



მიკროავტობუსებზე საქართველოს მოსახლეობის ლიზინგ-მოთხოვნის ელასტიურობის ანბარიში

რეზიუმე

ოლგარ ვალიევი

სტუ-ს დოქტორანტი
E-mail: barata49@mail.ru

საქონლის მოთხოვნაზე მომხმარებელთა შემოსავლების გავლენა ელასტიურობის კოეფიციენტით იანგარიშება. იგი გვიჩვენებს მათ შორის კავშირის სიმჭიდროვეს.

სტატიაში გამოანგარიშებულია საქართველოში მიკროავტობუსების ლიზინგმიღებაზე მოსახლეობის შემოსავლების ცვლილების გავლენა. ავტომაქანები ფუფუნების საგნებია. მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა, მასზე მოთხოვნილებას განსაკუთრებულად ამაღლებს. სტატიაში ეს ნაჩვენებია მეცნიერ ტორკვისტის მრუდითაც.

ელასტიურობის კოეფიციენტი ნაშრომში 2011-2015 წლებზეა გამოანგარიშებული, როგორც სუფლადობრივი შემოსავლების მიხედვით, ისე სუფლადობრივი მთლიანი შიდა პროდუქტის მიხედვით. უარყოფითი სიდიდის იგი იყო მხოლოდ 2014 წელს. დანარჩენ წლებში ყოველთვის აღემატებოდა 1-ს, ან მიახლოებულ იყო 1-თან. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ მოსახლეობის შემოსავლის ზრდა იწვევდა მიკროავტობუსებზე ლიზინგმოთხოვნის ზრდასაც.

საკვანძო სიტყვები:

ლიზინგი
ელასტიურობა
შემოსავალი
კოეფიციენტი

შესავალი

ლიზინგის განვითარების ისტორია იჯარით, არენდით იწყება. უძველეს დროში არენდით გაიცემოდა მიწა, პირუტყვი, გემები, საომარი აღჭურვილობა და სხვა. ლიზინგსა და იჯარას შორის არსებობს განსხვავება, მაგრამ უფრო ბევრია მსგავსება. ამჟამად ლიზინგით გაიცემა ხანგრძლივი მოხმარების ძვირადღირებული საქონელი. მათ შორისაა ავტოსატრანსპორტო საშუალებები, კერძოდ მიკროავტობუსები.

მიკროავტობუსები საქართველოში სხვადასხვა ქვეყნიდან შემოდის. ისინი მოსახლეობაზეც გაიცემა ლიზინგით და ფირმებზეც. ძირითადი

ლიზინგამცემები არიან „ავტოლიზინგი“, „თიბისი ლიზინგი“ და „ალიანს ჯგუფ ლიზინგი“.

ჩვენ დავინტერესდით გაგვეჩვენა მიკროავტობუსების საერთაშორისო ლიზინგ-მოთხოვნის დამოკიდებულება მოსახლეობის შემოსავლებთან, საქართველოს მაგალითზე ამას ნაშრომის შემდეგ ნაწილებში დავინახავთ.

1. შემოსავლების მიხედვით საქონელზე მოთხოვნის ელასტიურობის არსი

თანამედროვე კონკურენციის პირობებში მარკეტინგის აუცილებლობაზე და მნიშვნელობაზე უკვე აღარავინ დაობს. თანამედროვე ეტაპზე მარკეტინგი განიხილება, როგორც ბაზარზე ორიენტირებული საქონლის წარმოების და რეალიზაციის მართვის სისტემა. ეს ნიშნავს, რომ საქონლის შემოტანა-გატანის შესახებ სამეურნეო გადაწყვეტილების მიღებას საფუძვლად ედება ინფორმაცია ბაზრის შესახებ. ამ ინფორმაციას მარკეტინგული გამოკვლევა იძლევა.

საბაზრო კონიუნქტურა მუდმივად ცვალებადია. მასზე მოქმედებს, როგორც მაკრო, ისე მიკრო ეკონომიკური ფაქტორები. მიკროეკონომიკურ ფაქტორებზე მიზანმიმართული ზემოქმედება ადვილია, მაკროეკონომიკურ ფაქტორებზე კი - არა. მათ არაკონტროლირებად ფაქტორებსაც უწოდებენ. ბაზრის სუბიექტები მათ ვერ შეცვლიან, ამიტომ იძულებული არიან მიესადაგონ და თავისი სამეურნეო ცხოვრება "აუწყონ" მათ. მაკროეკონომიკური ფაქტორებიდან ჩვენი კვლევის საგნიდან - ავტოსატრანსპორტო საშუალებები - გამომდინარე, ყველაზე ძირითადია მოსახლეობის ცხოვრების დონე (შემოსავლები, ხარჯები, მთლიანი შიდა პროდუქტი).

