

სტრატეგიული ფასწარმოქმნისა და მომხმარებელთა ქცევითი
ადაპტაციის ანალიზი საქართველოს ნავთობპროდუქტების ბაზარზე

ლელა არევაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად.*

ფინანსები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნათია სურმანიძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2026

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ლელა არევაძე

06/06/2026

აბსტრაქტი

ნავთობპროდუქტების ბაზარი თანამედროვე ეკონომიკის ერთ-ერთ სტრატეგიულ სექტორს წარმოადგენს, რადგან საწვავის ფასების ცვლილება გავლენას ახდენს როგორც მაკროეკონომიკურ პროცესებზე, ისე მომხმარებელთა ყოველდღიურ ქცევაზე. საერთაშორისო ბაზრებზე ნავთობის ფასების მერყეობა, გაცვლითი კურსის ცვლილებები და ასიმეტრიული ფასწარმოქმნის მექანიზმები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს იმპორტდამოკიდებული ქვეყნების, მათ შორის საქართველოს, საწვავის საცალო ფასებზე.

წინამდებარე კვლევის მიზანია საქართველოს მომხმარებელთა ქცევითი ადაპტაციის შესწავლა საწვავის ფასების ზრდისა და ფასობრივი არასტაბილურობის პირობებში. კვლევა ეფუძნება რაოდენობრივ მეთოდოლოგიას. მონაცემები შეგროვდა სტრუქტურირებული კითხვარის მეშვეობით, ხოლო მიღებული ინფორმაცია დამუშავდა აღწერითი სტატისტიკის, ჯვარედინი ცრილის და χ^2 (ხი-კვადრატის) ტესტისა გამოყენებით. კვლევის ფარგლებში შეფასდა რესპონდენტთა დამოკიდებულებები საწვავის ფასების ცვლილებების მიმართ, მათი ეკონომიკური მდგომარეობა და ადაპტაციის სხვადასხვა ფორმა.

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საწვავის ფასების ზრდა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მომხმარებელთა ბიუჯეტსა და გადაადგილების ქცევაზე. რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი აღნიშნავს ტრანსპორტირების ხარჯების ზრდას, გადაადგილების სიხშირის შემცირებას, საზოგადოებრივი ტრანსპორტის უფრო აქტიურ გამოყენებასა და ხარჯების ოპტიმიზაციის სხვადასხვა სტრატეგიის დანერგვას. ანალიზმა ასევე გამოავლინა, რომ ადაპტაციის ხარისხი განსხვავდება სოციალური და ეკონომიკური მახასიათებლების მიხედვით. განსაკუთრებით მაღალია ადაპტაციის ტენდენცია იმ რესპონდენტებში, რომელთა შემოსავალი

შედარებით დაბალია და რომელთა ბიუჯეტში საწვავის ხარჯებს მნიშვნელოვანი წილი უკავია.

კვლევა ავსებს საქართველოს ნავთობპროდუქტების ბაზართან დაკავშირებულ არსებულ კვლევით სიცარიელეს, რადგან ყურადღებას ამახვილებს არა მხოლოდ ფასების ფორმირების მექანიზმებზე, არამედ მომხმარებელთა ქცევით რეაქციებსა და ადაპტაციის პროცესზე. მიღებული შედეგები შეიძლება გამოყენებულ იქნეს როგორც ენერგეტიკული და სატრანსპორტო პოლიტიკის შემუშავებისას, ისე მომხმარებელთა კეთილდღეობის შეფასებისა და შესაბამისი რეკომენდაციების ფორმირებისათვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ნავთობპროდუქტების ბაზარი, საწვავის ფასები, ქცევითი ადაპტაცია, მომხმარებლის ქცევა, ასიმეტრიული ფასწარმოქმნა, ფასების გადაცემა, საქართველო.

Abstract

The petroleum products market is one of the most strategic sectors of the modern economy, as changes in fuel prices affect both macroeconomic processes and consumers' everyday behavior. Fluctuations in international oil prices, exchange rate volatility, and asymmetric pricing mechanisms have a significant impact on retail fuel prices, particularly in import-dependent countries such as Georgia.

The purpose of this study is to examine the behavioral adaptation of Georgian consumers to rising fuel prices and price instability. The research is based on a quantitative methodology. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics, cross-tabulations and chi-square tests. The study evaluates consumers' perceptions of fuel price changes, their economic conditions, and various forms of behavioral adaptation.

The findings indicate that rising fuel prices have a substantial impact on household budgets and mobility patterns. A significant proportion of respondents reported increased transportation expenses, reduced travel frequency, greater use of public transportation, and the adoption of various cost-saving strategies. The analysis also revealed that the degree of adaptation differs according to socioeconomic characteristics. Adaptation tendencies were particularly strong among lower-income respondents and among those for whom fuel expenses constitute a significant share of the household budget.

The study contributes to the existing literature on Georgia's petroleum products market by focusing not only on pricing mechanisms but also on consumer behavioral responses and adaptation processes. The findings help address an important research gap in the Georgian context and provide insights into how consumers respond to fuel price increases and market instability. The results may be useful for policymakers in the development of energy and

transportation policies, as well as for assessing consumer welfare and designing appropriate policy recommendations.

Key words: petroleum products market, fuel prices, behavioral adaptation, consumer behavior, asymmetric pricing, price transmission, Georgia.