

ЦАХИМ ХУДАЛДААНЫ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТАД ТУЛГАМДАЖ БҮЙ ЗАРИМ АСУУДАЛ

SOME ISSUES RELATED TO THE LEGAL REGULATIONS OF E-COMMERCE



Б.МӨНГӨННАХИА

Санхүү эдийн засгийн дээд сургуулийн Хүмүүнлэгийн ухааны тэнхимийн багш, хууль зүйн магистр

MUNGUNNAKHIA B.

Master of Law, Lecturer, Department of Humanities, Institute of Finance and Economics, Mongolia

Товч агуулга: Олон улсын бизнес, эдийн засгийн харилцаа тэлж, хурдацтай хөгжин, олон талтай болохын хэрээр эрх зүйн зохицуулалт чухлаар тавигдаж, ихээхэн ач холбогдол өгөх шаардлагатай болсон байна. Хурдацтай хөгжиж буй олон талт харилцааны нэгээхэн хэсэг нь цахим худалдаа юм. Өнөө үед хүмүүс худалдах, худалдан авах үйл ажиллагааны уламжлалт загварыг халж техник хэрэгсэл ашиглан цахим сүлжээгээр дамжуулан өөрийн сонирхсон бараа бүтээгдэхүүнээ захиалан, худалдан авч хэрэгцээ, шаардлагаа хангах болжээ. Энэ нь нэг талаараа хэрэглэгч, үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчийн бизнесийг хөнгөвчлөх таатай орчин бүрдэж байгаа хэдий ч нөгөө талаар цахим орчинд хэрэглэгчийн эрх нэлээдгүй зөрчигдөж байгаа нь амьдрал, практикт болон хэрэглэгчээс авсан судалгааны дүнгээс харагдаж байна. Тиймээс цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах, эрх зүйн орчинг боловсронгуй болгох нь цаг үеийн хэрэгцээ, шаардлага болоод байна.

Abstract: As business and economic relations expand and develop extensively world-wide, some issues related to the legal regulations have been in the center of attention. One part of the multi-sided relations which has been developing rapidly is the e-commerce. Nowadays, people have been replacing the traditional way of trading with the e-commerce ordering their products over the internet. This practice has been giving a favorable condition to both of the sides making their work easier. On the other hand, based on the survey result conducted among the customers, we can see that it has resulted in more negative impacts in the e-environment violating the legal rights of the customers. Thus, it has become necessary for us to protect the legal rights of the customers and improve its legal environment.

Түлхүүр үгс: E-commerce - цахим худалдаа, электрон худалдаа, интернэт худалдаа, E-Бизнес, E-худалдаа, Цахим гэмт хэрэг, Хэрэглэгч, хэрэглэгчийн эрх, хэрэглэгчийн эрх зүйн зохицуулалт.

Key words: e-commerce, cybercrime, e-business, consumer, consumer right, legal regulations.

Цахим худалдааны тухай (e-commerce - цахим худалдаа, электрон худалдаа, интернэт худалдаа)

Худалдаатай холбогдсон харилцаа нь хурдацтай хөгжиж буй технологийн үрээр өөрчлөгдөж, орчин үеийн шинэ чиг хандлагыг бий болгож байна. Компьютерууд интернэтэд холбогдож, дэлхий нийтийг хамарсан цахим орчны асар том сүлжээ бий болсноор улс хооронд цахим орчныг ашиглан бизнес эрхэлж ашиг, орлого олох явдал хурдацтай хөгжиж байна.

Цахим худалдаа гэдэг нь “бараа, ажил, үйлчилгээг хоёр болон түүнээс дээш талуудын хооронд цахим арга, хэрэгсэл ашиглан солилцох”-той холбогдсон цогц үйл ажиллагаа юм.¹

Интернэт худалдаа гэдэг нь зарж байгаа этгээдийн хувьд интернэтийн сүлжээнд байрлах өөрийн хаяг бүхий интернэт дэлгүүрээр дамжуулан бараагаа зарах, бусад үйлчилгээг үзүүлэх ба бараа худалдан авч байгаа хүн төлбөрийн картаараа тухайн барааны төлбөрийг гүйцэтгэн бараа, үйлчилгээ авах процесс юм. Электрон худалдааны бусад худалдаанаас ялгагдах хамгийн гол чанар нь интернэт ашигладагт оршдог. Электрон худалдаа гэдгийг явцуу утгаар нь авч үзвэл интернэтийн сүлжээгээр дамжуулан бараа худалдах, худалдан авах үйл явц юм. Харин өргөн утгаараа электрон худалдаа гэдэг нь бүх л бизнесээ интернэтийн өргөн сүлжээг ашиглан явуулах Е-Бизнес гэж нэрлэж болно.

² Цахим худалдаа гэдэг нь “текст, дуу, дүрс зэрэг цахим өгөгдлийг боловсруулж дамжуулах ажиллагаанд үндэслэн, байгууллага, хувь хүмүүс хоорондын бизнесийн арилжааны бүх хэлбэрийг хэлнэ” гэж Олон улсын эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллагаас³ тодорхойлжээ. Харин Европын мэдээллийн технологийн шинжлэх ухааны хүрээлэнгээс “Цахим худалдаа бол цахилгаан холбоо цахилгааны сүлжээг ашиглан өртөг шилжүүлэх бизнесийн үйл ажиллагаа явуулах талбар юм” гэж тодорхойлжээ. Европын комиссоос цахим худалдаанд бараа (хэрэглээний бараа, эмнэлэгийн мэргэжлийн тоног төхөөрөмж) үйлчилгээ (мэдээллээр хангах үйлчилгээ, санхүүгийн болон хууль, эрх зүйн зөвлөгөө, үйлчилгээ) уламжлалт үйлчилгээ (эрүүлийг хамгаалах, боловсол) болон шинэ үйлчилгээ (интернэт орчны дэлгүүр) зэргийг багтаана⁴. гэж үзжээ.

