



კონკურენციის მოძღვრება და თავისებურებები

რეზიუმე

ბიორგი შოშიტაშვილი

სტუ-ს დოქტორანტი

E-mail: g.shoshitashvili@yahoo.com

კონკურენცია წარმოადგენს კომპანიის მამოძრავებელ ძალას, რომელიც აიძულებს მას წარმოებაში და მომსახურებაში დანერგოს ინოვაციური და განსხვავებული მიდგომები, რათა იგი გახდეს ბაზარზე კონკურენტუნარიანი. თავის მხრივ, სახელმწიფომ უნდა გააატაროს კონკურენციის მიმართებაში ისეთი პოლიტიკა, რომელიც უზრუნველყოს ისეთი პირობების არსებობა, როდესაც კონკურენცია ბაზარზე ისე არ შეიზღუდება, რომ საზოგადოების ეკონომიკურ კეთილდღეობას ზიანი მიაღებს.

საკვანძო სიტყვები: კონკურენცია, კონკურენციის თეორიული მიდგომები, კონკურენციის მოძღვრება.

კონკურენცია ბაზრის მონაწილეთა შორის ეკონომიკური შეჯიბრებაა, პროდუქციის უკეთესი წარმოებისა და რეალიზაციის უკეთესი პირობებისათვის. მოგების მაქსიმიზების სურვილი, მეწარმეებს აიძულებს დანახარჯების შემცირებას, რისი მიღწევაც შესაძლებელია სხვადასხვა მეთოდით: წარმოებაში ახალი ტექნიკის დანერგვით, წარმოების მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლებით, წარმოების ფაქტორთა ორგანიზების სრულყოფით (მენეჯმენტი) და სხვ. აღნიშნული მეთოდების შედეგია პროდუქციის ერთეულზე საწარმოს დანახარჯების შემცირება, რაც საწარმოს ფასის შემცირების შესაძლებლობას იძლევა. ეს აჩქარებს წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციას და ზრდის საწარმოს მოგებას. საბოლოოდ, იზრდება საწარმოს კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე. კონკურენცია ასტიმულირებს წარმოების ეფექტიანობის ზრდას. საქონლის ფასის შემცირება და ხარისხის გაუმჯობესებისა და სასაქონლო ასორტიმენტის მრავალფეროვნებისადმი მეწარმეების სწრაფვა, სწორედ კონკურენციის შედეგია. მეწარმეები კონკურენტულ ბაზარზე თავიანთი წილის შესანარჩუნებლად ან ამ წილის გასაღიძვრებლად, ყოველთვის უნდა აწარმოებდნენ უფრო ხარისხიან პროდუქტს. ეს კი განაპირობებს მათ შორის კონკურენციას. ამ შეჯიბრებაში გამარჯვებული იღებს უფრო მაღალ

მოგებას, წაგებული კი - ზარალს, რომელიც შეიძლება გაკოტრებით დასრულდეს.

ბიზნესის წარმატება ჩვენს დროში შეუძლებელია საწარმოს ინოვაციური საქმიანობის გარეშე. კონკურენციის მამოძრავებელი ძალა სიახლეების დანერგვაა.

ინოვაციურ ბიზნესს აქვს ისეთი მხარეები, რომლებიც მიმზიდველ ბიზნესად აქცევენ მას: იგი აუმჯობესებს მეწარმეობის ყველა სფეროს საქმიანობას; ორიენტირებულია მომხმარებელთა კონკრეტულ მოთხოვნილებებზე; აქვს მუდმივად აქტუალური და შეჯიბრებითი ხასიათი.

ინოვაცია განსაზღვრავს ბიზნესის განვითარების მიმართულებებს, რადგან გავლენას ახდენს წარმოების მასშტაბებისა და სტრუქტურის, აგრეთვე საქმიანობის სახის ფორმირებაზე. იგი ცვლის და გარდაქმნის ჯერ ბიზნესის, შემდეგ კი მთელი ქვეყნისა და ქვეყნების ეკონომიკისა და მთელი მსოფლიო მეურნეობის შინაარსს.

საწარმოებში ინოვაციების მართვა გულისხმობს სამი ძირითადი ამოცანის გადაწყვეტას: 1. მეცნიერული კვლევების, ცდების ჩატარებისა და კონსტრუირების ინოვაციური პროცედურების რეალიზებას; 2. სპეციფიკური, ინოვაციებზე ორიენტირებული სახის რესურსების შექმნასა და ყოველგვარი რესურსების მართვას; 3. კვლევების, ცდების ჩატარებისა და კონსტრუირების სამუშაოთა პროექტების პორტფელის მართვას.

