

ეკონომიკური პოლიტიკის და ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების
გავლენა კონკურენციაზე საქართველოში

ირაკლი ლექვინაძე

*სადისერტაციო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური
ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: დიმიტრი ჯაფარიძე, ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის პროფესორი, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის

დეკანს პროფ. მიხეილ ბატიაშვილს

ამავე უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის დოქტორანტის

ირაკლი ლექვინაძის

განაცხადი

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

ირაკლი ლექვინაძე

02.04.2015

აბსტრაქტი

საქართველოს ეკონომიკურ გამოწვევებს შორის ერთ-ერთი მთავარია თავისუფალი კონკურენტული სივრცის უზრუნველყოფა. ამ მიზნის გრძელვადიან პერიოდში მისაღწევად მხოლოდ საბაზრო მექანიზმები იმ შემთხვევაში არის ეფექტური, თუ ბაზარი თავისუფალი იქნება არაფორმალური ლობირებებისგან. თუმცა, მოკლევადიან პერიოდში ადგილი აქვს ჩავარდნებს, რაც ითხოვს რეგირებას სახელმწიფოს მხრიდან. ნაშრომი სწორედ მსგავსი „ქეისების“ განხილვას და არაფორმალური გადაწყვეტილებების პრევენციის უზრუნველსაყოფად სწორი მიდგომებისა და მეთოდების შერჩევას ისახავს მიზნად.

სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის საგანს წარმოადგენს საქართველოში ეკონომიკური პოლიტიკის გადაწყვეტილებათა გავლენის გააზრება კონკურენციაზე, ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ძირითადი პრინციპების განსაზღვრა საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით და პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება საჯარო სექტორში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირებისთვის.

ამ მიზნით ნაშრომში შესწავლილი და გაანალიზებულია საქართველოს ბოლო 25 წლის გამოცდილება საბაზრო ეკონომიკის და კონკურენციის სფეროში. განხილულია კონკრეტული „ქეისები“ ბაზარზე მოქმედი კომპანიების გავლენების, დომინანტური მდგომარეობის მოპოვების და მათი არაკეთილსინდისიერად გამოყენების პრაქტიკის შესახებ.

განხილულია კონკურენციის და ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის განვითარების, ცვლილების ევოლუცია, მათი გავლენა საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე. კონცენტრაციის შეფასების აპრობირებული მოდელების საფუძველზე შეფასებულია საქართველოს რიგი ბიზნესსექტორების და კომპანიების ბაზარზე მდგომარეობის და კონცენტრაციის ხარისხი.

ნაშრომი ავლენს საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების კანონზომიერებებს, წარმოგვიდგენს თანამედროვე ეტაპზე მისი მდგომარეობის შეფასებას და განვითარების ოპტიმალურ გზებს.

კვლევის პროცესში გამოვლინდა ის დეფორმაციები, რომელიც ახასიათებს საქართველოს ბაზარს. დეფორმაციების მიზეზად ძირითად შემთხვევაში ფიქსირდება არაფორმალური ლობირება, რომელიც ხშირად აისახებოდა საკანონმდებლო ცვლილებებში. საქართველოში ბაზარის კონკურენცის ხარისხის შეფასებისას მნიშვნელოვან ინდიკატორად გვევლინება მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევა – გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი, სადაც კონკურენცის დამახასიათებელ ძირითად პარამეტრებში საქართველო „აუტსაიდერის“ პოზიციებზეა. კერძოდ, 2013 – 2014 წლის ანგარიშის მიხედვით 140 ქვეყანას შორის საქართველო 72-ე ადგილზეა. თუმცა, ისეთ კომპონენტებში როგორც არის ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა – 138-ე, ადგილობრივი კონკურენციის ინტენსივობა – 123-ე, ბაზარზე დომინირების ხარისხი – 119-ე, ადგილობრივი მიმწოდებლების რაოდენობა – 136 -ე, ადგილობრივი მიმწოდებლების ხარისხი – 129-ე ადგილს იკავებს;

საერთაშორისო გამოცდილების საფუძველზე ნაშრომში შექმნილია იმ კანონპროექტების საკონტროლო შეკითხვების მატრიცა, რომელიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ ეხება და გავლენას ახდენს ბაზარზე კონკურენციის ხარისხზე. ასევე შექმნილია მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე აგენტების შეფასების კრიტერიუმები, რომელიც განსაზღვრავს თუ რამდენად საფრთხის შემცველია მისი პოზიციები კონკურენტებისთვის და ზოგადად კონკურენციისთვის. ნაშრომის ფარგლებში შესწავლილია ქართული „ქეისები“, რომელიც აჩვენებს ეკონომიკური გადაწყვეტილებების ეფექტურობას, მიღწევებსა თუ წარუმატებლობას. ასევე, განხილულია საერთაშორისო „ქეისებიც“, რომლის პრაქტიკული გამოყენება უძღლია კონკურენციის სააგენტოს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კონკურენცია, ეკონომიკური პოლიტიკა, ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები, მონოპოლია, კარტელური გარიგება, დემპინგი

Abstract

Providing of free competitive spaces remains one of the major challenges before the Georgian economy. Only market mechanisms are efficient in the long-term period to attain this goal if the market is free of unofficial lobbying. But there are failures in the short-term period and the Authorities have to react to them. The work discusses similar cases and outlines proper approaches and methods for preventing unofficial decisions.

The research aims to explore an affect of economic policy decisions on competition, as well as to determine main principles of antitrust policy on the ground of international experience and it provides practical recommendations for political decision-makers in the public sector.

To this end the work has explored and analyzed Georgia's 25-year experience in the field of market economy and competition. The work discusses concrete cases about the practice of influence of companies, obtaining dominant positions and a dishonest use of these positions.

The thesis overviews an evolution of legislative development and amendments to the law on competition and antitrust legislation, their affect on the market economy principles. One the ground of approbated models of evaluating concentration, the work evaluates the quality of market condition and concentration of a number of business sectors and companies in Georgia. The work exposes a regularity of forming competitive policy in Georgia, appraises its contemporary state and determines optimal ways for development.

The research process has exposed deformations that are characteristic to the Georgian market. Deformations are mainly driven by unofficial lobbying and this circumstance is often expressed in legislative amendments. Global Competitiveness Index, the World Economic Forum (WEF) research, represents an important indicator for assessing the Georgian market competitiveness quality. In this research Georgia occupies the last positions in terms of competitiveness characteristics. Namely, in the 2013-2014 report Georgia ranked 72nd amen 140 countries. At the same time, Georgia ranked 138th in efficiency of antitrust policy, 123rd in intensity of domestic competition, 119Th in market domination quality, 136th in a quantity of domestic suppliers and 129th in a quality of domestic suppliers.

On the ground of international experience the work contains a matrix of control questions that should be passed by all bills that directly or indirectly refer to and affect the market competition quality. The work also contains criteria for assessing monopolistic agents to determine whether the position of monopolists poses a threat to their competitors and competitiveness in general.

As part of the work, I have developed Georgian cases that demonstrate efficiency of economic decisions, achievements or failures. The work also discusses internal cases that can be applied by the competition agency in the decision-making process.

Basic Search Words: Competition, Economic Policy, Administrative Decisions, Monopoly, Cartel Collusion, Dumping.

მადლობა

მადლობას ვუხდის სადისერტაციო ნაშრომის ხელმძღვანელს პროფესორ დიმიტრი ჯაფარიძეს, რომელმაც მნიშვნელოვანი დახმარება გამიწია ნაშრომის სტრუქტურისა და დეტალების დახვეწაში, სწორი მეთოდური მიდგომების და კვლევის დიზაინის შერჩევაში.

მადლობა მინდა გადავუხადო ბიზნესის სკოლის ხელმძღვანელობას და დარგობრივ კომისიას, რომელიც დამეხმარა საკვლევით თემატიკის კონკრეტიზაციაში, ასევე, კერძო სექტორის წარმომადგენლებს, ბიზნესმენებს, რომელთა მიერ მოწოდებული ინფორმაცია მნიშვნელოვანი იყო ქართული „ქეისების“ შედგენაში. მადლობას ვუხდის სფეროს ექსპერტებს, განსაკუთრებით ბატონ სლავა ფეტელავას ქართული ანტიმონოპოლიური პრაქტიკის გაცნობის და საარქივო მასალების მოძიების პროცესში დახმარებისთვის.

სარჩევი

სარჩევი	vii
ცხრილების ჩამონათვალი.....	x
გრაფიკების ჩამონათვალი.....	xi
აბრევიატურის ჩამონათვალი	xii
შესავალი	1
ნაწილი 1: კვლევის თეორიული საფუძვლები - ლიტერატურის მიმოხილვა.....	11
ნაწილი 2: კვლევის კონცეპტუალური ჩარჩო.....	16
<i>თავი 1. კონკურენციის პოლიტიკის საზოგადოებრივი მიზნები და ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები</i>	16
1.1. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის საჭიროება	17
1.2. მონოპოლიის ზომა და ფორმები	20
1.3. მონოპოლის წარმოქმნის წყაროების ანალიზი და საქართველოს მაგალითი	26
1.4 ვის შეიძლება ვუწოდოთ მონოპოლისტი.....	31
1.5. პრივილეგიები და შეზღუდვები საქართველოს ბაზარზე	32
1.6 კარტელური გარიგებების პრობლემის სირთულე და კარტელები საქართველოში.....	33
1.7 დემპინგის პრევენდენტი და გავლენა კონკურენტულ ბაზარზე.....	36
1.8. „სათანადო დანახარჯების“ ცნება და მისი აუცილებლობა.....	38
1.9. ფასების და კონკურენციის სექტორული რეგულირება.....	39
<i>თავი 2. ბაზარზე გამსხვილების ფორმები და გავლენა კონკურენციაზე</i>	42
2.1 ჰორიზონტალური შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე.....	42
2.2. ვერტიკალური შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე.....	43
2.3. კონგლომერატული შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე	44
<i>თავი 3. ბაზარზე ეკონომიკური აგენტების კონცენტრაციის მაჩვენებელი</i>	46
3.1. ბაზრის განსაზღვრის თეორიული და პრაქტიკული საფუძვლები	46

3.2 გეოგრაფიული, სასაქონლო და დროის ფაქტორების მნიშვნელობა ბაზრის განსაზღვრისას	48
3.3 ბაზრის მონაწილეების დომინანტური მდგომარეობის გამოვლენის რელევანტური პრაქტიკა.....	50
თავი 4. კონკურენციული პოლიტიკის ისტორია და თანამედროვე პრაქტიკა	62
4.1 კონკურენციული პოლიტიკა და თანამედროვე პრაქტიკა განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში.....	62
4.2 ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ისტორია და პრაქტიკა საქართველოში	74
ნაწილი 3. ემპირიული ჩარჩო	97
თავი 1. კვლევის მეთოდოლოგია.....	97
თავი 2. კვლევის შედეგები და ძირითადი მიგნებები.....	100
ნაწილი 4. როგორ უნდა იყოს თანამედროვე ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა საქართველოში - რეკომენდაციები.....	122
თავი 1. როგორ მოქმედებს ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები კონკურენციის ხარისხზე საქართველოში.....	124
თავი 2. რეკომენდაციები	136
თავი 3. რეკომენდაციები სამომავლო კვლევითი თემატიკის სფეროში	140
ბიბლიოგრაფია	142
დანართები.....	148
დანართი 1: არგენტინის პორტები	148
დანართი 2: საბითუმო მაღაზიები და საცალო ვაჭრობა აშშ-ში.....	149
დანართი 3: დოიჩე ბანი – გერმანული რკინიგზის დერეგულაციის შედეგები.....	149
დანართი 4: სატვირთო ავტომობილების რეგულირების ლიბერალიზაცია საფრანგეთში.....	150
დანართი 5: წიგნის გამომცემლობები ბრიტანეთში	150
დანართი 6 : ბინათმშენებლობა შვედეთში.....	151
დანართი 7: ავსტრალიის საფონდო ბირჟა.....	151
დანართი 8: რეგულაციების ლიბერალიზაცია ევროპის ავიაბაზარზე	152

დანართი 9: მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი ბრიტანეთში	152
დანართი 10. მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი სინგაპურში	153
დანართი 11: სახელმწიფოს მიერ შექმნილი სადაზღვევო ბაზარი საქართველოში.....	153
დანართი 12: ლიბერალიზაცია საქართველოს ავიაბაზარზე.....	156
დანართი 13: პორტირება მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარზე საქართველოში	157
დანართი 14: არის თუ არა საქართველოს რკინიგზა მონოპოლისტი.....	159
დანართი 15: მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე რეესტრში შეყვანილი ბიზნეს სუბიექტები 1998–2000 წლებში.....	161
დანართი 16: ქვეყნები, სადაც არ არსებობს ანტიმონოპოლიური სამსახური	162
დანართი 17: 2005 წლის მონაცემებთ საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით ბუნებრივი მონოპოლიები	163

ცხრილების ჩამონათვალი

ცხრილი N1: დამოკიდებულება ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსს და დომინანტი კომპანიის საბაზრო წილს შორის	54
ცხრილი N2: გაერთიანების აკრძალვა აშშ–ში. მაღალკონცენტრირებული სექტორები (CR4>75%)	66
ცხრილი N3: დაბალკონცენტრირებული სექტორები(CR4<75	66
ცხრილი N4: კომპანიის დომინანტური მდგომარეობის და მისი ბოროტად გამოყენების შეფასების ინსტრუქცია სასამართლოში გადაცემამდე	137

გრაფიკების ჩამონათვალი

გრაფიკი 1: საქართველოს ბაზარზე კონკურენციის განვითარების ხარისხის შეფასება 2008–2014 წწ	103
გრაფიკი 2: განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების რეიტინგი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობის მიხედვით	103
გრაფიკი 3: საქართველოს პოზიციები 144 ქვეყანას შორის კონკურენციის მახასიათებელი ძირითადი საკითხების მიხედვით	104
გრაფიკი 4: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წ.წ.) -	113
გრაფიკი 5: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 –2014 წ.წ.)-	113
გრაფიკი 6: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წ.წ.)-	114
გრაფიკი 7: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წ.წ.)-	116

აბრევიატურის ჩამონათვალი

OECD - ეგთო, ეკონომიკური განვითარების და თანამშრომლობის ორგანიზაცია;

სეზ - საქართველოს ეროვნული ბანკი;

შესავალი

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის, კონკურენტუნარიანი ბაზრის ჩამოსაყალიბებლად მნიშვნელოვანია ბაზარზე სამართლიანი წესების დაცვა. ეკონომიკური თეორია და პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ გარკვეულ ბიზნესსექტორებში, სადაც ბაზრის მექანიზმების დამოუკიდებელი მოქმედება არაეფექტურია და ვერ ხდება კონკურენციის უზრუნველყოფა, ძირითად მოთამაშედ გვევლინება სახელმწიფო.

ეკონომიკის ლიბერალური სკოლის წარმომადგენელის მილტონ ფრიდმანის შეფასებით, სახელმწიფოს ერთ–ერთი ფუნქცია არის კონკურენციის დაცვა საბაზრო ძალაუფლების მქონე კომპანიების ზემოქმედებისაგან, რომელთაც შესაძლოა ბოროტად გამოიყენონ საკუთარი დომინანტური მდგომარეობა. მონოპოლიური მდგომარეობის გამოყენების მცდელობა მხოლოდ სახელმწიფო ჩინოვნიკების „არაპირდაპირი“ ჩარევის შედეგად არის შესაძლებელი. რაც მიუთითებს რომ პოლიტიკური გადაწყვეტილებები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკურ პროცესებში და კონკურენციის პოლიტიკაში¹. ეკონომისტების დასკვნით, რეგულირება აუცილებელია მომხმარებელთა ინტერესების თუ უსაფრთხოების დაცვის მიზნით, თუმცა, ხშირ შემთხვევაში, გადაჭარბებულ სახეს იძენს. გადაჭარბებული რეგულირების პრაქტიკა მნიშვნელოვანი პრობლემების საფუძველი ხდება. სწორედ ამიტომ, მსოფლიოს განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნები დღესაც ცდილობენ შექმნან ისეთი სამართლებრივი და მარეგულირებელი მექანიზმები, რომლებიც უზრუნველყოფს სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების მხრიდან ბაზარზე დომინანტური პოზიციების მოპოვების პროცესის გაანალიზებას, დომინანტური მდგომარეობის არაკეთილსინდისიერად გამოყენების აღკვეთას, ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის მცდელობების გამოვლენას და სამართლიანი კონკურენტული თამაშის წესების დამკვიდრებას.

სამართლიანი კონკურენციის უზრუნველყოფის ანტიმონოპოლიური, იგივე ანტიტრესტული პოლიტიკის შექმნა მე–19 საუკუნის ბოლოს აშშ–ში დაიწყო, როდესაც

¹ [Milton Friedman](#), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962; Heyne, Paul T.; Prychitko, David L.; Boettke, Peter J, *The Economic Way of Thinking*, 12th Edition Publisher: Prentice Hall, 2009

აშკარა გახდა დომინანტი კომპანიების მიერ მათი მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტები. აშშ-ს კონგრესმა მე-19 საუკუნის ბოლოს, მე-20 საუკუნის დასაწყისში მიიღო „შერმანის“ და „კლეიტონის“ აქტები, რომელიც საფუძვლად უდევს ყველა ქვეყნის ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობას. არანაკლებ მნიშვნელოვანია ევროპული სახელმწიფოების მიერ 1957 წელს ხელმოწერილი ხელშეკრულება „ევროპის ეკონომიკური განვითარების შესახებ“, რომელიც რომის ხელშეკრულებით არის ცნობილი. აღნიშნული ხელშეკრულება არეგულირებს ევროპულ სახელმწიფოებს შორის ეკონომიკურ ურთიერთობებს, მათ შორის, კონკურენციის პოლიტიკას.

მნიშვნელოვანი საერთაშორისო დოკუმენტია 1994 წელს დაფუძნებული მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის ფორმატში მიღწეული შეთანხმებებიც, რომელიც წევრ ქვეყნებს შორის კონკურენციის დაცვის საკითხებს ეძღვნება.

საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის განვითარება დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ დაიწყო. 1992 წელს მიღებულ იქნა პირველი სამართლებრივი დოკუმენტი – „მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვის და კონკურენციის განვითარების შესახებ“. მის აღსრულებაზე ზედამხედველობა და კონტროლი დაევალა ეკონომიკის სამინისტროს. 1996 წელს დეკრეტი შეიცვალა „მონოპოლიური საქმიანობის და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით. შეიქმნა ანტიმონოპოლიური სამსახური, დასახელდნენ 2001-2002 წლებისთვის პირველი მონოპოლისტები. 2005 წელს საქართველოში ანტიმონოპოლიური სამსახური საერთოდ გაუქმდა და შეიქმნა ჩარჩო კანონი „თავისუფალი ვაჭრობის და კონკურენციის“ შესახებ. კანონის მიხედვით თავისუფალი ვაჭრობის და კონკურენციის სააგენტოს მხოლოდ ფორმალური ფუნქციები დარჩა.

2012 წლის 1 ოქტომბრის არჩევნების შემდეგ საქართველოში ხელისუფლების ცვლილების და ეკონომიკური პოლიტიკის კორექციის შედეგად დღის წესრიგში დადგა ანტიმონოპოლიური რეგულირების გაძლიერება და სამსახურის შექმნა, რომლის არსებობა „აღმოსავლეთ პარტნიორობის“ პროგრამის ფარგლებში ევროკავშირის წინაშე აღებული ვალდებულებითაც არის გათვალისწინებული.

საქართველოს მაგალითი კონკურენციის პოლიტიკის ჩამოყალიბების კუთხით აღმოსავლეთ ევროპასა და პოსტსაბჭოთა სივცეში უნიკალურია. შესაბამისად, მისი, როგორც „ქეისის“ სამეცნიერო კვლევას მაღალი ღირებულება გააჩნია. მიუხედავად იმისა, რომ 1996–2005 წლებში საქართველოში ანტიმონოპოლიური სამსახური არსებობდა, ბაზარზე მაინც იყო თავისუფალი კონკურენციის პრობლემა. კონკურენცია შეზღუდული იყო რიგ სექტორებში, არსებობდა პრივილეგირებული და არაპრივილეგირებული კომპანიები, კარტელური გარიგებები, კორუფციული სქემები, რომელიც სწორედ ანტიმონოპოლიურ სამსახურს უკავშირდებოდა. 2005–2013 წლებში, მონოპოლიების და კარტელური გარიგების პრობლემა კვლავ აქტუალური იყო, თუმცა საქართველოში ანტიმონოპოლიური სამსახური გაუქმდა. ამგვარად, 1996 წლიდან დღემდე, მიუხედავად საზოგადოებრივი და პოლიტიკური მოდელების განსხვავებულობისა, კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფის თვალსაზრისით ქვეყანაში პროგრესი არ დაფიქსირებულა. ამგვარად, საქართველოში პოლიტიკური გადაწყვეტილებები საკმაოდ დიდი დოზით ახდენდა გავლენას ეკონომიკურ სივრცეზე. მიუხედავად ეკონომიკური პოლიტიკის სფეროში ლიბერალიზაციის მცდელობისა, განვლილ პერიოდში ადგილი ჰქონდა საბაზრო სივრცის დეფორმაციის ტენდენციებს, რისი ძირითადი განმაპირობებელი ფაქტორიც იყო ეკონომიკური განვითარების მოდელში კონკურენციული მექანიზმების იგნორირება მსხვილი კორპორაციული ინსტიტუტების ინტერესების სასარგებლოდ. საბაზრო მოდელის ამ ფუნდამენტური მექანიზმის უარყოფამ გრძელვადიან პერსპექტივაში წარმოშვა რიგი პრობლემები, რაც საბოლოო ჯამში შემაფერხებელ ფაქტორად მოგვევლინა ინკლუზიური ეკონომიკის განვითარებისა და შესაბამისად, საზოგადოებრივი კეთილდღეობის უზრუნველყოფის საქმეში. წლების განმავლობაში სრულფასოვანი კონკურენციის, როგორც ეკონომიკური პოლიტიკის ფუნდამენტური საბაზრო ელემენტის იგნორირებამ წარმოქმნა სისტემური რისკები და შედეგად საზოგადოების ეკონომიკური უსაფრთხოების საკითხის აქტუალიზება გამოიწვია.

საქართველოში ბაზარის კონკურენციის ხარისხის შეფასებისას მნიშვნელოვან ინდიკატორად გვევლინება მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევა – გლობალური

კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი, სადაც კონკურენციის დამახასიათებელ ძირითად პარამეტრებში საქართველო „აუტსაიდერის“ პოზიციებზეა². კერძოდ, 2013–2014 წლის ანგარიშის მიხედვით 140 ქვეყანას შორის საქართველო 69-ე ადგილზეა. თუმცა, ისეთ კომპონენტებში, როგორც არის ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა – 127-ე, ადგილობრივი კონკურენციის ინტენსივობა – 105-ე, ბაზარზე დომინირების ხარისხი – 103-ე, ადგილობრივი მიმწოდებლების რაოდენობა – 138-ე, ადგილობრივი მიმწოდებლების ხარისხი – 120-ე ადგილზე. კონკურენციის სფეროს შესახებ საქართველოს მაჩვენებლები საფუძვლიან კვლევას და ანალიზს ითხოვს. ისმის კითხვა: რატომ არის ქვეყანა ასეთ დაბალ პოზიციებზე; რა იწვევს განვითარების დინამიკის დეგრადაციას; უკავშირდება თუ არა პრობლემის არსი ბაზრის სპეციფიკას, მცდარ ადმინისტრაციულ გადაწყვეტილებებს და არაფორმალურ მხარდაჭერას, რაც საბოლოო ჯამში აისახება კონკურენციის დაბალ მაჩვენებელზე.

აღნიშნული პრობლემა წინამდებარე კვლევის ძირითად ფოკუსად იქცა, ხოლო კონკურენტული გარემოს ოპტიმიზაციის გზების გააზრება კი ობიექტურ წინაპირობად, რომლის მეშვეობით შესაძლებელი გახდება ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიული და ოპერაციული კონიუქტურის მორგება საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამოცანებისთვის.

დისერტაციის აქტუალობას განაპირობებს მისი საკვლევო თემატიკა და მიზანი. წინამდებარე სადისერტაციო ნაშრომი არის მცდელობა: სრულიად ახლებურად წარმოაჩინოს კონკურენციის პოლიტიკის არსი, მისი კავშირი არა მხოლოდ საბაზრო მექანიზმებთან, არამედ ადმინისტრაციულ გადაწყვეტილებებთან; გაანალიზოს ბაზარზე გავლენის წარმომქმნელი ფაქტორები და შეიმუშაოს სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს კონკურენციის მხარდამჭერ ეფექტურ გადაწყვეტილებებს, წარმოაჩინოს იმ უარყოფითი მხარეებს, რომელთა აღმოფხვრა აუცილებელია ქვეყანაში სრულყოფილი კონკურენციული პოლიტიკის გასატარებლად. რაც, საბოლოო ჯამში ხელს შეუწყობს სამეწარმეო გარემოს გაუმჯობესებასა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვას.

² Klaus Schwab, The Global Competitiveness Report 2014–2015, World Economic Forum, 2014.

წინამდებარე კვლევის მიზანს წარმოადგენს:

1. საქართველოში ეკონომიკური პოლიტიკის გადაწყვეტილებების გავლენის შესწავლა კონკურენციაზე;
2. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ძირითადი პრინციპების განსაზღვრა საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით;
3. ქვეყანაში კონკურენციული პოლიტიკის სრულყოფისა და განვითარებისათვის მიზნით პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება საჯარო სექტორში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირებისთვის.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე:

- ბაზრის კონცენტრაციის შეფასების აპრობირებული მოდელების გამოყენებით განისაზღვრა საქართველოს რიგი ბიზნესსექტორების და კომპანიების ბაზარზე მდგომარეობის და კონცენტრირების ხარისხი.
- გამოვლენილ იქნა საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების კანონზომიერებები, შეფასდა თანამედროვე ეტაპზე მისი მდგომარეობა და განისაზღვრა განვითარების ოპტიმალური გზები.
- მოხდა კონკურენტული (ანტიმონოპოლიური, ანტიტრესტული) კანონმდებლობის წარმოშობის, ჩამოყალიბებისა და განვითარების ისტორია (განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება) და საქართველოს კონკურენტული კანონმდებლობის ასპექტების ანალიზი.

გარდა ამისა, კვლევის გეგმით ფორმულირებული მიზნებისა და ამოცანების გათვალისწინებით განხორციელდა მთელი რიგი საკითხების ანალიზი. კერძოდ:

- შესწავლილ იქნა მონოპოლიის ფორმები, ზომა, რა როლს თამაშობს ბაზრის ეფექტი და პოლიტიკური გადაწყვეტილებები მათ წარმოქმნაში;
- მოხდა ბაზრის მონოპოლიზაციის წყაროების ანალიზი, რაც წარმოაჩენს პრობლემის არსს და უფრო ცხადს ხდის რეაგირების შედეგებს;
- გაანალიზდა მონოპოლიის არსი, ვინ არის მოპოლისტი და ვის შეიძლება ვუწოდოთ მონოპოლისტი, როგორია კარტელების, დემპინგის

განმახორციელებელი სუბიექტების გავლენა კონკურენციაზე, შესწავლილ იქნა პრივილეგიების და შეზღუდვების, ფასების რეგულირების, ლიზენცირების და ნებართვების, „სათანადო დანახარჯების“ და მტაცებლური ქმედების პროცესები ბაზარზე;

- დადგინდა ბაზარზე გამსხვილების ფორმები, კერძოდ, რა წინაპირობები არსებობს, რას გულისხმობს და რა შემთხვევაშია დასაშვები ვერტიკალური, ჰორიზონტალური და კონგლომერატიული გაერთიანებები, რატომ სჭირდება ამ პროცესს კონტროლი და როგორ უნდა მოხდეს სახელმწიფოს მხრიდან რეაგირება, რომ არ გამოიწვიოს კონკურენციის შეზღუდვა მსგავსი ქმედებების დროს;
- განისაზღვრა ბაზრის საზღვრის დადგენის მექანიზმები გეოგრაფიული, სასაქონლო და დროის ფაქტორების გათვალისწინებით, რომ მის საფუძველზე მოხდეს სწორი პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღება;
- მოხდა ბაზრის კონცენტრაციის შეფასების აპრობირებული მოდელების (კონცენტრაციის ინდექსი, ჰერმინდალ-ჰირშმანის ინდექსი, ენთროპიის, ლინდის და ჯინის ინდექსი), მათი ძლიერი და სუსტი მხარეების განხილვა. შესაბამისად, დადგინდა მათი პრაქტიკაში გამოყენების შესაძლებლობა ქართული ბაზრის შეფასების მიზნით;
- გამოკვლევულ იქნა საქართველოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა და მოხდა მისი შედარება რეგიონის, ასევე განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნების პოზიციებთან, შეფასდა საქართველოს კონკურენტუნარიანობის დონე გლობალური გარემოში;
- შეფასდა ადგილობრივ ბაზარზე ვერტიკალური, ჰორიზონტალური და კონგლომერატულად გაერთიანებული კომპანიების საბაზრო ძალაუფლება და მისი გავლენა მომხმარებლის არჩევანზე, ბაზრის კონკურენტუნარიანობაზე.
- კონკურენციის სფეროში საერთაშორისო გამოცდილებისა და საქართველოში არსებული სიტუაციის ანალიზის საფუძველზე შემუშავდა რიგი დასკვნები და პრაქტიკული რეკომენდაციები ქვეყანაში კონკურენციული პოლიტიკის სრულყოფისა და განვითარებისათვის. ჩამოყალიბდა ანტიმონოპოლიური

პოლიტიკის, სტრუქტურული, ეკონომიკურ-პოლიტიკური გადაწყვეტილების შემუშავების და განხორციელების ის პრინციპები, რომლებიც გავლენას ახდენს კონკურენციის განვითარებაზე.

კვლევის ამოცანას შეადგენს კონკურენციის პოლიტიკის წარმოების კუთხით იმ „ქეისების“ განხილვა, რომლებიც პრეცედენტებად იქნა დაშვებული საქართველოში. სწორედ აღნიშნული „ქეისების“ ანალიზის საფუძველზე:

სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევა განმარტავს ოთხ ძირითად საკითხს. თითოეული მათგანი, თავის მხრივ, მოიცავს ქვესაკითხებს, რომლებიც საბოლოო ჯამში, გავლენას ახდენს კონკურენციის ხარისხსა და შინაარსზე:

1. საქართველოში მიღებული ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები ზღუდავს თუ არა მიმწოდებლების რაოდენობას და წრეს,

მათ შორის, აღნიშნული გადაწყვეტილება:

- ა) აძლევს თუ არა მიმწოდებელს საქონლის ან მომსახურების მიწოდებაზე ექსკლუზიურ პირობებს;
- ბ) შემოაქვს თუ არა ლიცენზირების და ნებართვების სისტემა სხვადასხვა საქმიანობის დაწყების შესახებ;
- გ) ზღუდავს თუ არა ზოგიერთი მიმწოდებლის შესაძლებლობებს იმოქმედოს ბაზარზე და შექმნას ახალი პროდუქტები;
- დ) მნიშვნელოვნად ზრდის თუ არა ბაზარზე შემოსვლის ან ბაზრიდან გასვლის ხარჯებს;
- ე) ქმნის თუ არა გეოგრაფიულ ბარიერს, რომელიც უზღუდავს კომპანიას ბაზარზე საქონლის და მომსახურების, სამუშაო ძალის მიწოდებას, ასევე ინვესტირების შესაძლებლობებს.

2. ადმინისტრაციული გადაწყვეტილება ზღუდავს თუ არა საქართველოში მიმწოდებლის შესაძლებლობას აწარმოოს კონკურენცია,

მათ შორის, ეს გადაწყვეტილება:

- ა) ზღუდავს თუ არა გამყიდველის შესაძლებლობას თვითონ დააწესოს ფასები საქონელზე და მომსახურებაზე;
- ბ) ზღუდავს თუ არა მიმწოდებლის შესაძლებლობას თავისუფლად გაავრცელოს რეკლამა და მარკეტინგული აქტივობები საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების შესახებ;
- გ) აწესებს თუ არა ხარისხის სტანდარტებს პროდუქციისთვის, რომელიც არასამართლიანად აძლევს ზოგიერთ მიმწოდებელს უპირატეს მდგომარებას, ან სტანდარტის ხარისხი აღემატება ბაზარზე არსებული პროდუქტების შესაძლებლობებს;
- დ) მნიშვნელოვნად ზრდის თუ არა წარმოების დანახარჯებს ზოგიერთი კომპანიისთვის (განსაკუთრებით ბაზარზე ახლად შემოსული კომპანიებისთვის).

3. ადმინისტრაციული გადაწყვეტილება ამცირებს თუ არა მიმწოდებლების ინტერესს, ჩართული იყვნენ კონკურენციაში, კერძოდ:

- ა) წესდება თუ არა თვითრეგულირების ან ერთობლივი რეგულირების რეჟიმები;
- ბ) ითხოვს და საჯაროს ხდის თუ არა ინფორმაციას წარმოების მოცულობის, ფასების, ბრუნვების და დანახარჯების შესახებ;
- გ) გამოყავს თუ არა კონკურენციის ან ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ძირითადი კანონის რეგულირების სფეროდან რომელიმე კომპანია ან კომპანიათა ჯგუფი.

4. ადმინისტრაციული გადაწყვეტილება ზღუდავს თუ არა მომხმარებლის არჩევანს და მათთვის ხელმისაწვდომ ინფორმაციას, კერძოდ:

- ა) ზრუდავს თუ არა მომხმარებლის გადაწყვეტილებას პროდუქცია შეიძინოს ვისგანაც სურს;
- ბ) ამცირებს თუ არა მომხმარებლის შესაძლებლობას გადავიდეს ერთი მიმწოდებლის პროდუქციიდან მეორე მიმწოდებლის პროდუქციაზე, ან მნიშვნელოვნად ზრდის გადასვლის ხარჯებს;

გ) ცვლის თუ არა მომხმარებლისთვის ინფორმაციას და ხელს უშლის ამ ინფორმაციის საფუძველზე მომხმარებელმა აწარმოოს ეფექტური შესყიდვები.

სადისერტაციო ნაშრომში წარმოდგენილი დასკვნები საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ, რა გავლენას ახდენს პოლიტიკური გადაწყვეტილებები ეფექტურ ანტიმონოპოლიურ რეგულირებაზე და რა უნდა გაკეთდეს დანაკარგების მინიმიზაციისთვის. შემუშავებულია სახელმწიფოს მიერ კონკურენციული პოლიტიკის გატარებისთვის პრაქტიკული რეკომენდაციები. ნაშრომში განხორციელებული ანალიზისა და კვლევების საფუძველზე ჩამოყალიბებულია სპეციალური მეთოდოლოგია, რომელიც სასარგებლო იქნება ბაზრების კონცენტრაციის ხარისხის განსაზღვრისას და ამ ბაზარზე მოქმედი კომპანიების დომინანტური მდგომარეობის შესაფასებლად. აღნიშნული მეთოდოლოგია მოიცავს იმ ძირითად კომპონენტებს, რომლის გათვალისწინებაც მნიშვნელოვანია პოლიტიკური გადაწყვეტილებების და ასევე მონოპოლისტი კომპანიების გამოვლენის დროს.

ნაშრომს გააჩნია თეორიული და პრაქტიკული ღირებულება როგორც სამეცნიერო-კვლევითი, ისე ეკონომიკურ-პოლიტიკური ასპექტით. კერძოდ:

რამდენადაც, საქართველოს მაგალითზე განხილულია და სისტემატიზირებულია კონკურენციის კანონმდებლობის ეკონომიკური საფუძვლები, მისი ფორმირების წანამძღვრები, ნაშრომი მნიშვნელოვან დამატებით ღირებულებას ქმნის ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის კონტექსტში.

გარდა ამისა, ქვეყნის საერთაშორისო ვალდებულებების გათვალისწინებით შემუშავებულია კონკურენციული პოლიტიკის განხორციელებისათვის ოპტიმალური სისტემა გადაწყვეტილების მიმღები, კანონპროექტებსა და რეგულაციებზე მომუშავე საჯარო მოხელეებისთვის. შესაბამისად, პრაქტიკული, ანუ საჯარო ადმინისტრირების ხარისხის გაუმჯობესების თვალსაზრისით კვლევა მნიშვნელოვან თეორიულ და პრაქტიკულ დახმარებას გაუწევს სახელმწიფო, ადმინისტრაციული და კონკურენციული პოლიტიკის მიმართულებით მომუშავე სპეციალისტებს, მკვლევარებს.

პოლიტიკური გადაწყვეტილებების შესახებ სარეკომენდაციო ნაწილი შესაძლებელია წარედგინოს სახელმწიფო უწყებებში მომუშავე საჯარო და გადაწყვეტილების მიმღებებ, პასუხისმგებელ პირებს.

ნაშრომს მეტ პრაქტიკულ ღირებულებას სძენს ქართული „ქეისები“, რომელიც კიდევ უფრო თვალსაჩინოს ხდის ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების გავლენას ბიზნესის ფუნქციონირებაზე.

ნაშრომში ჩამოყალიბებული მოსაზრებები და სინთეზირებული ახალი ცოდნა სასარგებლო და საინტერესო იქნება უმაღლეს საგანმანათლებლო დონეზე კონკურენციის საკითხების სწავლების პროცესში.

ნაწილი 1: კვლევის თეორიული საფუძვლები, სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა

მსოფლიო ეკონომიკური ლიტერატურა, კონკურენციის პოლიტიკის თანამედროვე თეორია და პრაქტიკა ანტიმონოპოლიური რეგულირების საკითხებთან დაკავშირებით მრავალ სამეცნიერო კვლევას იცნობს. ერთ-ერთი ყველაზე მასშტაბური მონოგრაფიული ნაშრომი არის „კონკურენციის პოლიტიკა: თეორია და პრაქტიკა“³, სადაც გამოკვლეულია კონკურენციის და ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის აუცილებლობა და საჭიროება, რეგულაციების არსი და გავლენა ბაზრების ეფექტურობაზე, ბაზრების ანალიზი და მისი საზღვრების დადგენის სხვადასხვა მეთოდები. ნაშრომში დიდი ყურადღება ეთმობა ჰორიზონტალური და ვერტიკალური გაერთიანების შედეგების კვლევას, აღწერილია და გამოყენებულია რაოდენობრივი კვლევების მოდელები, ბაზრის კონცენტრაციის, კარტელური და ოლგიპოლიური ბაზრების შეფასების მიზნით. მონოგრაფია აღწერს ამერიკის შერთებული შტატების ანტიმონოპოლურ პრაქტიკაში დაფიქსირებულ პრეცედენტულ საქმეებს.

კონკურენციის განვითარების და მონოპოლიების შეფასების, სახელმწიფო პოლიტიკის გავლენის შედეგების საკმაოდ საინტერესო ანალიზს ვხვდებით ლიბერალური შეხედულებების მქონე ამერიკელი მეცნიერების მილტონ ფრიდმანის და პოლ ჰეინეს ნაშრომებში⁴.

მილტონ ფრიდმანის აზრით, სახელმწიფოს ჩარევა ეკონომიკაში უნდა იყოს მინიმალური. თუმცა, რადგან მხოლოდ ბაზრის ეფექტი რიგ სექტორებში არასაკმარისია, სახელმწიფოს სამი უმთავრესი ფუნქციიდან ერთ-ერთად, სწორედ, კონკურენციის მხარდაჭერას და ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკას ასახელებს. ფრიდმანი ანალიზს უკეთებს მონოპოლიის ფორმებს, წარმოქმნის წყაროებს, რეგულირების, თვითრეგულირების და ერთობრივი რეგულირების სხვადასხვა მეთოდებს და მათ

³ Massimo Motta, *Competition Policy, Theory and Practice*, Cambridge university Press, 2004.

⁴ 1. Milton Friedman, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962;

2. Heyne, Paul T.;Prychitko, David L.;Boettke, Peter J, *The Economic Way of Thinking*, 12th Edition Publisher: Prentice Hall, 2009.

პოლიტიზირებულობას, ბუნებრივი და „ტექნიკური“ მონოპოლიების საკითხს. ასევე, აღწერილი აქვს ნებართვების და ლიცენზიების არსებობის გავლენა კონკურენციაზე, ფრიდმანი ლიცენზიებს მხოლოდ იმ შემთხვევაში ამართლებს, როდესაც საქმე საავტორო უფლებებს და „ნოუ ჰაუს“ ეხება; სხვა შემთხვევაში მსგავსი რეგულაციები კონკურენციის შემზღუდავ ფაქტორად და პოლიტიზირებულად მიაჩნია. წარმოდგენილი ხედვის არგუმენტად ფრიდმანს სხადასხვა პრაქტიკული „ქეისი“ აქვს განხილული.

პოლ ჰეინე მონოპოლიის და ოლიგოპოლიის ტერმინებს პირობითად მიიჩნევს და თვლის, რომ მისი გაგება სუბიექტური და ინდივიდუალურია⁵. ერთი კონკრეტული კომპანია შეიძლება იყოს კონკრეტული ინდივიდისთვის მონოპოლისტი, მეორესთვის კი - არა, ეს დამოკიდებულია კონკრეტულ მოთხოვნაზე. გარდა ამისა, ჰეინე აკეთებს ფასების რეგულირების, დანახარჯების, პრივილეგიების და შეზღუდვების ანალიზს და მიიჩნევს, რომ ზედმეტი ჩარევა პრობლემას აჩენს ბაზარზე.

გარდა მეცნიერული ნაშრომებისა, კვლევისთვის საკმაოდ ღირებულ ინფორმაციას იძლევა სხვადასხვა ქვეყნის, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის, მსოფლიო ბანკის, ეკონომიკური განვითარების და თანამშრომლობის ორგანიზაციის⁶ ანალიტიკოსთა და სამუშაო ჯგუფთა მიერ შექმნილი მასალები, კვლევები, „ქეისები“ და სახელმძღვანელო პრინციპები. არანაკლებ მნიშვნელოვანია კემბრიჯის, ჰარვარდის და სხვა წამყვანი ბიზნეს სკოლების მეცნიერთა მიერ ჩატარებული და გამოქვეყნებული კვლევები, სტატიები. აშშ-ს და ევროპულ პრესაში, მედიასაშუალებებში აღწერილი პოლიტიკური გადაწყვეტილებების შედეგები, შეფასებები, „ქეისები“ და „კაზუსები“⁷.

⁵ Heyne, Paul T., Prychitko, David L., Boettke, Peter J., The Economic Way of Thinking, 12th Edition Publisher: Prentice Hall, 2009;

⁶ Organisation of Economic Cooperation and Development (OECD), www.oecd.org - ეკონომიკური განვითარების და თანამშრომლობის ორგანიზაცია (ეგთო);

⁷ Bourles, R., G. Cette, J. Lopez, J. Mairesse, and G. Nicoletti. 2010. Do Product Market Regulations in Upstream Sectors Curb Productivity Growth? Panel Data Evidence for OECD Countries. NBER Working Paper 16520, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA

სახელმწიფოს ადმინისტრაციული ჩარევის და ბაზარზე ზემოქმედების პროცესების შესწავლას განსხვავებული სპეციფიკით, მაგრამ მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა სხვადასხვა მკვლევართა და მეცნიერთა ნაშრომებში. სამეცნიერო კვლევებში წარმოდგენილია ბუნებრივი და ხელოვნური მონოპოლიების დახასიათება, მათი წარმოქმნის წყაროები და მოქმედების ბუნება, გაანალიზებულია კონკურენტული ორგანიზაციების მოქმედების პრინციპები და მათი გავლენა სექტორში კონკურენციაზე: რამდენად უწყობს, ან უშლის ხელს ეკონომიკის განვითარებას და იცავს მას საბაზრო ჩავარდნებისგან. ბუნებრივი და ხელოვნური მონოპოლიების, როგორც ეკონომიკური კატეგორიის შესახებ კვლევები მოცემულია კლასიკოსი და ნეოკლასიკოსი მეცნიერების ს. ბეილის, ჯ. მილის, ე. ჩედვიკის, ფ. ფონ ვიზერის, ა. მარშალის, უ. შეპარდის, ა. ჰარბერგერის ნაშრომებში. გარდა ამისა, ბუნებრივი და ხელოვნური მონოპოლიების პრობლემის უახლეს კვლევებს გვთავაზობენ უ. ბაუმოლი, რ. დორბნუში, კ. მაკკონელი, ს. ფიშერი, ნ. ჰაიმანი. არასრულყოფილი კონკურენციის და მონოპოლიური აგენტების შესახებ საკუთარი მიგნებები აქვთ კეინსიანური იდეოლოგიის მეცნიერებსაც ე. ჩემბერლინს, ჯ. რობინსონს, ე. ჰენსენს, რომლებიც სახელმწიფოს ჩარევას და სახელმწიფოს, როგორც მოთამაშეს სხვადასხვა ბაზრებზე, ეფექტურობის ზრდის ფაქტორად განიხილავენ. ამერიკული ინსტიტუციონალიზმის ფუძემდებლები ტ. ვებლენი, ჯ. კომონსი, ჯ. ჰელბრეითი საკუთარ ნაშრომებში მონოპოლიებს მოიაზრებენ როგორც არაფორმალური თამაშის წესების შედეგად შექმნილ ინსტიტუტებს, რომლებიც ჩამოყალიბებულია ამა თუ იმ სოციალურ-ეკონომიკურ საზოგადოებაში. კონკურენტული და არაკონკურენტული საბაზრო აგენტების ორგანიზაციული სტრუქტურების შემუშავება, მათი ტრანზაქციული ხარჯების ანალიზი და შემცირების შესაძლებლობები, კონტრაქტების ანალიზი და მომხმარებელთან ურთიერობა გაანალიზებულია რ. ქოუზის, ფ. ნაითის, ი. ბარცელის, ჯ. სტიგლერის კვლევით ნაშრომებში.⁸ ბუნებრივი და ხელოვნური მონოპოლიების, როგორც საბაზრო სტრუქტურების კვლევას ახორციელებენ ფრანგული „ეკონომიკური შეთანხმების“ სკოლის მკვლევარები კ. მენარი და ჟ. საფირი. ხოლო, სამართლებრივი ანალიზის კუთხით მნიშვნელოვანი კვლევითი მუშაობა ჩატარებული აქვს რ.

⁸ Anderson, S.P., A. de Palma and J.-F. Thisse. 1992. *Discrete Choice Theory of Product Differentiation*, Cambridge, MA- Areeda, P.E. and D.F. Turner. 1974. „Predatory Pricing and Related Practices Under Section 2 of The Sherman Act”, *Harvard Law Review*;

Cabral L.M.B. 1998. *Horizontal Merger: A free Equilibrium Analysis*”. London Business School. Unpublished Manuscript.

პოზნერის; ევოლუციის განვითარების თეორია განხორციელებული აქვს რ. ნელსონს და ს. უინტერს. ბუნებრივი და ხელოვნური მონოპოლიები, როგორც სპეციფიური აქტივები და მათი განსაკუთრებული მართვის ასპექტები წარმოჩენილი აქვს ო. უილიამსონს, პოლიტიკური-ეკონომიკური რენტის კუთხით კი, გ. ტალოკს და სხვებს. ასევე, მნიშვნელოვანი კვლევები აქვთ განხორციელებული ბუნებრივი მონოპოლიების მოქმედების შედეგების შესახებ გ. დემსეცს, ეფექტური ანტიმონოპოლიური ნორმების და სანქციების კუთხით - პ. ჯოსქოუს, ეფექტური ფასწარმოქმნის კვლევის მიმართულებით - ფ. რამსეის, პ. ავერჩს და ლ. ჯონსონს, ს. ლითჩაილდს.

საკითხის აქტუალობიდან გამომდინარე კონკურენციისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების პრობლემატიკას არაერთი უცხოელი მეცნიერ-ეკონომისტის ნაშრომი მიეძღვნა. მიუხედავად იმისა, რომ კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბებისა და განვითარების საკითხები საქართველოსთვის, როგორც გარდამავალ ეტაპზე მყოფი ქვეყნისთვის, განსაკუთრებით აქტუალურია, იგი ნაკლებადაა შესწავლილი. აღნიშნული მიმართულების ცალკეულ ასპექტებს მუდმივად ეთმობა მკვლევართა და სპეციალისტთა ყურადღება. თუმცა, მისი სისტემური განხილვა ნაკლებად ხვდება კვლევების ინტერესთა სფეროში. ამ ასპექტით მნიშვნელოვანია ს. ფეტელავას სადისერტაციო ნაშრომი.⁹ მასში სისტემატიზირებულია საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის ევოლუცია და თეორიული წინაპირობები, აღწერილია ისტორიული განვითარების ეტაპები და ტენდენციები. ავტორი ვრცლად განიხილავს განვითარებული ქვეყნების კონკურენციული პოლიტიკის თეორიულ და პრაქტიკულ საკითხებს, კონკურენციის პოლიტიკის რეალიზაციის მოდელებს, იგი დეტალურად ეხება საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების პროცესს და, ამ თვალსაზრისით, საერთაშორისო ვალდებულებების შესრულების მდგომარეობას. ს.ფეტელავა, განიხილავს რა კონკურენციული პოლიტიკის განვითარების შემაფერხებელ და ხელშემწყობ ფაქტორებს, გვთავაზობს ღონისძიებათა კომპლექსურ სისტემას. ავტორის მიერ წარმოდგენილი რეკომენდაციები ძირითადად ეყრდნობა საერთაშორისო და ადგილობრივ გამოცდილებას და მათ შედარებით ანალიზს. საინტერესოა, ასევე, სასამართლო და ცალკეულ კომპანიათა „ქეისების“ ანალიზიც.

⁹ ს. ფეტელავა, „კონკურენციის ევოლუცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში“, სადისერტაციო კვლევა, გრ. რობაქიძის სახ. უნივერსიტეტი, თბილისი, 2008.

ბუნებრივია, ცალკეულ მეცნიერთა შრომები ხელს უწყობს ანტიმონოპოლიური აზრის განვითარებას, მაგრამ საკმარისი არ არის. გარდა აღნიშნული ნაშრომისა, საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის ფორმირებისა და მისი განვითარების პრობლემებზე ორიენტირებული ფუნდამენტური გამოკვლევა არ არსებობს. ამასთან, სრულიად შესასწავლია ანტიმონოპოლიური რეგულირების მექანიზმების ცვალებადობისა და სრულყოფის საკითხები.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში კონკურენციული (ანტიმონოპოლიური რეგულირების) პოლიტიკის ჩამოყალიბებისა და რეალიზაციის პროცესი ქართველ მეცნიერ-ეკონომისტთა ღრმა კვლევის საგანი ჯერ არ გამხდარა.

