სსიპ გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი

სოსო ჯღირაძე

კონკურენციის პოლიტიკა და მისი განვითარების ზოგადი ტენდენციები საქართველოში

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი:
პროფ. ნინო ლიპარტელიანი

გორი
2019

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

ს.ჯღირაძე

კონკურენციის პოლიტიკა და მისი განვითარების ზოგადი ტენდენციები საქართველოში

ჩვენს მიერ საკვლევი სამაგისტრო ნაშრომი **„კონკურენციის პოლიტიკა და მისი განვითარების ზოგადი ტენდენციები საქართველოში“** შეეხება სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ფორმირების პრობლემებს საქართველოში. **ჩვენი მიზანი** გახლდათ შეგვესწავლა მონოპოლიზაციის კრიტერიუმები, კონკურენტული პოლიტიკის ჩამოყალიბების და რეალიზაციის ეტაპების საქართველოში. აქედან გამომდინარე ჩვენს მიერ საკვლევი თემა **აქტუალურად მიმაჩნია.** ჩატარებული **კვლევის ამოცანაა** ჩვენება იმისა, რომ კონკურენცია და ჯანსაღი კონკურენციული გარემო საბაზრო ურთიერთობების განვითარების საწინდარია, ამიტომ ქვეყანა, რომელიც საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს აღიარებს, ყველანაირად უნდა ეცადოს, შეიმუშაოს პროგრესული ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა და ხელი შეუწყოს ჯანსაღ კონკურენციას. ჩატარებული **კვლევის საგნია** ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის ფატქების კვლევა და ანალიზი. **კვლევის ობიექტია** საქართველოს ეკონომიკისა და ინფრასტრუქტურის, საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის, საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდებზე განთავსებული ინფორმაცია. ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის **ძირითად შედეგად** ვამტკიცებთ მას, რომ ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის მიღება განსაკუთრებით აქტუალურია არა მარტო მაღალგანვითარებად, არამედ განვითარებადი ქვეყნებისთვისაც, სადაც ასეთი კანონმდებლობის არსებობის გარეშე შეუძლებელია ქვეყნის შიგნით წარმოებისა და მომსახურების განვითარების სტიმულირება და საერთაშორისო ბაზარზე გასვლა. ჩვენს მიერ ჩატარებული **კვლევის სიახლე** გახლავთ ჩვენება იმისა, რომ მარეგულირებელმა სააგენტომ უნდა გამოავლინოს არა მონოპოლისტური ფირმა, არამედ მონოპოლისტური ფასი. თავად მონოპოლიის არსებობა არ ამცირებს საზოგადოების სარგებელს – მხოლოდ მონოპოლიური ფასი წარმოქმნის დანაკარგებს.

A n n o t a t i o n

I.Jgiradze

Competition policy and general trends for its development in Georgia

The Master's Thesis**,,Competition policy and general trends for its development in Georgia"** concerns the problems of forming state antimonopoly policyin Georgia. **Our aim**was to study the monopolization criteria, the establishment and realization stages of competitive policy in Georgia.Therefore, I think our research topic **is actual. The task of a conducted research** is to show, thatcompetition and healthy competitive environment are the guarantee for developing market relations,therefore, a country that recognizes market economy principles must try to develop progressive antimonopoly legislation and promote healthy competition.**The subject of the conducted research** is to study and analyze the facts of violation of antimonopoly legislation.**The object of the research** isinformation placed on the official website of Ministry of Economy and Infrastructure of Georgia, Ministry of Finance of Georgia, Competition Agency of Georgiaand National Statistics Office of Georgia. **As a main result** of our research we prove that, acceptance ofantimonopoly legislation is especially relevant not only for the highly developedcountriesbut also for developing countries,where without such legislation, it is impossible to stimulate theproduction and development of serviceinside the country and to enter the international market.**The novelty of the conducted research** is to show that the regulatory agency must reveal not a monopolistic firm but a monopolistic price.The existence of a monopoly itself does not reduce the benefit of the society - only the monopoly price generates losses.

შინაარსი

შესავალი . . . . . .