ინოვაციების წყაროა ახალი ცოდნა, რომელსაც ფირმა საქმიანობის განმავლობაში იძენს. მეცნიერული კვლევა-ძიებისას მოპოვებულ ცოდნას იგი გარდაქმნის სიახლეებად, ინოვაციებად და დანერგავს, არეგისტრირებს პატენტებს, გამოგონებებსა და საავტორო მოწოდებებს. ცოდნის დაუფლება ის საწყისი წერტილია, საიდანაც ფირმა იწყებს საინოვაციო საქმიანობას.

მკვლევართა ნაწილი მიიჩნევს, რომ კონკურენცია ჯერ კიდევ ძველი რომიდან იღებს სათავეს, კერძოდ, რომის იმპერატორთა დეკრეტებიდან, რომლებიც ცალკეულ საქონელზე განსაზღვრულ ფასებს აწესებდა, რაც სპეკულაციური მონოპოლიების წინააღმდეგ იყო მიმართული. მსგავსი



კანონები არსებობდა შუა საუკუნეების ევროპაშიც, მაგალითად ინგლისში, სადაც ანტიმონოპოლიური ნორმის თანახმად, გამყიდველს თავის საქონელზე უნდა დაედგინა "სამართლიანი ფასი" და მიეღო "გონივრული შემოსავალი".

კონკურენციის შედარებით სრულყოფილი თეორიული მიდგომები ჩნდება მეთვრამეტე საუკუნიდან. ამ პერიოდის მეკლესიარები კონკურენციას განიხილავდნენ, როგორც თავისთავად არსებულს, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის ყველა დარგს. ადამ სმითი იყო პირველი მეცნიერი, რომელმაც დაამტკიცა, რომ კონკურენცია განაპირობებს შრომისა და კაპიტალის ოპტიმალურ განაწილებას. გამოქვეყნებულ ნაშრომში, სახელწოდებით "გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზთა შესახებ", იგი კონკურენციას აიგივებს ე.წ. "უხილავ ხელთან" და აყალიბებს მოსაზრებებს, რომ ბაზარზე ფასებს ადგენს ცალკეული მწარმოებლების ქმედებათა ერთობლიობა. თავის მხრივ, მომხმარებლები ემორჩილებიან ფასებს, ფასები კი მომხმარებელთა ინდივიდუალური რეაქციების ერთობლიობას. იგი აღნიშნავდა, რომ თავისუფალი კონკურენცია სასარგებლოა საზოგადოებისთვის, რადგან ძლიერი კონკურენციის პირობებში, ნაკლებია ალბათობა იმისა, რომ მწარმოებლები შეძლებენ შეთანხმებას ფასების აწვევასთან დაკავშირებით.

ადამ სმითმა პირველად განსაზღვრა კონკურენცია, როგორც ფასებით რეგულირების ეფექტიანი საშუალება, ჩამოაყალიბა კონკურენციის ძირითადი პირობები და შეიმუშავა სრულყოფილი კონკურენციის მოდელი, რომელიც გამორიცხავდა ბაზრის კონტროლს. მისი მოდელის თანახმად, მაკოორდინებელი ელემენტი იყო ფასების სისტემა.

დევიდ რიკარდომ შექმნა სრულყოფილი კონკურენციის თეორიული მოდელი. მან აღწერა, თუ როგორ ფუნქციონირებს ეს სისტემა გრძელვადიან პესპექტივაში. მისი მოდელის თანახმად, ფირმები ღებულობენ გადაწყვეტილებებს ხარისხობრივ-ფასობრივი მატრიცების საფუძველზე და დაბალანსებული ფასების დადგენაში გადაწყვეტ როლს თამაშობს კონკურენცია.

ჯონ სტიუარტ მილმა მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა კონკურენციის თეორიის სრულყოფაში. კერძოდ, მან შეიმუშავა საერთაშორისო მოთხოვნის განტოლება, გამოყო ბაზარზე ე. წ. არაკონკურირებადი ჯგუფები და ჩამოაყალიბა მოთხოვნის ფასით ელასტიურობის კლასიფიკაცია.

მეცხრამეტე საუკუნეში დაიწყო ნეოკლასიკური სკოლის განვითარება, რომელმაც უფრო სრულყოფილად ჩამოაყალიბა კონკურენციის

ზეგავლენა ფასების სისტემაზე. ამ მხრივ აღსანიშნავია ალფრედ მარშალის კონცეფციები, კერძოდ, კონკურენციის ტექნოლოგიური კონცეფცია, რაც კონცენტრაციას მასშტაბის ეკონომიასთან აკავშირებს.

