



N 04/915
06.12.2023

ბრძანება

915-01-4-202312061419



საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2024-2025 წლების საკომუნიკაციო
(ადვოკატირების) გეგმის დამტკიცების შესახებ

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის და „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს დებულების დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 14 აპრილის №288 დადგენილებით დამტკიცებული დებულების მე-4 მუხლის მე-4 პუნქტის „ე“ ქვეპუნქტის, „უფლებამოსილებათა განაწილებისა და მინიჭების შესახებ“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 30 ოქტომბრის N 04/754 ბრძანების მე-4 მუხლის საფუძველზე,

ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:

1. თანდართული სახით დამტკიცდეს 2024-2025 წლებისთვის საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს (შემდგომში - სააგენტო) საკომუნიკაციო (ადვოკატირების) გეგმა (შემდგომში - გეგმა).
2. ამ ბრძანების პირველ პუნქტში მითითებული გეგმა გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებ-გვერდზე.
3. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ ვადაში და წესით თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მის.: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64).
4. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

ლევან კალანდაძე

თავმჯდომარის მოვალეობის შემსრულებელი





N 04/915
06.12.2023

ბრძანება

915-01-4-202312061419


საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს 2024-2025 წლების საკომუნიკაციო
(ადვოკატირების) გეგმის დამტკიცების შესახებ

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17¹ მუხლის მე-4 პუნქტის და „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს დებულების დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის 2014 წლის 14 აპრილის №288 დადგენილებით დამტკიცებული დებულების მე-4 მუხლის მე-4 პუნქტის „ე“ ქვეპუნქტის, „უფლებამოსილებათა განაწილებისა და მინიჭების შესახებ“ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 30 ოქტომბრის N 04/754 ბრძანების მე-4 მუხლის საფუძველზე,

ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:

1. თანდართული სახით დამტკიცდეს 2024-2025 წლებისთვის საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს (შემდგომში - სააგენტო) საკომუნიკაციო (ადვოკატირების) გეგმა (შემდგომში - გეგმა).
2. ამ ბრძანების პირველ პუნქტში მითითებული გეგმა გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებ-გვერდზე.
3. ამ ბრძანების გასაჩივრება შესაძლებელია საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილ ვადაში და წესით თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მის.: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი №64).
4. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.

ლევან კალანდაძე

თავმჯდომარის მოვალეობის შემსრულებელი





საქართველოს
კონკურენციის
ეროვნული სააგენტო

საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს საკომუნიკაციო (ადვოკატირების) გეგმა 2024-2025

*დოკუმენტი შექმნილია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული TWINNING-ის პროექტის
„საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს შესაძლებლობების გაძლიერება“ ექსპერტების
მხარდაჭერით*

წინამდებარე გეგმის მიზანია საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს (შემდგომში – სააგენტო) 2024-2025 წლების საკომუნიკაციო (აღვოკატირების) აქტივობების შემუშავება. გეგმა განსაზღვრას იმ ძირითად პრინციპებს, რომლებიც ხელს უწყობენ აღვოკატირების საქმიანობის წარმატებულად განხორციელებას.

გეგმა მოიცავს სამ ძირითად ნაწილს: შესავალი, რომელშიც აღწერილია აღვოკატირების აქტივობების მნიშვნელობა; პრინციპები იმის შესახებ, თუ როგორ გავხადოთ აღვოკატირების საქმიანობა ეფექტიანი და 2024-2025 წლებში განსახორციელებელი კონკრეტული აქტივობების ძირითადი ჩამონათვალი.

შესავალი

საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო (შემდგომში „სააგენტო“) წარმოადგენს დამოუკიდებელ საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს, რომელიც საქართველოში ახორციელებს კონკურენციის, ანტიდემპინგის და მომხმარებლის უფლებების დაცვის სახელმწიფო პოლიტიკას და ანგარიშვალდებულია საქართველოს პარლამენტის, საქართველოს პრემიერ მინისტრისა და საზოგადოების წინაშე.

