

კონკურენტული ბაზრები და კონკურენციის როლი საბაზრო ეკონომიკაში

თეონა ბაკანიძე

სტუ ასოცირებული პროფესორი

მაგდა ბაკანიძე

სტუ ასისტენტი პროფესორი

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია თუ რა არის ბაზარი და როგორ განისაზღვრება იგი. თუ რა სახის ბაზრები არსებობს და როგორ ფორმირდება საბოლოოდ საქონლისა და მომსახურების ფასები ბაზარზე, რა ახდენს მათზე გავლენას. წარმოდგენილია თუ რა არის კონკურენტული ბაზარი, რა სპეციფიკით ხასიათდება ასეთი ტიპის ბაზრები და ასევე განხილულია კონკურენტული ბაზრის მაჩვენებლის ორი ძირითადი მახასიათებელი. წარმოდგენილია კონკურენცია, როგორც სრულყოფილი ასევე არასრულყოფილი.

საკვანძო სიტყვები: ბაზარი; კონკურენცია; კონკურენტული ბაზრები; სრულყოფილი კონკურენცია; ფასისადმი შემგუებლობა.

COMPETITIVE MARKETS AND THE ROLE OF COMPETITION IN A MARKET ECONOMY

Teona Bakanidze

PhD in Business Administration,

Associate Professor

Magda Bakanidze

PhD in Business Administration,

Assistant professor

RESUME

The article discusses: what the market is and how it is defined; what kind of markets exist and how the prices of goods and services ultimately shape the market, what influences on them. Here is also presented what is the competitive market, what are the characteristics of such markets, and two key features of the competitive market index. The competition is presented as perfect as well as imperfect

* * * *

ეკონომიკურ ლიტერატურაში ხშირად გვხვდება ტერმინი „ბაზარი“, ბუნებრივია, ჩნდება კითხვა თუ რას ნიშნავს ეს ტერმინი და როგორ განისაზღვრება იგი? ბაზრები სხვადასხვაგვარი და უმეტესწილად არაორგანიზებული ადგილია, სადაც მყიდველები და გამყიდველები ერთმანეთს ხვდებიან განსაზღვრულ დროსა და ადგილზე, სადაც მყიდველები, როგორც წესი განსაზღვრავენ საქონელსა და

მომსახურებზე მოთხოვნას, ხოლო გამყიდველები, განსაზღვრავენ საქონლისა და მომსახურების მიწოდებას. უფრო კონკრეტულად, რომ განვიხილოთ თუ როგორ განსაზღვრავს საქონლისა და მომსახურების ფასსა და რაოდენობას მყიდველი და გამყიდველი ბაზარზე ურთიერთქმედების პროცესში.

მოვიყვანეთ ერთი კონკრეტული მაგალითი. მაგალითად, განვიხილოთ მინერალური წყლის ბაზარი რომელიმე ქალაქში. მინერალური წყლის გამყიდველები ერთმანეთს არ ხვდებიან გარკვეულ შეთანხმებულ დროს, ისინი სხვადასხვა ადგილას იმყოფებიან და განსხვავებულ პროდუქციასაც სთავაზობენ მომხმარებლებს, არც მინერალური წყლის მყიდველები ხვდებიან ერთმანეთს წინასწარ შეთანხმებულ დროს, ასევე არ არსებობს მინერალური წყლის დოგმატური ფასის განმსაზღვრელი ფაქტორი. ყოველი გამყიდველი მინერალური წყლის ფასს თვითონ აწესებს და ყოველი მყიდველი თვითონ იღებს გადაწყვეტილებას, თუ რა რაოდენობის მინერალური წყლის შეძენა სურს მოცემულ ფასად.

მიუხედავად არაორგანიზებულობისა, მინერალური წყლის მყიდველთა და გამყიდველთა რაოდენობა ქმნის ბაზარს. თითოეულმა მომხმარებელმა იცის, რომ შეძლია გააკეთოს არჩევანი სხვადასხვა გამყიდველს შორის და ასევე თითოეულმა გამყიდველმა იცის, რომ მისი საქონელი და მომსახურება სხვა გამყიდველების მიერ შეთავაზებული პროდუქტის მსგავსია. მინერალური წყლის ფასს ამ შემთხვევაში არა კონკრეტული მყიდველი ან გამყიდველი განსაზღვრავს, არამედ ყველა მყიდველი და გამყიდველი განსაზღვრავს ბაზარზე ურთიერთქმედების პროცესში. მოცემულ შემთხვევაში მინერალური წყლის ბაზარი მაღალკონკურენტული ბაზარია. უნდა ითქვას, რომ ბაზრების უმეტესობა დღესდღეობით კონკურენტული ხასიათისაა. განმარტოთ, თუ რა არის კონკურენტული ბაზარი.

კონკურენტულია ბაზარი, სადაც ბევრი გამყიდველი და მყიდველია და ასევე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ, როგორც განხილული მაგალითიდან ჩანს, თითოეული მათგანი უმნიშვნელო გავლენას ახდენს საქონლისა და მომსახურების ფასზე. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კონკურენტულ ბაზარზე საქონლისა და მომსახურების ფასები ყალიბდება მიწოდება-მოთხოვნის საფუძველზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ კონკურენტული ბაზრის

პირობებში თითოეული გამყიდველი შეზღუდულია ფასის განსაზღვრასი, ვინაიდან სხვა გამყიდველებიც მათი პროდუქციის მსგავს საქონელსა და მომსახურებას ქმნიან და აწვდიან მომხმარებლებს. კონკურენტული ბაზრის შემთხვევაში გამყიდველს არ გააჩნია არანაირი პირობა და მიზეზი, რომ დააწესოს არსებულ ფასზე ნაკლები ფასი და ასევე მას არ აქვს მიზეზი დააწესოს არსებულზე მეტი ფასი, რადგან მომხმარებელი ნებისმიერი სხვა გამყიდველისგან შეიძენს მას უფრო დაბალ და მისთვის მისაღებ ფასად.