Дээрхээс харахад цахим худалдаа гэдэг нь интернэт, компьютерын сүлжээ зэрэг цахим системийн тусламжтайгаар бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг зарах, худалдан авах үйл ажиллагаа төдийгүй бараа бүтээгдэхүүнээ сурталчлах, бүтээгдэхүүнийхээ үйлчилгээг хөгжүүлэх, төлбөр тооцоо хийх зэрэг хэрэглэгч, худалдагч, үйлдвэрлэгч, гүйцэтгэгч /цаашид бизнес эрхлэгч гэх/-д хялбар байх автомажсан цогц процесс юм гэж тодорхойлж болохоор байна.

Цахим худалдаа нь 1990-ээд оны дунд үеэс эхэлсэн бөгөөд өдгөө улам боловсронгуй болон хөгжсөөр байна. Цахим худалдааны хүрэн дэх онлайн үйл ажиллагаанд хүргэх, тээвэрлэх, худалдаа, төлбөр хүлээн авах, маркетинг, хөгжүүлэлт зэрэг ордог. Манай орны хувьд энэ төрлийн үйл ажиллагаа эрчимтэй хөгжиж байгаа ч эрх зүйн зохицуулалт дутмаг байна. Сүүлийн хэдэн жилийн дотор бизнес эрхлэгчид интернэт ашиглан өөрсдийн үйл ажиллагаагаа тэлж,

¹ Л.Галбаатар. “Цахим эрх зүй” УБ. 2010 он.

² Дэлхийн банкны төслийн зөвлөх, доктор (PhD), дэд проф А.Энхбат. Электрон худалдаа (E-commerce)-ны онол арга зүй болон Монгол Улс дахь өнөөгийн байдал, эрх зүйн орчин сэдэвт илтгэл. 2012 он.

³ Олон улсын эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллага. 1997

⁴ Европын комисс, 1997

бүтээгдэхүүнээ сурталчлан онлайн худалдаа явуулах болжээ.

Цахим худалдааны давуу тал:

- Компьютерын сүлжээгээр дамжих цахим харилцаа холбоо нь өмнөх үеийн бүхий л харилцаа холбооноос илүү хурдан байдаг.
- Интернэт нь төвлөрсөн бус, бодит байршилгүй бөгөөд түүнд улс үндэсний хил хязгаар саад болдоггүй.
- Интернэт нь худалдагчийг үйлчлүүлэгчтэйгээ зуучлагчгүйгээр шууд харилцах боломжийг олгодог.
- Цахим худалдаа нь улс хоорондын нийгэм, эдийн засаг, соёлын хэлхээ, холбоог газар зүйн байрлалаас үл хамаарч бий болгодог.
- Бүтээгдэхүүний талаарх мэдээллийг хурдан шуурхай авч, сонголтоо хийн хүссэн бүтээгдэхүүнээ хүргүүлэн авах боломжтой.
- Худалдаа хялбархнаар хийж хэрэглэгчийн цаг завьг хэмнэхээс гадна төлбөр тооцоог автоматаар буюу цахимаар хийдэг.

Цахим худалдаа нь дараах төрлүүдтэй байна. Үүнд:

1. Бизнесээс бизнест хандсан хэлбэр. Business to business. /B2B/

Энэ чиглэл нь компани хоорондын харилцан үйлчлэлийн бүх түвшинг хамааруулдаг. Энэ тохиолдолд тусгай /жишээ нь EDI/ стандартуудыг ашигласан байдаг. Жишээ нь дилер бие даан захилга явуулж түүнийхээ биелэлтийг бүрэн хянах боломжтой. Харин бэлтгэн нийлүүлэгч нь агуулахын системд нэвтэрч чадах болохоор хамтрагчийнхаа материал нөөцийг хянах боломжтой. Энэхүү үйл ажиллагаа нь компани хооронд маш ихээр хийгддэг.

2. Бизнес хэрэглэгчид хандсан эсвэл хэрэглэгч-бизнест хандсан хэлбэр. Business to customer /B2C/ эсвэл Customer to business /C2B/

Энэ чиглэлийн гол жишээнд электрон жижиглэнгийн худалдаа орно. Интернэт ашиглан олон дэлгүүр үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа болохоор хэрэглэгчдэд бараа, үйлчилгээний өргөн сонголт хийх боломжтой байдал үүсдэг гэсэн үг.

3. Хэрэглэгчээс хэрэглэгчдэд хандсан хэлбэр. Customer to customer. /C2C/

Хэрэглэгч нь хоорондоо бараа бүтээгдэхүүн худалдан авсан туршлага, зарим компанитай харьцах туршлага гэх мэт арилжааны мэдээлэл солилцоно. Үүнд хувь хүмүүсийн хоорондын худалдаа ч ордог.

4. Бизнесийн бус. Их, дээд сургууль, төрийн байгууллага хооронд үүсэх харилцаа.

5. Засгийн газраас бизнесийн байгууллагад хандсан хэлбэр.