სააგენტოს ძირითადი ამოცანაა კონკურენციის პოლიტიკის განხორციელება „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, საქართველოში კონკურენციის განვითარების ხელშეწყობისთვის პირობების შექმნა და დაცვა, აგრეთვე ამ მიზნით ყველა სახის ანტიკონკურენტული შეთანხმებისა და ქმედების დაუშვებლობა, გამოვლენა და აღკვეთა. ამასთანავე, სააგენტო ახორციელებს საქართველოს საბაჟო ტერიტორიაზე დემპინგური იმპორტისგან ადგილობრივი ინდუსტრიის დაცვის პოლიტიკას „ვაჭრობაში ანტიდემპინგური ღონისძიების შემოღების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად და უზრუნველყოფს მომხმარებლის უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციას, დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობასა და დარღვევებზე სათანადო რეაგირებას „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ და „ელექტრონული კომერციის შესახებ“ საქართველოს კანონებით დადგენილი წესით.

ზემოაღნიშნული ამოცანების განხორციელება შესაძლებელია ორი მიმართულებით: კანონის აღსრულებით და ადვოკატირების გზით.

საკომუნიკაციო გეგმა მოიცავს სააგენტოს მიერ გასატარებელი ღონისძიებების ვრცელ ჩამონათვალს, რომლებიც დაკავშირებულია სხვადასხვა არაიდულებითი მექანიზმების გამოყენებით, ბაზარზე ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ხელშეწყობასა და მომხმარებლის უფლებების დაცვასთან. ასეთი მექანიზმები მოიცავს სააგენტოს მხრიდან სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან დიალოგის წარმოებას, რომლის საშუალებით ხდება კონკურენციის და მომხმარებლის უფლებების დაცვის მნიშვნელობის შესახებ მოქალაქეების, ბიზნესისა და პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირების ცნობიერების გაზრდა.

ადვოკატირების პროექტების შერჩევისა და განხორციელებისას მნიშვნელოვანია განისაზღვროს სამიზნე ჯგუფები, რომლებიც შეიძლება დაიყოს მომხმარებლებად, ბიზნესის წარმომადგენლებად და სხვა დაინტერესებულ მხარეებად.

მომხმარებლის ცნობიერების გაზრდის მიზნით, რეკომენდირებულია მათი შემდეგ კატეგორიებად დაყოფა:

- 18 წლამდე ასაკის მოსახლეობა
- 18 დან 60 წლამდე ასაკის მოსახლეობა
- 60 წელს ზემოთ ასაკის მოსახლეობა
- საქართველოს რეგიონებში მცხოვრები მოსახლეობა
- ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები
- მოწყვლადი მომხმარებლები

ბიზნეს სექტორისთვის მნიშვნელოვანია მოლოდინებზე სწორი რეაგირება და სააგენტოს როლისა და ფუნქციების შესახებ ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება. ბიზნეს საზოგადოების სამიზნე აუდიტორიის იდენტიფიცირებისას რეკომენდირებულია მათი დაყოფა შემდეგ კატეგორიებად:

- მცირე და საშუალო ბიზნესი
- მსხვილი ბიზნესი
- ბიზნეს ასოციაციები

სხვა დაინტერესებული მხარეების განსაზღვრისთვის, რეკომენდირებულია, მათი დაყოფა შემდეგ კატეგორიებად:

- ცენტრალური ხელისუფლება
- ადგილობრივი თვითმმართველობა
- არასამთავრობო სექტორი
- სასამართლო სისტემის წარმომადგენლები
- იურისტები
- სტუდენტები
- მედია სექტორი
- აკადემიური სექტორი
- ექსპერტები

ეფექტიანი ადვოკატირების პრინციპები

ადვოკატირების მიზნებისთვის, საკმარისი არ არის მხოლოდ დარგობრივი ცოდნა. მიუხედავად იმისა, რომ კონკურენციის, ანტიდემპინგური ღონისძიებების და მომხმარებლის უფლებების დაცვის კანონმდებლობის ან/და ეკონომიკური განათლება გადამწყვეტია, მნიშვნელოვანია გაზიარებული იქნას სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების კომპეტენტური მოსაზრებები.