ნაწილი 2: კვლევის კონცეპტუალური ჩარჩო

თავი 1. კონკურენციის პოლიტიკის საზოგადოებრივი მიზნები და ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები

მონოპოლიების და კონკურენციული პოლიტიკის მართვის აუცილებლობის შესახებ ანალიზს ლიბერალური ეკონომიკური პოლიტიკის შეხედულებების მქონე მეცნიერების ნაშრომებშიც ვხდებით. აღნიშნული საკითხი თანამედროვე ეტაპზე აღარ წარმოადგენს სამეცნიერო დისკუსიის საგანს. არის სექტორები, სადაც ბაზარი დამოუკიდებლად ვერ წყვეტს პრობლემას და საჭიროა მესამე მხარის ქმედება მისი დროულად და ეფექტურად მოგვარების მიზნით. სხვა შემთხვევაში შეიძლება წარმოიშვას კონფლიქტი და პრობლემა; ჩარევის გარეშე მის მოგვარებას დიდი დრო დასჭირდეს, რაც დანაკარგების ზრდასთან არის დაკავშირებული, როგორც ფინანსური ასევე დროის თვალსაზრისით. ლიბერალური ეკონომიკური სკოლის ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი წარმომადგენელი მილტონ ფრიდმანი, რომლის მიერ შექმნილი ფუნდამენტური პრინციპები მრავალი განვითარებული სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკას უდევს საფუძვლად, ასახელებს იმ აუცილებელ წინაპირობებს, სადაც ჩარევა და რეგულირება აუცილებელია:¹⁰

1. სახელმწიფო, როგორც უსაფრთხოების გარანტი, წესების დამდგენი და მსაჯული – თავდაცვა, კრიმინალისგან დაცვა, სამართლებრივი სისტემა და საკუთრების უფლებების დაცვა;
2. სახელმწიფო პატერნალიზმი – რაც გულისხმობს ზრუნვას ბავშვებზე, მოხუცებზე, შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ადამიანებზე და ზოგჯერ სოციალურ დაუცველებზე;
3. სახელმწიფოს საქმიანობა, რომელიც მონოპოლიების მართვას და კონკურენციის მხარდაჭერას უკავშირდება;

¹⁰ [Milton Friedman](#), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962.

1.1. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის საჭიროება

საკვლევი თემატიკიდან გამომდინარე, ჩვენთვის მნიშვნელოვანია სახელმწიფო საქმიანობის, როგორც მონოპოლიების მართვის და კონკურენციის მხარდაჭერის შესახებ ავტორის მიერ წარმოდგენილი არგუმენტები. მკვლევარი დეტალურად აღწერს, რატომ არის აუცილებელი აღნიშნული საკითხის რეალიზება და რატომ არ შეიძლება დარჩეს ის მხოლოდ ბაზრის თვითრეგულირების იმედად¹¹. შესაძლებელია მთავრობის საშუალებით ისეთი საქმეების გაკეთება, რომელსაც ბაზარი დამოუკიდებლად შეძლებდა, მაგრამ ასეთი კერძო ურთიერთობები დაჯდება უფრო ძვირი, ან პრაქტიკულად იქნება შეუძლებელი, ვიდრე მესამე მხარის (სახელმწიფოს) ჩარევის შემთხვევაში.

კერძო ურთიერთობები მაშინ არის ეფექტური, როდესაც არსებობს ალტერნატივები - შემცვლელების ფართო არჩევანი. მონოპოლია და კონკურენციის შეზღუდვა სწორედ ასეთი ალტერნატივების არარსებობას, ან მათ შეზღუდულობას გულისხმობს.

როგორც პრაქტიკა ადასტურებს, მონოპოლიის და კონკურენციის შეზღუდვის პრობლემა ყოველთვის წარმოიშობა მთავრობის ფორმალური ან არაფორმალური ჩარევით, ან ინდივიდუალურ პირთა კერძო ინტერესებით. ამიტომ ანტიმონოპოლიური რეგულირების მთავარი მიზანი უნდა იყოს ბაზრის დეფორმირების გამომწვევი ჩარევების პრევენცია.

მონოპოლია შეიძლება წარმოიქმნას იმ შემთხვევაშიც, როცა ტექნიკურად უფრო მომგებიანია ერთი მწარმოებლის, ან ერთი საწარმოს არსებობა სექტორში. თუმცა, ეს არც ისე ხშირად გვხვდება. მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ „ბორჯომის“ ან სხვა ცნობილი ბრენდის მინერალური წყლის საბადოზე ერთი მფლობელის მონოპოლია, იმ

¹¹ იგულისხმება მ. ფრიდმანის მიერ მითითებული პრინციპი: „სახელმწიფოს საქმიანობა რომელიც მონოპოლიების მართვას და კონკურენციის მხარდაჭერას უკავშირდება“.

მიზნით, რომ: ბრენდი იქნეს დაცული არასასურველი გავლენებისაგან, მოხდეს მისი ერთი სტრატეგიით განვითარება და სარეკლამო/მარკეტინგული ხარჯები იყოს ეფექტური, არ გაჩნდეს „უფასო მგზავრის“ პრინციპით მოსარგებლე სუბიექტები. ყოველივე ეს, საბოლოო ჯამში, ბრენდის განვითარებაზე პასუხისმგებელი კომპანიის დემოტივაციასაც გამოიწვევს. თვალსაჩინოებისთვის გამოგვადგება გაზის, წყლისა და ელექტროგამანაწილებელი ქსელების ოპერატორი სუბიექტები, სადაც დანაწევრებამ შესაძლოა უფრო მეტი დანახარჯები წარმოშვას. ასეთი ტიპის მონოპოლიებს „ტექნიკურ“ მონოპოლიებს უწოდებენ.

თუ „ტექნიკური“ პირობების გამო და საბაზრო ეფექტის შედეგად ბუნებრივი მონოპოლია უნდა წარმოიქმნას, მისი მართვისთვის არსებობს სამი ალტერნატიული საშუალება:

1. კერძო მონოპოლია; 2. საზოგადოებრივი მონოპოლია; 3. საზოგადოებრივი რეგულირება.

ამერიკელი მეცნიერის მილტონ ფრიდმანის შეფასებით, სამივე ფორმა საბაზრო პირობებში ბოროტებაა, თუმცა მისი აუცილებლობა პრაქტიკაში დგება და საზოგადოებამ უნდა აირჩიოს ნაკლები ბოროტება. ფრიდმანის განცხადებით, ამერიკელი მკვლევარი ჰენრი საიმონი, რომელმაც მონოპოლიების საზოგადოებრივი რეგულირება შეისწავლა ამერიკის შეეეთებულ შტატებში, იმდენად უარყოფით შედეგებამდე მივიდა, რომ საზოგადოებრივი მონოპოლია უფრო ნაკლებ ბოროტებად მიიჩნია¹². გერმანელმა ლიბერალმა მკვლევარმა ვალტერ იოკენმა კი გერმანიის რკინიგზის მაგალითზე საზოგადოებრივი მონოპოლია შეისწავლა და იმდენად დამთრგუნველი შედეგები მიიღო, რომ აღიარა საზოგადოებრივი რეგულირების უპრატესობა. ფრიდმანის შეფასებით, არცერთი მათგანი მოსათმენი და ასატანი არ არის და მათ შორის ყველაზე ნაკლებ ბოროტებად კერძო მონოპოლია უნდა მივიჩნიოთ.

ფრიდმანის დასკვნით, საზოგადოება, რომ უძრავი ყოფილიყო, ის რომ ტექნიკური მონოპოლიის წარმომქნელ პირობებში არ შეცვლილიყო, მაშინ საზოგადოებრივი

¹² [Milton Friedman](#), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962

მონოპოლია და საზოგადოებრივი რეგულირება იქნებოდა პრობლემის გადაჭრის ეფექტური გზა, მაგრამ ცვალებად და განვითარებად ტექნოლოგიურ გარემოში ტექნიკური მონოპოლიის წარმომშობი პირობები ხშირად იცვლება, ვერც საზოგადოებრივი რეგულირების და ვერც საზოგადოებრივი მონოპოლიის ფორმატი ვერ რეაგირებენ ისე როგორც საჭიროა, ამას ყველაზე უკეთ კერძო მონოპოლია ახერხებს¹³.

ფრიდმანისეული დასკვნების არგუმენტირებისთვის მაგალითები ბევრია. კერძოდ, რკინიგზა აშშ-ში, რომელიც მე-19 საუკუნეში გადაადგილების და ტვირთების გადაზიდვის თითქმის უალტერნატივო საშუალება იყო და აუცილებელი გახდა რეგულირება; ალტერნატიული სატრანსპორტო საშუალებების (ავტომანქანები და ავტომობილები, აეროპორტები და საჰაერო ტრანსპორტი) გაჩენის შემდეგ კი მისი რეგულირება აღარ იყო საჭირო, თუმცა მარეგულირებლის არსებობამ კიდევ დიდხანს გასტანა. იგივე შეგვიძლია ვთქვათ საფოსტო გადაზიდვების შესახებ, რომელიც გზავნილების და წერილების უალტერნატივო საშუალება იყო. კომუნიკაციის, საინფორმაციო ტექნოლოგიების და ინტერნეტის გამოყენებამ ის პრაქტიკულად უსაქმოდ დატოვა და შესაბამისად, არც რეგულირების აუცილებლობა დგას. თუმცა, მრავალ ქვეყანაში შენარჩუნებულია სახელმწიფო პატრონაჟის ქვეშ და ხშირად ხდება მისი დატვირთვა ისეთი ფუნქციებით, რომელი ზღდუდავს კონკურენციას სხვა სექტორებში.

დღეს ასეთი პრობლემების და გამოწვევების წინაშე დგას მობილური და საქალაქო კომუნიკაციების, ელექტროენერჯის ბაზრის რეგულირების სექტორი. პირველის შემთხვევაში ტექნოლოგიები, ინტერნეტი უზრუნველყოფს ხელმისაწვდომობას კომუნიკაციის ალტერნატიულ საშუალებებზე, ენერგოსექტორში კი ალტერნატიული ენერჯის წყაროების გაჩენა განაპირობებს უფრო მეტ არჩევანს.

მონოპოლია მაშინ ჩნდება, როდესაც პიროვნება ან კომპანია საკმარის კონტროლს იძენს კონკრეტულ საქონელზე/მომსახურებაზე. ეს კი საშუალებას აძლევს განსაზღვროს, თუ

¹³ Milton Friedman, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962

რა პირობებში შეუძლიათ სხვებს ამ საქონლის/მომსახურების შექმნა. ასეთი მდგომარეობას პრაქტიკაში განსაზღვრავენ როგორც მონოპოლიას, რადგან ის უახლოვდება კონკურენციის თეორიაში გავრცელებულ მის კლასიკურ განმარტებას.

საკითხის უკეთ გააზრებისთვის, პირველ რიგში, საჭიროა მოვახდინოთ დეფინიცია და განსაზღვრება: რა არის მონოპოლია და რა არის ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მოპოვება. აღნიშნული ტერმინების აღრევა ხშირად ხდება, რაც გაურკვევლობებს იწვევს.

მონოპოლია – კლასიკური გაგებით არის მდგომარეობა ბაზარზე, როდესაც არის ერთი გამყიდველი და ის განსაზღვრავს საქონლის მიწოდების პირობებს და ფასებს.

დომინანტური მდგომარეობა – ეს არის მდგომარეობა ბაზარზე, როდესაც ეკონომიკურ აგენტს მოპოვებული აქვს ბაზრის დიდი წილი, მის გარდა ბაზარზე სხვა წვრილი მოთამაშეებიც არსებობენ, მაგრამ საქონლის მიწოდების და ფასების მოკარნახის ფუნქცია მას გააჩნია. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ მონოპოლიის წარმოქმნის პრობლემებს ხშირად ტექნიკური ხასიათი აქვთ.

1.2. მონოპოლიის ზომა და ფორმები

არსებობს მონოპოლიის სამი მნიშვნელოვანი სფერო, რომელიც მოითხოვს სიღრმისეულ განხილვას: მონოპოლია მრეწველობაში, მონოპოლია შრომაში და მთავრობის საქმიანობის შედეგად გამოწვეული მონოპოლია.

1.2.1 მონოპოლია მრეწველობაში.

საქართველოში 2015 წლის 1 თებერვლის მდგომარეობით 605 390 კომპანია არის რეგისტრირებული¹⁴. აქედან აქტიურია 118 108, მთლიანი რაოდენობის 19.5%. მრეწველობის ნებისმიერ სექტორში არსებობენ სექტორის ლიდერები, მსხვილი მოთამაშეები და „აუტსაიდერები“, უმნიშვნელო მოთამაშეები.

¹⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (წყარო: www.geostat.ge).

ამ ფონზე საკმაოდ რთულია შემოღებულ იქნას დამაკმაყოფილებელი და ობიექტური კრიტერიუმი მონოპოლიის ზომის დასადგენად. მასშტაბებიდან გამომდინარე, სხვადასხვა სექტორსა და ქვეყანაში ის შეიძლება განსხვავებული იყოს. ამიტომ, ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობაში და კონცეფციებში ჩაწერილი პროცენტული მაჩვენებლები (ბაზრის წილის 25%-დან 40%-მდე ქვეყნების და დარგების მიხედვით) ხშირად ატარებს პირობით დატვირთვას და სუბიექტური წარმოდგენების შედეგია. მაგალითად, ამერიკაში კომპანია შეიძლება განხილული იყოს კონკურენტულ მოთამაშედ, ევროპაში კი მონოპოლისტად – რაც, აღნიშნული ქვეყნების კანონმდებლობაში ჩადებული წარმოდგენების შედეგია.

დღესდღეობით არ არსებობს ზუსტი მეთოდი მონოპოლიის ზომის დასადგენად. იგი საკმაოდ რთული ამოცანაა, რადგან ბაზრის და კომპანიის ზომები ცვალებადი სიდიდეებია და მათი თანაფარდობა ყოველთვის იცვლება. დღეს არსებული მდგომარეობა, არ შეიძლება იგივე იყოს გარკვეული პერიოდის შემდეგ, ამიტომ გადაწყვეტილება გრძელვადიანი დაკვირვების და ანალიზის შედეგი უნდა იყოს და არა მექანიკური. მონოპოლისტის სტატუსის მინიჭება არ უნდა იყოს დამოკიდებული მხოლოდ დადგენილი ზღვარის გადალახვაზე. მონოპოლიის და დომინანტური მდგომარეობის მქონე კომპანიების ძალაუფლების გაზომვის ერთ-ერთი მეთოდი არის ჰერფინმალ-ჰირშმანის ინდექსი (HHI), რომელიც აშშ-ში აქტიურად გამოიყენება, ამ მეთოდის შესახებ ჩვენ შემდგომ თავში დეტალურად ვისაუბრებთ.

წარმოდგენების შედეგია ისიც, რომ ერთხელ დასახელებული მონოპოლისტური კომპანიები მუდმივად ყურადღების ცენტრში და ერთგვარი ზეწოლის ქვეშ არიან, მათზე ინფორმაციაც მეტია და დისკუსიებიც ძირითადად მათ ირგვლივ ვითარდება. თვალსაჩინოებისთვის, საქართველოში რიგით მოქალაქეებს რომ ვკითხოთ, თუ ვინ მიაჩნიათ მონოპოლისტად, სავარაუდო პასუხი იქნება – ნავთობკომპანიები და ფარმაცევტული კომპანიები¹⁵. მიზეზი მარტივია, მათზე წლების განმავლობაში ასეთი წარმოდგენა ჩამოყალიბდა, მიუხედავად იმისა, ისინი კიდევ არიან თუ არა

¹⁵ ბიზნეს პორტალი www.BPI.ge, 2013 წლის თებერვალი.

მონოპოლისტები. ამ დროს ყურადღების მიღმა შეიძლება დარჩეს ისეთი სექტორი, როგორც არის საბითუმო ვაჭრობა და იმპორტი (მაგალითად, საყოფაცხოვრებო ჰიგიენის, ფქვილის, მარილის, ასანთის, შაქარის სექტორები). მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი განწყობაც, მონოპოლიური და მსხვილი კომპანიების შესახებ წარმოდგენები უმეტესად გაზვიადებულია. ამ წარმოდგენებს, აქტუალობას და მის გავლენას გადაწყვეტილებებზე ადასტურებს გამოკითხვის შედეგები, რომელიც წინამდებარე კვლევის ფარგლებში ელექტრონულად ჩატარდა. გამოკითხულ იქნა 25–დან 45 წლამდე 182 რესპოდენტი. მათი შეფასებით, საქართველოში ყველაზე მონოპოლიზირებული სექტორები არიან: ნავთობპროდუქტების ბაზარი, ფარმაცევტული ბაზარი და მობილური კომუნიკაციები. სულ დასახელდა 7 სექტორი, მათგან პირველ პოზიციაზე - გამოკითხულთა 37%-მა ნავთობპროდუქტების საცალო გაყიდვების სექტორი, 35%-მა - ფარმაცევტული სექტორი, 24%-მა - მობილური კომუნიკაციების სექტორი, დარჩენილმა 4%-მა კი, სხვადასხვა სექტორები დაასახელა.

გამოკითხვა ადასტურებს, რომ მომხმარებლის წარმოდგენები ეფუძნება მათ სუბიექტურ შეფასებას და მედიის თუ სხვა საკომუნიკაციო საშუალებებით გავრცელებულ ინფორმაციებს. რელურად კი მდგომარეობა, ხშირ შემთხვევაში, გასხვავებულია. სწორედ ამიტომ, ობიექტური მტკიცებულებებს მოკლებული საზოგადოებრივი აზრის გავლენით მიღებული გადაწყვეტილებები, რომელიც პოლიტიკური დივიდენდების მოპოვებას ემსახურება, აზიანებს ბიზნესის ინტერესებს. განხილულ ბაზრებზე, მართალია, შეინიშნება კონცენტრაციის მაღალი ხარისხი (მაგალითად, ნავთობპროდუქტების ბაზარზე - 5 მსხვილი მოთამაშე, ფარმაცევტულ ბაზარზე - 3 მსხვილი მოთამაშე, კომუნიკაციების ბაზარზე - სულ 3 კომპანია) მაგრამ ეს მონოპოლიას არ წარმოადგენს და კონკურენცია მათ შორის გარკვეულწილად არსებობს. უფრო მეტად პრობლემური სექტორი საქართველოში არის შაქრის, მარილის, ფქვილის და ხორბლის იმპორტი, მათ შესახებ ინფორმაცია მომხმარებელს ნაკლები აქვს და შესაბამისად, გამოკითხვაში არც დასახელებულა.

განხილული მაგალითი დასტურია იმისა, რომ საზოგადოების წარმოდგენები არ უნდა გახდეს ანტიმონოპოლიური ქმედებების გამოყენების საფუძველი.

1.2.2. მონოპოლია შრომაზე და მისი გავლენა კონკურენტულ ბაზარზე.

შრომაზე მონოპოლიის შექმნის მცდელობა არის პროფესიული კავშირების საქმიანობა, სადაც გაწევრიანებული არიან დასაქმებულები. მათ უფლებებს, შრომის პირობებზე ზედამხედველობას და კარნახს ახორციელებს პროფკავშირული ორგანიზაციები. საერთაშორეო პრაქტიკით, სხვადასხვა ქვეყნების ასეთი ტიპის გაერთიანებებში საშუალოდ მოსახლეობის მეოთხედი არის გაწევრიანებული, მათ შესახებ და მათი მხრიდან ინტერესების დაცვაზე წარმოდგენებიც ხშირ შემთხვევაში გაზვიადებულია. ისინი უმეტესწილად არაეფექტურად მუშაობენ, აწყობენ საპროტესტო აქციებს და პარალიზებას უკეთებენ ბიზნესსექტორს. ზოგადად, რაც უფრო მეტი გავლენა აქვს პროფკავშირებს კონკრეტულ ქვეყანაში, მით მეტია შრომაზე მონოპოლიზაციის ხარისხი.

პროფკავშირები ხშირად ხდება პოლიტიკური ინსტრუმენტი, ასევე გაზვიადებული წარმოდგენების შექმნის საფუძველი. მაგალითად, ხელფასების ზრდა მათ დამსახურებად აღიქმება საზოგადოებაში, მაშინ როდესაც, ის შეიძლება სექტორში შრომის ნაყოფიერების ზრდით იყოს გამოწვეული. პროფესიულ კავშირებს თავისი როლი აქვთ საბაზრო ეკონომიკაში და ცალსახად მათი უარყოფა გამართლებული არ არის. თუმცა, კვლევები აჩვენებს რომ, მათი საქმიანობის შედეგად კვლავ ის ადამიანები ზარალდებიან, ვის ინტერესებსაც ისინი იცავენ. ეს ეხება მინიმალური ხელფასის დაწესების, ხელფასების ზრდის საკითხებს. ასეთი მიღწევების შემთხვევაში მიღებული შედეგით მხოლოდ ის სარგებლობს, ვინც სამუშაო ადგილს ინარჩუნებს. მეწარმეები გაზრდილი ხარჯების პირობებში ამცირებენ სამუშაო ადგილებს და ბევრი უმუშევარი რჩება.

ამდენად, პროფკავშირების როლის ზრდა მრავალ ქვეყანაში იწვევს ამ ორგანიზაციის როგორც დომინანტური მდგომარეობის მქონე სუბიექტის როლის ზრდას სამუშაო ძალაზე, რაც ზღუდავს კონკურენციას შრომის ბაზარზე. საქართველოში

პროფკავშირების¹⁶ როლი მინიმალურია. არსებობს გაერთიანება, რომელიც შრომის კოდექსის სუბიექტსაც წარმოადგენს, თუმცა, მისი გავლენის ხარისხიდან გამომდინარე, დომინანტური მდგომარეობის მქონე სუბიექტად ვერ მივიჩნევთ.

1.2.3 მთავრობის საქმიანობის შედეგად გამოწვეული მონოპოლია, ბუნებრივი და ტექნიკური მონოპოლიები

სახელმწიფოს მონაწილეობა სხვადასხვა ქვეყნის ეკონომიკაში განსხვავებული წილით არის წარმოდგენილი. ევროპულ და რიგ აზიურ ქვეყნებში (იაპონია, ჩინეთი, სამხ. კორეა) სახელმწიფო მონაწილეობის მაჩვენებელი უფრო მაღალია, ხოლო აშშ–ს, ბრიტანეთის და რიგ აზიურ ქვეყნებში (სინგაპური, ჰონგ კონგი, ტაივანი, აგრეთვე ავსტრალია, ახალი ზელანდია) - შედარებით ნაკლები. სახელმწიფოს მონაწილეობა ეკონომიკაში განაპირობებს სწორედ რიგ სექტორებში მისი მხარდაჭერით მონოპოლიური მოთამაშეების შექმნას, გარკვეულ შემთხვევაში ეს გამართლებულია, რიგ შემთხვევებში კი, იწვევს ბაზრის შეზღუდულობას და კონკურენციის ხარისხის შემცირებას.¹⁷

ამის დასტურად შეგვიძლია მოვიყვანოთ საქართველოს წყლის, დენის და გაზის მარეგულირებელი კომისია, კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია, ბანკების ზედამხედველობა ეროვნული ბანკის სახით, საქართველოს ფოსტა, საქართველოს რკინიგზა, საქართველოს ლატარიის კომპანია, დაზღვევის ფონდი, სასოფლო სამეურნეო პროგრამები, მუნიციპალური ტრანსპორტი, სამეცნიერო და რიგი აკადემიური ინსტიტუტები, ტრანსპორტის და ფასიანი ქაღალდების მარეგულირებელი ინსტიტუტები.

მხარდაჭერილი მონოპოლიის ერთ–ერთი სახეობა არის *ლიცენზირება*, რომლის საშუალებითაც ხდება სექტორში ახალი კომპანიების შემოსვლის კონტროლი და ის ერთგვარ ბარიერს წარმოადგენს. ბევრ ქვეყანაში ლიცენზირებას ექვემდებარება

სამშენებლო სექტორი, ტექსტი, ფარმაცევტული და კვების პროდუქტების მწარმოებელი საწარმოები.

სახელმწიფოს მიერ შექმნილ, თუმცა, აბსოლუტურად გამართლებულ მონოპოლიას წარმოადგენს გამომგონებლებისთვის პატენტების და საავტორო უფლებების გაცემა. აღნიშნული ფორმა, ზემოთ აღწერილი მონოპოლიისგან იმით განსხვავდება, რომ ის ქონებრივ უფლებას იცავს. თუ არ იარსებებს ქონებრივი უფლება გამოგონებლისთვის, ძნელი ან შეუძლებელი იქნება მიიღოს სარგებელი მის მიერ შექმნილი „ნოუ ჰაუ“-დან, მიიღოს იმის ადექვატური სარგებელი, რაც მან მის შექმნაში ჩადო. პრობლემები ამ სფეროშიც არსებობს და ბევრია ისეთი იდეა, რომლის დაპატენტებაც არ ხერხდება. მაგალითად, ადამიანი, რომელმაც პირველმა „შექმნა“ სუპერმარკეტი, დიდი სარგებელი მოუტანა მომხმარებელს. თუმცა, ამის გამო მას სარგებელი არ მიუღია. ზემოთ მოყვანილი ანალიზიდან, მსოფლიო პრაქტიკის გათვალისწინებით იკვეთება ის მიზეზები, რომელთა საფუძველზეც შეიძლება მოხდეს მონოპოლიის და დომინანტი კომპანიების წარმოქმნა და რომელთაც შეიძლება შექმნან ბაზარზე გარკვეული დისკომფორტი.

ტექნიკური მონოპოლიის არსებობას რამდენიმე წინაპირობა აქვს, რომელიც ხსნის დომინანტურ მდგომარეობაში ყოფნის მიზეზს:

1. აქვს მაღალი სოციალური დანიშნულება;
2. არ არსებობს ალტერნატივები;
3. რამდენიმე მოთამაშის არსებობის შემთხვევაში დანახარჯები იქნებოდა უფრო მაღალი.

წარმოდგენილი კრიტერიუმები განსაზღვრავს კონკრეტულ სექტორში ასეთი სტატუსის მქონე სუბიექტების არსებობას. მსგავს სექტორებს და ობიექტებს მიეკუთვნება შუქის, გაზის, წყლის გამანაწილებელი ხაზები და დისტრიბუცია, ელექტროგადამცემი ხაზები, ცენტრალური მაგისტრალები, საკომუნიკაციო სიხშირეები და ა.შ. მათ სპეციალური კომისიის საშუალებით არეგულირებენ, თუმცა ტექნოლოგიების და ინფრასტრუქტურის განვითარებასთან ერთად მათი სტატუსის გადახედვაც ხდება.

1.3. მონოპოლის წარმოქმნის წყაროების ანალიზი და საქართველოს მაგალითი

ანტიმონოპოლიურ პრაქტიკაში ბაზარზე დომინანტური და მონოპოლიური მდომარეობის წარმოშობა ხდება რამდენიმე მიზეზით:

1. კომპანია, რომელიც საკუთარი ტექნოლოგიის ან ინოვაციური ქმედებების შედეგად აღწევს ბაზრის დიდ წილს, ხდება დომინანტი და შეუძლია საბაზრო ძალაუფლებით გავლენა მოახდინოს ფასებზე. ასეთი მდგომარეობა დიდხანს ვერ გრძელდება, რადგან კონკურენტი მალე ჩნდება და ბაზარი დროის მცირე მონაკვეთში უბრუნდება საწყის მდგომარეობას. ამ შემთხვევაში მიმდინარეობს კომპანიაზე დაკვირვება, რათა აღიკვეთოს კონკურენციის შეზღუდვის შემთხვევები. მსგავსი მდგომარეობის მიმართ ყველაზე ცნობილი ქმედება აშშ-ში განხორციელდა, როდესაც კომპანია „მაიკროსოფტი“ რამდენიმე ნაწილად დაშალეს.

2. კომპანია, რომელიც სახელმწიფოს პირდაპირი მხარდაჭერით ხდება მონოპოლისტი და კანონით აქვს მინიჭებული დარგში ექსკლუზიური მოქმედების და პირობების კარნახის უფლება. თვალსაჩინოებისთვის შეგვიძლია დავასახელოთ რამდენიმე ქართული მაგალითი: წლების წინ - „აირზენა“, ამჟერად - „ლატარიის კომპანია“, „საქართველოს ფოსტა“. ითვლება, რომ აღნიშნული გზა არაეფექტურია და სახელმწიფო თავად უწყობს ხელს კონკურენციის შეზღუდვას. მსგავსი პრაქტიკა მსოფლიოს სხვა ქვეყნებშიც არის მიღებული სხვადასხვა მოტივით. მაგალითად, შვედეთში არის ალკოჰოლურ პროდუქციის სახელმწიფო მონოპოლია, ხოლო ავსტრიაში - თამბაქოს პროდუქციის შეტანაზე.

3. თუ სექტორი სპეციფიურია და ბუნებრივად ითხოვს ერთი კომპანიის მოქმედებას, რადგან ორის არსებობა უფრო მეტ ხარჯთან არის დაკავშირებული. ასეთ წარმონაქმნებს ეწოდება ტექნიკური მონოპოლიები და ძირითადად ეხება ენერგეტიკას, წყლის, ენერგო- და გაზგამანაწილებელ ქსელებს, მაგისტრალებს. ასეთ შემთხვევაში სახელმწიფო ან თვითონ მართავს, ან კერძოს გადასცემს რეგულირებადი პირობებით. თუმცა, დროის და

ტექნოლოგიების ცვლილებასთან ერთად მათი სტატუსიც იცვლება. მაგალითად ჰოლანდიაში, სადაც მაღალ დონეზე განვითარებული ალტერნატიული ქარის და მზის სადგურები, ელექტროენერჯის ტარიფს ბაზარი არეგულირებს და ის ბუნებრივი მონოპოლიის სტატუსით არ სარგებლობს.

4. კომპანია, რომელიც სარგებლობს სახელმწიფო ჩინოვნიკების არაპირდაპირი მხარდაჭერით, სარგებლობს პრივილეგიებით, შეღავათებით და ეს იწვევს მათ დომინანტურ მდგომარეობას ბაზარზე. კომპანიები რიგ შემთხვევებში სარგებლობენ პრივილეგიებით, უპირატესობებით, შეღავათებით, რაც, საბოლოო ჯამში, განაპირობებს მათ დომინანტურ სტატუსს ბაზარზე. აღნიშნულის მაგალითები გასულ წლებში საქართველოში მრავლად მოიძებნებოდა. პრაქტიკაში ეს ყველაზე მძიმე შემთხვევაა, რომელიც ბაზარზე ზღუდავს კონკურენციას და სიცოცხლის ხანგრძლივობაც დიდი აქვს.

5. კერძო პირების გარიგება, იგივე კარტელური გარიგება. ეს არის კანონსაწინააღმდეგო, არაფორმალური, არადოკუმენტური შეთანხმება ბაზრის რამდენიმე მონაწილეს შორის, იმოქმედონ, გადინაწილონ ბაზრის წილები და არეგულირონ ფასები. კარტელური გარიგების დამტკიცება საკმაოდ რთულია, თუმცა გარკვეული შეთანხმების ნიშნები იძლევა რეაგირების საშუალებას.

რა ვითარებაა ამ თვალსაზრისით საქართველოში: ტექნოლოგიებისა და ინოვაციური განვითარების საფუძველზე წარმოქმნილი დომინანტი კომპანიები არ არსებობს. სახელმწიფოს მიერ კანონით მინიჭებული პრივილეგირებული მდგომარეობა „საქართველოს ლატარიის კომპანიას“ და „საქართველოს ფოსტას“ აქვს.

რაც შეეხება სპეციფიურ სექტორებს და ტექნიკურ მონოპოლიებს, საქართველოში მარეგულირებელი კომისიებით იმართება გაზის, წყლის და ენერჯეტიკის სექტორები, კომუნიკაციების სექტორი. ასევე, არსებობს საზედამხედველო ინსტიტუტები – დაზღვევის ზედამხედველობის სამსახური, საქართველოს ეროვნული ბანკი, რომლებიც სექტორულად ახორციელებენ რეგულირებას.

აუცილებელია განვიხილოთ კიდევ ერთი მოდელი, რომლის „ქეისებიც“ უხვად არის ქართულ პრაქტიკაში: საქართველოში ანტიმონოპოლიური სამსახური 1996–2004 წლებში

ფუნქციონირებდა, ცნობილია იმ პერიოდში არსებული მონოპოლისტებიც, თუმცა, მაინც არსებობდა პრივილეგირებული და არაპროვილეგირებული კომპანიები. 2005 წლიდან სამსახური გაუქმდა, მაგრამ პრივილეგირებული და არაპრივილეგირებული ბიზნესები თითქმის ყველა სექტორში ისევ იყო. მიზეზი ძალიან მარტივია: სახელმწიფო ჩინოვნიკების არაპირდაპირი ლობირება და ინტერესები. კარტელური გარიგების მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ნავთობპროდუქტების ბაზარი, მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი და თბილისის სამარშრუტო ხაზების ტენდერი.

„ვის ეკუთვნოდა საქართველო 2003-2012 წლებში“, „საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველოსა“ და ჟურნალისტ პოლ რიმპლის ერთობლივი ნაშრომია. ნოველის ფორმატში დაწერილი წიგნი მოგვითხრობს ბიზნესმენებისა და კომპანიების შესახებ, რომლებიც მნიშვნელოვან წილებს ფლობდნენ, ან ამ დრომდე ფლობენ ისეთ სექტორებში, როგორცაა: ტელემაუწყებლობა, კომუნიკაციები, სარეკლამო ბაზარი, ნავთობის იმპორტი და დისტრიბუცია, ფარმაცევტული ბაზარი და სასარგებლო წიაღისეული. წიგნში საუბარია ამ კომპანიების კავშირებზე ყოფილი ხელისუფლების წარმომადგენლებთან, ან მათთან დაახლოებულ პირებთან.

წარმოდგენილი ინფორმაცია მხოლოდ 2003-2012 წლებს მოიცავს. საზოგადოებაში ხშირად იყო საუბარი „ვარდების რევოლუციის“ შემდეგ ბიზნესის ე.წ. გადანაწილების სქემებზე. პოლ რიმპლი ეხმაურება ამ ინფორმაციას და საზოგადოებას მოუთხრობს იმაზე, თუ როგორ მოხდა კონკრეტულ სექტორში გარკვეული კომპანიების მონოპოლისტებად ჩამოყალიბება. ავტორი შეეცადა გაერკვია, ვინ იდგა კონკრეტული კომპანიების უკან, რაც ძალიან რთული აღმოჩნდა. დიდი საბაზრო წილების მფლობელი კომპანიების უმეტესობა, ისევე როგორც ინვესტორები, ძირითადად ოფშორულ ზონებშია დარეგისტრირებული. კვლევა აანალიზებს ვითარებას რიგ დარგებში, რაც საშუალებას იძლევა ჯეროვანი შეფასება მოვახდინოთ ზოგად ტენდენციებზე“ საქართველოში „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ პერიოდში. კერძოდ, თანაავტორთა აზრით:

ტელემაუწყებლობისა და ტელეკომუნიკაციების სექტორში ნაციონალური მაუწყებლები ხელისუფლების ყოფილ წევრთა, მათთან დაახლოებულ პირთა, ან

ოფშორში რეგისტრირებულ კომპანიათა საკუთრებაში იყო. კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მხრიდან ადგილი ჰქონდა აღნიშნული მაუწყებლების მიმართ პრეფერენციულ დამოკიდებულებას. სხვა მედიასაშუალებებს კი მარეგულირებელი ხელოვნურ ბარიერებს უქმნიდა. ტელეკომუნიკაციების სექტორი კომპანიების მესაკუთრეთა რთული ქსელისგან შედგება. ოფშორში დარეგისტრირებული კომპანიების წარმომადგენლები საქართველოში ხელისუფლებასთან დაახლოებული და ასოცირებული პირები არიან ¹⁸.

სარეკლამო ბაზარზე წლების განმავლობაში სულ რამდენიმე მსხვილი მოთამაშე იყო. უმეტეს შემთხვევაში ეს კომპანიები (outdoor.ge, General Media და სხვა) ერთ-ერთი ყოფილი თავდაცვის მინისტრის ბიზნეს ინტერესებთან იყო დაკავშირებული. ასევე იკვეთებოდა კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის იმჟამინდელი თავმჯდომარის ინტერესთა კონფლიქტი ¹⁹.

ნავთობის იმპორტისა და დისტრიბუციის სექტორში ყველაზე დიდი მოთამაშეებად „გალფი“, „ვისოლი“, „სოკარი“ და „ლუკოილი“ მოგვევლინენ. ავტორი კომპანია „გალფის“ მფლობელებისა და იმჟამინდელი თავდაცვის მინისტრის მჭიდრო კავშირების შესახებაც საუბრობს. ბაზარზე მეორე მსხვილი მოთამაშე აღმოჩნდა „ვისოლი“, რომელსაც თავის პროდუქცია საბერძნეთიდან შემოაქვს და ყიდის მას, როგორც აპის სუპერის მარკის ნავთობს ²⁰.

ფარმაცევტულ სექტორში არსებული ოლიგოპოლია მნიშვნელოვნად აფერხებს კომპანიებს შორის კონკურენციას და დამოკიდებულს ხდის მათ იმპორტირების უფლების მქონე სამ კომპანიაზე, რომლებიც იმავე დროს სახელისუფლებო პარტიის მსხვილ შემოწირულობებს იღებდნენ. ბაზარზე მთავარი მოთამაშეები არიან „პე-ეს-პე“, „ავერსი ფარმა“ და „ჯი-პი-სი“. არსებული ვითარება კომპანიებს მედიკამენტებზე მაღალი ფასის დაწესების შესაძლებლობას აძლევს ²¹.

ინფრასტრუქტურულ პროექტებშიც საკმაოდ საინტერესო ტენდენცია იკვეთება. სახელმწიფოსთან დაახლოებული პირების მიერ დაარსებული კომპანიები ხშირად

¹⁸ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო“ – საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 22 თებერვალი, 2012

¹⁹ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო“ – საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 22 თებერვალი, 2012

²⁰ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო“ – საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 22 თებერვალი, 2012

²¹ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო“ – საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 22 თებერვალი, 2012

სახელმწიფოსგან დაბალ ფასში ნაყიდი მიწების გადამყიდველებად გვევლინებოდნენ, რითაც დიდ მოგებას ნახულობდნენ. ამ მოგების ინვესტირების შედეგად კი სხვა კომპანიებს ყიდულობდნენ. იგივე კომპანიები შემდეგ გამოიყენებოდა ერთი კონკრეტული ბანკის, „ბანკი ქართუს“ საწინააღმდეგოდ, რაც მიუთითებს ამ კომპანიების დაფუძნებისა და გამოყენების პოლიტიკურ საფუძველს. ყოველივე აღნიშნულში აქტიურ მონაწილეობას იღებდა პარლამენტი. კანონმდებლობაში შეტანილი ცვლილებებით ბანკს მნიშვნელოვანი ზიანი მიადგა, სებ-ის მონაცემებით ბანკის ზარალი 2012 წელს 70 მლნ. ლარის ფარგლებში იყო.

თბილისის განვითარების ფონდმა და ძველი თბილისის რეაბილიტაციის ფონდმა თბილისის მერიიდან მნიშვნელოვანი ქონება მიიღო სარგებლობაში, ხოლო სახელმწიფო ქონების განკარგვისას მიიღო უკანონო გადაწყვეტილება ინფორმაციის (თუ როგორ ხდებოდა ამ ქონების განკარგვა) გაცემის თავიდან არიდების მიზნით. ანაკლიის-პორტის და საირმეს მშენებლობის საქმე კი გაუმჭვირვალედ მიმდინარეობდა ²².

საბადოების პრივატიზაციისას ხშირია ოფშორული კომპანიების მონაწილეობა, მაგალითად „კავკასუს მაუნთაინ გრუპი“ ფიქტიურ კომპანია „ფემფთილონ ჰოლდინგ ლიმიტედს“ ეკუთვნის, დარეგისტრირებულია კომპანია „საიპრომანის“ მიერ, რომელიც მსგავსი კომპანიების რეგისტრაციას აკეთებს. მძიმე მდგომარეობა იყო მადაროებში დასაქმებულთა უსაფრთხოების მხრივ, რასაც არაჯეროვანი ყურადღება ეთმობოდა, ინცინდენტების მიზეზები კი უმეტესად მუშაკებს ბრალდებოდათ.

აღნიშნული წიგნის მზადების პროცესში ქვეყანაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები მოხდა. 2012 წლის შემოდგომის საპარლამენტო არჩევნებით შეიცვალა ხელისუფლება, რამაც ცვლილებები სხვადასხვა ბიზნესის მფლობელობის სტრუქტურაშიც გამოიწვია. სავარაუდოდ, აღნიშნული მოვლენები მნიშვნელოვნად შეცვლის ბაზრის კონიუქტურას. ზემოთხსენებული კვლევის მონაცემებით, წარმოდგენილი სექტორები მაღალი საფინანსო მოგების სფეროა, ხოლო ამ სფეროებში მონოპოლისტური მდგომარეობა ძველი ხელისუფლების მაღალი რანგის ჩინოვნიკების

²² „ვის ეკუთვნოდა საქართველო“ – საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, 22 თებერვალი, 2012

ინტერესებსა და კონტროლს დაქვემდებარებულ კომპანიებს განეკუთვნებოდა. მოსალოდნელია, რომ ამგვარი უკანონო მხარდაჭერის არარსებობის პირობებში ხსენებული კომპანიები თანდათანობით დაკარგავენ ბაზარზე მონოპოლიურ პოზიციებს, რაც ბაზრის ცვლილებებს გამოიწვევს.

1.4 ვის შეიძლება ვუწოდოთ მონოპოლისტი

მონოპოლისტის გააზრებისას დიდი მნიშვნელობა აქვს იმ პროდუქტის სწორ განსაზღვრებას, რომელსაც კომპანია აწარმოებს. კერძოდ, არსებითია, პროდუქტს ვიწრო გაგებით განვიხილავთ, თუ ფართო გაგებით და ამ პირობებში რამდენად არის ხელმისაწვდომი ალტერნატივები, იგივე პროდუქტის შემცვლელები.

თუ მაგალითად მოვიყვანთ გამაგრებული სასმელების ბაზარს, ბუნებრივია, აქ შემცვლელების რაოდენობა უფრო მეტი იქნება – ლუდი, წვენი, ლიმონათი, მინერალური ან მტკნარი წყალი. მაგრამ, თუ საქონელს უფრო ვიწრო განსაზღვრებას მივცემთ – მინერალური წყლების ბაზარი, აქ უკვე ის მოთამაშეები იგულისხმებიან, ვინც მოცემულ სექტორში ოპერირებენ და, ბუნებრივია, არჩევანიც უფრო ნაკლები იქნება. კიდევ უფრო ვიწრო განსაზღვრება ნაკლები არჩევანის შესაძლებლობს მოგვცემს, თუ ვისაუბრებთ მინერალურ წყალზე კონკრეტულ დასახლებულ პუნქტში, სადაც მხოლოდ ერთი ან ორი კომპანია ახდენდეს პროდუქციის მიწოდებას.

ამგვარად, შესაძლოა დავასკვნათ: თუ საქონელი საკმარისად ვიწრო გაგებითაა განსაზღვრული, ნებისმიერი გამყიდველი შეიძლება მონოპოლისტი აღმოჩნდეს, ვინაიდან ორი გამყიდველი არასდროს შესთავაზებს მყიდველს აბსოლუტურად ერთნაირ პროდუქტს. ამ ლოგიკით, ამერიკელი მეცნიერი პოლ ჰეინე საერთოდ უარყოფს სიტყვა მონოპოლიას, ოლიგოპოლიას, რადგან ერთადერთი გამყიდველი შესაძლოა აღმოჩნდეს ან ნებისმიერი პიროვნება, ან არავინ, იმის მიხედვით, თუ

როგორ განვმარტავთ გასაყიდ საქონელს.²³ ყოველ კერძო შემთხვევაში, არ არსებობს ზუსტი კრიტერიუმი იმისთვის, რომ გადავწყვიტოთ, რამდენად ფართო ან ვიწრო გაგება შეესაბამება საქონელს. ამიტომ კომპანიის მონოპოლისტად დასახლებისას მნიშვნელოვანია ზუსტად გაანალიზდეს ის საზღვარი, სადაც კომპანია ოპერირებს და რამდენად არის ხელმისაწვდომობა ალტერნატივებზე; უნდა განისაზღვროს მათი რაოდენობა და შეფასდეს, რამდენად ხარჯიანია პროცესი და დროის რა პერიოდში. თუმცა მკაფიო ხაზი აქაც არ არსებობს, რა თქმა უნდა, თუ არ შევთანხმდებით მის გამოკვეთაზე. მოთხოვნის ელასტიურობა ასახავს შემცვლელების ხელმისაწვდომობას სხვა თანაბარი პირობების დროს, რაც უფრო მეტად კარგი შემცვლელები გააჩნია რომელიმე პროდუქტს, მით უფრო ელასტიურია მასზე მოთხოვნა. ამგვარად, ცხადია, რომ საბაზრო ძალაუფლებას შეიძლება სხვადასხვა ხარისხი გააჩნდეს და ის მოთხოვნის ელასტიურობასთან უკუკავშირში იქნება.

1.5. პრივილეგიები და შეზღუდვები საქართველოს ბაზარზე

პრივილეგიები ხშირად ხდება კომპანიებისთვის მათი განვითარების და ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის მოპოვების მიზეზი. თუ კომპანიას აქვს ფორმალური ან არაფორმალური უპირატესობები, უფრო მეტ რესურსზე მიუწვდება ხელი, მის მიმართ არ ვრცელდება დაბეგვრის სტანდარტული რეჟიმი და აქვს შეღავათები სხვადასხვა მოიტივით. აღნიშნული უპირატესობები აძლიერებს მის პოზიციას კონკურენტებთან მიმართებაში, ზღუდავს კონკურენციას სექტორში და ამცირებს სხვა კომპანიების კონკურენტუნარიანობს. უფრო მეტიც, შეღავათებით მოსარგებლე კომპანიაც არ ვითარდება, რადგან მას განვითარებისთვის ნაკლები სტიმულები აქვს. კარგი მაგალითია მრავალ ქვეყანაში აპრობირებული ეროვნული კომპანიების მხარდაჭერის პოლიტიკა, რომლის ფარგლებშიც ადგილობრივი კომპანიები სარგებლობენ რიგი შეღავათებით. თუმცა, საბოლოო ჯამში, აღნიშნულ პოლიტიკას მოაქვს დანაკარგები და

²³ Heyne, Paul T.;Prychitko, David L.;Boettke, Peter J, The Economic Way of Thinking, 12th Edition Publisher: Prentice Hall, 2009

უფრო მეტად გამკვირებული ბაზარი მომხმარებლისთვის. პრივილეგიებს ან შეზღუდვებს შეიძლება ჰქონდეს „არაფორმალური” ხასიათი, ან იყოს აღიარებული საკანონმდებლო დონეზე.

დღეისათვის მრავალი კომპანია სარგებლობს ასეთი სახის მონოპოლიური პრივილეგიებით, სხვადასხვა, ერთი შეხედვით ისეთი კეთილშობილური მიზნით, როგორცაა საზოგადოებრივი წესრიგი, სამართლიანი კონკურენცია, სტაბილურობა, ეროვნული უსაფრთხოება, ეფექტიანობა. ასეთი მონოპოლისტები არიან ფოსტა, კომუნალური მეურნეობის სამსახურების უმრავლესობა, იარაღით მოვაჭრე მაღაზიები, დამკრძალავი ბიუროები და ქიმიკატების გამავრცელებელი სამსახური, სამედიცინო ობიექტები, პროფკავშირები, აკრედიტაციის მქონე სასწავლებლები, ფერმერები, რომლებიც სახელმწიფოსგან შეღავათიანი პირობებით, იჯარით იღებენ დამატებით მიწებს. რაც შეეხება შეზღუდვებს, ეს ზემოთ აღწერილი პროცესის უკუვარიანტია. კომპანიები, რომლებიც ვერ სარგებლობენ საკუთარი საქმიანობისთვის პრივილეგიებით, ცდილობენ მიაღწიონ ისეთი ტიპი შეზღუდვებს, რომლებიც მათ ჩააყენებს უპირატეს მდგომარეობაში. შედეგები აქაც იგივეა. ნაციონალური კომპანიები ხშირად ცდილობენ მიღწიონ უცხოური კომპანიების შემოსვლის შეზღუდვის მცდელობას ბაზარზე, ან შიდა ბაზარზე ლიცენზირების პროცედურის გავლას იმ სექტორში შესასვლელად, სადაც ისინი საქმიანობენ. ამით ისინი უპირატესობას მოიპოვებენ ბაზარზე. თვალსაჩინოებისთვის, ბევრ ქვეყანაში ავიაბაზრზე არსებობს ადგილობრივი ავიაკომპანიები, რომლებიც სარგებლობენ ეროვნული და ფლაგმანი ავიაკომპანიის სტატუსით, რაც განაპირობებს მათთვის უკეთესი პირობების არსებობას.

1.6 კარტელური გარიგებების პრობლემის სირთულე და კარტელები საქართველოში

კარტელური გარიგებების გამოვლენის პრაქტიკა და ფაქტი საქართველოში არ არსებობს, მისი აღმოჩენა საკმაოდ რთულია და დახვეწილი კანონმდებლობის პირობებშიც მისი

დამტკიცება დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. საუბრები და ვარაუდები სხვადასხვა სექტორებში კარტელური გარიგებების შესახებ დღემდე არსებობს, ანტიმონოპოლიური რეგულირების თეორიის მიხედვით, იმ სექტორებში, სადაც კომპანიების კონცენტრაციის ხარისხი მაღალია, გარიგების მეტი შანსია. საქართველოში კი ძალიან ბევრ სექტორში შეზღუდულია კომპანიების რაოდენობა, მრავალი კომპანია ერთმანეთთან არის დაკავშირებული საქმიანობით, რაც ქმნის გარიგების წინაპირობებს. მაგალითისთვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ ნავთობპროდუქტების საცალო გაყიდვების ბაზარი (5 კომპანია), ნავთობპროდუქტების საბითუმო ბაზარი (1 კომპანია) მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი (3 კომპანია), ფარმაცევტული ბაზარი (2 უმსხვილესი კომპანია იკავებს დიდ წილს), შაქრის და მარცვლეულის იმპორტი, ინტერნეტპროვაიდერების ბაზარი (2 კომპანია), თხილის საექსპორტო სექტორი (2–3 მსხვილი კომპანია) და ა.შ. ზოგადად, საქართველოს ბიზნესი მაღალი წილის მქონე კომპანიების მაღალი კონცენტრაციის ხარისხით გამოირჩევა.²⁴

კარტელური გარიგება შესაძლოა მოხდეს როგორც გამყიდველებს, ასევე მყიდველებს შორის. კარტელის წინაშე ჩნდება ორი პრობლემა: შეზღუდოს თავისი წევრების კონკურენტული ქმედებები და, ასევე, შეზღუდოს დარგში ახალი ფირმების შეღწევა. კონკურენტ გამყიდველებს შორის მიღწეულ შეთანხმებას ფასების შენარჩუნებისა და ბაზრის გაყოფის შესახებ, როგორც წესი, იურიდიული ძალა არ გააჩნია. არსებობს მოსაზრება, რომ ისევე როგორც მონოპოლია, კარტელის სიცოცხლისუნარიანობაც მცირეა, რადგან ფაქტი ზრდის ტრანზაქციულ დანახარჯებს და ძალიან ძნელია ისეთი შეთანხმების მიღწევა, რომელიც ითვალისწინებს ყველა ვარიანტს, ყველასათვის მისაღებია და შეიძლება მისი ეფექტიანად ამოქმედება. გარდა ამისა, კარტელის მონაწილეთა წარმატებული შეთანხმება უსათუოდ მიიპყრობს „აუტსაიდერების“ ყურადღებას, რომლებიც შეეცდებიან შეაღწიონ ამ სფეროში და მოგების წილი მიიღონ. თუმცა, აქაც არსებობს ერთი მნიშვნელოვანი დეტალი: თუ კარტელური შეთანხმება არაფორმალურად მხარდაჭერილია, მისი სიცოცხლისუნარიანობა იზრდება.