Жил ирэх тусам бизнесийн шинэ арга замууд бий болсоор байна. Олон нийтийн анхаарлыг өөртөө татаж чадсан өөр өөр бизнесийн хэлбэрүүд гарч ирж байна. Цахим худалдааны дээрх үндсэн төрлүүдээс гадна тухайн харилцаанд оролцож байгаа оролцогчдоос нь хамаарч компьютерийн файл болон эх сурвалжтай холбоотой зүйлсийг төв вэб сэрвэргүйгээр хоорондоо солилцон наймаалцах Peer to peer буюу P2P худалдаа мөн ухаалаг гар утас гэх мэт хөдөлөлгөөнт хэрэгслүүдийг ашиглан худалдаа хийх M-Commerce гэх цахим худалдааны шинэ төрлийг нэрлэж болно.⁵

Интернэт худалдаа болон интернэт бизнес гэх хоёр өөр ойлголтын тухай энд дурдах хэрэгтэй. Учир нь, энэ хоёр ойлголт зарим тохиолдолд цахим орчинд эрх зүйн харилцаанд оролцогчид /хувь хүн, хуулийн этгээд, засгийн газар/-ын эргэлзээг төрүүлдэг. Интернэт бизнес гэдэг нь интернэт болон интернетийн технологийн

⁵ Э.Мягмардорж, "Интернетийн орчин дахь, зохиогчийн эрхийн эрх зүйн зохицуулалт", "Интернетийн орчин дахь контент, зохиогчийн эрхийн зохицуулалтын асуудал" семинар, 2012.

тусламжтайгаар бизнесийн бүхий л үйл ажиллагааг /боломжтой бүгдийг/ цахим орчинд явуулахыг хэлнэ.

Харин интернэт худалдаа гэдэг нь интернэт бизнесийн нэгэн бүрэлдэхүүн хэсэг бөгөөд интернэт технологийн тусламжтайгаар биет болон биет бус бүтээгдэхүүн үйлчилгээг худалдаална гэсэн үг юм.

Энэхүү судалгааны ажилд бизнесээс хэрэглэгчид хандсан хэлбэр /B2C/ болон хэрэглэгчээс хэрэглэгчид хандсан хэлбэрийн /C2C/ цахим худалдаа хийх явцад хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн зохицуулалтын тухай авч үзлээ. Учир нь цахим бизнесийн хамгийн анхан шатны үйл ажиллагаа нь цахим худалдаа бөгөөд тэр дундаа бизнесээс хэрэглэгчид хандсан дээрх хэлбэр нь даяаршлагад буй дэлхийд түгээмэл болсон бөгөөд хүний наад захын хэрэгцээг хангаж байгаа бизнесийн нэг хэлбэр болоод байна. Тиймээс цахим худалдаа эрхлэгчид нь “хэрэглэгч хаан” гэх бизнесийн алтан дүрмийг мөрдөх нь чухал юм.

Цахим худалдаан дахь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн зохицуулалт

Дэлхий дээр 7 тэрбум хүн амьдарч, түүний талаас илүү хувь нь интернэтийн байнгын хэрэглэгч болсон өнөө үед цахим орон зайн нийтлэг зохицуулалт буюу интернэт худалдааны эрх зүйн зохицуулалт тэр дундаа интернэт худалдаан дахь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн зохицуулалтыг боловсронгуй болгох шаардлагатай байна. Олон байгууллага, тэр дундаа Европын эдийн засгийн Холбоо (ECE), Олон улсын эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллага (OECD), НҮБ-ын Олон улсын худалдааны эрх зүйн хороо (UNCITRAL), Дэлхийн оюуны өмчийн байгууллага (WIPO), Европын Байгууллагуудын хороо нь цахим худалдааны талаарх загвар хууль боловсруулах, олон улсын гэрээ хэлэлцээрийг хийх, удирдамжийг гаргахад идэвхтэй оролцож байна. Эдгээрээс ДООБ-ын Зохиогчийн эрхийн гэрээнүүд (1996), НҮБ-ын Олон улсын худалдааны эрх зүйн хорооны цахим худалдааны талаарх загвар хууль (1996), Эдийн засгийн хамтын ажиллагаа, хөгжлийн байгууллагын нууцлалын бодлогын удирдамж (1997), НҮБ-ын Ерөнхий Ассамблейгаас баталсан Олон улсын гэрээнд цахим харилцааг ашиглах тухай коненц (2005) зэрэг олон улсын эрх зүйн баримт бичгүүд нь олон улсын түвшинд цахим худалдааны эрх зүйн орчинг зохицуулж байна. Харин цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахад зориулсан тусдаа хууль, эрх зүйн акт байхгүй байна.

Цахим худалдаа эрхлэхэд олон талын эрх зүйн зохицуулалт шаардлагатай байдаг. Тухайлбал, хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах, маркетинг, зар сурталчилгаа, шударга өрсөлдөөний асуудал, оюуны өмчийн асуудал, татвар төлөлт, хувь хүн болоод цахим худалдаанд оролцогчдын хувийн мэдээллийн нууцлал, хамгаалалт, цахим гарын үсэг гэх олон асуудал байдаг. Манай улсад цахим худалдааны эрх зүйн зохицуулалт боловсронгуй болоогүйн дээр хэрэглэгчийн эрх зөрчигдсөн тохиолдолд хэрхэн яаж шийдвэрлэх эрх зүйн орчин одоогоор хангалттай бүрдээгүй байна. Цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тусдаа хууль батлан гаргах төдийлөн шаардлагагүй ч энэ төрлийн харилцааг зохицуулж буй хуульд нэмэлт өөрчлөлт оруулах, шинэчлэн найруулах шаардлагатай байна.

