
ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგია

2025 - 2027



სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის
დაცვის სააგენტო

თბილისი, დ. აღმაშენებლის გამზ. 154

სარჩევი

1. შესავალი.....	3
სააგენტოს შესახებ	3
არსებული მდგომარეობა.....	4
გამოწვევები.....	4
2. ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგიული ჩარჩო	6
ხედვა	6
მისია	6
სტრატეგიული მიმართულებები.....	6
ღირებულებები.....	6
3. გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნებთან თავსებადობა.....	8
4. ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგია.....	10
მიზანი 1: საქმიანობის ძირითადი მიმართულებების გაძლიერება.....	10
1.1 საკანონმდებლო და ნორმატიული ბაზის დახვეწა.....	10
1.2 სააგენტოს მიერ დაგროვებული ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარება.....	10
1.3 სტრატეგიულ ბაზრებთან დაკავშირებული მიდგომების ჩამოყალიბება	11
1.4 აღსრულების მექანიზმების დახვეწა.....	13
მიზანი 2: საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება	13
2.1 ცნობიერების ამაღლებისა და სააგენტოს მიმართ ნდობის გაზრდის მიზნით სხვადასხვა კამპანიების წარმოება	13
2.2 სამიზნე ჯგუფებთან შეხვედრები	15
მიზანი 3: ეროვნული და საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება	16
3.1 მარეგულირებლებთან და ხელისუფლების სხვა ორგანოებთან თანამშრომლობა.....	16
3.2 მედიასთან თანამშრომლობა.....	17
3.3 დარგობრივ ასოციაციებთან და არასამთავრობო სექტორთან თანამშრომლობა	17
3.4 დონორებთან ურთიერთობა	18
3.5 საერთაშორისო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა.....	18
3.6 საზღვარგარეთის შესაბამის უწყებებთან ურთიერთობის გაღრმავება	19
მიზანი 4: ორგანიზაციული და ინფრასტრუქტურული განვითარება	20
4.1 საინფორმაციო და კიბერ უსაფრთხოების პოლიტიკის შემუშავება.....	21
4.2 ოპერაციული რისკების შეფასებისა და მართვის სისტემის დანერგვა	21
4.3 კადრების შეფასების სისტემის დანერგვა.....	22



4.4 ფიზიკური ინფრასტრუქტურის გამართვა.....	23
მიზანი 5: სასწავლო და კვლევით მიმართულების გაძლიერება	23
5.1 თანამშრომელთა ჩართვა უწყვეტი განათლების პროცესში მათი კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნით	24
5.2 სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან ტრენინგების, ვებინარებისა და სამუშაო შეხვედრების ჩატარება.....	25
5. სტრატეგიის დაგეგმვა და პერიოდული მონიტორინგი.....	26
სტრატეგიული დაგეგმვის ციკლი.....	26
სტრატეგიის მონიტორინგი და ანგარიშგება.....	26



1. შესავალი

სააგენტოს შესახებ

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო (შემდგომში „სააგენტო“) წარმოადგენს დამოუკიდებელ საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს, რომელიც საქართველოში ახორციელებს კონკურენციის სახელმწიფო პოლიტიკას, მომხმარებლის უფლებების დაცვას, ანტიდემპინგურ პოლიტიკას და ანგარიშვალდებულია საქართველოს პარლამენტისა და საქართველოს პრემიერ მინისტრის წინაშე.

2014 წელს ხელი მოეწერა საქართველოსა და ევროკავშირს შორის დადებულ ასოცირების შეთანხმებას, რის ფარგლებშიც „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში განხორციელებული ცვლილებების შედეგად შეიქმნა სააგენტო, როგორც დამოუკიდებელი ორგანო. სააგენტოს უფლებამოსილებები განსაზღვრულია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით და „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს დებულების დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის დადგენილებით (შემდგომში - სააგენტოს დებულება).

სააგენტოს დებულების მიხედვით, სააგენტოს ფუნქციაა ქვეყანაში სამართლიანი და თავისუფალი კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფა. საქართველოში კონკურენციის განვითარების პირობების შექმნა, დაცვა და კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების დაუშვებლობის, გამოვლენის და აღკვეთის უზრუნველყოფა, მომხმარებლის უფლებების დაცვა და ქვეყანაში მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა, აგრეთვე დემპინგური იმპორტისგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვა და დემპინგური იმპორტის გამოვლენისა და ინდუსტრიისთვის ზიანის მიყენების თავიდან აცილების მიზნით ანტიდემპინგური ღონისძიებების შემოღების მიზანშეწონილობის შეფასება.

სააგენტო თავის საქმიანობას ახორციელებს - სტრატეგიული ბაზრების მონიტორინგის დეპარტამენტის, ანტიდემპინგური ღონისძიების დეპარტამენტის, ეკონომიკური კონკურენციის დეპარტამენტის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის დეპარტამენტის, სასწავლო კვლევითი ცენტრის, კომუნიკაციების დეპარტამენტის, იურიდიული დეპარტამენტის და ადმინისტრაციული და ფინანსური დეპარტამენტის მეშვეობით.

სააგენტოს ხელმძღვანელობს თავმჯდომარე, რომელიც დამოუკიდებლად იღებს გადაწყვეტილებებს სააგენტოს კომპეტენციასთან დაკავშირებულ საკითხებზე და განსაზღვრავს თავმჯდომარის მოადგილის, სააგენტოს ცენტრალური აპარატის სტრუქტურული ქვედანაყოფებისა და რეგიონებში წარმომადგენლის უფლებამოსილებებს.

2022-2024 წლებში საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს საქმიანობამ მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა. 2022 წელს ძალაში შევიდა „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონი და აღნიშნულის აღსრულების მიზნით სააგენტოში შეიქმნა უფლებამოსილი დეპარტამენტი; განხორციელდა ცვლილებები „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში; დამტკიცდა სააგენტოს ახალი დებულება, რის საფუძველზეც დაიხვეწა და განაწესდა სააგენტოს სტრუქტურული ერთეულების ფუნქცია-მოვალეობები; შეიქმნა ახალი სტრუქტურული ერთეული - სასწავლო კვლევითი ცენტრი. 2023



წელს მიღებული იქნა „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონი, რომლის აღმასრულებელ უწყებად სააგენტო განისაზღვრა.

არსებული მდგომარეობა

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო თავისი საქმიანობის ფარგლებში მოიცავს ისეთ მიმართულებებს როგორცაა:

- ბაზარზე თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის ხელშეწყობა და მისი დაცვა არამართლზომიერი შეზღუდვისგან. აღნიშნული მიმართულებით სააგენტო უზრუნველყოფს საქართველოში ბაზრის ლიბერალიზაციის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის ხელშეწყობას.
- საქართველოს საბაჟო ტერიტორიაზე დემპინგური იმპორტისგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვა. აღნიშნული მიმართულებით სააგენტო ახორციელებს ადგილობრივი ინდუსტრიისთვის ზიანის მიყენების თავიდან აცილების მიზნით შესწავლას და სათანადო დასკვნას წარუდგენს საქართველოს მთავრობას.
- მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა. აღნიშნული მიზნით სააგენტო ახორციელებს საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებლის უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობას, მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ სათანადო რეაგირებას.

გამოწვევები

მიუხედავად იმისა, რომ 2022-2024 წლებში საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს საქმიანობამ მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა, არსებობს გამოწვევები, რომლებიც საჭიროებს რეაგირებას. აღნიშნული გამოწვევები შესაძლოა დაიყოს სამი მიმართულებით:

საკანონმდებლო ბაზის გაუმჯობესება

საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება, რომელიც საჭიროებს გაუმჯობესებას, განსაკუთრებით მომხმარებლის უფლებების დაცვის კუთხით, რადგან 2022 წლამდე ქვეყანაში არ არსებობდა მომხმარებლის დაცვის სრულყოფილი მექანიზმები, რაც ამ მიმართულებით მნიშვნელოვან ხარვეზს წარმოადგენდა. აღნიშნული გამოწვევის საპასუხოდ აუცილებელია საკანონმდებლო ბაზის განახლება და დახვეწა, რათა დააკმაყოფილოს თანამედროვე ბაზრის განვითარებადი საჭიროებები.

აგრეთვე, აუცილებელია კონკურენციის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის მოქმედი კანონმდებლობის სრულყოფილი შესწავლა და გადახედვა, რათა ისინი სრულად შეესაბამებოდეს საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკას და ევროკავშირის შესაბამის რეგულაციებს. ეს პროცესი უნდა მოიცავდეს არსებული ხარვეზების დეტალურ ანალიზს და



აღსრულების მექანიზმების გაუმჯობესებას. ევროკავშირის სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანით სააგენტოს შეუძლია გაზარდოს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარის, მათ შორის, ბიზნესის და მომხმარებელთა ნდობა.

ინსტიტუციური შესაძლებლობების განვითარება

სააგენტოს ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა ინსტიტუციურ შესაძლებლობებს ეხება. თავისი ფუნქციების ეფექტიანად შესასრულებლად სააგენტო საჭიროებს ადეკვატურ რესურსებს, მათ შორის კვალიფიციური კადრების მოზიდვასა და შენარჩუნებას. ასევე, ინფრასტრუქტურულ და ტექნოლოგიურ განვითარებას. სააგენტომ უნდა უზრუნველყოს მაღალი დონის ექსპერტიზა და უახლესი ტექნიკური აღჭურვილობა თავისი მოვალეობების სრულყოფილად შესასრულებლად.

