

ЦАХИМ ХУДАЛДААНЫ ХӨГЖИЛ БА ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЭРХИЙГ ХАМГААЛАХ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТ

С.Рэнцэндорж*, О.Чулуунцэцэг**

Хураангуй: Цахим худалдаа гэдэг нь гар утасны программ болон интернэт гэх мэт цахим хэрэгслээр бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах, борлуулах үйл явц юм. Цахим худалдаа нь онлайн жижиглэнгийн худалдаа, онлайн худалдаа, цахим гүйлгээ хэлбэрээр хийгддэг.

Сүүлийн үед цахим худалдааны нэр хүнд өсөж, дэлгүүрүүдийн үйл ажиллагааг орлон гүйцэтгэх болсон. Цахим худалдаа нь бүтээгдэхүүн худалдан авах, борлуулах боломжийг олгодог төдийгүй нэмэлт зардал гаргахгүйгээр, өдөрт хорин дөрвөн цаг ажилладаг онцлогтой. Цахим худалдааг хэрэглэгчдэд чиглэсэн бизнес гэж ойлгодог хэдий ч бусад төрлийн цахим худалдааны үйлчилгээ хэрэгжсээр байна. Үүнд, онлайн дуудлага худалдаа, цахим банк, онлайн тийзний захиалга, онлайн зочид буудлын захиалга, бизнес гүйлгээнүүд гэх мэт. Интернет нь бидний өдөр тутмын амьдралд нэвтэрч, цахим худалдааг хүлээн зөвшөөрөх эрэлт хэрэгцээ улам бүр нэмэгдэж байгаа бөгөөд бизнес эрхлэгчид үүнийг ашигласаар л байна.

Цахим худалдаа нь нэг дор их хэмжээгээр ашиг хийх боломжтой, газар нутгийн байршлын хязгаарлалт шаардахгүй, дэлхийн аль ч орноос дижитал цахим худалдааны бизнесээрээ дамжуулан бүтээгдэхүүн зарах боломжтой, бизнес эрхлэгчдэд сонирхолтой сонголтыг хийх, үргэлж нээлттэй байдаг зэрэг олон талын ач холбогдолтой юм. Иймээс цахим худалдааны эрэлт хэрэгцээ улам бүр өсөж, хэрэглэгчид мэдээллийн ил тод, нээлттэй байдлаар хангагдахын сацуу үнэн зөв мэдээллийг түгээх, зөрчигдсөн эрхийг сэргээх, тэдний эрх ашиг, сонирхлыг хамгаалах шаардлага зүй ёсоор тавигдаж байна.

Түлхүүр үгс: интернэт дэлгүүр, цахим худалдаа, цахим баримт бичиг, цахим хуудас, хуулийн хэм хэмжээ

THE LEGAL REGULATIONS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT AND CONSUMER RIGHTS PROTECTION

Abstract: E-commerce is the process of buying and selling products through electronic applications such as mobile applications and the internet. E-commerce takes the form of online retail, online shopping and e-transactions.

Recently, the popularity of e-commerce has grown to replace store operations. E-commerce not only allows you to buy and sell products, but also works twenty-four hours a day at no extra cost. Although e-commerce is understood as a consumer-oriented business, other types of e-commerce services are still available. These include online auctions, e-banking, online ticket bookings, online hotel bookings, and business transactions. The internet has become part of our daily lives, there is a growing demand for e-commerce, and businesses continue to use it.

E-commerce can be profitable at the same time, it does not require geographical restrictions, it can sell products from anywhere in the world through its digital e-commerce business, it makes interesting choices for businesses, and it is always open. Therefore, the demand for e-commerce is growing, and there is a need to provide consumers with transparent and open information, to disseminate accurate information, to restore violated rights, and to protect their interests.

Key words: internet shop, internet trade, internet document, internet list, legal norms

¹ ХҮИС, (E-mail): srentendorj@yahoo.com

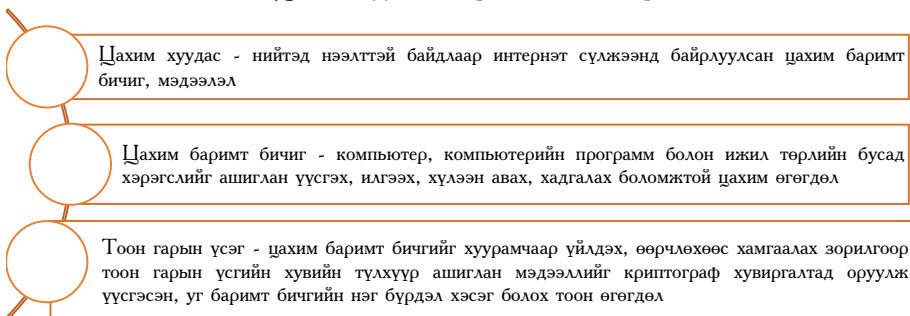
² Монголын Хуульчдын Холбооны гишүүн хуульч, Монголын Өмгөөлөгчдийн Холбооны гишүүн өмгөөлөгч, (E-mail): b_och_chuka@yahoo.com, chuluunaa1818@gmail.com (0000-0003-2645-7116)

Цахим худалдааны үүсэл, хөгжил

Цахим худалдаа нь нийгмийн хөгжлийн явцад боловсронгуй болохын сацуу түүхэн тодорхой үе шатыг дамжин хөгжсөн. Анх 1969 оноос интернэтийн компаниуд компьютерийн үйлчилгээ явуулж эхэлсэн төдийгүй арван жилийн дараа буюу 1979 онд интернэт дэлгүүрийг бий болгожээ. Улмаар 1982 оноос хойш анхны цахим худалдааны платформуудыг бүтээсэн төдийгүй 1990 он гэхэд вэб хөтөчийн үйл ажиллагааг явуулж, мөн 1995 онд амазон сайтыг боловсруулан интернэт худалдан авалт зохион байгуулсан нь өнөөг хүртэл боловсронгуй болон хөгжсөөр олон мянган хэрэглэгчийн худалдан авалтыг хийдэг томоохон сайтыг бүтээж чадсан байна. Энэ нь 1998 он гэхэд онлайн төлбөрийн системийг нэвтрүүлж эхэлсэн нь шинэлэг технологи болж чадсан юм. Түүнчлэн 2014 оноос Apple-ийн төлбөрийн систем бий болж, 2018 оноос мэдээлэл нь цахим хуудсаар хэрэглэгчдэд хүрч дижитал хэлбэрт шилжсэн нь цахим худалдаа олон улсын түвшинд өргөн цар хүрээг хамрах нөхцөл бүрджээ.