Монгол Улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийн 3.1.1-д “хэрэглэгч” гэж бараа, ажил, үйлчилгээг үйлдвэрлэл, аж ахуйн үйл ажиллагааны бус, зөвхөн хувийн болон гэр бүл, ахуйн хэрэгцээгээ хангахад зориулан захиалж,

худалдан авч, үйлчлүүлж байгаа, эсхүл хэрэглэж байгаа хувь хүнийг хэлнэ гэж томъёолсон байдаг. Б.Дэлгэрмаа, Д.Оюун, Ж.Хулан "Бизнесийн эрх зүй" 2014 он., сурах бичигт: "хэрэглэгч гэж нэгдүгээрт, хүн бүрийг хэлэхгүй ба гагцхүү бараа бүтээгдэхүүнийг худалдан авсан худалдан авхаар захиалж гэрээ хэлцэл байгуулсан үнийг төлсөн эсвэл урьдчилгаа мөнгийг өгсөн, ажил үйлчилгээ хүртсэн хувь хүнийг хэлж байгаа ойлголт юм. Хоёрдугаарт, бүх л төрийн бараа, ажил, үйлчилгээ бас биш юм. Энэ нь зөвхөн хувийн болон гэр бүл, ахуйн хэрэгцээнд зориулагдсан байх ёстой юм".⁶ гэж тодорхойлсон байна.

Хэрэглэгчийн эрх зүй гэдэг нь иргэдийн материаллаг, соёлын болон бусад хэрэгцээг хангахад чиглэсэн харилцааг зохицуулж буй хэд хэдэн салбар эрх зүйгээс / захиргааны, иргэний, эрүүгийн гэх мэт/ бүрдсэн цогцолмол эрх зүй юм. Хэрэглэгчийн эрх зүйн харилцааг манай орны хувьд 1990-ээд оноос эхлэн "Хэрэглэгчдийн эрхийг хамгаалах тухай хууль", "Хэрэглэгчдийн эрхийг хамгаалахад баримтлах үндсэн зарчим", "Монголын хэрэглэгчдийн эрхийн тухай тунхаг" зэрэг эрх зүйн актуудаар баталгаажуулан, зохицуулж байна. Хэрэглэгчийн эрхийг "Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газар", "Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах нийгэмлэг" ТББ зэрэг төрийн болон төрийн бус байгууллагуудын түвшинд хамгаалж байна. Мөн сүүлийн жилүүдэд хэрэглэгчийн зөрчигдсөн эрхийг сэргээх, хамгаалахад чиглэсэн бодитой ажлууд хийгдэж байгааг та бид хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр сонсож, анзаарч байгаа билээ.

Хэрэглэгчийн эрх нь хүний эрхийн хамгийн өргөн хүрээг хамаардаг бөгөөд хүн болж төрсөн хэн бүхэнд хамаатай бүх хүнд заяасан төрөлх эрхийн төрөл юм. Иймээс хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах нь төр засгийн байгууллагын анхдагч үүрэг болохыг 1993 онд болсон Дэлхийн хүний эрхийн бага хурлаар баталсан Венийн тунхаглалд тодорхойлсон байдаг. Монгол Улс хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийг 1991 онд баталж, 1992 онд Монгол Улсын Засгийн Газар НҮБ-ын Ерөнхий Ассамблейгээс сайшаан дэмжсэн "Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахад баримтлах үндсэн зарчим"-ыг хүлээн зөвшөөрч, "Монголын хэрэглэгчдийн эрхийн тухай тунхаг"-ийг 1993 онд батлан гаргажээ. 2003 онд Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийг шинэчлэн найруулж баталсан ба 2008 онд хуульд нэмэлт өөрчлөлт оруулсан байна.

Харин 2009 онд Монгол Улсын Засгийн Газраас Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах үндэсний хөтөлбөрийг баталж хэрэгжүүлсэн. Одоогоор Монгол Улсад хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахтай холбоотой 30 орчим хууль, эрх зүйн акт үйлчилж байна. Цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахад хэрэглэгдэх хууль, эрх зүйн актад Монгол улсын үндсэн хууль, Иргэний хууль, Зар сурталчилгааны тухай хууль, Өрсөлдөөний тухай хууль гэх мэт. Шинээр батлагдахаар хэлэлцэгдэж буй худалдааны тухай хуулийн төслийн 4.1.8."цахим худалдаа" гэж цахим мэдээллийн сүлжээг ашиглан хийгдэх худалдааг хэлнэ гэж томъёолсон бол 4.1.20."худалдаа эрхлэгч" гэж худалдаа эрхэлж байгаа иргэн, хуулийн этгээдийг хэлнэ гэжээ. 5.4. Монгол Улсын худалдаанд цахим, шууд, биржийн болон бусад аргыг зөвшөөрнө. Харин эдгээр худалдаан нь Монгол Улсын үндэсний аюулгүй байдалд үл харшлах, олон улсын худалдааны эрх зүйн ерөнхий зарчим, хэм хэмжээнд нийцсэн байх, хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах, шударга өрсөлдөөнийг хангасан байх, худалдаа ил тод, ялгаварлахгүй байх зарчимд харшлахгүй байна гэж хуульчилсан байна.

Мөн хуулийн 5.5. Цахим, шууд болон биржийн худалдааг тусгайлсан

⁶ Б.Дэлгэрмаа, Д.Оюун, Ж.Хулан "Бизнесийн эрх зүй", УБ. 2014 он.