მდგრადობის უზრუნველსაყოფად სააგენტომ უნდა გამოიყენოს სტრატეგიული მიდგომა რესურსების განაწილებისა და ფინანსური დაგეგმვის მიმართ. გრძელვადიანი დაფინანსების უზრუნველყოფა სამთავრობო მხარდაჭერით და საერთაშორისო დახმარებით აუცილებელია ინსტიტუციური შესაძლებლობების შენარჩუნებისა და გაძლიერებისთვის.

საზოგადოების ინფორმირებულობის დაბალი დონე

საზოგადოების ინფორმირებულობის დაბალი დონე სააგენტოსთვის მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს. ის ართულებს სააგენტოს საქმიანობას, რადგან დაინტერესებული მხარეების აქტიური ჩართულობა და ინფორმირებული მონაწილეობა აუცილებელია კონკურენციის, მომხმარებლის დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის ეფექტიანად განხორციელებისთვის.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, 2022 წლამდე მომხმარებელთა დაცვის მექანიზმების არარსებობა კიდევ უფრო ხაზს უსვამს ძლიერი სამომხმარებლო განათლების საჭიროებას. რადგან მკაფიო და ხელმისაწვდომი საკანონმდებლო ჩარჩოს არარსებობის პირობებში, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს მომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებული, არასაკმარისად დაკვირვებული და წინდახედული, შესაბამისად უფრო მეტად მოწყვლადი არიან.

გარდა ამისა, კონკურენციის, მომხმარებლის დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის ეფექტიანად განსახორციელებლად აუცილებელია ბიზნესის, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების (SMEs) ცნობიერების ამაღლება, რადგან ასეთი ტიპის საწარმოები ხშირ შემთხვევაში განიცდიან რესურსების სიმცირეს და შესაბამისად ახალი რეგულაციების მიმართ უფრო მოწყვლადები არიან.

ამ გამოწვევის გადასაჭრელად აუცილებელია ყოვლისმომცველი საინფორმაციო კამპანიების და სასწავლო პროგრამების ორგანიზება. ეს ინიციატივები მიზნად უნდა ისახავდეს მოქალაქეების, ბიზნესის და სხვა დაინტერესებული მხარეების განათლებას, მათი უფლებებისა და ვალდებულებების შესახებ. საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდით, სააგენტოს შეუძლია ინდივიდებსა და საწარმოებს მისცეს შესაძლებლობა, უკეთ გამოიყენონ მათ ხელთ არსებული რესურსები და საკანონმდებლო მექანიზმები.



2. ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგიული ჩარჩო

ხედვა

სააგენტო 2027 წლისთვის იქნება მეტად ეფექტიანი, საზოგადოებისთვის ცნობადი, სანდო და ორგანიზაციულად მეტად განვითარებული, რაც ხელს შეუწყობს უფლებამოსილებების მაღალ დონეზე განხორციელებას.

მისია

სააგენტოს მისიაა ქვეყანაში კონკურენციის განვითარების პირობების შექმნის, დაცვის და კონკურენციის საწინააღმდეგო ქმედებების დაუშვებლობის უზრუნველყოფის, გამოვლენის და აღკვეთის გზით ქვეყანაში სამართლიანი და თავისუფალი კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფა.

აგრეთვე, მომხმარებლის უფლებების დაცვის გზით ქვეყანაში მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის დამკვიდრების ხელშეწყობა.

დემპინგური იმპორტისა და ადგილობრივი ინდუსტრიისთვის მიყენებული ზიანის შესწავლის საფუძველზე არასამართლიანი სავაჭრო პრაქტიკისაგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვის ხელშეწყობა.

სტრატეგიული მიმართულებები

განცხადებული ხედვის მისაღწევად, შემდეგი სამი წლის განმავლობაში საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს ინსტიტუციური განვითარების ხუთი ძირითადი პრიორიტეტული მიმართულება აქვს:

- საქმიანობის ძირითადი მიმართულებების გაძლიერება;
- საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება;
- ეროვნული და საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება;
- ორგანიზაციული და ინფრასტრუქტურული განვითარება;
- სასწავლო და კვლევითი მიმართულებების გაძლიერება.

ღირებულებები

სააგენტო სტრატეგიით განსაზღვრული მიზნების ეფექტურად განხორციელების მიზნით ხელმძღვანელობს შემდეგი ღირებულებებით და პრინციპებით:

- **განვითარებაზე ორიენტირებულობა** - სააგენტო პროაქტიულად იკვლევს საჭიროებებს, აიდენტიფიცირებს შესაძლო სუსტ და ძლიერ მხარეებს და ზრუნავს მათ აღმოფხვრაზე;



- **სამართლიანობა და მიუკერძოებლობა** - სააგენტოს აქვს ერთიანი და სამართლიანი მიდგომა თანმიმდევრულად და მიუკერძოებლად განხორციელოს უფლებამოსილებები (სააგენტო უზრუნველყოფს მის უფლებამოსილებას მიკუთვნებული საკითხების მაღალი ხარისხით აღსრულებას და მუდმივად ზრუნავს თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ამაღლებაზე);
- **გამჭვირვალობა და ანგარიშვალდებულება** - სააგენტო ანგარიშვალდებულია საქართველოს პარლამენტისა და საქართველოს პრემიერ-მინისტრის წინაშე. გამჭვირვალობის უზრუნველყოფის მიზნით პროაქტიულად ავრცელებს ინფორმაციას საქმიანობის შესახებ და ღიაა თანამშრომლობისთვის;
- **დამოუკიდებლობა** - სააგენტო თავისი საქმიანობის განხორციელებისა და გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში დამოუკიდებელია;
- **არადისკრიმინაციულობა** - სააგენტო უზრუნველყოფს ეკონომიკური აგენტების/მოვაჭრეების საქმიანობაში თანასწორუფლებიანობის პრინციპის დაცვას, ასევე, საჯაროდ შეთავაზებული საქონლის ან მომსახურების ხელმისაწვდომობის ან მიწოდების დროს მომხმარებლის მიმართ დისკრიმინაციის დაუშვებლობას;
- **ინოვაციურობა** - სააგენტო საქმიანობისას იყენებს თანამედროვე მიდგომებს, ახალ სტანდარტებს, თანამედროვე ტექნოლოგიებს, იზიარებს უახლეს მეთოდოლოგიებს;
- **საზოგადოებრივ/საჯარო ინტერესზე ორიენტირებულობა** - სააგენტო უზრუნველყოფს სამართლიან ბალანსს ბიზნესისა და მომხმარებლის დაცვასა და კანონიერ ინტერესს /საჯარო ინტერესს შორის.



3. გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნებთან თავსებადობა

მდგრადი განვითარების მიზნები 17 მიზნისა და 169 ინდიკატორის ნაკრებია, რომლებზეც თანხმდება გაეროს ყველა წევრი ქვეყანა უკეთესი და უფრო მდგრადი მომავლის მისაღწევად. ეს მიზნები ჩვენ წინაშე არსებულ თანამედროვე გლობალურ გამოწვევებს ეხება: სიღარიბის, უთანასწორობის, კეთილდღეობის, მშვიდობისა და სამართლიანობის საკითხებს, ასევე კლიმატურ და ეკოლოგიურ გამოწვევებს. ეს მიზნები მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს და იმისთვის, რომ არავინ დარჩეს მათ მიღმა, მნიშვნელოვანია, თითოეული ეს მიზანი და ინდიკატორი 2030 წლამდე შესრულდეს.¹

სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს საქმიანობა თანხვედრაშია გაეროს მდგრადი განვითარების რამდენიმე მიზანთან (SDGs): მიზანი 8, მიზანი 10, მიზანი 12 და მიზანი 16.

- **მიზანი 8: ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა**

სააგენტოს ძირითადი პასუხისმგებლობაა კონკურენტული ბიზნეს გარემოს უზრუნველყოფა, რომელიც ხელს უწყობს სტაბილურ ეკონომიკურ ზრდას. კონკურენციის პოლიტიკის დაცვით, ჩვენ ვამცირებთ მონოპოლიურ პრაქტიკებს და ხელს ვუწყობთ სამართლიან კონკურენციას. ეს ქმნის ინოვაციის, ინვესტიციის და სამუშაო ადგილების შექმნის ხელსაყრელ გარემოს. გარდა ამისა, ანტიდემპინგური პოლიტიკის გატარებით, სააგენტო უზრუნველყოფს, რომ ადგილობრივი ბიზნესი არ იყოს არათანაბარი მდგომარეობაში იმპორტირებული საქონლის დაბალი ღირებულებით გაყიდვის გამო. ეს ღონისძიებები საერთო ჯამში ხელს უწყობს პროდუქტიულ დასაქმებას და ღირსეულ სამუშაოს ყველასთვის, რაც შეესაბამება მდგრადი განვითარების მერვე მიზანს.