Өнөө үед худалдаа нь олон улсын хил дамнасан бараа бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг борлуулах болон түгээх асуудлыг илэрхийлж байхын сацуу улмаар онлайн маркетингийн стратеги ашиглан цахим худалдааны бизнесийг хөгжүүлснээр санхүүгийн дээд эрх чөлөөнд хүрэх бүрэн боломж нээгдэж байна гэж үзсэн (ХБНТТГБ, 2020). Тухайлбал, цахим худалдааны шинэ бизнес эхлүүлэх боломж, сүүлийн үеийн онлайн маркетингийн арга техник, стратеги зэргийг дурьдаж болно (Jim Work & George Brand, 2020). Мөн дижитал бизнес ба цахим худалдааны менежментийг боловсронгуй болгоход байгууллагын дижитал бизнесийн стратегийг хянах, төлөвлөх, хэрэгжүүлэх бүтэцчилсэн хандлагыг төлөвшүүлэхийг зорьж байна (Dave Chaffey et al., 2019). Энэ нь орчин үед дижитал бизнесийг хөгжүүлэхэд дижитал технологи, мэдээллийн хэрэгсэл, эх сурвалжийг хэрхэн ашиглаж хэрэглэхийг зөвлөх болжээ. Цахим худалдааг оновчтой байдлаар ашигтай ажиллуулах нь хэрэглэгчдэд мэдээллийг хэрхэн түгээх, түүний ач холбогдлыг ойлгуулах, бараа бүтээгдэхүүнээ сурталчилан таниулах, борлуулалтыг хурдан хугацаанд хийх, шаардлагатай хэрэгцээг бүрэн хангахад чиглэж байна. Тухайлбал, мэдээлэл нь цахим хуудсаар дамжигдан хэрэглэгчдэд хүрдэг ба цахим өгөгдлийн тусламжтайгаар хийгдэж, түүнийг хамгаалах тоон өгөгдөл өгөгдөнө. Үүнд:

Схем 1. Цахим хуудас, баримт бичиг, гарын үсэг



Эх сурвалж: Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль, 2011 он /legalinfo.mn/

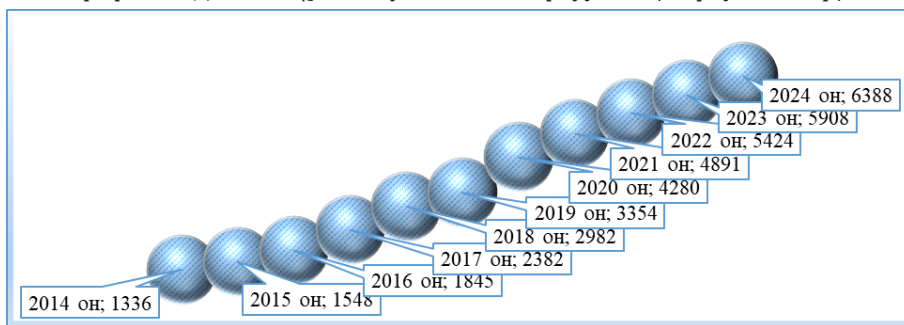
Цахим худалдааны үйл ажиллагаанд мэдээллийн аюулгүй байдал чухал үүрэгтэй. Мэдээллийг амаар, бичгээр, цахим хэлбэрээр өгч болох бөгөөд хэрэглэгчид мэдээлэлтэй танилцах боломжийг олгосон. Тухайлбал, дэлхийн ТОП худалдааны талбарыг үнэлэх чухал шалгуурт мэдээллийн сүлжээний систем болон үйлчилгээг автоматжуулсан байдал ихээхэн хамаардаг байна (Нарантуяа.Д, Ариунаа.Ж, 2018). Улмаар мэдээллийг цахим хэлбэрт оруулж, мэдээллийн сан үүсгэх, түгээх, ашиглах, түүний байнгын тасралтгүй үйл ажиллагаа, хадгалалт, хамгаалалт, нууцлалын найдвартай байдлыг хангах нь хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах асуудалтай шууд холбоотой юм. Жишээлбэл, цахим худалдааны явцад хууль бусаар мэдээллийг нуун дарагдуулах, мэдээ, баримт бичгийг хуурамчаар үйлдэх, засварлах, устгахаас гадна хэрэглэгчдийн мэдээлэл авах эрхийг бусад хэлбэрээр зөрчин их хэмжээний хохирол учруулсан буюу учруулж болох байсан үйлдэл зэрэг ноцтой зөрчил үүсч болно.

Олон улсын эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллагаас “Цахим худалдаа гэж текст, дуу, дүрс, зэрэг цахим өгөгдлийг боловсруулж дамжуулах ажиллагаан дээр үндэслэсэн байгууллага, хувь хүмүүс хоорондын бизнесийн арилжааны бүх хэлбэр”, мөн Европын мэдээллийн технологийн шинжлэх ухааны хүрээлэнгээс “Цахим худалдаа нь цахилгаан холбоо харилцааны сүлжээг ашиглан өртөг шилжүүлэх бизнесийн үйл ажиллагаа явуулах талбар юм” гэж тус тус тодорхойлсон талаар цахим худалдааны олон улсын эрх зүйн зохицуулалт судалгааны ажлын тайланд тусгасан байдаг (ЦХОУЭЗЭСАТ 2012). Үүнээс харахад цахим худалдаа нь бизнесийн үйл ажиллагаа явуулахад тохиромжтой талбар юм.