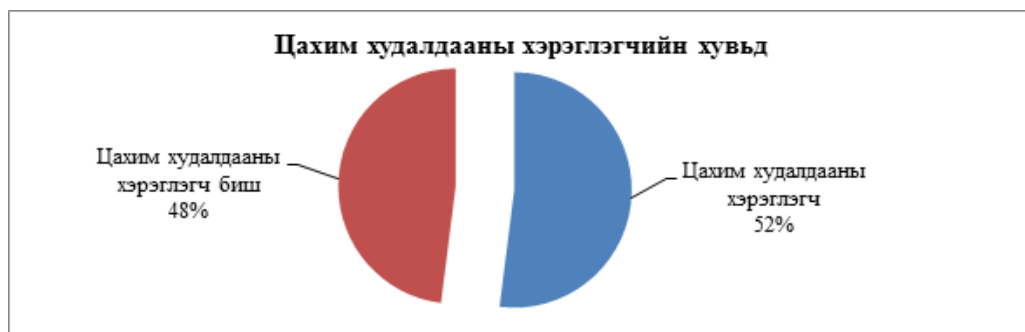
хуулиар зохицуулна гэснийг харахад энэ тухай эрх зүйн зохицуулалт зайлшгүй шаардлагатай байгааг харж болохоор байна. Харин одоогоор энэ тухай тусгайлсан хуулийн төсөл боловсруулагдаагүй байна. Худалдааны хуулийн төслийн 24.1. Барааг хэрэглэгчид худалдахтай холбогдсон харилцааг Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулиар зохицуулна. 27.1. Худалдаанд тавих хяналтыг Төрийн хяналт шалгалтын тухай болон холбогдох бусад хуулиар зохицуулна гэснээс үзвэл холбогдох хуулиудад нэмэлт оруулах хэрэгтэй юм. Учир нь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль нь ерөнхий зохицуулалт⁷ ихтэйн дээр цахим худалдаа гэж тухайлсан зохицуулалт байхгүй байдаг.

Тухайлбал, Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийн 4.1.2. хэрэглэгч нь бараа, ажил, үйлчилгээний талаар үнэн зөв мэдээлэл олж авах, хэрэглээний соёл эзэмших боломжоор хангагдсан байх зарчмыг хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахад баримтална гэж заажээ.⁸ Харин энэ зарчим төдийлөн хэрэгждэггүй ба энэ зарчмыг хэрхэн хангах тухай механизм нь тодорхойгүй байдаг. Цахим худалдаанд бараа, ажил, үйлчилгээний талаар үнэн зөв мэдээлэл олж авах нь хамгийн чухал асуудлын нэг гэдэг нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна. Бараа, ажил, үйлчилгээний талаар үнэн зөв мэдээлэлгүйгээс учирсан хохирлоо нөхөн төлүүлэхэд Иргэний хуулийн 254 дүгээр зүйлд заасны дагуу шаардлага гаргах эрхтэй мөн тус хуулийн 8.1.Үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчийн буруугаас хэрэглэгчид учирсан гэм хорыг арилгах, хохирлыг нөхөн төлөх талаар гаргасан хэрэглэгчийн шаардлагыг үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгч биелүүлэхээс татгалзсан тохиолдолд энэ талаар шүүхэд нэхэмжлэл гаргах эрхтэй байдаг ч хэрэглэгчид хэрхэн яаж, хаана хандаж хохирлоо барагдуулах тухай ойлголт байхгүй байдаг байна. Энэ нь тус хуулийн 4.1.2. ... хэрэглээний соёл эзэмших боломжоор хангагдсан байх, 9.1.Хэрэглэгч хэрэглээний соёл эзэмших, энэ талаар сурах бололцоогоор хангагдах эрхтэй гэсэн заалт байдаг ч хэрхэн энэ эрхээ хэрэгжүүлэх нь тодорхойгүй байдагтай холбоотой. Энэ мэтчилэн хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуульд цахим худалдаан дахь хэрэглэгчийн эрхийг зохицуулах хангалттай зохицуулалт байхгүй байна. Мөн 3.1.1.“хэрэглэгч” гэж бараа, ажил, үйлчилгээг үйлдвэрлэл, аж ахуйн үйл ажиллагааны бус, зөвхөн хувийн болон гэр бүл, ахуйн хэрэгцээгээ хангахад зориулан захиалж, худалдан авч, үйлчлүүлж байгаа, эсхүл хэрэглэж байгаа хувь хүнийг хэлнэ гэсэн хуулийн заалтад цахим худалдааны хэрэглэгч гэдгийг нэмж оруулах нь зүйтэй болов уу. Одоогоор Монгол улсад худалдааны тухай хуулийн төслөөс өөрөөр цахим худалдааны тухай заалт тусгасан хууль байхгүй ба энэ төрлийн харилцааг иргэний хууль болон хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулиар зохицуулж байна. Эрх зүйн орчин нь төдийлөн хангалттай бүрдээгүй байхад цахим худалдаа эрхлэгчид хэдийнээ манай худалдааны зах зээлийн нэгээхэн хэсэг нь болсон байна.

⁷ <http://www.mongolchamber.mn/index.php/component/search/?searchword>

⁸ <http://legalinfo.mn> Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль. 2003

Зураг 1



Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн 52% нь цахим худалдаагаар ямар нэг бүтээгдэхүүн худалдан авдаг, 48% нь худалдан авалт хийдэггүй гэж хариулсан байна. Энэ нь манай улсад цахим худалдаа аль хэдийнээ дэлгэрснийг харуулж байна. Харин цахим худалдаа эрхлэгчдийг насны бүтэц болон боловсролын түвшингөөр нь харьцуулан харвал.