თავი I
ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ჩამოყალიბების პრობლემები საქართველოში

1.1. სახელმწიფოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა და მონოპოლიზაციის კრიტერიუმები
1.2. კონკურენტული პოლიტიკის ჩამოყალიბების და რეალიზაციის ეტაპები საქართველოში
1.3. კონკურენციის პოლიტიკის ჩამოყალიბება და ევროკავშირის სტანდარტებთან დაახლოება

თავი II
ანტიმონოპოლიური კონტროლი და პასუხისმგებლობა

1.1. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტები სომხურ კომპანიებში
2.1. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტები აზერბაიჯანულ კომპანიებში
2.2. ნავთობპროდუქტების ბაზრის კონკურენტული გარემო საქართველოში

თავი III
კონკურენციის სააგენტოს საქმიანობის ეფექტები

3.1. სს „საქართველოს რკინიგზა“ მონოპოლისტი ქართულ ბაზარზე
3.2. მინერალური წყლების ბაზრის კონკურენტული გარემო
3.3. ანტიმონოპოლიური რეგულირების პრობლემები საქართველოში

დასკვნა . . . . . .
გამოყენებული ლიტერატურა . . . . . .
დანართები . . . . . .

შესავალი

ჩვენს მიერ საკვლევი სამაგისტრო ნაშრომი **„კონკურენციის პოლიტიკა და მისი განვითარების ზოგადი ტენდენციები საქართველოში“** შეეხება სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ფორმირების პრობლემებს საქართველოში. პოლიტიკა. „ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის შემუშავება და გატარება თანამედროვე სახელმწიფოს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქციაა, რომელიც ახასიათებს არა მარტო იმ სახელმწიფოებს, რომლებსაც უკვე სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკა აქვთ, არამედ მათაც (მათ შორის საქართველოს), რომლებიც დღეისათვის აშენებენ ასეთ ეკონომიკას. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განმარტება აუცილებელია იმის გამო, რომ მონოპოლიების მიერ კონკურენციის შეზღუდვის შედეგად საზოგადოება განიცდის ეკონომიკურ და სოციალურ დანაკარგებს, ფერხდება საბაზრო ეკონომიკის განვითარების პროცესი.

საქართველოში დამოუკიდებლობის გამოცხადებიდან დღემდე ყოველთვის იყო მცდელობა ისეთი სამართლებრივი და მარეგულირებელი მექანიზმების შექმნისა, რომლებიც ხელს შეუწყობდნენ კონკურენციის განვითარებას და არ დაუშვებდნენ ბაზარზე მონოპოლიების წარმოქმნას. მრავალი კანონი და კანონქვემდებარე აქტი იქნა შემუშავებული, რომლებსაც უნდა უზრუნველეყო სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების მხრიდან ბაზარზე დომინანტური პოზიციების მოპოვების პროცესის ანალიზი, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღკვეთა, ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის მცდელობების გამოვლენა და სამართლიანი კონკურენტული თამაშის წესების დამკვიდრება. სამწუხაროდ, ამის განხორციელება დღემდე ვერ მოხერხდა.

„მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მიღებულ იქნა ახალი ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა და შეიქმნა ახალი ანტიმონოპოლიური სამსახური-კონკურენციის სააგენტო, მისი რეალურად ამოქმედების პრობლემა კვლავ

დღის წესრიგში დგას. იმისათვის, რომ ცხოვრებაში დაინერგოს კანონით განსაზღვრული ნორმები, აუცილებელია კონკურენციის განვითარებისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების პროგრამის შემუშავება და ამის საფუძველზე სამოქმედო, დროში გაწერილი გეგმის შედგენა. ქვემოთ გთავაზობთ იმ პირველი რიგის ნაბიჯების ჩამონათვალს, რომელიც რეალურად დანერგავს ქვეყანაში თანამედროვე, ევროპული ყაიდის ანტიმონოპოლიურ რეგულირებას."[1]

იმისათვის, რომ გავერკვეთ პრობლემის არსში და ავხსნათ, თუ რატომ ვერ მოხერხდა ორი ათეული წლის განმავლობაში ქვეყანაში ანტიმონოპოლიური სისტემის გამართული ფუნქციონირება, მოკლედ მიმოვიხილოთ საქართველოში ანტიმონოპოლიური რეგულირების დანერგვის ისტორია და ის ხელისშემშლელი სამართლებრივი თუ ინსტიტუციონალური ფაქტორები, რომლებმაც გავლენა მოახდინა მის რეალურად ამოქმედებაში, გავაანალიზოთ, საიდან მოვდივართ, ახლა რა ეტაპზე ვიმყოფებით და რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას სამომავლოდ.