Цахим худалдаа нь интернэт ашиглан бараа бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг сурталчилан онлайн худалдаа хийх процесс үйл ажиллагаа юм. Өөрөөр хэлбэл, интернэт сүлжээгээр дамжуулан бараа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг үзүүлэх үйл

явц төдийгүй цахим орчинд өргөн хүрээнд уг үйл ажиллагааг явуулж олон хэрэглэгчийг хамруулахыг зорин бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг ашиглах эрх буюу өмчлөлийг дамжуулахтай холбоотой худалдан авах, борлуулах ажил гүйлгээг гүйцэтгэдэг. Түүнчлэн цахим худалдаа нь ихэвчлэн хэрэглэгч болон борлуулагч байгууллага, иргэд ба иргэдийн хооронд итгэлцлийн үндсэн дээр хийгддэг онцлогтой. Иймээс энэ нь хэрэглэгчийн эрх ашгийг дээд зэргээр ханган ажиллах шаардлага үүсэхийн зэрэгцээ тэдний эрх ашгийг хэрхэн хамгаалах вэ? гэдэгт ихэнх орны худалдааны компаниуд анхаарлаа хандуулж эхэлсэн. Мөн цахим худалдааны борлуулалт жил ирэх тусам өсөх хандлага ажиглагдах болсон. Тухайлбал,

График 1. Дэлхийн цахим худалдааны борлуулалт /тэрбум.доллар/



Эх сурвалж: Global retail e-commerce sales 2014-2024, Stephanie Chevalier, Jul 7, 2021

Дээрх судалгаанаас харахад сүүлийн 10 жилд цахим худалдааны хэрэглээ байнга тогтвортой өсөж байна. Энэ нь цаашид олон улсын түвшинд цахим худалдааны эрэлт хэрэгцээ өсөх хандлагатай болж байгаа төдийгүй түүнийг зохицуулах эрх зүйн орчин, хэрэгжих хэм хэмжээг боловсронгуй болгох, зохицуулалтын шинэ арга хэрэгслийг ашиглан хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах шаардлага байгууллагын түвшинд үүсч эхэлсэн.

Анх олон улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах байгууллагын үндэс 1960 онд тавигдаж, түүнчлэн 1962 оны 03 дугаар сарын 15-нд олон улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах өдрийг тэмдэглэх болсноор өнөөг хүртэл тус өдрийг олон улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах өдөр болгон тэмдэглэсээр байна. Өөрөөр хэлбэл, хэрэглэгчийн эрхийн хүрээнд аюулгүй байдал, санал бодлоо илэрхийлэх, мэдээллээр хангагдах, бараа бүтээгдэхүүнийг сонгох зэрэг зарчмыг холбогдох мэргэжлийн байгууллагаар дамжуулан хэрэгжүүлэх болсон.

Өнөөг хүртэл цахим худалдааны онол, үзэл баримтлалын чиг хандлага

нь арилжааны өртгийн онол, маркетинг, тархалт, мэдээлэл хайх, стратегийн сүлжээний хувьд дэвшилтэй нөхцөл боломжийг бүрдүүлсээр байна. Тухайлбал, цахим худалдаагаар бараа, үйлчилгээ, мэдээллийг солилцох, худалдах, худалдан авалт хийхдээ бизнес саналыг компьютер, интернэт ашиглан тавьж байна (Simona Sabou & Bianca Avram-Pop, 2017). Энэ нь мэдээлэл, бараа, үйлчилгээ, төлбөр тооцооны цахим солилцоогоор хийгдэж байна гэсэн үг юм. Цахим худалдаа нь интернэт дэлгүүр, интернэт дуудлага худалдаа, интернэт дэх худалдааны талбар, интернэт банк буюу интернэтийн сүлжээгээр дамжуулан банкны үйлчилгээ үзүүлж байна (Долгорсүрэн.Ц, 2017).

Цахим худалдаа хийгдэж байгаа арилжааны хэлбэрүүд нь цахим мөнгөн шилжүүлэг, нийлүүлэлтийн сүлжээний менежмент, э-маркетинг, онлайн маркетинг, онлайн ажил гүйлгээний боловсруулалт, цахим өгөгдлийн солилцоо, автоматчилагдсан барааны удирдлагын систем болон өгөгдөл цуглуулах системийг боловсруулах гэх мэтээр хэрэгжиж байна (Гүргэмжав.Э, Амартүвшин.М, 2009). Иймээс цахим өгөгдлийн санг бүрдүүлэх, хамгаалах асуудал чухлаар тавигдах болсон. Мөн олон улсад цахим худалдааны төрлийг барааны худалдаа, үйлчилгээний худалдаа гэж ангилахаас гадна бизнесийн мэдээллийг технологийн мэдээлэлтэй хослуулан ашиглах, улмаар холбогдох эрх зүйн хэм хэмжээг батлан хэрэгжүүлж байна. Жишээлбэл, Хятад улсад Цахим худалдааны тухай хуулийг 2018 онд, Өмнөд Солонгос улсад 2012 онд Цахим худалдааны хэрэглэгчийг хамгаалах хуулийг тус тус батласан.

Цахим худалдааны стратегийг оновчтой хэрэгжүүлснээр хэрэглэгчийн үйлчилгээг сайжруулах, худалдааны бүсчлэлийг тэлэх, шинэ зах зээл руу шилжих, зах зээлд эзлэх орлогын хувийг нэмэгдүүлэх, үйл ажиллагааны зардлыг бууруулах, шинэлэг дэвшилтэт технологи нэвтрүүлэх, тэгш боломжоор өрсөлдөх зэрэг олон давуу талыг бий болгодог (Nilpa Shah & Pay Dawson, 2011).

Цаашилбал, өнөөгийн дижитал эрин үеийн шаардлагад нийцүүлэн цахим худалдааны бизнесийн болон эрх зүйн орчинг бүрдүүлэхэд дэлхийн улс орнууд төрийн бодлогын түвшинд хөгжлийн тодорхой гарцыг хайх, түүнд тохирсон техник технологийн шийдэл олох, стратеги төлөвлөлтийг боловсруулах, улмаар хэрэглэгчдийн таатай, тав тухтай орчин бүрдүүлэх, тэдний эрх ашгийг хамгаалахын төлөө зорилт тавин ажиллаж байна.