Зураг 2



Цахим худалдаагаар бүтээгдэхүүн худалдан авдаг хүмүүсийн 59% нь 16-21 насны, 26% нь 22-35 насны, 15% нь 35-аас дээш настай байна. Цахим худалдааны хэрэглэгчдийг 18 ба түүнээс дээш насны иргэн буюу эрх зүйн бүрэн чадамжтай байхаар хуульчлах хэрэгтэй ба цахим худалдан авагчдыг хянах арга механизмыг боловсруулах, үүнд хяналт тавих эрх бүхий байгууллагыг үүрэгжүүлэх нь зүйтэй юм. Учир нь 14-18 хүртэлх насны этгээд иргэний эрх зүйн бүрэн бус чадамжтай байдаг бөгөөд ихэнх харилцаанд зохих ёсны төлөөлөгчийн хамт оролцдог. Тодорхой насны хязгаарлалт нь хэрэглэгчдийн эрхийг хамгаалахад чухал нөлөөтэй байна.

Зураг 3



Цахим худалдаагаар бараа, бүтээгдэхүүн худалдан авдаг хүмүүсийн

21% нь дээд, 59% нь бүрэн дунд, 20% нь боловсролгүй байна. Энэ нь насны бүтцийн графикийн адил залуус, ерөнхий боловсролын сурагчид, оюутнууд цахим худалдаагаар бараа бүтээгдэхүүн худалдан авдаг гэдгийн харуулж байна. Эндээс тэд цахим худалдаагаар бараа, бүтээгдэхүүн худалдан авахдаа хайнга ханддаг, бүтээгдэхүүний талаар хангалттай үнэн зөв мэдээлэл олж авч чаддаггүй байж болох талтай. Учир нь ийм насны субъектүүд өөрийн үйлдлийн учир холбогдлыг төдийлөн хангалттай ухамсарлах боломжгүй гэж үздэгт оршино.

Зураг 4



Дээрх графикаар цахим худалдаан дахь хэрэглэгчийн эрхийн тухай ойлголтыг тандахад бага зэрэг мэднэ, муу мэднэ, огт мэдэхгүй гэх хариултууд байгаа нь хэрэглэгчид эрхээ хэрхэн хэрэгжүүлэх, эрх нь зөрчигдсөн буюу хохирол учирсан тохиолдолд хэрхэн хаана хандахаа мэдэлгүй хохироод үлддэг гэж харж болохоор байна. Энэ нь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуулийн 4.1.2. ... хэрэглээний соёл эзэмших боломжоор хангагдсан байх, 9.1.Хэрэглэгч хэрэглээний соёл эзэмших, энэ талаар сурах бололцоогоор хангагдах эрхтэй⁹ гэсэн заалт биелэлээ олохгүй байгаагийн нэг илрэл.

Цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрх зөрчигдсөн тохиолдолд үүссэн маргааныг хэрхэн шийдвэрлэж байгаа тухайд:

Шударга өрсөлдөөн хэрэглэгчийн төлөө газар нь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах төрийн байгууллага юм. Тус газрын олон нийттэй харилцах албаны мэргэжилтнээс ярилцлагын хэлбэрээр судалгаа авахад цахим худалдаатай холбоотой хэрэг маргаан, хэрэглэгчийн эрхийн зөрчлийн талаар тус байгууллагад ирсэн өргөдөл, гомдлыг хүлээн авдаггүй бөгөөд цахим худалдаагаар хэрэглэгч бүтээгдэхүүн захиалан, худалдан авах үйлдэл нь өөрийн гараар “зөвшөөрсөн” товчлуурыг дарсан байдаг. Энэ нь хэлцлийг хүлээн зөвшөөрсөн буюу иргэний хуулийн “40.1.Хүсэл зоригийн илэрхийлэл нь нөгөө тал түүнийг хүлээн авснаар хүчин төгөлдөр болно” гэх үндэслэл болох тул ихэвчлэн шийдвэрлэгддэггүй. Зарим тохиолдолд бусдын эд хөрөнгийг залилан мэхэлж авах гэмт хэргийн /ЭХ-ийн тусгай ангийн 148/ шинжтэй гэж үзэн цагдаагийн байгууллага руу шилжүүлдэг байна.

Цахим худалдаатай холбоотой хэрэг, маргааныг иргэний хуулийн хэлцэл, худалдах-худалдан авах гэрээний дагуу шийдвэрлэж болох юм. Хэлцэл гэж “Иргэний эрх, үүргийг үүсгэх, өөрчлөх, шилжүүлэх, дуусгавар болгох зорилгоор хүсэл зоригоо илэрхийлсэн иргэн, хуулийн этгээдийн үйлдэл /эс үйлдэхүй/-г хэлнэ.¹⁰ Хэлцлийг хэлэлцэн тохиролцож амаар, бичгээр болон бодит үйлдлээр

⁹ <http://legalinfo.mn> Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль. 2003