- **მიზანი 10: უთანასწორობების შემცირება**

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებელთა დაცვის სააგენტო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს უთანასწორობების შემცირებაში, რათა ყველა ბიზნესს, მათი ზომის მიუხედავად, ჰქონდეს თანაბარი შესაძლებლობა კონკურენციაში მონაწილეობის. მომხმარებელთა დაცვის პოლიტიკის აღსრულებით, სააგენტო ხელს უწყობს მომხმარებელთა, განსაკუთრებით საზოგადოების მოწყვლადი ჯგუფების - შშმ პირების, ეთნიკური უმცირესობების და ასაკოვანი მოსახლეობის უფლებების დაცვას და თანასწორობას. ბაზარზე ანტიკონკურენციული პრაქტიკის შემცირებით და სამართლიანი საბაზრო პირობების ხელშეწყობით, სააგენტო ხელს უწყობს შემოსავლებისა და შესაძლებლობების უთანასწორობის შემცირებას, რაც შეესაბამება მდგრადი განვითარების მეათე მიზანს.

- **მიზანი 12: მდგრადი მოხმარება და წარმოება**

კონკურენციისა და ანტი-დემპინგური პოლიტიკის აღსრულების, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და სამომავლო დარღვევების პრევენციის გზით, სააგენტო ხელს

¹ <https://www.unicef.org/georgia/ka/%E1%83%9B%E1%83%93%E1%83%92%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%98-%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98>



უწყობს პასუხისმგებლიანი მოხმარებისა და წარმოების მოდელებს. სააგენტო ზრუნავს, რომ ბიზნესებმა დაიცვან სტანდარტები, რომლებიც ამცირებს ბაზარზე ნაკლოვანი და დაბალი ხარისხის პროდუქციის რეალიზებას. საქმეების შესწავლის საფუძველზე, სააგენტო გასცემს რეკომენდაციებს, რომელიც უზრუნველყოფს გაუმჯობესებული პრაქტიკების დანერგვასა და მომხმარებლებისთვის საიმედო პროდუქტებზე წვდომას, რაც შეესაბამება მდგრადი განვითარების მეთორმეტე მიზანს.

- **მიზანი 16: მშვიდობა, სამართლიანობა, ძლიერი ინსტიტუციები**

სამართლიანი კონკურენციის, ანტი-დემპინგური პოლიტიკის და მომხმარებლის უფლებების დაცვის ხელშეწყობით, სააგენტო ხელს უწყობს მშვიდობიან და ინკლუზიურ საზოგადოებებს. სააგენტოს მიერ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლების მცდელობები მოიცავს კონფერენციების და შეხვედრების ორგანიზებას მომხმარებლებისთვის, ბიზნესისთვის, მოსამართლეებისთვის, ჟურნალისტებისთვის და სხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის. აღსრულების პროცესში აღნიშნული ტიპის ჩართულობის უზრუნველყოფა ხელს უწყობს ეფექტიანი, ანგარიშვალდებული და ინკლუზიური საჯარო ინსტიტუტის განვითარებას.



4. ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგია

მიზანი 1: საქმიანობის ძირითადი მიმართულებების გაძლიერება

1.1 საკანონმდებლო და ნორმატიული ბაზის დახვეწა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

საკანონმდებლო ჩარჩოს დახვეწა დარგობრივი პოლიტიკის მართვის მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს. ევროკავშირთან დაახლოების პოლიტიკის ფარგლებში, სააგენტო კომპეტენციის ფარგლებში ჩართულია DCFTA/AA შესრულების პროცესში, რაც თავის თავში მოიცავს საკანონმდებლო ჩარჩოს ევროკავშირის შესაბამის კანონმდებლობასთან დაახლოებას. კანონმდებლობის ჰარმონიზაციის ერთგვაროვნების შენარჩუნებისათვის საჭიროა იდენტიფიცირებულ იქნას ეროვნულ კანონმდებლობაში არსებული შესაძლო ხარვეზები ან/და ევროკავშირის აქტები, რომლებთან დაახლოებაც უნდა განხორციელდეს ეტაპობრივად. საკანონმდებლო ცვლილებების განხორციელების საჭიროება დგას როგორც კონკურენციის, ასევე მომხმარებლის უფლებების დაცვისა და ანტი-დემპინგური პოლიტიკის მიმართულებით. სააგენტო საკუთარი შიდა რესურსის გამოყენებით ახდენს საჭირო ცვლილებების შემუშავებას საკანონმდებლო პროცესში ჩართულ სხვადასხვა აქტორებთან ერთად. როგორც წესი, საკანონმდებლო ცვლილებას თან სდევს ახალი კანონქვემდებარე აქტების შემუშავება ან/და არსებულში ცვლილების შეტანის აუცილებლობა. ამასთან, საკანონმდებლო სიხლის შემთხვევაში, სააგენტო აქტიურად ამუშავებს შესაბამის სახელმძღვანელო დოკუმენტებს, რისი მიზანიც პირველ რიგში, აღსრულების ერთგვაროვნების მიღწევა და შენარჩუნებაა.

ქმედების პოლიტიკა:

- სტრატეგიის განხორციელების პერიოდში სააგენტო აქტიურადაა ჩართული სხვა აქტორებთან ერთად საკანონმდებლო ბაზის დახვეწაში. სააგენტო მის რეგულირების ქვეშ არსებულ სფეროებში ანალიზებს შესაბამის კანონმდებლობას, შეიმუშავებს მისი გაუმჯობესების მიზნით წინადადებებს და წარუდგენს მათ სათანადო კომპეტენციის მქონე ორგანოებს.
- ახალი კანონქვემდებარე აქტების შემუშავება ან/და არსებულის განახლებას.

შეფასების ინდიკატორები:

- შესაძლო საკანონმდებლო ცვლილებებთან დაკავშირებით მომზადებული წლიური ანგარიში;
- შემუშავებული კანონქვემდებარე აქტები.

1.2 სააგენტოს მიერ დაგროვებული ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარება

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები



სააგენტოს საქმიანობის ეფექტიანობის ზრდის მიზნით დაგროვებული ცოდნისა და გამოცდილების სისტემატიზაცია და გაზიარება მნიშვნელოვანია, როგორც შიდა ოპერაციული შესაძლებლობების, ასევე სამიზნე ჯგუფების ჩართულობის ხელშეწყობის მიმართულებით.

კონკურენციის, მომხმარებელთა დაცვისა და ანტიდემპინგური პოლიტიკის აღსრულების პროცესში მკაფიო პროცედურული და მეთოდოლოგიური ჩარჩოს არსებობა აუცილებელია სააგენტოს თანმიმდევრული და მაღალი სტანდარტის საქმიანობის უზრუნველყოფისათვის. სააგენტოს საქმიანობაში უკვე არსებული პრაქტიკისა და საერთაშორისო საუკეთესო გამოცდილების გათვალისწინება და შესაბამისი სახელმძღვანელო დოკუმენტების მომზადება უფრო ეფექტიანს გახდის მის საქმიანობას.

დამატებით, სააგენტოს საქმიანობაზე დიდი გავლენა აქვს დაინტერესებული პირებისაგან მიღებული ინფორმაციის ხარისხსა და სიზუსტეს. გასათვალისწინებელია, რომ კონკურენციის, მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და ანტიდემპინგური პოლიტიკის მიმართულებებით არსებული სამიზნე ჯგუფების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის შესაბამისობა, საიმედოობა და ხარისხი გაუმჯობესებას საჭიროებს. დაინტერესებული მხარეების მიერ სააგენტოს საჭიროებებისა და სტანდარტის შესაბამისი ინფორმაციის წარდგენის ხელშეწყობისათვის საჭიროა სამიზნე ჯგუფებისათვის შესაბამისი სახელმძღვანელოების შემუშავება, რაც თავის მხრივ სააგენტოს შესწავლისა და მონიტორინგის პროცესების ეფექტიანობას გაზრდის.

ქმედების პოლიტიკა:

- სააგენტოში არსებული და საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვისა და ანტი-დემპინგური პოლიტიკის მიმართულებით, სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის საჭირო სახელმძღვანელო დოკუმენტების შემუშავება;
- შემუშავებული სახელმძღვანელოების დოკუმენტის გაცნობა სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის;
- სააგენტოს მიერ კონკურენციის მიმართულებით მიღებული გადაწყვეტილებების შესაბამის ბაზარზე ზეგავლენის შეფასების დოკუმენტის მომზადება.

შეფასების ინდიკატორები:

- კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვისა და ანტი-დემპინგური პოლიტიკის მიმართულებით შემუშავებული სახელმძღვანელო დოკუმენტები;
- შემუშავებული სახელმძღვანელო დოკუმენტების გაცნობის მიზნით სამიზნე ჯგუფებთან შეხვედრები;
- მიღებული გადაწყვეტილებების კონკურენტულ გარემოზე ზეგავლენის შეფასების ანგარიშის მომზადება.

1.3 სტრატეგიულ ბაზრებთან დაკავშირებული მიდგომების ჩამოყალიბება

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

სტრატეგიული ბაზრების განსაზღვრა ემსახურება სააგენტოს რესურსის ეფექტიან გამოყენებას და ამავდროულად, სააგენტოს შესაძლებლობას აძლევს, აწარმოოს განგრძობადი დაკვირვება ამგვარ ბაზრებზე. მონიტორინგი წარმოადგენს კონკრეტულ ბაზრებზე დაკვირვების ეფექტიან



საშუალებას, ერთი მხრივ კონკურენტული გარემოს შეფასების, ხოლო მეორე მხრივ ბაზარზე კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის რისკების გამოვლენის ან/და ამგვარი რისკების არ არსებობის შესახებ ანგარიშის მომზადების გზით.