სამიზნე აუდიტორიას შეიძლება ჰქონდეს განსხვავებული მიზნები და პრაქტიკული დასაბუთების გარეშე მათთვის მიწოდებული თეორიული ინფორმაცია შეიძლება ჩათვალოს ზედმეტად რთულად. აღნიშნული მიზეზის გამო, აუცილებელია, ყურადღება გამახვილდეს არამხოლოდ აქტივობების შინაარსზე, არამედ მათი წარდგენის ფორმებსა და მეთოდებზე.

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე ზოგადი პრინციპი, რომელიც უნდა იქნას გათვალისწინებული, რათა ადვოკატირების აქტივობები გახდეს უფრო სასარგებლო და ეფექტიანი.

გამოიყენეთ მარტივი ენა: გასათვალისწინებელია, რომ სამიზნე აუდიტორია ჩვეულებრივ არ არიან კონკურენციის, ანტიდემპინგური ღონისძიებების ან მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლის ექსპერტები. შესაბამისად, ნაცვლად პროფესიული ტერმინებისა, მათთან კომუნიკაციისას გამოყენებული უნდა იქნას მარტივი, ყველა დაინტერესებული მხარესთვის გასაგები ენა.

კარგად ჩამოაყალიბეთ მთავარი შეტყობინება: ძირითადი შეტყობინებები მნიშვნელოვანია იმ ინფორმაციის გადაცემისთვის, რომელიც აუდიტორიამ უნდა მოისმინოს, გაიგოს და

დაიმახსოვროს. ეს შეიძლება იყოს მოკლე შეტყობინებები, რომლებიც ასახავს ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რას ვაკეთებთ, რატომ ვაკეთებთ, რას ვაკეთებთ განსხვავებულს და რა სარგებელი მოგვაქვს საზოგადოებისთვის.

დააფიქსირეთ პოზიცია რაც შეიძლება მოკლედ და მკაფიოდ: ეფექტიანად მომზადებულმა პრეზენტაციამ შესაძლოა გადამწყვეტი როლი ითამაშოს ადვოკატირების წარმატებული პროექტის განხორციელებაში. მეორე მხრივ, გრძელმა და რთულმა ტექსტებმა შესაძლოა მიზნობრივი აუდიტორიის ყურადღების და ინტერესის დაკარგვა გამოიწვიოს. სააგენტოს მიერ მომზადებული, საუკეთესო პრეზენტაციების და განცხადებების ბაზის შექმნა და თანამშრომელთა კვალიფიკაციის ამაღლება უზრუნველყოფს ადვოკატირების საქმიანობის გაუმჯობესებას.

მოერიდეთ ზედმეტ ფორმალობას: წმინდა ფორმალისტური არგუმენტებით მიზნობრივი აუდიტორიის დარწმუნება რთულია. შესაბამისად, პოზიციების გასამყარებლად, გამოყენებული უნდა იქნას მაგალითები პრაქტიკული გამოცდილებიდან. მათ შორის ბაზრის მოკვლევის, სექტორული ანალიზის, მიღებული გადაწყვეტილებებისას დანერგილი სტანდარტების და საერთაშორისო პრაქტიკის გაცნობის გზით.

იცნობდე შენს აუდიტორიას: სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს და სამიზნე ჯგუფებს შესაძლოა ჰქონდეთ სააგენტოსგან განსხვავებული პრიორიტეტები. აღნიშნული წინააღმდეგობების აღმოსაფხვრელად ან შესარბილებლად, შეიძლება გამოსადეგი აღმოჩნდეს სააგენტოს მიერ საკუთარი პოზიციის განსაზღვრა და გამოყოფა, რომელიც შეიძლება იყოს მიმზიდველი სხვა დაინტერესებული მხარეებისთვისაც. მაგალითად: თუ პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირების მიერ იქნება წარდგენილი ინიციატივა, რომელიც ეხება ფერმერების დასაცავად მიწოდების ფასების რეგულირებას, ხაზი უნდა გაესვას არა მხოლოდ ამგვარი ინიციატივის ეფექტს კონკურენციაზე, არამედ ასევე იმ სავარაუდო ზიანს ან სარგებელს, რომელიც შესაძლოა ფერმერებმა მიიღონ გრძელვადიან პერსპექტივაში.

შეიმუშავეთ განრიგი: აუცილებელია კომუნიკაციის გეგმის აქტივობების ვადების დადგენა და თითოეული თემა უნდა ავსებდეს ერთმანეთს. შეტყობინების დროულობა ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც თავად შეტყობინება.