Цахим худалдааны орчинд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах асуудал

Монгол Улс 1992 оны Үндсэн хуулиндаа дэлхийн эдийн засгийн хөгжлийн түгээмэл хандлага, өөрийн орны өвөрмөц онцлогт нийцсэн олон хэвшил бүхий

эдийн засагтай байх ба үндэсний эдийн засгийн аюулгүй байдал, аж ахуйн бүх хэвшлийн болон хүн амын нийгмийн хөгжлийг хангах зорилгод нийцүүлэн эдийн засгийг зохицуулахаар хуульчилсан (МУҮХ, 1992).

Энэхүү үйл ажиллагааны хүрээнд 2003 онд Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийг баталж, 2006 онд Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах үйл ажиллагааны хөтөлбөр боловсруулан 2016 оныг хэрэглэгчийн жил болгон зарлаж, мөн хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах үндэсний хөтөлбөрийг боловсруулж тус тус хэрэгжүүлсэн. Эдгээр хөтөлбөрийн зорилго нь Монгол Улсын иргэн бүрийн эрх ашгийг хэрэглэгчийнх нь хувьд хамгаалахад шаардлагатай эрх зүйн орчин, оновчтой тогтолцоо бүрдүүлэх, зах зээлд бараа, ажил, үйлчилгээ нийлүүлэгчийн нийгмийн хариуцлагыг дээшлүүлэх, иргэдийн ухаалаг хэрэглээг төлөвшүүлэхэд чиглэсэн. Улмаар хөтөлбөрийн хүрээнд Европын холбооны улсын болон олон улсын бусад дэвшилтэт стандартыг нутагшуулахын сацуу бараа үйлчилгээний чанар, аюулгүй байдлын талаар хэрэглэгчийг төөрөгдүүлсэн буруу ташаа мэдээлэл тараах, зах зээл дээр хуурамч болон стандартын шаардлага хангаагүй бараа бүтээгдэхүүн нийлүүлэгдэхээс урьдчилан сэргийлсэн зохицуулалтын механизмыг тодорхой болгох үйл ажиллагааг хэрэгжүүлсэн (ХЭХҮХ, 2016).

Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах байгууллагуудын тухайд хэрэглэгч чанаргүй бараа, ажил, үйлчилгээний улмаас зөрчигдсөн эрхээ хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг төрийн бус байгууллагаар дамжуулан хамгаалуулах эрхийг олгож, 1991 онд нийслэлийн хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах нийгэмлэгийг байгуулж үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн.

Мөн 2004 онд Шударга бус өрсөлдөөнийг хянан зохицуулах газрын бүтцийг бий болгосон ба шударга нээлтэй зах зээлийг бий болгох, хэрэглэгчийн сайн сайхан байдлыг дээшлүүлэх зорилгоор 2008 онд Засгийн газрын тохируулагч агентлаг болгон Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газрын бүтцийг өргөжүүлсэн. Түүнчлэн салбар, нэгж байгууллагын түвшинд мэргэжлийн хяналтын ерөнхий газар эрсдлийн удирдлагын стратегийг хэрэгжүүлэн хэрэглэгчийн хяналт, хариуцлага, мэдлэгийг нэмэгдүүлэх, хэрэглэгчдэд хууль тогтоомжийг сурталчлах зорилгоор хэрэглэгчийн хяналтын хуудсыг боловсруулж 2016 оноос нэвтрүүлсэн байна. Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газар нь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах зар сурталчилгааны газар, хэрэглэгчийн мэдээллийн төв, өрсөлдөөний зохицуулалт зах зээлийн судалгааны газар, улсын байцаагчийн бүрэлдэхүүнтэйгээр өнөөг хүртэл ажиллаж байна.

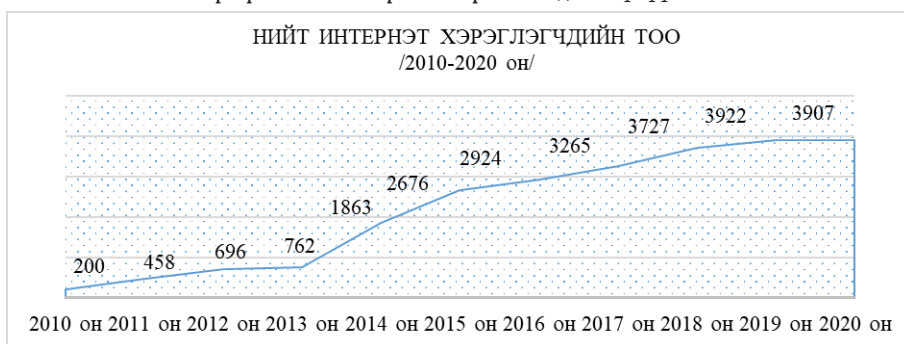
Тус байгууллага нь агентлагийн даргын удирдамжийн дагуу худалдаа үйлчилгээний газруудын үйл ажиллагаа нь Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай, Өрсөлдөөний тухай, Зар сурталчилгааны тухай хууль болон холбогдох бусад хууль тогтоомжид нийцэж байгаа эсэхэд хяналт шалгалт хийж, томоохон

сүлжээ дэлгүүр, худалдааны төвүүдийг хамруулан шалгадаг байна (ШӨХТГ, 2021).

Ингэхдээ аж ахуй эрхлэгчид худалдан борлуулж буй бараа бүтээгдэхүүн нь хаяг, шошгын зөрчилтэй эсэх, бүтээгдэхүүний сав, баглаа боодол гэмтсэн, хадгалалтын горимыг зөрчсөн, бараа бүтээгдэхүүнийг буцаах, солих журамд заасны дагуу хэрэглэгчдийн гомдлыг хугацаанд нь шийдвэрлэдэггүй хэрэглэгчийг чирэгдүүлдэг зэрэг нийтлэг зөрчлүүд илрүүлэн зөрчлийн хэмжээ, үр дагаварыг харгалзан улсын байцаагчийн хугацаатай албан шаардлага, зөвлөмжийг өгч, биелэлтийг хангуулж ажилладаг байна.