დღეის მდგომარეობით, მონიტორინგები მეტწილად ხორციელდება მომართვების საფუძველზე და აგრეთვე, რიგ შემთხვევებში მიმდინარეობს კონკრეტული ბაზრის/ბაზრების განგრძობადი მონიტორინგი, რაც განპირობებულია ამ ბაზრების სტრატეგიული მნიშვნელობით კონკრეტულ სიტუაციაში.

მიუხედავად ზემოაღნიშნულისა, არ არსებობს ჩამოყალიბებული მიდგომა, რომელიც განსაზღვრავს კონკრეტული ბაზრის/ბაზრების სტრატეგიულ მნიშვნელობას და შესაბამისად, მისი განგრძობადი მონიტორინგის საჭიროების აუცილებლობას.

დამატებით, ადგილობრივი ინდუსტრიების სექტორული მონიტორინგი მნიშვნელოვანია დემპინგური იმპორტისაგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვის პროცესშიც. აღნიშნული მონიტორინგების მიზანს წარმოადგენს შესაძლო დემპინგური იმპორტის სექტორების გამოვლენა და ადგილობრივ ინდუსტრიაზე ზიანის მიყენების საფრთხის შეფასება.

არსებული მდგომარეობით, ამ მიმართულებით შესწავლილი სექტორების შერჩევის საფუძველს იმპორტის, ადგილობრივი წარმოებისა და საერთაშორისო პრაქტიკის ზოგადი შეფასება წარმოადგენს. თუმცა, განხორციელებულმა მონიტორინგებმა სამიზნე ინდუსტრიების იდენტიფიცირებისათვის უფრო სისტემური და სიღრმისეული მეთოდოლოგიის შემუშავების საჭიროება გამოავლინა, რომელიც საქართველოს სასაქონლო ბაზრებზე დემპინგური იმპორტისა და შესაძლო ზიანის საფრთხის მიმართ მოწყვლადი ინდუსტრიების იდენტიფიცირებას და მათი შეფასების ეფექტიანი მექანიზმის შემუშავებაზე იქნება მიმართული.

ქმედების პოლიტიკა:

- შემუშავდება მეთოდოლოგია, რომელიც კონკრეტული კრიტერიუმების საფუძველზე შეაფასებს ბაზრების სტრატეგიულ მნიშვნელობას;
- შემუშავებული მეთოდოლოგიის საფუძველზე სააგენტოში დაინერგება მიმდინარე დარგობრივი მონიტორინგის სისტემა;
- ადგილობრივი წარმოების სექტორებში შესაძლო დემპინგური იმპორტის მონიტორინგის მეთოდოლოგიის შემუშავება და ანტიდემპინგური პოლიტიკის მიმართულებით აქტუალური სექტორების იდენტიფიცირებისთვის კვლევის ჩატარება.

შეფასების ინდიკატორები:

- შემუშავებულია სტრატეგიული ბაზრების განსაზღვრის მეთოდოლოგია;
- მეთოდოლოგიის შესაბამისად, განსაზღვრულია სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე ბაზრები;
- სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე ბაზრების განგრძობადი მონიტორინგის შედეგების საფუძველზე მზადდება შუალედური ანგარიშები;
- არსებობის შემთხვევაში, განხორციელებული მონიტორინგის შედეგად, კონკურენციის კანონმდებლობის შესაძლო დარღვევის იდენტიფიცირება;
- შემუშავებულია ანტიდემპინგური პოლიტიკის მიმართულებით აქტუალური სექტორების განსაზღვრის მეთოდოლოგია;



- შემუშავებული მეთოდოლოგიის შესაბამისად, განხორციელებული კვლევის შედეგად გამოვლენილია დემპინგური იმპორტისა და შესაძლო ზიანის საფრთხის მიმართ მოწყვლადი სექტორები და მზადდება იდენტიფიცირებული სექტორების მონიტორინგის ანგარიშები.

1.4 აღსრულების მექანიზმების დახვეწა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები:

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის შესაძლო დარღვევის ფაქტზე წარმოებული მოკვლევის ფარგლებში, უმნიშვნელოვანეს გამოწვევას წარმოადგენს პირდაპირი მტკიცებულებების მოპოვების საკითხი.

პირდაპირი მტკიცებულებების მოპოვების უმთავრეს გზას წარმოადგენს მოკვლევის მოპასუხე ეკონომიკური აგენტების მოულოდნელი შემოწმება. მიუხედავად იმისა, რომ 2020 წელს დაძლეულ იქნა ამ მიმართულებით არსებული საკანონმდებლო ხარვეზები, სააგენტოს დღემდე არ ჩაუტარებია მოულოდნელი შემოწმება. ეს უკანასკნელი დაკავშირებულია რიგ საკითხებთან, მათ შორის - თანამშრომელთა გადამზადება და შესაბამისი პროგრამული უზრუნველყოფის შექმნა, რისთვისაც საჭიროა ღონისძიების მოძიება.

ქმედების პოლიტიკა:

- თანამშრომელთა გადამზადება;
- საჭირო პროგრამული უზრუნველყოფის შექმნა.

შეფასების ინდიკატორები:

- გადამზადებულია თანამშრომლები
- შექმნილია შესაბამისი პროგრამული უზრუნველყოფის სისტემა

მიზანი 2: საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება

2.1 ცნობიერების ამაღლებისა და სააგენტოს მიმართ ნდობის გაზრდის მიზნით სხვადასხვა კამპანიების წარმოება

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებისა და ნდობის გაზრდის მიზნით, სააგენტოს სტრატეგიული განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პროცესს წარმოადგენს შესაბამისი კამპანიების დაგეგმვა. აღნიშნული აქტივობები მნიშვნელოვანია სააგენტოს როლის, ამოცანების, საქმიანობისა და კომპეტენციის შესახებ ცოდნის გაზიარებისა და გაღრმავებისათვის. საზოგადოებასთან ხშირი და სწორი კომუნიკაცია, ერთი მხრივ ხელს შეუწყობს სააგენტოს ძირითადი ამოცანების ეფექტიანად განხორციელებას, აღსრულების მექანიზმების დახვეწას და მეორე მხრივ გაზრდის ინსტიტუციურ ნდობას საზოგადოებაში.



აღსანიშნავია, რომ ბაზარზე კონკურენციის, სამართლიანი ვაჭრობისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვა წარმატებული ეკონომიკის ქვაკუთხეა. როდესაც დაინტერესებული მხარეები, თავიანთი უფლებებისა და ვალდებულებების შესახებ შეიარაღებულნი არიან შესაბამისი ცოდნით და განცდა აქვთ, რომ მათი უფლებები დაცულია, ისინი უფრო მეტად ჩართულები არიან ეკონომიკურ საქმიანობაში. მათი აქტიური ეკონომიკური ქცევა კი იწვევს ბაზარზე მოთხოვნის გაზრდას, ბიზნესის წახალისებას და ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას.

დაგეგმილი კამპანიები მოიცავს სააგენტოს მიერ გასატარებელი ღონისძიებების ვრცელ ჩამონათვალს, რომლებიც დაკავშირებულია სხვადასხვა მექანიზმების გამოყენებით აქტივობების განხორციელებასთან. ძირითადი აქტივობები მოიცავს ისეთი კონტენტის შექმნასა და გავრცელებას, რომელიც ხაზს გაუსვამს ერთი მხრივ, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის, კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტიანად აღსრულების, დემინგური იმპორტისაგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვის აუცილებლობას და მეორე მხრივ, საზოგადოების ცნობიერების გაზრდას სააგენტოს მიერ დანერგილი სტანდარტებისა და მიღებული გადაწყვეტილებების შესახებ.

ქმედების პოლიტიკა:

- კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის მიმართულებით, მარეგულირებელი უწყებების და სხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართულობით, საერთაშორისო კონფერენციის ჩატარება;
- მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით, მარეგულირებელი უწყებების და სხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართულობით, მომხმარებლის დაცვის საერთაშორისო კვირეულის ჩატარება;
- სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების, დანერგილი სტანდარტების, სააგენტოს კომპეტენციის, მხარეთა უფლებებისა და ვალდებულებების შესახებ ინფორმაციის გაცნობის მიზნით, სკოლებსა და უნივერსიტეტებში შეხვედრების გამართვა;
- სოციალური პლატფორმებისა და მედია საშუალებების გამოყენება სააგენტოს საქმიანობისა და მხარეთა უფლებების/ვალდებულებების შესახებ ინფორმაციის გასავრცელებლად;
- საინფორმაციო ბუკლეტებისა და ვიდეო კლიპების მომზადება/გავრცელება;
- საინფორმაციო ვიდეო კლიპების ადაპტირება ქესტურ ენაზე და გავრცელება;
- საინფორმაციო ბუკლეტების ბრაილის შრიფტზე დაბეჭდვა და გავრცელება;
- ინფორმაციული ბუკლეტებისა და ვიდეო კლიპების ეთნიკური უმცირესობებისთვის გასაგებ ენაზე თარგმნა და გავრცელება.

