მარჯვენა დიაგრამაზე მოცემულია ჩაშლა ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით, რომლის მიხედვითაც, ყველაზე აქტიური 15-დან 29 წლამდე მოსახლეობაა.

დიაგრამა 1.3. 15+ წლის მოსახლეობის წილი, რომელმაც შეიძინა ან შეუკვეთა საქონელი/მომსახურება ინტერნეტის მეშვეობით, 2016-2022



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

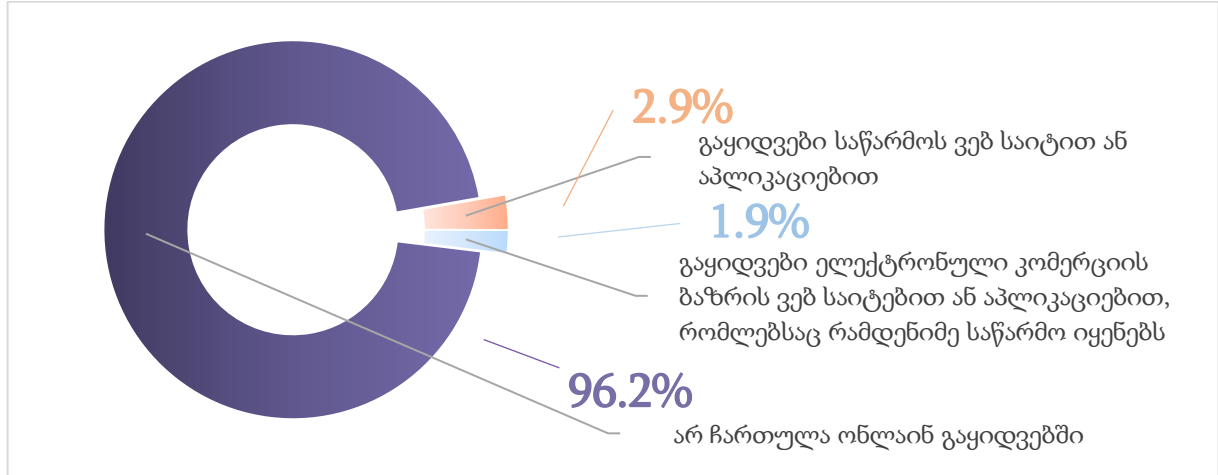
2. ელექტრონული კომერციის რეფორმის შედეგებთან დაკავშირებული ინდიკატორები

ელექტრონული კომერციის რეფორმა, სამართლებრივი ჩარჩოს განვითარების, ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის პლატფორმების სანდოობის გაზრდისა და საერთაშორისო ბაზრებზე ბიზნესის წვდომის გაფართოვების გზით, მიზნად ისახავს საქართველოში ელექტრონული კომერციის ხელშეწყობას.

2.1. საწარმოთა წილი, რომლებიც ეწეოდნენ საქონლის/მომსახურების ვებ გაყიდვებს

ქვემოთ მოცემული დიაგრამა 2.1 იმ საწარმოების წილს გვიჩვენებს, რომლებიც 2022 წელს საქონლის ან მომსახურების ონლაინ გაყიდვებში იყვნენ ჩართული. როგორც დიაგრამიდან ჩანს, საწარმოების 2.9%-მა გაყიდა საქონელი/მომსახურება საკუთარი ვებ-გვერდების ან აპლიკაციების მეშვეობით, 1.9%-მა გამოიყენა ელექტრონული კომერციის საერთო პლატფორმა ან აპლიკაცია, ხოლო 96.2% საერთოდ არ ჩართულა ონლაინ გაყიდვებში.

დიაგრამა 2.1. საწარმოთა წილი, რომლებიც ეწეოდნენ საქონლის/მომსახურების ვებ გაყიდვებს, 2022



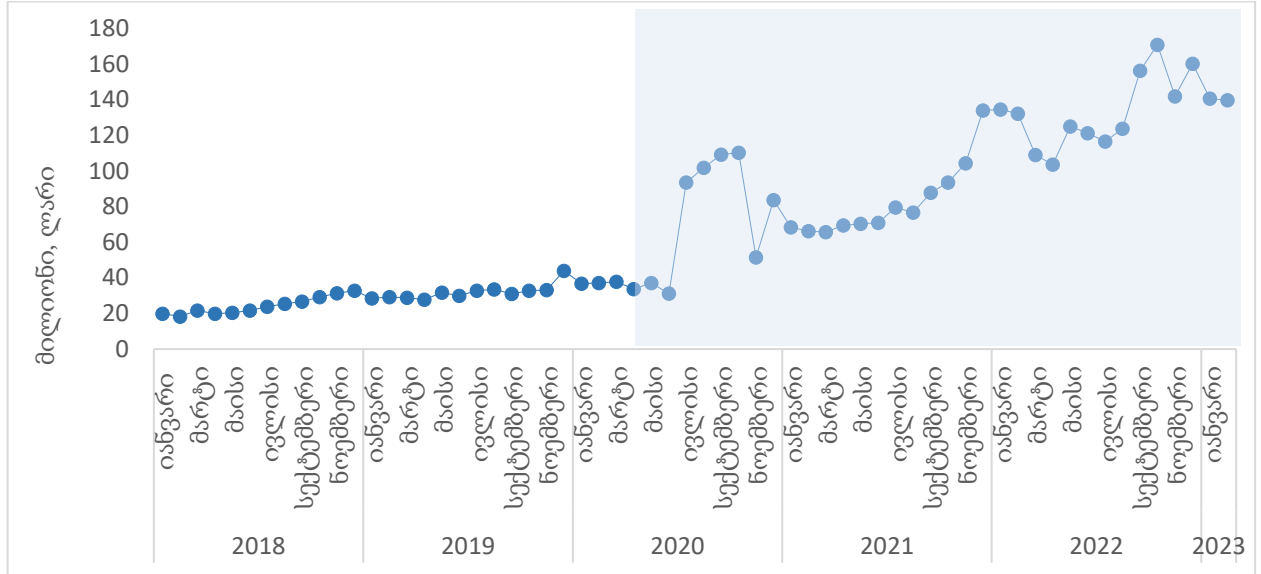
შენიშვნა: პროცენტული მაჩვენებელი გაანგარიშებულია მხოლოდ იმ საწარმოებისთვის, რომელთაც შესაბამის პერიოდში ჰქონდათ ინტერნეტთან წვდომა.

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.2. ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია

მომდევნო დიაგრამა გვიჩვენებს ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის მოცულობას, რომელიც მოიცავს ელექტრონული კომერციის ტერმინალებით შესრულებულ ოპერაციებს (ქართული და უცხოური ბარათებით) ყველა სავაჭრო-მომსახურების ობიექტში, გარდა აზარტული თამაშების და სახელმწიფო დაწესებულებებში გადახდებისა. მოცემული ინდიკატორი 2020-2022 წლებში მნიშვნელოვან ზრდას განიცდის წინა წლებთან შედარებით, ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ზრდა 2020 წელს 99%-ს გაუტოლდა, 2021 წელს - 29%-ს, ხოლო 2022 წელს - 62%-ს.

დიაგრამა 2.2. ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია, 2018-2023

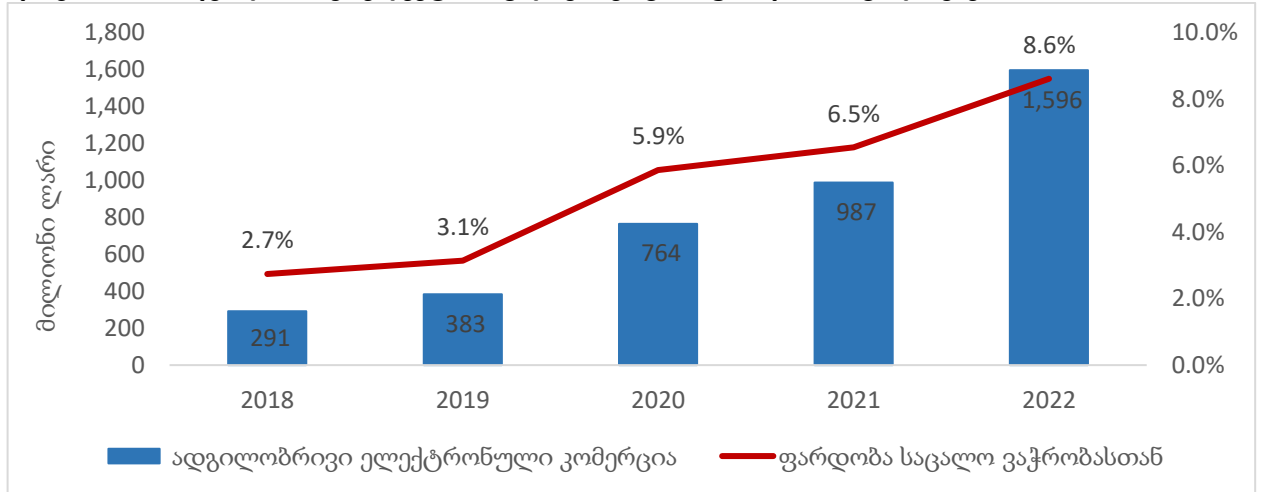


წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

2.3. ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა საცალო ვაჭრობასთან

აღნიშნული ინდიკატორი ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის განვითარებას საცალო ვაჭრობის სექტორის ბრუნვასთან მიმართებით გვიჩვენებს. ამ კუთხით, აღმავალი ტენდენცია აღინიშნება 2018 წელს 2.7%-დან, 2022 წელს 8.6%-მდე ზრდის სახით.

დიაგრამა 2.3 ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა საცალო ვაჭრობასთან, 2018-2022



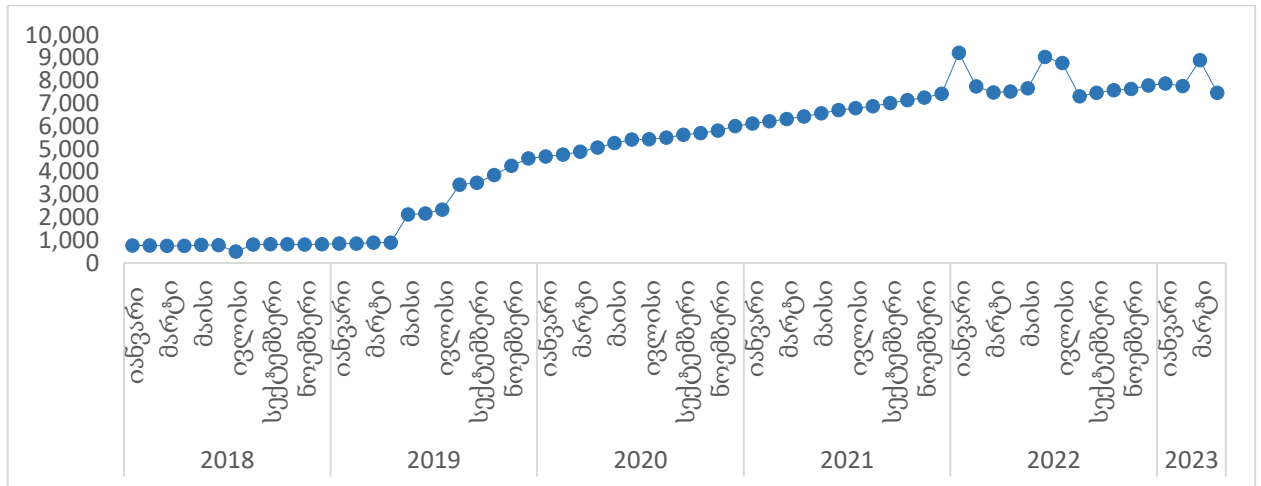
შენიშვნა: საცალო ვაჭრობა დაანგარიშებულია ავტომობილებით, მოტოციკლებითა და საწვავით ვაჭრობის გამოკლებით.