კვლევის დროს გამოვიყენეთ ზოგადმეცნიერული მეთოდები, კერძოდ: ანალიზი და სინთეზი, დაკვირვება, შედარება, ჰიპოთეზა და ანალოგია.

კვლევის პროცესში ჩვენთვის **სასურველ მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას წარმოადგენდა** სსიპ გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკა, ასევე უნივერსიტეტის ელეტრონული ბიბლიოთეკის მასალები, და საქართველოს პარლამენტის ეროვნულ ბიბლიოთეკაში განთავსებული წიგნადი ფონდი, ასევე საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინტერნეტგვერდზე და საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების ოფიციალურ ვებგვერდებზე განთავსებული ინფორმაცია.

---

[1] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

თავი I
ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ჩამოყალიბების პრობლემები საქართველოში

1.1. სახელმწიფოს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა და მონოპოლიზაციის კრიტერიუმები

სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის საბაზრო მოდელი თავის თავში მოიცას კონკურენციას, როგორც ეკონომიურ აგენტებს შორის ჯასაღ მეტოქეობას საქონლის წარმოების და რეალიზაციის ან მომსახურების გაწევის პროცესში, რომელიც ქმნის უკეთეს პირობებს მომხმარებლისათვის. საბაზრო ეკონომიკა წამოუდგენელია კონკურენციის გარეშე და პირიქით. ეკონომიკურ მეტოქეობაში გამარჯვებულს გარანტირებული აქვს მტკიცე პოზიციები და მაქსიმალური მოგება, მაგრამ ეს იოლი როდია. საბაზრო ეკონომიკური მოდელი თამაშის განსხვავებულ წესებს აწესებს, რომლითაც მწარმოებელი შეძლებს თავისი ნაწარმისთვის ეკონომიკური უპირატესობების მინიჭებას და მომხმარებლის დაინტერესება-მოზიდვას. დიდი ხანია კონკურენციის ფენომენი მსოფლიო საკუთრება გახდა და გლობალური მასშტაბები შეიძინა. თანამედროვე ეტაპზე სწორედ კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორი განსაზღვრავს ამა თუ იმ სახელმწიფოს ადგილსა და როლს შრომის საერთაშორისო დანაწილებაში. კონკურენციის ფენომენი წინააღმდეგობრივი ხასიათისაა, ერთუს მხრივ იგი:

- აჩქარებს მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს და ზრდის წარმოების სოციალურ-ეკონომიკურ ეფექტიანობას;
- ხელს უწყობს მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლებას; აფართოებს პროდუქციის ასორტიმენტს და აუმჯობესებს ნაწარმის ხარისხს;
- სრულყოფს მომხმარებელთა მომსახურებას და ა. შ.

მეორეს მხრივ იგი ხელს უწყობს მონოპოლიებისა და სხვა მონოპოლიური სტრუქტურების ჩამოყალიბებას ბაზარზე, რაც სახელმწიფოებს აიძულებს შეიმუშაონ

ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა. „ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის შემუშავება და გატარება თანამედროვე სახელმწიფოს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქციაა, რომელიც ახასიათებს არა მარტო იმ სახელმწიფოებს, რომლებსაც უკვე სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკა აქვთ, არამედ მათაც (მათ შორის საქართველოს), რომლებიც დღეისათვის აშენებენ ასეთ ეკონომიკას. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განმარტება აუცილებელია იმის გამო, რომ მონოპოლიების მიერ კონკურენციის შეზღუდვის შედეგად საზოგადოება განიცდის ეკონომიკურ და სოციალურ დანაკარგებს, ფერხდება საბაზრო ეკონომიკის განვითარების პროცესი. ეს დანაკარგები გამოიხატება მომხმარებლის მიერ მოხმარებულ საქონელზე მაღალი (მონოპოლისტური) ფასების გადახდით; მონოპოლისტების მიერ საქონელზე მაღალი ფასების შენარჩუნების მიზნით, ზოგიერთი სახის პროდუქციის გამოშვების შეზღუდვით ან შეჩერებით, ამავე მიზნებისთვის ზოგიერთი სახის საქონლის იმპორტის შეჩერებით ან შეზღუდვით; მცირე საწარმოების ხელოვნურად გაკოტრებით, რაც იწვევს სამუშაო ადგილების შემცირებასა და საზოგადოების სოციალური ფენის გაუარესებას.“[2]