შეფასების ინდიკატორები:

- ჩატარებული საერთაშორისო კონფერენცია;
- ჩატარებული მომხმარებლის დაცვის საერთაშორისო კვირეული;
- სკოლებსა და უნივერსიტეტებში ჩატარებული შეხვედრების რაოდენობა;
- სოციალური პლატფორმებისა და მედია საშუალებების გამოყენებით სააგენტოს საქმიანობისა და მხარეთა უფლებების/ვალდებულებების შესახებ ინფორმაცია გავრცელებულია;
- საინფორმაციო ბუკლეტები და ვიდეო კლიპები მომზადებული და გავრცელებულია;



- საინფორმაციო ვიდეო კლიპები ქესტურ ენაზე ადაპტირებული და გავრცელებულია;
- საინფორმაციო ბუკლეტები ბრაილის შრიფტზე დაბეჭდილი და გავრცელებულია;
- საინფორმაციო ბუკლეტები და ვიდეო კლიპები ეთნიკური უმცირესობებისთვის გასაგებ ენაზე თარგმნილი და გავრცელებულია.

2.2 სამიზნე ჯგუფებთან შეხვედრები

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

საზოგადოების ცნობიერების გაზრდის მიზნით, უპირველეს ყოვლისა მნიშვნელოვანია განისაზღვროს სამიზნე ჯგუფები, რომლებიც შეიძლება დაიყოს მომხმარებლებად და ბიზნესის წარმომადგენლებად. სამიზნე აუდიტორიასთან სწორი და ხშირი კომუნიკაცია მნიშვნელოვანია სააგენტოს სტრატეგიული განვითარებისათვის.

- 18 წლამდე ასაკის მოსახლეობა;
- 18 დან 60 წლამდე ასაკის მოსახლეობა;
- 60 წელს ზემოთ ასაკის მოსახლეობა;
- საქართველოს რეგიონებში მცხოვრები მოსახლეობა;
- ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები;
- შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები;
- მცირე და საშუალო ბიზნესი;
- მსხვილი ბიზნესი;
- ბიზნეს ასოციაციები.

ზემოაღნიშნული სამიზნე აუდიტორიის უშუალო ჩართულობა ხელს უწყობს მათი უფლებებისა და პასუხისმგებლობების უფრო დრმა გააზრებას, სააგენტოს საქმიანობის გამჭვირვალობას და კონკურენტული ბაზრის ჩამოყალიბებას. სამიზნე ჯგუფებთან შეხვედრების ორგანიზებით, დაინტერესებულ მხარეებს შეუძლიათ სააგენტოს მიაწოდონ ინფორმაცია კონკრეტული პრობლემებისა და გამოწვევების შესახებ. დაინტერესებული პირების ცნობიერების ამაღლება, ასევე ხელს შეუწყობს მათი მხრიდან სააგენტოსთან თანამშრომლობისა და ინფორმაციის გაზიარების მზაობას.

აგრეთვე, მნიშვნელოვანია გაზიარებული იქნას სხვადასხვა სამიზნე აუდიტორიის კომპეტენტური მოსაზრებები, რათა ჩამოყალიბდეს ინსტიტუციური ნდობა, რაც აუცილებელია ინფორმირებული, ძლიერი სამომხმარებლო ბაზრის შესაქმნელად და ბიზნესის სამართლიანი კონკურენციის სტანდარტების დაცვის უზრუნველსაყოფად. ეს პროაქტიული მიდგომა კი საბოლოო ჯამში ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკის მდგრად განვითარებას.

ქმედების პოლიტიკა:

- საზოგადოების ცნობიერების გაზრდისა და მოსაზრებების გაცვლის მიზნით, სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან და სამიზნე ჯგუფებთან საინფორმაციო შეხვედრების, ლექციების, სემინარების ჩატარება.



შეფასების ინდიკატორები:

- საზოგადოების ცნობიერების გაზრდისა და მოსაზრებების გაცვლის მიზნით, სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან და სამიზნე ჯგუფებთან ჩატარებული ლექცია ან სემინარის რაოდენობა

მიზანი 3: ეროვნული და საერთაშორისო თანამშრომლობის გაძლიერება

3.1 მარეგულირებლებთან და ხელისუფლების სხვა ორგანოებთან თანამშრომლობა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

მარეგულირებელ უწყებებთან თანამშრომლობის ფორმატის ჩამოყალიბების შემდგომ, არსებული გამოწვევებისა და პრაქტიკის გაზიარების მიზნით, წლის განმავლობაში სხვადასხვა ფორმატის ფარგლებში ჩატარდება შეხვედრები, რომლებიც სააგენტოს დაეხმარება, გაუმკლავდეს მიმდინარე გამოწვევებსა და დანერგოს საუკეთესო პრაქტიკა.

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-10 მუხლიდან გამომდინარე, სააგენტო უფლებამოსილია შეისწავლოს ხელისუფლების ორგანოების მხრიდან კონკურენციის შესაძლო შეზღუდვის ფაქტები. აღნიშნულ პროცესში, გადამწყვეტია სააგენტოსა და ხელისუფლების ორგანოებთან თანამშრომლობის გამართული ფუნქციონირება. ამასთან, აღნიშნული თანამშრომლობა შემოიფარგლება არა მხოლოდ უშუალოდ მოკვლევის პერიოდით, არამედ გაცემული (შესაძლო) რეკომენდაციების შესრულების პროცესითაც.

გარდა ამისა, სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებთან თანამშრომლობა ხორციელდება ყოველდღიურ რეჟიმში, იქნება ეს დაგეგმილი საკანონმდებლო ცვლილებებთან დაკავშირებული კონსულტაციები, ინფორმაციის გაცვლა თუ სხვა აქტივობები.

შესაბამისად, წლის განმავლობაში, არსებული გამოწვევებისა და პრაქტიკის გაზიარების მიზნით, დაორგანიზდება შეხვედრები, რომლებიც ხელს შეუწყობს სააგენტოსა და სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოების თანამშრომლობის გაუმჯობესებასა და საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვას.

ქმედების პოლიტიკა:

- ინფორმაციის გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვის მიზნით, ორმხრივი და მრავალმხრივი შეხვედრების ჩატარება;
- ინფორმაციის გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვის მიზნით, ერთობლივი ღონისძიებების ჩატარება.

შეფასების ინდიკატორები:

- ინფორმაციის გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვის მიზნით, ჩატარებული ორმხრივი ან მრავალმხრივი შეხვედრების რაოდენობა;
- ინფორმაციის გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის დანერგვის მიზნით, ერთობლივად ჩატარებული ღონისძიებების რაოდენობა.



3.2 მედიასთან თანამშრომლობა

მედიასთან თანამშრომლობა არის კრიტიკული ფაქტორი სააგენტოს საქმიანობისა და მიზნების შესახებ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლების პროცესში. მედიის ჩართულობა ხელს უწყობს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარესთვის და სამიზნე აუდიტორიისთვის სააგენტოს როლის, მიღწევების და სამომავლო გეგმების უფრო ეფექტიანად გაცნობას. მედიასთან მჭიდრო თანამშრომლობა სააგენტოს შესაძლებლობას აძლევს, უფრო ფართოდ და ხარისხიანად გაავრცელოს ინფორმაცია მომხმარებლის უფლებების დაცვის, კონკურენციის პოლიტიკის და ანტიდემპინგური რეგულაციების შესახებ.

ქმედების პოლიტიკა:

- კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის საკითხებზე მედიის წარმომადგენლებთან საინფორმაციო შეხვედრების ჩატარება;
- მედიისთვის რეგულარული პრესრელიზების და საინფორმაციო ბიულეტენების გაგზავნა.

შეფასების ინდიკატორები:

- კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის საკითხებზე მედიის წარმომადგენლებთან ჩატარებული საინფორმაციო შეხვედრების რაოდენობა;
- მედია საშუალებებში გაგზავნილი, სააგენტოს მიერ მომზადებული პრესრელიზების და საინფორმაციო ბიულეტენების რაოდენობა.

3.3 დარგობრივ ასოციაციებთან და არასამთავრობო სექტორთან თანამშრომლობა

დარგობრივ ასოციაციებთან და არასამთავრობო სექტორთან თანამშრომლობა მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც ეს პარტნიორობა გააერთიანებს გამოცდილებას, რესურსებსა და შესაძლებლობებს. უზრუნველყოფს პრაქტიკისა და ცოდნის გაზიარებას, რაც ხელს შეუწყობს ბაზრის გამოწვევებისა და რთული საკითხების უფრო ეფექტიანად გადაჭრას. ეროვნული თანამშრომლობის გაძლიერებით, სააგენტოს შეუძლია უზრუნველყოს უფრო გამჭვირვალე, ინკლუზიური და ინფორმირებული მარეგულირებელი გარემო. ეს თანამშრომლობითი ურთიერთობა არა მხოლოდ აძლიერებს კონკურენციის და ანტიდემპინგურ პოლიტიკას და მომხმარებლის უფლებების დაცვას, არამედ მიზნად ისახავს სააგენტოს აქტიურ და შედეგზე ორიენტირებულ პოზიციონირებას ეროვნულ თუ საერთაშორისო დონეზე.

ქმედების პოლიტიკა:

- კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის საკითხებზე მოსაზრებების გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარების მიზნით, დარგობრივ ასოციაციებთან და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან შეხვედრების ჩატარება.



შეფასების ინდიკატორები:

- კონკურენციის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის და ანტიდემპინგური პოლიტიკის საკითხებზე მოსაზრებების გაცვლის და საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარების მიზნით, დარგობრივ ასოციაციებთან და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან ჩატარებული შეხვედრების რაოდენობა.