მოსახლეობის ცხოვრების დონე განაპირობებს მათ მსყიდველობითუნარიანობას. ეს მაჩვენებელი განსაკუთრებით მოქმედებს ძვირადღირებულ და ხანგრძლივი მოხმარების საქონლის ლიზინგსა და რეალიზაციაზე, რომელთა



რიცხვში, სხვა მრავალთა შორის შედის ავტოსატრანსპორტო საშუალებებიც. ამით იმის თქმა გვინდა, რომ არსებობს კორელაციური კავშირი ავტოსატრანსპორტო საშუალებათა ღირებულებით რეალიზაციის მოცულობასა და მოსახლეობის ცხოვრების დონეს შორის (მთლიანი შიდა პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე). რაც მეტია ეს უკანასკნელი, მით მეტია პირველი, ე. ი. ავტოსატრანსპორტო საშუალებათა ღირებულება კვეყანაში. სათქმელია ისიც, რომ მოსახლეობის შემოსავლიანობის დონის ამაღლებასთან ერთად იზრდება არა მხოლოდ და არა იმდენად გაყიდულ ავტოსატრანსპორტო საშუალებათა რიცხვი, რამდენადაც მაღალკომფორტული ავტოსატრანსპორტო საშუალებათა რიცხვი. შემოსავლების გარდა, ამ პროცესს ხელს უწყობს მოსახლეობის განათლებულობის ამაღლების დონე, მათი მისწრაფება საკუთარი იმიჯის შექმნაზე, საქმიან საზოგადოებაში ადგილის დამკვიდრებაზე და ა.შ.

საქონლის მოთხოვნაზე მომხმარებელთა შემოსავლების ცვლილების გავლენა იანგარიშება შემოსავლების მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტით. იგი აღინიშნება e_i -თი და იანგარიშება ფორმულით [1, გვ. 55]:

$$e_i = \frac{\Delta Q_i}{Q_i} : \frac{\Delta I}{I} = \frac{\Delta Q_i}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q}$$

ფორმულაში:

Q_i - მოთხოვნის მოცულობა i - საქონელზე

ΔQ_i - საქონელზე მოთხოვნის ნაშთი

I - მომხმარებლების (მოსახლეობის)

შემოსავალი

ΔI - მომხმარებლების შემოსავლის ნამატ

I - საშუალო შემოსავალი

მომხმარებელთა შემოსავლების მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტს ანგარიშობენ და იყენებენ ძირითად შემთხვევაში მაშინ, როცა უნდათ გაიგონ, როგორ შეიცვლება ბაზარზე მოთხოვნა ამა თუ იმ საქონელზე (ჩვენს შემთხვევაში ავტომანქანებზე). თუ, გაანგარიშების შედეგად მიღებული ელასტიურობის კოეფიციენტი აღმოჩნდა 0-ზე ნაკლები ($e_i < 0$), ეს იმას ნიშნავს, რომ მოსახლეობის შემოსავლების ზრდის მიუხედავად, ამ საქონელზე მოთხოვნა ეცემა, ე. ი. საქონელი არასრულფასოვანია, ხოლო თუ ელასტიურობის კოეფიციენტი აღმოჩნდა 0-ზე მეტი ($e_i > 0$), რაც იმას ნიშნავს,

რომ მომხმარებელთა შემო საველის ზრდასთან ერთად მასზე მოთხოვნაც იზრდება, მაშინ იგი ნორმალურ, მაღალი კატეგორიის საქონლად უნდა ჩაითვალოს. ნორმალურ საქონელთა შორის შეიძლება გამოიკვეთოს სამი ჯგუფი:

1. პირველი მოთხოვნების საქონელი, რომლებზეც მოთხოვნა შემოსავლებთან შედარებით ნელა იზრდება ($0 < e_i < 1$) და ბაზრის გაჯერებას აქვს ზღვარი;

2. ფუფუნების საგნები. მათზე მოთხოვნის ზრდა აჭარბებს მოსახლეობის შემოსავლების ზრდას ($e_i > 1$) და ბაზარს არა აქვს გაჯერების ზღვარი (ამ ჯგუფში ხდება ჩვენს მიერ გამო-საკვლევად აღებული ავტოსატრანსპორტო საშუალებები;

3. საქონელი, რომლებზეც მოთხოვნა იცვლება შემოსავლების ზრდის პროპორციულად ($e_i = 1$).