გამოიყენეთ საჯაროობა: სააგენტოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებები ხელმისაწვდომი უნდა გახდეს ფართო საზოგადოებისთვისაც. მაგალითად პრესრელიზის გამოქვეყნებით. ასეთი ქმედებები ხელს შეუწყობს სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს, რომ ჩაერთონ პროცესში და წარმოადგინონ თავიანთი პოზიცია და არგუმენტები.

ჩამოაყალიბეთ მოკავშირეთა ქსელი: კოლეგა უწყებების და სხვა სახელმწიფო ორგანოების ცოდნამ და გამოცდილებამ შესაძლოა ხელი შეუწყოს სააგენტოს ადვოკატირების პროცესის გაძლიერებას. იმისათვის, რომ თანამშრომლობა უფრო ეფექტიანი გახდეს, რეკომენდირებულია შეხვედრების ორგანიზება და მოსაზრებების რეგულარულად გაცვლა. აგრეთვე, თითოეულმა ორგანომ უნდა დანიშნოს საკონტაქტო პირები შეუფერხებელი კომუნიკაციისთვის.

საერთაშორისო თანამშრომლობა: იმისათვის, რომ ადვოკატირების საქმიანობა უფრო ეფექტიანი იყოს, ყოველთვის კარგია საერთაშორისო თანამშრომლობის ფაქტორის ჩართვა. მისი მიღწევა შესაძლებელია რამდენიმე გზით: უპირველეს ყოვლისა, საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებულ ღონისძიებებში მონაწილეობის და მათ მიერ გაცემული რეკომენდაციების და დანერგილი პრაქტიკის გაზიარების გზით.

აირჩიეთ საკომუნიკაციო არხები: საკომუნიკაციო არხი არის საშუალება ან რეჟიმი, რომლითაც შეტყობინება გადაეცემა აუდიტორიას. საკომუნიკაციო არხები შეიძლება დაიყოს სამ ძირითად ტიპად: ვერბალური, წერილობითი და ვიზუალური. ვერბალური კომუნიკაცია მოიცავს პირისპირ საუბრებს, სატელეფონო ზარებს, ვიდეო ზარებს, ვებინარებსა და პოდკასტებს. წერილობითი კომუნიკაცია მოიცავს ელექტრონულ წერილებს, ანგარიშებს, პენიშვნებს, ბიულეტენებს და პოსტებს სოციალურ მედიაში. ვიზუალური კომუნიკაცია მოიცავს სქემებს, გრაფიკებს, დიაგრამებს, ინფოგრაფიკას, სლაიდებს და ვიდეოებს. ორგანიზაციამ უნდა განსაზღვროს, თუ როგორ მიაწოდებს ინფორმაციას აუდიტორიას, რა საკომუნიკაციო არხებს გამოიყენებს. არხი უნდა შეირჩეს მომხმარებლების ხელმისაწვდომობის და მათი მახასიათებლების მიხედვით.

გადაანაწილეთ როლები და პასუხისმგებლობები: მნიშვნელოვანია განისაზღვროს ადვოკატირების საქმიანობის განმახორციელებელი გუნდი. თითოეულ ადამიანს უნდა ჰქონდეს თავისი როლი და იცოდეს თავისი პასუხისმგებლობა.

შეამოწმეთ თქვენი გეგმა: მას შემდეგ რაც შეიმუშავებთ საკომუნიკაციო გეგმას, გამოსცადეთ (შეამოწმეთ) ის, რათა დარწმუნდეთ, რომ მუშაობს სწორედ ისე, როგორც იყო დაგეგმილი. მიიღეთ უკუკავშირი თქვენი სამიზნე ჯგუფებისგან და საჭიროების შემთხვევაში შეცვალეთ. თქვენი აქტივობების დასრულების შემდეგ, სტრატეგიის გაუმჯობესების მიზნით, შეგიძლიათ მიღებული შედეგების გაზომვა.