²⁴ „კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში“, საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველო, 2012 წ.

კარტელი რომ წარმატებული იყოს, მან უნდა გადაწყვიტოს ორი საკითხი: ხელი უნდა შეუშალოს წევრებს შორის კონკურენციას, რასაც შეუძლია დაგეგმილი შეთანხმებული მოგების მოსპობა (როგორც არსებული გასაყიდი ფასების შემცირებით, ისე გაყიდვის ხარჯების ზრდით) და არ დაუშვას ბაზარზე ახალი კონკურენტების შემოსვლა.

საქართველოს ეკონომიკა ლიბერალიზაციის საკმაოდ მაღალი დონით და ფორმალური (საკანონმდებლო, ადმინისტრაციული) ბარიერების სიმცირით გამოირჩევა. ქვეყანაში არის იმის ნიშნები, რომ კვების პროდუქტებისა და საწვავის ბიზნესი კონცენტრაციის მაღალი ხარისხით ხასიათდება. თავის მხრივ, ეკონომიკის თეორიიდან ცნობილია, რომ მაღალი კონცენტრაციის მქონე ბაზრის სტრუქტურა მოგების მაღალი მარჟის არსებობას განაპირობებს. ამასთანავე, ბოლო წლების განმავლობაში საქართველოს ეკონომიკის სტრუქტურაზე დაკვირვება ბაზრის ცალკეულ სეგმენტებზე მოქმედ სუბიექტთა გამსხვილების ტენდენციას ავლენს. მაგალითად, თუ 2004 წლამდე საწვავის ბაზარზე რამდენიმე ათეული ეკონომიკური აგენტი მოქმედებდა, ბოლო პერიოდში მათი რაოდენობა არსებითად შემცირდა და დღეს ამ ბაზარზე მხოლოდ 4-5 ფირმა დომინირებს. სხვადასხვა ფირმის მიერ მიწოდებული ურთიერთჩანაცვლებადი საქონლის ფასებზე დაკვირვება ფასების თანხვედრის მკვეთრად გამოხატულ ტენდენციას ავლენს.

აღნიშნული მახასიათებლები კი შეიძლება მიუთითებდეს შესაბამისი ბაზრის კარტელიზაციასა და ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ფარული (კარტელური) შეთანხმების ან კოორდინირებული (შეთანხმებული) ქმედების არსებობაზე, რაც უარყოფითად აისახება ეკონომიკასა და მომხმარებელზე. ფარული (კარტელური) შეთანხმების და კოორდინირებული (შეთანხმებული) ქმედების აღბათობა უარყოფითად მოქმედებს შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების რაოდენობაზე და დადებითად - ბაზრის კონცენტრაციის ხარისხზე. კერძოდ, შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების შეზღუდული რაოდენობა ზრდის

ანტიკონკურენტული ქცევის – ფარული (კარტელური) შეთანხმების და კოორდინირებული (შეთანხმებული) ქმედების – ალბათობას შემდეგი მიზეზების გამო:

1. ეკონომიკური აგენტების შეზღუდული რაოდენობა შედარებით აადვილებს ფარული გარიგების პირობებზე შეთანხმების მიღწევას;
2. ფარული გარიგების მონაწილეთა შეზღუდული რაოდენობა აადვილებს გარიგების პირობების შესრულების უზრუნველყოფას;
3. ეკონომიკური აგენტების რაოდენობის ზრდით თითოეული მათგანი ბაზრის ნაკლებ წილს იღებს. შესაბამისად, იზრდება ფარული გარიგების პირობების დარღვევის და სარგებლის მიღების შესაძლებლობა. ეს უკანასკნელი კი, ართულებს ფარული გარიგების პირობების დაცვას.

ფარული (კარტელური) გარიგების არსებობისთვის ხელსაყრელია, ასევე, ქვეყნის ბაზრის საკმაოდ მცირე ზომა და ბაზარზე ინფორმაციული ასიმეტრიის არარსებობა. ეკონომიკური აგენტების ერთობლივი მოგების მაქსიმიზაციისკენ მისწრაფების გათვალისწინებით, აკადემიური კვლევების შედეგებით დადასტურებულია, რომ კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის საბაზრო წილსა და მის მიერ დაწესებულ ფასს შორის პირდაპირპროპორციული დამოკიდებულება არსებობს.

1.7 დემპინგის პრევენდენტი და გავლენა კონკურენტულ ბაზარზე

დემპინგი არის პროდუქციის ან მომსახურების გაყიდვა დანახარჯებზე დაბალ ფასად, ბაზრიდან სხვა მონაწილეების გამეფების და ბაზრის ექსპანსიის მიზნით. ის შეფასებულია როგორც არაკეთლსინდისერი კონკურენცია და ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა დემპინგური ფასების შემთხვევაში ითვალისწინებს ქმედების აღკვეთას. მსოფლიოს სავაჭრო ორგანიზაციის წესდების მიხედვითაც დემპინგური მოქმედება (რაც ხშირად ხდებოდა მეზობელი ქვეყნების ბაზრებზე ექსპანსიის მიზნით)

აკრძალულია. მსგავს მოქმედებებს ხშირად „არაკეთილსინდისიერი ქმედებების ამკრძალავ აქტებს“ უწოდებენ.

მსხვილ ფირმებს შეუძლიათ საკუთარი პროდუქციის ასეთ ფასად გაყიდვის უფლება მისცენ საკუთარ თავს, სანამ მათი მეტოქეები იძულებულნი არ გახდებიან, დარგიდან გავიდნენ. თუ მათ კანონი არ შეზღუდავთ, შეიქმნება ისეთი გარემო, როცა ეკონომიკაში მხოლოდ რამდენიმე უზარმაზარი კორპორაცია იბატონებს.

მარეგულირებელი კომისიები, რომლებიც კომუნალური მომსახურების ფასების ზედამხედველობისათვის იქმნებიან, ხშირად ფასების დასაშვებ ქვედა ზღვარს აწესებენ, რითაც აბრკოლებენ ცალკეული ფირმების მიერ უფრო დაბალი ფასის არჩევის ყოველგვარ მცდელობას.

დემპინგური ფასდადება შეგვიძლია ორი სახით წარმოვადგინოთ: 1. „მტაცებლური“ ფასდადება და 2. „სათანადო დანახარჯების“ ანალიზი.

1. მტაცებლები და კონკურენცია. კომპანიები ხშირად საყვედურს გამოთქვამენ დანახარჯებზე დაბალ ფასად პროდუქტის გაყიდვების გამო. მათ არ მოსწონთ კონკურენცია და სურთ, რომ სახელმწიფომ ისინი დაიცვას. კონკურენტების დაცვა იგივე არ არის, რაც კონკურენციის შენარჩუნება.

ხშირად კონკურენტების დასაცავად შემოღებულია ისეთი კანონები, რომლებიც სინამდვილეში აბრკოლებს კონკურენციას. როგორც წესი, ასეთი კანონები ზღუდავს მომხმარებლებსა და ჩვეულებრივი მწარმოებლების უმეტესობას. სამაგიეროდ, განსაკუთრებით მაღალი მოგება მოაქვს ცალკეული პრივილეგირებული მწარმოებლებისათვის. „მტაცებლური“ ფასდაკლება ნიშნავს ისეთი ფასების დადგენას, რომლებიც დანახარჯებზე ნაკლებია, რათა ინიციატორებმა დარგიდან გაააძვირონ მეტოქე, ან ხელი შეუშალონ ახალი მეტოქეების გაჩენას, შემდეგ კი ფასები გაზარდონ და დანაკარგები აინაზღაურონ. სწორედ ეს არის იმ დიდი ფირმების ტაქტიკა, რომელთაც შეუძლიათ გაუძლონ ხანგრძლივ, ან დროებით დანაკარგებს. მათ ხომ დიდი ფინანსური რესურსები გააჩნიათ. როგორც წესი, მსგავსი ფაქტები

ძირითადად ხორციელდება სახელმწიფოს მხარდაჭერით და რეგიონალურ ბაზრებზე უპირატესობების მოპოვებას ემსახურება. თვალსაჩინოებისთვის შეგვიძლია დავასახელოთ თურქეთი და ჩინეთი სადაც ექსპორტირებული სოფლის მეურნეობის თუ მსუბუქი მრეწველობის პროდუქტებზე მეწარმეები სუბსიდიებს იღებენ. თუმცა, აღნიშნული საკითხი დღემდე დისკუსიის საგანს წარმოადგენს. კერძოდ, მოგების თვალსაზრისით რამდენად გამართლებულია ასეთი სტრატეგია თავად დამგეგმავისთვის, რამდენ ხანს უნდა განხორციელდეს ასეთი პოლიტიკა, რათა მან მიზანს მიაღწიოს. რაც უფრო გრძელვადიანი იქნება მსგავსი ქმედებები, მით უფრო დიდი იქნება მტაცებლური ფირმის მოკლევადიანი დანაკარგები და, აქედან გამომდინარე, მით უფრო მეტი უნდა იყოს გრძელვადიანი მოგება, რათა პოლიტიკამ გაამართლოს. საქართველოს ბაზარზე დემპინგის გამოვლენა და სათანადო რეაგირება ოფიციალურად არ მომხდარა 2004–2014 წლებში. ამ პერიოდში შესაბამისი კანონმდებლობაც არ არსებობდა და დემპინგი არ განიხილებოდა როგორც ეკონომიკური დანაშაული. თუმცა, აღნიშნულ წლებში სხვადასხვა კომპანიების მხრიდან აქტიურად ისმოდა ბრალდებები კონკურენტების მიმართ იაფი ფასდადების გამოყენების და შედეგად კონკურენტისთვის პრობლემების შექმნის შესახებ. მკაფიო მაგალითია „გუდვილის“ მენეჯმენტის განცხადებები „კარფურის“ წინააღმდეგ და სწრაფი გადახდის სერვისების კომპანიების შეფასებები მათი კონკურენტის „საქართველოს ბანკის“ შვილობილი კომპანიის „ექსპრეს ფეის“ წინააღმდეგ.²⁵

1.8 „სათანადო დანახარჯების“ ცნება და მისი აუცილებლობა

ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობაში დანახარჯებზე დაბალ ფასად პროდუქციის გაყიდვა – დემპინგი - აკრძალულია, თუმცა, არსებობს გამონაკლისი შემთხვევები, როდესაც მსგავსი პრეცედენტების დაშვება შეიძლება და ის არ უნდა ჩაითვალოს არაკეთილსინდისიერ ქმედებად.

²⁵ (გაზეთი „ბანკები და ფინანსები“, 09.10.2012 წ. სააგენტო GHN, 24.09.2013 წ.)

მაგალითად, ბანანის ბაზარი: ქვეყანაში არსებობს პროდუქციის რამდენიმე მომწოდებელი. ერთ-ერთ კომპანიას, რომელსაც ბანანი შემოაქვს ეკვადორიდან, აქვს გარკვეული მარაგები, რომელსაც ვადა გასდის რამდენიმე დღეში. თუ მისი რეალიზაცია არ მოხდა, ის გაფუჭდება და კომპანია იზარალებს. ასეთ შემთხვევაში კომპანიამ შეიძლება გამოაცხადოს აქცია და მოახდინოს მისი რეალიზაცია თვითღირებულებაზე უფრო ნაკლებ ფასად. თუმცა, აქციის შინაარსი მომხმარებელს თუ კონკურენტებს ამის შესახებ ინფორმაციას აწვდის. ანუ, ასეთი ტიპის ქმედება შეიძლება ჩაითვალოს არა გრძელვადიან პერიოდში მოგების მიღების მიზნით განხორციელებულ ქმედებად, არამედ ქმედებად, რომლის მიზანია ზარალი შემცირდეს, ან არ იზარალოს კომპანიამ. „სათანადო დანახარჯების” მეთოდი მოგების მიღების მიზნითაც გამოიყენება და აქვს გამართლება ფასდაკლებების აქციების თუ სხვადასხვა არგუმენტების სახით. მაგალითად, ხილის დღეები მარკეტებში, სეზონური ფასდაკლებები ტანსაცმლის მაღაზიებში და ა.შ. თუ მომხმარებელი, კონკურენტი და სხვა დაინტერესებული მხარე ასეთი ტიპის ქმედებების პროცესში ინფორმირებულია და ეს არგუმენტირებულია, ის არ შეიძლება ჩაითვალოს „არაკეთილსინდისიერ” ქმედებად ²⁶.

1.9 ფასების და კონკურენციის სექტორული რეგულირება

რა შეიძლება ითქვას იმ გამყიდველების შესახებ, რომლებიც ძალიან მცირე კონკურენციის პირობებში მოქმედებენ და მაღალი ფასების დაწესებით დიდი მოგების მიღება შეუძლიათ? ამის სტანდარტულ მაგალითს ელექტროენერჯის, გაზის და წყლის მიწოდების მომსახურების მიმწოდებლები წარმოადგენენ. ფასების რეგულირება და ფიქსაცია საქართველოშიც ხდება. დენის, წყლის და გაზის სამომხმარებლო და კორპორატიული ფასები ფიქსირებულია.

²⁶ პოლ ჰეინე, ეკონომიკური აზროვნება, თავისუფალი და აგრარული უნივერსიტეტის გამომცემლობა 2012 წ.

ლიბერალური თეორიების ეკონომიკურ ლიტერატურაში საკმაოდ ბევრი კითხვა ისმის მარეგულირებლების და ფასების დამდგენების როლთან დაკავშირებით. კერძოდ: ხომ არ არიან ისინი უფრო მეტი უფლებამოსილებებით აღჭურვილნი, ვიდრე ეს რეალურად საჭიროა; შეუძლია თუ არა მთავრობას მომხმარებლის დაცვა ექსპლუატაციისგან იმ ფასების რეგულირებით, რომელსაც ფირმები აწესებენ და თუ ეს ფირმები კერძო ინვესტორები არიან; როგორ განსაზღვრავენ მარეგულირებელი საწარმოს მართვის დანახარჯებს; როგორ უნდა განსაზღვრონ მარეგულირებლებმა ასეთ შემთხვევებში „სწორი ფასი“, რა თქმა უნდა, დანახარჯების მიხედვით; ფასწარმოქმნის მექანიზმის მეშვეობით დანახარჯები უნდა დაიფაროს და ზომიერი მოგება მოიტანოს. დანახარჯები ბუნების უბრალო მოვლენები არაა. ისინი ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების შედეგია. თუ წარმოების მენეჯერებმა იციან, რომ მათი ფასები შეიძლება დარეგულირდეს ხარჯების ნებისმიერი ცვლილებისას, რა სტიმულები უნდა ჰქონდეთ ხარჯების შემცირებისთვის, ან მათი დაბალი დონის შეინარჩუნებისთვის? რა სტიმულები უნდა ჰქონდეთ ცვლილებებისათვის? რატომ უნდა წავიდნენ რისკზე ასეთ პირობებში? მარეგულირებლები ხომ მუდმივად გააკონტროლებენ მენეჯერების გადაწყვეტილებებს.²⁷

არანაკლებ მნიშვნელოვანია, თუ ვინ უნდა არეგულიროს თავად მარეგულირებლები. გამოცდილება ცხადყოფს მარეგულირებელ კომისიებში წარმოქმნილ საშიშ ტენდენციებს, როდესაც თანდათან ხდებოდა „დამორჩილება“, და არა დარეგულირება. აღნიშნულის საფუძველია არა კორუფცია და ქრთამი, არამედ ის, რომ მარეგულირებელი კომისიები ხშირ შემთხვევაში ლმობიერები არიან იმ საწარმოების მიმართ, რომლებზეც პასუხს აგებენ. ამდენად, მრავალი პრობლემატური კითხვა არსებობს თანამედროვე ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განხილვისას, რომელსაც საფუძვლიანი მსჯელობა, კვლევა და ანალიზი სჭირდება. მარეგულირებელი ორგანიზაციების როლის და კონკურენციაზე გავლენის საკითხები მომავალში ერთ-

²⁷ Milton Friedman, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, 1962

ერთი აქტუალური კვლევის ობიექტი გახდება. ეკონომიკაში ახალი ტექნოლოგიების და ინოვაციების ჩაშვების შემდეგ სულ უფრო მეტი ალტერნატივა და შესაძლებლობები ჩნდება, რაც, ბუნებრივია ითხოვს წარსული და არსებული მიდგომების გადახედვას. საჭიროა მათი მოდიფიცირება. თუმცა, აქვე უნდა მივუთითოთ, რომ სუბიექტური და პოლიტიკური გადაწყვეტილებები ამ პროცესს აფერხებს.

საქართველოში კონკურენციის სპეციალური სექტორული რეგულირება იმ სექტორებში მოქმედებს, სადაც მარეგულირებელი ორგანოებია შექმნილი; კერძოდ, შესაბამისი კანონმდებლობებით რეგულირდებოდა ენერგეტიკის, წყალმომარაგებისა და კომუნიკაციების სექტორები. ამასთან, მხოლოდ „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონი ითვალისწინებდა კონკურენციის პოლიტიკის არსებობისათვის აუცილებელ საბაზისო პრინციპებს, დეფინიციებს (როგორებიცაა, მაგალითად, მომსახურების ბაზრის შესაბამისი სეგმენტები, მომსახურების ბაზრის შესაბამისი გეოგრაფიული საზღვრები, მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლება) და კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფისათვის საჭირო ძირითად პროცედურებს (მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების, ავტორიზებულ პირთა შერწყმის და სხვა).

კომუნიკაციების სექტორში მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების დადგენის ძირითადი კრიტერიუმის შესაბამისად, ავტორიზებული პირი (კომპანია) მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონედ განისაზღვრება, თუ ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე საბაზრო წილის არანაკლებ 40 პროცენტი უკავია. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია უფლებამოსილია მომსახურების ბაზრის შესაბამის სეგმენტზე მნიშვნელოვანი საბაზრო ძალაუფლების მქონე ავტორიზებულ პირს დააკისროს სპეციფიკური ვალდებულებები, მათი შეუსრულებლობისას კი კანონმდებლობით დადგენილი სანქციები გამოიყენოს. კომისიას მინიჭებული აქვს ავტორიზებულ პირთან შერწყმის, ავტორიზებული პირის წილის, აქციებისა და საოპერაციო აქტივის შეძენის რეგულირების უფლებამოსილებაც.

თავი 2. ბაზარზე გამსხვილების ფორმები და გავლენა კონკურენციაზე

ბაზარი დინამიურია და ხშირ შემთხვევაში ხდება სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების გაერთიანება და მათი გამსხვილება, მსხვილი ფინანსური ჯგუფები არსებული შესაძლებლობებიდან გამომდინარე კიდევ უფრო ზრდიან ამ შესაძლებლობებს. კომპანიების გაერთიანება და გამსხვილების პროცესი არის ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ყურადღების ობიექტი და ბევრ ქვეყანაში რეგულირდება კიდევ სხვადასხვა მეთოდოლოგიის გამოყენებით. ამ მეთოდების დეტალურ აღწერას ჩვენ ქვემოთ შევხებით, მანამდე კი განვიხილოთ ბაზარზე გამსხვილების ფორმები:

2.1 ჰორიზონტალური შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე

ჰორიზონტალური შერწყმა გულისხმობს ორი ერთნაირი ან მსგავსი პროფილის ეკონომიკური აგენტის შერწყმას, ან კონკურენტის „შთანთქმას“. ასეთი შერწყმის დროს არსებითი კითხვებს უნდა გაეცეს პასუხი: რა შემთხვევაში იწვევს შერწყმა კონკურენციის მნიშვნელოვნად შესუსტებას, შეუძლია თუ არა შერწყმებს კონკურენციის გაძლიერება; დავუშვათ, შერწყმა სურს ორ მეტალურგიულ ფირმას. აღნიშნულს, ჩვეულებრივ, ჰორიზონტალურ შერწყმას უწოდებენ. ერთი შეხედვით, შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ შერწყმა მნიშვნელოვნად შეამცირებს კონკურენციას იმ დარგში, რომელიც ისედაც შედარებით მცირე რაოდენობის მსხვილი ფირმებისაგან შედგება. მაგრამ, რა მოხდება, თუ ორი ფირმა სხვადასხვა რეგიონში ვაჭრობს? თუ ისინი სხვადასხვა სახეობის ლითონის პროდუქციას აწარმოებენ? თუ ორივე გაკოტრების პირასაა და მხოლოდ შერწყმა გადაარჩენს? ამ კითხვებიდან კარგად ჩანს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის რეგულირების სირთულე; ნათელია, რომ ცალსახა გადაწყვეტილებები არ არსებობს კონკრეტული „ქეისის“ პირობებშიც. ამდენად, ანტიმონოპოლიური კაბონმდებლობა, სადაც მხოლოდ ბაზრის წილებით ხდება მიზანშეწონილობის განსაზღვრა, ვერ იქნება ოპტიმალური. საქართველოში

ჰორიზონტალური გაერთიანებების მაგალითები არსებობს საბანკო, რითეილის, ენერჯეტიკის, ფარმაციის, დაზღვევის, კვების ინდუსტრიის სექტორებში. საქართველოში ზემოთ ხსენებული ტიპის გადაწყვეტილებები არ ექვემდებარება რევიზიას და ნებართვები აუცილებელი არ არის. 2004 წლამდე არსებული და დღევანდელი მოქმედი კანონმდებლობა ამ საკითხს აქტუალურად არ თვლის. ევროპასა და ამერიკაში კი, ზოგადად, ყველა ტიპის გაერთიანება შესწავლის საგანი ხდება და მხოლოდ ნებართვის საფუძველზეა გარიგება შესაძლებელი. პრაქტიკული შემთხვევები, როდესაც უარი ეთქვათ ეკონომიკურ აგენტებს გაერთიანებაზე, არსებობს და არგუმენტები ყოველთვის ეფუძნება კვლევის შედეგებს.

2.2 ვერტიკალური შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე

ვერტიკალური შერწყმის დროს ხდება ორი ერთმანეთის შემავსებელი კომპანიის გაერთიანება (მაგალითად, ნავთობგადამამუშავებელი და ბენზინით საბითუმო ვაჭრობის ქსელი). რა შეიძლება ითქვას ვერტიკალური შერწყმის, ანუ იმ ფირმების შერწყმის შესახებ, რომლებიც შერწყმამდე მიმწოდებლისა და მომხმარებლის როლს ასრულებდნენ (როგორც, მაგალითად, სუპერმარკეტების ქსელი და კვების პროდუქტების მწარმოებელი ფირმა). რა მოჰყვება შერწყმას: ეფექტიანობის შემცირება, თუ კონკურენციის შემცირება კვების პროდუქტების სხვა მწარმოებლებისთვის საწარმოო შესაძლებლობების შეზღუდვის შედეგად; უსამართლო ვაჭრობის რომელი მეთოდი შეიძლება ჩაითვალოს კანონით აკრძალულად, თუ მსხვილი ფირმა თავისი მიმწოდებლებისგან ფასდაკლებას მოითხოვს, იქნება თუ არა ეს უსამართლო ქმედება; თუკი მიმწოდებლები ერთ მყიდველს ფასდაკლებას სთავაზობენ, ხოლო სხვებს - არა, ჩაითვლება თუ არა ეს არასამართლიანად, რა შეიძლება ითქვას რეკლამის შესახებ. ეს ის საკითხებია, რომელიც ანალიზის პროცესში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს და გათვალისწინებული უნდა იყოს გადაწყვეტილების მიღებისას. საქართველოში, ისევე

როგორც ჰორიზონტალურის, ვერტიკალური გარიგებების კონტროლიც არ ხდება და ის აქტუალური არ არის. მაგალითები არსებობს საბანკო, სადაზღვევო, ნავთობპროდუქტების რეალიზაციის, ფარმაციის და ენეგეტიკის სექტორებში²⁸. ბოლო წლებში საკმაოდ მზარდ ტენდენციად იქცა სადაზღვევო, ფარმაცევტული და სამედიცინო კლინიკების ვერტიკალური ინტეგრაცია, რომელიც ხორციელდებოდა მთავრობის წახალისების შედეგად. ბევრ სექტორში საკმაოდ რთული ვერტიკალური სისტემებია, რომელიც თითქოს არსებობს კონკურენციის პირობებში, მაგრამ ერთ კომპანიასთან ურთიერთობა უკვე ნიშნავს არჩევანის შეზღუდვას. მაგალითისთვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ ბანკის, სადაზღვევო კომპანიის, კლინიკის ვერტიკალური ინტეგრაცია, ფარმაცევტული წარმოების და დისტრიბუციის, ფარმაცევტული ქსელის, სადაზღვევო კომპანიის და სამედიცინო კლინიკების რთული ვერტიკალური სისტემები, რომლებიც საკმაოდ დიდი მოთამაშეებად ჩამოყალიბდნენ ეკონომიკაში, აქვთ დომინანტური პოზიციები, ფლობენ საბაზრო ძალაუფლების დიდ წილს და ხშირია შემთხვევები, როდესაც მომხმარებელზე ზემოქმედება ხდება²⁹. აღსანიშნავია რომ, ევროპული კანონმდებლობა მსგავსი ტიპის ინტეგრაციულ სისტემას, რომელიც ერთი ბიზნესჯგუფის ხელშია, ცალსახად კრძალავს. აშშ-ში კი საკმაოდ რთული პროცედურებია გასავლელი გარიგებების დასადასტურებლად.

2.3 კონგლომერატული შერწყმა და გავლენა კონკურენციაზე

კონგლომერატული შერწყმა არის გაერთიანების ფორმა, როდესაც ორი სხვადასხვა პროფილისა და სექტორის მოქმედი კომპანია ერთიანდება. ხშირ შემთხვევაში ისინი არიან ჰოლდინგური კომპანიები, რომლებიც ამსხვილებენ საკუთარ ბიზნესს. მაგალითად, ნავთობგადამამუშავებელი და ფოლადის მწარმოებელი. უკანასკნელ პერიოდში დიდი კამათია გაჩაღებული ე.წ. კონგლომერატულ შერწყმებთან

²⁸ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო 2003–2012“, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, თებერვალი 2012 წ.

²⁹ „ვის ეკუთვნოდა საქართველო 2003–2012“, საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო, თებერვალი 2012 წ.

დაკავშირებით. იგი გულისხმობს ისეთი ფირმების შერწყმას, რომლებიც სრულიად განსხვავებულ პროდუქციას აწარმოებენ. თუ ავტომობილების გამქირავებელ ფირმას შეიძენს ელექტროსაქონლის მწარმოებელი ფირმა, გაიზრდება თუ არა მანქანების გამქირავებელი ფირმის კონკურენტუნარიანობა; გამოიწვევს თუ არა ეს ახალი ურთიერთობების დამყარებას და კონკურენციის შემცირებას ელექტროსაქონლის მწარმოებლებს, მათ მიმწოდებლებსა და იმ გამქირავებელ ფირმებს შორის, რომლებიც ავტომობილების გაქირავების ბაზრის ნაწილს ფლობენ; გამოიწვევს თუ არა კონგლომერატული შერწყმა ფინანსური ძალაუფლების ისეთ კონცენტრაციას, რომელიც კონკურენციაზე მისი ზეგავლენის მიუხედავად ძალიან სახიფათო და არასასურველია. ასეთი პროცესის შეფასებისთვის საკმაოდ მრავალმხრივი კვლევის ორგანიზებაა საჭირო. რადგან კომპანია ერთდროულად რამდენიმე სექტორში ოპერირებს, საჭიროა ეკონომიკაში მისი კონცენტრაციის ხარისხის განსაზღვრა, რეგიონალურ ბაზრებზე მისი პოზიციის და ექსპორტის წილის შეფასება.

საქართველოში კონგლომერატული შერყმის საკითხი აქტუალურია. ბოლო წლებში საბანკო სექტორი იქცა საკმაოდ დიდი ფინანსური რესურსების მქონე ეკონომიკურ სუბიექტებად.

თავი 3. ბაზარზე ეკონომიკური აგენტების კონცენტრაციის მაჩვენებელი

ბაზარზე მოთამაშეების წილების მაჩვენებელი და მათი რაოდენობა ასახავს ბაზრის კონცენტრაციის დონეს. რაც უფრო მცირეა კომპანიების რაოდენობა, მით უფრო მაღალია კონცენტრაციის დონე. კომპანიების რაოდენობასთან ერთად მნიშვნელოვანია მათი ზომა, რაც, ასევე, ასახავს ბაზრის კონცენტრაციის ხარისხს.

კონცენტრაციის ხარისხი გავლენას ახდენს კომპანიების მოქმედებაზე: მაღალი კონცენტრაციის პირობებში კომპანიები სულ უფრო დამოკიდებულები არიან ერთმანეთზე. რა რაოდენობით აწარმოოს პროდუქცია და რა ფასებით - ეს არჩევანი, მყისიერად იწვევს კონკურენტების მხრიდან ადექვატურ რეაქციას. კონცენტრაციის მაღალი მაჩვენებელი კარნახობს კომპანიებს სტრატეგიასაც: იყვნენ კონკურენციაში, თუ ითანამშრომლონ. რაც უფრო მცირეა მოთამაშეთა რაოდენობა, მით უფრო მაღალია ერთმანეთზე დამოკიდებულების მნიშვნელობის გააზრების შანსი და, შესაბამისად, თანამშრომლობის სურვილიც. შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ბაზრის მაღალი კონცენტრაცია ნიშნავს მის უფრო ნაკლებ კონკურენტულობას. კონცენტრაციის მაჩვენებლის განსაზღვრისას მნიშვნელოვანია პასუხი გაეცეს ორ კითხვას: როგორია ბაზრის საზღვრები, რომლის ანალიზსაც ვაკეთებთ; რას ემსახურება კომპანიის მოცულობის მაჩვენებელი იმ ბაზარზე, რომლის ანალიზსაც ვაკეთებთ.

3.1. ბაზრის განსაზღვრის თეორიული და პრაქტიკული საფუძვლები

ბაზარი არის ჩვენი მაკროეკონომიკური ანალიზის მთავარი სამიზნე. ბაზარზე ურთიერთქმედებენ კომპანიები. კვლევისას მნიშვნელოვანია საბაზრო წონასწორობის, ბაზრის დინამიურობის სწორი განსაზღვრებები, რადგან სწორედ ეს განსაზღვრებები ახდენს გავლენას კონკურენციაზე. აქვე უნდა ითქვას, რომ პრაქტიკაში ბაზრის მოცულობის განსაზღვრა და მისი საზღვრების დადგენა საკმაოდ რთულია. X

პროდუქტის ბაზარი არის მყიდველის და გამყიდველის ურთიერთქმედება X პროდუქტზე. თუმცა, ამ პროდუქტში ჩვენ შეგვიძლია ვიგულისხმოთ როგორც ცალკე აღებული ერთი პროდუქტი, ასევე აღნიშნული პროდუქტი მის შემცვლელებთან ერთად. ანალიზისას შეცდომას დავუშვებთ, თუ ბაზრის შეფასებას გავაკეთებთ ბაზრის შევიწროვების მიმართულებით და პროდუქტს განვსაზღვრავთ მხოლოდ მისი ერთგვაროვნების ხარისხით. მაგალითად, თუ ავიღებთ ლიმონათის ბაზარს, აქ ჩვენ შეგვიძლია გვყავდეს ერთი მოთამაშე მონოპოლისტი, მაგრამ თუ ბაზარს გავაფართოვებთ – გამაგრებელი სასამელების კუთხით, ლიმონათის ბაზარზე მოქმედ კომპანიას ბევრი შემცვლელი–კონკურენტი გამოუჩნდება.

მეორეს მხრივ, ანალიზისას შეცდომა შეიძლება იქნეს დაშვებული, თუ ბაზრის გაფართოებას საჭიროზე მეტად გავაფართოვებთ. ორი პროდუქტი მაშინ მიეკუთვნება ერთი და იგივე ბაზარს, თუ ისინი ერთმანეთის შემცვლელები არიან (სუბსტიტუტები). ასეთ შემთხვევაში, მონოპოლიური ძალაუფლება ბაზარზე არ არის სწორად შეფასებული, რადგან პროდუქტები ყოველთვის გასხვავდება ხარისხით, გაყიდვის ადილმდებარეობით, ხელმისაწვდომობით გარკვეული ტიპის მომხმარებლისთვის, ინფორმაციით. თვალსაჩინოებისთვის, დაზღვევის ბაზარზე შეიძლება არსებობდეს ერთი დომინანტი მოთამაშე რომელიმე ერთი პროდუქტის ხარჯზე (მაგალითად, სამედიცინო დაზღვევა), თუმცა სხვა პროდუქტების კომპონენტში (ტვირთები, ქონება და ა.შ) ბაზარი იყოს კონკურენტული. მთლიანად ეკონომიკაც კი შესაძლოა წარმოვიდგინოთ როგორც ერთიანი ბაზარი, სადაც სხვადასხვა პროდუქტები გარკვეული ხარისხით არიან ერთმანეთის შემცვლელები. დასკვნის სახით რომ ვთქვათ, ბაზრის განსაზღვრება პირდაპირ კავშირშია კვლევის მიზანთან. მაგალითად, თუ ქვანახშირის მოპოვებას განვიხილავთ როგორც ენერგეტიკის ბაზრის შემადგენელ კომპონენტს, მაშინ ბაზრის განხილვა მოგვიწევს საკმაოდ ფართო საზღვრებში; მაგრამ თუ ორი ქვანახშირის მომპოვებელი კომპანიის გაერთიანებაზე საუბარი, მაშინ ბაზრის განხილვა აუცილებელია ვიწრო საზღვრებში. ბაზრის საზღვრების დადგენისას გამოიყოფა გასათვალისწინებელი ფაქტორების რამდენიმე სახეობა: სასაქონლო საზღვრები განსაზღვრავს პროდუქტის შესაძლებლობას, რამდენად არიან ისინი

ერთმანეთის შემცვლელეები; დროის საზღვარი განსაზღვრავს პროდუქტის შესაძლებლობას, დროის განმავლობაში რამდენად არის პროდუქტი ჩანაცვლებადი;

3.2 გეოგრაფიული, სასაქონლო და დროის ფაქტორების მნიშვნელობა ბაზრის განსაზღვრისას

ბაზრის მოცულობის განსაზღვრისას მისი სიდიდე ან სიმცირე დამოკიდებულია კონკრეტულ შემთხვევაში პროდუქტის განსაკუთრებულობაზე და ანალიზის მიზანზე. ზოგიერთი პროდუქტისთვის გრძელვადიან პერიოდში დროითი საზღვრები ბევრად ფართოა, ვიდრე პროდუქტისთვის, რომელსაც მიმდინარე მოხმარება აქვს. სამომხმარებლო პროდუქტებს მიუკეთვება უფრო მეტი სახეობა და არჩევანის შესაძლებლობაც მეტია, ვიდრე საწარმოო, ტექნიკური თუ ტექნოლოგიური პროდუქციის შემთხვევაში. აქედან გამომდინარე, საწარმოო–ტექნიკური–ტექნოლოგიური პროდუქტების ბაზარზე მაღალი კონცენტრაციის და დომინანტური მდგომარეობის მიღწევა ბევრად უფრო შესაძლებელია, ვიდრე სამომხმარებლო პროდუქტების შემთხვევაში. ალტერნატიული პროდუქტების შექმნის დრო სამომხმარებლო პროდუქტების ბაზრის შემთხვევაში უფრო მცირეა, ვიდრე საწარმოო–ტექნიკური–ტექნოლოგიური ბაზრის შემთხვევაში. გეოგრაფიული საზღვრების დადგენისას გასათვალისწინებელია მწარმოებლებს შორის კონკურენციის სიმწვავე რეგიონალურ და მსოფლიოს ბაზრებზე და ის ბარიერები, რომლებიც არსებობს რეგიონალურ ბაზრებზე შეღწევისათვის. ერთ–ერთი ყველაზე რთული საკითხია ბაზრის და სექტორის დამოკიდებულებაც. სექტორი არის კომპანიების ერთობლიობა, რომლებიც აწარმოებენ ერთგვაროვან პროდუქტებს, იყენებენ მსგავს რესურსებს და ტექნოლოგიებს. განსხვავება ბაზარს და სექტორს შორის მდგომარეობს შემდეგში: ბაზარში გაერთიანებულია გადახდისუნარიანი მოთხოვნა, სექტორში კი, გამოყენებული ტექნოლოგიების ხასიათი. სექტორში შექმნილი პროდუქტები მეტ–ნაკლებად შეიძლება იყვნენ ერთმანეთის შემცვლელეები, მაგრამ გამორიცხულია იყვნენ აბსოლიტურად დამოუკიდებელი პროდუქტები.

ამერიკელმა მეცნიერმა ჯონ რობინსონმა ბაზარს მისცა განმარტება, რომლის სხვადასხვა ვარიაციები მრავალი ქვეყნის ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკაში გამოიყენება: „ბაზარი მოიცავს ერთგვაროვან პროდუქტებს და მის შემცვლელებს იმ მომენტამდე, სანამ არ იქნება მკვეთრი გარღვევა სასაქონლოს სუბსტიტუტების (შემცვლელები) ჯაჭვში. სუბსტიტუციის ხარისხი იზომება პროდუქტის ელასტიურობით ფასებზე. როგორც კი ფასის ელასტიურობა მცირდება, ჩვენ შეგვიძლია ვისაუბროთ სასაქონლის სუბსტიტუტების ჯაჭვის გარღვევაზე, ანუ ბაზრის საზღვარზე.“

ევროკავშირის ქვეყნებში ბაზრის საზღვრის დადგენისთვის შემდეგი კრიტერიუმები არსებობს:

1. შემოსავლის ცვლილების მაჩვენებელი ფასების ცვლილების პირობებში – იმ შემთხვევაში თუ A პროდუქტზე შემოსავლის ცვლილების მაჩვენებელი ფასების ცვლილების პირობებში გაიზარდა, უნდა შევხედოთ როგორ აისახა ეს კომპანიის შემოსავალზე. თუ შემოსავალი გაიზარდა, ბაზარი შეზღუდულია A პროდუქტით. თუ შემოსავალი შემცირდა, ნიშნავს, რომ ბაზარზე არსებობს მისი შემცვლელი B პროდუქტი. შემდეგ ეტაპზე ხდება B პროდუქტის მოძიება და ანალოგიური მეთოდით გაზომვა, რამდენად არსებობს მესამე შემცვლელი პროდუქტი. აღნიშნული მეთოდით ხდება ბაზრის საზღვრის დადგენა. ეს კრიტერიუმი დაფუძნებულია მოთხოვნის ელასტიურობის მაჩვენებელზე, რომელსაც ფასის ცვლილება განსაზღვრავს.

2. პროდუქტზე ფასების კორელაცია დროში – ფასების მოძრაობის პოზიტიური დინამიკა დროის გარკვეულ პერიოდში (3–10 წლიან პერიოდში) ნიშნავს, რომ პროდუქტს გამოუჩნდა შემცვლელები და ისინი ბაზრის ერთ ფორმატში უნდა იქნეს განხილული. ასე რომ, დროის გარკვეულ პერიოდში პროდუქტი უფრო ელასტიური ხდება. A პროდუქტზე ფასების მომატება დროის გარკვეული პერიოდის შემდეგ იწვევს B პროდუქტზე მოთხოვნის ზრდას. ასეთ შემთხვევაში ბაზრის მონოპოლიზაციაზე მიდგომა უნდა შეიცვალოს და ზედამხედველობა მხოლოდ მოკლევადიან პერიოდში უნდა გაგრძელდეს.

3. ბაზრის გეოგრაფიული შეზღუდულობა – ამ შემთხვევაში კრიტერიუმად შეიძლება ავიღოთ რეგიონალური ბაზარი, რომელიც მოიცავს რამდენიმე ქვეყანას. კონკურენცია მიმდინარეობს რეგიონალურ ბაზარზე, ქვეყნის შიგნით კი კომპანია შესაძლოა, მართლაც იყოს დომინანტი, თუმცა მის მიმართ განხორციელებულმა ქმედებებმა კომპანია რეგიონალურ ბაზარზე გახადოს ნაკლებად კონკურენტუნარიანი. გარდა ამისა, გასათვალისწინებელ ფაქტორებში და კრიტერიუმებში ჩნდება ისეთი საკითხები, როგორც არის ტრანზაქციული ხარჯები (სატრასპორტო, სატარიფო, გადასახადები), სამთავრობო მხარდაჭერა (ექსპორტის გათავისუფლება გადასახადისგან, სუბსიდიები). ბაზრის საზღვრების გამოვლენის შემდეგ მნიშვნელოვანია მოთამაშეების გამოვლენა. რამდენად სწორად არის გამოვლენილი შერჩეულ ბაზარზე კომპანიები, შეიძლება გადამოწმდეს ორი - სპეციალიზაციის მაჩვენებლის და ბაზრის მოცვის მაჩვენებლის მიხედვით.

სპეციალიზაციის მაჩვენებელი – მოცემული პროდუქტის გაყიდვების მოცულობის დამოკიდებულება ყველა სხვა პროდუქტების გაყიდვების მოცულობასთან, ასეთივე მაჩვენებელი შეიძლება დადგინდეს ერთი კომპანიის შემთხვევაშიც.

მოცვის მაჩვენებელი – მოცემული კომპანიის მიერ წარმოებული პროდუქციის გაყიდვების მოცულობის დამოკიდებულება სექტორში სხვა პროდუქციის გაყიდვებთან მიმართებაში და მოცემული პროდუქტის გაყიდვების მოცულობის მიმართება სხვა სექტორებთან მიმართებაში. ამ ორი მაჩვენებლის ხარისხზე მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული კვლევის ხარისხი.

3.3 ბაზრის მონაწილეების დომინანტური მდგომარეობის გამოვლენის რელევანტური პრაქტიკა

3.3.1 კომპანიის ზომის განსაზღვრის მაჩვენებლები

კონცენტრაციის დონის მაჩვენებლის განსაზღვრა ხდება კომპანიის ზომის შეფარდებით ბაზრის სიდიდესთან, რომელზეც ის მოქმედებს. კომპანიის მაღალი წილი განსაზღვრავს

მისი კონცენტრაციის მაღალ მაჩვენებელს ბაზარზე. პრობლემის გადაჭრისას მნიშვნელოვანია პასუხი კითხვაზე: როგორ უნდა განვსაზღვროთ კომპანიის ზომა. ამისათვის არსებობს 4 ძირითადი მაჩვენებელი:

- კომპანიის გაყიდვების წილი მთლიან საბაზრო რეალიზაციაში;
- დასაქმებულების წილი სექტორში დასაქმებულთან მიმართებაში;
- კომპანიის აქტივების წილი ყველა კომპანიის აქტივებთან მიმართებაში, რომლებიც მოქმედებენ საკვლევ ბაზარზე;
- დამატებული ღირებულების წილი ყველა კომპანიის დამატებული ღირებულებების მთლიან მოცულობაში;

მხოლოდ ერთი რომელიმე გზის არჩევის შემთხვევაში კონცენტრაციის შედეგების დადგენისას შედეგები შეიძლება სხვადასხვა აღმოჩნდეს. მაგალითად, მსხვილი კომპანიები ხშირად გამოიყენებენ კაპიტალტევად ტექნოლოგიებს, ამიტომ აქტივების მიხედვით ასეთი კომპანიების კონცენტრაციის ხარისხი უფრო მეტია, ვიდრე დასაქმების, ან გაყიდვების მაჩვენებლის მიხედვით.

კონცენტრაციის ხარისხის განსაზღვრისას უფრო მაღალ შედეგს აჩვენებს ვერტიკალურად ინტეგრირებული კომპანიები. გარდა ამისა, ამ მეთოდის დროს არსებობს დივერსიფიკაციის პრობლემა. კომპანიებისთვის, რომლებიც მოქმედებენ სხვადასხვა ბაზრებზე, რთულია განსაზღვრო დასაქმება, გაყიდვების საერთო მოცულობა, დამატებული ღირებულება და სხვა მაჩვენებლების წილი შესასწავლ ბაზარზე. ზოგჯერ, მსხვილი კომპანიის შემთხვევაში, პირდაპირ აღებულია მისი საერთო ბაზრის წილი ბაზარზე და სწორედ ეს განსაზღვრავს დომინირებულ მდგომარეობას. მაგალითად, რუსეთში მიღებულია ბაზრის 35%, ბრიტანეთში -25% და ა.შ.

კონცენტრაციის ინდექსი

კონცენტრაციის ინდექსი (concentration ratio) არის მსხვილი კომპანიებისთვის საბაზრო წილის მაჩვენებელი ბაზარზე, გამოსახული პროცენტებში.

$$CR_3 = \sum_{i=1}^3 k_i,$$

სადაც, k_i – i არის კომპანიის წილი ბაზარზე გამოხატული %-ით. მაჩვენებელი რაც უფრო უახლოვდება 100%-ს, ბაზრის კონცენტრაცია უფრო მაღალია. უნდა ითქვას რომ, ინდექსი არ ითვალისწინებს საბაზრო სტრუქტურის და სექტორის თავისებურებებს. მაგალითად, თუ ავიღებთ ორ დარგს, სადაც 4 კომპანია აკონტროლებს ბაზრის 60%-ს, მივიღებთ ინდექსის ერთი და იგივე კონცენტრაციის მაჩვენებელს. თუმცა, სექტორები შეიძლება იყოს განსხვავებული და ერთში მოქმედებდეს მხოლოდ - 10, მეორეში კი - 100 კომპანია. ამავდროულად, კომპანიებს შორის ბაზრის წილების ფლობა შეიძლება თანაბარი იყოს, ან განსხვავებული. გარდა ამისა, ინდექსი ვერ ითვალისწინებს ბაზარზე იმპორტის წილს, რაც ბაზრის კონცენტრაციას უფრო მაღალს აჩვენებს. ინდექსის გამოყენება რეკომენდებულია სხვა მაჩვენებელთან კომბინაციაში.

ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსი (HHI)

ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსი განისაზღვრება როგორც ბაზარზე მოქმედი კომპანიების წილების კვადრატების ჯამი.

$$HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad i = 1, \dots, n.$$

თუ ბაზარზე არის მხოლოდ ერთი კომპანია, ინდექსი იღებს შემდეგ მნიშვნელობას: $HHI = 100\%^2 = 10\,000$.

თუ დავითვლით საბაზრო წილებს პროცენტებში, ინდექსი მიიღებს მნიშვნელობას 0–დან 10 000–მდე. რაც უფრო მაღალია ინდექსის მაჩვენებელი, მით უფრო მეტია საბაზრო კონცენტრაცია. 1982 წლიდან აშშ–ს ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკაში ჰერფინდალ–

ჰირშმანის ინდექსი მთავარი ორიენტირის როლს ასრულებს. მისი უპირატესობა მდგომარეობს იმაში, რომ შეუძლია ცხადი რეაგირება კომპანიებს შორის წილების გადანაწილებაზე.

ცხრილში მოცემულია *ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსის დინამიკა* უმსხვილესი კომპანიების საბაზრო წილების ცვლილების დროს. თუ ყველა კომპანიის წილები ერთნაირია, მაშინ $HHI = 1/n$. მსხვილი კომპანიების წილის ზრდა 40%-დან 70%-მდე იწვევს ინდექსის ზრდას უფრო მეტად, ვიდრე ეს არის 1-დან 30%-მდე. (0.16-დან – 0.49-მდე/0.0001-დან 0.09-მდე). ეს ზრდა ადექვატურად ასახავს მონოპოლიური ძალაუფლების გაძლიერებას, როდესაც მსხვილი კომპანია კიდევ უფრო ზრდის საბაზრო წილებს. *ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი* იძლევა ინფორმაციას შედარებით შესაძლებლობებზე, როგორ მოქმედებენ კომპანიები ბაზარზე სხვადასხვა საბაზრო პირობებში. მაგალითად, კონკურენტულ გარემოში კომპანია, რომელიც აკონტროლებს ბაზრის 50%, იდენტურია იმ მდგომარეობის, როდესაც ბაზარზე არის 4 ბაზრის მაკონტროლებელი ოლიგოპოლისტი; ან კომპანია, რომელიც აკონტროლებს ბაზრის 70%-ს, ბაზარზე დუოპოლიის, ანუ 2 მაკონტროლებელი კომპანიის არსებობის იდენტურია.

თუ ბაზარზე მოქმედებს რამდენიმე კომპანია, ინდექსი იღებს სხვადასხვა მნიშვნელობას. ამერიკული გამოცდილების მიხედვით, თუ $HHI < 1000$, ბაზარი ითვლება არაკონცენტრირებულად და გაერთიანებები დაშვებულია. თუ $1000 < HHI < 1800$ ბაზარი საშუალოდ კონცენტრირებულია, 1400-იან მაჩვენებელზე ზემოთ რეკომენდირებულია დამატებითი შემოწმებების და მონიტორინგის გამხორციელება. თუ $HHI > 1800$, მაშინ ბაზარი მაღალკონცენტრირებულია. ასეთ შემთხვევაში, თუ ინდექსი 50 პუნქტზე მეტით არ იზრდება, ორი კომპანიის გაერთიანება შესაძლებელია, თუ ინდექსი იზრდება 50-დან 100 -მდე შუალედში, უნდა მოხდეს დამატებითი მონიტორინგი. 100 პუნქტზე მაღალი მაჩვენებლის შემთხვევაში კი, გაერთიანება იკრძალება. სხვადასხვა ქვეყნების ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკაში აქტიურად გამოიყენება ინდექსი მცირედი კორექტირებით, კერძოდ, შეცვლილია კონცენტრაციის მაჩვენებლები. მაგალითად,

რუსეთში ჰერფინდალ–ჰირშმანის და კონცენტრაციის ინდექსები გამოიყენება კომბინაციაში. თუ $CR_3 < 45\%$, $HHI < 1000$ კონცენტრაცია მიიჩნევა ნორმალურ დონედ; თუ $45\% < CR_3 < 70\%$, $1000 < HHI < 2000$, კონცენტრაცია ითვლება საშუალო დონედ, მაღალი კონცენტრაციის ხარისხი იმ შემთხვევაშია თუ, $CR_3 > 70\%$, $HHI > 2000$.

ცხრილი N1: დამოკიდებულება ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსს და დომინანტი კომპანიის საბაზრო წილს შორის³⁰

კომპანიის წილი (%)	ინდექსის მაჩვენებელი
0.01	0.0001
0.10	0.01
0.20	0.04
0.30	0.09
0.40	0.16
0.50	0.25
0.60	0.36
0.70	0.49
0.80	0.64
0.90	0.81
1.00	1.00

,

³⁰ წყარო: The United States, Departments of Justice, წელი?

ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსის მნიშვნელობა პირდაპირ კავშირშია დისპერსიის მაჩვენებელთან (მონაცემთა გაფანტულობის საზომი), რომელიც ასახავს კომპანიების წილებს ბაზარზე. ამდენად:

$$HHI = ns^2 + \frac{1}{n},$$

სადაც, n არის კომპანიების რაოდენობა ბაზარზე; s^2 - დისპერსიის მაჩვენებელი ბაზარზე, კომპანიების წილები უტოლდება $s^2 = \sum_{i=1}^n (Y_i - Y)^2 / n$; Y არის კომპანიის საშუალო წილი ბაზარზე, რომელიც უდრის $1/n$.

მოცემული ფორმულა საშუალებას იძლევა გამოვყოთ ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსის გავლენა კომპანიების რაოდენობაზე და მათ შორის ბაზრის განაწილებაზე. თუ ყველა კომპანია ბაზარზე თანაბარ წილს აკონტროლებს, მაშინ დისპერსია იქნება 0-ის ტოლი. კომპანიების რაოდენობის უცვლელობის პირობებში რაც მაღალია ინდექსი, მით უფრო მეტია სხვაობა კომპანიის წილებს შორის.