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.4. ელექტრონული კომერციის ტერმინალების რაოდენობა

შემდეგი ინდიკატორი, რომელიც ელექტრონული კომერციის ტერმინალების რაოდენობას განსაზღვრავს, ელექტრონულ კომერციაში ბიზნესების ჩართულობაზე მიუთითებს. ტერმინალების რაოდენობა 2019 წლიდან იზრდება, რაც ელექტრონულ კომერციაში მეტი ბიზნესის მონაწილეობით არის განპირობებული.

დიაგრამა 2.4. ელექტრონული კომერციის ტერმინალების რაოდენობა, 2018-2023

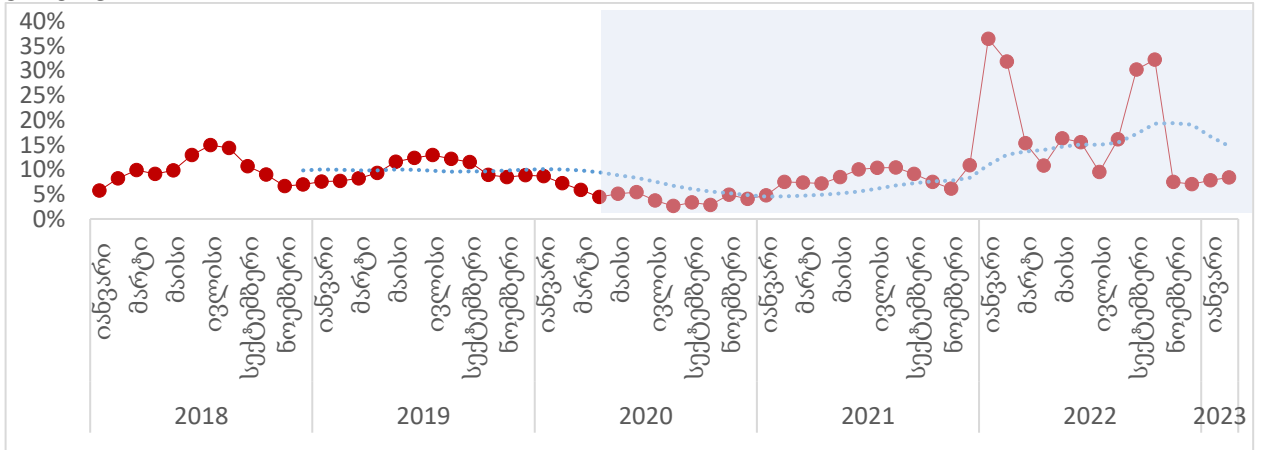


წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

2.5. უცხოური ბარათებით გადახდების წილი ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციაში

ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის პლატფორმების მიმართ ნდობის გაზრდითა და ბიზნესების საერთაშორისო გადახდებთან და, შესაბამისად, საერთაშორისო ბაზრებთან წვდომის წახალისებით, ელექტრონული კომერციის რეფორმა საქართველოს ექსპორტის პოტენციალზეც ახდენს გავლენას. დიაგრამა 2.5 გვიჩვენებს უცხოური ბარათებით გადახდების წილს ელექტრონულ კომერციაში. 2020 წელს, 2019 წელთან შედარებით, უცხოური ბარათებით გადახდების წილმა საგრძობლად იკლო, რაც, შესაძლოა, Covid-19-ის პანდემიითა და მასთან დაკავშირებული შეზღუდვებით იყო განპირობებული. ვითარება შედარებით გაუმჯობესდა 2021 წელს, და შემდგომ 2022 წელს.

დიაგრამა 2.5. უცხოური ბარათებით გადახდების წილი ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციაში



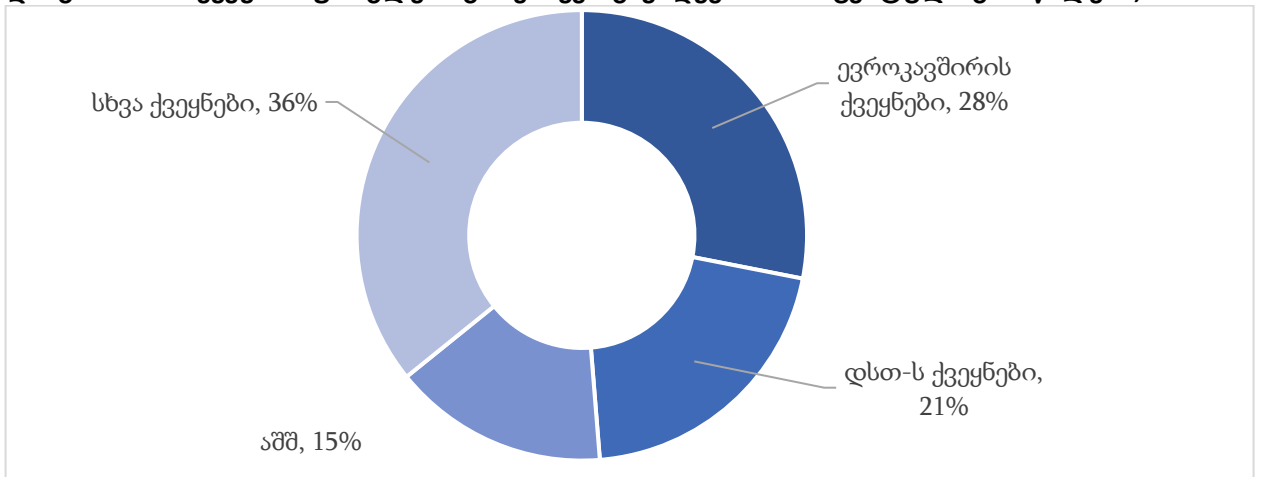
შენიშვნა: ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია მოიცავს გადახდებს ყველა სავაჭრო-მომსახურების ობიექტში, გარდა ახარტულ თამაშებზე ელექტრონული გადახდებისა. ღურჯი წერტილოვანი ხაზი 12-თვიანი პერიოდის მოძრავ საშუალოს აჩვენებს.

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

2.6. ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ვებ-გაყიდვების ღირებულების პროცენტული განაწილება

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ გამოკითხულ ქართულ საწარმოებზე დაყრდნობით, საქართველოს ფარგლებს გარეთ მათი ონლაინ გაყიდვების უდიდესი წილი ევროპაზე მოდის (28%), რომელსაც მოსდევს დსთ-ს ქვეყნები (21%) და აშშ (15%).

დიაგრამა 2.6. ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ვებ-გაყიდვების პროცენტული განაწილება, 2022

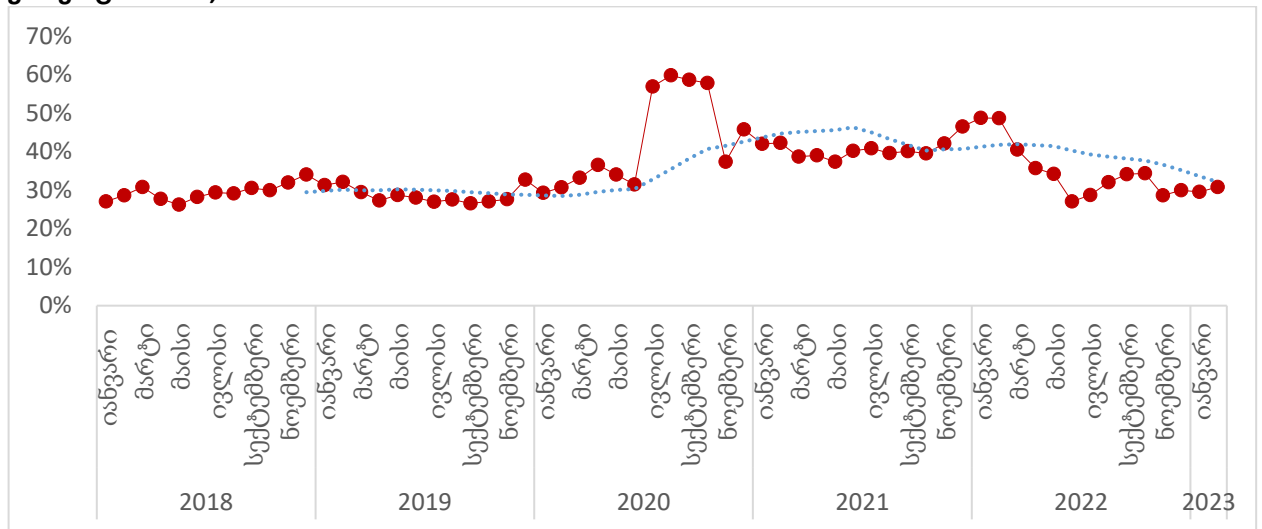


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.7. ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა ჯამურ ელექტრონულ კომერციასთან

აღნიშნული ინდიკატორი გვიჩვენებს ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობას ჯამურ ელექტრონულ კომერციასთან. ჯამური ელექტრონული კომერცია მოიცავს ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციას და ქართული ბარათებით ქვეყნის გარეთ განხორციელებულ ელექტრონული კომერციის ოპერაციებს. ელექტრონული კომერციის ადგილობრივი პლატფორმების პოპულარობის ზრდა უცხოურ პლატფორმებთან შედარებით, 2022 წლის განმავლობაში აღნიშნული მაჩვენებლის შემცირებით გამოიხატება. დღეისათვის ელექტრონული კომერციის 69% უცხოურ პლატფორმებზე ხორციელდება.

დიაგრამა 2.7. ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა ჯამურ ელექტრონულ კომერციასთან, 2018-2023



შენიშვნა: ლურჯი წერტილოვანი ხაზი 12-თვიანი პერიოდის მოძრავ საშუალოს აჩვენებს.

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

დანართი N1. დაინტერესებულ მხარეთა კითხვარი

რეფორმის შინაარსი და ადეკვატურობა

1. რამდენად შეესაბამება ელექტრონული კომერციის რეფორმის მიზნები სექტორში არსებულ გამოწვევებს?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. რამდენად არის უზრუნველყოფილი დაინტერესებული მხარეების ჩართულობა რეფორმის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესში?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

რეფორმის პროგრესი

3. როგორ შეაფასებდით ელექტრონული კომერციის რეფორმის ფარგლებში დღეის მდგომარეობით განხორციელებულ ღონისძიებებს?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. რამდენად უწყობს ხელს რეფორმის ფარგლებში გატარებული და დაგეგმილი ღონისძიებები ელექტრონული კომერციის განვითარების შემზღვეველი ფაქტორების დაძლევა?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

არსებული ვითარება

5. როგორ შეაფასებდით ელექტრონული კომერციის სფეროში არსებულ მდგომარეობას?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

მოსალოდნელი შედეგები

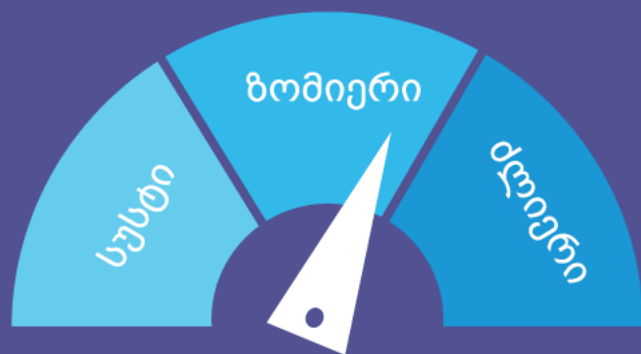
6. მოხდება თუ არა რეფორმის განხორციელებით დასახული მიზნების მიღწევა?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. არის თუ არა რეფორმით გათვალისწინებული ღონისძიებები დასახული მიზნების მიღწევის ოპტიმალური გზა?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**დანართი N2. ელექტრონული კომერციის რეფორმის საჯარო-კერძო
დიალოგზე წარმოდგენილი პრეზენტაცია**