2024-2025 წლებში ჩასატარებელი ადვოკატირების აქტივობები

ადვოკატირება კონკურენციის მიმართულებით

	ღონისძიება	სამიზნე ჯგუფი	შესრულების სავარაუდო პერიოდი	კომენტარები
1.	სემინარი კონკურენციის სამართალში სასამართლო სისტემის წარმომადგენლებისთვის	სასამართლო სისტემის წარმომადგენლები	გაზაფხული 2024 გაზაფხული 2025	ყოველწლიურად მსგავსი სახის სემინარების ორგანიზებით, უზრუნველყოფილი იქნება სასამართლო სისტემასთან მუდმივი ურთიერთობა და სასამართლოს სისტემის წარმომადგენლების ცოდნისა და ცნობიერების სტაბილური ამაღლება კონკურენციის სამართლის მიმართულებით.
2.	სემინარი კონკურენციის სამართალში იურისტებისთვის	იურისტები (მათ შორის: ადვოკატები, საკონსულტაციო კომპანიები, იურიდიული ფირმები, სავაჭრო ასოციაციები)	გაზაფხული 2024 გაზაფხული 2025	კონკურენციის სამართლის და პრაქტიკის განვითარებისათვის, მნიშვნელოვანია რეგულარულად, ადვოკატებისათვის, ბიზნეს საკონსულტაციო კომპანიების, იურიდიული ფირმებისა და სხვადასხვა სავაჭრო (ბიზნეს) ასოციაციებისათვის ჩატარდეს კონკურენციის სამართლის ძირითად პრინციპებზე რეგულარული სემინარები/შეხვედრები.
3.	სემინარები მედია სექტორის წარმომადგენლებისთვის კონკურენციის სამართლის მიმართულებით	მედია სექტორი	ყოველ წელს	გამოცდილებიდან გამომდინარე, მედია სექტორში არსებობს მზარდი დაინტერესება, სააგენტოს მიერ ორგანიზებული საინფორმაციო სემინარებზე დასწრების მიმართულებით. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია სააგენტომ ადვოკატირების ღონისძიებები ამ მიმართულებითაც გააგრძელოს.
4.	თანამშრომლობა მედია სექტორის წარმომადგენლებთან კონკურენციის სამართლის თემებზე	მედია სექტორი	2024-2025	ინფორმაცია ყველა გადაწყვეტილების, მიმდინარე და დასრულებული საქმეების შესახებ უნდა განთავსდეს სააგენტოს ვებგვერდზე და სოციალურ ქსელებში. ყოველთვიური საინფორმაციო ბიულეტენი სააგენტოს მხრიდან გაგზავნილ უნდა იქნეს მედია საშუალებების წარმომადგენლებისთვის.
5.	კონკურენციის სამართლის აქტუალური თემების შესახებ სახელმძღვანელო დოკუმენტების, რეკომენდაციების მომზადება და გამოქვეყნება	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	2024-2025	სახელმძღვანელო დოკუმენტები (გაიდლაინები) და რეკომენდაციები უნდა იყოს მოკლე და აღწერდეს კონკურენციის პოლიტიკის აქტუალურ და ძირითად საკითხებს.