ასევე უნდა გამოვყოთ, კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც დამახასიათებელია სრულყოფილი კონკურენტულობის ბაზრებზე : - სრულყოფილი კონკურენტულობის ბაზრის პირობებში ფირმებს თავისუფლად შეუძლიათ როგორც აღნიშნულ ბაზარზე შესვლა, ასევე ამ ბაზრიდან გასვლა. ასე მაგალითად ნებისმიერ მსურველს შეძლია გადაწყვიტოს მინერალური წყლის წარმოების ფირმის შექმნა და ასევე მას შეუძლია გადაწყვიტოს აღნიშნული საქმიანობის შეწყვეტა.

აქვე ჩნდება კითხვა თუ რა არის კონკურენცია? სიტყვა (ტერმინი) „კონკურენცია“ . იგი წარმოიშვა გვიანდელი ლათინური სიტყვიდან „concurrentia“ (concurrere) და პირდაპირი მნიშვნელობით (სიტყვა-სიტყვით) ნიშნავს - შეტაკებას, შეჯახებას. ამასთან, საზოგადოებაში დამკვიდრებული ტერმინის შესაბამისად კონკურენციის ქვეშ იგულისხმება სამეურნეო სუბიექტებს შორის ისეთი შეჯიბრი, რომლის დროსაც მათი დამოუკიდებელი მოქმედებები ეფექტიანად ზღუდავენ თითოეული მათგანის შესაძლებლობას ცალმხრივად იმოქმედონ საქონლის მიმოქცევის საერთო პირობებზე შესაბამის ბაზარზე (ზღუდავენ მეტოქის შესაძლებლობას უპირატესობა მოიპოვოს ბაზარზე და ხელს უწყობენ მომხმარებლისათვის საჭირო საქონლის წარმოებას).

კონკურენტულობის ბაზრის ძირითადი დამახასიათებელი თვისებებია: 1. დამოუკიდებლად მოქმედ გამყიდველთა დიდი რაოდენობით არსებობა, რომლებიც თავიანთ პროდუქციას სთავაზობენ მაღალორგანიზებულ ბაზარს. 2. სხვადასხვა გამყიდველის მიერ შეთავაზებული პროდუქცია ძირითადად ერ-

თგვაროვანია. კონკურენტული ფირმები აწარმოებენ სტანდარტულ ანუ ერთგვაროვან პროდუქციას. მოცემული ფასის დროს მომხმარებლისათვის სულერთია რომელ გამყიდველთან შეიძენს პროდუქტს. 3. ფასისადმი შემგუებლობა. წმინდა კონკურენტულობის პირობებში ყოველი ფირმა პროდუქციის საერთო საბაზრო რაოდენობიდან იმდენად უმნიშვნელო მოცულობის პროდუქციას აწარმოებს, რომ გამომშვების გადიდება ან შემცირება საგრძნობ გავლენას ვერ მოახდენს ფასზე. ამიტომ კონკურენტული მიმწოდებელი კი არ ცდილობს შეცვალოს ფასი, არამედ „ეგუება“ ფასს. 4. დარგში თავისუფალი შესვლა და გამოსვლა. ეს ნიშნავს, რომ არ არსებობს რაიმე სერიოზული დაბრკოლება - კანონმდებლური, ტექნოლოგიური, ფინანსური და სხვა - რასაც შეუძლია ხელი შეუშალოს არსებული ფირმების გამოსვლას დარგიდან ან ახალი ფირმების აღმოცენებას დარგში; 5. ბაზარზე უამრავ გამყიდველთან ერთად უამრავი მყიდველია, რომლებიც დამოუკიდებლად მოქმედებენ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ვეშაპიძე შ., ეკონომიკის საფუძვლები, თბ., 2015, 345 გვერდი
2. სამადაშვილი უ., შენგელია რ. თანამედროვე ეკონომიკა, თბ., 2013, 405 გვერდი
3. მენქიუ გ., ეკონომიკის პრინციპები, თბ., 2000, 1064 გვერდი
4. ლემონჯავა პ., აბრალავა ა., ეკონომიკის პრინციპები, თბ., 2011, 408 გვერდი
5. ბერიძე ლ., ჭიპაშვილი მ., მუჯირიშვილი დ., მაკროეკონომიკა, თბ., 2010, 448 გვერდი
6. ბერიძე ლ., ჭიპაშვილი მ., მუჯირიშვილი დ., ტატუნაშვილი ლ., მიკროეკონომიკა, თბ., 2008, 333 გვერდი
7. <http://www.nplg.gov.ge/gsd/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00---off-0ekonomik-00-1----0-10-0--0---0prompt-10---4-----0-1l--11-ka-50---20-about---00-3-1-00-0-0-11-1-0utfZz-8-00&cl=CL1.2&d=HASH0129f666565e778cbc8e8698>=1>
8. http://www.newvision.ge/sites/default/files/comp_book_color_final.pdf