თუმცა, ლოგარითმების გაფანტულობა არ იძლევა კომპანიების ზომის დახასიათების საშუალებას. ბაზარზე, სადაც ერთიდაიგივე წილის მქონე 2 მოთამაშეა და ბაზარზე, სადაც 100 მოთამაშეს თანაბარი წილები აქვთ, გაფანტულობის მაჩვენებელი 0 -ის ტოლი იქნება. ამდენად, ამ მეთოდის გამოყენება მხოლოდ დამხმარე საშუალებაა შედეგის მისაღებად.

ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსი საკმაოდ სიღრმისეულ ინფორმაციას იძლევა ეკონომიკაში მონოპოლიური ძალაუფლების განსაზღვრის და მისი ცვლილების, მონოპოლიური ძალაუფლების და ეკონომიკური მოგების სიდიდის შესახებ.

გარდა ამისა, ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსი, როგორც კონცენტრაციის დონის მაჩვენებელი, კავშირშია ლარნერის მონოპოლიური ძალაუფლების მაჩვენებელთან. მას ხშირად იყენებენ ეკონომიკური კვლევების დროს. მაკროეკონომიკაში ლარნერის მაჩვენებელი არის სიდიდე, რომლის დროსაც ფასი უფრო მაღალია, ვიდრე ზღვრული ხარჯები:

$$L = P - \frac{MC}{P} = -\frac{1}{e_D}$$

სადაც, e_D – მოცემული კომპანიის მოთხოვნის ელასტიურობაა ფასთან მიმართებაში.

იგი გამოიყენება სრულიად მონოპოლიური ან ოლიგოპოლიური ბაზრის შეფასებისას.

ცალკეული კომპანიის შემთხვევაში ლარნერის ინდექსი გამოითვლება შემდეგი ფორმულით:

$$L_i = -k_i / e_D,$$

სადაც, k_i – კომპანიის საბაზრო წილი; e_D – საბაზრო მოთხოვნის ელასტიურობის მაჩვენებელი.

ინდექსის საშუალო მაჩვენებელი სექტორის შემთხვევაში იქნება:

$$L = -HHI / e_D.$$

არსებობს, ასევე, ლარნერის ინდექსის დამოკიდებულება კონცენტრაციის ხარისხთან კომპანიების შეთანხმებული საფასო პოლიტიკის პირობებში:

$$\text{კომპანიის შემთხვევაში} - L_i = -b / e_D - (1 - b) k_i / e_D;$$

$$\text{სექტორის შემთხვევაში} - L = -b / e_D - (1 - b) HHI / e_D,$$

სადაც, b არის კომპანიების შეთანხმებული საფასო პოლიტიკის მაჩვენებელი, მისი მნიშვნელობა შესაძლოა იყოს 0–დან 1–მდე, 1 - შეესაბამება კარტელური შეთანხმების მდგომარეობას.

ენტროპიის, ლინდის და ჯინის ინდექსები

ენტროპიის ინდექსი აჩვენებს იმ სიდიდის ლოგარითმის მნიშვნელობას, რომელიც საბაზრო წილის საწინააღმდეგოა და ეს მნიშვნელობა ფირმების საბაზრო წილის მიხედვითაა შეწონილი:

$$E = \sum_{i=1}^n Y_i \ln \frac{1}{Y_i}.$$

ენტროპიის კოეფიციენტი წარმოადგენს კონცენტრაციის საწინააღმდეგო მაჩვენებელს, რაც მაღალია მისი მაჩვენებელი, მით უფრო დაბალია კომპანიის კონცენტრაციის ხარისხი ბაზარზე.

ლინდის ინდექსი

იგი გამოიყენება ევროკავშირში. ინდექსი, ისევე როგორც კონცენტრაციის ინდექსი, გამოითვლის საბაზრო მდგომარეობას ბაზარზე რამდენიმე მსხვილი მოთამაშესთვის.

ორი მსხვილი კომპანიისთვის ის უტოლდება მათი პროცენტულ წილებს ბაზარზე:

$$I_L = \frac{k_1}{k_2} \times 100\%.$$

თუ $k_1 = 50\%$, $k_2 = 25\%$, მაშინ $I_L = 200\%$.

სამი უმსხვილესი კომპანიისთვის ინდექსი გამოითვლება შემდეგი ფორმულით:

$$I_L = \frac{1}{2} \left[\frac{k_1}{(k_2 + k_3)/2} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{k_3} \right] \times 100\%.$$

4 კომპანიისთვის:

$$I_L = \frac{1}{3} \left[\frac{k_1}{(k_2 + k_3 + k_4)/3} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{(k_3 + k_4)/2} + \frac{(k_1 + k_2 + k_3)/3}{k_4} \right] \times 100\%.$$

ჯინის ინდექსი

ჯინის ინდექსი წარმოადგენს სტატისტიკურ მაჩვენებელს:

$$G = \frac{1}{2(n-1)} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |Y_i - Y_j|,$$

სადაც, Y_i არის წარმოების მოცულობა i კომპანიის; Y_j - წარმოების მოცულობა j კომპანიის; n - კომპანიების სრული რაოდენობა. ჯინის ინდექსის მოსახერხებელი ილუსტრაციისთვის გამოიყენება ლორენცის მრუდი, რომელიც ასახავს რაიმე ნიშნის განაწილების უთანაბრობას. ბაზრის კონცენტრაციის შემთხვევაში კი აჩვენებს ურთიერთდამოკიდებულებას ბაზარზე კომპანიებს შორის პროცენტული (%) სხვაობით და წილებს ბაზარზე.

3.3.2 კონცენტრაციის მაჩვენებლების შეფასება

ეკონომიკურ თეორიაში და პრაქტიკაში სექტორში კონცენტრაციის მაჩვენებლის დონის ერთი შეფასების კრიტერიუმი არ არსებობს. სხვადასხვა კვლევებისა და მიზნებისთვის შეიძლება გამოყენებულ იქნეს კომპანიების კონცენტრაციის განსხვავებული მაჩვენებლები. იდეალური კონცენტრაციის მაჩვენებლის განსაზღვრისთვის უნდა დავიცვათ შემდეგი მოთხოვნები:

- კონცენტრაციის მაჩვენებელი დაითვალოს არა n რაოდენობის კომპანიებისთვის ბაზარზე, არამედ k კომპანიებისთვის, როდესაც $k < n$ და როდესაც, კომპანიები რანჟირებული არიან საბაზრო წილის კლების მიხედვით. თუ მოთამაშეების კონცენტრაცია A ბაზარზე მაღალია, ვიდრე B ბაზარზე, იდეალური მაჩვენებლის მნიშვნელობა A ბაზარზე უფრო მაღალი იქნება, ვიდრე n -ისმიერი k -ს შემთხვევაში;
- თუ მსხვილი კომპანიის წილი იზრდება მცირე კომპანიების ხარჯზე, ბაზარზე კონცენტრაციის მაჩვენებელი იზრდება;
- ახალი კომპანიის შემოსვლა ბაზარზე იწვევს კონცენტრაციის მაჩვენებლის შემცირებას;
- გაერთიანება და „შთანთქმა“ ზრდის კონცენტრაციის მაჩვენებელს;

დასკვნის სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ განხილული მოდელებიდან ამ მოთხოვნებს ყველაზე სრულყოფილად პასუხობს ჰერფინდალ–ჰირშმანის და ენთროპიის ინდექსები.

3.3.3 ბაზრის ორი მიდგომა

ბაზრის ორ მიდგომაში იგულისხმება: 1. ბაზარი - პროდუქტი და ბაზარი - რეგიონი, 2. შემცვლელელებზე მსყიდველობითუნარიანობა.

ილუსტრაციისთვის შეგვიძლია ერთმანეთს შევადაროთ ორი სხვადასხვა ბაზარი: სინთეტიკური კაუჩუკის და რძის პროდუქტების ბაზარი. პირველ შემთხვევაში ბაზარი – პროდუქტი და ბაზარი - რეგიონის მიდგომები ნაკლებად ელასტიურია, ვიდრე მეორე შემთხვევაში და ეს პროდუქციის სპეციფიურობით არის განპირობებული. სინთეტიკური კაუჩუკის წარმოება მაღალტექნოლოგიური პროცესია, მისი შემცვლელელების რაოდენობა ცოტაა, ტრანსპორტის დანახარჯების გავლენა მცირეა, ახალი პროდუქციის შექმნა ინვესტიციატევადია. შესაბამისად, ასეთი ბაზრის განხილვის დროს კონცენტრაციის მაჩვენებელი და მისი ზრდის შანსი უფრო მაღალია.

რძის პროდუქტების ბაზრის შემთხვევაში ორივე, ბაზარი – პროდუქტი და ბაზარი - რეგიონი ელასტიურობით ხასიათდება. პროდუქტი მრავალფეროვანია და მოიცავს შემცვლელელების დიდ რაოდენობას. გარდა ამისა, გეოგრაფიულად რაც უფრო ფართოვდება ბაზარი, იზრდება კონკურენცია, წარმოება ძირითადად კონცენტრირებულია მომხმარებელთან ახლოს და ტრანსპორტირების, ან სხვა ტრანზაქციული ხარჯების გავლენა ფასებზე ელასტიურად აისახება. ბაზარზე შესვლა ბევრად მარტივია და არ მოითხოვს მნიშვნელოვან ინვესტიციებს. შესაბამისად, ასეთ ბაზარზე კონცენტრაციის მაღალი მაჩვენებლის მიღწევა საკმაოდ რთულია. წარმოდგენილი ანალიზი კიდევ ერთხელ ადასტურებს ზემოთ მოყვანილ დასკვნას – სამომხმარებლო პროდუქტების ბაზარი (პირველადი) ბევრად უფრო კონკურენტული და ელასტიურია, ვიდრე სამრეწველო და ტექნიკური (მეორადი) პროდუქტების წარმოების ბაზრები. დასკვნის სახით რომ ვთქვათ, კონცენტრაციის მაღალი ხარისხის

და დომინანტური მდგომარეობის მოპოვება მეორე შემთხვევაში ბევრად მარტივია, ვიდრე პირველ შემთხვევაში.

3.3.4 კონცენტრაციის მაჩვენებელი და საგარეო ვაჭრობის ფაქტორი

ღია ეკონომიკის და საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციის პირობებში საგარეო ვაჭრობის ფაქტორი მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კონკურენციაზე, ამცირებს კონცენტრაციის ხარისხს და მონოპოლიურ ძალაუფლებას სექტორში. ქართულ სინამდვილეში ძალიან კარგი მაგალითია ავიაგადაზიდვების ბაზარი. 1999 წელს საქართველოს ავიაბაზარზე, რომელიც რეგულაციის და ეროვნული ავიაკომპანიის დაცულობის მაღალი ხარისხით გამოირჩეოდა, კონცენტრაციის ხარისხი მაღალი იყო. მონოპოლიური ძალაუფლება ჰქონდა ეროვნულ ავიაგადაზიდვას „აირზენა“, რომელიც კარნახობდა ბაზარს ავიაბილეთების ტარიფებს, ავიაბაზარზე ოპერირებდა 10-მდე ავიაკომპანია. 2005 წლიდან იწყება ავიაბაზრის ლიბერალიზაცია და პირობების გათანაბრება ადგილობრივი და უცხოური ავიაკომპანიებისთვის, ლიბერალიზაციამ მნიშვნელოვნად შეამცირა კონცენტრაციის ხარისხი და „აირზენას“ მონოპოლიური ძალაუფლება. დღეს ბაზარზე ოპერირებს 27 ავიაკომპანია და ფასები შემცირებულია თითქმის 50%-ით, რეისების რაოდენობა გაზრდილია 8-ჯერ. თუ 1999 წელს ბაზარზე ლიდერი ავიაკომპანიის წილი მგზავრთნაკადის მიხედვით იყო 60% (სულ 150 ათასი მგზავრი წელიწადში), 2013 წლის მონაცემებით ლიდერი კომპანიის წილი არის 15%, მეორე ადგილზე გასულის კი - 8%. (სულ 1.8 მლნ. მგზავრი წელიწადში).³¹

თუმცა, ვაჭრობის ლიბერალიზაციას შეიძლება ჰქონდეს საწინააღმდეგო ეფექტიც. კომპანია, რომელიც აქტიურად მუშაობს საექსპორტო ნაკადებზე, შიდა ბაზარზე განიცდის მოქმედების ეფექტურობის შემცირებას, ფასების ზრდას და ადგილი აქვს ფასობრივ დისკრიმინაციებს. ბაზარზე, სადაც არის იმპორტის (ექსპორტის) დიდი წილი, თუ კონცენტრაციის მაჩვენებელი და ადგილობრივი მოთამაშეების საბაზრო წილები გამოყოფილია საერთაშორისო კონკურენციის გათვალისწინების გარეშე, შეიძლება

³¹ ბიზნეს პორტალი GBC, 16.04.2014

არასწორად იყოს შეფასებული კონცენტრაციის ხარისხი და საბაზრო ძალაუფლება. ამდენად, მონაცემები აუცილებლად უნდა დაკორექტირდეს იმპორტის (ექსპორტი) სიდიდის მიხედვით. საგარეო ვაჭრობის გათვალისწინებით კონცენტრაციის ხარისხის გამომთვლელი ფორმულა მიიღებს შემდეგ სახეს:

$$CR_k = \frac{\sum_{i=1}^k (Y_i - X_i)}{\sum_{i=1}^n (Y_i - X_i) + M},$$

სადაც, Y_i არის ადგილობრივი k რაოდენობის უმსხვილესი მწარმოებლებიდან i კომპანიის გაყიდვების მოცულობა; X_i - k უმსხვილესი მწარმოებლებიდან i კომპანიის ექსპორტის მოცულობა; N – სექტორში კომპანიების რაოდენობა; M – სექტორის მთლიანი ექსპორტი.

რაც უფრო მაღალია ინდექსის მაჩვენებელი, მით უფრო მაღალია სექტორში კონცენტრაციის ხარისხი საგარეო ვაჭრობის გათვალისწინებით და ის აუცილებლად იქნება განსხვავებული საგარეო ვაჭრობის მაჩვენებლის გარეშე მიღებული შედეგისგან (იქნება უფრო დაბალი).

თავი 4. კონკურენციული პოლიტიკის ისტორია და თანამედროვე პრაქტიკა

ეფექტური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის მიზნებია:

- წარმოების ეფექტურობის და რესურსების განაწილება ეკონომიკაში;
- არასასურველი საბაზრო სტრუქტურების, ეკონომიკური აგენტების არაკეთილსინდისიერი ქმედებების აღკვეთა და პრევენცია;
- მცირე კომპანიების დახმარება, იყვნენ თანაბარ კონკურენციაში მსხვილ ბიზნესჯგუფებთან.

აღნიშნული მიზნები ყველა ქვეყნის ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობაშია ჩადებული, თუმცა, მის მიღწევას სხვადასხვა მექანიზმებით და მიდგომებით ცდილობენ. საკვლევი პრობლემატიკიდან გამომდინარე, აუცილებელია შევხვოთ რამდენიმე განვითარებული ქვეყნის გამოცდილებას, რომელიც გამოირჩევა კონკურენციის მხარდაჭერის და ანტიმონოპოლიური რეგულირების ეფექტური სისტემით.

4.1 კონკურენციული პოლიტიკა და თანამედროვე პრაქტიკა განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში

ამერიკის შეერთებული შტატები

აშშ-ში ფუნქციონირებს კონკურენციული ეკონომიკის უზრუნველმყოფი სამი ძირითადი კანონი: 1) „შერმანის“ (1890 წ.), 2) „კლეიტონის“ (1914 წ.) და 3) „ვაჭრობის ფედერალური კომისიის შესახებ“ (1914 წ.). აშშ-ში ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის მიზანია, განსაზღვროს ეკონომიკური აგენტების ქმედებები კონკურენციაზე ზემოქმედების თვალსაზრისით. აშშ-ში ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკას ახორციელებენ ფედერალური და ადგილობრივი სასამართლოები, იუსტიციის სამინისტროს

ანტიტრესტული განყოფილება (კანონმდებლო ორგანო), ვაჭრობის ფედერალური კომისია (აღმასრულებელი ორგანო).

მთავარ საკანონმდებლო დოკუმენტებად მიღებულია:

- შერმანის აქტი (1890), რომელიც კრძალავს ტრესტებს, მონოპოლიურ გაერთიანებებს და მონოპოლიური საქმიანობის პრაქტიკას. დოკუმენტის მიხედვით, შტატებს შორის საქმიანობის მონოპოლიზაცია, ანტიკონკურენტული ქმედებები ითვლება სისხლის სამართლის დანაშაულად და ითვალისწინებს თავისუფლების აღკვეთას 3 წლის ვადით, ამავედროულად - ჯარიმას 1 მლნ. აშშ დოლარის მოცულობით. ფიზიკური პირისთვის კი ჯარიმა 100 ათას აშშ დოლარამდეა. მონოპოლიად აშშ-ში ითვლება კომპანია, რომელსაც გააჩნია ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა.
- კლეიტონის აქტი (1914), რომელიც აქცენტს აკეთებს კონკურენტულ გარემოზე, კრძალავს ისეთი ტიპის გაერთიანებას, რომელიც საფრთხეს უქმნის კონკურენციას. აქტის მოქმედების ძირითადი სამიზნე ჰორიზონტალური ტიპის გაერთიანებებია.
- რობინსონ-პეტმანის აქტი (1936), კრძალავს ფასობრივ დისკრიმინაციას; აქტის მიზანია მტაცებლური ფასდადების პრაქტიკის აკრძალვა. თუ ფასები უფრო დაბალია ვიდრე საშუალო წარმოების ხარჯები, ეს ზიანს აყენებს კონკურენტულ ბაზარს და კანონი ასეთი ტიპის ქმედებებისგან ბაზრის დაცულობას ითვალისწინებს.

გარდა ამისა, არსებობს რიგი ცვლილებების და შესწორებების პაკეტი, რომლებიც სხვადასხვა ამოცანის გადაჭრას ემსახურება. კლეიტონის კანონში 1976 წელს შეტანილმა ცვლილებამ (იგივე „ხარტ-სკოტ-როდინოს“ კანონი) დაავალდებულა ეკონომიკური აგენტები, წინასწარ შეატყობინონ იუსტიციის სამინისტროს ანტიტრესტულ დეპარტამენტს და ფედერალური ვაჭრობის კომისიას მოსალოდნელი შერწყმების შესახებ. აშშ-ში მოქმედი ანტიტრესტული კანონმდებლობის თანახმად კომპანიათა

შერწყმის კონტროლი ხორციელდება წინასწარი ნოტიფიკაციების (შეტყობინების) სისტემის ბაზაზე (კანონის The Hart Scott-Rodions Act შესაბამისად), განხილვის შედეგებიდან გამომდინარე, ანტიტრესტული ორგანოების მიერ იკრძალება შერწყმები, რომლებიც იწვევენ, ან შეიძლება გამოიწვიონ კონკურენციის შეზღუდვა, ან მონოპოლიების შექმნა.

„კლეიტონის“ კანონის მე-2 მუხლი უფრო სრულყოფილი გახდა (შეტანილ იქნა ცვლილება) 1936 წელს მიღებული „რობინსონ-პატმანის“ კანონით, რომელიც ნაკარნახევი იყო მსხვილი საცალო ვაჭრობის ქსელის (განსაკუთრებით სასურსათო მაღაზიების) მფლობელთა ქმედებებით და იცავდა მცირე ბიზნესს მათი ნეგატიური ზეგავლენისგან.

თავის მხრივ, „შერმანისა“ და „კლეიტონის“ კანონები, გარდა სასამართლო დადგენილებებისა, შეივსო „ვაჭრობის ფედერალური კომისიის შესახებ“ კანონით³², რომელიც ძალაში შევიდა 1914 წელს. კანონში მნიშვნელოვანი ცვლილებები იქნა შეტანილი 1938, 1973 და 1975 წლებში. 1975 წელს შეტანილი ცვლილების შესაბამისად, „კონკურენციის არასწორი მეთოდების გამოყენება ვაჭრობაში, არასამართლიანი და მოტყუებითი აქტები ვაჭრობაში ცხადდება უკანონოდ“.

აშშ-ში „შერმანის“, „კლეიტონისა“ და „ვაჭრობის ფედერალური კომისიის შესახებ“ ძირითადი ანტიტრესტული კანონების გარდა კიდევ არსებობს შესაბამისი საკანონმდებლო აქტები, რომლებიც მთლიანობაში შეადგენს ანტიტრესტული კანონმდებლობის ნაწილს. ანტიტრესტულ კანონმდებლობას მიეკუთვნება, ასევე, ის საკანონმდებლო აქტები, რომლებიც ითვალისწინებს ანტიტრესტული კანონმდებლობის საერთო წესებიდან გამონაკლისებს („ბუნებრივი მონოპოლიები“) და ის ნორმატიული აქტები, რომლებიც მიღებულია უწყებრივი რეგულირების დონეზე და მიზნად ისახავს ბაზრის მონაწილეებისათვის ანტიტრესტული კანონმდებლობის გამოყენების წესის განმარტებას.

³² Federal Trade Commission Act, 1914.

კონკურენციის კანონმდებლობიდან გამონაკლისების დაშვების ბლოკი მოიცავს საგარეო ეკონომიკური თანამშრომლობის სფეროსაც. კერძოდ, „ვებ-პომერენის“ 1918 წლისა და „საექსპორტო კომპანიების შესახებ“ 1982 წლის კანონები ითვალისწინებს საექსპორტო კომპანიების რეგისტრაციას და უშვებს მათი მონოპოლიური საქმიანობის განხორციელებას საექსპორტო ვაჭრობაში.

ფედერალურ დონეზე აშშ-ში ანტიტრესტული (კონკურენციის შესახებ) კანონმდებლობით გათვალისწინებული დებულებების შესრულების კონტროლს ახორციელებს აშშ-ს ვაჭრობის ფედერალური კომისია და აშშ-ს იუსტიციის სამინისტროს ანტიტრესტული კანონმდებლობის დეპარტამენტი. მათ ფუნქციებში შედის ბაზრის მონოპოლიზაციის თავიდან აცილება, კონკურენციის შენარჩუნება და მხარდაჭერა. აღნიშნული აღმასრულებელი ორგანოები უფლებამოსილნი არიან გამოსცენ კანონქვემდებარე აქტები, რომელთაგან ერთი ნაწილი არის სახელმძღვანელო (სავალდებულო შესასრულებლად), ხოლო მეორე წარმოადგენს სარეკომენდაციო ხასიათის აქტებს. გადაწყვეტილება, ძირითადად, მიიღება შედარების საფუძველზე. კერძოდ, რა პოზიტიური ან ნეგატიური შედეგები შეიძლება გამოიწვიოს ანტიკონკურენტულმა ქმედებამ ბაზარზე. სასამართლოები კომპანიათა სტრატეგიისა და საზოგადოებაზე მისი პოტენციური უარყოფითი ზემოქმედების ანალიზისას ხელმძღვანელობენ „გონივრული სამართლიანობის“ პრინციპით.

აკრძალულია შემდეგი ტიპის ქმედებები:

- ფასების ჰორიზონტალური ფიქსირება;
- ჰორიზონტალური შეთანხმებები;
- ჯგუფური ბოიკოტირება (კომპანიების გაერთიანება მესამე მხარის წინააღმდეგ;
- შეთანხმება ურთიერთგაყიდვების და შესყიდვების შესახებ;
- არასწორი ინფორმაციის გავრცელება პროდუქტის შესახებ;
- ფასების ვერტიკალური რეგულირება;
- გაყიდვებზე და შესყიდვებზე ექსკლუზიური კონტრაქტები.

სექტორული პოლიტიკის განხორციელებისას აშშ-ში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა კომპანიების გაერთიანებას და „შთანთქმის“ პროცესების განსაზღვრის კრიტერიუმების ჩამოყალიბებას: რა უნდა იყოს ის ზღვარი, რომლითაც ასეთი ტიპის ურთიერთქმედება დაუშვებელი იქნება. ჰორიზონტალური გაერთიანებები დაუშვებელია იმ შემთხვევაში, თუ ორი კომპანიის წილი ბაზარზე შეადგენს შემდეგს:

ცხრილი N2: გაერთიანების აკრძალვა აშშ-ში. მაღალკონცენტრირებული სექტორები (CR4>75%)³³

შემსყიდველი კომპანია %	შესასყიდი კომპანია %
4	4 და მეტი
10	2 და მეტი
15	1 და მეტი

ცხრილი N3: დაბალკონცენტრირებული სექტორები (CR4<75%)³⁴

შემსყიდველი კომპანია %	შესასყიდი კომპანია %
5	5 და მეტი
10	4 და მეტი
15	3 და მეტი

³³ წყარო: The United States, Departments of Justice

³⁴ წყარო: The United States, Departments of Justice

20	2 და მეტი
25	1 და მეტი

ბაზრის კონცენტრაციის დონის განსასაზღვრად აშშ-ში 1982 წლიდან დანერგილია ჰერფინდალ – ჰირშმანის ინდექსი (HH1), რომლის დეტალურ ანალიზსაც ჩვენ დისერტაციის შემდეგ თავში შემოგთავაზებთ. ჩვენ სწორედ ამ მეთოდს ვეყრდნობით საქართველოში სხვადასხვა სექტორების კონცენტრაციის მაჩვენებლის გამოსაკვლევად.

ანტიკონკურენტულად ითვლება ჰერფინდალ – ჰირშმანის ინდექსი (HH1) 1000–დან 1800 მაჩვენებელს შორის. თუ გარიგება ამ ინდექსს ზრდის 100 პუნქტით, ნიშნავს რომ ბაზრის მონოპოლიზაციის საფრთხე არსებობს. თუ სექტორის შეფასება აღემატება 1800 ქულას, ამ შემთხვევაში 50 ქულით ზრდა განაპირობებს მონოპოლიზაციის შესაძლებლობებს. თუ ჰერფინდალ–ჰირშმანის ინდექსი არის 1000 ქულაზე ნაკლები, ბაზარი ითვლება დაბალ კონცენტრირებულად და მისი რეგულირება არ ხდება.

აშშ-ში ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა მოიცავს ბაზრის სწორი ინფორმაციული უზრუნველყოფის სისტემას. კომპანიები ხშირად გაყიდვების სტიმულირების მიზნით ავრცელებენ ინფორმაციას, უშვებენ ექსპერიმენტულ პროდუქტებს, ახორციელებენ მოკლევადიან სპეკულაციურ ოპერაციებს. ასეთ შემთხვევაში სახელმწიფო მარეგულირებელი ინსტიტუტების არსებობა აშშ-ს კანონმდებლობის მიხედვით გამართლებულია. მაგალითად, სტანდარტების მარეგულირებელი, პრეპარატების საზედამხედველო სტანდარტები, მომხმარებელთა ასოციაციები, ხარისხიანი პროდუქტების მწარმოებლების გართიანებები. ასეთი ტიპის ინსტიტუტები გავლენას ახდენენ კომპანიების მოქმედებებზე.

ევროკავშირი და იაპონია

ევროპაში ანტიმონოპოლიური პოლიტიკას ახასიათებს შემდეგი თავისებურებები:

1. მონოპოლიების აკრძალვა ევროპაში გავრცელებული არ არის;
2. ძირითადად ხორციელდება მონოპოლიების და დომინანტური კომპანიების რეგულირება. მონოპოლია განხილულია როგორც სუბიექტი, რომელიც კონკურენციაში შედის სხვადასხვა სექტორებთან. პროგნოზულად განიხილება მისი საქმიანობა, თუ ის ახორციელებს პროდუქტების განვითარებას, წარმოების ეფექტურობის ზრდას, პროდუქტების დივერსიფიცირებას და დიფერენცირებას, რაც, თავის მხრივ, აფართოებს მომხმარებლის არჩევანის შესაძლებლობებს და ახორციელებს ახალ ტექნოლოგიურ კვლევებს;
3. გამოიყენება „ეფექტური კონკურენციის“ კონცეფცია, რაც გულისხმობს ეკონომიკის სტრუქტურულ მოწყობას და სექტორულ განვითარებას.

მთავარი დოკუმენტი ევროკავშირში არის „რომის შეთანხმება“. მართალია იგი მოიაზრება პოლიტიკურ დოკუმენტად, მაგრამ:

- კრძალავს კარტელებს და სხვა შემზღვეველ შეთანხმებებს კომპანიებს შორის; განიხილავს ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების მცდელობებს;
- აკონტროლებს კომპანიების გაერთიანების პროცესს, კრძალავს გაერთიანებებს, რომელთაც შესაძლოა შექმნან ბაზარზე დომინანტი კომპანია;
- აკრძალულია სახელმწიფო მხარდაჭერა კომპანიებისთვის, რომელიც გავლენას ახდენს ქვეყნებს შორის ვაჭრობაზე, გარდა იმ შემთხვევებისა, თუ ასეთი მხარდაჭერით კარტელი ან დომინანტი კომპანია უზრუნველყოფს ტექნიკურ ან ეკონომიკურ პროგრესს და პოზიტიურად მოქმედებს მომხმარებელზე.

ევროპის ეკონომიკური გაერთიანების შესახებ ხელშეკრულება, რომელიც ძირითადად „რომის შეთანხმების“ სახელწოდებითაა ცნობილი, ძალაში შევიდა 1958 წლის 1 იანვრიდან და მის საფუძველზე ბრიუსელში ჩამოყალიბდა ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის კომისია.

„რომის შეთანხმებით“ გათვალისწინებული იყო წევრი სახელმწიფოების უფრო მჭიდრო ეკონომიკური ინტეგრაცია, რომელიც თავდაპირველად დაიწყო თავისუფალი სავაჭრო ზონით, მოგვიანებით იგი საბაჟო კავშირში გადაიზარდა. 1993 წლის 1 იანვრიდან უკვე შეიქმნა ერთიანი ევროპული საერთო ბაზარი ეკონომიკური ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში საერთო წესებითა და კანონმდებლობით, რამაც სულ სხვა სიბრტყეზე გადაიტანა ამ ქვეყნებს შორის არსებული ეკონომიკური თანამშრომლობის ასპექტები.

მოგვიანებით, ევროკავშირის გაფართოებისა და მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკური ცვლილებების ფონზე, გაერთიანების წევრი სახელმწიფოების მიერ მომზადდა უკვე ახალი ხელშეკრულების პროექტი, რომელსაც 1997 წლის 2 ოქტომბერს მოეწერა ხელი ამსტერდამში. გაფართოვდა თანამშრომლობის მექანიზმები კონკურენციის კანონმდებლობის დაცვის სფეროში.

კონკურენციის პოლიტიკა წარმოადგენს ევროკავშირის ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითად შემადგენელ ნაწილს (მიმართულებას), რომელიც დაფუძნებულია ევროპის ეკონომიკური თანამეგობრობის საკანონმდებლო ბაზაზე, იგი ემსახურება ერთიან ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის დაცვას და კონკურენციის სტიმულირებას საერთო ეკონომიკურ ტერიტორიაზე. მიუხედავად ხელშეკრულებით აღიარებული ერთიანი პრინციპებისა და მიზნებისა, ევროპის ქვეყნები გამოირჩევა ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის გამტარებელი ორგანოების განსხვავებული ფორმატით, ბაზრის რეგულირების და განსაზღვრის სხვადასხვა ხედვით, რომელიც წინააღმდეგობაში არ მოდის ევროკავშირის მთავარი დოკუმენტით აღიარებულ პრინციპებთან.

გერმანია

გერმანიაში ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკას ახორციელებს ეკონომიკის სამინისტრო (უწევს ზოგად კურირებას), კარტელების რეგულირების ფედერალური ორგანო (არჩევს

კონკრეტულ საქმეებს), ანტიმონოპოლიური კომიტეტი (ექსპერტებისგან დაკომპლექტებული საკონსულტაციო ორგანო, რომელიც შეიმუშავებს რჩევებს ანტიმონოპოლიური კომიტეტის შესახებ).

კონტროლს ექვემდებარება: კომპანიის აქტივების მთლიანი მოცულობა – კომპანიის 25 და უფრო მეტი წილის აქციების შეძენა; ნებისმიერი გარიგება, რომლის მიხედვით კომპანია ხდება ახალი კომპანიის პირდაპირი ან არაპირდაპირი მაკონტროლებელი; ნებისმიერი გარიგება, მათ შორის 25%-ზე ნაკლები წილის მოპოვება კომპანიაში, თუ ეს შემსყიდველ კომპანიას შესაძლებლობას აძლევს მოახდინოს გავლენა სხვა კომპანიების კონკურენტულ ქმედებაზე.

ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა გერმანიაში მოიცავს და განიხილავს სხვადასხვა სექტორებიდან ჰოლდინგების და კოოპერატივების შექმნის პროცესს, შვილობილი და დედა კომპანიების მოქმედებას. ამასთან, გამოიყენება კომპანიის შეფასების ისეთი კრიტერიუმები, რომელიც ქმნის და აძლიერებს კომპანიის დომინირებულ მდგომარეობას. დომინირებულად ითვლება: თუ კომპანიას არ ყავს კონკურენტი ან ძლიერი კონკურენტი; თუ კომპანიას აქვს დიდი ძალაუფლება ბაზარზე მის კონკურენტებთან შედარებით;

დომინირებული მდგომარეობის განსაზღვრისას გათვალისწინებულია შემდეგი ფაქტორები:

- ბაზრის წილი;
- ფინანსური მაჩვენებლები (მოგება, შემოსავალი, ხარჯები);
- წვდომა დისტრიბუციის არხებზე;
- კავშირები სხვა მეწარმეებთან;
- ბაზარზე შესვლის ბარიერები;
- შემცვლელების რაოდენობა ბაზარზე;
- მომხმარებლის არჩევანის შესაძლებლობა მიმართოს სხვა მიმწოდებელს.

გარდა ამისა, კომპანიები შეიძლება განხილული იყოს კოლექტიური დომინანტის მდგომარეობაში, თუ მათ შორის კონკურენცია სუსტია, ან აქვთ ძლიერი გავლენა მესამე, ბაზარზე მყოფ კომპანიაზე; მაჩვენებლები, რომლის მიხედვითაც კომპანია განიხილება ბაზარზე დომინირებული მდგომარეობის მქონედ, არის:

- 1/3 ბაზრის წილი, რომელსაც ფლობს ერთი კომპანია;
- არანაკლები 1/2 ბაზრის წილი სამი კომპანიის შემთხვევაში;
- არანაკლები 2/3 ბაზრის წილი ხუთი კომპანიის შემთხვევაში.

ბრიტანეთი

ბრიტანეთში ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განმახორციელებელი ორგანო არის ვაჭრობის და მრეწველობის სამინისტრო, მონოპოლიების გაერთიანების კომიტეტი (საკონსულტაციო ორგანო), თავისუფალი ვაჭრობის კომიტეტი (ზედამხედველობს კონკურენტული პოლიტიკის განხორციელებას, ახორციელებს კვლევებს). დომინანტური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტად კომპანია ითვლება, თუ მისი წილი ბაზარზე არის 25% და მეტი. ანტიკონკურენტულ საქმეებად განიხილება და მხედველობაში მიიღება შემდეგი პრაქტიკული ფაქტორები:

- საწარმოს გავლენა ქვეყნის საგადამხდელო ბალანსზე;
- სახელმწიფო სექტორული პოლიტიკის გავლენა დასაქმების მაჩვენებელზე.

იტალია

იტალიაში ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკას ახორციელებს კონკურენციის კომისია, რომელიც განიხილავს სამრეწველო საწარმოების საქმეებს. გამონაკლისი არის მხოლოდ მედია და საბანკო სექტორი. მისი განხილვის არეალში, ასევე, ხვდება გაერთიანებების, საერთო ფილიალების შექმნა. კომისიის ნებართვის გარეშე გარიგებებზე სასჯელის ფორმად გამოყენებულია ჯარიმები, რომელიც შეადგენს წლიური ბრუნვის 1%-მდე

მაჩვენებელს. აკრძალული გარიგების დადების შემთხვევაში კი, ჯარიმა წლიური ბრუნვის 1–10%-ის ფარგლებში მერყეობს.

საფრანგეთი

საფრანგეთში ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკას ახორციელებს სექტორული უწყებები, საფრანგეთში დაშვებულია თითოეულ სექტორში სახელმწიფოს მხარდაჭერით 1 ან 2 მსხვილი ნაციონალური ლიდერი საწარმოს შექმნა, რომლებმაც, თავის მხრივ, უნდა დაიცვან საშუალო და მცირე საწარმოები, საკუთარი მიმწოდებლები და მომხმარებლები. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა, ითვალისწინებს რეგიონალური სახელმწიფო უწყებების შექმნასაც, რომელთაც დახმარება უნდა აღმოუჩინონ მსხვილ საწარმოებს გაკოტრების საფრთხის შემთხვევაში. ასეთი პოლიტიკის მიზანია, ხელი შეუწყოს მსხვილი ნაციონალური კომპანიების ჩამოყალიბებას და ექსპორტის ზრდას. მთავრობა ახორციელებს ინვესტიციებს, უზრუნველყოფს სამუშაო ძალის გადამზადებას, ახორციელებს სახელმწიფო შესყიდვებს. ასეთი პრომონოპოლისტური პოლიტიკის მიუხედავად კანონმდებლობით აკრძალულია:

- ვაჭრობის კოლექტიური შეზღუდვა;
- დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება;
- საბითუმო ფასების დონის კონტროლი;
- მომხმარებლების დისკრიმინაცია.

საფრანგეთში მარეგულირებელი ორგანოები არიან: კონკურენციის კომისია და ეკონომიკის სამინისტრო, რომლებიც აკონტროლებენ გაერთიანების და შთანთქმის პროცესებს.

იაპონია

იაპონიაში ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განმახორციელებელი სტრუქტურები არიან თავისუფალი ვაჭრობის კომისია, ვაჭრობის და მრეწველობის სამინისტრო. სახელმწიფო

პოლიტიკა ხორციელდება სპეციფიური ფორმატით: მარეგულირებელი ორგანოები ოფიციალურ გადაწყვეტილებებს არ იღებენ, ისინი აწარმოებენ არაფორმალურ მოლაპარაკებებს კომპანიებთან „რთულ“ სიტუაციებში. კომპანიები, რომელთა წლიური ბრუნვა აღემატება 2 მლრდ. იენს, კომისიაში ყოველწლიურად წარადგენენ ანგარიშს საკუთარი ქმედებების შესახებ სხვა კომპანიებთან მიმართებაში, ინფორმაციას დაგეგმილი გაერთიანებების შესახებ. კომპანიები წინასწარ გადიან კონსულტაციებს კომისიაში სამომავლოდ მისაღებ გადაწყვეტილებებთან დაკავშირებით.

დომინირებული გაერთიანება შესაძლებელია:

- კრიზისის შემთხვევაში, რომელიც ემუქრება ეკონომიკის სექტორს;
- იაპონიის საერთაშორისო ვალდებულებების შესრულების აუცილებლობის შემთხვევაში;
- იენის კურსის მხარდაჭერის შემთხვევაში;
- დასაქმების გაზრდის გათვალისწინებით;
- კომპანიის გაკოტრებისგან დაცვის შემთხვევაში.

ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის მახასიათებლები გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში

განვითარებად ეკონომიკებში კონკურენციის პოლიტიკის პრინციპები ძირითადად აღებულია განვითარებული ქვეყნების გამოცდილებიდან. თუმცა, გარკვეული სპეციფიკა ამ მიმართულებით არსებობს. განვითარებული ბაზრებისგან განსხვავებით, აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში მონოპოლისტურ საქმიანობად კვალიფიცირდება შემდეგი ტიპის ქმედებები:

- ეკონომიკურად დაუსაბუთებელი ფასების მომატება;

- კონტრაქტების გაფორმება, რომელიც არ არის კავშირში კონტრაქტის საგანთან, მიუხედავად მისი შესრულების პირობებისა;
- პარტნიორების იძულება და ვალდებულება შეიძინოს პროდუქცია კონკრეტული აგენტიდან;
- კონტრაქტის გაფორმების არამოტივირებული შეწყვეტა ან უარის თქმა;
- წარმოების მოცულობის შემცირება ფასების მომატების მიზნით;
- ბაზრის განაწილება.

4.2 ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ისტორია და პრაქტიკა საქართველოში

საქართველოში ანტიმონოპოლიური სფეროს კონიუქტურის და სპეციფიკის განხილვის გარეშე ახალი კანონმდებლობის ანალიზი არასრულყოფილ წარმოდგენას შეგვიქმნის. მით უმეტეს, რომ განვლილი ორი ათწლეულის პერიოდში დაფიქსირებულმა „ქეისებმა“ შესაძლებელია გარკვეული როლი ითამაშოს ახალი კანონმდებლობით მისაღები გადაწყვეტილებების სამართლიანობაში.

კონკურენციის პოლიტიკის ისტორიული განვითარების ეტაპები საქართველოში

საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების და რეალიზაციის 4 ძირითადი ეტაპი შეგვიძლია გამოვყოთ:

1. 1992 წელი - 1996 წლის პირველი ნახევარი;
2. 1996 წლის მეორე ნახევარი - 2004 წლის ოქტომბერი;
3. 2004 წლის დეკემბერი – 2013 წლის აპრილი;
4. 2013 წლის აპრილიდან დღემდე.

2013 წლის აპრილში შეიქმნა ახალი კონცეფცია, რომელიც საფუძვლად დაედო 2014 წლის 15 აპრილიდან ვაჭრობის და კონკურენციის სააგენტოს ფუნქციის გამდიერებას.

I ეტაპი: 1992 წელი - 1996 წლის პირველი ნახევარი: საქართველომ დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ მოკლე დროში მიიღო საკონკურენციო სამართლებრივი ნორმა – სახელმწიფო საბჭოს დეკრეტი „მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვისა და კონკურენციის განვითარების შესახებ (1992 წ.), რომლის აღსრულებაზე ზედამხედველობისა და კონტროლის ფუნქცია დაეკისრა საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს.

დოკუმენტის მთავარი დანიშნულება იყო, ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორში განხორციელებული რეორგანიზაციის შედეგად წარმოქმნილ მონოპოლიურ ერთეულებს (კონცერნებს, ასოციაციებს, გაერთიანებებს და ა.შ.) არ შეეშალათ ხელი პირველადი სამეურნეო ერთეულების ეკონომიკური თავისუფლებისა და ეკონომიკის დემონოპოლიზაციის პროცესისთვის. 1995 წლის მარტში მიღებულ იქნა საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულება „არაკეთილსინდისიერი რეკლამისაგან მომხმარებელთა დაცვის შესახებ“, რომლითაც ქვეყნის ანტიმონოპოლიურ ორგანოს დაეკისრა სარეკლამო საქმიანობაზე კონტროლის ფუნქციაც. ამავე პერიოდში საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკის სამინისტროს მიერ მოხდა ქვეყანაში პირველი მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების გამოცხადება. თუმცა, მონოპოლისტობის განმსაზღვრელი კრიტერიუმი იყო არა კონკრეტული ეკონომიკური აგენტის ხვედრითი წილი შესაბამის სასაქონლო ბაზარზე, არამედ მათ მიერ წარმოებული (იმპორტირებული) პროდუქციის მოცულობა და ცალკეულ შემთხვევებში ბაზარზე მათი პროდუქციისა თუ გაწეული მომსახურების ერთადერთობის პრინციპი.

მონოპოლისტად გამოცხადებული იყო და შესაბამის სახელმწიფო (საჯარო) რეგისტრში ერთად იყო შეყვანილი როგორც ბუნებრივ მონოპოლიათა სუბიექტები (პორტები, აერონავიგაცია, რკინიგზა, საქაზი, რომელთა მომსახურებისა და ერთეული პროდუქციის ფასი იყო რეგულირებადი) ასევე, სხვა (არარეგულირებადი)

მონოპოლისტი ეკონომიკური აგენტები, რაც, როგორც შემდგომში პრაქტიკამ აჩვენა, არ იყო გამართლებული. მოგვიანებით (1998-2000 წწ.) „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად მიღებულ იქნა ნორმატიული აქტები, რომელთა საშუალებით ცალცალკე განისაზღვრა ბუნებრივ მონოპოლიათა სუბიექტებისა და შესაბამის სასაქონლო ბაზრებზე მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტთა საბაზრო ქცევებზე დაკვირვების წესები (როგორც ეკონომიკურ აგენტთა რეესტრში შეყვანისა და გამოყვანის, ასევე მათზე დაკვირვების განხორციელებისა და რეგულირების მექანიზმები). მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე კომპანიების რეესტრში შეყვანილ იქნა 30 –მდე ბიზნესსუბიექტი სხვადასხვა სექტორიდან (იხ. დანართი 3).

მონოპოლისტი საწარმოების სახელმწიფო რეგისტრში შეყვანილი სუბიექტების გარკვეულმა ნაწილმა ძალიან მალე დაკარგა ბაზარზე მონოპოლიური მდგომარეობა, ხოლო ზოგიერთი საერთოდ გაკოტრდა, ან პროფილი შეიცვალა. თუმცა ამას, სახელმწიფო რეგისტრში შესაბამისი ცვლილებების შეტანა არ მოჰყოლია.

II ეტაპი: 1996 წლის მეორე ნახევარი - 2004 წლის დეკემბრამდე: ამ პერიოდიდან იწყება ქვეყანაში სამოქალაქო კოდექსისა და სამოქალაქო სამართლის სხვა კანონების კოდიფიცირება ევროპის კავშირის კანონმდებლობასთან (ძირითადად გერმანულ კანონმდებლობასთან). ამ წლებს უკავშირდება საქართველოში მეტნაკლებად დამოუკიდებელი ანტიმონოპოლიური ორგანოს - საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებული საჯარო სამართლის სუბიექტის - საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის ჩამოყალიბება და დაკომპლექტება. საქართველოს პრეზიდენტის 1996 წლის 28 დეკემბრის N 848 ბრძანებულებით მიღებულ იქნა გადაწყვეტილება საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროსთან არსებული საჯარო სამართლის სუბიექტის (შემდგომში უკვე სახელმწიფო საქვეუწყებო დაწესებულება) საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის შექმნის შესახებ, რომლის ძირითადი ამოცანები, ფუნქციები და უფლებამოსილება, ასევე მისი ხელმძღვანელებისა და

თანამშრომლების პასუხიმგებლობის საკითხი განისაზღვრა ზემოაღნიშნული კანონითა და შესაბამისი საკანონმდებლო თუ ადმინისტრაციულ-სამართლებრივი აქტებით.

საქართველოს ანტიმონოპოლიური სამსახური – სამსახურის საშტატო რიცხოვნება განისაზღვრა 150 -ით (მათ შორის, 65 - ცენტრალურ აპარატში, ხოლო 85 ავტონომიური რესპუბლიკებისა და მხარეების შესაბამის სამსახურებში). ამავე პერიოდში მიღებულ იქნა „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ (1996 წ.) და „რეკლამის შესახებ“ (1998 წ.) საქართველოს კანონები და ქვემდებარე ნორმატიული აქტები, მათ შორის, ვაჭრობისა და მომსახურეობის 26 წესი. გარდა ამისა, ამ დროისათვის (2000 წლის 12 დეკემბერი) საბოლოოდ დასრულდა „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის ამოქმედებისათვის აუცილებელი საკანონმდებლო ბაზის შექმნის პროცესი.

კანონისა და დებულების შესაბამისად სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის კომპეტენციად განისაზღვრა:

- საქართველოს სასაქონლო და მომსახურების ბაზარზე კონკურენციის განვითარებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა და მათ დაცვაზე კონტროლის განხორციელება;
- მონოპოლიური საქმიანობისა და მონოპოლიური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღკვეთა;
- ბუნებრივი მონოპოლიების საქმიანობის რეგულირება;
- არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის თავიდან აცილების მიზნით წინადადებების შემუშავება და წინასწარი ღონისძიებების გატარება;
- მომხმარებელთა უფლებების დაცვა და მათ დაცვაზე სახელმწიფო კონტროლის განხორციელება;
- სარეკლამო საქმიანობის რეგულირება;

- კანონპროექტებისა და ნორმატიული აქტების შემუშავება მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვის და კონკურენციის განვითარების, მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და სარეკლამო საქმიანობის სფეროებში;
- აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოებისათვის განსახილველად სავალდებულო წინადადებების წარდგენა კონკურენციის განვითარებისა და მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვის ღონისძიებათა გატარების მიზნით;
- ანტიმონოპოლიური, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის და სარეკლამო სფეროს კანონმდებლობათა დარღვევის ფაქტების განხილვა და თავისი კომპეტენციის ფარგლებში შესაბამისი გადაწყვეტილების მიღება;
- თანამშრომლობა აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოებთან, აგრეთვე საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი, ტექნიკური და ფინანსური უზრუნველყოფის პრობლემების გადაჭრის მიზნით.

გარდა ამისა, ანტიმონოპოლიური სამსახური უფლებამოსილი იყო:

- შესაბამისი ორგანოს წინაშე დაეყენებინა საკითხი იმ ორგანიზაციის საქმიანობის შეჩერების ან აკრძალვის შესახებ, რომელიც დაარღვევდა ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობას;
- მოეთხოვა ამ კანონის დამრღვევი ორგანოსათვის მის მიერ მიღებული კანონსაწინააღმდეგო გადაწყვეტილების გაუქმება;
- ეკონომიკური აგენტისათვის მოეთხოვა ამ კანონის დარღვევით დადებული ხელშეკრულების და მიღებული გადაწყვეტილების ბათილად ცნობა;
- ეკონომიკური აგენტისაგან მიეღო ცნობები მისი სამართლებრივი, ორგანიზაციული და სამეურნეო საქმიანობების შესახებ;
- გასცნობოდა ეკონომიკური აგენტის საქმიანობასთან დაკავშირებულ მასალებს;

- სასამართლოს გადაწყვეტილების საფუძველზე შეემოწმებინა და ამოელო ეკონომიკური აგენტის საქმიანობასთან დაკავშირებული დოკუმენტაცია;
- დაეყენებინა ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დამრღვევი თანამდებობის პირის ადმინისტრაციული ან სისხლის სამართლებრივი პასუხისმგებლობის საკითხი;
- სამინისტროების, სხვა სახელმწიფო უწყებებისა და დაწესებულებების, ტერიტორიული ერთეულების აღმასრულებელი ორგანოებისაგან მოეთხოვა ნებისმიერი, მისთვის საჭირო ინფორმაცია;
- განესაზღვრა სამეურნეო საქმიანობის კონკრეტულ სფეროში ეკონომიკური ანალიზის საფუძველზე სასაქონლო-საფინანსო ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის წილის ზღვრული ოდენობა და ა.შ.