¹⁰ <http://legalinfo.mn> Иргэний хууль. 2002

хийж болдог. Иймд цахим худалдаагаар бүтээгдэхүүн захиалж байгаа нь бодит үйлдлээр хийсэн хэлцэл болж байна. “Нэг талын хүсэл зоригийн илэрхийллийг нөгөө тал хүлээн авснаар хэлцэл хүчин төгөлдөр болдог ба өөрийн тодорхой үйлдлээр илэрхийлсэн бол уг хэлцлийг бодит үйлдлээр хийгдсэн гэж үзнэ. 42.9”. Иргэний хуулийн 243.1-т зааснаар “худалдах-худалдан авах гэрээгээр худалдагч нь биет байдлын доголдолгүй, эрхийн зөрчилгүй хөрөнгө, түүнтэй холбоотой баримт бичгийг худалдан авагчийн өмчлөлд шилжүүлэх буюу бараа бэлтгэн нийлүүлэх, худалдан авагч нь худалдагчид хэлэлцэн тохирсон үнийг төлж, худалдан авсан хөрөнгөө хүлээн авах үүргийг тус тус хүлээнэ.” гэсэн заалтыг үндэслэвэл цахим худалдаанд зөвшөөрсөн товчийг дарснаар хэлцлийг хүлээн зөвшөөрч худалдах-худалдан авах гэрээг хийгдсэнд тооцно. Одоогоор цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрх зөрчигдсөн гэх үндэслэлээр шүүхээр хэрэг хянан шийдвэрлэгдээгүй байна.

Монгол Улсын харилцаа холбооны зохицуулах хороонд МУ-д бүртгэлтэй веб сайтууд харъяалагддаг бөгөөд эдгээр сайтуудаас зөрчил гарсан тохиолдолд сайтын хандалтыг хаах эрхтэй байгууллага нь тус байгууллага юм. Гэхдээ нийт хэдэн сайт албан ёсоор үйл ажиллагаагаа явуулж буй эсэх асуудлыг хараахан бүртгээгүй байгаа учраас цахим худалдаа явуулдаг сайтуудад хяналт тавих боломжгүй байдаг байна.

Дээрхээс харахад манай улсад цахим худалдаа болоод цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрх зөрчигдсөн гомдлыг хүлээн авч шийдвэрлэх тусгайлсан төрийн болоод төрийн бус байгууллага байхгүй байна. Хэрэглэгчийн эрхийг иргэний хэрэг шүүхээр хянан шийдвэрлэх журмаар хамгаалж, гэм хорыг арилгах хуулийн орчин байгаа ч одоогоор хэрэглэгч нэхэмжлэл гаргасан тохиолдол байхгүй байна.

Гадаадын зарим улсын сайн туршлага:

Гадаадын зарим улсад хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуульд нь цахим худалдаатай холбоотой хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахаар зохицуулсан байдаг бөгөөд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах байгууллага нь уг асуудлыг зохицуулдаг. Тухайлбал: Хятад улсад 1993 онд “Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах тухай хууль” анх батлагджээ.¹¹ Энэхүү хууль нь цахим худалдаанд дахь олон талын зохицуулалтыг хийдэг байна. Үүнд:

- хуулийн дагуу гэм хор арилгах,
 - хэрэглэгчийн харилцаа холбоог албан ёсоор хүлээн зөвшөөрөх,
 - хувь хүний мэдээллийг хамгаалах,
 - үйлдвэрлэл, үйлчилгээ үзүүлж буй байгууллагын ташаа мэдээллийн улмаас хэрэглэгчид учирсан гэм хорыг хариуцах гэх зэрэг олон асуудлыг зохицуулжээ.
- Эдгээрээс гадна цахим худалдааны журам хэрэгждэг байна. Худалдагч нар худалдан авагчдын сэтгэлд хүртэл бараа бүтээгдэхүүнийхээ тухай үнэн зөв мэдээллээр хангах, мөн худалдан авалт хийснээс хойш 7 хоногийн дотор хэрэглэгчид учирсан гэм хорыг тухайн байгууллага хариуцаж нөхөн төлөх ёстой байдаг байна.

Олон улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах байгууллагуудаас дурдвал:

- АНУ-д холбооны худалдааны комисс “Federal Trade Commission”
- Англи улсад Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах нийгэмлэг “Consumer Protection Association”
- Солонгос улсад Солонгос улсын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах агентлаг “Korea Consumer Agency”

зэрэг манай улсын Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газартай ижил төстэй

¹¹ www.wikipedia.org

үйл ажиллагаа явуулдаг байгууллагууд байдаг.

Дүгнэлт:

Өнөө үед техник технологи хөгжихийн хэрээр худалдаа, үйлдвэрлэл, үйлчилгээ илүү боловсронгуй болж байгаа бөгөөд эдийн засгийг өсгөх, бизнесийн үйл ажиллагааг илүү хөнгөвчилсөн зүйл бол цахим худалдаа юм. Бизнесийн үйл ажиллагаа эрхэлж буй эдгээр байгууллагууд цахим худалдаагаар өөрийн ашиг орлогоо нэмэгдүүлэхийн зэрэгцээ хэрэглэгчийн эрх ашгийг хүндэтгэн үзэх нь нийгэмд байр сууриа баттай болгон, амжилтад хүрэх хүчин зүйл болж өгдөг.