3.4 დონორებთან ურთიერთობა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

დონორებთან თანამშრომლობის მიმართულებით სააგენტო რამდენიმე მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას. მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტო წლების განმავლობაში თანამშრომლობს საერთაშორისო და ადგილობრივ დონორ ორგანიზაციებთან და მათი დახმარებით წარმატებით ახორციელებს სხვადასხვა პროექტს, დონორების წრე კვლავ შეზღუდულია. ამან შესაძლოა მომავალში დაფინანსების დეფიციტი გამოიწვიოს, რამაც შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას სააგენტოს ფინანსურ სტაბილურობასა და გრძელვადიან მდგრადობას.

აგრეთვე, სააგენტო დონორ ორგანიზაციებს მუდმივად აწვდის ინფორმაციას თავისი საქმიანობის შესახებ. თუმცა არსებული საკომუნიკაციო არხები არ არის საკმარისად ეფექტიანი. დონორებს ხშირად არ აქვთ სრული და დროული ინფორმაცია სააგენტოს საქმიანობებისა და მათი ჩართულობის მნიშვნელობის შესახებ. ეს ხარვეზები აფერხებს თანამშრომლობის გაღრმავებას და ახალი პარტნიორების მოზიდვას.

ქმედების პოლიტიკა

- ახალი პოტენციური დონორების მოსაზიდად ჩატარდება ინდივიდუალური შეხვედრები და ქსელური ღონისძიებები (დონორთა კონფერენცია), სადაც დეტალურად იქნება წარმოდგენილი სააგენტოს საქმიანობის ანგარიში, საქმიანობები და თანამშრომლობის შესაძლებლობები.

შეფასების ინდიკატორები:

- ახალი პოტენციური დონორების მოზიდვის მიზნით ჩატარებული ინდივიდუალური შეხვედრების რაოდენობა;
- ახალი პოტენციური დონორების მოზიდვის მიზნით ჩატარებული ქსელური ღონისძიება (დონორთა კონფერენცია).

3.5 საერთაშორისო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

სააგენტოს აქვს მჭიდრო ურთიერთობა ისეთ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, როგორცაა გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (UNCTAD), ეკონომიკური თანამშრომლობისა



და განვითარების ორგანიზაცია (OECD), კონკურენციის საერთაშორისო ქსელი (ICN), მომხმარებელთა დაცვისა და აღსრულების საერთაშორისო ქსელი (ICPEN), ამერიკის ადვოკატთა ასოციაცია (ABA) და სხვა, რაც სააგენტოს საშუალებას აძლევს, გაეცნოს საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკას და გაითვალისწინოს აღსრულების უახლესი ტენდენციები.

თუმცა, არსებობს გარკვეული გამოწვევები, რომლებიც ხელს უშლის საერთაშორისო თანამშრომლობის პოტენციალის სრულად გამოყენებას. სააგენტოსთვის მნიშვნელოვანი ხდება ახალი კომუნიკაციისა და მონაცემთა გაზიარების ინსტრუმენტების დანერგვა, რაც არა მხოლოდ გააუმჯობესებს საერთაშორისო გამოცდილების ადაპტაციას საქართველოში, არამედ გაზრდის სააგენტოს ცნობადობას საერთაშორისო დონეზე.

ქმედების პოლიტიკა:

- კონკურენციის, ანტიდემპინგური პოლიტიკისა და მომხმარებლის დაცვის მიმართულებით, სააგენტოს საქმიანობისა და ქვეყნის გამოცდილების შესახებ საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალებსა და პუბლიკაციებში ინფორმაციის გამოქვეყნება.
- საერთაშორისო კონფერენციებში, სამუშაო ჯგუფებსა და ტრენინგებში სააგენტოს წარმომადგენლების ჩართულობის ზრდა.

შეფასების ინდიკატორები:

- კონკურენციის, ანტიდემპინგური პოლიტიკისა და მომხმარებლის დაცვის მიმართულებით, სააგენტოს საქმიანობისა და ქვეყნის გამოცდილების შესახებ საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალებსა და პუბლიკაციებში გამოქვეყნებული ინფორმაციის რაოდენობა;
- სააგენტოს წარმომადგენლების მიერ საერთაშორისო კონფერენციებში, სამუშაო ჯგუფებსა და ტრენინგებში ჩართულობის მაჩვენებელი.

3.6 საზღვარგარეთის შესაბამის უწყებებთან ურთიერთობის გაღრმავება

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

საზღვარგარეთის შესაბამის უწყებებთან ურთიერთობის გაღრმავების კუთხით იკვეთება სხვადასხვა სახის გამოწვევები. არსებული მონაცემებით, სააგენტოს 23 კოლეგა უწყებასთან აქვს გაფორმებული ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმი. ნაკისრი ვალდებულებების ეფექტიანად განხორციელებისა და მნიშვნელოვანი შედეგების მიღწევის მიზნით სააგენტოს მხრიდან საჭიროა დამატებითი ძალისხმევა.

საქართველოში მოქმედი ხუთი მარეგულირებელი უწყების ორგანიზებით ყოველწლიურად იმართება საერთაშორისო კონფერენცია „კონკურენცია და მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“. კონფერენციაში აქტიურად მონაწილეობას იღებენ სხვადასხვა ქვეყნების კოლეგა უწყებების პირველი პირები, დელეგაციები, ადგილობრივი/საერთაშორისო ექსპერტები, მთავრობისა და პარლამენტის წევრები, საჯარო უწყებების, მარეგულირებელი ორგანოების,



აკადემიური წრის და ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლები. მნიშვნელოვანია აღნიშნულმა კონფერენციამ მიიღოს სისტემატიური ხასიათი.

სააგენტო ამ დროისათვის არ თანამშრომლობს ანტიდემპინგური პოლიტიკის აღმასრულებელ შესაბამის უწყებებთან. თუმცა, აღნიშნული ტიპის თანამშრომლობა მნიშვნელოვანია, ინფორმაციის, საუკეთესო პრაქტიკის გაზიარებისა და საერთაშორისო სტანდარტებთან დაახლოებისათვის.

ქმედების პოლიტიკა:

- ორმხრივი და მრავალმხრივი შეხვედრების გამართვა სხვა ქვეყნების შესაბამის უწყებებთან;
- ვებინარების და ვიდეო კონფერენციების საშუალებით, გამოცდილების გაზიარების მიზნით, სხვა ქვეყნის შესაბამის უწყებებთან ინფორმაციის გაცვლა.

შეფასების ინდიკატორები:

- სხვა ქვეყნების შესაბამის უწყებებთან გამართული ორმხრივი და მრავალმხრივი შეხვედრების რაოდენობა;
- გამოცდილების გაზიარების მიზნით, სხვა ქვეყნის შესაბამის უწყებებთან გამართული ვებინარების და ვიდეო კონფერენციების რაოდენობა.

მიზანი 4: ორგანიზაციული და ინფრასტრუქტურული განვითარება

სააგენტოს გამართული და ეფექტიანი საქმიანობის უზრუნველყოფის მიზნით, ისევე როგორც წინამდებარე სტრატეგიის მიზნების და ამოცანების მიღწევის უზრუნველყოფისთვის აუცილებელია რიგი შიდა სისტემები და ინფრასტრუქტურული ნაწილი იყოს გამართული. ამ მიმართულებით სააგენტოს წინაშე დგას შემდეგი სახის ძირითადი გამოწვევები:

- **ინფორმაციული და კიბერუსაფრთხოების პოლიტიკის არარსებობა:** სააგენტოს არ აქვს ჩამოყალიბებული პოლიტიკა, რომელიც უზრუნველყოფს მონაცემთა უსაფრთხოებას და ამცირებს კიბერშეტევების რისკს.
- **რისკების შეფასებისა და მართვის სისტემის არარსებობა:** სააგენტოში არ არსებობს რისკების იდენტიფიკაციისა და მართვის პოლიტიკა, რაც ხელს უშლის მიმდინარე საქმიანობის ეფექტიანობას.
- **პერსონალის შეფასებისა და განვითარების მექანიზმების ნაკლებობა:** არ არის დანერგილი პერსონალის (ადამიანური რესურსების) შეფასებისა და განვითარების სისტემები, რომლებიც უზრუნველყოფს თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ამაღლებასა და მოტივაციის გაზრდას.
- **ინფრასტრუქტურული შეუსაბამობა:** არსებული ფიზიკური და საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურა ვერ პასუხობს თანამედროვე ორგანიზაციულ მოთხოვნებს, რაც მნიშვნელოვნად ამცირებს სააგენტოს ოპერაციული პროცესების ეფექტიანობას.



4.1 საინფორმაციო და კიბერ უსაფრთხოების პოლიტიკის შემუშავება

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

საინფორმაციო და კიბერუსაფრთხოების პოლიტიკის განსაზღვრა კრიტიკულად მნიშვნელოვანია სააგენტოს ეფექტიანი და დაცული ფუნქციონირებისთვის. აღნიშნული ტიპის პოლიტიკა უზრუნველყოფს სააგენტოს საქმიანობის სხვადასხვა ეტაპზე პოტენციური საფრთხეების იდენტიფიცირებას და პრევენციას. ამ მიზნის მისაღწევად საჭიროა სააგენტოს IT ინფრასტრუქტურის სრულყოფა, რაც მოიცავს ქსელური და პროგრამული უზრუნველყოფის შეძენას და განახლებას, კიბერუსაფრთხოების რისკების შესახებ თანამშრომლების ინფორმირებულობის გაზრდას.