კანონმდებლობის მიხედვით მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტად ითვლებოდა კომპანია, თუ მისი საბაზრო წილი აჭარბებდა 33%-ს. ხდებოდა მისი რეესტრში შეყვანა და ხორციელდებოდა ზედამხედველობა. თუ სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახური დაადგენდა ეკონომიკური აგენტის მიერ მონოპოლიური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტს, მას შეეძლო დაევალებულიყვნენ ეკონომიკური აგენტი, აღეკვეთა არსებული მდგომარეობა. ამასთან, ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ თავისი კომპეტენციის ფარგლებში მიღებული გადაწყვეტილება სავალდებულო იყო შესასრულებლად როგორც ეკონომიკური აგენტისათვის, ასევე შესაბამისი სახელმწიფო ორგანოსათვის. „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ კანონის თანახმად, ანტიმონოპოლიური სამსახურის უფროსს ეკონომიკის მინისტრის წარდგინებით თანამდებობაზე ნიშნავდა და თანამდებობიდან ათავისუფლებდა საქართველოს პრეზიდენტი. სამსახური ანგარიშვალდებული იყო ქვეყნის პრეზიდენტის წინაშე. საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურს, მთელი მისი არსებობის მანძილზე (1997-2005 წწ.) ხელმძღვანელობდა 8 უფროსი/უფროსის მოვალეობის შემსრულებელი. 1996–2005 წლებში ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ მომზადდა 1800–მდე წერილი სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების მიმართ ბაზარზე არსებული

მდგომარეობი გამოსწორების მითითებით, განხილულ იქნა და შედგა ოქმი 2500–მდე საქმეზე, მოხდა 1000–მდე ობიექტის შემოწმება, სასამართლოს გადაეცა 1000–ზე მეტი საქმე, დაჯარიმდა 500–მდე ეკონომიკური აგენტი და ბიუჯეტის სასარგებლოდ ჯარიმის სახით გადახდილ იქნა 500 ათასამდე ლარი.

ამ პერიოდში გაანალიზდა და შეფასდა ცალკეულ ბუნებრივ მონოპოლიათა სუბიექტების შპს. „თბილწყალკანალი“-ს, საქართველოს სხვადასხვა ქალაქებისა და რაიონების წყალმურნეობების ეკონომიკური საქმიანობა, შპს „საქართველოს რკინიგზა“ (უცხოელ ექსპერტებთან ერთად მომზადდა დემონოპოლიზაციის პროგრამა), შპს „საქაერონავიგაცია“, შპს „საქართველოს ფოსტა“, ს/ს საქართველოს ტელეკომი, შპს „საქართველოს ელექტროკავშირი“ (სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მცდელობით ჩაიშალა „ტელეკომი“-სა და „ელექტროკავშირი“-ს ერთ ლოტად პრივატიზაცია, სამსახური თვლიდა, რომ ერთობლივი პრივატიზაციით ადგილი ექნებოდა ამ ბაზარზე ჰორიზონტალურ ინტეგრაციას, ეს მნიშვნელოვნად შეზღუდავდა კონკურენციას საერთაშორისო სატელეფონო მომსახურეობის ბაზარზე, რადგან „ტელეკომი“ წარმოადგენდა ამ პერიოდისათვის ერთადერთ საერთაშორისო ოპერატორს). გატარდა არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის ფაქტების (სხვისი სასაქონლო ნიშნის უკანონოდ გამოყენება) გამოვლენისა და აღკვეთის ღონისძიებები: ყავა „ნესკაფე“-ს („ინსკაფე“), სიგარეტი „კონგრესი“-ს („კონგრეს-მანი“), „მესხური პურის“(ცხობის ტექნოლოგია), შოკოლადი „მარსი“-სა და „ბაუნტი“-ს (ფერთა შეხამება), მინერალური წყალის „ბორჯომი“ (ეტიკეტის უკანონო გამოყენება), ღვინო „შუამთა“-ს („მთაშუა“), სასკოლო სახელმძღვანელოების (ქსეროქსზე გადაღებული წიგნების რეალიზაცია და თანხმობის გარეშე სასკოლო რვეულების გარეკანზე ცნობილ ადამიანთა სურათების დაბეჭდვა) და სხვა), კონკურენციის შეზღუდვის „თბილისის საერთაშორისო აეროპორტის“ ტერიტორიაზე თავისუფალი სავაჭრო ზონის („დუტი-ფრი“), ცემენტის, მინერალური წყლების, ავიაციის, დაზღვევის და სხვა], დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების (სარკინიგზო გადაზიდვების, კოსმეტიკური ფანქრების, ტელეკომუნიკაციის, ავტომობილტრანსპორტის მფლობელთა სამოქალაქო

პასუხისმგებლობის სავალდებულო დაზღვევის და სხვა) და სახელმწიფო და ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოების მხრიდან მიღებული კონკურენციის შემზღუდავი გადაწყვეტილებების გამოვლენისა და აღკვეთის კუთხით (სასკოლო სახელმძღვანელოების რეალიზაციის ექსკლუზიური უფლების მინიჭება განათლების სამინისტროს მიერ).

კონკრეტული ბაზრების კვლევის შედეგების საფუძველზე 2001 წლის სექტემბრის ბოლოს მოხდა მონოპოლისტი ეკონომიკური აგენტების გამოვლენა (შესაბამის ბაზრებზე მათი დომინირებული მდგომარეობიდან გამომდინარე). კერძოდ, პირველ მონოპოლისტ სუბიექტებად გამოცხადდნენ: 1) ს/ს „რუსთავცემენტი“ (ცემენტის ბაზარი); 2) შპს „აჩი“ (ასანთის ბაზარი); 3) „სოტობი ენტერპრაიზ ლიმიტედი“-ს წარმომადგენლობა (ბანანის ბაზარი), 4) შპს „აგროტექნიკი“ (ბანანის ბაზარი); 5) ს/ს „საქართველოს შუმისა და მინერალური წყლების კომპანია“ (მინერალური წყლების ბაზარი); 6) შპს „ბათუმის ოილ ტერმინალი“ (მაზუთის ბაზარი); 7) ს/ს „ყაზბეგი“ (ლუდის ბაზარი); 8) შპს „ლომი“ (შაქრის ბაზარი); 9) „საწვავით მომსახურების კომპანიის“ წარმომადგენლობა (ნავთის ბაზარი). მონოპოლისტად გამოცხადებული ეკონომიკური აგენტები მოქმედი კანონმდებლობის თანახმად შეეყვანილ იქნა მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების სახელმწიფო რეესტრში.

მოგვიანებით კიდევ სამჯერ მოხდა მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების გამოვლენა. მათ შორის, უკანასკნელად რეესტრის დაზუსტება სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა განახორციელა 2003 წლის პირველი ნახევარში 2002 წლის წლიური მონაცემების საფუძველზე.

III ეტაპი იწყება 2004 წლის დეკემბერიდან 2013 წლის აპრილამდე: ვარდების რევოლუციის შემდეგ, რეფორმების მიმდინარეობის პროცესში უარი ეთქვა 1992 წლიდან მიმდინარე საკონკურენციო პოლიტიკას და დაიწყო ინტენსიური მუშაობა ახალ, განსხვავებულ ხედვაზე დაფუძნებულ საკონკურენციო სამართლის

ჩამოსაყალიბებლად. მისი ფორმირება, ფაქტობრივად, დასრულდა 2005 წლის 3 ივნისს „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიღებით.

ამ კანონმა გააუქმა ქვეყანაში მანამდე მოქმედი ყველა საკონკურენციო სამართლის ნორმა შესაბამის ინსტიტუტთან ერთად და დასაბამი მისცა ახალ, ევროპის, ამერიკისა და ევროკავშირის კანონმდებლობებისაგან განსხვავებულ ხედვას საკონკურენციო სამართლის პრინციპების გააზრებაში. საქართველო შევიდა იმ გამონაკლისი ქვეყნების ჩამონათვალში, სადაც არ ფუნქციონირებს ანტიმონოპოლიური სამსახური და ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა მხოლოდ ანალიტიკური შეფასების და მონიტორინგის ფუნქციით შემოიფარგლება.

ასეთი მსოფლიოში სულ 41 ქვეყანაა. მათ შორის, მხოლოდ ჰონგ კონგის და ანდორის ქვეყნებია განვითარებული. აღნიშნული ქვეყნების ეკონომიკური სტრუქტურა თვისებრივად განსხვავებულია საქართველოს ეკონომიკისგან. გარდა ამისა, ანტიმონოპოლიური სამსახური არ არსებობს ირანში, საუდის არაბეთში, კატარში, ნიგერიაში, პარაგვაიში. სიაში ძირითადად არიან აფრიკული და განუვითარებელი აზიური ქვეყნები, ასევე ოფშორული ზონები (კარიბის ზღვის აუზის) და სხვადასხვა ქვეყნების შემადგენლობაში მყოფი ერთეულები (ფარერის კუნძულები)³⁵.

თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტო – „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველო კანონის ძალაში შესვლით (12.07.05წ.) ლიკვიდირებულ იქნა საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახური და მის ნაცვლად შეიქმნა საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სახელმწიფო საქვეუწყებო დაწესებულება - თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტო.

სააგენტო „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად უნდა გარდაქმნილიყო მთავრობისაგან დამოუკიდებელ სტრუქტურულ ერთეულად, რაც არ შესრულებულა. აღნიშნული ცვლილების

³⁵ იხილეთ დანართი N 8

ნაცვლად მოხდა ამ სამსახურის და შესყიდვების სააგენტოს ერთ უწყებად ჩამოყალიბება.

მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტოს საქმიანობის ძირითად მიმართულებებს წარმოადგენს:

- თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის განვითარების ხელისშემშლელი ადმინისტრაციული ბარიერების აღკვეთა;
- სახელმწიფო ან ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოების დისკრიმინაციული ქმედებების, დაუსაბუთებელი სახელმწიფო სუბსიდიებისა (პირდაპირი და არაპირდაპირი) და შეღავათების ფაქტების გამოვლენა და აღკვეთა;
- თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტების განხილვა და შესაბამისი მიწერილობის შემუშავება;
- სახელმწიფო ან ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებისა და რეგულირებად ეკონომიკურ სფეროებში მოქმედი ეკონომიკური აგენტების მიერ წარდგენილი მიწერილობის შეუსრულებლობის შემთხვევაში:
 - ა) სასამართლოსათვის სარჩელით მიმართვა და საქმის განხილვაში მონაწილეობის მიღება;
 - ბ) სახელმწიფო და კომერციული საიდუმლოების დაცვა და გაუვრცელებლობა;
- საიდუმლოების შემცველი მონაცემების გამჟღავნებისას მიყენებული ზარალის ანაზღაურება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესითა და ოდენობით;
- ყოველწლიურად გაწეული საქმიანობის ანგარიშისა და შესაბამისი რეკომენდაციების წარდგენა საქართველოს მთავრობისათვის:
 - ა) სახელმწიფო და ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოების მიერ ამ კანონის მოთხოვნათა შესრულების მდგომარეობის თაობაზე;

ბ) რეგულირებად ეკონომიკურ სფეროებში ამ კანონის მოთხოვნათა შესრულების მდგომარეობის შესახებ.

საწყის პერიოდში (2005-2006 წლები) სააგენტო შედგებოდა ხელმძღვანელობისა და ხუთი სტრუქტურული ერთეულისაგან (ჯამში 12 საშტატო ერთეული). მოგვიანებით, 2007 წლის იანვრის ბოლოს განხორციელებული ცვლილების შემდეგ სააგენტოში დარჩა მხოლოდ ერთი სტრუქტურული ერთეული ორი თანამშრომლით (ხელმძღვანელობასთან ერთად ჯამში 5 საშტატო ერთეული), ხოლო 2008 წლის 1 იანვრიდან სააგენტოს საშტატო რიცხოვნობა გაიზარდა 1 ერთეულით და ჯამში შეადგინა 6 საშტატო ერთეული.

გამჭვირვალობისა და საჯაროობის პრინციპებზე დაყდნობით შეიქმნა თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტოს ვებ-გვერდი www.competition.ge . რამდენადაც, „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონმა გააუქმა ქვეყანაში 2005 წლამდე მოქმედი ყველა საკონკურენციო სამართლებრივი ნორმა, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტომ ჩამოყალიბებისთანავე საქმიანობის ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებად განსაზღვრა ნორმატიული და მეთოდური ბაზის სრულყოფა.

IV ეტაპი – კონკურენციის სააგენტო: „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს 2012 წლის 8 მაისის კანონი, ისევე, როგორც „კონკურენციის პოლიტიკის ყოვლისმომცველი სტრატეგია“, საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმების (DCFTA) ფარგლებში მომზადდა. კანონის დებულებები, მთლიანობაში, შეესაბამება კონკურენციის სფეროში არსებულ ევროკავშირის რეგულაციებს. კერძოდ:

- კანონი არ კრძალავს ბაზარზე კომპანიის/კომპანიების მონოპოლიურ (დომინირებულ) მდგომარეობას; აკრძალულია მხოლოდ დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება;

- კანონი აწესებს მონოპოლიური მდგომარეობის განსაზღვრის წესს; კერძოდ, კომპანია (ან ურთიერთდამოკიდებული კომპანიები) მონოპოლისტად მიიჩნევა, თუ მას შესაბამისი ბაზრის (საბაზრო ბრუნვის) არანაკლებ 40 პროცენტი უკავია;
- კანონი განსაზღვრავს შემთხვევებს, როდესაც კომპანია ან ურთიერთდამოკიდებული კომპანიები ბოროტად იყენებენ დომინირებულ პოზიციას და არსებობს ისეთი ხელშეკრულება, გადაწყვეტილება და შეთანხმებული ქმედება, რომლებიც მიზანმიმართულად და არამართლზომიერად ზღუდავს კონკურენციას (მაგალითად, კომპანიები აწესებენ შეთანხმებულ ფასს მომხმარებელთა საზიანოდ);
- კანონი, ასევე, ითვალისწინებს კონცენტრაციების (კომპანიების სრული ან ნაწილობრივი შერწყმის, პირდაპირი ან არაპირდაპირი კონტროლის მოპოვების) რეგულირების შემოღებას;
- კანონი კრძალავს ნებისმიერი ფორმით სახელმწიფო დახმარებას, რომელიც ზღუდავს კონკურენციას, ან ქმნის მისი შეზღუდვის საშიშროებას და სხვა.

თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის ფარგლებში გაუქმდა საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 195-ე მუხლი, რომელიც მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შეზღუდვისთვის სისხლისსამართლებრივ პასუხისმგებლობას ითვალისწინებდა. ასეთი პასუხისმგებლობის ნაცვლად „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონით გათვალისწინებულია ადმინისტრაციული და სამოქალაქო პასუხისმგებლობა კონკურენციის მნიშვნელოვნად შემზღუდველი ქმედების ჩამდენი ეკონომიკური აგენტის მიმართ.

„კონკურენციის შესახებ“ ახალი კანონპროექტის მიზანია ქვეყანაში ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს შექმნისა და დაცვის სამართლებრივი საფუძვლების განვითარება, ბიზნესის შემზღუდავი პრაქტიკის (ყველა ტიპის ანტიკონკურენტული ქმედებების) აღკვეთის სახელმწიფო მექანიზმების განმტკიცება და შესაბამისი დებულებების დაახლოება საერთაშორისო წესებთან და პრინციპებთან. პროექტი უკვე

გადამუშავებულია საერთაშორისო ორგანიზაციების, ადგილობრივი ექსპერტებისა და ბიზნესწრეების მიერ. პროექტი შემუშავებულია საერთაშორისო ორგანიზაციების რეკომენდაციების, წესების გათვალისწინებით და შესაბამისობაშია, როგორც ევროკავშირის კონკურენციული სამართლის ძირითად დებულებებთან, ასევე გაეროს, მსოფლიო ბანკის, ეკონომიკური თანამშრომლობის და განვითარების ორგანიზაციის მოდელურ კანონებთან. კანონპროექტში განვრცობილია ზოგადი კონკურენციის კანონის რეგულირების სფერო, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის ყველა დარგს, ეკონომიკურ საქმიანობაში ჩართულ ნებისმიერ პირს და სახელმწიფო თუ ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებს. ამასთან, რეგულირების სფერო არ შემოიფარგლება მხოლოდ საქართველოს გეოგრაფიული საზღვრებით და ითვალისწინებს საკანონმდებლო დებულებების გამოყენებას ქვეყნის გარეთ განხორციელებულ იმ ქმედებებზე, რომელიც გავლენას ახდენს ქვეყნის შიდა ბაზარზე, კერძოდ, არსებითად ზღუდავს კონკურენციას (ან შეიცავს შეზღუდვის საფრთხეებს).

პროექტის საწყის ვერსიაში გათვალისწინებული იყო სპეციალური თავის დამატება მომხმარებელთა განუსაზღვრელი წრის დაცვის შესახებ. იგი არ ეწინააღმდეგებოდა საერთაშორისო პრაქტიკას (პოლონეთი, აშშ, ფინეთი და ავსტრალია და სხვა), თუმცა საერთაშორისო ექსპერტების რეკომენდაციებით გადაწყდა რომ ახალი სააგენტოს რესურსების კონცენტრირება, მით უმეტეს მისი არსებობის პირველ წლებში უმჯობესია მოხდეს მხოლოდ კონკურენციის პოლიტიკის ტიპიურ, კლასიკურ პრობლემებზე. მოქმედი კანონისაგან განსხვავებით, საერთაშორისო პრაქტიკის შესაბამისად, გამონაკლისები და ე.წ. „დე მინიმის წესები“ არ ვრცელდება კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების გარკვეული კატეგორიის შეთანხმებებზე და ქმედებებზე, ე.წ. კარტელურ გარიგებებზე (რომელთა მიზანია ბაზრების დაყოფა, ფასების ფიქსაცია და სხვა), რომლებიც ამკარად ზღუდავს კონკურენციას და მრავალ ქვეყანაში ითვლება უპირობო კანონსაწინააღმდეგო ქმედებად.

როგორც უკვე აღინიშნა, პროექტში წარმოდგენილია ახალი რედაქცია აკრძალული შეთანხმებებისა და დამატებულია დებულება, რომლის თანახმად გამონაკლისები არ

ვრცელდება კარტელური შეთანხმებების კატეგორიაზე, ისე როგორც ეს გათვალისწინებულია ევროკავშირის კანონმდებლობითა და მსოფლიო ბანკის, ეგთო–ს (ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია), გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის³⁶ ტიპიური კანონებით. გარდა ამისა, შემცირებულია კონკურენციის უმნიშვნელოდ შემზღუდავი გარიგებების განმსაზღვრელი კრიტერიუმები და ევროკავშირის წესების შესაბამისად ისინი განსაზღვრულია: ჰორიზონტალური შეთანხმების მონაწილეთათვის შესაბამისი ბაზრის - 10, ხოლო ვერტიკალური და კონგლომერატული შეთანხმებებისათვის - 15 პროცენტით. კანონპროექტი ითვალისწინებს ხელისუფლების ორგანოების ვალდებულებას არა მხოლოდ გამოთხოვილი ინფორმაციის მიწოდების, არამედ მათი მარეგულირებელი ქმედებებისა და გადაწყვეტილებების პროექტების წინასწარი შეთანხმების ვალდებულებასაც. რაც, პირველ რიგში, გულისხმობს მარეგულირებელი ქმედებების კონკურენციული ეფექტის შეფასებას (რაც შეძლება უფრო ადრეულ საპროექტო სტადიაზე). შესაბამისად, კანონპროექტი ითვალისწინებს ნორმატიული აქტების სავალდებულო ექსპერტიზას, როგორც მათი რეგისტრაციის აუცილებელ პირობას და კონკურენციის პოლიტიკაზე უფლებამოსილი უწყების წარმომადგენლების მონაწილეობას სახელმწიფო კომისიებსა და პროგრამებში.

პროექტში წარმოდგენილია სრულიად ახალი ნაწილი, ე.წ. თანამშრომლობის პროგრამა, რომელიც გულისხმობს გარკვეული შეღავათების (სანქციისაგან სრულად ან ნაწილობრივ გათავისუფლებას) დაწესებას კარტელის იმ მონაწილეებისათვის, რომლებიც ნებაყოფლობით ამხელენ და ითანამშრომლებენ სააგენტოსთან კარტელის მხილებისა და გამოძიების პროცესში. ანალოგიური პროგრამა უკანანსკნელ წლებში აქტიურად გამოიყენება არაერთ ქვეყანაში. სიახლეა, აგრეთვე, საერთაშორისო პრაქტიკის შესაბამისად შერწყმება და საბაზრო ძალაუფლების კონცენტრაციის სხვა ფორმებზე მონიტორინგის მიზნით ამ პროცესის მონაწილეთათვის ინფორმაციის წინასწარი შეტყობინების ვალდებულების დადგენა. თუმცა, ეს ვალდებულება წესდება მხოლოდ გარკვეული შემთხვევებისათვის, რომლებმაც შესაძლოა შექმნან

³⁶ UNCTAD - გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია

კონკურენციის შეზღუდვის საფრთხე და რომელთა წინასწარი შეზღუდვა გაცილებით უმტკივნეულოა, ვიდრე „პოსტ-ფაქტუმ“ რეაგირება. ასეთი მექანიზმების არსებობის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნებოდა ბაზრების მონოპოლიზებისა და ვერტიკალური ინტეგრირების არაერთი ცნობილი შემთხვევის თავიდან აცილება, რასაც ხშირად ჰქონდა ადგილი ჩვენს ქვეყანაში.

პროექტით გათვალისწინებულია სახელმწიფო შესყიდვებისა და კონკურენციის სააგენტოების ფუნქციების გაყოფა (ზოგიერთ ქვეყანაში ასეთი პრაქტიკა არსებობს). ფუნქციური გაყოფა, ცხადია, არ გულისხმობს იმას, რომ კონკურენციის უწყება თავისი უფლებამოსილებების ფარგლებში არ განახორციელებს სახელმწიფო კონტროლს კონკურენციის პრინციპებთან სახელმწიფო შესყიდვების პროცესების შესაბამისობაზე.

ახალი პროექტი აუქმებს საფასურს, როგორც საჩივრის განხილვის აუცილებელ პირობას, ამცირებს საქმის განხილვის ვადებს და სხვა. გარდა ზემოაღნიშნულისა, შეიცვალა, დაზუსტდა, ან განივრცო 2012 წლის კანონით გათვალისწინებული კონცეფციები. დაემატა შესაბამისი ბაზრის, შერწყმებისა და შეთანხმებების ცალკეული სახეობების, კარტელური შეთანხმებების და სხვა ტერმინები.

ქმედითი სამსახურის ჩამოყალიბებისთვის მნიშვნელოვანია სამსახურის ფუნქციებიც, საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებიც, აღმასრულებელი უფლებამოსილებაც, დიზაინის ელემენტებიც და პროცედურული საკითხებიც. გადაწყვეტილების გასაჩივრების პროცედურებიც მკაფიოდ უნდა იყოს განსაზღვრული საკანონმდებლო აქტებით. არსებული პროექტი მოქმედი კანონისაგან განსხვავებით არ ზღუდავს სააგენტოს საქმიანობას მთავრობის მიერ წინასწარ განსაზღვრული პრიორიტეტული მიმართულებების ფარგლებში. პროექტი ითვალისწინებს სააგენტოს პასუხისმგებელი პირების (გადაწყვეტილების მიმღები პირების) საკვალიფიკაციო მოთხოვნებს, დანიშვნის პროცედურებს, განსაზღვრული ვადით დანიშვნას, ვადამდე გათავისუფლების პირობებს და სხვა საკითხებს.

ახალი კონცეფცია და კანონპროექტი მიზნად ისახავს როგორც ბაზრის მონაწილეთა შორის ჯანსაღი კონკურენციის განვითარების ხელშეწყობასა და დაცვას, აგრეთვე,

სახელმწიფო პოლიტიკის სხვა სფეროებში კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფი (განვითარების ხელშემწყობი) პროცესების მხარდაჭერას. კონკურენციის პოლიტიკის ცენტრალური ელემენტებია კანონი და მის ადმინისტრირებაზე უფლებამოსილი სახელმწიფო ინსტიტუტი. კონკურენციული კანონმდებლობის მიზანია კეთილსინდისიერი, თავისუფალი კონკურენციის განვითარება, დაცვა და ამ მიზნით ყველა სახის ანტიკონკურენციული ქმედებების, მათ შორის, კარტელური შეთანხმებებისა და კოორდინირებული ქმედებების, მონოპოლიური საქმიანობისა და სხვა მსგავსი პროცესების პრევენცია, გამოვლენა და აღკვეთა.

რა თქმა უნდა, მცდარია მოლოდინი, რომ კონკურენციის კანონის სრულყოფა და დამოუკიდებელი სააგენტოს შექმნა თავისთავად ყველა პრობლემას მოხსნის. ბაზარი ცოცხალი ორგანიზმია და, თუნდაც ბიზნესის სრული თავისუფლების პირობებში, ყოველთვის იარსებებს ბაზრის მონაწილეთა მხრიდან მისი მონოპოლიზების, მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების, ფარული გარიგებების ან სხვა ტიპის ანტიკონკურენციული ქმედებების ალბათობა. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ ბაზარზე შესასვლელი ადმინისტრაციული ბარიერების მოხსნა მნიშვნელოვანი პირველი ნაბიჯია, მაგრამ არასაკმარისი პირობაა კონკურენციის გააქტიურებისათვის, განსაკუთრებით იმ ბაზრებზე, სადაც შესვლა და საქმიანობის დაწყება სერიოზულ ინვესტიციებს, საწარმოო სიმძლავრეებს და დროს საჭიროებს; ან სადაც ვერტიკალური ინტეგრირების ხარისხი იმდენად მაღალია, რომ უკვე არსებულ სტრუქტურებს შეუძლიათ არსებითი გავლენა მოახდინონ შესაბამის ბაზრებზე და შეზღუდონ კონკურენცია. ცხადია, არსებულ ვითარებაში აუცილებელია ზრუნვა არა მსგავსი სტრუქტურების დაშლაზე, არამედ ახალი მონაწილეებისთვის ხელშემწყობი გარემოს უზრუნველყოფაზე და ბაზარზე უკვე დამკვიდრებული მონაწილეების მხრიდან მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტების თავიდან აცილებაზე (ტიპური შემთხვევები: მტაცებლური ფასების გამოყენება, რაც გულისხმობს თვითღირებულებაზე დაბალ ფასად რეალიზებას კონკურენტების განდევნის მიზნით; დისკრიმინაციული ფასი და ვაჭრობის პირობები; გარიგებაზე დაუსაბუთებელი უარის თქმა; გაყიდვა დამატებითი პირობებით და სხვა). საკანონმდებლო დონეზე აიკრძალება

კონკურენციის შემზღუდავი შეთანხმებები და კოორდინირებული ქმედებები, სახელმწიფო უზრუნველყოფს ბიზნესის არადისკრიმინაციულ გარემოში წარმოების საშუალებას და არაფორმალური ბარიერების აღკვეთას, რათა ბაზარზე შესვლა დაუბრკოლებლად შეძლოს ყველა დაინტერესებულმა პირმა. მოხდება ბაზარზე ახალი ეკონომიკური აგენტების გააქტიურება, იძულებით განდევნილთა დაბრუნება და არსებულთა მხრიდან მონოპოლიური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტების შემცირება. რაც, ცხადია, სასაქონლო ბაზრების მუდმივი ანალიზისა და მონიტორინგის პირობებში მნიშვნელოვნად გააჯანსაღებს და გააქტიურებს კონკურენციას ქვეყნის სასაქონლო ბაზრებზე. აღსანიშნავია ისიც, რომ კანონმდებლობაში 40%-ზე მეტი ბაზრის ფლობა ითვლება დომინანტურ მდგომარეობად.

ბუნებრივი მონოპოლიები, საზედამხედველო ინსტიტუტები და მარეგულირებელი კომისიები საქართველოში

2005 წლის ცვლილებების შემდეგ საქართველოში გაუქმდა ბუნებრივი მონოპოლიების სახელმწიფო რეესტრი და თავად ბუნებრივი მონოპოლიის და სტრატეგიული ობიექტების ცნება დადგა ექვეყნეშ.

კლასიკური გაგებით, ბუნებრივი მონოპოლიის რანგში შეიძლება განხილულ იქნეს ობიექტი, რომელიც თავისი გეოგრაფიული მდებარეობით, უალტერნატივობით, მაღალი სოციალური დანიშნულებით გამოირჩევა, ასევე, თუ ალტერნატივის შექმნა ან მისი დანაწევრება უფრო მეტ ხარჯთან არის დაკავშირებული. გარდა ამისა, ბუნებრივ მონოპოლიად (უფრო ხშირად სტრატეგიულ ობიექტად) სახელდება ობიექტი გეოპოლიტიკური ან პოლიტიკური მიზნებიდან გამომდინარე. ბუნებრივი მონოპოლიის ფლობა და მართვა შეიძლება მოხდეს სახელმწიფოს მიერ, მფლობელი შესაძლოა იყოს სახელმწიფო, მაგრამ მართავდეს კერძო მენეჯმენტი, ან იყოს კერძო მფლობელობაში რეგულირების აუცილებელი პირობებით. შესაძლებელია შერეული მმართველობის

ფორმაც (კერძო და სახელმწიფო, როდესაც სახელმწიფო იტოვებს საკონტროლო პაკეტს ან ოქროს აქციას). იგი იშვიათ შემთხვევაში სააქციო საზოგადოებად ყალიბდება, რომლის აქციონერობის შესაძლებლობა აქვს ქვეყნის მოსახლეობას საფონდო ბირჟის საშუალებით.

საქართველოში დღესდღეობით ბუნებრივი მონოპოლიების რეესტრი არ არსებობს. ის, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გაუქმდა 2005 წელს. რაც შეეხება გამოცდილებას, საქართველოში „ბუნებრივი მონოპოლიების“ სუბიექტების სახელმწიფო რეესტრის შესახებ დებულების მიზანს წარმოადგენდა ბუნებრივი მონოპოლიების სუბიექტების საქმიანობის რეგულირებისთვის მათი ჩამონათვალის ფორმირება, რომლის საშუალებითაც უნდა მომხდარიყო როგორც ეკონომიკური აგენტებისა და მომხმარებელთა კანონიერი უფლებების დაცვის უზრუნველყოფა, ასევე ბუნებრივი მონოპოლიების სუბიექტების ეფექტიანი ფუნქციონირება და განვითარება.

ანტიმონოპოლიური სამსახური იყენებდა რეგულირებისა და კონტროლის შემდეგ მექანიზმებს: ა) ადგენდა და აზუსტებდა რეესტრს; ბ) აანალიზებდა ბუნებრივი მონოპოლიების საქმიანობას; გ) დადგენილი წესით თავის კომპეტენციის ფარგლებში იღებდა გადაწყვეტილებებს ბუნებრივი მონოპოლიის სუბიექტების მონოპოლიურად მაღალი მოგების რეგულირების შესახებ (თვითღირებულების, წარმოების მოცულობისა და ინფლაციის დონის ცვლილებების გათვალისწინებით); დ) ამოწმებდა დანახარჯების ფაქტობრივ შემადგენლობას და მოგების ნორმას; ე) ავლენდა სასაქონლო ბაზრებზე შესაძლო არაკეთილსინდისიერ ქმედებებს.

ანტიმონოპოლიურ სამსახურს უფლება ჰქონდა, ასევე, გამოეყენებინა კონტროლისა და რეგულირების ისეთი მეთოდი, როგორცაა ბუნებრივი მონოპოლიის სუბიექტების საქმიანობის სტრუქტურული კონტროლი; ეწარმოებინა ფასების რეგულირება, ფასების (ტარიფების) ან მათი ზღვრული დონეების, აგრეთვე რენტაბელობის ზღვრული დონის დაწესებით. სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურს კანონმდებლობით მინიჭებული უფლებამოსილების ფარგლებში შეეძლო ბუნებრივ მონოპოლიათა რეესტრში შეყვანილი ეკონომიკური აგენტის საქმიანობის რეგულირება და კონტროლის

განხორციელება, არამხოლოდ რეესტრის დაზუსტებისა და გეგმიური შემოწმების პროცესში, არამედ, კონკრეტული საჩივრის საფუძველზეც. ამასთან, ბუნებრივი მონოპოლიების სუბიექტების საქმიანობის რეგულირებასთან დაკავშირებული ანტიმონოპოლიური სამსახურის გადაწყვეტილებები სავალდებულო ხასიათის იყო და მათი შეუსრულებლობის შემთხვევაში სამსახურს შეეძლო მიეღო ადმინისტრაციული ზომები მოქმედი კანონმდებლობის ფარგლებში (დაჯარიმება, ზემდგომ ინსტანციაში საკითხის დასმა და სხვა).

საზედამხედველო ინსტიტუტები

საქართველოში გარდა ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობისა ფუნქციონირებდა და დღესაც მოქმედებს კანონმდებლობა, რომელიც ახორციელებს განსაზღვრული სეგმენტების ზედამხედველობას ან რეგულირებას. ასეთ მარეგულირებელ ძირითად საკანონმდებლო აქტებს წარმოადგენენ: 1) „ეროვნული ბანკის შესახებ“ საქართველოს 1995 წლის 23 ივნისის ორგანული კანონი; 2) „კომერციული ბანკების საქმიანობის შესახებ“ საქართველოს 1996 წლის 23 თებერვლის კანონი; 3) „დაზღვევის შესახებ“ საქართველოს 1997 წლის 2 მაისის კანონი; 4) „ფასიანი ქაღალდების ბაზრის შესახებ“ საქართველოს 1998 წლის 24 დეკემბრის კანონი; 5) „დამოუკიდებელი მარეგულირებელი ორგანოების შესახებ“ საქართველოს 2002 წლის 13 სექტემბრის კანონი; 6) „ელექტროენერგეტიკისა და ბუნებრივი გაზის შესახებ“ საქართველოს 1997 წლის 27 ივნისის კანონი; 7) „კავშირგაბმულობისა და ფოსტის შესახებ“ საქართველოს 1999 წლის 23 ივლისის კანონი; 8) „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს 2005 წლის 2 ივნისის კანონი; 9) „ნავთობისა და გაზის შესახებ“ საქართველოს 1999 წლის 16 აპრილის კანონი; 10) „ტრანსპორტისა და კომუნიკაციების სფეროს სახელმწიფო მართვისა და რეგულირების წესის შესახებ“ საქართველოს 2001 წლის 20 ივლისის კანონი; 11) ტრანსპორტის სფეროს მართვისა და რეგულირების შესახებ“ საქართველოს 2007 წლის 30 მარტის კანონი და 12) „წიაღის შესახებ“ საქართველოს 1996 წლის 17 მაისის კანონი.

ამ კანონთა აღსრულებაზე ზედამხედველობისა და კონტროლის ფუნქციას ახორციელებდნენ შემდეგი ცენტრალური სახელმწიფო ორგანოები (სამინისტროები) და დამოუკიდებელი მარეგულირებელი კომისიები:

საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტრო;

საქართველოს ეროვნული ბანკი;

საქართველოს დაზღვევის სახელმწიფო ზედამხედველობის სამსახური;

საქართველოს ენერგეტიკის მარეგულირებელი ეროვნული კომისია;

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია;

ნავთობისა და გაზის სააგენტო;

ტრანსპორტის ადმინისტრაციები / კომისია / ერთიანი სატრანსპორტო ადმინისტრაცია (გაუქმებული);

საქართველოს ფინანსური მონიტორინგის სამსახური (ინტეგრირებულია საქართველოს ეროვნული ბანკის სტრუქტურაში).

მარეგულირებელი ორგანიზაციები

საქართველოში დამოუკიდებელი მარეგულირებელი კომისიის მუშაობას განსაზღვრავს 2002 წლის 13 სექტემბერს მიღებული კანონი, რომლის მიხედვითაც საქართველოში მოქმედებს:

- საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია;
- საქართველოს ენერგეტიკის, გაზისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია;

დამოუკიდებელ მარეგულირებელ ორგანოებს აქვთ დამოუკიდებლობის მაღალი ხარისხი და ისინი ვალდებულნი არიან პრეზიდენტის და პარლამენტის წინაშე. მათი

დაფინანსება ხდება რეგულირების საფასურის გადახდით. საფასურს იხდიან იმ ბაზრის მონაწილეები, რომელი ბაზარიც რეგულირდება. მარეგულირებლებს აქვთ სრული უფლებამოსილება, დაადგინონ და არეგულირონ ტარიფები თავისი კომპეტენციის სფეროში, კანონით გათვალისწინებულ ფარგლებში. კანონით დაუშვებელია დამოუკიდებელი მარეგულირებელი ორგანოს სატარიფო უფლებამოსილებაში ჩარევა და ამ უფლებამოსილებაზე კონტროლის განხორციელება.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

კომუნიკაციების ეროვნული კომისია წარმოადგენს საჯარო სამართლის იურიდიულ პირს, მუდმივმოქმედ, დამოუკიდებელ სახელმწიფო მარეგულირებელ ორგანოს. კომისია ანგარიშვალდებულია საქართველოს პრეზიდენტისა და საქართველოს პარლამენტის წინაშე. კომისია არ ექვემდებარება სახელმწიფო უწყებებს და არ ფინანსდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან. მისი შემოსავლის წყაროს წარმოადგენს ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში ავტორიზებული პირებისა და ლიცენზიის მფლობელი ოპერატორების მიერ გადახდილი რეგულირების საფასური.

ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში საქმიანობის მარეგულირებელი დამოუკიდებელი კომისიის შექმნის წინაპირობა გახდა საქართველოს პარლამენტის მიერ 1999 წლის 23 ივლისს მიღებული „საქართველოს კანონი კავშირგაბმულობისა და ფოსტის შესახებ“, რის საფუძველზეც 2000 წლის 1 ივლისს კომისია შეუდგა საქმიანობას.

კომისიის ძირითადი მიზნებია:

- კომუნიკაციების სფეროში თანასწორუფლებიანი და კონკურენტული გარემოს შექმნა;
- თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვის ხელშეწყობა;

-მომხმარებელთა კანონიერი ინტერესების დაცვა;

-სიხშირული სპექტრის ეფექტური განაწილება;

-მაუწყებლობის სფეროში კონკურენტული გარემოს შექმნისა და განვითარების უზრუნველყოფა, აგრეთვე, მაუწყებელთა სარედაქციო დამოუკიდებლობის ხელშეწყობა.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის შექმნამ ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში საქმიანობის სრულიად ახლებური ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და ეკონომიკური საფუძვლები დაადგინა. „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონი (რომელმაც ჩაანაცვლა „კავშირგაბმულობისა და ფოსტის შესახებ“ საქართველოს კანონი) მიჯნავს მთავრობის, როგორც დარგში პოლიტიკის განმსაზღვრელი ორგანოს და კომისიის, როგორც მარეგულირებელი ორგანოს ფუნქციებს. კომისიაში სულ დასაქმებული იყო 104, ხოლო მომხმარებელთა საზოგადოებრივი დამცველის სამსახურში - 2 თანამშრომელი. „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ და „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონების თანახმად, რეგულირების საფასური არის კომისიის ბიუჯეტის შექმნის ძირითადი წყარო. რეგულირების საფასურის გადამხდელები არიან ლიცენზიის მფლობელი და ავტორიზებული პირები.

რეგულირების საფასურის ოდენობაა:

– ელექტრონული კომუნიკაციების სფეროში ავტორიზებული პირის მიერ განხორციელებული და რეგულირებას დაქვემდებარებული საქონლის (მომსახურების) მიწოდების ან/და შესრულებული სამუშაოს მთლიანი ღირებულების (დღგ-ის გარეშე) 0.75 პროცენტი;

– მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელის, ან ავტორიზებული პირის მიერ განხორციელებული და რეგულირებას დაქვემდებარებული საქონლის (მომსახურების) მიწოდების ან/და შესრულებული სამუშაოს მთლიანი ღირებულების (დღგ-ის გარეშე) 0.5 პროცენტი.

ავტორიზებული და ლიცენზირებული პირები ვალდებულნი არიან, ყოველთვიურად, კომისიაში წარადგინონ რეგულირების საფასურის გაანგარიშება და ჩარიცხონ კომისიის ანგარიშზე აღნიშნული თანხა.

2012 წლის განმავლობაში, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის დარიცხულმა შემოსავლებმა შეადგინა 7,872,357 ლარი, საოპერაციო ხარჯებმა კი - 6,737,670 ლარი. რაც შეეხება 2013 წლის ბიუჯეტს, შემოსავლების დაგეგმილი რაოდენობა 8,280,000 ლარს, ხარჯებისა კი - 7,809,000 ლარს შეადგენს³⁷.

³⁷ წყარო: საქართველოს ენერჯეტიკის, გაზისა და წყალმომარაგების მარეგულირებელი ეროვნული კომისია

ნაწილი 3. ემპირიული ჩარჩო

თავი 1. კვლევის მეთოდოლოგია

ნაშრომი იყენებს როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კვლევის მეთოდებს. კვლევის დიზაინი ითვალისწინებს კაბინეტურ მუშაობას წინასწარ მომზადებული მონაცემების საფუძველზე. წინამდებარე ნაშრომი პარალელურად წარმოადგენს საქართველოს „ქეისის“ კვლევას, რომელიც, ძირითადად, თვისებრივ ხასიათს ატარებს. კვლევის მოსამზადებელ პერიოდში მოპოვებულ იქნა შემდეგი *პირველადი წყაროები*:

საქართველოს საკანონმდებლო და ნორმატიულ-სამართლებრივი აქტები, საქართველოს პარლამენტის, საქართველოს პრეზიდენტისა და საქართველოს მთავრობის (ბრძანებულებები, განკარგულებები, დადგენილებები) გადაწყვეტილებები ქვეყანაში კონკურენციული პოლიტიკის გატარებისა და სრულყოფის, ასევე ეკონომიკის დემონოპოლიზაციის მიმართულებით, ევროკავშირისა და მსოფლიოს სხვა განვითარებული ქვეყნების კონკურენციული კანონმდებლობა.

ნაშრომი ეყრდნობა მდიდარ ფაქტობრივ მასალას, მათ შორის რეალურად არსებულ სასამართლო დავებსა და კონკრეტული საქმეების განხილვების შედეგებს, დაინტერესებული ეკონომიკური აგენტებისა და აღმასრულებელი ხელისუფლების შესაბამისი ორგანოების მონაწილეობით. საქართველოს ანტიმონოპოლიური სამსახურის მასალებს (1996–2005), ასევე კლასიკურ ლიტერატურას, რომელიც ადგენს ძირითად განსაზღვრებებს კონკურენციის პოლიტიკის წარმოებასთან დაკავშირებით.

ნაშრომზე მუშაობის პროცესში ჩატარდა ორი სახის სავლე სამუშაო. პირველი კვლევის ფარგლებში სიღრმისეული ინტერვიუ ჩატარდა 2014 წლის იანვარში 44 ბიზნეს ლიდერთან. შეირჩა მსხვილი კომპანიის ლიდერები, რომელთაც ბაზარზე მნიშვნელოვანი წილი აქვს. კომპანიათა შერჩევა მოხდა შემდეგი სექტორებიდან: გადამამუშავებელი და კვების მრწველობა, ფარმაცია, ნავთობის სექტორი, რითეილი,

კვების პროდუქტების იმპორტი, ტრანსპორტის და კომუნიკაციების სექტორი, საბანკო–სადაზღვევო სექტორი.³⁸

2014 წლის მარტი–აპრილის პერიოდში ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომლის ფარგლებშიც გამოიკითხა 226 მეწარმე საქართველოს მასშტაბით, მათ შორის 44 - რეგიონებიდან.

2014 წელს ჩატარებული გამოკითხვის შედეგები 2008 წლის კვლევის შედეგებისგან პრაქტიკულად არ განსხვავდება, რაც იმას მიანიშნებს რომ ბოლო 5 წლიან პერიოდში ბაზარზე კონკურენციის ხარისხი არ გაზრდილა, პირიქით, შეინიშნება გარკვეული გაუარესების ტენდენცია.

მეორად წყაროებს განეკუთვნება: ქართველ და უცხოელ მეცნიერთა ნაშრომები კონკურენციის (ანტიტრესტული, ანტიმონოპოლიური) პოლიტიკის პრობლემებზე, ევროკავშირისა და მსოფლიოს სხვა განვითარებული ქვეყნების კონკურენციული კანონმდებლობის რეალიზაციის პრაქტიკული შედეგები, კონკურენციული პოლიტიკის საკითხებზე საერთაშორისო ექსპერტთა დასკვნები და რეკომენდაციები.

შემუშავებული კვლევის დიზაინი ადექვატურია კვლევითი მიზნის ფარგლებში ფორმირებული ამოცანების გადასაჭრელად, კერძოდ, შემდეგი კვლევითი ფენომენის შესასწავლად:

- კონკურენციის თეორიების ევოლუცია და კონკრეტულად მისი რეალიზების პრაქტიკა სხვადასხვა ქვეყნებში, მათ შორის საქართველოში;
- კონკურენციის (ანტიმონოპოლიური რეგულირების) ასპექტით საქართველოში 1992 წლიდან დღემდე მიღებული საკანონმდებლო-ნორმატიული ბაზის ანალიზი;

³⁸ კითხვარი იხილეთ დანართში N 5.

- განვითარებული ქვეყნების კონკურენციის კანონმდებლობა, საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის, თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტოს მიერ გაწეული საქმიანობის ანალიზი;
- უცხოელ ექსპერტთა რეკომენდაციები და ანტიმონოპოლიური რეგულირების საკითხებზე როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი მეცნიერ-ეკონომისტების ნაშრომები.

დისერტაციაში გამოყენებულია: საქართველოში შექმნილი სამართლებრივი და საკანონმდებლო დოკუმენტები, ანტიმონოპოლიური სამსახურის, თავისუფალი ვაჭრობის და კონკურენციის სააგენტოს, მარეგულირებელი კომისიების დებულებები და ანგარიშები, მათ მიერ შექმნილი რეესტრის მონაცემები; ასევე, ქართულ პრესაში განხილული სტატიები სხვადასხვა ბიზნეს დავებთან თუ კონკურენციულ და ანტიმონოპოლიურ საკითხებთან დაკავშირებით.

ნაშრომში გაანალიზებულია მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში წარმოებული საქმეები და გადაწყვეტილებები, რომლებიც სახელმძღვანელო „ქეისებია“ შედარებით ნაკლები გამოცდილების მქონე ქვეყნისთვის. ასევე, მნიშვნელოვანი ადგილი დაეთმო ქართული „ქეისების“ განხილვას, რომელიც უნიკალურია თავისი შინაარსით, არა მხოლოდ პოსტსაბჭოთა, არამედ აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებისთვისაც.

ნაშრომში გამოყენებულია მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევა „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი 2014/2015“. აღნიშნული დოკუმენტის ანალიზის საფუძველზე განხორციელდა როგორც საქართველოს მაჩვენებლების შეფასება სხვადასხვა კომპონენტის მიხედვით, ასევე საქართველოს მაჩვენებლების დახასიათება რეგიონის ქვეყნებთან მიმართებაში.

თავი 2. კვლევის შედეგები და ძირითადი მიგნებები

საქართველოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობის შეფასებისას საკმაოდ საინტერესო ინფორმაციას იძლევა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ანგარიში – გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი, რომელიც ყოველწლიურად ქვეყნდება და მოიცავს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის 100-ზე მეტი პარამეტრით შეფასებას.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ანგარიშის მიხედვით (გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2014–2015), წინა ანგარიშთან შედარებით საქართველოს პოზიცია 3 საფეხურით გაუმჯობესდა და 144 ქვეყანას შორის 69-ე ადგილზეა. 2013–2014 წლის რეიტინგში - 72-ე, 2012–2013 წლებში - 77-ე, 2011–1012 წლებში კი 88 -ე პოზიციას იკავებდა.³⁹

გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში ყოველწლიურად ქვეყნდება, ის სამი ძირითად ბლოკს მოიცავს: საბაზისო მონაცემებს (48-ე ადგილი), ეფექტურობის მაჩვენებლებს (79-ე ადგილი) და ინოვაციურ განვითარებას (118-ე ადგილი).

სამი ბლოკი 12 ნაწილად არის ჩაშლილი: ინსტიტუტები (48-ე), ინფრასტრუქტურა (59-ე), მაკროეკონომიკური გარემო (48-ე), ჯანდაცვა და დაწყებითი განათლება (63-ე) (საბაზისო), უმაღლესი და პროფესიული განათლება (92-ე), ბაზრის ეფექტურობა (60-ე), შრომის ბაზრის ეფექტურობა (41-ე), ფინანსური ბაზრის განვითარება (76-ე), ტექნოლოგიური მიღწევები (67-ე), ბაზრის სიდიდე (103-ე) (ეფექტურობის მაჩვენებლები), ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა (113-ე), ინოვაციები (121-ე) (ინოვაციური განვითარება).

ჯამში კი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასება 100-ზე მეტი პარამეტრის მიხედვით ხდება. მაქიმალური შეფასების ქულა არის 7, 2014–2015 წლის მონაცემებით საქართველოს პოზიცია 4.22 ქულით არის შეფასებული.

საქართველოს საუკეთესო მონაცემები აქვს შემდეგი მაჩვენებლებით: ბიზნესის დაწყებისთვის საჭირო დღეების კომპონენტი (მე-2), სახელმწიფო რეგულაციების

³⁹ გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2014–2015, World Economic Forum 2014

რაოდენობა (10-ე), საგადასახადო ტვირთი ბიზნესზე (10-ე), სავაჭრო ბარიერები (მე-6), ინვესტორების დაცულობა (16-ე), სხვადასხვა დაავადებების გავლენა ბიზნეს საქმიანობაზე (1-ადგილი);

საქართველო ყველაზე ნეგატიურად შემდეგი მაჩვენებლებით არის წარმოდგენილი: ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა (127-ე), ექსპორტიორთა რაოდენობა (138-ე), უნივერსიტეტებს და ბიზნეს შორის თანამშრომლობა (128-ე), ადგილობრივი კაპიტალის მონაწილეობა ფინანსურ ბაზარში (126-ე), მცირე აქციონერების ინტერესების დაცულობა (125-ე), საავტორო უფლებები (124-ე).

წინა წელთან შედარებით 12 პარამეტრიდან გაუმჯობესდა 7 პარამეტრი (მაკროეკონომიკური გარემო, ჯანდაცვა და დაწყებითი განათლება, უმაღლესი და პროფესიული განათლება, ბაზრის ეფექტურობა, ტექნოლოგიები, ბიზნესის ეფექტურობა და ინოვაციები), გაუარესდა 3 პარამეტრი (ინფრასტრუქტურა, შრომის ბაზრის ეფექტურობა, ფინანსური ბაზრის განვითარება, ინსტიტუტების და ბაზრის მოცულობის კომპონენტები კი იგივე პოზიციაზე დარჩა.

საქართველოში ბიზნესგარემოსთვის ყველაზე პრობლემურ ფაქტორებად ბიზნეს ლიდერების მიერ დასახელებულია: არაკვალიფიციური სამუშაო ძალა – 20.2%, ფინანსური ხელმისაწვდომობა -18.8%, არასათანადო ინფრასტრუქტურა – 10.4%, შრომის ეთიკა და შესაძლებლობები – 9%, წვდომა ინოვაციებზე – 8.3%, პოლიტიკური არასტაბილურობა – 6.5%, მთავრობის ბიუროკრატია – 4.9, საგადასახადო რეგულირება – 4.2%, გადასახადების განაკვეთები – 4.0%, მთავრობის არასტაბილურობა/ხშირი ცვლა – 3.7%, შრომის ბაზრის რეგულაციები – 3.1%, მოსახლეობის ჯანმრთელობა – 2.7%, ინფლაცია – 2.3%, ვალუტის კურსი – 1.8%, კორუფცია – 0.1%, დანაშაულის ხარისხი – 0.0%,

რეგიონის ქვეყნებს შორის (სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი, რუსეთი, ყაზახეთი, უკრაინა) საქართველო მე-5 ადგილზეა. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი აქვს აზერბაიჯანს – 38-ე ადგილი (გასულ წელთან შედარებით +1), თურქეთს – 45-ე (-1), ყაზახეთს – 50-ე, რუსეთი – 53-ე (+11), უკრაინა – 76-ე (+8), სომხეთი – 85-ე (-6).