Манай улсын хувьд цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрх тодорхой хэмжээнд зөрчигддөг нь эрх зүйн орчин хангалтгүй, цахим худалдааны хэрэглэгчийн эрх зүйн байдлыг шийдвэрлэх үүрэг бүхий төрийн байгууллага тодорхой биш байдагтай холбоотой нь дээрх судалгааны ажлаас харагдаж байна. Өөрөөр хэлбэл, цахим худалдаагаар бүтээгдэхүүн худалдан авдаг хүмүүсийн тоо өсч байгаа хэдий ч тэдний эрх ашгийг хамгаалсан байгууллага тодорхой биш, хэрэглэгчид эрхээ хамгаалуулах тухай хангалттай мэдлэггүй, хэрэглээний соёл эзэмших, энэ талаар сурах бололцоогоор хангагдах эрхээ хэрэгжүүлэх нөхцөл бололцоогоор хангагдаагүй нь судалгаагаар харагдаж байна. Мөн Монгол Улсын Эрүүгийн хуулийн хорьдугаар бүлэгт Аж ахуйн эсрэг гэмт хэрэг гэсэн бүлэгт Хэрэглэгчийг хуурч мэхлэх, төөрөгдүүлэх /169 дүгээр зүйл/, Гологдол буюу чанар муутай бүтээгдэхүүн худалдах /171 дүгээр зүйл/, Эрүүл мэндийн шаардлага хангаагүй хүнсний бүтээгдэхүүн худалдаалах /172 дугаар зүйл/ гэх гэмт хэргүүдийг нэрлэсэн байдаг ба энэ тухай үргэлжүүлэн судлах болно. Монгол Улсын болон гадаадын зарим орны хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахтай холбоотой хууль тогтоомж, Монгол Улсын цахим худалдааны хэрэглэгчдээс авсан судалгаанд үндэслэн дараах санал, зөвлөмжийг дэвшүүлж байна.

Санал зөвлөмж:

1. Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хуульд:
 - Цахим худалдаан дахь хэрэглэгчийн эрх, үүргийг хуульчлан зааж өгөх,
 - Цахим худалдаа хийхэд барааны талаар мэдээлэл авах, хэрэглээний соёл эзэмших, энэ талаар сурах бололцоогоор хангагдах,
 - Тус хуулийн нэр томъёонд цахим худалдааны тухай ойлголтыг хуульчлах;
2. Иргэний хуульд цахим худалдааны харилцааг зохицуулсан ойлголтуудыг хуульчлах,
3. Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх бүхий байгууллага /ШӨХТГ/-аас гадна төрийн бус байгууллагуудын үйл ажиллагааг идвэхжүүлэх, хамтран ажиллах, ШӨХТГ нь цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах алба, нэгжтэй болгох,
4. Цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн мэдлэг олгох, эрх нь зөрчигдсөн бол хаана хандах талаар мэдээллийг хэрэглэгчдэд түгээх ажлыг идэвхтэй зохион байгуулах. ШӨХТГ болон хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах нийгэмлэг зэрэг ТББ-аар дамжуулан энэ ажлыг зохион байгуулах,
5. Цахим худалдаа эрхлэдэг веб хуудсанд хандахад хэрэглэгчийн эрх, үүрэг болоод худалдан авалтаас үүсэх гэм хорын хариуцлагын тухай сануулга байнга гарч байх, ингэснээр хэрэглэгчийг өөрийн үйлдлийг хянах, хайхрамжгүй үйлдлийн улмаас өөрт нь гэм хор учрахаас урьдчилан сэргийлэх боломжтой болно.
6. Цахим худалдаа эрхэлдэг веб /B2B/ болон цахим худалдаанд хуваариа

бизнес эрхлэгчдийг /C2C/ бүртгэж, хянах байгууллагын үйл ажиллагааг идэвхжүүлэх, МУ-ын Харилцаа холбооны зохицуулах хороо болон үндэсний ДАТА төв, ШӨХТ газрууд нь уялдаа холбоогоо сайжруулж, хамтран ажилладаг байх, ингэснээр хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах цогц бодлого явуулахад тустай юм.

Эх сурвалжийн жагсаалт:

1. Монгол Улсын Үндсэн хууль. Төрийн мэдээлэл №1. УБ., 1992 он
2. Монгол улсын үндсэн хуулийн нэр томъёоны дагалга УБ., 1992 он
3. Иргэний хууль. Төрийн мэдээлэл №7. УБ., 2002 он
4. Монгол улсын Иргэний хуулийн тайлбар (ерөнхий анги). УБ., 2005 он
5. Хууль зүйн үндэсний хүрээлэн
6. “Цахим худалдааны олон улсын эрх зүйн зохицуулалт” сэдэвт судалгааны ажил. УБ., 2012 он
7. Г.Халиун.Цахим худалдааны загвар хууль батлах болсон шалтгаан, нөхцөл. Хууль дээдлэх ёс сэтгүүл. УБ., 2012 он.
8. Монгол улсын шүүхийн шийдвэрийн эмхэтгэл.
9. Иргэний хэрэг. УБ., 2006-2009 он
10. Доктор, профессор О.Жамбалдорж
11. Иргэний эрх зүй I дэвтэр. УБ., 2004 он
12. Л.Галбаатар. Цахим эрх зүй. УБ., 2010 он.
13. Дэлхийн банкны төслийн зөвлөх, доктор (PhD), дэд проф А.Энхбат.
14. Электрон худалдаа (E-commerce)-ны онол арга зүй болон Монгол Улс дахь өнөөгийн байдал, эрх зүйн орчин сэдэвт илтгэл. УБ., 2012 он.
15. Э.Мягмардорж.Интернетийн орчин дахь, зохиогчийн эрхийн эрх зүйн зохицуулалт, Интернетийн орчин дахь контент, зохиогчийн эрхийн зохицуулалтын асуудал семинар. УБ., 2012 он.
16. Б.Дэлгэрмаа, Д.Оюун, Ж.Хулан. Бизнесийн эрх зүй. УБ., 2014 он.
17. <http://www.mongolchamber.mn/index.php/component/search/?searchword>
18. <http://legalinfo.mn> Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль. 2003 он.
19. <http://www.wikipedia.org>
20. <http://www.wipo.int> European convention on the Compensation of victims of Violent Crimes,