ქმედების პოლიტიკა:

- საინფორმაციო და კიბერ უსაფრთხოების პოლიტიკის განსაზღვრის მიზნით დოკუმენტის შემუშავება;
- უსაფრთხოების პოლიტიკის დოკუმენტზე დაყრდნობით ქსელური ინფრასტრუქტურის და ფიზიკური დაშვების საფრთხეების რევიზია;
- პროგრამული უზრუნველყოფის დანერგვა და განახლება;
- ციფრულ რესურსებზე წვდომის უზრუნველყოფა.

შეფასების ინდიკატორები:

- შემუშავებულია სააგენტოს საინფორმაციო და კიბერ უსაფრთხოების პოლიტიკა;
- გამართულია ქსელური ინფრასტრუქტურა და უზრუნველყოფილია ფიზიკური დაშვების საფრთხეების პრევენცია;
- შეძენილია პროგრამული უზრუნველყოფა;
- უზრუნველყოფილია ყველა მომხმარებლის ჩართულობა და წვდომა ციფრულ რესურსებზე.

4.2 ოპერაციული რისკების შეფასებისა და მართვის სისტემის დანერგვა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

სააგენტო კანონით მასზე მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში საქმიანობისას შესაძლოა დადგეს სხვადასხვა ტიპის, როგორც შიდა, ასევე გარე რისკების საფრთხის წინაშე. ამ ეტაპზე არ არსებობს სისტემური მიდგომა ან რაიმე ტიპის დოკუმენტი სადაც წინასწარ იქნება შეფასებული ის რისკები, რამაც შესაძლოა ხელი შეუშალოს სააგენტოს გამართულ და ეფექტურ ფუნქციონირებას.

ოპერაციული რისკების შეფასებისა და მართვის სისტემის დანერგვა გადამწყვეტ როლს ასრულებს თანამედროვე ტიპის უწყებების შიდა კონტროლის მექანიზმების ჩამოყალიბების პროცესში. აღნიშნული დოკუმენტის მიზანია დაეხმაროს უწყებას წინასწარ მოახდინოს მის წინაშე არსებული რისკების იდენტიფიცირება, შეფასება და მათი მართვა, რაც საბოლოოდ დადებით გავლენას ახდენს უწყების სტრატეგიული მიზნებისა და ამოცანების მიღწევაზე.



მნიშვნელოვანია სააგენტომ შექმნას ოპერაციული რისკების შეფასებისა და მართვის ეფექტური და საიმედო სისტემა, რათა უზრუნველყოს მასზე მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში წარმართული საქმიანობისას მაქსიმალური მდგრადობა და ეფექტიანობა.

ქმედების პოლიტიკა:

- რისკის მართვის პოლიტიკისა და მეთოდოლოგიის დოკუმენტის შემუშავება, რომელიც ასახავს სააგენტოს მიერ რისკების იდენტიფიკაციის, შეფასების და მართვის მიდგომას, პასუხისმგებლობებს და პროცესებს;
- ოპერაციული რისკების მართვის პროცესში თანამშრომლების აქტიური ჩართვა, რაც ხელს შეუწყობს რისკის მართვის კულტურის ჩამოყალიბებას.

შეფასების ინდიკატორები:

- შექმნილია ოპერაციული რისკების შეფასებისა და მართვის პოლიტიკის დოკუმენტი;
- რისკის მართვის საკითხებზე თანამშრომლებისთვის ჩატარებული ტრენინგებისა და შეხვედრების რაოდენობა.

4.3 კადრების შეფასების სისტემის დანერგვა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

შესრულებული სამუშაოს შეფასების სისტემა არის ადამიანური რესურსების მართვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რომელიც უკავშირდება თანამშრომელთა საქმიანობაზე უკუკავშირს, განვითარებას, წახალისებას, კარიერული წინსვლისა და საქმიანობის განხორციელების გაუმჯობესებას. იგი წარმოადგენს პროცესს, რომელიც უზრუნველყოფს დროის განსაზღვრულ პერიოდში თანამშრომლის საქმიანობის შედეგების, საქმიანობის განხორციელებისთვის საჭირო უნარების და ცოდნის გამოყენების შეფასებას, წინასწარ დადგენილი მოდელისა და კრიტერიუმის საფუძველზე.

შეფასების სისტემა ეხმარება სააგენტოს და თანამშრომლებს, სააგენტოს სტრატეგიულ მიზნებსა და ამოცანებზე დაყრდნობით, განსაზღვრონ ინდივიდუალური საქმიანობის მიზნები, მოსალოდნელი შედეგები, მათი მიღწევისთვის საჭირო უნარ-ჩვევები და ცოდნები.

ქმედების პოლიტიკა:

- კომპეტენციების განსაზღვრა, რომლის მიხედვითაც უნდა განხორციელდეს შესრულებული სამუშაოს შეფასება;
- შეფასების ინდიკატორების განსაზღვრა და დამტკიცება;
- შუალედური შეფასება და მიმდინარე საქმიანობის მონიტორინგი;
- საბოლოო შეფასება;
- შეფასების შედეგებზე რეაგირება.

შეფასების ინდიკატორები:

- დამტკიცებულია თანამშრომელთა კომპეტენციების განმსაზღვრელი დოკუმენტი;
- შემუშავებულია და დამტკიცებულია თანამშრომელთა შეფასების ინდიკატორები;



- მომზადებულია ფუნქციებისა და კომპეტენციების შეფასების ქულების სტანდარტიზების დოკუმენტი;
- განხორციელებულია თანამშრომელთა საქმიანობის შუალედური შეფასება;
- განხორციელებულია საბოლოო შეფასება და მომზადებულია შესაბამისი ოქმი.

4.4 ფიზიკური ინფრასტრუქტურის გამართვა

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

სააგენტოს, ისევე როგორც ნებისმიერ უწყებას, ხარისხიანი ოპერირებისათვის ესაჭიროება შესაბამისი ფიზიკური ინფრასტრუქტურა. სააგენტოს ამ მომენტისთვის არ გააჩნია საკუთარი შენობა და შესაბამისად საოფისე ფართი ალბულები აქვს იჯარით. არსებული სიტუაცია პრობლემატურია ორი კუთხით: არსებული ფართი ვერ პასუხობს სააგენტოს დღევანდელ მოთხოვნებს - კაბინეტები გადატვირთულია. დგას ხარჯ ეფექტიანობის საკითხი - წლიური ბიუჯეტის მნიშვნელოვანი ნაწილი იხარჯება იჯარაზე.

ქმედების პოლიტიკა:

- საოფისე ფართის მოძიების ფარგლებში დაგეგმილია საჭიროებების იდენტიფიცირება და ძიების არეალის გაზრდა უძრავი ქონების ბაზარზე მოქმედი საბროკერო კომპანიების მოძიების მიზნით;
- ზემოხსენებული შეფასების საფუძველზე ახალი საკუთარი საოფისე ფართის/შენობის შერჩევის და შემდგომში რეალოკაციის პროცესის ინიცირება.

შეფასების ინდიკატორები:

- უძრავი ქონების ბაზარზე არსებული საბროკერო კომპანიებთან ჩატარებული შეხვედრების რაოდენობა;
- შერჩეული საოფისე ფართი.

მიზანი 5: სასწავლო და კვლევით მიმართულების გაძლიერება

2023 წელს სააგენტოს დებულებაში რიგი ცვლილებები განხორციელდა. ცვლილებებს შორის ერთ-ერთი არის სასწავლო კვლევითი ცენტრი, რომელიც სააგენტოში შეიქმნა როგორც ახალი სტრუქტურული ერთეული.

სასწავლო კვლევითი ცენტრის ძირითადი ფუნქცია-მოვალეობებია სასწავლო მიმართულებით სააგენტოს კომპეტენციას მიკუთვნებულ საკითხებზე სააგენტოს თანამშრომელთა პროფესიული განვითარების, სასწავლო პროგრამების, ტრენინგების საჭიროებათა კვლევა, შედეგების ანალიზის შესაბამისად, სააგენტოს თანამშრომელთა პროფესიული განვითარებისა და სასწავლო პროგრამების სტრატეგიის განსაზღვრა/შემუშავება, ტრენინგების ორგანიზება, მათი ხარისხის კონტროლი, ეფექტიანობის შეფასება, ასევე ამავე მიზნებისთვის სასწავლო მასალების ელექტრონული საინფორმაციო ბაზის შექმნა და მისი მართვაც ცენტრის ერთერთი უფლებამოსილებაა.



აგრეთვე აღსანიშნავია კვლევითი მიმართულებაც, ცენტრი უფლებამოსილია სააგენტოს კომპეტენციას მიკუთვნებულ საკითხებზე კვლევითი პროგრამების საჭიროება განსაზღვროს, შეიმუშავოს და განახორციელოს.

აგრეთვე, დაინტერესებული პირებისთვის შეიმუშავოს და განახორციელოს პროფესიული განვითარებისა და კვალიფიკაციის ამაღლებისთვის საჭირო სპეციალური სასწავლო კურსები/პროგრამები და სამეცნიერო-საგანმანათლებლო ხასიათის პროექტები.

აღსანიშნავია, რომ სასწავლო და კვლევითი მიმართულებების გაძლიერება ხელს შეუწყობს სააგენტოში დასაქმებულთა კვალიფიკაციის უწყვეტ განვითარებას, ასევე სააგენტოს თაობაზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებას, ამ მიზნების მიღწევით კი - სააგენტოს ინსტიტუციურ განვითარებას.