რეიტინგის ლიდერები არიან შვეიცარია, სინგაპური, აშშ, ფინეთი, გერმანია, იაპონია, ჰონგ კონგი, ნიდერლანდები, ბრიტანეთი, შვედეთი. აღსანიშნავია, რომ მაქსიმალური ქულა მიღებული აქვს შვეიცარიას 5.7 (მაქს.7), გასულ წელთან შედარებით მსოფლიოში კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებელი უმნიშვნელოდ არის გაზრდილი.

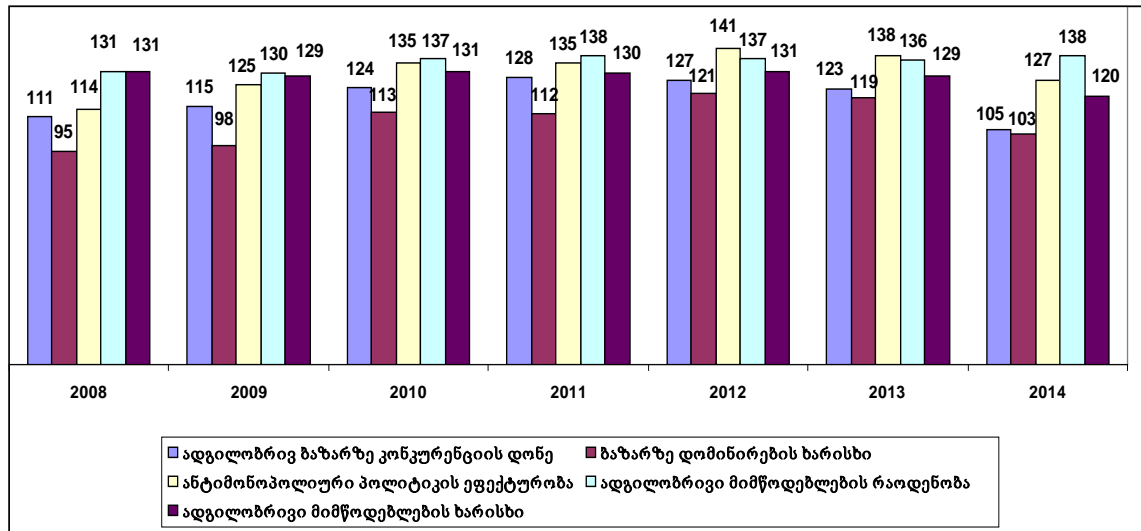
ძირითად მაჩვენებლებს შორის არის ბაზრის ეფექტურობა და ბიზნესის მიმზიდველობა. ბაზრის ეფექტურობის ბლოკში პირველ, მეორე და მესამე კომპონენტებად მიჩნეულია: 1. ადგილობრივ ბაზარზე კონკურენციის დონე; 2. ბაზარზე დომინირების ხარისხი; 3. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობა.

ბიზნესის მიმზიდველობის კომპონენტში კი პირველ და მეორე კრიტერიუმად წარმოდგენილია: 1. ადგილობრივი მიმწოდებლების რაოდენობა; 2. ადგილობრივი მიმწოდებლების ხარისხი.

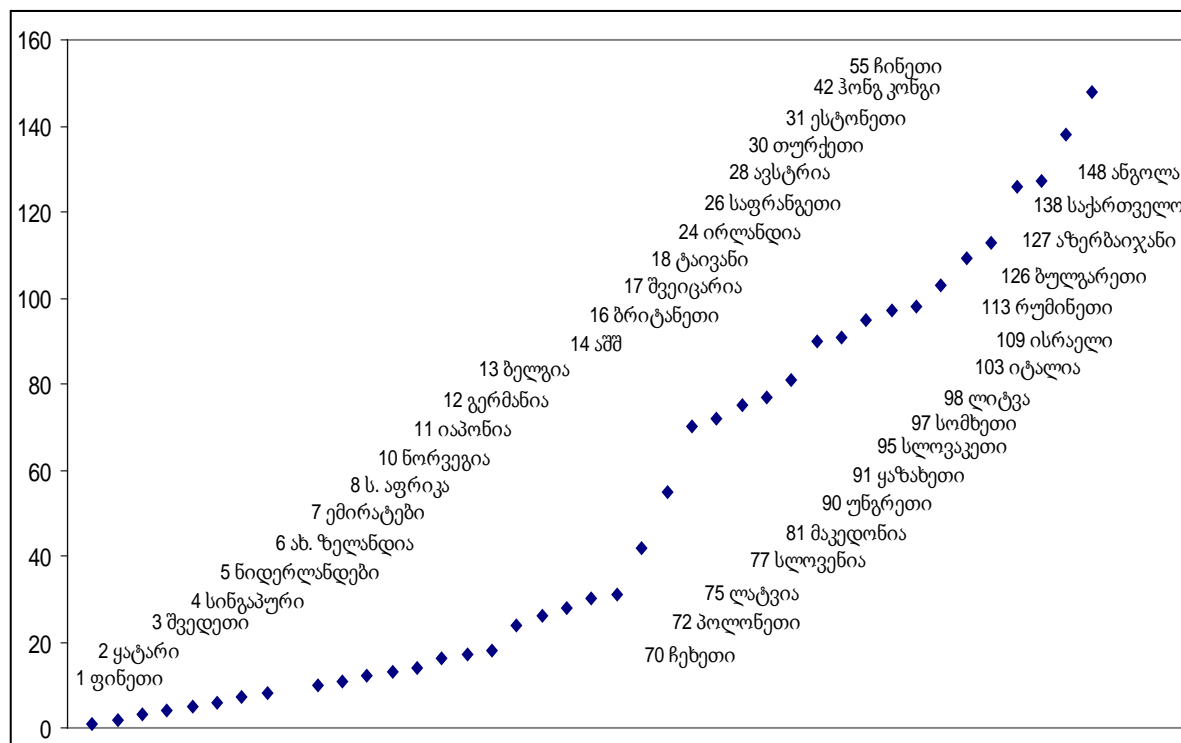
2014–2015 წლის ანგარიშის თანახმად საქართველო ადგილობრივ ბაზარზე კონკურენციის დონის მიხედვით 144 ქვეყანას შორის 105–ე პოზიციაზეა (4.6 ქულა, მაქსიმუმი-7), ბაზარზე დომინირების ხარისხით 103–ე (3.3) და ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობით 127–ე ადგილზე (3.3), რაც საკმაოდ არასახარბიელო მაჩვენებლებია და მიუთითებს ამ სექტორში რეფორმების და ქმედებების აუცილებლობაზე. საინტერესოა ბოლო წლებში ამ მაჩვენებლების ცვლილების დინამიკაც და მისი შედარება რეგიონის და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებთან. რაც შეეხება ბაზარზე მიმწოდებლების ანალიზს, ანგარიშში მიმწოდებლების რაოდენობის მიხედვით საქართველო 144 ქვეყანას შორის 138–ე (3.6), მიმწოდებლების ხარისხის მიხედვით კი 120–ე პოზიციაზეა (3.7)⁴⁰.

⁴⁰ იხილეთ გრაფიკი 1, გრაფიკი 2, გრაფიკი 3

გრაფიკი 1: საქართველოს ბაზარზე კონკურენციის განვითარების ხარისხის შეფასება 2008–2014 წლებში. ⁴¹



გრაფიკი 2: განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების რეიტინგი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობის მიხედვით. ⁴²



⁴¹ გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი, იქნებ სათაურის დასახელებაც მივუთითოთ ინგლისურ ენაზე? 2014–2015; World Economic Forum 2014

⁴² აქაც -გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი, 2014–2015; World Economic Forum 2014

გრაფიკი 3. საქართველოს პოზიციები 144 ქვეყანას შორის კონკურენციის მახასიათებელი ძირითადი საკითხების მიხედვით. ⁴³



ანტიმონოპოლიური და კონკურენციის დაბალი მაჩვენებლები განაპირობა 2004–2014 წლებში შესაბამისი სამსახურის არარსებობამ და საკანონმდებლო საფუძვლების სისუსტემ. 2014 წლის მარტში მიღებულ იქნა ახალი კანონმდებლობა, რომლის საფუძველზეც შეიქმნა კონკურენციის სააგენტო.

ახალი კონკურენციის სააგენტოს მიმართ მოლოდინების გასარკვევად და ბაზარზე არსებული პრობლემების მიმოხილვის მიზნით სხვადასხვა ბიზნესსექტორის 44 ბიზნეს ლიდერთან ჩავატარეთ სიღრმისეული ინტერვიუ. ინტერვიუს მიზანი იყო ბიზნესწარმომადგენლების მოლოდინისა და დამოკიდებულების კვლევა ახალი გაძლიერებული რეგულაციების და კანონმდებლობის მიმართ. კვლევა ჩატარდა 2014 წლის იანვარში.

ლიდერების შერჩევა მოხდა შემდეგი მეთოდით: 11 ბიზნეს სექტორიდან განისაზღვრა საქართველოში 200 ყველაზე მსხვილი კომპანია შემოსავლების მიხედვით⁴⁴ თითოეული მათგანიდან შეირჩა 4 კომპანია, კერძოდ:

- აგრარული სექტორი – 4;

⁴³ გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი, 2014–2015; World Economic Forum 2014

⁴⁴ წყარო: საქსტატი 2013 წ., საქართველოს ეროვნული ბანკი 2013 წლის მესამე კვარტალი, დაზღვევის ზედამხედველობის სამსახური 2013 წლის მესამე კვარტალი.

- ფარმაცევტული სექტორი – 4;
- ტურიზმის სექტორი – 4;
- საცალო ვაჭრობის სექტორი – 4;
- ნავთობპროდუქტებით ვაჭრობის და მომსახურების სექტორი – 4;
- გადამამუშავებელი წარმოების სექტორი – 4;
- ტრანსპორტის სექტორი – 4;
- კომუნიკაციის სექტორი – 4;
- საბანკო სექტორი – 4;
- სადაზღვევო სექტორი – 4;
- სამშენებლო სექტორი – 4.

გამოკითხვის შედეგებმა ცხადყო, რომ საქართველოს ბაზარზე კონკურენციის პრობლემა არსებობს და ანტიმონოპოლიური სამსახურის ფუნქციონირება საჭიროა, თუმცა ანტიმონოპოლიური სამსახურის ეფექტური მუშაობა ხელისუფლების პოლიტიკურ ნებაზეა დამოკიდებული. ბიზნესის მოლოდინებიდან გამომდინარე: ბიზნესლიდერების უმრავლესობა ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის პრობლემას ხედავს, თუმცა თვლის რომ ხელისუფლების პოლიტიკური ნების გარეშე ანტიმონოპოლიური სამსახური შეიძლება ბიზნესისთვის კიდევ ერთ მაკონტროლებლად და ხელისშემშლელად იქცეს.

კვლევის მიხედვით გამოიკვეთა მთელი რიგი ტენდენციები და კონკურენციის ხარისხის ცვლილებები ბიზნესის სხვადასხვა სექტორების მიხედვით:

როგორც კვლევის პროცესმა აჩვენა, **აგრარულ სექტორში** კონკურენციის ხარისხი დაბალია. გაზრდილია იმ მეწარმეთა (ფერმერების) პროცენტული მაჩვენებელი, ვინც თვლის: რომ კონკურენციისგან საფრთხეს ვერ გრძნობს, ან ნაკლებად უჭირთ კონკურენცია და მიიჩნევენ, რომ არ ყავს კონკურენტი. იგივე მონაცემები ფიქსირდება გადამამუშავებელი წარმოების სექტორში. ფერმერები ხშირად აწყდებიან ისეთ პრობლემებს, რომელიც უკავშირდება შემსყიდველის მიერ ფასების კონტროლს, (მაგალითად თხილის შესყიდვა, სხვადასხვა ხილის გაყიდვები), ასევე შეზღუდული

აქვთ არჩევანი სხვადასხვა საწარმოო პროცესების განხორციელებისას (მაგალითად, სარწყავი წყლის გამოყენება, ტექნიკით სარგებლობა). შედეგები, ერთი მხრივ, გამოწვეულია სექტორში სახელმწიფოს მიერ შექმნილი ხელოვნური მონოპოლიებით და, მეორეს მხრივ, შემსყიდველი კომპანიების მცირე რაოდენობით, რომელთაც შეუძლიათ ურთიერთშეთანხმებით ფასების კონტროლი.

რაც შეეხება **გადამამუშავებელი წარმოების** სფეროს, კონკურენციის ხარისხი შედარებით მაღალია. ადგილობრივი გადამამუშავებელი წარმოების მფლობელები მთავარ კონკურენტებად იმპორტირებულ პროდუქციას ასახელებენ. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ისინი აწყდებიან პრობლემას სავაჭრო და ჰორეკა⁴⁵ სეგმენტში, რადგან იმპორტის განმახორციელებელი კომპანიები ფლობენ დიდ ფინანსურ რესურსებს და აქვთ პრივილეგირებული პირობები სავაჭრო ქსელებში, ან ექსკლუზივები პროდუქციის გაყიდვებზე. აღნიშნულ სექტორში კონკურენციის პრობლემა ყველაზე მეტად გამოიკვეთა შაქრის ადგილობრივი წარმოების და ხორბლის გადამამუშავების პროცესში, სადაც მოქმედი წამყვანი კომპანიები იყენებენ საკუთარ დომინანტურ მდგომარეობას და კონკურენტებს ფასების მანიპულირებით არ აძლევენ ბაზარზე განვითარების საშუალებას. მაგალითისთვის დასახელდა ხორბლის გადამამუშავების სექტორში მოქმედი აზერბაიჯანული კომპანია „კარმენი“, რომელიც პრაქტიკულად აკონტროლებს ადგილობრივი ბაზრის 80%-ს, მოცემული კომპანიის მფლობელი არის აზერბაიჯანული ბაზრის 100%-ით მიმწოდებელი, რაც ზრდის მის შესაძლებლობებს. გარდა ამისა, კომპანია „კარმენი“ ფლობს ხორბლის შემნახველ ელევატორებს, რაც კიდევ უფრო მეტად ზრდის მის ვერტიკალურ საბაზრო ძალაუფლებას ⁴⁶ .

ნავთობპროდუქტების ვაჭრობის და მომსახურების სექტორში ზოგადად კონკურენციის მაღალი ხარისხი ფიქსირდება, თუმცა რელევანტურობისთვის ის რამდენიმე მნიშვნელოვან სექტორად შეიძლება გავყოთ. კონკურენციის ხარისხის მიხედვით ყველაზე პრობლემური მიმართულებებია ნავთობპროდუქტებით საცალო ვაჭობა და მედიკამენტებით საცალო ვაჭობა. გამოკითხვის შედეგად ირკვევა, რომ საწვავის

⁴⁵ სასტუმროები, რესტორნები, კაფეები, საზოგადოებრივი კვლევის ობიექტები

⁴⁶ ბიზნეს პორტალი BPI.ge

რეალიზების სექტორში მიმწოდებლების შეზღუდული რაოდენობა ქმნის პრობლემას, რაც ზრდის კარტელური შეთანხმების ალბათობას. გარდა ამისა, გამოკითხული მეწარმეები სექტორში შეღწევის სირთულეებზე საუბრობენ. ყურადღებას იქცევს ფასების პოლიტიკაც და მისი დამოკიდებულება საერთაშორისო ბაზარზე მიმდინარე ფასებთან. პრობლემებზე საუბრობენ საავტომობილო ბუნებრივი აირის მიმწოდებელი კომპანიებიც. მათი შეფასებით, საქართველოს ბაზარზე ბუნებრივი აირის მოწოდება მხოლოდ აზერბაიჯანიდან ხდება, მომწოდებელი კომპანია კი არის აზერბაიჯანული „სოკარი“, რომელსაც, თავის მხრივ, გააჩნია საკუთარი გაზგასამართი სადგურების ქსელი „სოკარ გაზი“. „ბუნებრივი აირის მომხმარებელთა ასოციაცია“ მიუთითებს შემთხვევებზე, როდესაც კონკურენტებისთვის პროდუქციის მიწოდება ხდება უფრო მაღალი ფასებით, ვიდრე მისი შვილობილი კომპანიისთვის, რაც არათანაბარ პირობებში აყენებს მათ. ვერტიკალური ინტეგრაცია ზრდის კომპანიის საბაზრო ძალაუფლებას სექტორში, რაც მას აძლევს ფასებით მანიპულირების საშუალებას.

საცალო ვაჭრობის ყველაზე პრობლემურ მიმართულებად კონკურენციის თვალსაზრისით დასახელდა **ფარმაცევტული სექტორიც**, სადაც კომპანიებს არ ეძლევათ საშუალება თავისუფალი არჩევანი შესთავაზონ მომხმარებელს. მთავარ მიზეზად რამდენიმე კომპანიის ვერტიკალური ინტეგრაცია სახელდება, კერძოდ ორ კომპანიას (ავერსი, პსპ) აქვს წამლის წარმოება, წამლის დისტრიბუცია, ფარმაცევტული ქსელი, სადაზღვევი კომპანია და კლინიკა. ეს სრული ჯაჭვი პრაქტიკულად მომხმარებელს არჩევანს უზღუდავს და სხვა, გარე კომპანიებს აზიანებს. შესაბამისად, კონკურენციის განვითარება ამ სექტორში არ შეინიშნება.

საცალო ვაჭრობის სექტორში მეწარმეებმა დაასახელეს, ასევე, დემპინგის პრობლემა. კერძოდ, კომპანია „კარფურის“ მხრიდან, რომელმაც ბაზრის ექსპანსია განახორციელა დაბალი ფასების სტრატეგიით. ბაზრის მონაწილეების შეფასებით, ასეთი ფასების მიღწევა თვითღირებულებაზე დაბალ ნიშნულზე იყო და შეიძლება შეფასდეს, როგორც კლასიკური დემპინგი.

ტურიზმის სექტორში აღმოჩნდა, რომ მეწარმეები კონკურენციის ხარისხს უმაღლეს შეფასებას აძლევენ. კვლევის პროცესში მეწარმე რესპოდენტების შეფასებებიდან იკვეთება, რომ არ არსებობს ბარიერები ბაზარზე შესვლის პროცესში, არის საკმაოდ ბევრი მოთამაშე, ბაზარი არის მზარდი, რაც ხელს უწყობს ახალი კომპანიების გაჩენას. კონკურენცია არის მძაფრი და არ იკვეთებიან ლიდერები აღნიშნულ ბაზარზე.

კვლევის პროცესში ჩართული მეწარმეების განმარტებით **მშენებლობის სექტორში** სახელმწიფოს წილი მაღალია და წლების მანძილზე ტენდერში გამარჯვებული კომპანიები იყვნენ დომინანტურ პოზიციებზე. ტენდერებში გამარჯვება ხდებოდა შერჩევის საფუძველზე, ხშირად გამოცდილების და ისტორიის არმქონე კომპანიების სასარგებლოდ. ბუნებრივია, აღწერილი მდგომარეობა თავისთავად მიუთითებს იმაზე, რომ ადმინისტრაციულ გადაწყვეტილებებს მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს საკვლევ ბაზარზე. რაც შეეხება კერძო სექტორს, აქ „დეპრესიული“ მდგომარეობა წლების მანძილზე გრძელდებოდა, 2013 წლის ბოლოდან იწყება გაცოცხლების პერიოდი. დეველოპერები ბაზარზე კონკურენციის შემზღუდავ პრობლემად ასახელებენ ბანკების მიერ არაპროფილური აქტივების ფლობას. კერძოდ, „საქართველოს ბანკს“ და „თი ბი სი ბანკს“ აქვთ საკუთარი შვილობილი დეველოპერული კომპანიები. მეწარმეების შეფასებით, ხშირია შემთხვევები, როდესაც ბანკი სესხის გაცემისას არათანაბარ საპროცენტო განაკვეთებს აწესებს შვილობილ და გარე კომპანიებს შორის, რაც პრივილიგირებულ და უპირატეს მდგომარეობაში აყენებს მათ კონკურენტებს. გარდა ამისა, როდესაც მომხმარებელს სჭირდება იპოთეკური სესხი და მიმართავს ზემოთხსენებულ ბანკებს, ბანკის მხრიდან ხდება მათი გადაბირება რომ მის შვილობილ კომპანიაში შეიძინოს უძრავი ქონება, სთავაზობენ ბევრად უკეთეს პირობებს, რაც კონკურენციის შეზღუდვად არის შეფასებული დეველოპერების მიერ. ბანკების არაპროფილური აქტივების წილი, მართალია, ეკონომიკაში დიდი არ არის, სულ 2.5 %-ია, მაგრამ კონკრეტული შემთხვევები ბაზარზე არღვევს კონკურენციის პრინციპებს⁴⁷. 2014 წლის ოქტომბერში საქართველოს ეროვნული ბანკი დეველოპერული ბიზნესის

⁴⁷ წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

წარმომადგენლებს შეხვდა. შეხვედრის შედეგად შემდეგი გადაწყვეტილება იქნა მიღებული:

„ეროვნულმა ბანკმა სხვადასხვა ბიზნესსექტორის წარმომადგენლებთან შეხვედრებისა და საერთაშორისო პრაქტიკის განხილვის შემდეგ დაასრულა საბანკო სექტორის არაპროფილურ საქმიანობაში ჩართვის მიზანშეწონილობის საკითხის შესწავლა. როგორც საერთაშორისო გამოცდილება ადასტურებს, ამ თემასთან დაკავშირებით ქვეყნების მიხედვით განსხვავებული მიდგომებია. მიუხედავად ამისა, ბოლო პერიოდში რეგულატორების პოლიტიკაში იკვეთება ტენდენცია, რომელიც ბანკებს უძრავი ქონებისა და სხვა არასაფინანსო სექტორებში ჩართვას უზღუდავს, მათ შორის ბანკების შვილობილების მეშვეობითაც“.

უნდა აღინიშნოს, რომ დღეისათვის საქართველოში აღნიშნული საქმიანობის მასშტაბები კვლავ შედარებით მცირეა. ბანკების მხრიდან არაპროფილურ საქმიანობაში ჩართვის მიმართ ეროვნული ბანკის ლიბერალური დამოკიდებულება ერთ-ერთი ნაწილი იყო იმ პოლიტიკისა, რომელიც 2008-2009 წლების ფინანსური კრიზისის დაძლევის თვალსაზრისით შემუშავდა სხვადასხვა რეგულაციის შერბილებასთან ერთად. ამ ეტაპზე, აღარ არსებობს მსგავსი მიდგომის შენარჩუნების აუცილებლობა და აღნიშნულმა პაკეტმა საკუთარი თავი მთლიანად ამოწურა. უძრავი ქონების სექტორის გაჯანსაღების ტენდენციამ და ბანკების არაპროფილური საქმიანობის მზარდის მასშტაბებმა დღის წესრიგში დააყენა საზედამხედველო მიდგომის ცვლილების აუცილებლობა.

ბანკების არაპროფილურ საქმიანობაში ჩართულობა საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ საშუალოვადიან პერსპექტივაში სექტორისათვის რისკიანად ფასდება. მსგავსი პრაქტიკა აჩენს ინტერესთა კონფლიქტის რისკს. დამატებითი არგუმენტია ეკონომიკის რეალურ სექტორში კონკურენციაზე უარყოფითი ზეგავლენის არიდება.

აქვე აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ეროვნული ბანკი მიესალმება კომერციული ბანკის აქციონერების მხრიდან არასაბანკო სფეროში ინვესტიციების განხორციელების

პრაქტიკას, თუ აღნიშნული არ ხორციელდება უშუალოდ ბანკების მიერ და ასევე არ წარმოქმნის დამატებით რისკებს ბანკებისათვის.

ამდენად, მიღებულია გადაწყვეტილება, რომ საქართველოში მოქმედ კომერციულ ბანკებს აეკრძალოთ არაპროფილური საქმიანობა და საბანკო სექტორი შემოიფარგლოს მხოლოდ ტრადიციული საფინანსო მომსახურების მიწოდებით. საქართველოს ეროვნული ბანკი მნიშვნელოვნად ამკაცრებს ახალი ნებართვების გაცემის მიდგომას არაპროფილური საქმიანობის წამოწყებაზე, რაც შესაბამისობაშია 2008 წლამდე არსებულ პრაქტიკასთან. ასევე, იმ კომერციულმა ბანკებმა, რომლებიც უკვე ჩართულნი არიან ასეთ საქმიანობაში, 30 კალენდარული დღის ვადაში საქართველოს ეროვნული ბანკს უნდა წარმოუდგინონ ბანკის არასაფინანსო სფეროდან ეტაპობრივი (2015 წლის 31 დეკემბრამდე) გამოსვლის დეტალური სტრატეგია".⁴⁸

ტრანსპორტის და კომუნიკაციების სფეროს შეფასებისას, მეწარმეები ოლიგოპოლიას და სახელმწიფოს მიერ შექმნილ ხელოვნურ პრივილეგირებულ პირობებს ასახელებენ. კვლევის ფარგლებში ირკვევა რომ, მართალია ინტერნეტის მიწოდების ბაზარზე 10–ზე მეტი მოთამაშეა, მაგრამ პრაქტიკულად ოლიგოპოლიური მდგომარეობაა: ორი კომპანია – „სილქნეტი“ და „კავკასუს ონლაინი“ განსაზღვრავს ტარიფებს და პროდუქციის ხარისხსაც. ბაზარზე შეღწევა ძალიან რთულია და ორი ლიდერი კომპანია, საკუთარი ფინანსური შესაძლებლობიდან გამომდინარე, ქმნის ბარიერებს. მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარზე მხოლოდ სამი მოთამაშეა, რაც ზრდის კარტელური გარიგების შესაძლებლობებს, ბაზარზე მდგომარეობა ბევრად გაუმჯობესდა ახალი ტექნოლოგიის – პორტირების სერვისის შემდეგ. თუმცა, მთავარ პრობლემად ამ ბაზარზე მაინც ლიცენზირების მკაცრ პირობებს და სიძვირეს ასახელებენ, რაც მცირე კომპანიებს ხელს უშლის შევიდნენ აღნიშნულ ბაზარზე. მეწარმეების შეფასებით, კომუნიკაციების კომისიის მუშაობაც ვერ მიყვება ტექნოლოგიების განვითარების ტემპს, საკანონმდებლო ნორმები მოძველებულია, რაც მათ ხელს უშლის ახალი ტექნოლოგიების დანერგვაში. მაგალითად სახელდება კომპანია „მობიტელის“ (ბილაინი) მიერ 4G ტექნოლოგიის დანერგვის მცდელობა, რომელიც ვერ ხორციელდება სწორედ კომუნიკაციების

⁴⁸ წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

ეროვნული კომისიის შეზღუდვების გამო. ეს ფაქტიც მიაჩნია, რომ ადმინისტრაციულ გადაწყვეტილებს მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს კონკურენციის ხარისხზე. ტვირთების გადაზიდვების სფეროში მთავარ გამოწვევად იქცა 2013 წელს ფინანსთა სამინისტროს მიერ გამოცემული ბრძანება, რომელიც სახელმწიფო კომპანია „საქართველოს ფოსტა“-ს ანიჭებს პრივილეგიებს გარკვეული ტიპის ტვირთების ტრანსპორტირების სფეროში. ექსპედიტორი კომპანიების შეფასებით, აღნიშნული ბრძანება მათი შეზღუდვა იყო საკანონმდებლო დონეზე და ზღუდავდა ბაზარზე კონკურენციას. გადამზიდავების ნეგატიური შეფასება მოყვა ფინანსთა სამინისტროს გადაწყვეტილებასაც, რომლის მიხედვით, 2014 წლის 1 მაისიდან უპირატესობა და პრივილეგია ტვირთების გადამუშავების ნაწილში მიენიჭა ფოთის პორტში „მაერსკი“-ს შვილობილ კომპანიას „აი პი ემ ტერმინალსი“. მეწარმეების განმარტებით, ეს კომპანია დღეს უპირატეს მდგომარეობაშია და ზღუდავს ბაზარზე კონკურენციას.

მეწარმეების მიერ პრობლემურ საკითხად მოიაზრება საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს მიერ მომზადებული ცვლილებები „საქართველოს ფოსტის შესახებ“ კანონში, რომლის თანახმად ფოსტას ენიჭება პრივილეგიები გზავნილების განხორციელების სფეროში. ბაზარზე მოთამაშე კომპანიების UPS-ის, TNT-ის, Fedex-ის, DHL-ის შეფასებებით, ეს გადაწყვეტილება მათ უქმნის პრობლემას და თუ გადაწყვეტილება ძალაში შევიდა, მათ ბაზრის დატოვება მოუხდებათ.

საფინანსო სექტორის შეფასებისას მეწარმეები აღნიშნავენ, რომ საბანკო პროდუქტებს შორის მძაფრი კონკურენციაა და მისი ხარისხი დინამიურია; მთავარი შენიშვნები და პრობლემები გამოიკვეთა არაპროფილური აქტივების მართვის იმ ნაწილში, რომელიც ეხება დაზღვევას და დეველოპმენტს. დეველოპმენტში არსებულ პრობლემებზე ზემოთ უკვე გვქონდა საუბარი. რაც შეეხება დაზღვევის სექტორს, მთავარ პრობლემად იკვეთება ვერტიკალური ინტეგრაციის პრობლემა. ბანკების უმრავლესობა ფლობს სადაზღვევო კომპანიებს და მომხმარებლის არჩევანი გარკვეულად შეზღუდული აქვთ. გარდა ამისა, დასახელდა „იმედი L“-ის საქმე, რომელსაც ჰქონდა სესხი „საქართველოს ბანკიდან“, კომპანიას შეექმნა პრობლემები ჰოსპიტალურ სექტორში გაზრდილი ხარჯების შედეგად

და დადგა გაკოტრების საფრთხის წინაშე. ბანკმა სესხის რესტრუქტურის ნაცვლად შესთავაზა გარიგება მისი შვილობილი კომპანია „ალდაგის“ სასარგებლოდ. საბოლოო ჯამში „ალდაგმა“ კომპანია „იმედი L“ იყიდა. პრობლემებს შორისაა ფარმაცევტული კომპანიების მიერ დაარსებული სადაზღვევო კომპანიები, რომლებსაც უპირატესობა აქვთ სამედიცინო დაზღვევის ბაზარზე კლინიკების მომსახურების და მედიკამენტების შეთავაზების ნაწილში. სადაზღვევო ბაზრის მთავარ პრობლემად მეწარმეების მიერ მიჩნეულია, ასევე, „სახელმწიფო დაზღვევის კომპანია“, რომელმაც პრაქტიკულად შეზღუდა კერძო სექტორი სამედიცინო დაზღვევის ბაზარზე და იქცა უმსხვილეს და პრივილეგირებულ მოთამაშედ. ამ გადაწყვეტილებამ სადაზღვევი კომპანიებისთვის შემოსავლების მნიშვნელოვანი ნაწილის დაკარგვა გამოიწვია.

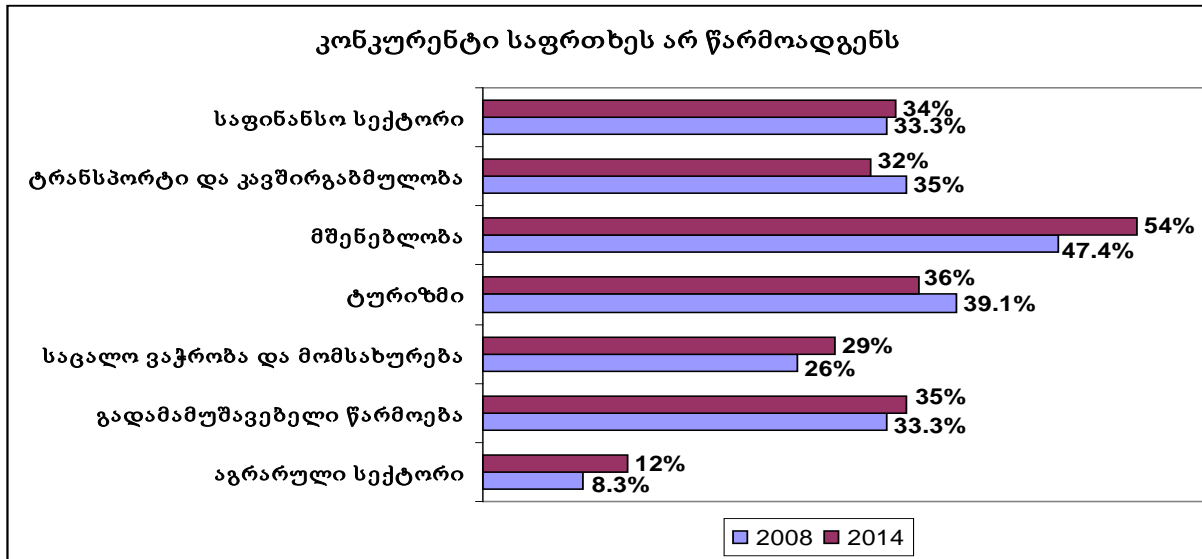
კონკურენციის შეფასება – საქართველოში არსებული ბიზნესგარემოს შეფასების, აქტუალური და პრობლემური საკითხების გამოვლენის მიზნით, 2008 წელს საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციამ ჩატარა სხვადასხვა ტიპის კვლევა, სადაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი თავი ეძღვნება ბაზარზე კონკურენციას⁴⁹. მსგავსი, შედარებით მცირე მასშტაბის კვლევა ჩატარდა სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში 2014 წლის მარტი–აპრილის პერიოდში. ერთმანეთისგან დამოუკიდებელი ორი კვლევა იძლევა ბაზარზე კონკურენციის განვითარების დინამიკის შეფასების საშუალებას, კვლევის პროცესში გამოყენებული იყო ფოკუს-ჯგუფები მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესის მონაწილეობით. ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომლის ფარგლებშიც გამოიკითხა 226 მეწარმე საქართველოს მასშტაბით, მათ შორის 44 - რეგიონებიდან.

2014 წელს ჩატარებული გამოკითხვის შედეგები 2008 წლის კვლევის შედეგებისგან პრაქტიკულად არ განსხვავდება, რაც იმას მიაჩნებს რომ ბოლო 5 წლიან პერიოდში ბაზარზე კონკურენციის ხარისხი არ გაზრდილა, პირიქით შეინიშნება გარკვეული გაუარესების ტენდენცია. გაუარესების მიზეზი არის, განსაკუთრებით ბოლო 2

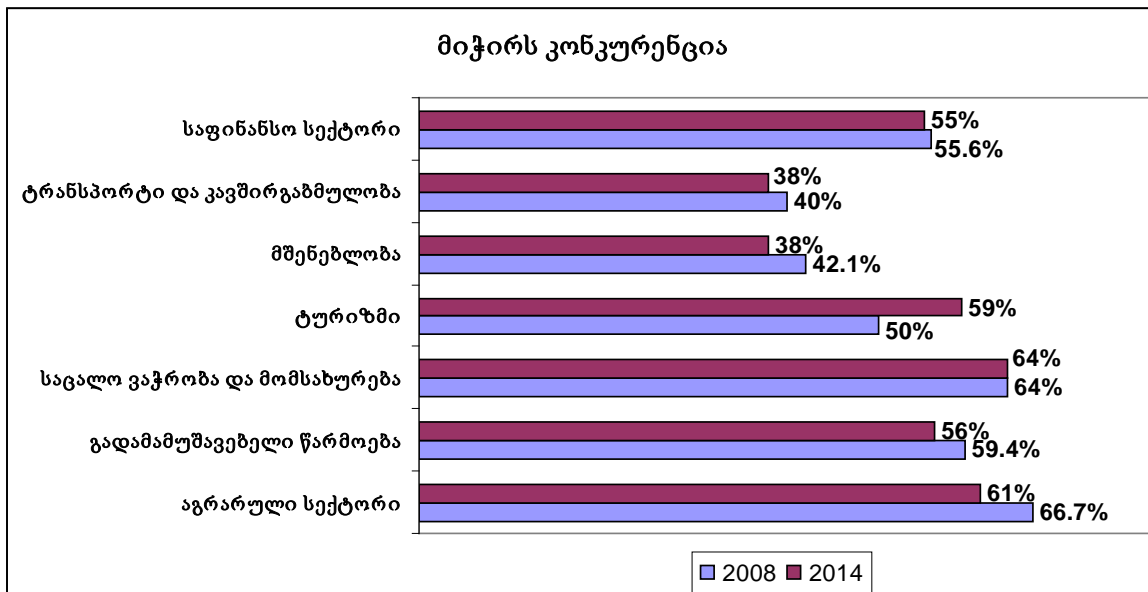
⁴⁹ ბიზნეს გარემო საქართველოში, საქართველოს ეკონომისტთა ასოციაცია, 2008 წ

წელიწადში, სახელმწიფო კომპანიების რაოდენობის ზრდა, რომლებიც აქტიურად არიან წარმოდგენილი ბაზარზე კერძო სექტორის კონკურენტად.

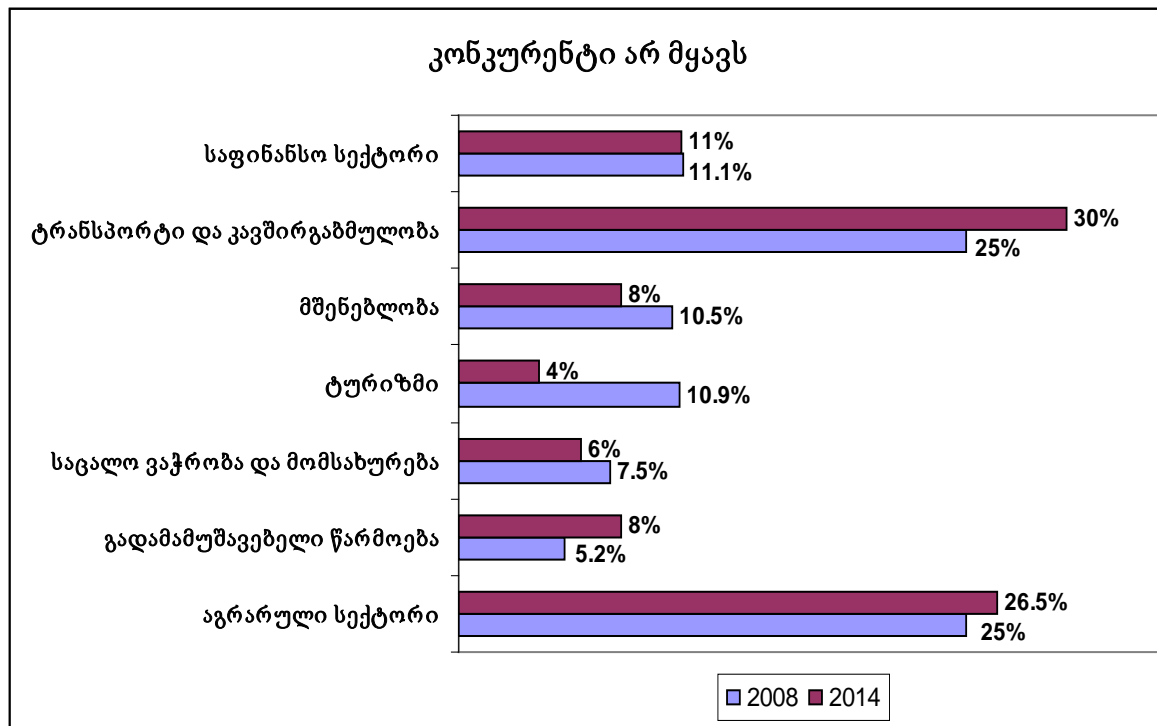
გრაფიკი 4: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წ.წ.)



გრაფიკი 5: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 –2014 წწ.)



გრაფიკი 6: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წწ.)



წყარო: წინამდებარე ნაშრომზე მუშაობის პროცესში ჩატარებული კვლევა, მარტი-აპრილი 2014 წ.

საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთი მამოძრავებელი ძალა არის კონკურენცია. წარმატებული ბიზნესისათვის კი აუცილებელია საწარმო იყოს მაღალკონკურენტუნარიანი. ამისათვის მეწარმეს უნდა ჰქონდეს შესაბამისი უნარ-ჩვევები და შესაძლებლობა, ობიექტურად შეაფასოს საკუთარი ბიზნესის სტატუსი კონკურენტებთან მიმართებაში. გამოკვლევულ საწარმოთა 65%-ს უჭირს კონკურენციის გაწევა (62% – 2008 წელს), თითქმის 25%-ი (28% – 2008 წელს) კი ფიქრობს, რომ მათთვის უახლოესი 1 წლის განმავლობაში კონკურენტები საფრთხეს არ წარმოადგენენ, რაც, რა თქმა უნდა, არასწორი დამოკიდებულებაა.

საინტერესოა კონკურენტული პოზიციის თვითშეფასება დარგობრივი ნიშნის მიხედვითაც. ყველაზე მეტად მეწარმეებს აგრარულ სექტორში უჭირთ კონკურენციის გაწევა. უნდა ვივარაუდოთ, რომ ქართული აგრარული სექტორისათვის ყველაზე დიდი კონკურენტები იმპორტიორები არიან. მიგვაჩნია, რომ უნდა მოხდეს არა იმპორტზე

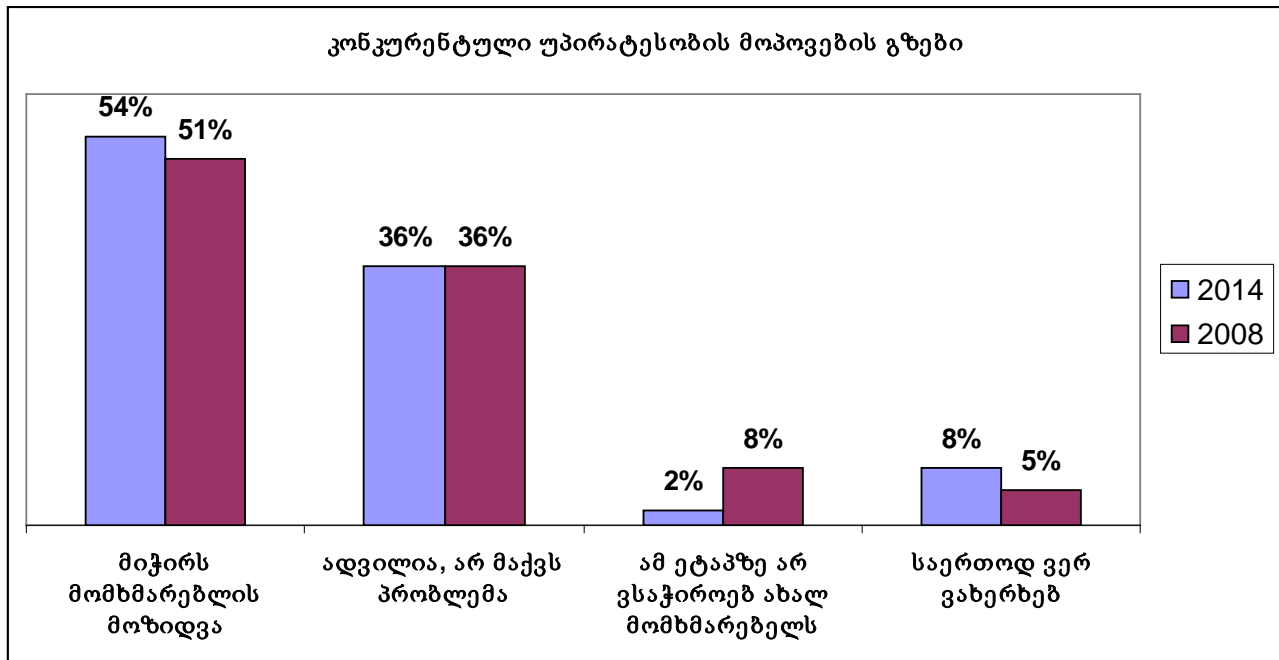
ბარიერების დაწესება, არამედ ადგილობრივი წარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება; კონკურენციასთან დაკავშირებული პრობლემები, ასევე, აღინიშნება საცალო ვაჭრობასა და მომსახურების სფეროში მოქმედი წარმოებისათვის. მაღალი დონის კონკურენციას მოცემულ დარგში საწარმოთა სიმრავლე განაპირობებს. საქართველოში დარეგისტრირებულ საწარმოთა თითქმის 80%-ი სწორედ ვაჭრობის ან/და მომსახურების დარგში მოღვაწეობს.

კვლევის შედეგების მიხედვით რესპოდენტების 41%-ი (38% – 2008 წელს) კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების გზად პროდუქტის/მომსახურების ფასის შემცირებას მიიჩნევს, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს მათი სამეწარმეო უნარების განვითარების აუცილებლობაზე. 29%-ის (28%–2008 წელს) აზრით, ახალი პროდუქტების შემუშავებისა და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის შესაძლებლობის შემთხვევაში, ისინი შეძლებენ ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას. რესპოდენტთა 14%-ი (18% – 2008 წელს) თვლის, რომ კონკურენციის გაწვევისთვის აუცილებელია ბაზრის/კონკურენციის პერიოდული შესწავლა.

ახალი მომხმარებლის მოზიდვა ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი მთავარი მექანიზმია. კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ რესპოდენტთა 54%-ს (51%- 2008 წელს) უჭირს ახალი მომხმარებლის მოზიდვა, ხოლო აღნიშნული საკითხი 36%-სთვის (36% – 2008 წელს) პრობლემას არ წარმოადგენს და ისინი ახალი მომხმარებლის მოზიდვას უპრობლემოდ ახერხებენ. მომხმარებლისთვის ბრძოლის თანამედროვე პერიოდში, როდესაც მომხმარებლის „წართმევა“ კონკურენტისთვის კომპანიების მთავარ მიზანს წარმოადგენს, წარმოუდგენელია ახალი მომხმარებლის საჭიროებაზე ბიზნესმენმა უარი განაცხადოს.

კვლევის შედეგების მიხედვით, გამოკითხულთა 2% (9% – 2008 წელს) აღნიშნავს, რომ იგი არ საჭიროებს ახალ მომხმარებელს, რაც ქართველ მეწარმეთა გამოცდილების და ბიზნესგანათლების დაბალ დონეზე მიგვითითებს. ბიზნესმენტთა 8%-ი (4% – 2008 წელს) კი საერთოდ ვერ ახერხებს ახალი მომხმარებლის მოზიდვას.

გრაფიკი 7: კონკურენციის შეფასება დარგების მიხედვით 5 წლიან პერიოდში (2008 – 2014 წ.წ.)



არამართებული იქნება მოსაზრება კონკრეტული კომპანიის ან/და დარგის პროგრესზე, თუ აღნიშნული ბიზნესი მუდმივად არ ვითარდება და, შესაბამისად, არ ხდება გაყიდვების ზრდის ტემპის შენარჩუნება. რესპოდენტთა 75%-ის აზრით, მათ გაყიდვების გაზრდა იმიტომ უჭირთ, რომ დაბალია მოსახლეობის შემოსავლების დონე, 17%-ი კი მიიჩნევს, რომ ეფექტიანი სარეკლამო კამპანია დაეხმარებოდა გაყიდვების გაზრდაში. ამასთან, დამატებით უნდა აღინიშნოს, რომ მეწარმეები ეფექტიან რეკლამად მიიჩნევენ მხოლოდ ძვირადღირებულ მედიასაშუალებებში განთავსებულ რეკლამას.

ძირითადი მიგნებები

– საქართველოს ეკონომიკა ლიბერალიზაციის საკმაოდ მაღალი დონით და ფორმალური (საკანონმდებლო, ადმინისტრაციული) ბარიერების სიმცირით ხასიათდება. მიუხედავად ამისა, ბაზრის ზოგიერთ სეგმენტს ქვეყანაში კონცენტრაციის მაღალი ხარისხი ახასიათებს; თავის მხრივ, ეკონომიკის თეორიიდან ცნობილია, რომ მაღალი კონცენტრაციის მქონე ბაზრის სტრუქტურა მოგების მაღალი მარჟის არსებობას განაპირობებს;

– 2008 წლიდან 2014 წლამდე საქართველოში კონკურენციის ხარისხი არ გაუმჯობესებულა და კვლაც რჩება დაბალ დონეზე. კვლევამ აჩვენა რომ ამ პერიოდში კონკურენციისთვის დამახასიათებელი რიგი საკითხები უმნიშვნელოდ, მაგრამ მაინც გაუარესებულია. აღნიშნული შედეგი მიუთითებს რეფორმების და ბაზარზე შესვლის ფორმალური თუ არაფორმალური ბარიერების კიდევ უფრო ლიბერალიზაციის აუცილებლობაზე;

– ბიზნესლიდერების უმრავლესობა ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის პრობლემას ხედავს, თუმცა, თვლის რომ ხელისუფლების პოლიტიკური ნების გარეშე ანტიმონოპოლიური სამსახური შეიძლება ბიზნესის კიდევ ერთ მაკონტროლებლად და ხელისშემშლელად იქცეს;

– მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევის, გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში კონკურენციის ხარისხის მიხედვით საქართველოს ერთ–ერთი ცუდი მაჩვენებელი აქვს აღმოსავლეთ ევროპის და პოსტსაბჭოთა ქვეყნებს შორის. ეს განპირობებულია 2004–2013 წლებში ბიზნესსექტორში რადიკალური ლიბერალიზაციის ხარისხით, როდესაც ბაზარი თავისუფალი იყო მსოფლიოში აღიარებული გონივრული რეგულირების პრინციპებისგან. კონკურენციის მახასიათებელი ძირითადი საკითხებიდან (ბაზარზე დომინირების ხარისხი, ანტიმონოპოლიური რეგულირების ეფექტურობა, ადგილობრივ ბაზარზე კონკურენციის დონე, ადგილობრივი მიმწოდებლების ხარისხი და რაოდენობა) საქართველო 148 ქვეყანას შორის 100–დან 140–ე პოზიციებზე ფიქსირდება, რაც ყველაზე ცუდი მაჩვენებელია რეგიონში;

– მსოფლიო პრაქტიკაში მონოპოლიური მდგომარეობის შექმნის ოთხი ძირითადი წყარო არსებობს: 1. ტექნოლოგიებით და ინოვაციებით შექმნილი დომინანტი კომპანიები, 2. სპეციფიური სექტორები და ტექნიკური მონოპოლები, 3. სახელმწიფოს კანონით მინიჭებული ფორმალური მონოპოლიები და 4. არაფორმალური მხარდაჭერით მოსარგებლე მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტები. ტექნოლოგიებით და ინოვაციებით შექმნილი დომინანტი კომპანიები საქართველოში არ არის. საქართველოში ფიქსირდება სახელმწიფოს მიერ საწარმოთათვის კანონით მინიჭებული, ხშირ შემთხვევაში გაუმართლებელი პრივილეგირებული მდგომარეობა.