Монгол Улсын хэмжээнд нийт интернэт хэрэглэгчдийн тоо жил ирэх тусам нэмэгдэж байгааг хирээр цахим худалдаа хийх хэрэглэгчдийн эрх ашиг хөндөгдөх болсон. Энэ нь хэрэглэгчдийн тоо өсөх тусам нээлттэй худалдааны талбарыг өргөнөөр бүрдүүлж байна. Тухайлбал,

График 2. Интернэт хэрэглэгчдийн үзүүлэлт

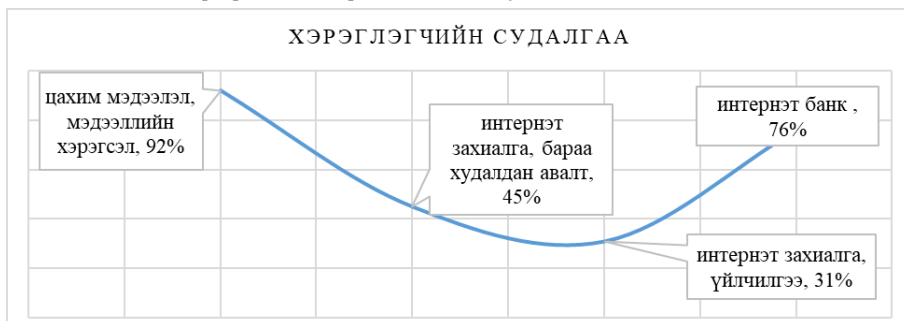


Эх сурвалж: Интернэт хэрэглэгчийн тоо, МУҮСХ, 2020 он, (1212.тн) /мян.хүн/

Судалгаанаас үзэхэд сүүлийн 10 жилд интернэт хэрэглэгчдийн тоо 2010 онд 200 хүн байсан бол 2020 он гэхэд 3907 хүртэл хүнээр нэмэгдсэн байна. Энэ нь интернэтээр дамжуулан цахим худалдаа, үйлчилгээг захиалан үйлчлүүлж байгаатай холбоотой юм.

Цаашлаад цахим худалдааг хөгжүүлэх, улмаар түүнд хамаарагдах хэрэглэгчдийн эрх ашиг хэрхэн хэрэгжиж байгаа талаар нөхцөл боломжийг судлах шаардлага үүссэн. Тухайлбал, 3000 хэрэглэгчийн дунд интернэтээр захиалгат бараа, үйлчилгээ хийсэн буюу цахим бүртгэлд хамрагдсан эсэхэд тандалтын судалгаа хийж үзсэн. Үүнд:

График 3. Хэрэглэгчдийн судалгааны үзүүлэлт

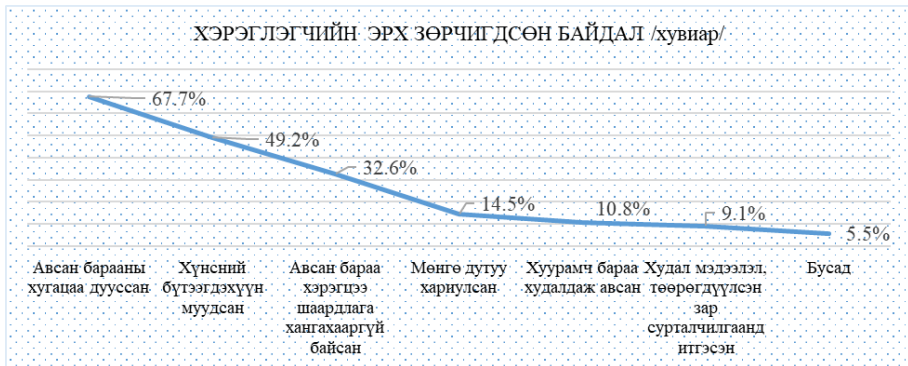


Эх сурвалж: Хэрэглэгч иргэдээс тандалтын зорилгоор авсан судалгаа, 2021 он

Судалгаанд 3000 иргэдийг оролцуулж тандалтын байдлаар социологийн аргаар судалгааг хийхэд нийт иргэдийн 92 хувь нь цахим мэдээллийн хэрэгслийг ашиглан мэдээлэл авдаг, 76 хувь нь интернэт банк ашиглан гүйлгээ хийдэг, 45 хувь интернэтээр бараа захиалж худалдан авалт хийдэг, 31 хувь нь интернэтээр захиалга хийж үйлчилгээ авдаг гэжээ. Үүнээс харахад цахим мэдээллийн хэрэглээ өндөр, интернэт банкны тусламжтайгаар бараа, үйлчилгээний захиалгыг хийх хандлага түлхүү ажиглагдаж байна.

Цахим худалдааг барааны худалдаа, үйлчилгээний худалдаа гэж ангилдаг ба хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах үйл ажиллагаанд зах зээлд нийлүүлж байгаа бараа, ажил, үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн аюулгүй байдал, тоо, хэмжээ, чанар, хугацаа, зориулалтын зохих шаардлагыг хангасан байхыг шаарддаг (МУХЭХТХ, 2003). Өөрөөр хэлбэл, хэрэглэгч эрх бүхий байгууллагаас баталсан стандарт, техникийн нөхцөл, барилгын болон эрүүл ахуй, ариун цэврийн норм, фармакопей, жор, түүнчлэн хууль тогтоомж, гэрээгээр тодорхойлсон зохих чанар, тоо хэмжээ, аюулгүйн шаардлагыг хангасан бараа хэрэглэх, ажил үйлчилгээгээр хангуулах ба баталгаат болон эдэлгээний хугацааны дотор барааны чанар, аюулгүй байдлаар хангагдах эрхтэй байдаг. Мөн интернэтээр түгээж байгаа зар сурталчилгаанд зар сурталчилгаа түгээгчийн нэр, хаяг, харилцах утас зэрэг хэрэглэгч холбоо тогтооход шаардлагатай бусад мэдээлэл байхыг шаарддаг (МУЗСТХ, 2002). Эдгээр нөхцөл бүрэн хангагдаагүйгээс болж хэрэглэгчийн эрх зөрчигддөг байна. Тухайлбал,

График 4. Хэрэглэгчдийн эрхийн зөрчил



Эх сурвалж: Хэрэглэгчийн төлөв байдлыг тодорхойлох судалгаа /улсын дунджаар/

МУҮСХ, 2019 он, (1212.млн)

Судалгааны үр дүнгээс харахад худалдан авсан барааны хугацаа дууссан 66 хувь, хүнсний бүтээгдэхүүн муудсан 48 хувь, худалдан авсан бараа хэрэгцээ, шаардлага хангаагүй 32 хувь, хариулт мөнгө дутуу өгсөн 13 хувь, хуурамч бараа худалдаж авсан 8 хувь, худал мэдээлэл, төөрөгдүүлсэн зар сурталчилгаанд итгэсэн 10 хувь байна. Үүнээс худалдан авсан барааны хугацаа дууссан, хүнсний бүтээгдэхүүн муудсан зөрчлүүд дийлэнх хувийг эзэлж байгаа нь хэрэглэгчийн эрхийг ноцтойгоор зөрчиж байна гэж үзэж болно.