5.1 თანამშრომელთა ჩართვა უწყვეტი განათლების პროცესში მათი კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნით

არსებული სიტუაცია და გამოწვევები

სასწავლო კვლევითი ცენტრი, სააგენტოს დებულებით გათვალისწინებული უფლებამოსილების ფარგლებში, სააგენტოს თანამშრომელთა უწყვეტი პროფესიული განვითარების მიზნით, ყოველდღიურ რეჟიმში სააგენტოს თანამშრომლებს აწვდის როგორც ეროვნულ დონეზე, ასევე საერთაშორისო მასშტაბით დაგეგმილი კონფერენციების, სემინარების, ვებინარებისა და ჩატარებული კვლევების, საჭირო და საინტერესო მიმოხილვების, ანგარიშების, სამეცნიერო თუ დარგობრივი გამოცემების შესახებ ინფორმაციას, რაც მათ უწყობთ ხელს მიიღონ მონაწილეობა და იყვნენ ინფორმირებულნი კომპეტენციას მიკუთვნებულ საკითხებზე მსოფლიოში არსებული ტენდენციების შესახებ. აგრეთვე, აიმაღლონ კვალიფიკაცია და გაიუმჯობესონ ის უნარ-ჩვევები და ცოდნა, რომელიც დაკისრებული უფლებამოსილების მეტად ეფექტურად შესრულებაში შეუწყობთ ხელს. აღსანიშნავია, რომ მოცემულ ეტაპზე სააგენტოს არ გააჩნია სასწავლო/საგანმანათლებლო/კვლევითი და სხვა სასარგებლო მასალების საბაზისო ელექტრონული საინფორმაციო ბაზა, თავმოყრილი მასალების მარტივი გზით მოსაძიებლად და დანიშნულებისამებრ გამოსაყენებლად.

საგანმანათლებლო დანიშნულების ვებ-საიტის შექმნის გზით, რომელიც გააერთიანებს თემატურად და საჭიროების მიხედვით სტრუქტურირებულ მასალებს, სააგენტოს თანამშრომლებს ექნებათ საშუალება, შესაბამის დარგებში, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე არსებული საგანმანათლებლო, სამეცნიერო და კვლევითი მასალები მოიძიონ, იყვნენ არსებული ტენდენციების შესახებ ინფორმირებული და გამოიყენონ ყოველდღიურ საქმიანობაში.

ქმედების პოლიტიკა:

- სააგენტოს კომპეტენციას მიკუთვნებულ სხვადასხვა საკითხზე თანამშრომლების საჭიროებების კვლევა და შედეგების ანალიზის საფუძველზე ტრენინგების/აქტივობების ჩატარება/განხორციელება;
- ვებ-საიტის შექმნა, რომელზეც განთავსდება სასწავლო/საგანმანათლებლო/კვლევითი და სხვა სასარგებლო მასალების საბაზისო ელექტრონული საინფორმაციო ბაზა,



თავმოყრილი მასალების მარტივი გზით სააგენტოს თანამშრომლების მიერ მოსაძიებლად და დანიშნულებისამებრ გამოსაყენებლად;

- თემატურად სტრუქტურირებული სასწავლო/საგანმანათლებლო/კვლევითი და სხვა სასარგებლო მასალების ბაზის შექმნა საიტზე განსათავსებლად.

შეფასების ინდიკატორები:

- გადამზადებული თანამშრომლების რაოდენობა;
- შექმნილი საინფორმაციო ვებ საიტი;
- შექმნილი სასწავლო მასალების საინფორმაციო ბაზა;
- აქტივობების მონაწილეების კმაყოფილების კვლევის დადებითი შედეგები.

5.2 სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან ტრენინგების, ვებინარებისა და სამუშაო შეხვედრების ჩატარება

სააგენტოს სასწავლო-კვლევითი ცენტრი, თავისი ფუნქციებიდან გამომდინარე, გეგმავს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის, სააგენტოს კომპეტენციას მიკუთვნებული სფეროებში სასწავლო, სატრენინგო და სამეცნიერო აქტივობების ორგანიზებას. აქტივობები განხორციელდება როგორც ადგილზე, ისე ონლაინ ფორმატში, რაც უზრუნველყოფს მაქსიმალურ ხელმისაწვდომობას დაინტერესებული პირებისთვის.

აღნიშნულ აქტივობებში მონაწილეობის შემდეგ, სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეს მიეცემა შესაძლებლობა, საჭიროების შემთხვევაში, დამატებით გაეცნოს საინტერესო და სასარგებლო მასალებს, რომლებიც მათ შესაძლებლობას მისცემს გაიღრმავონ ცოდნა და გაიუმჯობესონ პროფესიული უნარები სააგენტოს კომპეტენციას მიკუთვნებულ საკითხებში.

ქმედების პოლიტიკა:

- სააგენტოს კომპეტენციის სფეროების მიხედვით, დაიგეგმება შესაბამისი საკითხებით დაინტერესებული მხარეების კვლევა;
- ზემოაღნიშნული კვლევის შედეგების საფუძველზე, სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის ცენტრი შეიმუშავებს და ჩატარებს სასწავლო პროგრამებს, მათ შორის, ტრენინგებსა და ვებინარებს;
- ჩატარებული ტრენინგებისა და ვებინარების შემდეგ განხორციელდება მონაწილეთა კმაყოფილების კვლევა.

შეფასების ინდიკატორები:

- ჩატარებულია დაინტერესებული მხარეების კვლევა;
- კვლევის შედეგების საფუძველზე ჩატარებულია ტრენინგები და ვებინარები;
- ჩატარებული აქტივობების მონაწილეების კმაყოფილების კვლევა.



5. სტრატეგიის დაგეგმვა და პერიოდული მონიტორინგი

სტრატეგიული დაგეგმვის ციკლი

საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს ინსტიტუციური განვითარების სტრატეგიის და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის ციკლი მოიცავს შემდეგ კომპონენტებს:

- **სტრატეგიის დაგეგმვა** - სტრატეგიის დაგეგმვა ხორციელდება სამ წელიწადში ერთხელ. სტრატეგიის დაგეგმვა ხორციელდება სტრატეგიის სამუშაო ჯგუფის მიერ, რომლის შემადგენლობას ბრძანებით ადგენს სააგენტოს თავჯდომარე. სამუშაო ჯგუფის მუშაობას ხელმძღვანელობს თავჯდომარის მოადგილე, ხოლო სამუშაო ჯგუფის მუშაობის ორგანიზებას ახორციელებს ადმინისტრაციული დეპარტამენტი და საჭიროების შემთხვევაში, თავჯდომარის ბრძანებით განსაზღვრული სხვა პასუხისმგებელი პირები.
- **სამოქმედო გეგმის მომზადება** - სტრატეგიის შესაბამისად სამოქმედო გეგმის მომზადება და დაზუსტება ხორციელდება წელიწადში ერთხელ, ყოველი წლის მე-3 კვარტალში. სამოქმედო გეგმის მომზადებას უზრუნველყოფს სტრატეგიის დაგეგმვის სამუშაო ჯგუფი.
- **სტრატეგიის პერიოდული გადახედვა** - პერიოდული გადახედვა ხორციელდება წელიწადში ერთხელ, ყოველი წლის მე-3 კვარტალში და სტრატეგიაში ცვლილებების შესაბამისად ხორციელდება სამოქმედო გეგმის განახლება. სტრატეგიის პერიოდულ გადახედვას ასევე ახორციელებს სტრატეგიის სამუშაო ჯგუფი.
- **სტრატეგიის შესრულების მონიტორინგი და ანგარიშგება** - სტრატეგიის შესრულების მონიტორინგი ხორციელდება 6 თვეში ერთხელ და მზადდება მოკლე მონიტორინგის ანგარიში სააგენტოს მენეჯმენტისთვის. სტრატეგიის მონიტორინგს ხელმძღვანელობს სააგენტოს თავჯდომარის მოადგილე და იგი უზრუნველყოფს მონიტორინგის მონაცემების და ანგარიშის მომზადებაზე პასუხისმგებელი პირების განსაზღვრას.
- **მიმდინარე წლის სამოქმედო გეგმის განხორციელების მონიტორინგი და ანგარიშგება** - სამოქმედო გეგმის მონიტორინგი და შესრულების შეფასება ხორციელდება ექვს თვეში ერთხელ და მზადდება მოკლე მონიტორინგის ანგარიში.

სტრატეგიის მონიტორინგი და ანგარიშგება

სააგენტოს სტრატეგიის და სამოქმედო გეგმის მონიტორინგი ხორციელდება რამდენიმე დონეზე:

- ინსტიტუციური დონე - მონიტორინგი გულისხმობს სტრატეგიის შესრულების პროგრესის მონიტორინგს და ხორციელდება შესრულების მაჩვენებლების მიხედვით. აღნიშნული შესრულების მაჩვენებლები გამოიყენება სტრატეგიის განხორციელების პროგრესის ანგარიშგებისათვის საზოგადოებასთან და დაინტერესებულ მხარეებთან;



- ამოცანების დონე - მონიტორინგი გულისხმობს სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგს პრიორიტეტების, მიზნების და ამოცანების მიხედვით და ხორციელდება შედეგების ინდიკატორების გამოყენების მეშვეობით;
- სამოქმედო გეგმის დონე - მონიტორინგი გულისხმობს სამოქმედო გეგმით განსაზღვრული ქმედებების მონიტორინგს და ხორციელდება შესრულების კრიტერიუმების მეშვეობით, რომლიც მოცემულია სამოქმედო გეგმაში.