რაც შეეხება სპეციფიურ სექტორებს და ტექნიკურ მონოპოლიებს, საქართველოში მარეგულირებელი კომისიებით იმართება გაზის, წყლის, ენერგეტიკის და კომუნიკაციების სექტორი. ასევე, არსებობენ საზედამხედველო ინსტიტუტები – დაზღვევის ზედამხედველობის სამსახური, საქართველოს ეროვნული ბანკი – რომლებიც სექტორულად ახორციელებენ რეგულირებას;

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში ანტიმონოპოლიური სამსახური 1996–2004 წლებში ფუნქციონირებდა და პირველი მონოპოლიებიც დასახელდნენ, მაინც არსებობდნენ პრივილეგირებული და არაპროვილეგირებული კომპანიები. 2005 წლიდან სამსახური გაუქმდა, პრივილეგირებული და არაპრივილეგირებული ბიზნესები თითქმის ყველა სექტორში ისევ არსებობდა. მიზეზად შეგვიძლია დავასახელოთ: სახელმწიფო ჩინოვნიკების არაპირდაპირი ლობირება და ინტერესები. კარტელური გარიგების მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ნავთობპროდუქტების ბაზარი, მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი და თბილისის სამარშრუტო ხაზების ტენდერი⁵⁰;

– არ არსებობს ზუსტი კრიტერიუმი მონოპოლიის ზომის დასადგენად. ეს საკმაოდ რთული ამოცანაა, რადგან ბაზრის და კომპანიის ზომები ცვალებადი სიდიდეებია და მათი თანაფარდობა ყოველთვის იცვლება. შესაბამისად, დღეს არსებული მდგომარეობა, არ შეიძლება უცვლელი იყოს გარკვეული პერიოდის შემდეგ. ამიტომ მიღებული გადაწყვეტილება უნდა იყოს გრძელვადიანი დაკვირვების, ანალიზის შედეგი და არა მექანიკური: არ უნდა იყოს მონოპოლისტის სტატუსის მინიჭება დამოკიდებული მხოლოდ იმაზე, გადალახავს თუ არა დადგენილ ზღვარს კომპანია;

– საზოგადოების წარმოდგენები არ უნდა გახდეს ანტიმონოპოლიური ქმედებების გამოყენების საფუძველი, რადგან ხშირ შემთხვევაში მონოპოლისტად მოიაზრება ის კომპანია, რომლის შესახებ მედიაში ხშირად ხვდება ინფორმაცია და შესაბამისად, საზოგადოების ზეწოლა მათ მიმართ დიდია;

⁵⁰ წინამდებარე ნაშრომის პროცესში ჩატარებული კონკურენციის ხარისხის კვლევა, მარტი – აპრილი 2014 წ.)

– სამომხმარებლო პროდუქტებს მიეკეთვნება უფრო მეტი სახეობა და არჩევანის შესაძლებლობაც მეტია, ვიდრე საწარმოო – ტექნიკური – ტექნოლოგიური პროდუქტების შემთხვევაში. აქედან გამომდინარე, საწარმოო–ტექნიკური–ტექნოლოგიური პროდუქტების ბაზარზე მაღალი კონცენტრაციის და დომინანტური მდგომარეობის მიღწევა ბევრად უფრო შესაძლებელია, ვიდრე სამომხმარებლო პროდუქტების შემთხვევაში. ალტერნატიული პროდუქტების შექმნის დრო სამომხმარებლო პროდუქტების ბაზრის შემთხვევაში უფრო მცირეა, ვიდრე საწარმოო–ტექნიკური–ტექნოლოგიური ბაზრის შემთხვევაში;

– მონოპოლისტის დადგენისას დიდი მნიშვნელობა აქვს როგორ განსაზღვრებას მივცემთ იმ პროდუქტს, რომელსაც კომპანია აწარმოებს. პროდუქტის განსაზღვრება დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ განვიხილავთ მას, ვიწრო თუ ფართო გაგებით და კონკრეტულ პირობებში რამდენად არის ალტერნატივები, რამდენად არის ხელმისაწვდომი იგივე პროდუქტის შემცვლელები, როგორია ალტერნატივებზე გადასვლის ხარჯები და რამდენად მარტივია ის. თუ საქონელი ვიწრო გაგებით არის განსაზღვრული, იზრდება მონოპოლიური მდგომარეობის დადგენის შანსი. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მონოპოლისტად დასახელებისას ბაზრის პროცენტული მაჩვენებლის გარდა მნიშვნელოვანია თვისებრივი ანალიზი, რომელიც მოიცავს ალტერნატივების, შემცვლელების, იმპორტის და ექსპორტის მაჩვენებლების, ბაზარზე შეღწევის ბარიერების ანალიზს;

– საქართველოში კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობა 2005 წელს გაუქმდა. შესაბამისად, კონკურენციის წესებისა და პრინციპების დაცვაზე ქმედითი ზედამხედველობა აღარ ხორციელდებოდა. ეკონომიკის სექტორებში ვითარებას კი საბაზრო ლოგიკა განაპირობებდა. ამ გარემოებებმა ბაზარზე უკვე დამკვიდრებული სუბიექტების ანტიკონკურენციული ქმედებების და საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების რისკები შექმნა;

– საქართველოში ახლახანს შემუშავებულმა კონკურენციის მარეგულირებელმა კანონმდებლობამ შემოიღო კონკურენციის პოლიტიკის არსებობისათვის აუცილებელი

საბაზისო რეგულაციები, რაც ეკონომიკური რეფორმების კუთხით წინგადადგმულ ნაბიჯად შეიძლება შეფასდეს. თუმცა, კონკურენტული გარემოს ეფექტიანი სახელმწიფო ზედამხედველობისათვის და ბაზარზე თავისუფალი, სამართლიანი კონკურენციის ხელშემწყობი სათანადო პირობების შესაქმნელად სახელმწიფო პოლიტიკა შემდგომ რეფორმებს საჭიროებს. რეფორმა გაჭიანურებულია და მისი დაწყების მიუხედავად საუბარი ეფექტურობაზე ნაადრევია;

– „კონკურენციის მარეგულირებელი ჩარჩო კანონმდებლობით“⁵¹ გათვალისწინებული გამონაკლისები არ შეესაბამება ევროკავშირის რეგულაციებს და ქმნის შესაძლებლობას, რომ შესაბამისი ბაზრის მნიშვნელოვანი ნაწილის მიმართ კონკურენცია საერთოდ გამოირიცხოს;

– ეკონომიკის ზოგიერთ სექტორში მკვეთრად გამოხატული ტენდენციები მიუთითებს შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების ანტიკონკურენტულ და ბაზრის დაყოფის შესაძლო ქმედებებზე, რაც უარყოფითად აისახება მომხმარებელზე, ქვეყნის ეკონომიკაზე, საინვესტიციო იმიჯზე და საზოგადოების ეკონომიკურ კეთილდღეობაზე.

– ფორმალური ბარიერების სიმცირის მიუხედავად, საქართველოში რიგ ბიზნესსექტორებში ფიქსირდება კონცენტრაციის მაღალი ხარისხი და ჩამოყალიბებული ოლოგოპოლიური სტრუქტურები, რაც ქმნის ნიადაგს კარტელური გარიგებების შესაძლებლობებისთვის;

– შეინიშნება, ერთი მხრივ, სექტორის კონსოლიდაციის (ბაზარზე მოქმედი კომპანიების რაოდენობის შემცირების) ტენდენცია და მეორე მხრივ, ფასების ზრდის ტენდენცია, რაც ნაკლებად არის კავშირში გლობალურ და ადგილობრივ ბაზარზე მიმდინარე საბაზრო პროცესებთან. მაგალითად, 2006–2012 წლებში საწვავით საცალო ვაჭრობის ბაზარზე მცირე და საშუალო კომპანიების ბრუნვის წილი საერთო ბრუნვაში 20 %-დან 7 %-მდე

⁵¹ კერძოდ, „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-8 და მე-9 მუხლები,

შემცირდა, ხოლო ასეთ საწარმოებში დასაქმებულთა წილი საერთო დასაქმებაში – 47 %-დან 17 %-მდე⁵²;

– მაღალი კონცენტრაციის ბაზრებზე (მაგალითად: საწვავის საცალო გაყიდვები, საბანკო სექტორი, კომუნიკაციების სექტორი, რითეილი, კვების პროდუქტების იმპორტი, ფარმაცია) მოქმედი ყველა კომპანიის ფასების დინამიკა მკვეთრად ანალოგიურია – შეინიშნება არსებითი პარალელიზმი როგორც სხვადასხვა კომპანიის მიერ დაწესებულ ფასებს შორის, ისე ამ ფასების ცვლილების დროს;

– სიმეტრია, რომელიც ბაზრის სუბიექტების კომერციულ სტრატეგიებზე დაკვირვებისას ვლინდება, შეიძლება ამ სუბიექტებს შორის კომერციული სტრატეგიის კოორდინირების ცდაზე მიუთითებდეს;

– ბაზრის მრავალ სეგმენტში ერთ-ერთი პრობლემაა გამჭვირვალობის არარსებობა, რაც ართულებს უფრო სიღრმისეული ანალიზის განხორციელებას;

– კვლევისას გამოვლენილი ტენდენციები შეიძლება განპირობებული იყოს ბოლო წლებში საქართველოში კონკურენციის მარეგულირებელი სათანადო ინსტიტუციური ჩარჩოს არარსებობით, რის შედეგადაც ვერ ხდებოდა ბაზარზე თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არსებობის და ბაზრის წვდომის გამჭვირვალე და არადისკრიმინაციული პირობების უზრუნველყოფა;⁵³

⁵² კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში, საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველო, 2012 წელი;

⁵³ www.oecd.org/competition/toolkit

ნაწილი 4. როგორ უნდა იყოს თანამედროვე ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა საქართველოში - რეკომენდაციები

ნაშრომში წარმოვადგინეთ სხვადასხვა მეთოდები: როგორ შეიძლება გაიზომოს ბაზარზე კომპანიების კონცენტრაციის ხარისხი, როგორ უნდა მოხდეს ამ შედეგების შეფასება და იმპლემენტაცია. განვიხილეთ სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილება ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის სექტორში. ანალიზსა და განხილულ გამოცდილებებზე დაყრდნობით გამოიკვეთა პოლიტიკური გადაწყვეტილებების როლი და მნიშვნელობა კონკურენციაზე, მის ხარისხზე და მომხმარებლის არჩევანზე. რაც არ უნდა გამართული ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა ჰქონდეს ქვეყანას, პოლიტიკური გადაწყვეტილებები ხშირ შემთხვევაში ახდენენ მის დეფორმაციას და ქმნიან მას არაეფექტურს. როგორი უნდა იყოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა - ამ საკითხზე მსჯელობისას, პირველ რიგში, სიღრმისეულად უნდა გავაანალიზოთ პოლიტიკური გადაწყვეტილებების გავლენა კონკურენციაზე.

ანალიზისას გამოვიყენეთ ეკონომიკური განვითარების და თანამშრომლობის ორგანიზაციის⁵⁴ სამუშაო ჯგუფის მიერ შექმნილი მეთოდოლოგია, რომელიც წარმატებით იქნა აპრობირებული ავსტრალიაში გასული საუკუნის 90-იან წლებში ფედერალურ და რეგიონალურ დონეზე. აღნიშნული პოლიტიკის რეალიზებით ავსტრალიამ ეკონომიკური განვითარების შთამბეჭდავი შედეგები აჩვენა,⁵⁵ ეგთო–ს ქვეყნებში დღეს ავსტრალია ერთ–ერთი ლიდერია ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობის მიხედვით. გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის მიხედვით 21–ე, უშუალოდ ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ეფექტურობის მიხედვით კი 33–ე ადგილს იკავებს მსოფლიოში.

მეთოდი მოიცავს საკონტროლო კითხვების სისტემას, რომლის თვისებრივი ანალიზი უნდა მოხდეს კონკრეტული პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღებისას.

⁵⁴ OECD, ეკონომიკური განვითარების და თანამშრომლობის ორგანიზაცია

⁵⁵ წყარო: www.oecd.org

გადაწყვეტილებები შეიძლება უკავშირდებოდეს პირდაპირ რეგულაციების გამკაცრებას ან ლიბერალიზაციას, ან არაპირდაპირ იყოს მასთან კავშირში, თუმცა გავლენას ახდენდეს კონკურენციის ხარისხზე. ვფიქრობთ, ამ მეთოდის დანერგვა სხვა შემავსებელ მეთოდებთან ერთად მნიშვნელოვანი შედეგების მომტანი იქნება საქართველოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის პრაქტიკაში. მით უმეტეს, პოლიტიკური გადაწყვეტილებების წილი, რომელიც მოქმედებს ბაზრის ეფექტურობაზე, საქართველოში მნიშვნელოვნად დიდია.

ანალიზი უნდა დაიწყოს პოლიტიკური გადაწყვეტილებების შეფასებით: თუ რა გავლენის მოხდენა შეუძლია კონკურენციის ხარისხზე. გარდა ამისა, მიზნებიდან გამომდინარე შეიძლება ისეთი მეთოდების გამოყენება, რომლებიც მხოლოდ პოლიტიკური გადაწყვეტილების შედეგებს ზომავს და ვერ ახერხებს წინასწარ განჭვრიტოს მოსალოდნელი შედეგები (მაგალითად ჰერფინდალის ინდექსი, კონცენტრაციის ინდექსი და ა.შ.). აღსანიშნავია, რომ მეთოდი არანაკლებ მნიშვნელოვანი სახელმძღვანელოა სახელმწიფოს აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ორგანოს სხვადასხვა რგოლის წარმომადგენლებისათვის, რომელთაც შეხება აქვთ პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებთან. იგი წარმოადგენს საკონტროლო კითხვების სისტემას, რომელიც საშუალებას აძლევს პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს, ანალიზი გაუკეთონ გადაწყვეტილებას კონკურენციაზე გავლენის მოხდენის ხარისხის თვალსაზრისით.

აღნიშნული მეთოდის დანერგვა განაპირობებს რამდენიმე არსებითი შედეგის მიღწევას:

- ამაღლებს გადაწყვეტილების მიმღები პირების ეკონომიკური ცოდნისა და აზროვნების ხარისხს;
- ახდენს კონკურენციაზე ნეგატიური ზემოქმედების ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების პრევენციას;
- გამორიცხავს სუბიექტური ჩარევების ალბათობას და ქმნის ეკონომიკურად მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებებისადმი სისტემურ მიდგომას;

თავი 1. როგორ მოქმედებს ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებები კონკურენციის ხარისხზე საქართველოში

ქვემოთ წარმოდგენილი საკონტროლო კითხვებიდან თუ რომელიმე მათგანზე არის დადებითი პასუხი, აუცილებელია ჩატარდეს დამატებითი შეფასება. წინააღმდეგ შემთხვევაში მიღებულმა გადაწყვეტილებამ შესაძლოა შეამციროს ბაზრის ეფექტური მუშაობა.

სარეკომენდაციო შეკითხვების სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების რევიზიას კონკურენციის განვითარების მიზნით:

<p style="text-align: center;">ადმინისტრაციული გადაწყვეტილების შედეგად მიმწოდებლების რაოდენობის და წრის შეზღუდვა</p>	<p>ა) აძლევს მიმწოდებელს საქონლის ან მომსახურების მიწოდებაზე ექსკლუზიურ პირობებს;</p> <p>ბ) შემოაქვს ნებართვების სისტემა სხვადასხვა საქმიანობის დაწყების შესახებ;</p> <p>გ) ზღუდავს ზოგიერთი მიმწოდებლის შესაძლებლობებს, იმოქმედოს ბაზარზე და შექმნას ახალი პროდუქტები;</p> <p>დ) მნიშვნელოვნად ზრდის ბაზარზე შემოსვლის ან ბაზრიდან გასვლის ხარჯებს;</p> <p>ე) ქმნის გეოგრაფიულ ბარიერს, რომელიც უზღუდავს კომპანიას ბაზარზე საქონლის და მომსახურების, სამუშაო ძალის მიწოდებას, ასევე ინვესტირების შესაძლებლობებს.</p>
	<p>ა) ზღუდავს გამყიდველის შესაძლებლობას,</p>

<p style="text-align: center;">ადმინისტრაციული გადაწყვეტილების შედეგად მიმწოდებლის შესაძლებლობის შეზღუდვა, აწარმოოს კონკურენცია</p>	<p>თვითონ დააწესოს ფასები საქონელზე და მომსახურებაზე;</p> <p>ბ) ზღუდავს მიმწოდებლის შესაძლებლობას, თავისუფლად გაავრცელოს რეკლამა და მარკეტინგული აქტივობები საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების შესახებ;</p> <p>გ) აწესებს ხარისხის სტანდარტებს პროდუქციისთვის, რომელიც არასამართლიანად აძლევს ზოგიერთ მიმწოდებელს უპირატეს მდგომარებას, ან სტანდარტის ხარისხი აღემატება ბაზარზე არსებული პროდუქტების შესაძლებლობებს;</p> <p>დ) მნიშვნელოვნად ზრდის წარმოების დანახარჯებს ზოგიერთი კომპანიისთვის (განსაკუთრებით ბაზარზე ახლადშემოსული კომპანიებისთვის).</p>
<p style="text-align: center;">ადმინისტრაციული გადაწყვეტილება ამცირებს მიმწოდებლების ინტერესს ჩართული იყვნენ ენერგიულ კონკურენციაში</p>	<p>ა) აწესებს თვითრეგულირების ან ერთობლივი რეგულირების რეჟიმებს;</p> <p>ბ) ითხოვს და საჯაროს ხდის ინფორმაციას წარმოების მოცულობის, ფასების, ბრუნვების და დანახარჯების შესახებ;</p> <p>გ) გამოყავს კონკურენციის ან ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ძირითადი კანონის რეგულირების სფეროდან რომელიმე კომპანია ან კომპანიათა ჯგუფი.</p>

<p style="text-align: center;">ადმინისტრაციული გადაწყვეტილება ზღუდავს მომხმარებლის არჩევანს და მათთვის ხელმისაწვდომ ინფორმაციას</p>	<p>ა) ზღუდავს მომხმარებლის გადაწყვეტილებას, პროდუქცია შეიძინოს ვისგანაც სურს;</p> <p>ბ) ამცირებს მომხმარებლის შესაძლებლობას, გადავიდეს ერთი მიმწოდებლის პროდუქციიდან მეორე მიმწოდებლის პროდუქციაზე, ან მნიშვნელოვნად ზრდის გადასვლის ხარჯებს;</p> <p>გ) ცვლის მომხმარებლისთვის ინფორმაციას და ხელს უშლის ამ ინფორმაციის საფუძველზე, მომხმარებელმა აწარმოოს ეფექტური შესყიდვები.</p>
--	---

1) მიმწოდებლების რაოდენობის და წრის შეზღუდვა

მიმწოდებლების რაოდენობის შემცირება ზრდის ბაზრის კონცენტრაციის დონეს, დარჩენილი კომპანიების საბაზრო ძალაუფლებას და მათ შორის გარიგების შესაძლებლობებს, რომ აკონტროლონ ფასები. გრძელვადიან პესპექტივაში ფერხდება პროდუქტების და ტექნოლოგიების განვითარება. არ არსებობს დანახარჯების შემცირების სტიმულები და მოტივაცია მომხმარებლისთვის მეტი არჩევანის შესათავაზებლად; კომპანიები იღებენ ზემოგებას, მომხმარებელს კი უფრო ძვირი უჯდება მოქმედება და განიცდის დანაკარგებს. ბაზარზე შესვლის სიმარტივე ხელს უშლის არსებულ მოთამაშეებს, ბოროტად გამოიყენონ საბაზრო ძალაუფლება.

ა) ექსკლუზიური პირობების მინიჭება – ექსკლუზიური პირობების მინიჭება პროდუქციის ან მომსახურების წარმოებაზე ნიშნავს კერძო მონოპოლიის ჩამოყალიბებას. იგი ხშირად გამოიყენება ბუნებრივი მონოპოლიების შემთხვევაში. თუმცა, არის შემთხვევები როდესაც ბუნებრივ მონოპოლიასთან კავშირში არ არის და ამ

არგუმენტით ვერ გამართლდება. ექსკლუზიური პირობები გრძელვადიანი პირობებით, ძირითადად, გაიცემა ინფრასტრუქტურულ პროექტებში მსხვილი ინვესტირებისთვის, იმისათვის რომ მათ მომავალში ჰქონდეთ გარანტირებული ბაზარი და უზრუნველყოფილი იყოს ინვესტიციის უკუგება.

ექსკლუზიური პირობები არის მოთამაშეების ბაზარზე დაშვების პირდაპირი შეზღუდვა, ის ქმნის პირობებს საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებისთვის, მონოპოლიური ფასების დაწესებისა და სხვადასხვა ტიპის პრობლემებისთვის. ამიტომ ბუნებრივი მონოპოლიების შემთხვევაში რეგულირების ბოლომდე უარყოფა გაუმართლებელია. ასეთი ტიპის კერძო მონოპოლიები ხშირად განიცდიან წარუმატებლობებს, ან მათი წარმატება მოკლევადიანია.

შესწავლის შემდეგ საჭიროა ოპტიმალური ფასების დადგენა და ექსკლუზიური პირობებით მოქმედების დროის განსაზღვრა დასახული მიზნების მიღწევისთვის. შემდგომ ეტაპზე უნდა მოიძებნოს ალტერნატიული გზები საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების შესაზღუდად და მომხმარებელთა ინტერესების, თუ მათი უფლებების დასაცავად.

ბ) ლიცენზირების მოთხოვნა ან ნებართვა საქმიანობაზე – ლიცენზირება არის ბაზარზე ახალი მოთამაშეების შემზღუდავი ფაქტორი. საკვალიფიკაციო მოთხოვნებმა საქმიანობის დაწყებისთვის უნდა მიიღოს მინიმალური ფორმა. მაგალითად, სამუშაო გამოცდილება, ზოგადი განათლების საკითხები ამ სფეროში. ადამიანს წამყვანი თანამდებობის დასაკავებლად უნდა გააჩნდეს გარკვეული მინიმალური საკვალიფიკაციო მოთხოვნები, რომ მისმა საქმიანობამ არ შექმნას უფრო მეტი პრობლემა. ასეთი მიდგომაა ბაზრის ზოგიერთ სექტორში (მშენებლობა, ფარმაცია, განათლება და.შ.): არის შეზღუდვის აუცილებლობის საჭიროებაც, რათა ახალმა მოთამაშემ არ შექმნას უფრო მეტი პრობლემა. მაგალითად, იარაღის წარმოება, ბუნებრივი რესურსების გამოყენება და ა.შ., გარკვეულ შემთხვევებში ლიცენზირების და ნებართვების ფიქსირებული რაოდენობის განსაზღვრაც კი ხდება. პრობლემა იმაში მდგომარეობს, რომ ხშირ შემთხვევაში ლიცენზირების პირობები არის იმაზე მკაცრი,

ვიდრე ეს მომხმარებლის უსაფრთხოებისთვის არის საჭირო და სწორედ აქ ვლინდება პოლიტიკური გადაწყვეტილების ზეგავლენა კონკურენციის პირობებზე. სწორედ ასეთი, გაზვიადებული შეფასება იწვევს მომხმარებლის არჩევანის შეზღუდვას, პროდუქციის დეფიციტს და გაზრდილ ფასებს, რაც მომხმარებლის უსაფრთხოების დაცვის ნაცვლად იწვევს დანაკარგებს მომხმარებლისთვის.

გ) ზოგიერთი მიმწოდებლის შესაძლებლობების შეზღუდვა ბაზარზე მოქმედებისა და ახალი პროდუქტების შექმნის ასპექტით – ზოგჯერ სახელმწიფო ორგანოები აწესებენ შეზღუდვებს კომერციული საქმიანობის წარმოებაზე, მაგალითად, საქმიანობის შეზღუდვა, ფასების დაწესება ან გადასახადის შემოღება ამცირებს კონკურენციის ხარისხს, რადგან რეგულირების ტვირთი ბევრ მიმწოდებელს აიძულებს გავიდეს ბაზრიდან. მოთამაშეების შემცირება კი ბაზრის კონცენტრაციას ზრდის. ხშირ შემთხვევაში ასეთი პოლიტიკური გადაწყვეტილება გამართლებულია რეგიონის განვითარების ან მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის მიზნით. საკმაოდ მძიმე შედეგებთან გვაქვს საქმე, თუ ხდება სუბსიდირება ან საგადასახადო შეღავათების შემოღება. ასეთი ღონისძიებები ხშირად ხორძიელდება ადგილობრივი ბაზრის მხარდაჭერის მიზნით, რაც, საბოლოო ჯამში, ბაზარზე კონკურენციას ამცირებს და მომხმარებლისთვის დანაკარგებს იწვევს.

დ) ბაზარზე შემოსვლის ან ბაზრიდან გასვლის ხარჯების ზრდა – ასეთი ტიპის რეგულირება აქრობს პოტენციური მოთამაშეების სურვილს, ჩაერთონ ბაზარზე კონკურენციაში, რაც ამცირებს ეკონომიკური აგენტების რაოდენობას. მსგავს რეგულირებებად შეიძლება ჩაითვალოს პროდუქციის ხარისხის ზედმეტად მკაცრი და გართულებული სტანდარტები, საკმაოდ მაღალი საგანამანათლებლო ცენზები, სხვადასხვა პროდუქციაზე განსაკუთრებული ტექნიკური მოთხოვნები.

ე) გეოგრაფიული ბარიერების შექმნა, რომელიც უზღუდავს კომპანიას ბაზარზე საქონლის და მომსახურების, სამუშაო ძალის მიწოდებას, ასევე ინვესტირების შესაძლებლობებს – რეგიონალური ან ნაციონალური პოლიტიკის განხორციელება ხშირად გულისხმობს პროდუქციის იმპორტზე, სამუშაო ძალის გადაადგილებაზე და

უცხოური ინვესტიციების განხორციელებაზე კონტროლის დაწესებას. ასეთი პოლიტიკური გადაწყვეტილებები ბაზარს აქცევს გეოგრაფიულ საზღვარში და კონკურენცია მცირდება, ბაზარზე კონცენტრაციის და საბაზრო ძალაუფლების ხარისხი იმატებს. საბოლოოდ პროცესი სრულდება უფრო მაღალი ფასების დაწესებით, რაც აისახება მომხმარებლის დანაკარგებზე. მსგავსი გადაწყვეტილებები წმინდა პოლიტიკური მოტივებით არის განპირობებული. ხშირად მას უწოდებენ დროებით საშუალებას მიზნის მიღწევისათვის. თუმცა, პრაქტიკაში ის ხშირად გადაიქცევა ხოლმე მუდმივმოქმედ რეგულაციად. რეგნული და ნაციონალური პოლიტიკა ხშირად მოიცავს სუბსიდირების და საგადასახადო შეღავათების კომპონენტებსაც.

2) მიმწოდებლის შესაძლებლობის შეზღუდვა, აწარმოოს კონკურენცია

რეგულირების ნორმები გავლენას ახდენს მიმწოდებლების შესაძლებლობაზე, ჰქონდეთ ერთმანეთს შორის კონკურენცია სხვადასხვა საშუალებით (იგულისხმება სარეკლამო და მარკეტინგული აქტივობები პროდუქციის ხარისხის და ფასების გამოყენებით). ასეთი შეზღუდვები ამცირებს კონკურენციის სიმწვავეს, რაც საბოლოო ჯამში მომხმარებლისთვის არის დანაკარგი.

ა) გამყიდველის შესაძლებლობის შეზღუდვა - თავად დააწესოს ფასები საქონელზე და მომსახურებაზე – სახელმწიფო ხშირად არეგულირებს ფასებს ისეთ ტრადიციულ მონოპოლიურ სექტორებში, როგორც არის კომუნალური სერვისები. ფასების ასეთი კონტროლი ეხმარება მომხმარებელს დააკომპენსიროს ალტერნატივების არარსებობა. თუმცა, ასეთი ტიპის კონტროლსაც აქვს თავისი დანაკარგები, ფასების ზედა ზღვარის დაწესების შედეგად კონკრეტული პოტენციური მიმწოდებლები არ არიან დაინტერესებული დარგში შესვლით. მსგავსი ინვესტორი იშვიათად, მაგრამ მაინც, შესაძლებელია არსებობდეს. კომპანიები, რომლებიც რეგულირებულ სექტორებში ოპერირებენ, არ გააჩნიათ სტიმულები დამოუკიდებლად შეამცირონ დანახარჯები, დანაკარგები, განახორციელონ ინვესტიციები და დაწერონ ინოვაციები. ზემოთხსენებული საკითხები სახელმწიფოს მხრიდან კონტრაქტში არის გაწერილი და ინიციატივა არ მოდის კერძო კომპანიიდან.

ფასების ქვედა ზღვარის დაწესება ხდება აგრესიული კონკურენციის შემთხვევაში. მისი მიზანია მცირე მწარმოებლების დაცვა, რადგან მსხვილი კომპანიების მხრიდან საფასო კონკურენციისგან იყვნენ დაცულები. მასშტაბის ეფექტის გამო მსხვილ კომპანიებს შესაძლებლობა აქვთ ფასების დაწევით მოიპოვონ უპირატესობები.

ბ) მიმწოდებლის შესაძლებლობის შეზღუდვა, თავისუფლად გაავრცელოს რეკლამა და მარკეტინგული აქტივობები საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების შესახებ – ასეთი ტიპის შეზღუდვის მიზანია არაკეთილსინდისიერი და არასწორი ინფორმაციის გავრცელების რეგულირება. გარდა ამისა, ხშირად იკრძალება ან რეგულირდება ისეთი პროდუქტების რეკლამა, რომელიც მავნებელია ადამიანის ჯანმრთელობისთვის, ან მავნე ზეგავლენას ახდენს მის ქცევაზე. არის გარკვეული ტიპის პროდუქტები, რომელიც აკრძალულია სპეციალურად გამიზნული სეგმენტისთვის, მაგალითად ბავშვებისთვის (აზარტული თამაშების, ალკოჰოლის რეკლამირება). ითვლება, რომ მის აკრძალვას მოაქვს უფრო მეტი საზოგადოებრივი სიკეთე, ვიდრე კონკრეტული კომპანიების მოგება. თუმცა ამ საკითხშიც პრობლემა ბანალურია: რეგულაციებს ხშირად იმაზე მეტი მასშტაბი აქვს, ვიდრე ეს რელურად არის საჭირო.

გ) ხარისხის სტანდარტების დაწესება პროდუქციისთვის, რომელიც არასამართლიანად აძლევს ზოგიერთ მიმწოდებელს უპირატეს მდგომარეობას, ან სტანდარტის ხარისხი აღემატება ბაზარზე არსებული პროდუქტების შესაძლებლობებს – სტანდარტების დაწესება ხშირ შემთხვევაში სასარგებლოა მომხმარებლისთვის და ხშირად ეხმარება ახალ პროდუქტებს ბაზარზე დამკვიდრებაში. თუმცა, სტანდარტების მკაცრმა რეგულირებამ შესაძლოა შექმნას ერთი მიმწოდებლის მიმართ მეორე მიმწოდებლის არასამართლიანი უპირატესობები. მაგალითად, მოითხოვოს კონკრეტული პროდუქციის ისეთი ტექნოლოგიით წარმოება, რომელზე წვდომაც აქვს ერთ მიმწოდებელს და სხვას - არა. ასევე, შესაძლოა მოთხოვნილ იქნეს ისეთი ხარისხის სტანდარტი, რომლის საჭიროება რეალურად არ არსებობს მომხმარებლების უსაფრთხოების კუთხით. გარდა ამისა, ანტიმონოპოლიურ პოლიტიკაში მიუღებელია სტანდარტების დაწესება მხოლოდ გარკვეული კატეგორიის პროდუქციისთვის. რაც უფრო ბუნდოვანია და მკაცრია მოთხოვნები, მით უფრო მეტად იქმნება მისი

დარღვევის, კორუფციის, ან ბაზარზე მაღალი კონცენტრაციის შექმნისთვის ხელსაყრელი პირობები. არიან მომხმარებლები, რომელთაც უსაფრთხოებაზე უფრო მეტად, პროდუქციის დაბალი ფასი მიაჩნიათ უპირატესობად. მიუხედავად იმისა, რომ ისინი ინფორმირებულნი არიან საფრთხეების და რისკების შესახებ. ეს მათი არჩევანია. ასე რომ, მკაცრი მოთხოვნები სტანდარტებზე რეალურად ამცირებს მათ კეთილდღეობას. ასეთი რეგულირების ალტერნატივა თანამედროვე პირობებში არის სტანდარტების არასავალდებულო ხასიათი: მთავარია მომხმარებელი იყოს ინფორმირებული პროდუქციის შემადგენლობის და მისი მოხმარების შედეგად არსებული რისკების შესახებ. არჩევანს ინფორმირებული მომხმარებელი თავად აკეთებს.

დ) წარმოების დანახარჯების მნიშვნელობა ზოგიერთი კომპანიისთვის (განსაკუთრებით ბაზარზე ახლად შემოსული კომპანიებისთვის) – ზოგჯერ რეგულირების შედეგად, ერთი კომპანიის წარმოების ხარჯები საგრძნობლად იზრდება მეორესთან შედარებით, რადგან რეგულაცია ითხოვს კონკრეტული ტექნოლოგიის გამოყენებას. ეს იწვევს ახალი მოთამაშეების შესვლის შეზღუდვას ბაზარზე, ბაზარი მაღალკონცენტრირებულია და არ ხდება ინოვაციების განვითარება კონკურენციის დაბალი ხარისხის გამო.

3) მიმწოდებლების ინტერესის შემცირება ჯანსაღ და ენერგიულ კონკურენციაში ჩართვის ასპექტით

რეგულაციები ამცირებს არა მხოლოდ ახალი მიმწოდებლების ინტერესს, შევიდნენ ბაზარზე, არამე არსებული მოთამაშეების ჩართულობას უფრო ენერგიულ კონკურენციაში. ორი მნიშვნელოვანი პრინციპი, რის გამოც კონკურენცია ნაკლებად აგრესიულია, მდგომარეობს შემდეგში:

- უფრო გამარტივებულია კომუნიკაცია და შეთანხმების შესაძლებლობა ბაზრის მონაწილეებს შორის, რადგან ბაზარზე შემოსვლა შეზღუდულია;
- რეგულაციები ამცირებს მომხმარებლის ინტერესს გადავიდნენ ერთი პროდუქტიდან მეორეზე.

არსებობს სხვა მიზეზებიც: თუ ბაზრის მოთამაშეები არ არიან ერთმანეთთან კონკურენციაში, ისინი წამგებიან პოზიციაში აღმოჩნდებიან. კერძოდ, ფასების შემცირებით იმცირებენ მოგებას, ბაზრის წილები კი რჩებათ იგივე. თვითრეგულირების რეჟიმის პირობებში კი მაღალია კარტელური გარიგების შანსები, საბანკო, სადაზღვევო, გადამზიდავების, ნავთობპროდუქტების და. აშ. ასოციაციები, პრინციპში, ქმნიან ამის წინაპირობებს. ისინი ცვლიან ერთმანეთში ინფორმაციას და ხშირ შემთხვევაში ბაზარზე გადიან საერთო სტრატეგიით. კარტელების მოქმედება წააგავს მონოპოლისტის ქმედებას, რადგან მათ აქვთ შეთანხმებული ფასები, წარმოების მოცულობა, რაც მოხმარებლისთვის იწვევს დანაკარგებს. ამდენად, მსგავსი ტიპის ასოციაციების ქმედება არ უნდა გასცდეს კონკურენციის შესახებ კანონმდებლობას. ამ თვალსაზრისით აუცილებელია შესაბამისი უწყებების მხრიდან მონიტორინგი.

ა) თვითრეგულირების ან ერთობლივი რეგულირების რეჟიმების დაწესება – თვითრეგულირების რეჟიმის დროს იქმნება სექტორული/პროფესიული ორგანიზაციები. ისინი საკუთარ თავზე იღებენ ყველა იმ მოქმედებას, რაც მნიშვნელოვნად მიაჩნიათ სახელმწიფო საკანონმდებლო რეგულირებისგან დამოუკიდებლად. თუ სახელმწიფო საკანონმდებლო აქტები მხარს უჭერს მსგავსი ორგანიზაციების მოქმედებას და თამაშის წესებს, მაშინ ერთობლივ რეგულირებასთან გვაქვს საქმე. თვითმარეგულირებელ ორგანიზაციებს, ან ერთობლივ რეგულირებას შეუძლია არსებითი სარგებელი მოუტანოს საზოგადოებას. ამ შემთხვევაში მიმდინარეობს ერთობლივი მუშაობა ხარისხზე და ტექნიკურ სტანდარტებზე, ახალი ბაზრების ათვისებასა და მარკეტინგულ აქტივობებზე, ტექნოლოგიების შექმნასა და მათ შესახებ ინფორმაციის გაცვლაზე. თუმცა, აქაც ვხვდებით ანტიკონკურენტულ ქმედებებს: კერძოდ, თუ უკავშირდება ისეთი წესების მიღებას, რომელიც ამცირებს კონკურენციის ხარისხს (მაგალითად, სარეკლამო აქტივობის და ფასაკლებების შეზღუდვა), ან მხოლოდ ამ ორგანიზაციის წევრებისთვის არის ხელმისაწვდომი და ამცირებს ახალი მოთამაშეების წარმატებულ შესვლას ბაზარზე. იმისათვის რომ, არ იქნეს გამოყენებული ანტიკონკურენტული ქმედებებისთვის, სახელმწიფოს ყოველთვის უნდა გააჩნდეს თვითმარეგულირებელი ორგანიზაციების ქმედებებზე დაკვირვების

ბერკეტი. ანტიკონკურენტულ ქმედებებზე დროული რეაგირებისთვის საჭიროა, პირველ რიგში მათი საზედამხედველო კანონმდებლობის არსებობა.

ბ) წარმოების მოცულობის, ფასების, ბრუნვების და დანახარჯების შესახებ ინფორმაციის მოთხოვნა და გასაჯაროება – რეგულაციები, რომელიც გულისხმობს ინფორმაციის გასაჯაროებას (კომპანიის დავალდებულებას, გამოაქვეყნოს მონაცემები ფასების, ხარჯების და წარმოების მოცულობის შესახებ), არის ბაზარზე კარტელების შექმნის წინაპირობა. კომპანიები ისედაც ცდილობენ ჰქონდეთ ინფორმაცია კონკურენტის ქცევის და უპირატესობების შესახებ და შესაბამისად დაგეგმონ სტრატეგია. მსგავს ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა ზრდის კარტელური გარიგების შანსებს. კომერციული ინფორმაციის გამოქვეყნების ვალდებულება მნიშვნელოვანი ბარიერია ბაზარზე ახალი მოთამაშეებისთვის.

ინფორმაციის გასაჯაროების მოთხოვნის ვალდებულება ხშირად არის არგუმენტირებული მომხმარებლის ინფორმაციული უზრუნველყოფის მიზნით, თუმცა როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მან შეიძლება სრულიად საპირისპირო ნეგატიური შედეგი მოიტანოს. ინფორმაციის გასაჯაროების ვალდებულება შეიძლება არსებობდეს სახელმწიფო პოლიტიკის ინტერესებიდან გამომდინარე და სახელმწიფო უწყებებს მასზე ქონდეს წვდომა, მაგრამ საყოველთაო გასაჯაროება მიზანშეწონილი არ არის.

გ) რომელიმე კომპანიის ან კომპანიათა ჯგუფის გაყვანა კონკურენციის ან ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ძირითადი კანონის რეგულირების სფეროდან – არსებობს მრავალი ქვეყნის მაგალითი, როდესაც ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა არ ვრცელდება კონკრეტულ ეკონომიკურ სუბიექტებზე, მათ არეგულირებს სექტორული კანონები კონკურენციის შესახებ. არსებობს გამონაკლისი ქვეყნები, სადაც კონკრეტული კომპანიები საერთოდ თავისუფალი არიან ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის რეგულაციისგან. იქმნება პირდაპირი საფრთხე და რისკი, რომ პრივილიგირებულ მდგომარეობაში მყოფმა კომპანიამ მოახდინოს ბაზრის მონოპოლიზაცია, არეგულიროს ბაზარზე ფასები და წარმოების მოცულობა, ადგილი

ჰქონდეს მიუღებელ გაერთიანებებს და კარტელურ გარიგებებს, მოხდეს ამ მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება.

ქვეყნებში, სადაც არსებობს მსგავსი პრეცედენტები და მისი კონკრეტული მიზეზები, აუცილებელია მოხდეს ისეთი ღონისძიებების გატარება, რომელიც შეამცირებს ზიანს.

4) ზღუდავს მომხმარებლის არჩევანს და მათთვის ხელმისაწვდომ ინფორმაციას

ა) მომხმარებლის გადაწყვეტილების შეზღუდვა, პროდუქცია შეიძინოს სასურველი მიმწოდებლისგან – რეგულირების ნორმები ხშირად აწესებს შეზღუდვას მომხმარებლის არჩევანზე, შეიძინოს პროდუქცია მისთვის მისაღები მიმწოდებლისგან. მაგალითად, სამედიცინო მომსახურების მიღება კონკრეტულ გეოგრაფიულ ერთეულში შეუძლია მხოლოდ კონკრეტული კლინიკისგან, ან სადაზღვევო სერვისი - კონკრეტული სადაზღვევო კომპანიისგან. ასეთი ქმედება იწვევს საქონლის და მომსახურების ხარისხის შემცირებას, რადგან კომპანიას ყავს გარანტირებული მომხმარებელი და არ აქვს რისკი, რომ არჩევანი შეიცვლება სხვა ალტერნატივების სასარგებლოდ. ასეთი ქმედების დროს მომხმარებლის ზიანი თითქმის გარანტირებულია, რადგან მიმწოდებელი მინიმალურად არის დაინტერესებული ყავდეს კმაყოფილი კლიენტი ფასით, ხარისხით და ამისთვის გარკვეული აქტივობები განახორციელოს.

ბ) მომხმარებლის შესაძლებლობის შემცირება, გადავიდეს ერთი მიმწოდებლის პროდუქციიდან მეორე მიმწოდებლის პროდუქციაზე, ან გადასვლის ხარჯების მნიშვნელოვანი ზრდა – რეგულაციების შედეგად შეიძლება გაიზარდოს ან შემცირდეს მომხმარებლის დაინტერესება ალტერნატიული პროდუქტებზე გადასვლით. სხვა არჩევანის გაკეთების ხარჯები შეიძლება წარმოიშვას სხვადასხვა, ფინანსური, ტექნიკური თუ დროის მიზეზით. გადასვლის მაღალი ხარჯები მიმწოდებელს საშუალებას აძლევს გაზარდოს საკუთარი ძალაუფლება მომხმარებლის მიმართ და დაუწესოს ოპტიმალურზე მაღალი ფასები. კომპანიები ხშირად ცდილობენ გაზარდონ ალტერნატივებზე გადასვლის ხარჯები და ამით დააკავონ მომხმარებელი, ასეთი ქმედება უკვე იმსახურებს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ყურადღებას.

გ) ინფორმაციის შეცვლითა და შეზღუდვით მომხმარებლის ხელის შეშლა, აწარმოოს ეფექტური შესყიდვები – როდესაც სახელმწიფო სტრუქტურები ატარებენ დერეგულირების პოლიტიკას, წარმოიქმნება ბაზრები, რომლებიც ადრე არ არსებობდნენ, მომხმარებლისთვის ხდება ისეთი პროდუქტის შეთავაზება, რომლებსაც ადრე ისინი არ ყიდულობდნენ. თვალსაჩინოებისთვის შეიძლება მოვიყვანოთ ელექტროენერჯის შესყიდვა. მაგალითად, თუ მოხდება ბაზრის დერეგულაცია და მომხმარებელს თავად მოუწევს აირჩიოს მიმწოდებელი, მას დასჭირდება უფრო მეტი ინფორმაცია ფასის, ხარისხის ტექნიკური თუ სხვა მონაცემების შესახებ, რადგან გამოცდილების არარსებობის გამო მისთვის რთული იქნება გაარჩიოს კარგი ცუდი კომპანიისგან, ხელსაყრელი და არახელსაყრელი წინადადებები. ასეთ შემთხვევაში, როდესაც იქმნება ახალი ბაზრები, რეკომენდირებულია თან ახლდეს ინფორმაცია, რომელიც მომხმარებელს მისცემს უფრო მეტ და ზუსტ ინფორმაციას და გაუდვილებს არჩევანის გაკეთებას შეთავაზებულ წინადადებებს შორის.

თავი 2. რეკომენდაციები

კომპანიის დომინანტური მდგომარეობის და მისი ბოროტად გამოყენების შეფასების ინსტრუქცია სასამართლოში გადაცემამდე

დახვეწილი ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის პირობებში და შესაბამისი პოლიტიკური ნების პირობებშიც კი მნიშვნელოვანია ისეთი მეთოდური სისტემა და მექანიზმები, რომელიც ეფექტურს გახდის კონკრეტულ კომპანიებთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებებს.

ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის ამოქმედების შემდეგ ანტიმონოპოლიურ სამსახურთან უნდა არსებობდეს საბჭო. იგი დაკომპლექტებული უნდა იყოს დამბალანსებელი და ინტერესთა კონფლიქტის არმქონე ისეთი მხარეებისგან, როგორც არის – ბიზნესმენტა ასოციაცია, მცირე ბიზნესის ასოციაცია, ანტიმონოპოლიური სამსახური, პროფესიული არასამთავრობო სექტორი, აკადემიური სექტორი, იუსტიციის სამინისტრო, ეკონომიკის სამინისტრო, შინაგან საქმეთა სამინისტრო.

საბჭოს წევრებს წარედგინებათ სხვადასხვა კრიტერიუმისაგან შემდგარი, გაანალიზებული დოკუმენტი. საბჭოს წევრებმა უნდა მისცენ შეფასება პირობითად 0–დან 10 ქულამდე. 0 ქულა ნიშნავს კომპანიის მდგომარეობას, როდესაც ის იმყოფება კონკურენტულ პირობებში და თუნდაც მისი დომინანტური მდგომარეობა არ შეიძლება შეფასდეს საფრთხის შემცველად მომხმარებლისთვის, ან ბაზრის სხვა მოთამაშეებისთვის; მაქსიმუმი 10 ქულა კი ნიშნავს კომპანიის აბსოლუტურ მონოპოლიას ბაზარზე და ის ექვემდებარება რეაგირებას.

ცხრილში მოცემულია საანალიზო დოკუმენტის და მაში შემავალი შეფასების კრიტერიუმების მონაცემები:

ცხრილი N4: კომპანიის დომინანტური მდგომარეობის და მისი ბოროტად გამოყენების შეფასების ინსტრუქცია სასამართლოში გადაცემამდე

<i>კვლევის მიზანი</i>	ხელს უშლის თუ არა კონკურენციას
<i>ბაზრის წილი</i>	N%
<i>წარმოებული საქონელი</i>	A პროდუქტი
<i>ოპერირებადი ბაზარი – საზღვარი და ბაზრის გეოგრაფია</i>	A პროდუქტის ბაზარი; კონკრეტული რაიონის, ქვეყნის, რეგიონის.
<i>შემცვლელები</i>	B პროდუქტი C პროდუქტი D პროდუქტი
<i>შემცვლელებზე ხელმისაწვდომობის გონივრული ხარჯები</i>	რა ხარჯებს იწვევს მოცემულ პროდუქტზე უარის თქმა ან მის შემცვლელზე გადასვლა
<i>ბაზარზე იმპორტის წილი</i>	N%
<i>გონივრული დროის პერიოდი</i>	რა დროში არის შესაძლებელი ალტერნატივის შერჩევა; მყისიერად ან გარკვეული პერიოდის შემდეგ
<i>ელასტიურობა – ძირითად პროდუქტზე ფასების მომატება იწვევს თუ არა შემცვლელებზე</i>	ელასტიურია < 1 – იწვევს; არაელასტიურია >1 - არ იწვევს

<i>მოთხვნის ზრდას</i>	
<i>საკვლევ ბაზარზე მოთამაშეთა რაოდენობა</i>	N
<i>ბაზრის კონცენტრაციის მაჩვენებელი</i> <i>2,3,5 10 კომპანია</i>	კონცენტრაციის ინდექსი, ან ჰერფინმალ ჰირშმანის ინდექსი $CR_3 = \sum_{i=1}^3 k_i, \quad HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad i = 1, \dots, n.$
<i>შვილობილი ან დედა კომპანიები, ან სხვა ბაზარზე ოპერირებადი პროდუქტი</i>	ვერტიკალური, ჰორიზონტალური ან კონგლომერატული კომპანია
<i>რეგულაცია</i>	არსებობს თუ არა ბაზრის მარეგულირებელი, თვითმარეგულირებელი ან ერთობლივი რეგულირების ორგანო; არსებობს თუ არა ლიცენზიები, ნებართვები ან სხვა ბარიერები.

- აუცილებელია პრაქტიკაში დაინერგოს საკანონმდებლო ინიციატივების და რეგულაციების ექსპერტიზის სისტემა, ეგთო–ის რეკომენდაციების და მატრიცული შეკითხვების სისტემის ანალიზის საფუძველზე;
- საჭიროა ბაზარზე კონკურენციის წესებისა და პრინციპების დაცვაზე ეფექტიანი სახელმწიფო ზედამხედველობის განხორციელება;
- კონკურენციის პოლიტიკის განსახორციელებელი კანონმდებლობის მიღების პარალელურად უნდა მოხდეს მეთოდური ბაზრის შეფასებების სისტემის

- დანერგვა აშშ-ს გამოცდილების საფუძველზე (ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსის (HHI) გამოყენება ბაზრის კონცენტრაციის ხარისხის შეფასებისას);
- სერიოზულ გადახედვას მოითხოვს კანონმდებლობაში ბაზრის 40%-ის მფლობელი ბიზნესსუბიექტის მონოპოლისტად დასახელების მაჩვენებელი: ცალკე აღებული ბაზრის რაოდენობრივი მაჩვენებელი არ შეიძლება გახდეს მის მიმართ რეაგირების საფუძველი თუ აღნიშნული არ იწვევს ზიანს. მონოპოლისტად დასახელებას კი შესაძლოა საზოგადოების მხრიდან ინტერპრეტაციები და არასწორი დამოკიდებულება მოჰყვეს, რაც სავარაუდოდ, იქცევა პოლიტიკური სპეკულაციის თემად და საბოლოო ჯამში დააზარალებს ბიზნესს.

თავი 3. რეკომენდაციები სამომავლო კვლევითი თემატიკის სფეროში

ახალი ანტიმონოპოლიური სამსახურის ამოქმედების ფონზე მნიშვნელოვანია კონკურენციის პოლიტიკის თეორიის და პრაქტიკის ხელახლა გააზრება, წინააღმდეგ შემთხვევაში, მექანიკური ქმედებების შედეგად შესაძლოა არსებითად დაზარალდეს ბიზნეს სექტორი. აუცილებელია საერთაშორისო პრაქტიკის და გამოცდილების გათვალისწინებით განისაზღვროს წესი – ვინ შეიძლება დასახელდეს ან ჩაითვალოს მონოპოლისტად. კერძოდ,

- ნიშნავს თუ არა ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა ძალაუფლების ბოტორად გამოყენების აუცილებლობას, სად გადის ზღვარი;
- როგორი უნდა იყოს სპეციფიური სექტორების (ენერგეტიკა, კომუნიკაციები) როლი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის კონტექსტში.

წინამდებარე ნაშრომში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო ბაზრის (სასაქონლო და გეოგრაფიული), საბაზარო ძალაუფლების და ბაზრის კონცენტრაციის განსაზღვრის კრიტერიუმებს, ასევე ჰორიზონტალური და ვერტიკალური გაერთიანებების სირთულეებს.