6.	თანამშრომლობა ეკონომიკის რეგულირებადი სექტორების მარეგულირებელ უწყებებთან (პრეზენტაციები, <i>ad hoc</i> დისკუსიები, ერთობლივი კონფერენციები, მათ შორის საერთაშორისო)	ცენტრალური ხელისუფლება (ყველა სამთავრობო უწყება, რომელიც იყენებს „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონს მათ მიერ რეგულირებულ სექტორებში)	2024-2025	<p>თანამშრომლობის ძირითადი მიზნებია სხვადასხვა ორგანოს მიერ კონკურენციის კანონის თანმიმდევრული გამოყენების უზრუნველყოფა და საუკეთესო პრაქტიკისა და შესაბამისი ინფორმაციის გაზიარება.</p> <p>მნიშვნელოვანია განისაზღვროს უწყებებში კონკრეტული საკონტაქტო პირები, კომუნიკაციის სიმარტივისა და ეფექტიანობისთვის.</p> <p>მნიშვნელოვანია თითოეულ უწყებასთან ორმხრივი შეხვედრების ჩატარება წელიწადში ორჯერ მაინც. შეხვედრების დროს სააგენტომ და პარტნიორმა უწყებამ შეიძლება წარმოადგინონ თავიანთი პრაქტიკა, პოლიტიკის ძირითადი მიზნები და გამოწვევები და განიხილონ პრაქტიკული თანამშრომლობის სხვადასხვა თემები.</p> <p>იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ 2022 და 2023 წლებში სააგენტომ დარგობრივ მარეგულირებულებთან ერთად წარმატებულად ჩაატარა საერთაშორისო კონფერენცია „კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, აღნიშული ღონისძიება მომდევნო წლებშიც უნდა გაგრძელდეს.</p>
7.	საჯარო ლექციების ჩატარება კონკურენციის სამართლის სხვადასხვა თემაზე	საქართველოში აკრედიტირებული უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტები	შემოდგომა 2024 შემოდგომა 2025	საქართველოში აკრედიტირებული უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტები უნდა გაეცნონ კონკურენციის სამართლისა და ეკონომიკის ძირითად ცნებებს. ლექციების რაოდენობა უნდა განისაზღვროს სააგენტოსთან თანამშრომლობის მსურველი უნივერსიტეტების რაოდენობის მიხედვით.
8.	საერთაშორისო კონფერენცია კონკურენციის და მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	შემოდგომა 2024 შემოდგომა 2025	ყოველწლიურად, კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით საერთაშორისო კონფერენციის ორგანიზება.
10.	კონკურენციის მსოფლიო დღისადმი მიძღვნილი ღონისძიება	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	დეკემბერი 2024 დეკემბერი 2025	მნიშვნელოვანია, სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს მიეწოდოს ინფორმაცია კონკურენციის პოლიტიკის მნიშვნელობისა და სარგებლის შესახებ.
11.	შეხვედრები საქართველოს რეგიონებში	ბიზნეს სექტორი და ადგილობრივი თვითმმართველობა	2024-2025	იმისათვის, რომ კონკურენციის საკითხებზე გაიზარდოს საქართველოს რეგიონებში მცხოვრები მოსახლეობის ცნობიერება, საჭიროა გაიმართოს რეგულარული შეხვედრები.

12.	საერთაშორისო ორგანიზაციების (მათ შორის: OECD, ICN, UNCTAD და ა.შ.) მიერ ორგანიზებულ ღონისძიებებში (ტრენინგები, შეხვედრები, კონფერენციები, სემინარები და ა.შ.) მონაწილეობის მიღება.	საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო	2024-2025	<p>აღნიშნულ ღონისძიებებში მონაწილეობა ძალიან მნიშვნელოვანია სააგენტოს შესაძლებლობების გაზრდისთვის. მათ შორის: ახალ რეგულაციების და საუკეთესო პრაქტიკის გაცნობის და გაზიარების გზით.</p> <p>სააგენტომ უნდა გამოიყენოს საერთაშორისო ღონისძიებებიდან მიღებული ცოდნა უფრო ეფექტიანი და მიზნობრივი ადვოკატირების აქტივობების განსახორციელებლად.</p>
-----	--	--	-----------	--

ადვოკატირება მომხმარებლის უფლებების დაცვის მიმართულებით

	ღონისძიება	სამიზნე ჯგუფი	შესრულების სავარაუდო პერიოდი	კომენტარები
1.	თანამშრომლობა ბიზნეს სექტორთან	ბიზნეს სექტორი (მცირე და საშუალო ბიზნესი, მსხვილი ბიზნესი და ბიზნეს ასოციაციები)	2024-2025	ბიზნესის წარმომადგენლების ცნობიერების გაზრდის მიზნით, შეხვედრების, ტრენინგებისა და სემინარების ორგანიზება. მნიშვნელოვანია, ყურადღება გამახვილდეს ბიზნესის ზომასა და სექტორზე.
2.	თანამშრომლობა არასამთავრობო სექტორთან	არასამთავრობო სექტორი	2024-2025	მომხმარებლებთან ეფექტიანი კომუნიკაციისთვის, მნიშვნელოვანია არასამთავრობო სექტორის ჩართულობა. აქედან გამომდინარე, უნდა გაიზარდოს არასამთავრობო სექტორთან და სამოქალაქო საზოგადოებასთან თანამშრომლობის ხარისხი. მათ შორის შეხვედრების, სემინარებისა და ტრენინგების ორგანიზების გზით.
3.	თანამშრომლობა მედია სექტორის წარმომადგენლებთან	მედია სექტორი	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> გამოცდილებიდან გამომდინარე, მასმედიის სექტორში არსებობს მზარდი დაინტერესება, სააგენტოს მიერ ორგანიზებული საინფორმაციო სემინარებზე დასწრების მიმართულებით. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია სააგენტომ ადვოკატირების ღონისძიებები ამ მიმართულებითაც გააგრძელოს. ინფორმაცია ყველა გადაწყვეტილების, მიმდინარე და დასრულებული საქმეების, დანერგილი სტანდარტების შესახებ უნდა განთავსდეს სააგენტოს ვებგვერდზე და სოციალურ ქსელებში. აგრეთვე, ყოველთვიური საინფორმაციო ბიულეტენი სააგენტოს მხრიდან გაგზავნილ უნდა იქნეს მედია საშუალებების წარმომადგენლებისთვის.