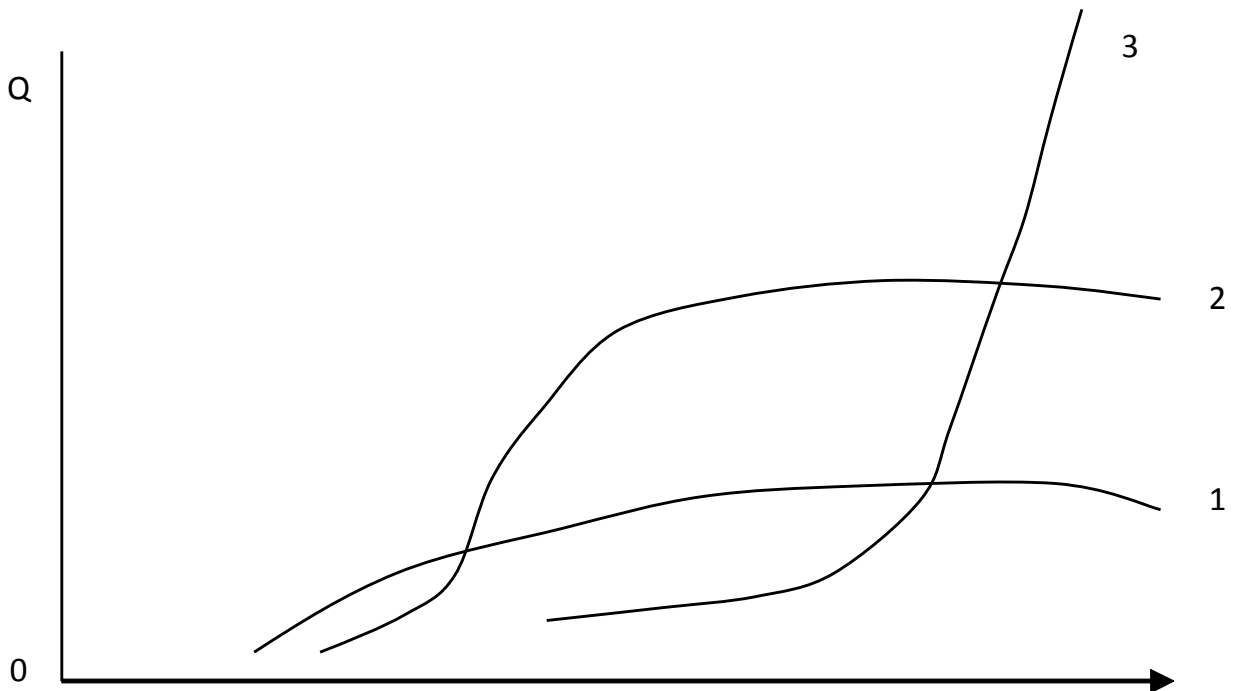
ამასთან, მხედველობაში უნდა მივიღოთ, რომ ელასტიურობის დადებითი მნიშვნელობა არსებითად ვარირებს ერთი საქონლიდან მეორესკენ. მაგალითად, შემოსავლების მიხედვით ავტომობილების მოთხოვნის ელასტიურობა ფასდება +3-ით (ამერიკის მონაცემებით +5,5) [1, გვ. 56] მაშინ, როდესაც კვების პროდუქტებზე იგი +0,2-მდეა [2, გვ. 29].

ლიზინგამცემები ყოველთვის უნდა ცდილობდნენ პქონდეთ ინფორმაცია იმ საქონელზე შემოსავლების მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტზე, რომლებსაც ისინი უპირატესად გასცემენ. თუ მათ ეს მონაცემები ექნებათ, ყოველთვის იქნებიან წინასწარ მზად ნებისმიერი შეკვეთის შესრულებისთვის და არ შეეშინდებათ მოსახლეობის და ფირმების როგორც კლიენტების მხრიდან გადახდის ვადების დარღვევისას.

სამწუხაროდ, საქართველოში ლიზინგი იმდენად ახალია, რომ ქართულ ლიზინგ გამცემ კომპანიებს არც მოაფიქრებიათ ზრუნვა ასეთი ინფორმაციის მოპოვებისთვის.

მოსახლეობის და ფირმების შემოსავლების მკვეთრი ზრდა იწვევს შემოსავლებზე მეტი ტემპებით ავტომანქანებზე მოთხოვნის ზრდას, ხოლო თუ შემოსავლების ზრდა მცირდება, მასზე მეტად მცირდება მოთხოვნა ავტომანქანებზე.

ეს კანონზომიერება კარგად ჩანს მეცნიერ ტორკვისტის მიერ შემუშავებულ მრუდზე (იხ. ნახაზი 1), რომელზეც 1 - პირველადი მოხმარების საქონელია, 2 - არაპირველადი მოხმარების საქონელი, 3 - კი ფუფუნების საგნები, მ. შ. ავტომანქანები.