რეფორმები

თითოეული რეფორმის კვალდაკვალი



- ელექტრონული კომერციის რეფორმის მიმდინარეობა - რეფორმის ინდიკატორები
- „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონის პროექტის ხარჯ-სარგებლიანობის ანალიზის მთავარი მიგნებები
- მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მიმართულებით განხორციელებული ცვლილებები
- საჯარო-კერძო დიალოგი და რეფორმის შეფასება დაინტერესებული მხარეების მხრიდან

პროექტის შესახებ



- რეფორმეტრის მიზანია შერჩეული ეკონომიკური რეფორმების პროგრესის ანალიზი, რეფორმით დაინტერესებულ მხარეებს შორის დიალოგის ხელშეწყობა და რეფორმის განმახორციელებელი სამთავრობო უწყებების მხარდაჭერა რეფორმის ცნობადობის და ეფექტიანობის ასამაღლებლად.
- რეფორმეტრის პირველი ფაზა: 2017-2019 წლები
- პროექტის ახალი ეტაპი: 2021-2024 წლები
- სამიზნე რეფორმები:
 - კაპიტალის ბაზრის განვითარების რეფორმა
 - საჯარო შესყიდვების რეფორმა
 - გადახდისუნარობის რეფორმა
 - წყლის რესურსების მართვის რეფორმა
 - ელექტრონული კომერციის რეფორმა
 - ტურიზმის რეფორმა
 - რეგულირების ზეგავლენის შეფასების (RIA) ინსტიტუციონალიზაციის რეფორმა
 - სახელმწიფო საწარმოების რეფორმა

პროექტის მეთოდოლოგია



1. **სამთავრობო კვლევა** - რეფორმის დანერგვაში ჩართული უწყებების მიერ რეფორმის პროგრესის შეფასება;
2. **დაინტერესებულ მხარეთა გამოკითხვა** - კერძო, საჯარო და სამოქალაქო საზოგადოების მნიშვნელოვან დაინტერესებულ პირთა მიერ რეფორმის და მისი პროგრესის შეფასება;
3. **ეკონომიკური ინდიკატორები** - პროექტის გუნდის მიერ იდენტიფიცირებული ინდიკატორები რეფორმის მიმდინარეობასა და მიღებულ შედეგებზე დასაკვირვებლად



ელექტრონული კომერციის რეფორმის მიზანი

ელექტრონული კომერციის ეკოსისტემის გაუმჯობესება და საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ზრდა

ელექტრონული კომერციის და ელექტრონული ტრანზაქციების მიმართ ნდობის გაზრდა

ელექტრონულ კომერციაში მომხმარებლის უფლებების მაღალი სტანდარტების დანერგვა

რეფორმის განმახორციელებელი სახელმწიფო უწყებები



ელექტრონული კომერციის რეფორმა - დაგეგმილი აქტივობები



- მუალედური მომსახურების პროვაიდერების (ISP) საქმიანობის რეგულირება
- ელექტრონული კომერციის პროცესში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უზრუნველყოფა
- პერსონალურ მონაცემთა დაცვის უზრუნველყოფა
- საგადახდო სისტემასა და საგადახდო მომსახურებასთან დაკავშირებული ცვლილებები
- არალეგალური კონტენტის აღებასთან დაკავშირებული ცვლილებები საავტორო და მომიჯნავე უფლებების მიმართულებით

ელექტრონული კომერციის რეფორმის პროგრესის შეფასება



საკანონმდებლო ჩარჩო

მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩოს მიღება

საგადახდო სისტემისა და საგადახდო მომსახურების შესახებ კანონში ცვლილება

ელექტრონული კომერციის შესახებ კანონის მიღება

ელექტრონული კომერციის საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის მიღება

პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ კანონში ცვლილება

საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონში ცვლილება



განხორცილებული

მიმდინარე

დაგეგმილი



USAID
ამერიკელი ხალხისგან

ISET POLICY INSTITUTE
International school of economics at TSU

ელექტრონული კომერციის რეფორმის პროგრესის შეფასება



ინფრასტრუქტურა
და ბიუჯეტი

ბიუჯეტიდან გამოყოფილი თანხა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის დეპარტამენტის საქმიანობისთვის

კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს ბიუჯეტი ახალი ფუნქციების უზრუნველსაყოფად

ინსტიტუციური
მოწყობა

კონკურენციის სააგენტოს მომხმარებელთა უფლებების დაცვაზე პასუხისმგებელი ახალი სტრუქტურული ერთეული

კონკურენციის სააგენტოს ახალი უფლებამოსილება ელექტრონული კომერციის სფეროში მომხმარებელთა დაცვის საკითხების მოწესრიგება

საქართველოს ეროვნულ ბანკთან არსებული დამოუკიდებელი კოლეგიური ორგანოს - დავების განმხილველი კომისიის შექმნა
2023 წლის 1 აგვისტო

კომპეტენციის
გაძლიერება

ახალი რეგულაციებით გათვალისწინებული უფლებამოსილების შესრულებისთვის შესაბამისი კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება

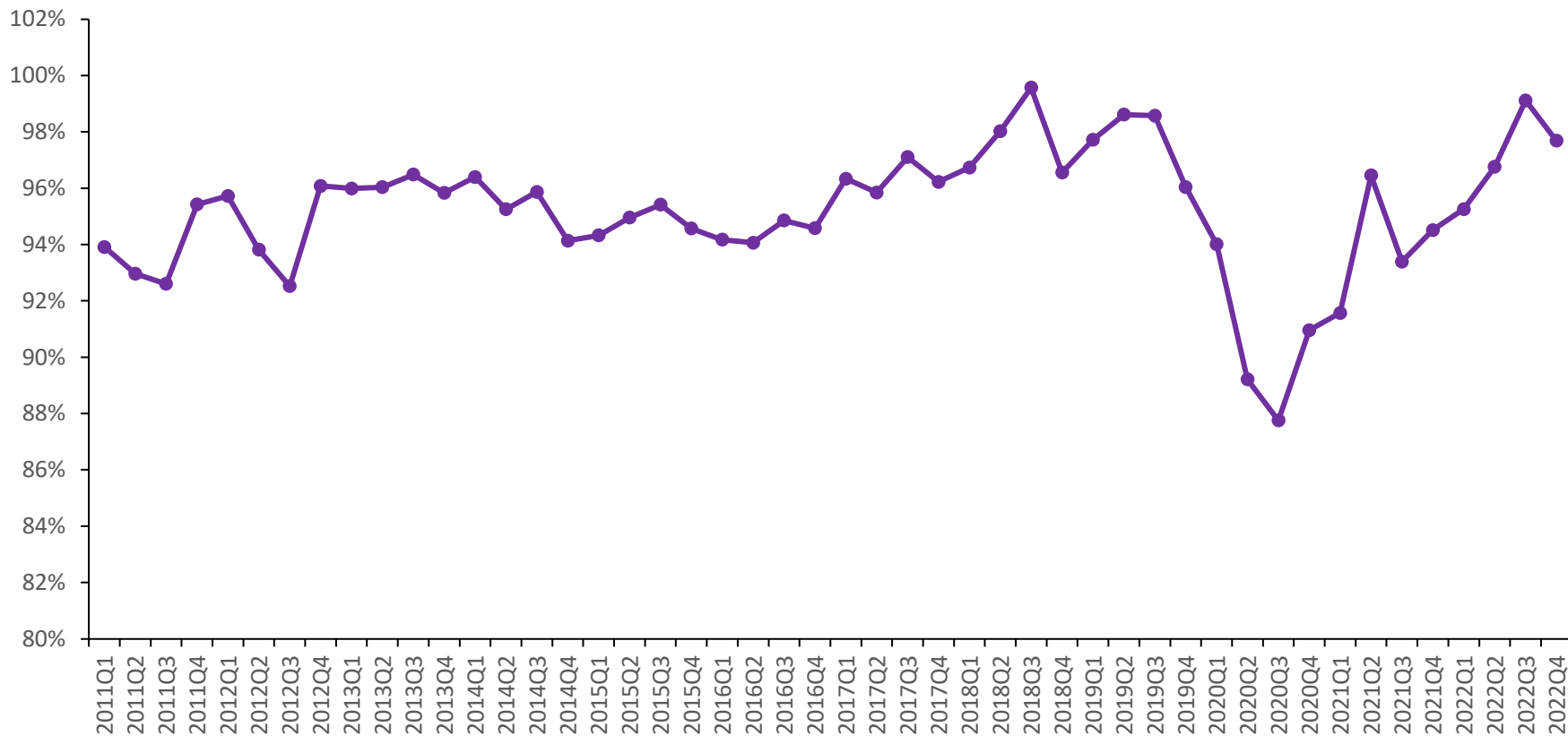
განხორცილებული

დაგეგმილი



რეფორმის შეფასების ინდიკატორები

G-EPI - ეკონომიკური მდგომარეობის ინდექსი

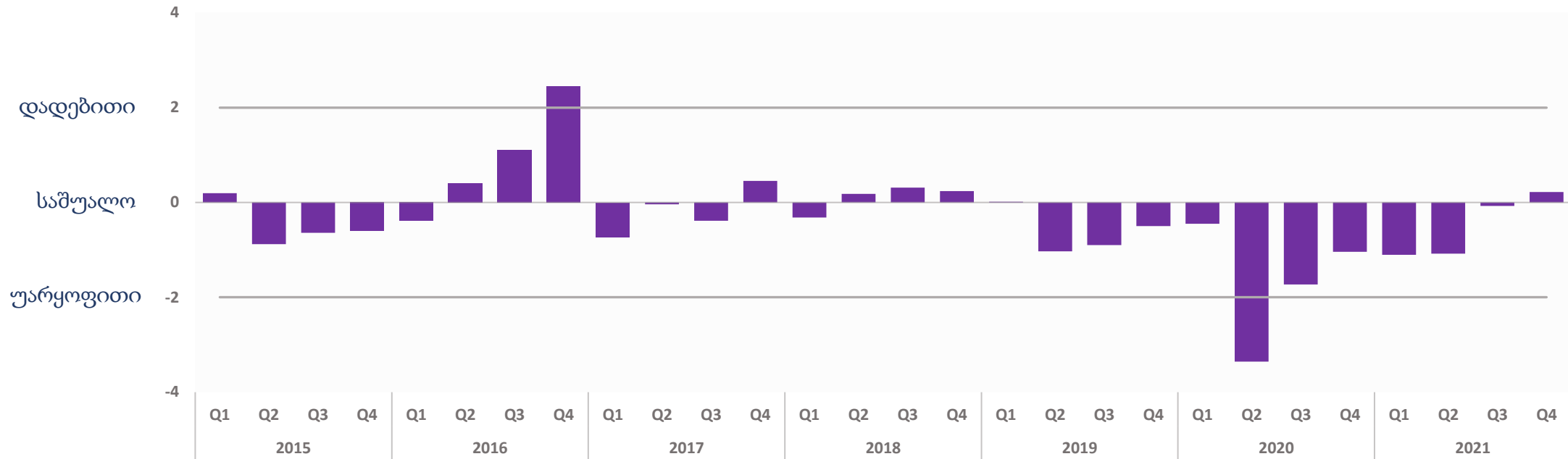


ინდექსი მოიცავს 5 კომპონენტს:

- რეალური მშპ-ს ზრდა (%)
- ინფლაცია (%)
- ექსპორტის ფარდობა მშპ-სთან (%)
- მიმდინარე ანგარიშის დეფიციტის ფარდობა მშპ-სთან (%)
- ბიუჯეტის დეფიციტის ფარდობა მშპ-სთან (%)

წყარო: ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი

G-ESI - ეკონომიკისადმი განწყობის ინდექსი



ინდექსი აერთიანებს ორ დამოუკიდებელ გამოკითხვას:

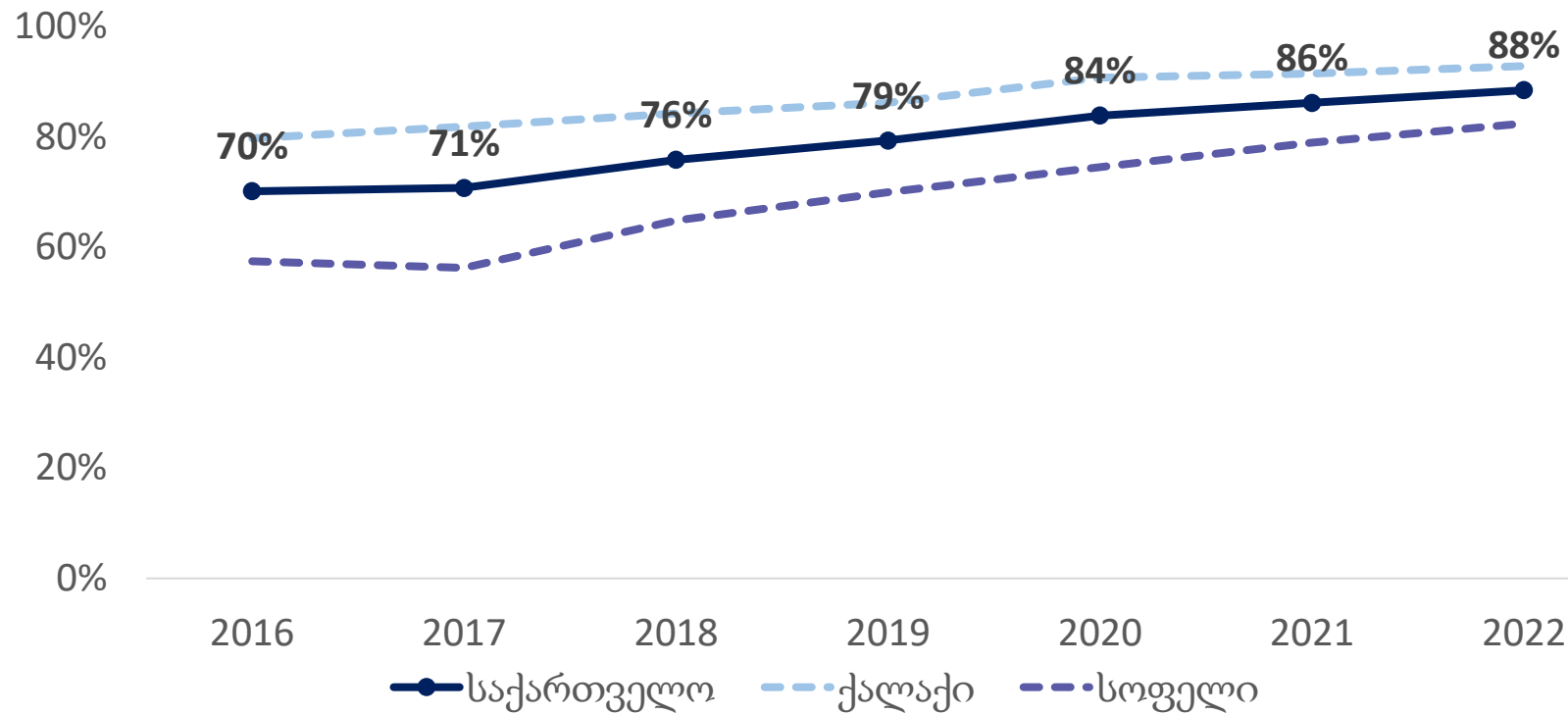
- მომხმარებელთა განწყობის ინდექსი (CCI)
- ბიზნესის განწყობის ინდექსი (BCI)

წყარო: ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი



ელექტრონულ კომერციასთან დაკავშირებული ზოგადი ინდიკატორები

ინტერნეტით უზრუნველყოფილი შინამეურნეობები

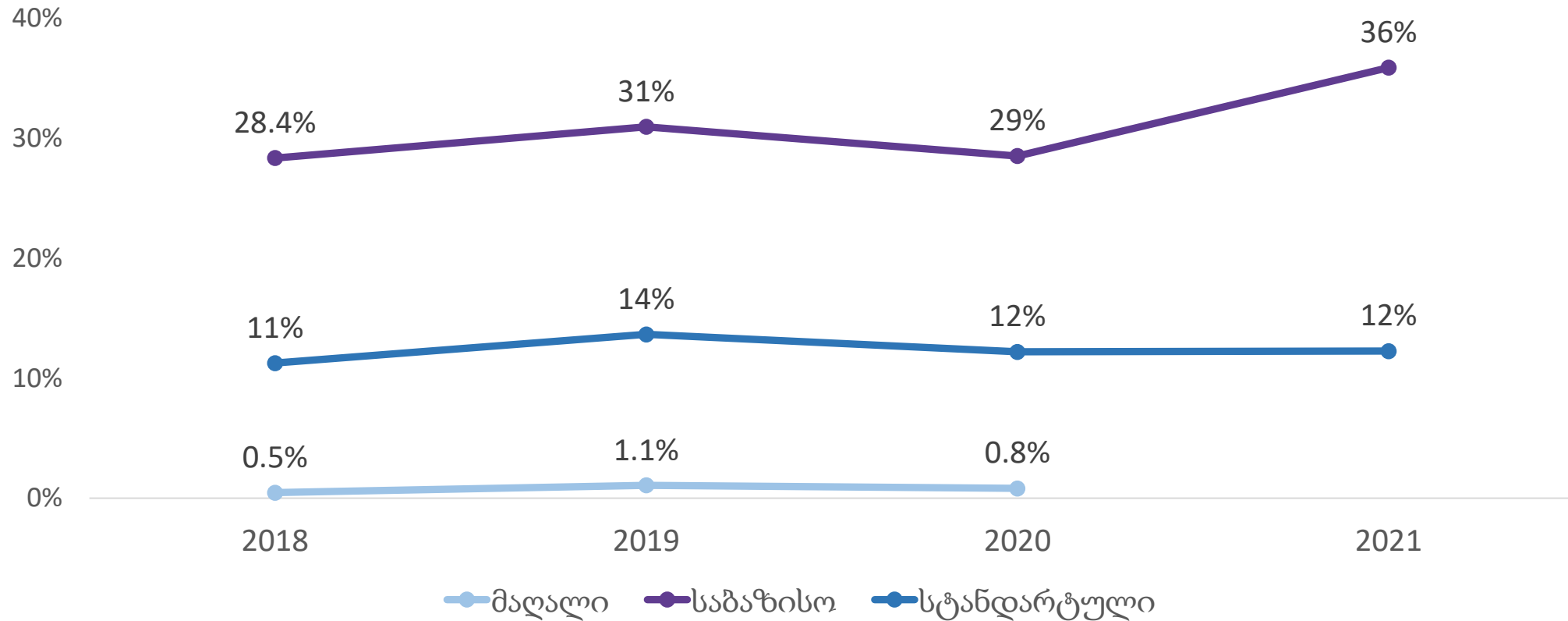


- 2022 წლისთვის მსოფლიოში ინტერნეტით უზრუნველყოფილი მოსახლეობის წილი 66%-ა.

წყარო: International Telecommunication Union

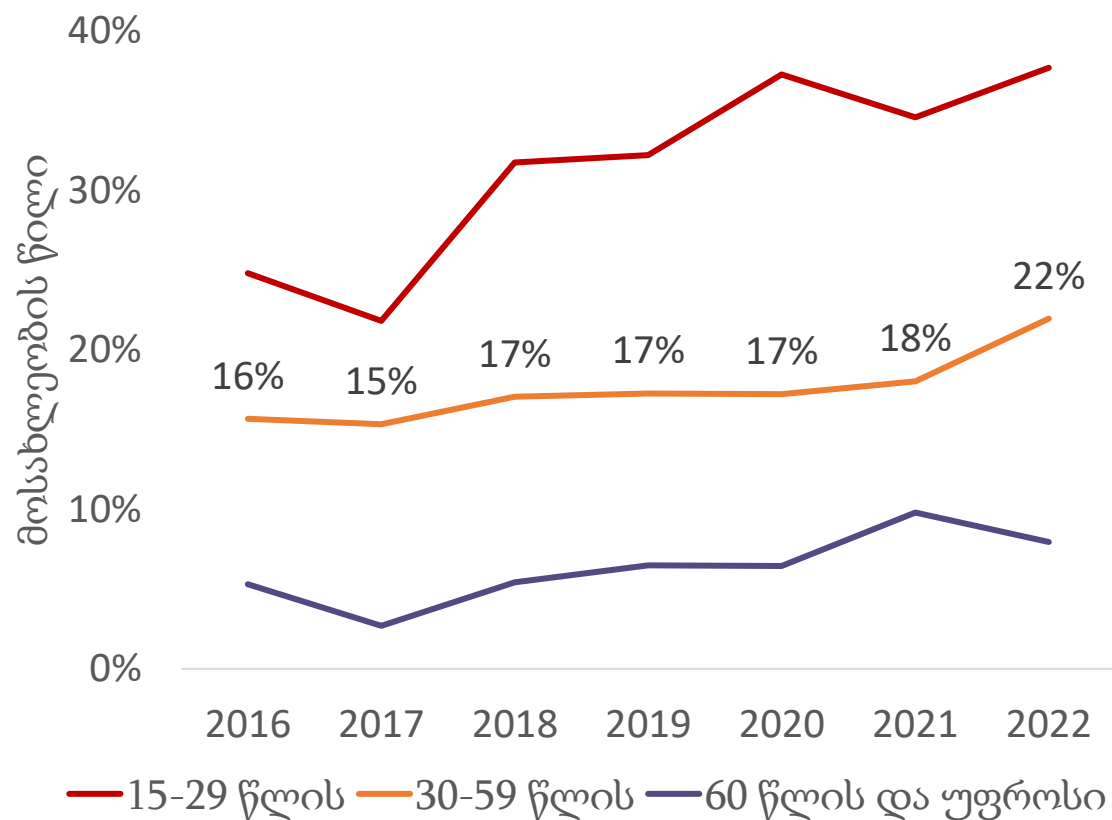
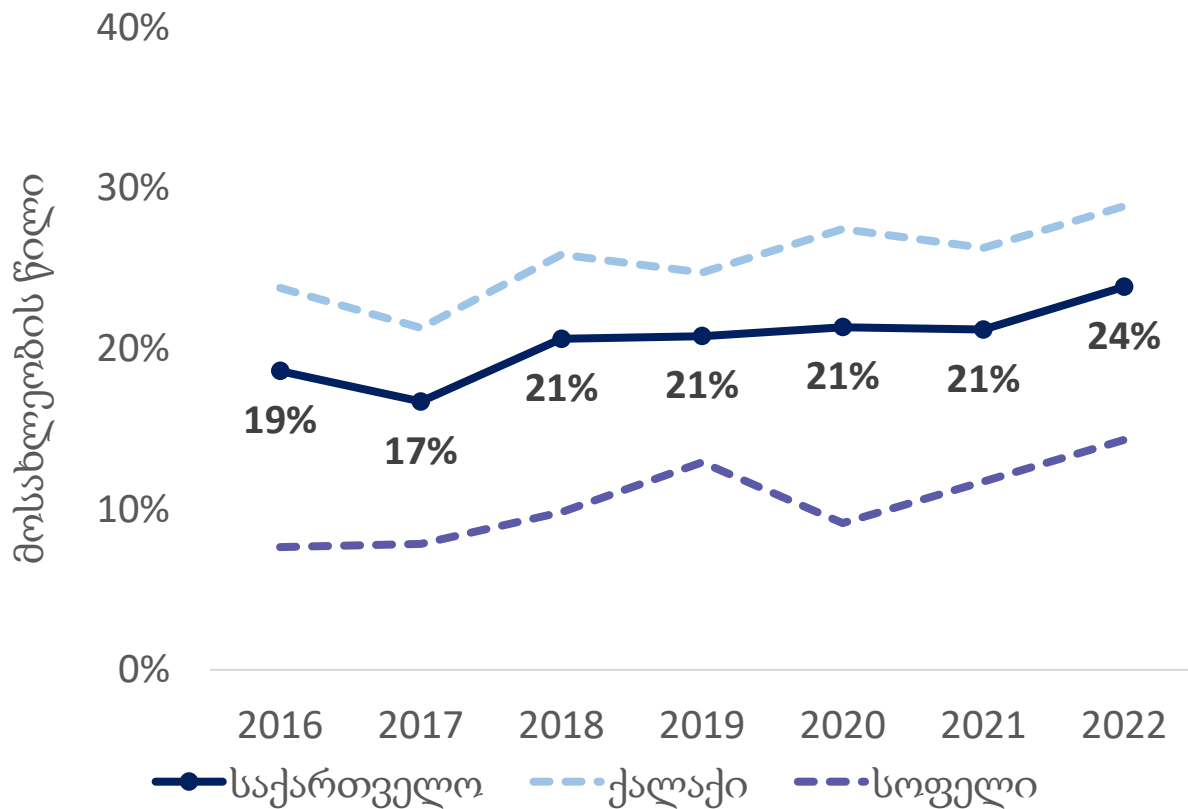
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მოსახლეობა ICT უნარების მიხედვით