ბაზრის განსაზღვრის დროს აუცილებელია მისი საზღვრების დადგენა სასაქონლო ნიშნით, კერძოდ:

- შემცვლელების რაოდენობა და მათი მახასიათებლები;
- პირდაპირი და არაპირდაპირი კონკურენტების განსაზღვრა დროის სხვადასხვა პერიოდში;
- კონკურენტების გაერთიანების შემდეგ წარმოშობილი გაურკვევლობები;
- ფასების ელასტიურობის, დიფერენციაციების და კორელაციების კვლევა;

- მომხმარებლის და პროდუქტების დიფერენციაციის ანალიზი და მათი გამოყენება;
- დროებითი, სეზონური და გამონაკლისი ბაზრების ანალიზი;
- მეორადი ბაზრების ანალიზი;
- გეოგრაფიული ბაზრების განსაზღვრისას - სატრანსპორტო და ლოჯისტიკური ხარჯების მნიშვნელობა, ადგილობრივი ბაზრების სპეციფიკა და მისი გავლენები.

ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემატიკა წარმოადგენს ჩემს სამომავლო კვლევით კონტექსტს. შესაბამისად, აღნიშნული პრობლემების გამოკვლევა საშუალებას მომცემს განვახორციელო საქართველოში კონკურენციის სფეროს თავისებურებებთან დაკავშირებული კვლევითი სპექტრის სრულფასოვანი ანალიზი და აკადემიური სფეროსათვის მისაღები არგუმენტაციისა და რეკომენდაციების მეშვეობით მაღალი დამატებითი ღირებულება შევძინო თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის გასაუმჯობესებლად არსებულ დისკუსიას საქართველოში.

ბიბლიოგრაფია

Aghion, P., Griffith.R. 2005. Competition and Growth: Reconciling Theory and Evidence. Cambridge, MA: MIT Press;

Akiyama, T., J. Baffes, and D. Larson. 2001. Commodity Market Reforms: Lessons of Two Decades. World Bank Regional and Sectoral Study. Washington, DC: World Bank.

Alesina, A., G. Ardagna, G. Nicoletti, and F. Schiantarelli. 2005. Regulation and Investment. Journal of the European Economic Association 3 (4);

Anderson, S.P., A. de Palma and J.-F. Thisse.1992. Discrete Choice Theory of Product Differentiation, Cambridge , MA

Areeda, P.E. and D.F. Turner. 1974. Predatory Pricing and Related Practices Under Section 2 of The Sherman Act , Harvard law Review

Arnold, J. 2005. Trade and Transport Facilitation in Laos. Washington, DC: World Bank.

Atterhög, M., 2005. Increased Competition in the Swedish Housing Market and Its Effect on Rents and Quality of Housing Services for Households, Housing, Theory and Society, Vol. 22, No. 1, 32–49,

Barone, G. and F. Cingano. 2011. Service Regulation and Growth: Evidence from OECD Countries. Economic Journal 121 (555): 931–57.

Bourles, R., G. Cette, J. Lopez, J. Mairesse, and G.Nicoletti. 2010. Do Product Market Regulations in Upstream Sectors Curb Productivity Growth? Panel Data Evidence for OECD Countries. NBER Working Paper 16520, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA..

Bourles, R., G. Cette, J. Lopez, J. Mairesse, and G. Nicoletti. 2010. Do Product Market Regulations in Upstream Sectors Curb Productivity Growth? Panel Data Evidence for OECD Countries. NBER Working Paper 16520, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.

Cahuc, Pierre, and Francis Kramarz. 2005. June. De la Précarité à la Mobilité: vers une Sécurité Sociale Professionnelle, Report to the Minister of Economics and the Minister of Labor, La Documentation Française, Paris.

Draft Summary of the Discussion of the Round Table on Competition and Regulation in the Legal Profession. October 2007. OECD, Working Party No. 2 on Competition and Regulation, (See comments of Francis Kramarz, p.16).

Exchange cuts fees as competitors lurk. 2007, August 25, The West Australian.

Friedman, M. 1962. Capitalism and Freedom, University of Chicago Press.

Heyne, Paul T., Prychitko, David L., Boettke, Peter J. 2009. The Economic Way of Thinking, 12th Edition Publisher: Prentice Hall.

Jayne, T. S., and G. Argwings-Kodhek. 1997. Consumer Response to Maize Market Liberalization in Urban Kenya. Food Policy 22 (5):

Infrastructure in Trade and Economic Development, World Trade Report, World Trade Organization. 2004.

Ica: Tariffs Tumble, VoIP rises. 08 Mar 2007. Economist Intelligence Unit.

Kee, H. L., and B. Hoekman. 2007. Imports, Entry and Competition Law as Market Disciplines. European Economic Review 51 (4):

Levenstein, M., and V. Suslow. 2004. Contemporary International Cartels and Developing Countries: Economic Effects and Implications for Competition Policy." *Antitrust Law Journal* 71 (3):

Lourdes Trujillo and Tomás Serebrisky. An Assessment of Port Reform in Argentina: Outcomes and Challenges Ahead. 2004. World Bank.

Lalive, R., and Schmutzler, A. February 2007. Exploring the Effects of Competition for Railway Markets, University of Zürich.

Motta, M. 2004. Competition Policy, Theory and Practice, Cambridge university Press.

Nicoletti, G., and S. Scarpetta. 2005. Product Market Reforms and Employment in OECD Countries. Economics Department Working Paper 472, OECD, Paris.

Shepotylo, O., and V. Vakhitov. 2012. Services Liberalization and Productivity of Manufacturing Firms: Evidence from Ukraine. Policy Research Working Paper 5944, World Bank, Washington, DC.

Symeonidis, G. 2008. The Effect of Competition on Wages and Productivity: Evidence from the UK. *Review of Economics and Statistics* 90 (1).

Singh, Kulwant. Number 4, 1998. Guided Competition in Singapore's Telecommunications Industry,” *Industrial and Corporate Change* Vol. 7, , p. 585-599.

U.K. Office of Fair Trading. 2010. Positive Impact 09/10: Consumer Benefits from Competition, Enforcement, Merger Control and Scam Busting. OFT Paper 1251. London.

Urzua, C. 2009. “Distributive and Regional Effects of Monopoly Power.” EGAP Working Paper 2009-04, Tecnolygico de Monterrey, Campus Ciudad de Mīxico.

Voigt, S. 2009. “The Effects of Competition Policy on Development: Cross-Country Evidence Using Four New Indicators. *Journal of Development Studies* 45 (8):

Wallsten, S. 2001. An Econometric Analysis of Telecom Competition, Privatization, and Regulation in Africa and Latin America. *Journal of Industrial Economics*

Wal-Mart Throws an Undercut at Target. *The Washington Post*, December 16, 2005. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2005/12/15/AR2005121502096.html>

World Economic Forum, 2013/2014. Report: Global Competitives Index

XXV th Report on Competition Policy 1996. 1997. European Commission. Brussel..

ბიზნეს გარემო საქართველოში. 2008. საქართველოს ეკონომისტთა ასოციაცია, თბილისი.

ბანკები და ფინანსები. 25 მარტი, 2014. გაზეთი, თბილისი.

ბანკები და ფინანსები. 9 ოქტომბერი. 2012. გაზეთი. თბილისი.

კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში. 2012. საერთაშორისო გამჭვირვალობა – საქართველო. თბილისი.

ლაფაჩი, ქ. 2003. დებატები ანტიმონოპოლიური ორგანოს დამოუკიდებლობის შესახებ, 24 საათი, გაზეთი.თბილისი. N10(359).

მაკარდლი, ჯ. 2001. საქართველოს კანონმდებლობა კონკურენციის სფეროში. ეკონომიკური პოლიტიკისა და სამართლებრივი საკითხების ქართულ-ევროპული საკონსულტაციო ცენტრი, I-II კვარტალი. თბილისი.

საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ ანტიმონოპოლიური რეგულირებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კუთხით ბოლო ათწლეულში გაწეული მუშაობის ანგარიში. 2002. (ანტიმონოპოლიური სამსახურის საარქივო მასალა).

საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროსთან არსებული საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის 1999 წელს გაწეული მუშაობის ანგარიში.2000. სამსახურის საარქივო მასალა.თბილისი.

საქართველოს ეკონომიკის, მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროსთან არსებული საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ 2000 წელს გაწეული მუშაობის ანგარიში.2001. საარქივო მასალა. თბილისი.

საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ 2002- 2003 წლის პირველ ნახევარში გაწეული საქმიანობის ანგარიში. 2003. არადანი.თბილისი.

საქართველოს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის 2004 წლის ანგარიში.2004. ანტიმონოპოლიური სამსახურის საარქივო მასალა.თბილისი.

ფეტელავა, ს. 2008. კონკურენციის ევოლუცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში. სადისერტაციო კვლევა. გრ. რობაქიძის სახ. უნივერსიტეტი. თბილისი.

ფეტელავა, ს., გოგიაშვილი,შ., 1997. კონკურენციის შეზღუდვა (რუსულ და ინგლისურ ენებზე), ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ეგიდით კონკურენციული პოლიტიკის საკითხზე ჩატარებული საერთაშორისო სემინარის (1997 წლის 17-28 თებერვალი) მასალები. ქ. ვენა (ავსტრია).

ფეტელავა, ს., შაბურიშვილი, დ. 2006. დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების მიერ „ავტომოტოტრანსპორტის მფლობელთა სამოქალაქო პასუხისმგებლობის სავალდებულო დაზღვევის ბაზარზე“ საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების შესახებ (რუსულ და ინგლისურ ენებზე), ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ეგიდით კონკურენციული პოლიტიკის საკითხზე ჩატარებული საერთაშორისო სემინარის (2006 წლის 7-10 ნოემბერი) მასალები, ქ. ბუდაპეშტი (უნგრეთი).

ჯგერენაია, ე. 2005. დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის (შპს „საქართველოს რკინიგზის“) მიერ საბაზრო ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების შესახებ (რუსულ და ინგლისურ ენაზე). კონკურენციის საკითხებზე („დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) ეგთო–ის ბუდაპეშტის კონკურენციის პოლიტიკის რეგიონალური ცენტრის მიერ ორგანიზებული სემინარის (2005 წლის 7-10 ივნისი) მასალები. ქ. ბუდაპეშტი (უნგრეთი).

ჯგერენაია, ე. 2005. დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება მინერალური წყლების ბაზარზე (რუსულ და ინგლისურ ენაზე). ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ეგიდით კონკურენციული პოლიტიკის საკითხებზე ჩატარებული საერთაშორისო სემინარის (2005 წლის 21 მარტი - 1 აპრილი) მასალები. ქ. ვენა (ავსტრია).

ხუან რამონ იტურია გაგოიტია. 27 თებერვალი 2006. საკონკურენციო სამართლისა და პოლიტიკის რეფორმის საკითხები: ევროკავშირის ნორმებთან მისადაგების დასაბუთება, GEPLAC–ის მიერ ორგანიზებული სემინარის მასალა, თბილისი.

ჰეინე, პ. 2012. ეკონომიკური აზროვნება. ტომი 1. თბილისი. თავისუფალი უნივერსიტეტის გამომცემლობა.

ჰეინე, პ. 2012. ეკონომიკური აზროვნება. ტომი 2. თბილისი. თავისუფალი უნივერსიტეტის გამომცემლობა.

Барышева, А.В., 1994. Монополизм и антимонопольная политика, М.

Циганова, А.Г., 1999. 5 Конкуренция и антимонопольное регулирование. М.

Чемберлин, Э.Х. 1996. Теория монополистической конкуренции /Реориентация теории стоимости, Пер. с англ., М., Экономика.

ელექტრონული რესურსები:

www.commersant.ge

www.BFM.ge

www.BPI.ge

www.GBC.ge

www.Geostat.ge

დანართები

საერთაშორისო და ადგილობრივი „ქეისები“ კონკურენციის მართვის სფეროში

დანართი 1: არგენტინის პორტები

არგენტინამ 1970–იან წლებში მოახდინა ზოგიერთი საპორტო სერვისის პრივატიზაცია, რასაც მნიშვნელოვანი შედეგები ქვეყნისთვის არ მოუტანია, არ გაზრდილა მწარმოებლურობა, სახელმწიფო ინვესტიციები ინფრასტრუქტურა რჩებოდა დაბალ დონეზე, სისტემა დატვირთული იყო რეგულაციებით, კომპანიები რომლებიც ოპერირებდნენ საპორტო სერვისების ნაწილში, ვერ ასრულებდნენ საკუთარ ვალდებულებებს.

გასული საუკუნის 90–იან წლებში კომპანიებს მიენიჭათ უფლება შესულიყვნენ სახელმწიფო პორტების მართვაში, განეხორციელებინათ ინვესტიციები ინფრასტრუქტურაში, ან მოეწყოთ ახალი საპორტო მისასვლელები. მაგალითად, ბუენოს აირესის 6 ტერმინალი კონცესიის პრინციპით გადაეცა 5 კერძო კომპანიას, საპორტო ინფრასტრუქტურა კვლავ რჩებოდა საპორტო ადმინისტრაციის მფლობელობაში (საპორტო იჯარის პრინციპით). რეფორმების შედეგად 1990–1995 წლებში საპორტო გადაზიდვები გაიზარდა 50%-ით, შემოს მწარმოებლურობის ზრდამ გადააჭარბა 275%-ს, არგენტინული პორტები გახდა ერთ–ერთი ყველაზე იაფი ლათინური ამერიკის ქვეყნებში. 1997 წელს ტვირთების მიღების, გადამუშავების და ტრანზიტის მოცულობით არგენტინულმა პორტმა „პუეტრო ნუევომ“ გადაუსწრო სამხრეთ ამერიკის უმსხვილეს პორტს „სანტოსი“ (ბრაზილია). გარდა ამისა, უცხოური კომპანიები აქტიურად მონაწილეობდნენ და ინვესტიციებს ახორციელებდნენ საპორტო ინფრასტრუქტურაში, ამ პერიოდში აშენდა ახალი ტერმინალი „სარატე“.

დანართი 2: საბითუმო მაღაზიები და საცალო ვაჭრობა აშშ-ში

„ვოლ მარტის“ შემოსვლამ აშშ-ს საცალო ვაჭრობის ბაზარზე მნიშვნელოვანი სარგებელი მოუტანა მომხმარებელს, როგორც დანაზოგების ასევე მომსახურების გაუმჯობესების კუთხით. „ვოლ მარტი“ ბაზარზე დაბალი ფასების სტრატეგიით შემოვიდა, ის 10–25%-ით უფრო დაბალ ფასად სთავაზობდა მომხმარებელს იგივე პროდუქტს, რომლის ყიდვაც მათ შეეძლოთ კონკრენტულ ქსელებში: „კროგერი“, „პაბლიქსი“, „თარგეთი“ და სხვა. როდესაც ჰიუსტონში „კროგერის“ მაღაზიის გვერდით „ვოლ მარტის“ მაღაზია გაიხსნა, „კროგერის“ გაყიდვები 10%-ით დაეცა, მიუხედავად იმისა, რომ მოახდინა რეაგირება და ფასები შეამცირა საკუთარ ქსელში. ეს შედეგი აჩვენებს, რომ ახალი მოთამაშეების შემოსვლა, რომლებიც აფართოებენ ბაზარს, ზრდიან ასორტიმენტს და არჩევანის შესაძლებლობას, სასარგებლოა მხოლოდ და მხოლოდ მომხმარებლისთვის, მცირდება ფასები და მომხმარებელი მეტ დანაზოგს აკეთებს, უმჯობესდება სერვისი და სალაროებთან რიგებში დგომის დრო მცირდება. ამდენად, ნებისმიერი რეგულაცია, რომელიც მსგავსი ტიპის აქტივობას შეუშლის ხელს და შექმნის ბარიერებს, არის გაუმართლებელი.

დანართი 3: დოიჩე ბანი - გერმანული რკინიგზის დერეგულაციის შედეგები

გერმანელმა მკვლევარმა ლალაივ შმუტცლერმა (2007წ) შეისწავლა რკინიგზაზე სამგზავრო გადაყვანების დინამიკა გერმანიის უმსხვილეს სარკინიგზო მონაკვეთზე (ბადენი-ვიურტემბერგი) მისი რეფორმიდან (1994–2004წწ) 10 წლის შემდეგ. რეფორმა გულისხმობდა დერეგულაციას და საკონკურსო წესით კერძო კომპანიებზე მგზავრთა გადაყვანის სერვისის შეთავაზებას. კვლევამ აჩვენა, რომ 1994–2004 წწ.-ში გერმანიის უმსხვილესი სარკინიგზო კომპანია „დოიჩე ბან რეგიო“ კვლავ რჩებოდა დომინირებულ მდგომარეობაში. მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მისმა კონკურენტებმა საბაზრო წილი 3%-დან 14%-მდე გაზარდეს. გარდა ამისა, მნიშვნელოვნად გაიზარდა მატარებლების მოძრაობის სიხშირე იმ მონაკვეთებთან შედარებით, სადაც დერეგულირებას ადგილი არ

ჰქონია. კვლევამ აჩვენა: 1) მგზავრთნაკადის ზრდა 29%-ით, 2) ფინანსური მაჩვენებლების მნიშვნელოვანი ზრდა (45%) კონტროლირებად მონაკვეთებთან შედარებით (22%); 3) რეისები რაოდენობის ზრდა 19 -დან 39 -მდე; საბოლოო ჯამში კონკურენციამ და დერეგულაციამ შექმნა უფრო მეტი სიმდიდრე, განვითარებული ინფრასტრუქტურა და გაუმჯობესებული სერვისები მგზავრებისთვის.

დანართი 4: სატვირთო ავტომობილების რეგულირების ლიბერალიზაცია საფრანგეთში

საფრანგეთში არსებობს თვალსაჩინო პრაქტიკა, სატვირთო ავტომობილების რეგულაციების ლიბერალიზაციამ როგორ გაიზარდა დასაქმების მაჩვენებლები. საფრანგეთის პრემიერ მინისტრმა 1990-იანი წლების დასწყისში გააუქმა ლიცენზიის აღება მძღოლებისთვის, რომლებიც სატვირთო გადაზიდვებს ახორციელებდნენ 150 კმ.-ზე მეტ მანძილზე. რეფორმის შემდეგ სატვირთო გადაზიდვებზე ფასები დაეცა, შემცირდა მოგების მაღალი მარჟაც, რომელიც მაღალი რენტით იყო გამოწვეული. რაც შეეხება დასაქმებას, რეფორმამდე სექტორში წლიური ზრდა 1-1.5% იყო, რეფორმის შემდეგ კი ზრდის წლიურმა ტემპმა 4-5%-ის ფარგლებს მიაღწია. მართალია, ამ გადაწყვეტილებას ლიცენზიის მფლობელების მხრიდან საპროტესტო გაფიცვები მოყვა (1992-1997), მაგრამ მთლიანად სექტორმა იხეირა და დასაქმებაც მნიშვნელოვნად გაიზარდა.

დანართი 5: წიგნის გამომცემლობები ბრიტანეთში

1997 წლიდან ბრიტანეთში და ირლანდიაში არსებობდა რეგულაცია, რომლის მიხედვით წიგნის ტრეიდერებს არ ქონდათ უფლება გაეყიდათ პროდუქცია დადგენილ ფასზე უფრო დაბალ ფასად. რეგულაციის მოხსნის შემდეგ ფასების კლების საშუალო მაჩვენებელმა 28%-ი შეადგინა, წიგნების 41%-ზე დაფიქსირდა ფასების დაცემა. რეგულაციის მოხსნიდან 6 წლის შემდეგ, 2006 წელს, ფასები შემცირდა წიგნების 52%-

ზე. მიღებულ შედეგებს შორის მნიშვნელოვანი იყო: 1. ახალი წიგნების გამოცემა; 2. წიგნების მაღაზიების ასორტიმენტის და მომსახურების ხარისხის ზრდა.

დანართი 6 : ბინათმშენებლობა შვედეთში

შვედი მკვლევარის ატერჰეგის მიერ შესწავლილ იქნა (2005 წ.) შვედეთში საცხოვრებელ – კომუნალური სერვისების მწარმოებელი კომპანიების საქმიანობის გავლენა ბინის ქირაზე და მომსახურების ხარისხზე. კვლევის შედეგად დადგინა: 1. როგორც სეგმენტებში კონკურენციის კომპონენტის შეტანამ ლიბერალიზაციის შედეგად გამოიწვია ბინის ქირის შემცირება 2–5%-ის ფარგლებში; 2. პრივატიზაციის შედეგად საბინაო კომუნალური მომსახურებები მნიშვნელოვნად არ გაუმჯობესებულა და ეს დამოკიდებული იყო კონკრეტული მესაკუთრის ქმედებაზე.

დანართი 7: ავსტრალიის საფონდო ბირჟა

ავსტრალიის საფონდო ბირჟამ, რომელიც მონოპოლისტი იყო, საბროკერო კომპანიებს შესათავაზა ფასდაკლებები მას შემდეგ, რაც ცნობილი გახდა, რომ ავსტრალიის ბაზარზე ორი მსხვილი საბირჟო ოპერატორი Liquidnet და AXE აპირებდა საქმიანობის დაწყებას. Liquidnet-ის აქციები კოტირდება აშშ-ს საფონდო ბირჟაზე, რაც შეეხება AXE-ს, მას აქვს ახალი ზელანდიის საფონდო ბირჟის და ისეთი წამყვანი საბროკერო კომპანიების მხარდაჭერა, როგორც არის სინგაპურის საბროკერო კომპანია, გოლდმენ საქსი, მერილინ ლინჩი და სხვ. ავსტრალიის ბაზარზე Liquidnet და AXE-მ განავითარეს ახალი ალტერნატიული პროდუქტები და სავაჭრო სისტემები, დანერგეს ბირჟებსშორისი და გარესაბირჟო ვაჭრობები, რამაც გაზარდა ბაზრის შესაძლებლობები და ამ კომპონენტს 30% უჭირავს ავსტრალიის ფასიანი ქაღალდებით ვაჭრობის ბაზარზე.

დანართი 8: რეგულაციების ლიბერალიზაცია ევროპის ავიაბაზარზე

1990 წლამდე ევროპაში ავიაბაზარი მკაცრად რეგულირდებოდა, კონტროლდებოდა ავიარეისები და ფასები. სახელმწიფოთა შორის შეთანხმების საფუძველზე მხოლოდ შერჩეულ ავიაკომპანიებს ეძლეოდათ განსაზღვრული მარშრუტების განხორციელების უფლება. 1990–იან წლებში მოხდა ავიაბაზრის ლიბერალიზაცია, ავიარეისების განხორციელება შეუძლია ყველას, ვისაც აქვს ევროკავშირის მიერ მინიჭებული ლიცენზია. შედეგად, ბაზარზე გამოჩნდა დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიები,⁵⁶ გამოვლინდა კონკურენციის ზრდის პოზიტიური შედეგები: 1. ტრადიციულმა და ძველმა მოთამაშებმა ბაზარზე დანერგეს ახალი სერვისი - ონლაინ დაჯავშნა; შეიმუშავეს ფასწარმოქმის ახალი სისტემა, რათა კონკურენცია გაეწიათ დაბალბიუჯეტურ ავიაკომპანიებს. ტარიფების გამარტივებულმა სტრუქტურამ განაპირობა მგზავრობის გაიაფება და უფრო მეტი არჩევანი მომხმარებლისთვის. მოიხსნა ბილეთების ყიდვის და მგზავრობის რეგულირების სხვადასხვა ფორმები; 2. ფასების კლება ავიაბილეთებზე იყო მკვეთრი, ხშირ შემთხვევაში ბოლოს დარჩენილი ბილეთების ფასი 75%-ითაც კი ეცემოდა. 3. ევროპაში ავიაგადაზიდვების რაოდენობა და სიხშირე გაიზარდა 2-ჯერ; 4. გაიზარდა სერვისების მრავალფეროვნება და ხარისხი.

დანართი 9: მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი ბრიტანეთში

მობილური კავშირგაბმულობის ბაზრის განვითარება სერიოზულ კონკურენციას უწევს ფიქსირებული სატელეფონო კავშირის განმახორციელებელ კომპანიებს. ბრიტანეთში გამოქვეყნებული კვლევის მიხედვით, აფრიკიდან ევროპაში და ამერიკაში განხორციელებული ზარების ღირებულება მკვეთრად დაეცა. მიზეზი იყო მობილური კავშირგაბმულობის ახალი კომპანიების და მათი ტექნოლოგიების დანერგვა. 2005 წლის მონაცემებით აფრიკული ფიქსირებული კავშირგაბმულობის კომპანიების ტარიფი ევროპაში და აშშ-ში შეადგენდა 1 დოლარს 1 წუთზე, 2006 წლის ბოლოს კი საშუალო ფასი 0.25 დოლარამდე შემცირდა.

⁵⁶ დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიები - Law Cost companies.

დანართი 10. მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი სინგაპურში

სინგაპურის მთავრობამ 1995 წელს გასცა ლიცენზია, რომელიც ბაზარზე მეორე მობილური კავშირგაბმულობის კომპანიას ოპერირების უფლებას აძლევდა 1997 წლიდან. მთავრობამ გადაწყვეტილება ქვეყანაში ერთადერთ, სერვისის განმახორციელებელ კომპანიაზე, „სინგლექტზე“ კონკურენციული ზეწოლის მიზნით მიიღო. „მობაილ უანი“ ბაზარზე 1997 წლიდან შემოვიდა და ბაზრის 30%-ის მოპოვება შეძლო, ფასები კი წლის განმავლობაში 50–70%-ით შემცირდა. სერვისების არჩევანი მრავალფეროვანი გახდა, ბაზარმა კი „ბუმის“ პირობებში განაგრძო ზრდა, 1997 წლის დასაწყისში მობილური ტელეფონების მომხმარებელთა რიცხვი 14%-ით, 1997 წლის ბოლოს 25%-ით, 1998 წლის ბოლოს 30%-ით გაიზარდა.

დანართი 11: სახელმწიფოს მიერ შექმნილი სადაზღვევო ბაზარი საქართველოში

საქართველოს მთავრობის 2009 წლის 9 დეკემბრის დადგენილებით განისაზღვრა საყოველთაო დაზღვევის განხორციელების ძირითადი პრინციპები. გამოცხადდა ტენდერი, რომელიც 2010 წლისთვის საქართველოს მოსახლეობის უზრუნველყოფის მიზნით იწვევდა კერძო სადაზღვევო კომპანიებს ჯანმრთელობის დაცვის დაზღვევის სერვისით.

ტენდერის შედეგად მიღებულ იქნა გადაწყვეტილება, რომლის შედეგად მონაწილე კომპანიები გამარჯვებულად დასახელდნენ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში ექსკლუზიურად სადაზღვევო სერვისის მიწოდებაზე. კერძოდ: 1. სს „ჯი პი აი ჰოლდინგი“ – მცხეთა–მთიანეთის 7, კახეთის 2, იმერეთის 4 რაიონში სამედიცინო სერვისის განხორციელების ექსკლუზიური უფლებით; 2. სს „არქიმედეს გლობალ ჯორჯია“ – კახეთის 2 რაიონში, 3. სს „იმედი L International“ – კახეთის 3, აჭარის 7, სამცხე ჯავახეთის 2 რაიონში; 4. სს სადაზღვევო კომპანია „ალდაგი ბი სი აი“ – იმერეთის 3 და სამეგრელოს 2 რაიონში; 5. შპს „ვესტი“ – სამეგრელოს 3 რაიონში; 6. შპს

„აი სი ჯგუფი“ – სამეგრელოს 4, შიდა ქართლის 2. ქვემო ქართლის 2, სვანეთი–
ლესუმის–რაჭის 4 რაიონში; 7. შპს „ალფა“ – თბილისში, შიდა ქართლის 2, გურიის 3
რაიონში; 8. შპს „ირაო“ – იმერეთის 3, ქვემო ქართლის 5 რაიონში; 9. სადაზღვევო
კომპანია „ქართუ“ – იმერეთის 1 რაიონში; 10. ამხანაგობა „სამცხე 2010“ – სამცხე
ჯავახეთის 4 რაიონში;

2010 წელს 11 თვეში კომპანიების მისაღებმა სადაზღვევო პრემიის მოცულობამ შეადგინა
120 მლნ. ლარი, 1 ადამიანის სადაზღვევო პრემია განისაზღვრა 132 ლარით. სულ
დაზღვეულთა რაოდენობამ 888 392 ადამიანი შეადგინა. გარდა ამისა, თავის
სამოქმედო რაიონებში კომპანიებს დაევაღათ საავადმყოფოების მშენებლობა (სულ 46
საავადმყოფო 1130 საწოლი ადგილით). სახელმწიფო აქტიურად ჩაერია ჯანდაცვისა და
სამედიცინო დაზღვევის ბაზრის რეგულირებაში.

სხვადასხვა რაიონებში მონოპოლიური მდგომარეობის გამო შეზღუდული იყო
მომხმარებელი, აერჩია მისთვის სასურველი კომპანია და სერვისი. პრაქტიკულად არ
არსებობდა კონკურენცია.

შედეგად, პროგრამის მთავარი მიზანი – ხელმისაწვდომი სამედიცინო სერვისით
უზრუნველყოფილი მოსახლეობა, ახალი საავადმყოფოები, რომლებიც იქნებოდა კერძო
სექტორის ეფექტურ მართვაში - ვერ იქნა მიღწეული.

სადაზღვევო სექტორის მოგებამ პროგრამის პირველ წელს შეადგინა 34 მლნ. ლარი, რაც
2–ჯერ აღემატებოდა 2009 წლის მონაცემებს. აუდიტის სამსახურის კვლევის შედეგად
დადგინდა, რომ კომპანიების მოგების ნორმა 50%–დან 80%–მდე მერყეობდა, ეს
მიღწეული იყო ანაზღაურებული ზარალის და მომხმარებლისთვის გაწეული
მომსახურების უაღრესად დაბალი მაჩვენებლით. კომპანიები მონოპოლიურ
მდგომარეობას საკუთარ რეგიონებში ბოროტად იყენებდნენ.

გაიზარდა კომპანიების მიმართ საჩივრები, მომხმარებელი რეალურად ვერ იღებდა
სამედიცინო სერვისს და ის უფრო მიუწვდომელი გახდა. შედეგად სახელმწიფომ
დაიწყო კომპანიების საქმიანობის მოკვლევა. პროკურატურამ პროგრამის

განმახორციელებელი კომპანიების წარმომადგენლები დააკავა და კომპანიებს სოლიდური ჯარიმები დააკისრა, აღებული ვალდებულებების შერულება კი მკაცრად მოსთხოვა. მკაცრი ჩარევა სადაზღვევო სექტორში უარყოფითი შედეგებით დასრულდა. 2011 წელს სექტორის ზარალიანობამ 22.4 მლნ. ლარი შეადგინა, ზარალიანობის კოეფიციენტი კი - 79%. კომპანიების განცხადებით, კრიზისის ჰოსპიტალური სექტორის პროექტში ინვესტირებამ განაპირობა. 2011 წლის მეორე კვარტალში ლიცენზიის შეჩერების შესახებ საქართველოს ეროვნულ ბანკს (სებ-ი) ორმა სადაზღვევო კომპანიამ „ვესტმა“ და „მობიუსმა“ მიმართა. სებ-მა კომპანიების განაცხადი დააკმაყოფილა, ხოლო „ვესტის“ ვალდებულებები და ჯანმრთელობის დაცვის პაკეტი სადაზღვევო კომპანია „არქიმედეს გლობალ ჯორჯიამ“ იყიდა. გაურესდა წამყვანი სადაზღვევო კომპანიების ფინანსური მდგომარეობაც.

პრობლემად დასახელდა ისიც, რომ წლიური სადაზღვევო პრემიის მოცულობა არ იყო საკმარისი ბიზნესსაქმიანობისთვის. პროგრამის ინიცირება და კომპანიების ჩართულობა სახელმწიფო პროგრამაში ნაჩაქარევად მოხდა, რის გამოც არ იქნა გათვალისწინებული მენეჯმენტის მიერ შემდეგი მნიშვნელოვანი რისკ ფაქტორები:

ა) არ იყო სადაზღვევო-მათემატიკური მეთოდებით გათვლილი ტარიფები: ვინც დაბალ ფასს განაცხადებდა, ის იმარჯვებდა. შეიქმნა საფრთხე: აღნიშნული ტარიფები ყოფილიყო არასწორი, ან ზემოგებაზე ემუშავათ სადაზღვევო კომპანიებს, ან არ ყოფნოდათ დაზღვეულთა მომსახურებისთვის. ასეც მოხდა: პირველ - 2010 წელს მაღალი მოგებები ჰქონდათ, 2011-დან დღემდე კი ზარალიანობა იზრდება, მაგალითად, კომპანია „ალფას“ ყველაზე დაბალი ფასი - თვეში 9,70 ლარი ჰქონდა თითოეულ დაზღვეულზე. მას ბაზრიდან გასვლაც მოუწია ტარიფის სიმცირის გამო.

ბ) არ იყო გათვლილი ინფლაცია.

გ) არ იყო გათვალისწინებული მიმართვიანობის ზრდის ფაქტორი (როცა არ იცის მოსახლეობამ თავისი უფლებები, 10-დან მხოლოდ 1-2 მოქალაქე იყენებს პოლისს, ხოლო - www.oecd.org/competition/toolkit - როდესაც ეს ცოდნა და ე.წ. სადაზღვევო

კულტურა იზრდება, უკვე 10-დან 7-8 მაინც მიმართავს სადაზღვევო კომპანიებს და შესაბამისად, ზარალიანობაც 2-3ჯერ იზრდება).⁵⁷

დანართი 12: ლიბერალიზაცია საქართველოს ავიაბაზარზე

საქართველოს ავიაბაზარზე 2014 წლის 1 მარტის მდგომარეობით 27 ქართული და უცხოური ავიაკომპანია ოპერირებს. მგზავრთბრუნვა 1.8 მლნ. ადამიანს შეადგენს წელიწადში, აქედან 78 % თბილისზე, დანარჩენი ნაწილი კი ქუთაისისა და ბათუმის საერთაშორისო აეროპორტზე მოდის. გარდა ამისა, თბილისის და ბათუმის საერთაშორისო აეროპორტები თურქული „ტავ ურბან ჯორჯიას“ მფლობელობაშია. 2003 წლამდე ავიაკომპანია „აირზენა“ სარგებლობდა ეროვნული ფლაგმანის სტატუსით, რაც მას საშუალებას აძლევდა მომსახურებოდა პრივილეგირებული მდგომარეობით მგზავრებს და ეკონტროლებინა ტარიფები ახალი მოთამაშეებისთვის. ცნობილი „ქეისია“ დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანია „გერმანიის“ სურვილი, ეფრინა საქართველო - გერმანიის მიმართულებით, თუმცა „აირზენასთან“ ვერ შეთანხმდა და ვერ მოახერხა ბაზარზე შემოსვლა. ავიაკომპანია „გერმანია“ „აირზენასთან“ შედარებით ბევრად დაბალი ტარიფებით აპირებდა ოპერირებას. თუმცა, ეს შეფასდა როგორც დემპინგი. 2003 წლამდე „აირზენას“ ფლაგმანობის პერიოდში მგზავრთბრუნვა დაახლოებით 160 000 ათას ადამიანს აღწევდა, სულ ოპერირებდა 10-მდე ავიაკომპანია. ბაზრის გახსნამ და ყველა ავიაკომპანიისთვის თანაბარი პირობების შექმნამ ავიაბაზარი დინამიური გახადა. 2013 წლის მონაცემებით ბაზარზე მოთამაშეების რიცხვი გაზრდილია 3-ჯერ, ბილეთების ფასი შემცირებულია 30-40%-ით, გაზრდილია სიხშირეები და მგზავრთბრუნვა აღწევს 1.8 მლნ. ადამიანს (მატება მოხდა თითქმის 11-ჯერ). ამ დროსათვის ბაზარზე საკმაოდ მძლავრი კონკურენციაა და პირველი ხუთეულის საბაზრო წილები შემდეგნაირია: თურქიმ ეარლაინსი – 14%; აირზენა – 10%, უკრაინის ავიახაზები – 8%, პეგასუსი – 6%, სიბირი – 5%.

გარკვეული ხარვეზები ამ ბაზარზე მაინც შეინიშნება:

⁵⁷ წყარო: საქართველოს სადაზღვევო ინსტიტუტი, 2012 წელი

რიგ მიმართულებებზე არის მონოპოლიურად ერთი კომპანია და ფასებზე ზემოქმედების საშუალება აქვს.

ხარვეზებია სერვისშიც: მაგალითად, თბილისი-კიევის მიმართულებით მხოლოდ უკრაინის ავიახაზები დაფრინავს, კონკურენტმა „აირზენამ“ ფრენები გარკვეული პერიოდით შეწყვიტა. თბილისი-სტამბულის მიმართულებით ფრენებზე ორ კონკურენტ ავიაკომპანიას ერთი გაყიდვების ოფისი აქვს, რაც იძლევა ფასებით მანიპულირების საშუალებას.

„აირზენას“ სურდა დაებრუნებინა ეროვნული გადამზიდვის სტატუსი და მართვაში აეღო თბილისის აეროპორტი, რაც ვერტიკალური კონცენტრაციის ტიპური მაგალითია და დაუშვებელია, რადგან იძლევა სხვა კომპანიებზე ზემოქმედების საშუალებას.

საქართველოში 3 მოქმედი საერთაშორისო აეროპორტია, მათ შორის, ორი - თბილისის და ბათუმის აეროპორტი თურქული „ტავ ურბანის ჯორჯიას“ მფლობელობაშია, რაც მაღალი კონცენტრაციის მაჩვენებელს იძლევა. მომსახურების ტარიფები არის ძვირი და ავიაკომპანიების პრეტენზიები სერვისის ხარისხთან დაკავშირებით იზრდება, არ ხდება საფრენი ბილიკების მოწესრიგება და ახალი მიმღები ტერმინალების დამატება, რაც დაბალი კონკურენციის ხარისხით შეიძლება ავხსნათ. რაც შეეხება ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტის ფუნქციონირებას, გახსნიდან 3 წელიწადში მოახერხა მგზავრთბრუნვის 300 ათასამდე გაზრდა, ასევე სხვადასხვა მიმართულებით რეისები გაზრდილია 1-დან 8 -მდე.

დანართი 13: პორტირება მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარზე საქართველოში

2010 წლის ბოლოს 3 მობილური კავშირგაბმულობის კომპანია მოქმედებდა. მომხმარებელთა რიცხვი 2010 წელს 4 მლნ. ადამიანს შეადგენდა. მობილური აბონენტების სიმკვრივე (დაფარვის მაჩვენებელი) კი 89 % იყო. ერთი აბონენტისგან

მიღებული საშუალო შემოსავალი (ARPU)⁵⁸ 2010 წლის ბოლოს 10-15 ლარი იყო, ერთი აბონენტის მიერ საუბრის საშუალო ხანგრძლივობა კი -79 წუთი თვეში (MOU)⁵⁹.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ დამტკიცებული დებულების თანახმად, მობილური ქსელის აბონენტებს 2011 წლის 15 თებერვლიდან მიეცათ პორტირების საშუალება, ნომრის შეუცვლელად გადასულიყვნენ ერთი კომპანიიდან მეორე კომპანიაში. ცვლილებები და ახალი შესაძლებლობი მიზნად ისახავდა კონკურენციის ზრდას სექტორში, სადაც კონცენტრაციის მაჩვენებელი საკმაოდ მაღალი იყო – 3 კომპანია აკონტროლებდა ბაზრის 100%-ს.

პორტირების დანერგვის შემდეგ საქართველოში მობილური აბონენტების რაოდენობამ 2012 წლის ბოლოს 4.7 მლნ შეადგინა. მობილური აბონენტების სიმკვრივე გაიზარდა 104.5%-მდე წინა წლის იგივე პერიოდთან შედარებით. კომპანიების შემოსავალი 461 მლნ. ლარამდე შემცირდა, თვის განმავლობაში აბონენტისგან მიღებული საშუალო შემოსავალი 1.71 ლარით შემცირდა და 8.44 ლარი შეადგინა. რაც ნიშნავს, რომ მომხმარებლისთვის გაიფადა სატელეფონო საუბარი. საშუალო აბონენტის საუბრის დრო კი, თვეში 46 წუთით, 125 წუთამდე გაიზარდა.

2011–2012 წლებში სხვადასხვა კომპანიებში 125 ათასამდე აბონენტი დაპორტირდა. სერვისების რაოდენობა გაიზარდა და უფრო მწვავე კონკურენციის გამო კომპანიებმა აქტიურად დაიწყეს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, ახალი სატარიფო და კორპორატიული სქემების შექმნა, რამაც მოხმარებელს სერვისით სარგებლობის ღირებულება მნიშვნელოვნად შეუმცირა. ბაზარზე შემოვიდა ერთ ახალი მოთამაშე – „სილქნეთი“. მოუხედავად პოზიტიური ცვლილებებისა, ბაზარი რჩება სხვადასხვა სექტორებს შორის ერთ–ერთ ყველაზე მაღალ კონცენტრირებულად (HHI = 9604 (3 კომპანია) HHI = 7056 (2 კომპანია)).

⁵⁸ ARPU – ერთი აბონენტისგან მიღებული საშუალო შემოსავალი

⁵⁹ MOU – ერთი აბონენტის მიერ საუბრის საშუალო ხანგრძლივობა

დანართი 14: არის თუ არა საქართველოს რკინიგზა მონოპოლისტი

არის თუ არა სს „საქართველოს რკინიგზა“ მონოპოლისტი, არის თუ არა ტექნიკური მონოპოლია, შესაძლებელია თუ არა მისი გაყიდვა კერძო სუბიექტზე, უნდა რეგულირდებოდეს თუ არა ტარიფები, - ეს კითხვები წლების განმავლობაში აქტუალურია. სს „საქართველოს რკინიგზა“ სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ეკონომიკური აგენტია, კომპანია ემსახურება როგორც სატვირთო, ისე სამგზავრო გადამყვანებს, მისი საკუთრება არის სარკინიგზო მაგისტრალიც. კომპანია სარკინიგზო გადაზიდვების ბაზარზე 100%-ის მფლობელი ეკონომიკური აგენტია. საქართველოს რკინიგზით სარგებლობს სომხეთის და აზერბაიჯანის სარკინიგზო ხაზები. საქართველოს ტერიტორიაზე სხვა გადამყვანი არ ფიქსირდება და გამოჩენის შემთხვევაში მისი ტარიფების რეგულირება უნდა მოახდინოს შპს „საქართველოს რკინიგზამ“, რომელიც გამოდის როგორც კონკურენტი და ბარიერის შექმნელი მათი ოპერირებისთვის. დერეგულაციის საჭიროება სწორედ ამ კომპონენტშია მნიშვნელოვანი, რაც ტარიფებს გახდის კონკურენტუნარიანს. ამის კარგი მაგალითია ევროპაში „დოიჩე ბანი“.

„დოიჩე ბანი“-ს რეფორმა დაიწყო 1994 წელს, რომელიც გულისხმობდა დერეგულაციას და საკონსკურსო წესით კერძო კომპანიებზე მგზავრთა გადაყვანის სერვისის შეთავაზებას. კვლევამ აჩვენა რომ 1994–2004 წწ.–ში გერმანიის უმსხვილესი სარკინიგზო კომპანია „დოიჩე ბან რეგიო“ კვლავ რჩებოდა დომინირებულ მდგომარეობაში. მიუხედავად ამისა, მისმა კონკურენტებმა საბაზრო წილი 3%-დან 14%-მდე გაზარდეს. გარდა ამისა, მნიშვნელოვნად გაიზარდა მატარებლების მოძრაობის სიხშირე იმ მონაკვეთებთან შედარებით სადაც დერეგულირებას ადგილი არ ჰქონია. საბოლოოდ კვლევამ აჩვენა:

- მგზავრთნაკადის ზრდა 29%-ით;
- ფინანსური მაჩვენებლების ბევრად მნიშვნელოვანი ზრდა (45%), ვიდრე ეს იყო კონტროლირებად მონაკვეთებზე (22%);
- რეისები რაოდენობის ზრდა 19–დან 39–მდე;

კონკურენციამ და დერეგულაციამ შექმნა უფრო მეტი კეთილდღეობა, განვითარებული ინფრასტრუქტურა და გაუმჯობესებული სერვისები მგზავრებისთვის.

სს „საქართველოს რკინიგზის“ ტარიფების შემთხვევაში ტარიფების და ფასების ფიქსაცია სახელმწიფოს მხრიდან არ ხდება. თუმცა, მნიშვნელოვანია დერეგულაცია, რათა სარკინიგზო მაგისტრალით სარგებლობისას სხვა კომპანიებსაც ქონდეთ თავისუფალი წვდომის შესაძლებლობა, ტარიფების კონკურენციულ რეჟიმში დაწესების საშუალება. ყოველივე ეს გაზრდის მომსახურების ხარისხს და ფასები იქნება კონკურენტუნარიანი. ამ შემთხვევაში სს „საქართველოს რკინიგზას“ არ ექნება გადაზიდვის ტარიფებზე ზემოქმედების საშუალება.

ანალიზი ცხადყოფს, რომ სს „საქართველოს რკინიგზა“ არ არის მონოპოლისტი მგზავრებთან მიმართებაში. მიუხედავად იმისა, რომ სარკინიგზო გადაყვანის დროს მისი წილი 100%-ია. აქ მნიშვნელოვანია ალტერნატივების ანალიზი, პირობითად თბილისიდან ბათუმამდე მგზავრს აქვს შესაძლებლობა ისარგებლოს სხვადასხვა ალტერნატივებით, ავტობუსით, სამარშრუტო ტაქსით, ტაქსით, თვითმფრინავით და ა.შ. თუ სს „საქართველოს რკინიგზა“ ეცდება თავისი მდგომარეობა მგზავრებთან მიმართებაში გამოიყენოს ბოროტად და გაზარდოს ფასები, მოხდება მგზავრთნაკადის შემცირება. ეს კი ეწინააღმდეგება კომპანიის ინტერესებს. რაც შეეხება სს „საქართველოს რკინიგზის“ განკერძოების საქმეს, აქ მნიშვნელოვანია გეოპოლიტიკური ანალიზი და ქვეყნის ინტერესები, გადაზიდვების სექტორში სხვა მოთამაშის შემოსვლა. მოთამაშედ ჩვენი კონკურენტი ქვეყნის წარმომადგენელი დაუშვებელია, რადგან მისმა გადაწყვეტილებებმა შესაძლოა გამოიწვიოს არაკონკურენტუნარიან მდგომარეობაში ქვეყნის ჩაყენება და პარალიზება, სხვა ქვეყნების ტვირთების ბლოკირება, რაც, ბუნებრივია, არ შედის ჩვენი ქვეყნის ინტერესებში.

დანართი 15: მონოპოლიური მდგომარეობის მქონე რეესტრში შეყვანილი ბიზნეს სუბიექტები 1998–2000 წლებში.⁶⁰

- 1) ს/ს „ბორჯომი“;
- 2) ს/ს „ბორჯომის №1 ჩამომსხმელი ქარხანა“;
- 3) ს/ს „რუსთავის მეტალურგიული კომბინატი“;
- 4) ს/გ „აზოტი“;
- 5) ს/ს „ზესტაფონის ფეროშენადნობთა ქარხანა“;
- 6) საქართველოს რესპუბლიკის რკინიგზის ტრანსპორტის დეპარტამენტი;
- 7) საქართველოს რესპუბლიკის კავშირგაბმულობის სამინისტრო;
- 8) შპს „გზა მშვიდობისა“;
- 9) დეპარტამენტი „საქენერგო“;
- 10) დეპარტამენტი „საქგაზი“;
- 11) დეპარტამენტი „საქნავთობი“;
- 12) ს/ს „ჭიათურმანგანუმი“;
- 13) სახელმწიფო საწარმო „საქაერონავიგაცია“;
- 14) ს/ს „კასპიცემენტი“;
- 15) ს/ს „რუსთავცემენტი“;

⁶⁰ წყარო: საქართველოს ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად მიღებულ იქნა ნორმატიული აქტები.

- 16) ს/ს „ლინო“ („თბილისის ლინოლიუმის ქარხანა“);
- 17) ს/ს „მეტეხის კერამიკა“;
- 18) ს/ს „მეტეხი“ („მეტეხის აგურის №1 ქარხანა“);
- 19) ს/ს „გარდაბანი“ (გარდაბნის „მუყაო-რუბეროიდის ქარხანა“);
- 20) დედოფლისწყაროს საწარმო „არწივის ხეობა“;
- 21) ს/ს „რუსთავის ამწემშენებელი ქარხანა“;
- 22) ფოთის პორტი;
- 23) ბათუმის პორტი;
- 24) ს/ს თბილისის თამბაქოს ფაბრიკა „ქართლი“;
- 25) ს/ს „თბილთამბაქო“;
- 26) ს/ს „თბილისის ელექტროვაგონშემკეთებელი ქარხანა“;
- 27) ს/გ „ქიმბოჭკო“;

დანართი 16: ქვეყნები, სადაც არ არსებობს ანტიმონოპოლიური სამსახური

ქვეყნები სადაც არ არის მიღებული კონკურენციის (ანტიმონოპოლიური) საკანონმდებლო აქტები

აზია	ავღანეთი, ბანგლადეში, ბრუნეი, ჰონკონგი, ირანი, ყატარი, ნეპალი, საუდის არაბეთი;
აფრიკა	ანგოლა, ბოცვანა, გაბონი, გვინეა, კამერუნი, კონგო, ლესოტო, ლიბერია, ლიბია, მავრიტანია, მადაგასკარი, ნამიბია, ნიგერია, სვაზილენდი, ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა, ერიტრეა, ეთიოპია

ევროპა	ანდორა, ფარერის კუნძულები
ოკეანეთი	პაპუა ახალი გვინეა
სამხრეთ ამერიკა	გაიანა, კურასაო, პარაგვაი, სურინამი
ჩრდილოეთ ამერიკა	ანტიგუა და ბარბუდა, ბაჰამის კუნძულები, ბელიზი, ბერმუდის კუნძულები, ჰონდურასი, გრელანდია, დომინიკა, კაიმანის კუნძულები, კუბა, ნიკარაგუა

დანართი 17: 2005 წლის მონაცემებით საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით ბუნებრივი მონოპოლიები

- 1) საქართველოს კავშირგაბმულობისა და ფოსტის სამინისტროდან: ა) სახელმწიფო საფოსტო კავშირით მომსახურება; ბ) სიხშირეთა სპექტრის განაწილება;
- 2) საქართველოს სარკინიგზო დეპარტამენტიდან: სარკინიგზო ხაზი;
- 3) ს/ს „საქართველოს გაზის საერთაშორისო კორპორაციიდან“: საქართველოს ტერიტორიაზე მაგისტრალური მილსადენით ბუნებრივი გაზის შემოტანა და ტრანზიტი;
- 4) სახელმწიფო კომპანია „საქენერგოდან“: მაღალი ძაბვის ელექტროგადამცემი სისტემა;
- 5) სახელმწიფო საწარმო „საქაერონავიგაციიდან“: „საჰაერო სივრცის გამოყენების სამარშრუტო და სადისპეტჩერო უზრუნველყოფა“, რომელიც გასული საუკუნის ბოლოს შეიცვალა შემდეგი სახით - „საჰაერო მოძრაობის სადისპეტჩერო მომსახურება მარშრუტზე“;
- 6) საქართველოს საზღვაო სანაოსნო დეპარტამენტიდან: ა) ფოთის საზღვაო ნავსადგური; ბ) ბათუმის საზღვაო ნავსადგური; გ) სოხუმის საზღვაო ნავსადგური;

7) სააეროდრომო სადისპეტჩერო მომსახურება;

8) ქ. თბილისის, აფხაზეთისა და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკებისა და საქართველოს რაიონების (ქალაქების) წყალმომარაგების საწარმოები (წყალკანალები);