ალფრედ მარშალის შემდგომ, ჯონ რობინსონმა გამოჰყო დარგები, სადაც კონკურენცია შეუძლებელია. ასეთ დარგებს დაერქვა "ბუნებრივი მონოპოლიები". ჯ. რობინსონი მათ მიაკუთვნებდა სარკინიგზო ტრანსპორტისა და ენერგეტიკის სფეროს. იგი განმარტავდა, რომ მსგავს დარგებში კონკურენციის წინაპირობა არ არსებობს, რადგან კონკურენციის შემთხვევაში, უფრო სუსტი გაკოტრდება ან კონკურენტი ფირმები იშულებულნი გახდებიან გაერთიანდნენ.

მე-20 საუკუნის დასაწყისისთვის, მნიშვნელოვანი ცვლილებები განიცადა ადრე დამკვიდრებულმა მოსაზრებებმა კონკურენციის შესახებ, კერძოდ, ფასებით კონკურენციის მეშვეობით შეუძლებელი იყო კონკურენციის არსში წვდომა. ამ პერიოდში, განსხვავებული მიდგომა წარმოადგინა იოსებ შუმპეტერმა. მან კონკურენცია განიხილა, როგორც დინამიკური პროცესი და წარმოადგინა იდეა ეფექტიანი მონოპოლიისა და სრულყოფილი კონკურენციის შესახებ, რომელიც განსხვავდება ფასების კონკურენციის მოდელისგან და მისი არსია ახლის დანერგვა და ხარისხის კონკურენცია.

ამ პერიოდში, აღსანიშნავია ჯონ მენარდ კეინზის მიდგომები, რომლის თანახმად ეკონომიკის პრობლემები უნდა ვეძიოთ არა რესურსების მიწოდებაში, არამედ მოთხოვნაში. მისი თეორიის თანახმად, შესაძლებელია, სახელმწიფო აქტიურად ჩაერთოს ეკონომიკურ ცხოვრებაში სახელმწიფო ინვესტიციების, გადასახადების განაკვეთების შემცირების ან სუბსიდიების მეშვეობით.

მე-20 საუკუნის ეკონომიკური თეორიებიდან, აღსანიშნავია მონოპოლიური კონკურენციის თეორია. ამ თეორიის შემქმნელის ედვარდ ჩემბერლინის თანახმად, მონოპოლია და კონკურენცია მჭიდროდ არის გადაჯაჭვული ერთმანეთთან.

იმ პირობების თავისებურებათა გათვალისწინებით, რომლებშიც წარმოიშობა კონკურენცია, ეკონომიკურ მეცნიერებაში გამოყოფენ საბაზრო სტრუქტურის (ბაზრის მოდელის) ოთხ ძირითად ტიპს: სრულყოფილი კონკურენცია, მონოპოლისტური კონკურენცია, ოლიგოპოლია და მონოპოლია.

მონოპოლია არის ბაზარი, სადაც მხოლოდ ერთი გამყიდველია და აწარმოებს საქონელს, რომელსაც ახლო შემცველები არ გააჩნია. მონოპოლიურ ბაზარზე ძირითად რესურსს ერთი



ფირმა ფლობს, მთავრობა ამ ფირმას რაიმე საქონლის წარმოების ექსკლუზიურ უფლებას აძლევს და წარმოების დანახარჯები ისეთია, რომ ერთი მწარმოებელი უფრო ეფექტიანად მუშაობს, ვიდრე მრავალი. მონოპოლიები, რომელთაც მთავრობა და კანონი მხარს უჭერს, ლეგალური მონოპოლიების სახელითაა ცნობილი. ასეთებია ბუნებრივი მონოპოლია, პატენტები, საავტორო უფლებები და სავაჭრო ნიშნები.

ოლიგოპოლია ისეთი საბაზრო სტრუქტურაა, სადაც რამდენიმე

მსხვილი საწარმო აწარმოებს მთელი პროდუქციის დიდ ნაწილს.

ოლიგოპოლიაში საწარმოები კონკურენციას სხვადასხვანაირად ეწევიან. ისინი პროდუქციის დიფერენცირებაზე

მეტად ზრუნავენ, რათა მომხმარებლებმა იცოდნენ წარმოებულ

პროდუქციებს შორის განსხვავება.