წყარო: საერთაშორისო ტელეკომუნიკაციების კავშირი

საქონლისა და მომსახურების შეძენა ან შეკვეთა ინტერნეტით



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

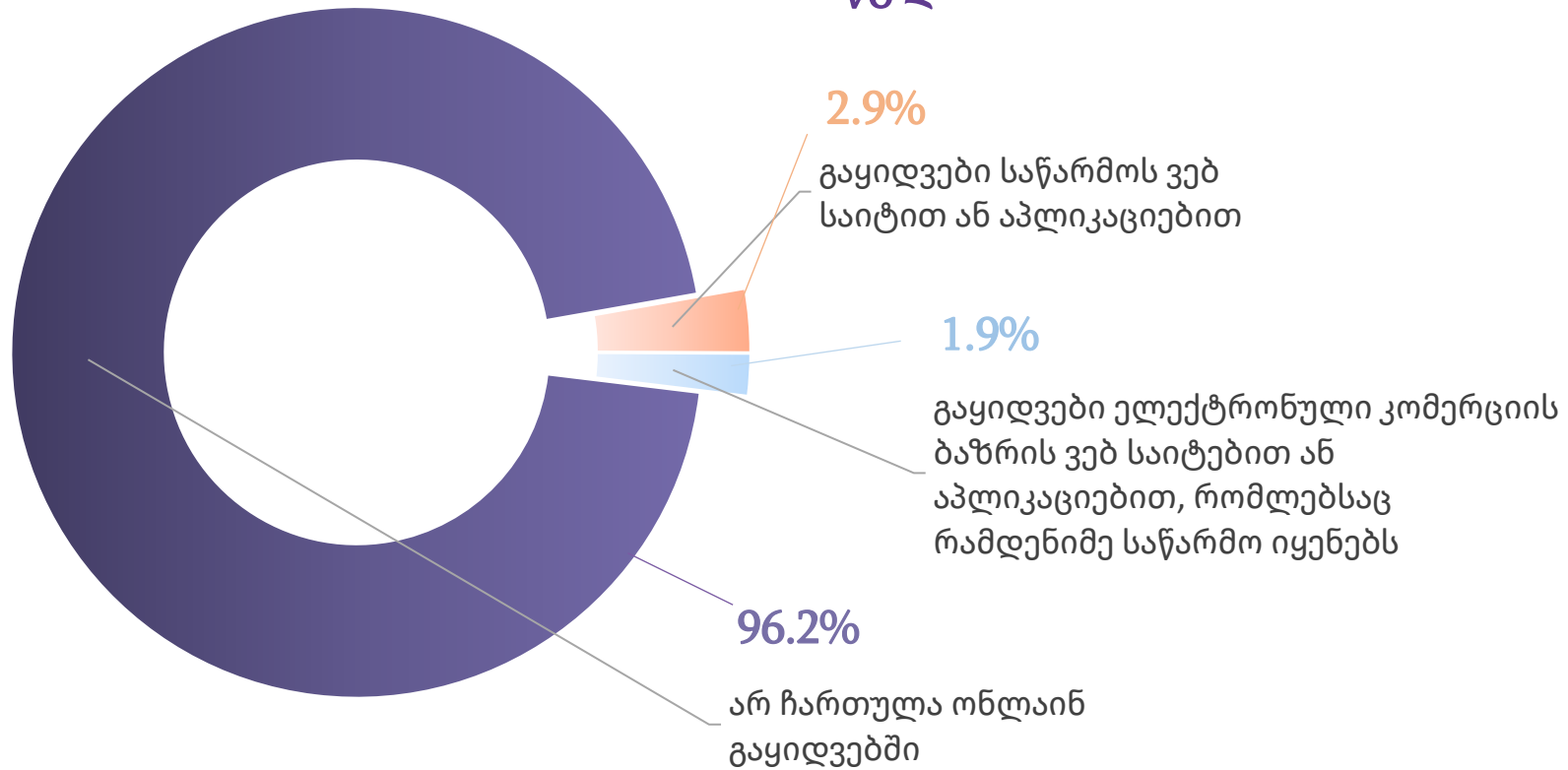


რეფორმასთან დაკავშირებული ინდიკატორები

საწარმოთა წილი, რომლებიც ეწეოდნენ საქონლის/მომსახურების ვებ გაყიდვებს

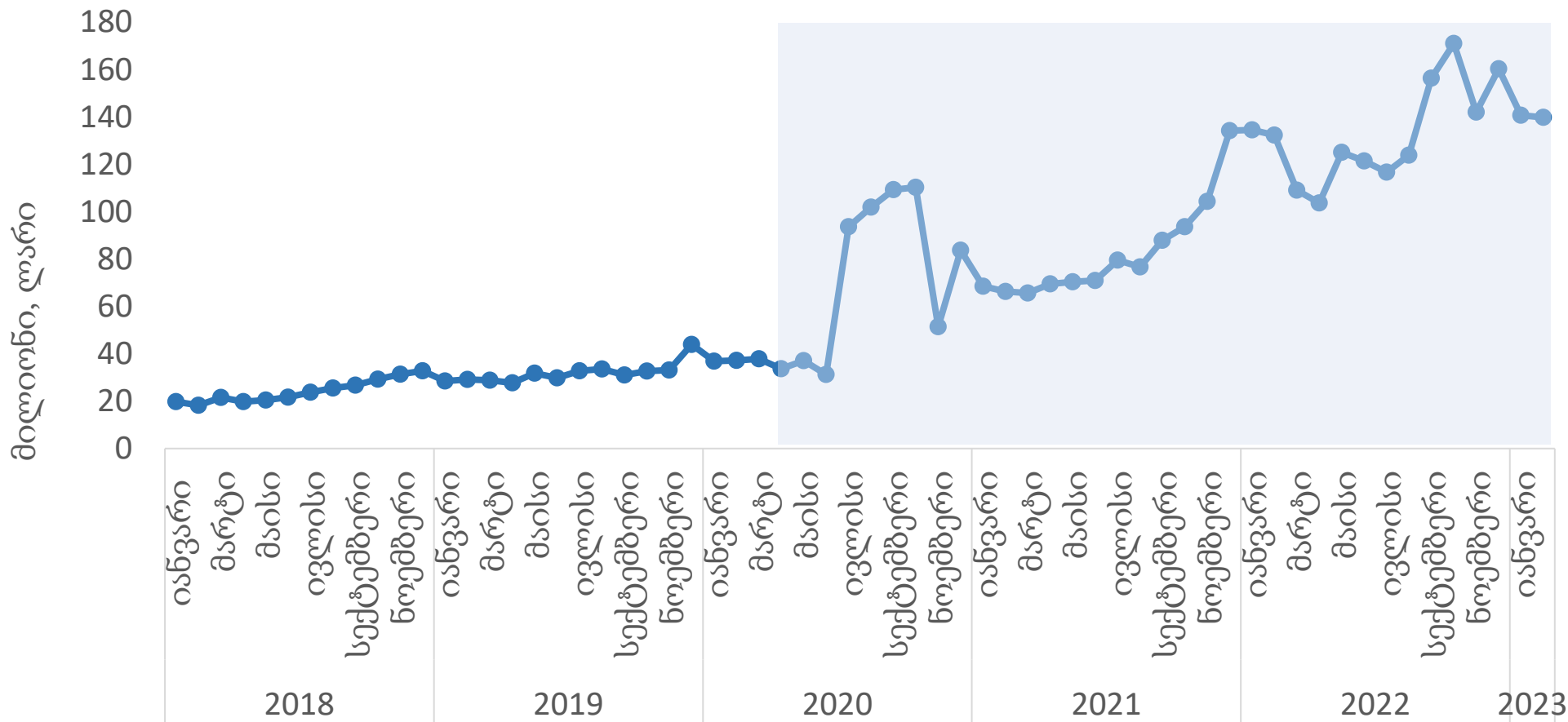


2022 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია

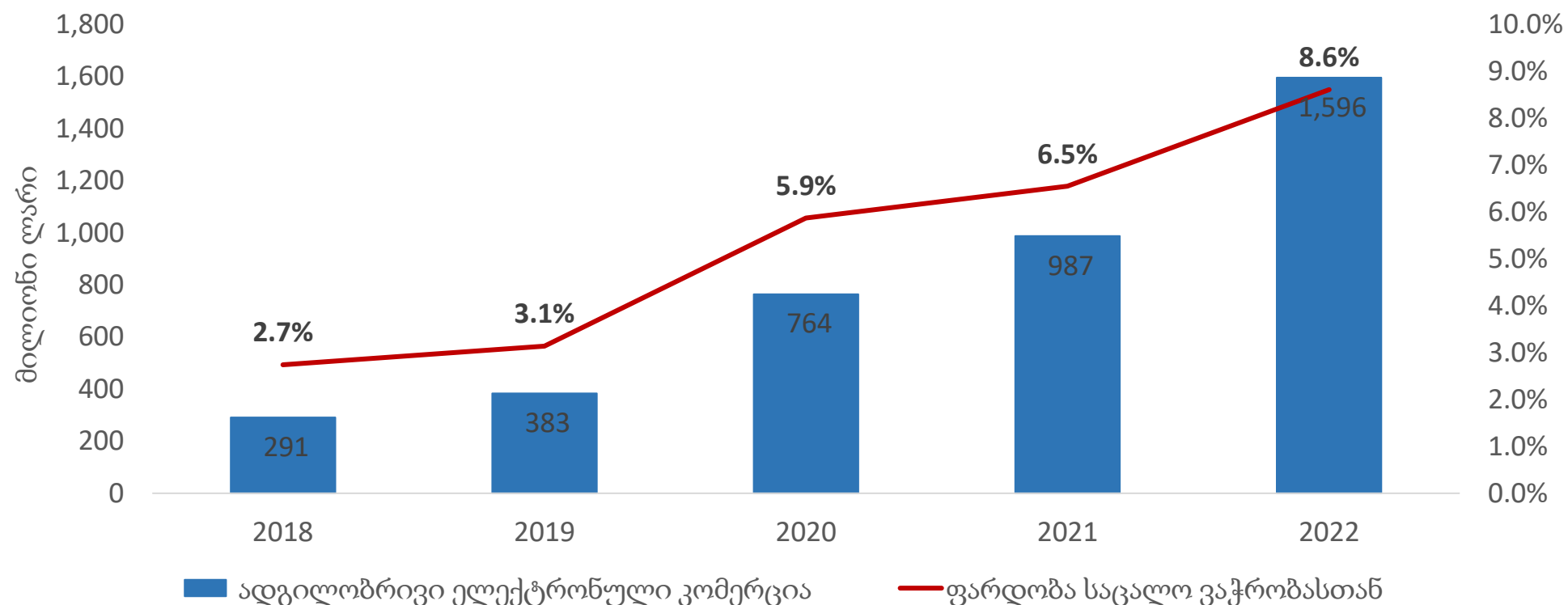


ადგილობრივი ელექტრონული კომერცია მოიცავს (ქართული და უცხოური ბარათებით) ელექტრონული კომერცის ტერმინალებით შესრულებულ ოპერაციებს ყველა სავაჭრო-მომსახურების ობიექტში, გარდა:

- აზარტული თამაშების და
- სახელმწიფო დაწესებულებებში გადახდებისა

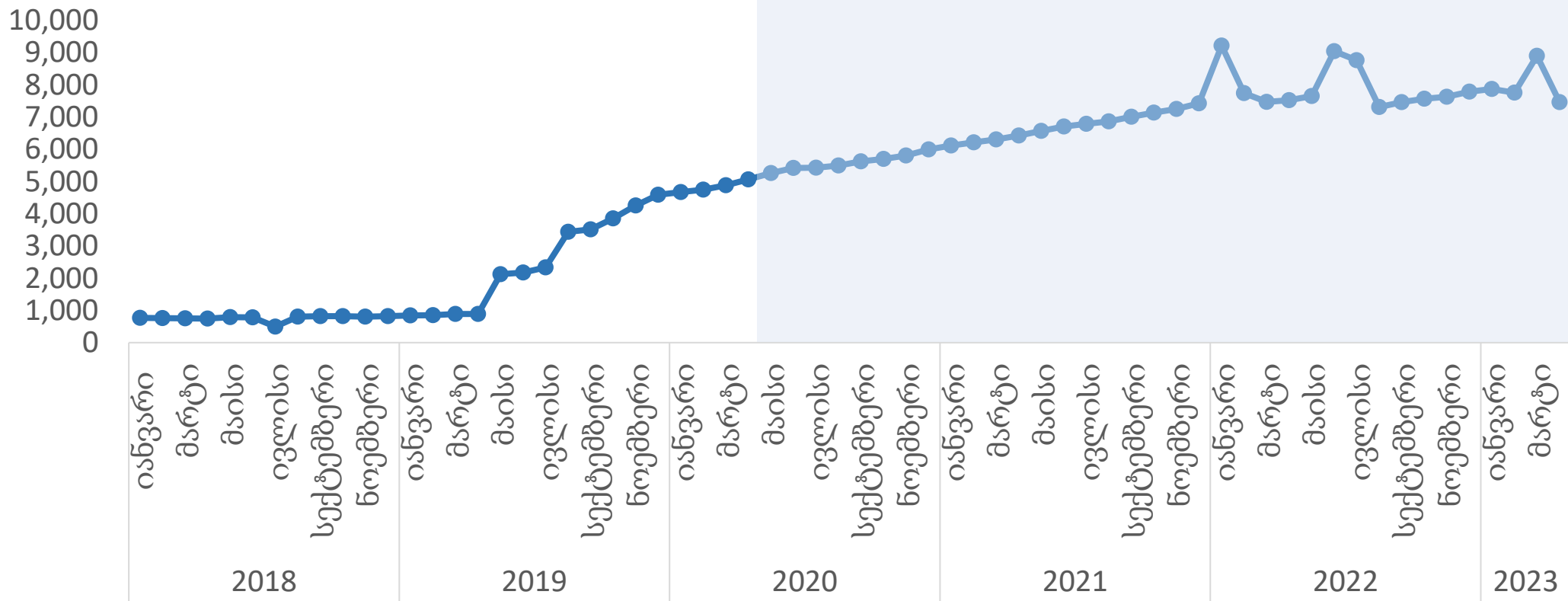
წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა საცალო ვაჭრობაში



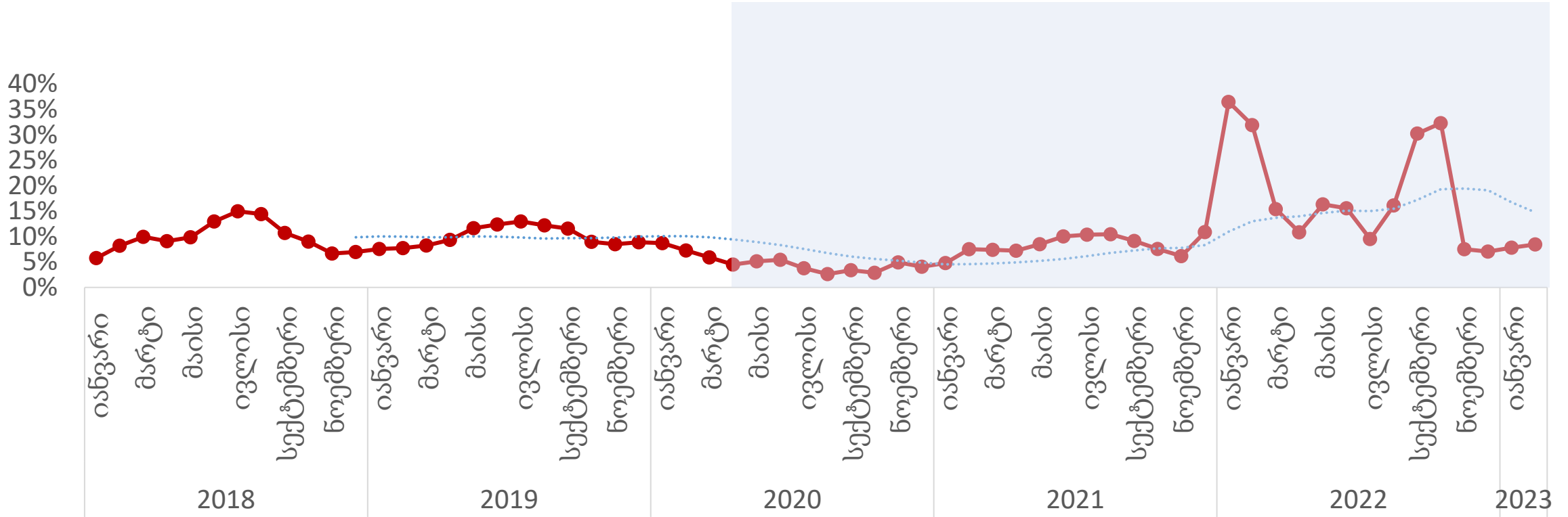
წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ელექტრონული კომერციის ტერმინალების რაოდენობა



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

უცხოური ბარათებით გადახდების წილი ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციაში

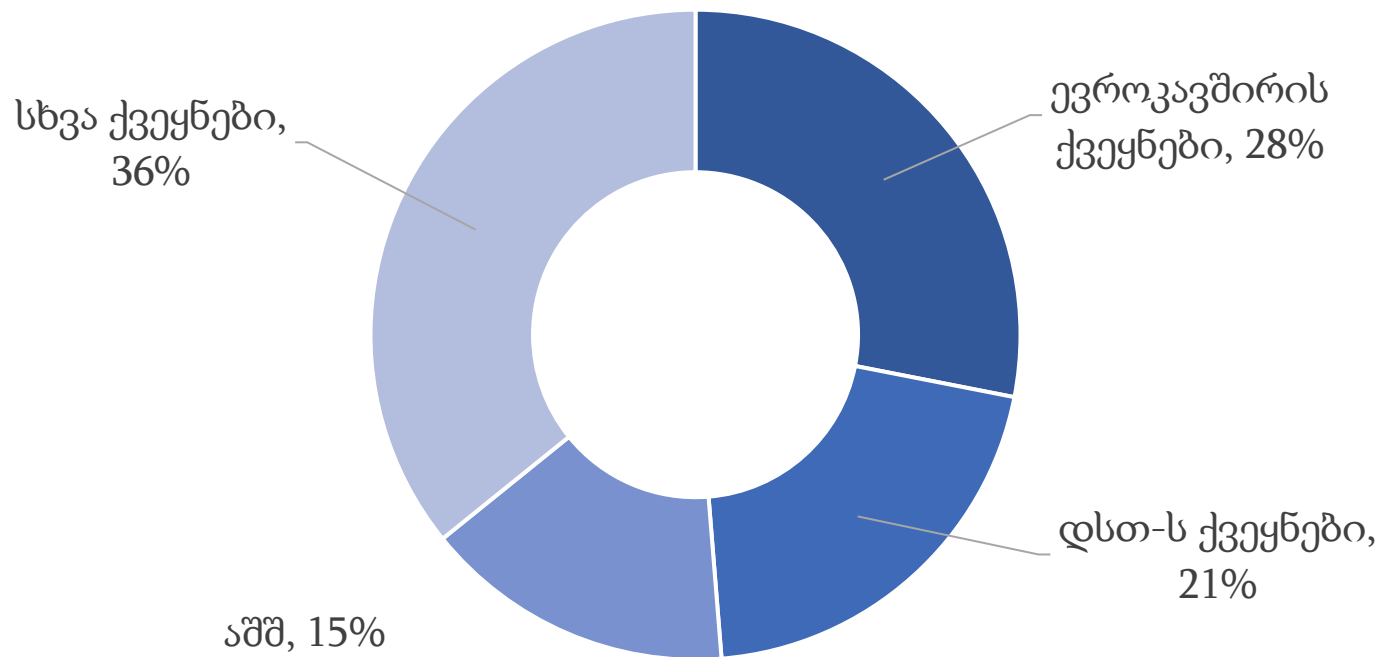


შენიშვნა: ელექტრონული კომერცია მოიცავს გადახდებს ყველა სავაჭრო-მომსახურების ობიექტში, გარდა აზარტულ თამაშებზე გადახდებისა
წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

ქვეყნის გარეთ ვებ-გაყიდვების ღირებულების პროცენტული განაწილება

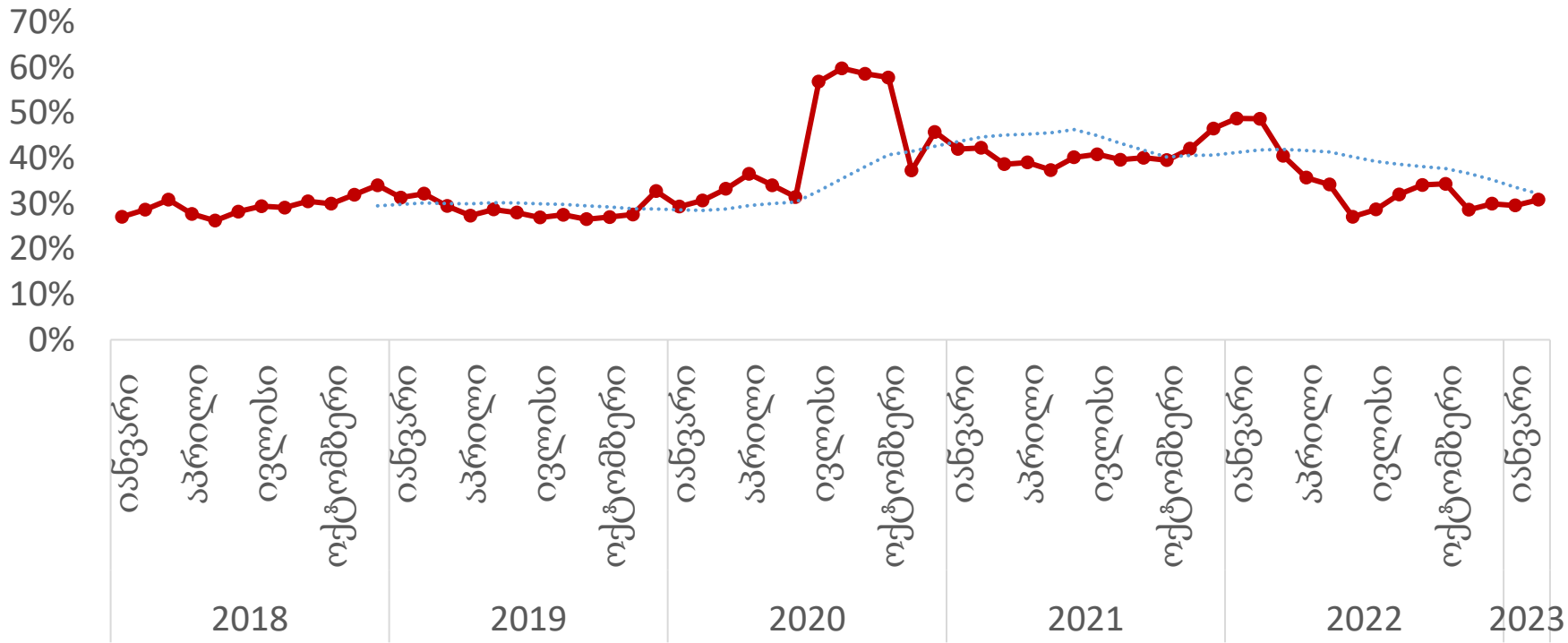


2022 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ადგილობრივი ელექტრონული კომერციის ფარდობა ჯამურ ელექტრონულ კომერციასთან