ნახაზი 1. მყიდველების შემოსავლების მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობის ტორნკვისტის მრუდები სხვადასხვა ჯგუფის საქონლისთვის

2. მიკროავტობუსების ლიზინგმართონაზე საქართველოს მოსახლეობის შემოსავლების ცვლილების გავლენა

ჩვენს კონკრეტულ შემთხვევაში ვიანგარიშობთ როგორი იყო ავტოსატრანსპორტო საშუალებებზე, კერძოდ, მიკროავტობუსებზე და სატვირთო მანქანებზე მოთხოვნის ელასტიურობა მოსახლეობის შემოსავლების მიმართ და გავაკეთოთ დასკვნები. გაანგარიშებას ვაწარმოებთ სულადობრივი პირადი შემოსავლების და აგრეთვე მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) მიხედვით. ანაგრიში განხორციელდა ნაშრომის წინა ნაწილში მოცემული მოთხოვნის ელასტიურობის ფორმულის მიხედვით $\left(e_i = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta I}{I} \right)$. ანგარიშის შედეგები წარმოდგენილი გვაქვს ცხრილში 1. ცხრილი გვიჩვენებს, რომ მოსახლეობის პირადი შემოსავლების მიხედვით გამოთვლილი ავტობუსებზე მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტი 1-ზე მეტი იყო 2013 და 2015 წლებში, 2012 წელს იგი 0,39-ს შეადგენდა. 2014 წელს კი უარყოფითი მნიშვნელობა (-2,7) აღინიშნა. რაც შეეხება მთლიანი შიდა პროდუქტის მიხედვით გამოთვლილ მოთხოვნის ელასტიურობას, აქ იგი უარყოფითი იყო მხოლოდ 2014 წელს (-5,1), 2013

და 2015 წლებში იგი აღემატებოდა 1-ს (2013 წელი ($e_i = 5.9$), 2015 წელს ($e_i = 5.8$)), ხოლო 2012 წელს მიახლოებული იყო 1-თან ($e_i = 0.87$).

ეს მაჩვენებლები გვაძლევს უფლებას დავასკვნათ, რომ ავტობუსებზე მოთხოვნა კავშირშია მოსახლეობის შემოსავლებთან და მისი ზრდა იწვევს მოთხოვნის ზრდასაც. მართალია, ეს კავშირი მკაფიოდ გამოხატული არ არის (e_i ყოველთვის არ არის 1-ზე მეტი), მაგრამ უნდა ვიფიქროთ, რომ ეს კავშირი ზოგიერთ წლებში (2012, 2014) დაარღვია მიკროავტობუსებზე ფასების ზრდამ, რომლის ტემპმა გადააჭარბა შემოსავლების ზრდის ტემპს.

დასკვნა

სტატიაში ჩატარებული კვლევით მივედით იმ დასკვნამდე, რომ მიკროავტობუსების ლიზინგ-მოთხოვნასა და მოსახლეობის შემოსავლებს შორის მჭიდრო კავშირი არსებობს. ეს გვაძლევს უფლებას ვივარაუდოთ, რომ შემდგომში საქართველოს მოსახლეობის შემოსავლების ზრდის კვალობაზე მიკროავტობუსებზე ლიზინგით მიღების მოთხოვნაც გაიზრდება.



ცხრილი 1

**საქართველოს მოსახლეობის შემოსავლების მიხედვით მიკრო ავტობუსებზე
ლიზინგური მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტები 2011-2015 წლებში¹**

წლები	მიკროავტობუსებზე ლიზინგური მოთხოვნის მოცულობა (Q) (დოლარი)	ლიზინგური მოთხოვნის ზრდა წინა წელთან შედარებით (ΔQ) (დოლარი)	მოსახლეობის თვიური სულადობრივი შემოსავალი (I)	სულადობრივი მილიანი შიდა პროდუქტი (I) (დოლარი)	ზრდა (მატება) (ΔI)		მიკროავტობუსებზე მოთხოვნის ელასტიურობის კოეფიციენტი (ϵ_i)	
					შემოსავლის წინა წელთან შედარება (დოლარი)	სულადობრივი მილიანი შიდა პროდუქტისა (წინა წელთან შედარებით) (დოლარი)	სულადობრივი შემოსავლის მიხედვით გამოანგარიშებული	სულადობრივი მილიანი შიდა პროდუქტის გამოანგარიშებული
2011	1837697	-	178,4	3220	-	-	-	-
2012	1979830	+142133	218	3508	+39,6	+288	0,39	0,87
2013	5644220	+3664390	245,2	3615	+27,2	+107	5,9	22,3
2014	4444218	-1200002	273	3817	+27,8	+202	-2,7	-5,1
2015	8420900	+3976682	297	4156	+24	+339	5,8	9,4

გამოყენებული ლიტერატურა:

REFERENCES:

1. Цены и ценообразование, под ред. Усипова В. У., Санкт-Петербург, "Питер", 2000.
2. Кемпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брю, Экономика, М., 1992.

¹ გაანგარიშებული გვაქვს წინა ცხრილებში არსებული ინფორმაციის საფუძველზე.