Цахим худалдааны явцад хэрэглэгч цаг зардал хэмнэж сонирхсон бараа, үйлчилгээгээ авдаг хэдий ч барааны чанар, үзэмж муугаас хэрэглэгчийн сонирхол буурах, эрх зөрчигдөх, улмаар хэрэглэгчдэд эргэлзээ төрүүлэх, сэтгэл ханамжийн баталгаа бүрэн хангагдахгүй байдал үүсдэг. Иймээс цахим худалдааны бараа, үйлчилгээний үнэ дагасан чанар, найдвартай үйлчилгээгээр хангагдсан байдал, хэрэглэгчийн худалдан авалтын нийлүүлэлт зэрэгт анхаарал хандуулах нь зүйтэй юм.

Түүнчлэн хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж болон эрхийн хамгаалалт хэрхэн хийгдэж байгааг дараах байдлаар харж болно. Үүнд:

Хүснэгт 1. Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн үзүүлэлт

Үзүүлэлт	Барааны худалдаа	Үйлчилгээний худалдаа	Эрхийн хамгаалалт
Интернэт үйлчилгээ захиалга		Хурдан шуурхай, цаг хэмнэдэг	Үйлчилгээний чанарт эрх зөрчигддөг, хангалттай үйлчилгээ үзүүлдэг гэдэгт эргэлздэг, сэтгэл ханамж дунд зэрэг
Цахим худалдаа	Хурдан шуурхай, цаг хэмнэдэг, хүссэн бараагаа захиалдаг		Барааны чанарт эрх зөрчигддөг, хохирлоо нөхөн төлүүлж чаддаггүй, үйлчилдэг хууль тогтоомж хангалтгүй
Цахим банк	Хурдан шуурхай, цаг хэмнэдэг, сэтгэл ханамжтай		Интернэт сүлжээ тасрах, хууль бус ба давхар гүйлгээ хийгдэх магадлалтай, интернэт орчин шаарддаг

Эх сурвалж: Хэрэглэгч иргэдийн сэтгэл ханамжийн тандалтын судалгаа, 2020 он

Хэрэглэгчээс авсан сэтгэл ханамжийн судалгааны явцад бараа болон үйлчилгээний худалдааны чиглэлээр санал асуулга авахад цахим хэрэглэгчдийн эрх заримдаа зөрчигдөж, хохирлоо нөхөн төлүүлж чаддаггүй, хууль тогтоомжийн хэрэглээ сайн ч хамгаалах механизм сул, сэтгэл ханамж тийм ч хангалттай бус байдаг гэж дүгнэгдсэн.

Ер нь цахим худалдааны явцад хэрэглэгчийн эрх, ашиг сонирхлыг зөрчих тохиолдлууд гарсаар байна. Иймд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах зорилгоор хууль тогтоомжийн хүрээнд дараах зохицуулалтыг хэрэгжүүлж, хариуцлага хүлээлгэхээр хуульчилсан билээ. Жишээлбэл, барааны тэмдэг эзэмшигчийн эрх, газар зүйн заалт хэрэглэгчийн эрх зөрчих, өрсөлдөөнийг хязгаарлах болон бусад асуудлыг авч үзье. Үүнд:

- Барааны тэмдэг эзэмшигчийн эрх, газар зүйн заалт хэрэглэгчийн эрхийг зөрчсөн нь эрүүгийн хариуцлага хүлээлгэхээргүй бол зөрчил үйлдэхэд ашигласан эд зүйлс, хууль бусаар олсон хөрөнгө, орлогыг хурааж, үйл ажиллагааг зогсоож, учруулсан хохирол, нөхөн төлбөрийг гаргуулж хүнийг гурван зуун нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр, хуулийн этгээдийг гурван мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох (МУЭТХ, 2017)
- Бараа, ажил, үйлчилгээг хууран мэхлэх, төөрөгдүүлэх, хүч хэрэглэх замаар худалдах, гүйцэтгэх, эсхүл хэрэглэгчийн эрхийг хохироосон

гэрээ байгуулсан, эсхүл хууль, гэрээнд заасан чанар, аюулгүй байдлын шаардлага хангасан бараа хэрэглэх, ажил, үйлчилгээгээр хангуулах эрхийг зөрчсөн бол хүнийг хоёр мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр, хуулийн этгээдийг хорин мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох

- Үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчээс хэрэглэгчид бараа, ажил, үйлчилгээтэй холбоотой худал мэдээлэл өгсний улмаас хэрэглэгчийн эрх ашигт хохирол учирсан бол учруулсан хохирол, нөхөн төлбөрийг гаргуулж хүнийг таван зуун нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр, хуулийн этгээдийг таван мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох.
- Хүнсний үйлдвэрлэл, худалдаа, үйлчилгээнд мөрдөх техникийн зохицуулалтыг зөрчсөн бол хүнийг гурван зуун нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр, хуулийн этгээдийг гурван мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох.
- Аж ахуй эрхлэгч өрсөлдөөнийг хязгаарлахад чиглэсэн зохицуулалтын тухайд хууль ёсны ашиг сонирхолд харшлах, эсхүл хэрэглэгчийг хууль бусаар хохироох худалдааны арга хэрэглэх үйл ажиллагаа явуулсан нь эрүүгийн хариуцлага хүлээлгэхээргүй бол хууль бусаар олсон хөрөнгө орлогыг хурааж, учруулсан хохирол, нөхөн төлбөрийг гаргуулж хүнийг хоёр мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр, хуулийн этгээдийг хорин мянган нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох.
- Бусдын барааны тэмдэг, эсхүл газар зүйн заалтыг ашиглан хэрэглэгчийг төөрөгдөлд оруулан хуурамч бараа, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэсэн, хадгалсан, тээвэрлэсэн, худалдсан, улсын хилээр нэвтрүүлсний улмаас бага хэмжээнээс дээш хохирол учруулсан бол хоёр мянга долоон зуун нэгжээс таван мянга дөрвөн зуун нэгжтэй тэнцэх хэмжээний төгрөгөөр торгох, эсхүл хоёр зуун дөчин цагаас долоон зуун хорин цаг хүртэл хугацаагаар нийтэд тустай ажил хийлгэх, эсхүл зургаан сараас нэг жил хүртэл хугацаагаар зорчих эрхийг хязгаарлах, эсхүл зургаан сараас нэг жил хүртэл хугацаагаар хорих ял шийтгэнэ (МУЭХ, 2015).