ჯამური ელექტრონული კომერცია მოიცავს ადგილობრივ ელექტრონულ კომერციას და ქართული ბარათებით ქვეყნის გარეთ განხორციელებულ ელექტრონული კომერციის ოპერაციებს.

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

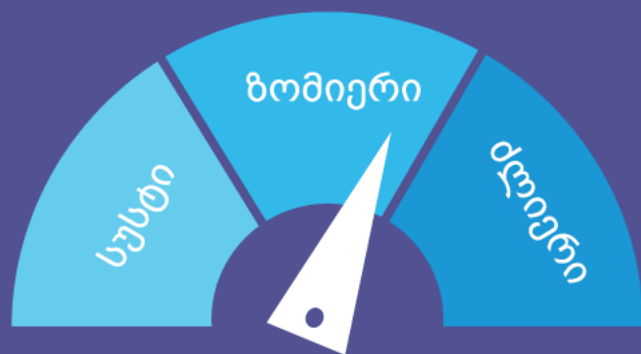


გმადლობთ



USAID
ამერიკელი ხალხისგან

ISET POLICY
INSTITUTE
International school of economics at TSU



რეფორმები

თითოეული რეფორმის კვალდაკვალი



USAID ეკონომიკური მმართველობის პროგრამა

ელექტრონული კომერციის შესახებ
კანონის ხარჯთსარგებლიანობის
ანალიზი

შედეგების პრეზენტაცია

ხარჯ-სარგებლიანობის ანალიზის მიზნები

CBA-ის საბოლოო მიზანი:

- პოლიტიკის შემქმნელების აღჭურვა მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ინფორმაციით, პოლიტიკისა და რეგულაციების დაგეგმილი ცვლილებების მოსალოდნელი ზემოქმედების შესახებ, რაც ხელს შეუწყობს პოლიტიკის სხვადასხვა სფეროში ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მიღებას.
- კანონპროექტის მიღებასა და დანერგვასთან დაკავშირებული ხარჯებისა და სარგებლის შეფასება
- კანონპროექტის გავლენის ანალიზი სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებზე:
 - კერძო სექტორზე: ასოციაციები, მოვაჭრეები, შუალედური სერვისების მიმწოდებლები
 - სახელმწიფო სექტორზე: ეკონომიკის სამინისტრო, კონკურენციის სააგენტო, კომუნიკაციის მარეგულირებელი კომისია
 - მომხმარებლებზე: ელ-კომერციაში ჩართულ მოვაჭრეებზე, რომლებიც სერვისისა და მომსახურების შესყიდვას ელექტრონულად ახორციელებენ

✓ **ხარჯ-სარგებლიანობის ანალიზის მიდგომა:**

ეფუძნება მონაწილეობით მიდგომას, და შეიქმნა ეკონომიკური მმართველობის პროგრამის გუნდთან, სახელმწიფო უწყებებთან და ინდუსტრიის შესაბამის აქტორებთან მჭიდრო კომუნიკაციის საფუძველზე.

კანონპროექტის მიმოხილვა

მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების

ვალდებულება

- პიროვნების/კომპანიის სავაჭრო დასახელება და მომსახურების მიმწოდებლის იურიდიული ფორმა;
- ფიზიკური და ელექტრონული ფოსტის მისამართი;
- შესაბამისი საიდენტიფიკაციო ნომერი/პირადი ნომერი;
- ლიცენზიისა და ნებართვის ნომერი;
- რეგისტრაციის დოკუმენტი რომელზეც დატანილი იქნება მოქმედების ვადა და გამცემი ორგანოს დასახელება.

მომსახურების საფასურის შესახებ ინფორმაციის

მიწოდების ვალდებულება

- მომსახურების ღირებულება უნდა იყოს მითითებული გარკვევით და ამომწურავად და მოიცავდეს დეტალურ ინფორმაციას ყველა ხარჯის, მათ შორის დამატებითი ღირებულების, საშემოსავლო და სხვა გადასახადების შესახებ.

კომერციულ შეტყობინებასთან დაკავშირებული საკითხები

- კომერციული შეტყობინება და მისი გამგზავნი პირი უნდა იყოს იდენტიფიცირებადი
- თუ კომერციული შეტყობინებები ეხება რაიმე სპეციალურ აქციას ან შეთავაზებას მისი სარგებლობის პირობები მომხმარებლისთვის უნდა იყოს ნათელი და ადვილად ხელმისაწვდომი.
- გათამაშებასთან დაკავშირებით კომერციული შეტყობინებები და მონაწილეობის პირობები ასევე უნდა იყოს ადვილად ხელმისაწვდომი და ნათლად ახსნილი ადრესატისთვის.

მონიტორინგის ვალდებულების არარსებობა

- შუალედური მომსახურების მიმწოდებელი თავისუფალია ინფორმაციის დამუშავებისა ზოგადი მონიტორინგის ვალდებულებისგან და მათ განთავსებულ ინფორმაციაზე პასუხისმგებლობა მხოლოდ იმ შემთხვევაში უკისრებათ თუ ფლობენ ინფორმაციას არალეგალური კონტენტის ან დარღვევის ფაქტის შესახებ.

კანონპროექტის გავლენები დაინტერესებულ მხარეებზე

კონკურენციის სააგენტო

- პასუხისმგებელია კანონპროექტით განსაზღვრული ვალდებულებების აღსრულების ძირითად ნაწილზე
- კანონი ამარტივებს სააგენტოს ძალისხმევას ელექტრონულ კომერციასთან დაკავშირებულ მომხმარებელთა საქმეების აღსრულებაში.
- ელექტრონული კომერციის შესახებ კანონპროექტში მკაფიოდ არის განსაზღვრული მხარეთა უფლებამოსილებები, რაც ნაკლებ ინტერპრეტაციის ადგილს ტოვებს სხვადასხვა სახის დარღვევებზე დაწესებული ჯარიმების განსაზღვრისთვის.

საქპატენტი

- საქპატენტი განსაზღვრავს ინტელექტუალური საკუთრების პოლიტიკას.
- ელექტრონული კომერციის კანონის შემოღების შემდეგ საქპატენტმა უნდა უზრუნველყოს მის სფეროსთან დაკავშირებული მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზის შესაბამისობაში მოყვანა.
- საქპატენტმა უკვე მოამზადა „საავტორო და მომიჯნავე უფლებათა შესახებ“ კანონში ცვლილებების პირველი პროექტი, რომელიც შესაბამისობაშია ევროკავშირის ელექტრონული კომერციის შესახებ 2000/31/EC დირექტივის მოთხოვნებთან
 - ცვლილებების პროექტი განსაზღვრავს ISP-ების პასუხისმგებლობის გათავისუფლების პირობებს ინტერნეტში უფლებების დარღვევის შემთხვევაში
 - ითვალისწინებს საავტორო უფლებების მფლობელებისთვის უფლებების დაცვის ეფექტური მექანიზმების დანერგვას.

კანონპროექტის გავლენა დაინტერესებულ მხარეებზე

მომხმარებლები

- კანონი პირდაპირ გავლენას ახდენს მომხმარებლებზე, რამდენადაც სთავაზობს მათი უფლებების დაცვის უფრო ქმედით და მკაფიო გარანტიებს

შუალედური სერვისების მიმწოდებლები

- კანონი პირდაპირ გავლენას მოახდენს შუალედური მომსახურების მიმწოდებლებზე (ISP).
- კანონის მიღების შემდეგ, შუალედური მომსახურების მიმწოდებლებს (გატარება, ქეშირება, ჰოსტინგი) აღარ მოუწევთ ინფორმაციის შინაარსის შემოწმება და კონტროლი. მათი ჩართულობა საჭირო ხდება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა მიიღებენ გაფრთხილებას კანონდარღვევის სავარაუდო ფაქტის შესახებ.
- ამ ეტაპისთვის, მაშინაც კი, თუ კი შუალედური მომსახურების მიმწოდებელ კომპანიებს, კანონი დაავალდებულებთ არალეგალურ მასალაზე წვდომის გაუქმებას, ზოგიერთს არ აქვს შესაბამისი ტექნიკური საშუალებები და ცოდნა, რომ შეძლოს სერვერიდან მხოლოდ კონკრეტული შინაარსის მასალის ჩამოხსნა.

ბიზნეს ასოციაციები

- კანონპროექტის გავლენას არ მოახდენს ასოციაციების საქმიანობაზე
- შეუძლიათ შეასრულონ მნიშვნელოვანი როლი კანონპროექტის აღსრულების პროცესში წევრების ინფორმირებისა და მათთვის საკონსულტაციო დახმარების გაწევით

ონლაინ მოვაჭრეები

- კანონპროექტი ნაკლებად მოახდენს ზემოქმედებას ელ-კომერციაში ჩართულ მოვაჭრეებზე, რადგან მომხმარებელთა უფლებების ნაწილი უკვე დარეგულირდა „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონით, რაც ასევე ვრცელდება ელ-კომერციაზე.
- სექტორის წარმომადგენლებთან ინტერვიუებმა ცხადყო, რომ ელექტრონული კომერციის კანონი მათთვის არა ტვირთი, არამედ დამატებითი საშუალებაა, რომელიც სექტორის განვითარების საშუალებას იძლევა.