4.	მომხმარებლის უფლებების დაცვის საკითხებზე სემინარები სასამართლო ხელისუფლების წარმომადგენლებისა და იურისტებისთვის	სასამართლო ხელისუფლების წარმომადგენლები და იურისტები	გაზაფხული 2024 გაზაფხული 2025	მომხმარებლის უფლებების დაცვის სამართლისა და პრაქტიკის განვითარებისათვის, მნიშვნელოვანია რეგულარულად ჩატარდეს სემინარები სასამართლო ხელისუფლების წარმომადგენლებისა და იურისტებისთვის.
5.	მომხმარებლის უფლებების დაცვის საკითხებზე სემინარები სტუდენტებისთვის	საქართველოში აკრედიტირებული უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტები	2024-2025	საქართველოში აკრედიტირებული უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტები უნდა გაეცნონ მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ კანონმდებლობას და აღსრულების მექანიზმებს. სემინარების რაოდენობა უნდა განისაზღვროს სააგენტოსთან თანამშრომლობის მსურველი უნივერსიტეტების რაოდენობის მიხედვით.
6.	საჯარო კონსულტაციები მომხმარებლებთან	მომხმარებლები (მათ შორის: საქართველოს რეგიონებში მცხოვრები მოსახლეობა, ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენლები და მოწყვლადი მომხმარებლები)	2024-2025	მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ კანონმდებლობის და აღსრულების მექანიზმების შესახებ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლების მიზნით, უნდა გაიმართოს შეხვედრები (მათ შორის ონლაინ შეხვედრები) მომხმარებელთა ჯგუფებთან. მათ შორის საქართველოს რეგიონებში. ყურადღება უნდა გამახვილდეს ეთნიკური უმცირესობების და მოწყვლადი მომხმარებლების ცნობიერების ზრდაზე.
7.	შეხვედრები ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლებთან	ადგილობრივი თვითმმართველობა	2024-2025	რეგიონებში მცხოვრები მომხმარებლები არიან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სამიზნე ჯგუფი, რომელთა ცნობიერების გაზრდაზე უნდა გამახვილდეს ყურადღება. ამ მიზნით, საჭიროა ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების წარმომადგენლებთან მჭიდრო თანამშრომლობა და ინფორმაციის გავრცელების მიზნით, მოსახლეობასთან ერთობლივი შეხვედრების ორგანიზება.
8.	თანამშრომლობა ეკონომიკის რეგულირებადი სექტორების მარეგულირებელ უწყებებთან (პრეზენტაციები, <i>ad hoc</i> დისკუსიები, ერთობლივი კონფერენციები, მათ შორის საერთაშორისო)	ცენტრალური ხელისუფლება (რეგულირებადი სექტორების მარეგულირებელი უწყებები)	2024-2025	თანამშრომლობის ძირითადი მიზნებია სხვადასხვა ორგანოს მიერ მომხმარებლის უფლებების დაცვის კანონმდებლობის თანმიმდევრული გამოყენების უზრუნველყოფა და საუკეთესო პრაქტიკისა და შესაბამისი ინფორმაციის გაზიარება. მნიშვნელოვანია განისაზღვროს უწყებებში კონკრეტული საკონტაქტო პირები, კომუნიკაციის სიმარტივისა და ეფექტიანობისთვის.

				იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ 2022 და 2023 წლებში სააგენტომ დარგობრივ მარეგულირებელ უწყებებთან ერთად წარმატებულად ჩაატარა საერთაშორისო კონფერენცია „კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“, აღნიშნული ღონისძიება მომდევნო წლებშიც უნდა გაგრძელდეს.
9.	მომხმარებლის უფლებების დაცვის საკითხებზე სახელმძღვანელო დოკუმენტების მომზადება და გამოქვეყნება	სააგენტო და სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	2024-2025	მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ კანონმდებლობის და პრაქტიკის განვითარების და განმარტების მიზნით, მნიშვნელოვანია სხვადასხვა თემაზე შემუშავებული და საჯაროდ გამოქვეყნებული იქნას სახელმძღვანელო დოკუმენტები (გაიდლაინები). მათ შორის: გარანტიების, ფასის მითითების, მწვანე სარჩელების და სამომხმარებლო განათლების შესახებ.
10.	ღონისძიებები: <ul style="list-style-type: none"> საერთაშორისო კონფერენცია „კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ მომხმარებლის უფლებების დაცვის საერთაშორისო კვირეული 	მომხმარებლები და სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	2024-2025	აღნიშნული ღონისძიებები ხელს უწყობს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის ზრდას. კონფერენციებზე განხილული იქნება მომხმარებლის უფლებების სფეროში არსებული ტენდენციები და ძირითადი გამოწვევები. მნიშვნელოვანია, ღონისძიებების ფარგლებში ქალაქ თბილისთან ერთად შეხვედრები გაიმართოს საქართველოს რეგიონებში. ყურადღება უნდა გამახვილდეს მოწყვლადი მომხმარებლების და მცირე და საშუალო ბიზნესის ცნობიერების გაზრდაზე.
11.	ონლაინ საინფორმაციო კამპანიების ორგანიზება	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	2024-2025	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის აქტუალურ საკითხებზე საინფორმაციო ონლაინ კამპანიების ორგანიზება.
12.	სარეკლამო მასალის დამზადება (ციფრული და ბეჭდვითი)	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეები	2024-2025	სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის, მომხმარებლის უფლებების დაცვის აქტუალურ საკითხებზე ინფორმაციის მიწოდების მიზნით, სარეკლამო მასალების (ციფრული და ბეჭდვითი) მომზადება და გავრცელება. რეკომენდირებულია, რომ სარეკლამო მასალა იყოს კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფზე ორიენტირებული.

ადვოკატირება ანტიდემპინგური ღონისძიებების დაცვის მიმართულებით

	ღონისძიება	სამიზნე ჯგუფი	შესრულების სავარაუდო პერიოდი	კომენტარები
1.	თანამშრომლობა ბიზნეს სექტორთან	ბიზნეს სექტორი	2024-2025	ბიზნესის წარმომადგენლების ცნობიერების გაზრდის მიზნით, შეხვედრების, ტრენინგებისა და სემინარების ორგანიზება.
2.	თანამშრომლობა არასამთავრობო სექტორთან	არასამთავრობო სექტორი	2024-2025	უნდა გაიზარდოს არასამთავრობო სექტორთან და სამოქალაქო საზოგადოებასთან თანამშრომლობის ხარისხი. მათ შორის შეხვედრების, სემინარებისა და ტრენინგების ორგანიზების გზით.
3.	თანამშრომლობა მედია სექტორის წარმომადგენლებთან	მედია სექტორი	2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> გამოცდილებიდან გამომდინარე, მასმედიის სექტორში არსებობს მზარდი დაინტერესება, სააგენტოს მიერ ორგანიზებული საინფორმაციო სემინარებზე დასწრების მიმართულებით. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია სააგენტომ ადვოკატირების ღონისძიებები ამ მიმართულებითაც გააგრძელოს. ინფორმაცია ყველა გადაწყვეტილების, მიმდინარე და დასრულებული საქმეების, დანერგილი სტანდარტების შესახებ უნდა განთავსდეს სააგენტოს ვებგვერდზე და სოციალურ ქსელებში. აგრეთვე, ყოველთვიური საინფორმაციო ბიულეტენი სააგენტოს მხრიდან გაგზავნილ უნდა იქნეს მედია საშუალებების წარმომადგენლებისთვის.