Хуулийн хэм хэмжээний зохицуулалтаас харахад хэрэглэгчийн эрхийг зөрчсөн, хохироосон, хэрэглэгчийн эрх ашигт хохирол учруулсан, хэрэглэгчийг төөрөгдөлд оруулсан, зохих стандарт, техникийн зохицуулалтыг зөрчсөн үйлдлүүдэд түлхүү хариуцлага хүлээлгэхээр хуульчилж өгсөн.

Цахим орчин болон цахим худалдааны үйл ажиллагаатай холбоотой хэрэглэгчдийн хууль ёсны эрх ашгийг хамгаалах зорилгоор холбогдох хууль

тогтоомжийн хэрэгжилтийг улс орнуудын түвшинд авч үзэж болно. Үүнд:

Хүснэгт 2. Цахим худалдааны хэм хэмжээний эрх зүйн зохицуулалт

Улсын нэр	Хэрэгжүүлж буй хууль тогтоомж
Америк	Нууцын тухай хууль (1974), Компьютерийн мэдээллийн нийцэл ба нууцлалын хамгаалалтын тухай хууль (1996), Мэдээллийн эрх чөлөөний тухай хууль (1998), Компьютерийн аюулгүй байдлын тухай хууль (1996), Цахим гарын үсгийн тухай хууль (2000), Цахим засгийн тухай хууль (2002)
Өмнөд Солонгос	Үндэсний мэдээлэлжүүлэлтийн тухай хууль (1995), Цахим баримт бичиг, цахим харилцааны тухай хууль (1996), Цахим засгийн тухай хууль (2001)
Эстони	Нийтийн мэдээллийн тухай хууль (2001), Архивын тухай хууль (1998), Electronic Identification and Trust Services for Electronic Transactions Act (2016)
Монгол	Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль (2003), Зар сурталчилгааны тухай хууль (2002), Цахим гарын үсгийн тухай хууль (2011), Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль (2011)

Эх сурвалж: egov tandan sudalгаа 20200410.pdf (cita.gov.mn)

Дээрх хууль тогтоомжийн зохицуулалтаас харахад цахим гарын үсгийн тухай хуулийг улс орнууд түлхүү хэрэглэж байна (ТЦХТХБХШУТСҮТ, 2020). Өөрөөр хэлбэл, цахим худалдаа, үйлчилгээнд цахим гарын үсэг хэрэглэдэг ба энэ нь цахим баримтад гарын үсэг зурсан этгээдийг тодорхойлох зорилготой цахим баримт бичигт хавсаргасан буюу нэгтгэсэн үг, үсэг, тоо, тэмдэг, дүрсийг агуулсан цахим өгөгдөл байдаг. Мөн цахим засаглалын хүрээнд төрийн үйлчилгээ, үйл ажиллагааг цахимжуулах бодлого хэрэгжүүлж байгаа хэдий ч цахим худалдааны мэдээллийн аюулгүй байдал, эрсдэл, хэрэглэгчдийн эрх ашгийг хамгаалах хэм хэмжээг хамтад нь анхааран тодорхой зохицуулалт хийж өгөх хэрэгтэй.

Ер нь цахим худалдааны хэрэглэгчид бараа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний талаарх мэдээллийг хэрхэн хадгалах, мэдээлэл ашиглах нөхцөл тодорхой эсэх, хэрэглэгч худалдан авалт хийхдээ юуг зөвшөөрч байгаа, түүнтэй холбоотой гэрээ, дүрэм журмыг тодорхой заасан байдал, мэдээллийг хэрхэн өөрчлөх, засах, устгах, худалдан авалтыг баталгаажуулах зэргийг тус тус мэдсэн байх үүрэгтэй. Учир нь хэрэглэгчид мэдээллээ бүрэн авах, баталгаажуулалтыг зөв алдаагүй хийх нь эрх зөрчигдөхөөс сэргийлнэ. Түүнчлэн цахим худалдааны

сайт нь 24 цагийн турш нээлттэй байдаг боловч бараа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанарыг бүрэн дүүрэн мэдэх боломж төдийлөн хангалттай бус, худалдан авалтыг баталгаажуулахдаа хэрэглэгчийн хувийн мэдээллийг оруулах эсэх зэрэг нь хэрэглэгчдийг эрсдэлд оруулахад хүргэдэг. Цахим худалдааны үед патент, барааны тэмдэг, зохиогчийн эрх зөрчигдсөн бараа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг борлуулахаас зайлсхийх, түүнээс урьдчилан сэргийлэх ёстой байдаг.

Цаашилбал цахим худалдааны явцад хэрэглэгчийн эрх зөрчигдөх, хохирох тохиолдолд түүнд чиглэсэн хууль эрх зүйн орчинг боловсронгуй болгох, шийдвэрлэхүйц техник, технологийн шийдлийг олох, хэрэглэгчдэд үйлчлэх системийг хялбар байлгахгаас гадна мэдээллийн хамгаалалтын системийг хатуу хяналттайгаар хэрэгжүүлэх нь зүйтэй юм.