ძირითადი ხარჯი და სარგებელი

შეზღუდვები და გამოწვევები

- ელექტრონული კომერციის შესახებ მონაცემების ნაკლებობის გამო, გარკვეული ინდიკატორების შეფასება მოხდა საერთაშორისო გამოცდილების ანალიზსა და დაშვებებზე დაყრდნობით

	საჯარო სექტორი	კერძო სექტორი
ხარჯი	კანონპროექტის დანერგვასა და აღსრულებასთან დაკავშირებული ხარჯი	კანონპროექტის მოთხოვნებთან შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად გაწეული ხარჯები
სარგებელი	სექტორის განვითარების შედეგად საგადასახადო შემოსავლების ზრდა ბიუჯეტში;	სექტორის განვითარების შედეგად შემოსავლების მოსალოდნელი ზრდა

მოდელში გამოყენებული ცვლადები

ძირითადი დამკვებები

ინდიკატორი	მნიშვნელობა
დისკონტის განაკვეთი	6.77%
მეფასების პერიოდი	10 წელი
ადმინისტრაციული ხარჯები/ სამუშაოს დატვირთულობა/ სახელფასო ფონდი	კონკურენციის სააგენტოს მიერ მოწოდებული ინფორმაცია
ჯარიმები	კონკურენციის სააგენტოს მიერ მოწოდებული ინფორმაცია
ბიზნესების რაოდენობა რომელიც ჩართულნი არიან ელ. ვაჭრობაში	1200 (GEOSTAT)
ელექტრონული კომერციის მოცულობა	STATISTA სექტორული კვლევა
წლიური ხელფასი სექტორში	საშუალო წლიური ხელფასი ვაჭრობის სექტორში (GEOSTAT)
ხელფასების ზრდის ტემპი სექტორში	7.3% (2015-2021 წლის მონაცემები, GEOSTAT)
დამატებითი ღირებულების წილი	67% (ვაჭრობის სტატისტიკიდან მიღებული პროქსი)
შუალედური მოხმარების წილი	33% (ვაჭრობის სტატისტიკიდან მიღებული პროქსი)
მომხმარებელთა ნდობის ზრდით გამოწვეული შემოსავლის ზრდა	13%

შედეგების შეჯამება

- ჯამში როგორც კერძო, ასევე საჯარო სექტორისთვის კანონის დანერგვას აქვს დადებითი გავლენა.
- 10 წლიანი პერიოდისთვის, კანონის მოსალოდნელი **წმინდა სარგებელი შეადგენს 783 მილიონ ლარს** (NPV).
- **სარგებლისა და ხარჯის თანაფარდობა შეადგენს 1.53 ლარს**, რაც ნიშნავს რომ 1 დახარჯული ლარი მოიტანს 1.53 ლარს სარგებელს.
- **საჯარო სექტორის მიერ მიღებული სარგებლის NPV 10 წლიან პერიოდში 562.6 მილიონ ლარს** შეადგენს
- **კერძო სექტორისთვის NPV 218 მილიონ ლარს**.
- სახელმწიფოსთვის მოსალოდნელია მნიშვნელოვანი **შემოსავლები გადასახადებიდან** (დამატებული ღირებულების და საშემოსავლო გადასახადები) **18 მლნ ლარის პირველი წლისთვის და 816,2 მლნ ლარი** ნომინალური ღირებულებით ათი წლის განმავლობაში.
- **მაკროეკონომიკური ეფექტი** მშპ-ს ზრდისა და შინამეურნეობების მოხმარების ზრდის მაჩვენებელზე.
 - ✓ **დადებითი გავლენა შინამეურნეობების მოხმარებაზე**, ევროკავშირის გამოცდილების გამოცდილების შემთხვევაში, საშუალოდ 127,3 მლნ ლარით (ევროკავშირის ზრდის საშუალო ტემპი) განისაზღვროს, ხოლო მინიმუმ 29,7 მლნ მაქსიმუმ 238 მლნ ლარი.
 - ✓ ელ-კომერციაში მეტი ადამიანის ჩართვის ხარჯზე მოსალოდნელია ამ სექტორში მომუშავე ადამიანების **დასაქმების მაჩვენებლის ზრდა**.

ხარჯი და სარგებელი საჯარო სექტორისთვის

ინდიკატორი	ღირებულება
დისკონტირებული ხარჯი (GEL)	274,293
დისკონტირებული სარგებელი(GEL)	562,852,838
NPV (GEL)	562,578,546
B/c ratio (GEL)	2,277

* 10-წლიან პერიოდში, 6.77% დისკონტირებული განაკვეთით

ხარჯი და სარგებელი საჯარო სექტორისთვის

ხარჯი	GEL	სარგებელი	GEL
კანონის დანერგვის ერთჯერადი ხარჯი	14,200	ჯარიმებიდან მიღებული შემოსავლები	360,000
		დღგ-დან მიღებული შემოსავალი	590,916,819
აღსრულების ხარჯი	344,492	საშემოსავლო გადასახადის ზრდა	225,309,032
		ადმინისტრაციული პროცედურების გამარტივებით მიღებული სარგებელი	48,000
ხარჯები სულ (მიმდინარე ღირებულებით)	358,692	ჯამური სარგებელი (მიმდინარე ღირებულებით)	816,633,851
ხარჯები დისკონტირებული	274,293	სარგებელი (დისკონტირებული)	562,852,838
წმინდა სარგებელი	562,578,546		

ხარჯი და სარგებელი კერძო სექტორისთვის

ინდიკატორი	შეფასება
დისკონტირებული ხარჯი(GEL)	2,056,150,043
დისკონტირებული სარგებელი(GEL)	2,274,113,984
NPV (GEL)	217,963,941
B/c ratio (GEL)	1.1

* 10 წლიან პერიოდში, 6.77% დისკონტის განაკვეთი

კერძო სექტორის ხარჯი და სარგებელი

ხარჯი	GEL	სარგებელი	GEL
აღსრულების ერთჯერადი ხარჯი	2,400,000	გაყიდვების ზრდიდან მიღებული დამატებითი შემოსავალი	3,282,871,214
გაყიდვების გაზრდასთან დაკავშირებული ხარჯი	2,392,840,709		
ჯარიმები	360,000		
გაყიდვების ზრდიდან დღგ-ს გადასახადი	590,916,819		
ჯამური ხარჯი(მიმდინარე ღირებულება)	2,986,517,527	ჯამური სარგებელი (მიმდინარე ღირებულება)	3,282,871,214
ხარჯი დისკონტირებული	2,056,150,043	სარგებელი (დისკონტირებული)	2,274,113,984
წმინდა სარგებელი	217,963,941		

სენსიტიურობის ანალიზი-შემოსავლების ზრდა

- ყველა განხილულ შემთხვევაში სარგებელი აჭარბებს ხარჯს
- კერძო სექტორისთვის უარყოფითი NPV მიიღება მხოლოდ იმ შემთხვევაში თუ მარეგულირებელ ჩარჩოსთან დაკავშირებული ელექტრონული კომერციის წილი 98.8%-ით ან მეტით შემცირდება. რაც ნაკლებად მოსალოდნელია, თუმცა ამ შემთხვევაშიც კი საჯარო სექტორისთვის და საერთო ჯამში ორივე სექტორისთვის საერთო NPV დადებითი იქნება.

	სცენარი (შემცირების ფაქტორი%)	1 st სცენარი(0%)	2 nd სცენარი (30%)	3 rd სცენარი (50%)	4 th სცენარი (80%)	5 th სცენარი (90%)	6 th სცენარი (98.8%)
შემოსავლების ზრდა		12.57%	8.80%	6.29%	2.51%	1.26%	1.2%
საჯარო	NPV	562,578,546	393,829,738	281,330,533	112,581,725	56,332,123	6,832,472
	B/C ratio	2,277	1,594	1,139	456	229	29
კერძო	NPV	217,963,941	151,772,900	107,645,540	41,454,500	19,390,820	(25,219)
	B/C ratio	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0
საჯარო და კერძო	NPV	782,989,257	548,049,409	391,422,844	156,482,996	78,169,713	9,254,024
	B/C ratio	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5

სენსიტიურობის ანალიზი-დასაქმება

- სენსიტიურობის ანალიზები ასევე მომზადდა დასაქმების ალტერნატიული დათვლის მეთოდის მიხედვით, რომლისთვისაც გამოყენებულ იქნა Botezatu, et.al-ის 2021 წლის კვლევის შედეგები, სადაც დადგინა, რომ ელექტრონულ კომერციაში ბრუნვის 1%-იანი ზრდა, დასაქმების მაჩვენებლის 0,205%-ით ზრდას განაპირობებს.
- შედეგად, კერძო სექტორის სარგებელი მნიშვნელოვნად იზრდება და **შეადგენს 896 მლნ ლარს (678 მლნ ლარის ზრდა)**;
- საჯარო სექტორისთვის სარგებელი კვლავ დადებითია, თუმცა საბაზისო სცენართან შედარებით ნაკლებია 446.9 მლნ ლარი (115.7 მლნ. ლარით შემცირება).
- ორივე სექტორისთვის ჯამური NPV 1,3 მილიარდ ლარამდე, ხოლო B/C კოეფიციენტი 2,4-მდე გაიზარდა

		საბაზისო მეთოდით	ალტერნატიული მეთოდით
დასაქმება 10 წლიან პერიოდში		7,757.70	1,820.34
საჯარო	NPV (GEL)	562,578,546	446,866,813
	B/C ratio	2,277	1,802
კერძო	NPV (GEL)	217,963,941	896,405,137
	B/C ratio	1.1	1.6
ჯამური	NPV (GEL)	782,989,257	1,345,718,721
	B/C ratio	1.5	2.4

რეკომენდაციები

- ელექტრონული კომერციის დეფინიციიდან გამომდინარე, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულმა სამსახურმა შესაძლოა განიხილოს ელექტრონული კომერციის სტატისტიკის განახლება, ელექტრონული კომერციის მოცულობის, დასაქმების და სხვა შესაბამისი ინდიკატორების უზრუნველყოფა;
- მნიშვნელოვანია ელექტრონული კომერციის ასოციაციების მხარდაჭერა, შექმნან ისეთი გაიდლაინები და სახელმძღვანელოები, რომლებიც ელექტრონულ კომერციაში ჩართულ მცირე და საშუალო მეწარმეებს დაეხმარებათ კანონის მოთხოვნებთან შესაბამისობაში მოიყვანონ მათი ბიზნეს საქმიანობა, რაც ასევე ელექტრონული ხელშეკრულების სისტემის მათ ვებ-გვერდებზე ინტეგრირებაში მხარდაჭერას გულისხმობს.
- ვინაიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონი, „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ კანონპროექტთან პირდაპირ კავშირშია, საჭიროა კერძო სექტორს დახმარება გაეწიოს ამ კანონის მოთხოვნებთან დაახლოების მიმართულებითაც, რაც შემდეგ პირდაპირ აისახება ელ-კომერციის კანონის მოთხოვნების შესრულებაზეც;

რეკომენდაციები

- მნიშვნელოვანია ასოციაციების მხარდაჭერა შეიმუშაონ შესაბამისი ქმედებები „სანდო ნიშნის“ (Trustmark) და დავის გადაწყვეტის ალტერნატიული მექანიზმების პოპულარიზაციისთვის/ დანერგვისთვის;
- მომხმარებელს, ისევე როგორც საავტორო უფლებების მფლობელებს, უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია კანონის მიღების, მათი უფლებებისა და დაცვის მექანიზმების შესახებ კომპეტენტური ორგანოს (GNCA) მეშვეობით;
- ჰოსტინგის სერვისის პროვაიდერებს შესაძლოა დასჭირდეთ დამატებითი კონსულტაციები და საერთაშორისო პრაქტიკის გაზიარება კანონის მიერ მათ წინაშე წაყენებული ვალდებულებების შესრულებისთვის საუკეთესო გადაწყვეტის მოძიებისთვის, რადგან ამ ეტაპზე ისინი არ ფლობენ საჭირო ცოდნასა და შესაბამის ტექნიკურ უნარებს სრულად უპასუხონ კანონის მიღებით მათ წინაშე დაკისრებულ ვალდებულებებსა და ახალი გამოწვევებს;
- ტრადიციულ სავაჭრო ობიექტებს სჭირდებათ დამატებითი კონსულტაციები, რომ შეძლონ ელექტრონული კომერციის მოდელზე გადაწყობა და მეტი შემოსავლის მიღება, სხვა შემთხვევაში კანონპროექტის მიღებითა თუ მისგან დამოუკიდებლად, მათი შემოსავლები ნელ-ნელა შემცირდება;



PMO Business Consulting

Address: 16 R. Eristavi str. 0179, Tbilisi, Georgia

Phone: (+995) 511 163 307

E-mail: contact@pmo-bc.com

www.pmo-bc.com