მონოპოლისტური კონკურენცია გვხვდება მაშინ, როდესაც საწარმოები მომხმარებელს მსგავს, მაგრამ არა იდენტურ პროდუქტებს სთავაზობენ. ასეთ ბაზრებზე ბევრი ფირმაა და თითოეულ ფირმას შეუძლია გაზარდოს ან შეამციროს თავიანთი პროდუქციის ფასი, ვინაიდან ეს პროდუქცია სავსებით ერთნაირი არ არის. ფირმა-მონოპოლისტი სრულიად აკონტროლებს როგორც საქონლის მიწოდებას, ისე საბაზრო ფასებს.

სრულყოფილი კონკურენციის ფარგლებში,

საბაზრო სტრუქტურაში მრავალი მყიდველი და გამყიდველია, მწარმოებლების საქონელი და მომსახურება იდენტურია, მყიდველებსა და გამყიდველებს ნებისმიერ დროს შეუძლიათ ბაზარზე შესვლა და მისი დატოვება. როდესაც ეს პირობები შესრულებულია, არცერთ გამყიდველს არ შეუძლია გავლენის მოხდენა დადგენილ ფასზე. შესაბამისად, კომპანიები იღებენ ბაზრის მიერ განსაზღვრულ ფასს და შემდეგ იღებენ გადაწყვეტილებას, რამდენი აწარმოონ ამ ფასად.

კონკურენცია საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირების არსებითი ელემენტია. სახელმწიფოები კონკურენციის მხარდაჭერასა და ანტი-მონოპოლიურ რეგულირებას სხვადასხვა მექანიზმითა და მიდგომებით ცდილობენ. კონკურენციის პოლიტიკა მიზნად ისახავს, უზრუნველყოს ისეთი პირობების არსებობა, როდესაც კონკურენცია ბაზარზე ისე არ შეიზღუდება, რომ საზოგადოების ეკონომიკურ კეთილდღეობას ზიანი მიადგეს. კონკურენციის პოლიტიკის საბოლოო მიზანი მომხმარებელთა საჭიროებების დაკმაყოფილებაა. საერთაშორისო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ქვეყანაში გატარებული ეკონომიკური რეფორმები, ლიბერალიზაციისა და დერეგულაციის პროცესი კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის გარეშე წარმატებული ვერ იქნება. ამდენად, ქვეყანაში კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის და შესაბამისი კანონმდებლობის არსებობა მისი განვითარების აუცილებელი კომპონენტია.



გამოყენებული ლიტერატურა

1. აბრალავა ა. ეკონომიკისა და ბიზნესის გლობალურ-ინოვაციური პრობლემები. გამ. "უნივერსალი". თბ., 2014.
2. ასათიანი რ. საზოგადოებრივი სექტორის ეკონომიკა. გამ. „სიახლე“. თბ., 2017.
3. დათაშვილი ვ., ოთინაშვილი რ. კონკურენტული დაზვერვა - კონკურენტული ბრძოლის ინსტრუმენტი. ჟურ. სოციალური ეკონომიკა 4, 2014.
4. პაპავა ვ., საქართველო საბაზრო ეკონომიკის გზაზე. გამ. "შეცნიერება" თბ., 1995.
5. რიკარდო დ. პოლიტიკური ეკონომიის და დაბეგვრის საფუძვლები. თსუ, თბ., 1937.
6. სმითი ა., გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ, თსუ. თბ., 1938.
7. შოშიტაშვილი თ., გურეშიძე თ. ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების პერსპექტივები. თბილისის დამოუკიდებელი სასწავლო უნივერსიტეტი. სამეცნიერო ძიებანი. VIII ტომი, თბ., 2012.
8. Шаститко, А. Е. Конкуренция и антимонопольная политика в неонавстрийской теории. "Экономическая политика", 2008.
9. Маршалл А. Принципы экономической науки, Т. 2, "Прогресс", 1993.
10. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции, "Прогресс", 1986.
11. Тотьев К.Ю. Конкуренция и монополии. Правовые аспекты регулирования. Учебное пособие, "Юрист", 1996.
12. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: (Реориентация теории стоимости), "Экономика", 1996.
13. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия, "Экономика", 1995.

PROPERTIES AND FEATURES OF THE COMPETITION

GIORGI SHOSHITASHVILI

A student of doctoral studies in GTU

E-mail: g.shoshitashvili@yahoo.com

Summary

Competition provides motivate power for a company, which makes it to implement innovative and different approaches in production or service in order to become competitive in a market. A government, by itself should conduct a policy regarding competition in a way to ensure those conditions when competition in a market will not be so restricted to damage social economic welfare.