ДУГНЭЛТ

1. Орчин үед интернэт орчинд цахим худалдааны эрэлт хэрэгцээ нэмэгдсээр байгааг хэрэглэгчдийн судалгаагаар харуулж байна. Иймээс төрөөс интернэт орчин дах цахим худалдааны үйл ажиллагаанд шинэ техник, технологийн шийдлийг оновчтой байдлаар нэвтрүүлэхээс гадна хэрэгжихүйц боломжит хувилбаруудыг олох нь зүйтэй юм.
2. Интернэт орчинд цахим худалдаа хийх үйл ажиллагаатай холбоотой хэрэглэгчдийн эрх зөрчигддөг байдал нь судалгааны үр дүнгээр харагдаж байгаа учраас тэдний эрхийн хамгаалалтыг сайжруулах шаардлага үүсч байна. Өөрөөр хэлбэл, цахим банкны үйлчилгээнд гүйлгээг саадгүй, хууль ёсны байдлаар хийхийн тулд гүйлгээ хийх программ, төхөөрөмжийг хянах хяналтын системийг баталгаатай болгох, зарим мэдээллийг монгол хэлээр орчуулж хэрэглэгчдэд хүргэх, найдвартай сайтуудыг мэдээлэх гэх мэт.
3. Цахим бараа, үйлчилгээний чанарт хэрэглэгчид эргэлздэг, сэтгэл ханамж дунд зэрэг байдгийг харгалзан цахим худалдааны үйл ажиллагааг хянадаг мэргэжлийн байгууллагын бүтэц, зохион байгуулалтыг нарийвчлан зохицуулах хэрэгтэй. Одоогийн байдлаар Монгол Улсын хувьд бараа, үйлчилгээний чанарт Мэргэжлийн хяналтын ерөнхий газар хяналт шалгалт хийх, хэрэглэгчдийн эрхийг хамгаалахаар Шударга өрсөлдөөн хэрэглэгчийн төлөө газарт гомдол гарган шийдвэрлүүлж байна. Цаашид интернэт хэрэглэгчдэд хандсан худалдаа, үйлчилгээг илүү үр дүнтэй байдлаар хэрэгжүүлэх, хянах боломжийг бий болгох үүднээс интернэт цагдааг ажиллуулах.
4. Интернэт орчин дах худалдаа, үйлчилгээний үйл ажиллагааг

сайжруулахад хэрэглэгчдийн цахим мэдээллийн хэрэгслийн мэдлэгийг дээшлүүлэх, мэдээллийн нууцыг чандлан хадгалах, цахим банкны гүйлгээ хийхэд хамгаалалтын системийг боловсронгуй болгон хэрэгжүүлэх шаардлагатай.

5. Биет бус хөрөнгө буюу оюуны өмчийн эрх зүйн зохицуулалт зөрчигдөх нөхцөл байдалд хуулийн хариуцлага хүлээлгэхээр хуульчилсан боловч цаашид цахим худалдааг боловсронгуй болгох, эрх зөрчигдөх байдлыг арилгахад мэдээллийн технологийн хууль тогтоомжийн хэрэглээ, олон улсын гэрээ конвенцийн үйлчлэлийн уялдаа холбоог сайжруулах, хэрэглэгчдийн эрхийг хамгаалах байгууллагын оролцоо, үүрэг, хүлээлгэх хариуцлага, зөрчигдсөн эрхийг нөхөн сэргээх, хохирлыг барагдуулахад шаардлагатай боломж, нөхцлийг судлах нь чухал юм.

Ашигласан материал

- D Chaffey, D Edmundson-Bird. 2019. T Hemphill Digital business and e-commerce management. New York, Kindle, 9pp.
- Jim Work & George Brand. 2020. E-Commerce Business Model, Independently Published, USA, Kindle, 5pp.
- Nilpa Shah & Pay Dawson. 2011. Formulating an e-commerce strategy. UK, 3pp. [/\(PDF\) Abstract Formulating an E-commerce Strategy \(researchgate.net\)/](#)
- Simona Sabou & Bianca Avram-Pop, 2017. The impact of the problems faced by online customers on ecommerce. Studia Universitatis Babeş-Bolyai Oeconomica, Volume 62, Issue 2, DOI: 10.1515/subboec-2017-0010, Romania. 77-88pp.
- Гүргэмжав.Э, Амартүвшин.М. 2009. Олон улсын худалдаа. Улаанбаатар. 143х
- Долгорсүрэн.Ц. 2017. Олон улсын худалдаа. Улаанбаатар. 505х.
- МУЗСТХ. 2002. Монгол Улсын Зар сурталчилгааны тухай хууль. 2002
- МУЗТХ. 2017. Монгол Улсын Зөрчлийн тухай хууль. 2017
- МУҮХ, 1992. Монгол Улсын Үндсэн хууль. 1992
- МУХЭХТХ. 2003. Монгол Улсын Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль. 2003
- МУЭХ. 2015. Монгол Улсын Эрүүгийн хууль. 2015
- Нарантуяа.Д, Ариунаа.Ж. 2018. Мерчандайзинг. Улаанбаатар, 128х

- ТЦХТХБХШУТСҮТ. 2020. Төрийн цахим харилцааны тухай хууль боловсруулах хэрэгцээ, шаардлагыг урьдчилан тандан судалсан үнэлгээний тайлан. 2020. Улаанбаатар, 22х
- ХБНТТГБ. 2020. Худалдааны бодлогын нэр томъёоны тайлбар-толь бичиг. 2020. Монголын Худалдааг Дэмжих Төсөл. ХҮИС, 357х
- ХЭХҮХ, 2016. Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах үндэсний хөтөлбөр. Засгийн Газрын 2016 оны 233 дугаар тогтоолын хавсралт.
- ЦХОУЭЗЗСАТ. 2012. Цахим худалдааны олон улсын эрх зүйн зохицуулалт судалгааны ажлын тайлан. Хууль зүйн үндэсний хүрээлэн. Улаанбаатар. 11х
- ШӨХТГ. 2021. Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газар <https://zasag.mn/m/afccp>
- <https://www.amazon.com/?tag=operadesktop-sd-generic-20>
- <https://afccp.gov.mn/content/86>
- egov_tandan_sudalгаа_20200410.pdf (cita.gov.mn)
- www.1212.mn
- www.legalinfo.mn
- www.Global retail e-commerce sales 2014-2024, Stephanie Chevalier, Jul 7, 2021