მსოფლიოს თითქმის ყველა სახელმწიფო ცდილობს მონოპოლიების საქმიანობის შეზღუდვას, მოქმედებაში შეყავს ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობა. ეს კანონი ერთიანი სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის ნაწილია და გულისხმებს კომპლექსურ ღონისძიებებს, კერძოდ:

- სპეციალური ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის შემუშავება და მიღება;
- იმ ორგანოების ფორმირება, რომლებიც განახორციელებენ ანტიმონოპოლიურ რეგულირებასა და გააკონტროლებენ ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დაცვას.

„საკანონმდებლო აქტების დაწესებასთან ერთად აუცილებელი გახდა მონოპოლიური საქმიანობის ფორმირებისა და ბაზრების მონოპოლიზაციის

[2]სოხაძე კ. ფარესაშვილი ზ. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის შინაარსი და სახეები. ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“ 2013 სექტემბერი - ნოემბერი №4-5 გვ 34

კრიტერიუმების განსაზღვრა. აღნიშნულთა შორის შეიძლება გამოვყოთ ბაზრების საზღვრების კატეგორიები: **სასაქონლო,** რომელიც შედგება ურთიერთშემცვლელი საქონლის ჩამონთვლისგან და რომლის მიზანია მოხმარების კონკრეტული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება. ურთიერთშემცვლელობა განისაზღვრება თვითნ მომხმარებლების მიერ. **გეოგრაფიული,** რომელიც განსაზღვრავს სხვადასხვა საქონლის გეოგრაფიულ ზონას. აშშ_ის ანტიმონოპოლიურ პრაქტიკაში ეს ზონები განისაზღვრება მომხმარებლების ეკონომიკური შესაძლებლობებიდან, საქონელი შეიძინოს შესაბამის ტერიტორიებზე და აღნიშნულის შეუძლებლობა ამ ტერიტორიების გარეთ. ამასთან, აშშ_ში შეფასების კრიტერიუმებად გამოდის ამა თუ იმ საქონლის ან მისი შემცვლელის შეძენაზე დანახარჯების ზრდა, მისი ღირებულების არა უმეტეს 5 პროცენტის ოდენობით."[3]

ისეთ მაღალგანვითარებული ეკონომიკის მქონე სახელმწიფოში, როგორიცაა აშშ, ნებისმიერი სამეწარმეო სუბისექტის გაერთიანების ნებართვას, დოკუმენტებისა და ბაზარზე შესაძლო ცვლილებების ანალიზის საფუძველზე. იძლევა სპეციალური ორგანო-ფედერალური სავაჭრო კომისია. ამის პარალელურად ანტიმონოპოლიური ორგანოები ამოწმებენ ბაზრის გეოგრაფიულ და სასაქონლო საზღვრებს და განსაზღვრავენ მისი კონცენტრაციის დონეს.

„ბაზრის სასაქონლო საზღვრები (საქონლის ურთიერშემცვლელობა მომხმარებლისათვის) წესდება მომხმარებლების სოციოლოგიური გამოკითხვის შედეგად, რადგან მხოლოდ მომხმარებელს შეუძლია განსაზღვროს საქონლის ურთიერშემცვლელობა მისი სამომხმარებლო თვისებებიდან გამომდინარე. ასეთი ანალიზი საკმაოდ შრომატევადია მაგრამ იძლევა რეალურ შედეგებს. მაგალითად, ფირმების „კოკა-კოლასა" და „ლიმონათის" შერწყმის მცდელობის დროს, ბაზრის შესწავლამ მოგვცა შემდეგი სურათი: მომხმარებელთა გამოკითხვამ დაადასტურა, რომ ისინი ურთიერთშემცვლელი პროდუქტებია, რადგან ორივე კორპორაცია

[3] სოხაძე კ. ფარესაშვილი ზ. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის შინაარსი და სახეები. ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა" 2013 სექტემბერი - ნოემბერი №4-5 გვ 35-36

მუშაობს ქვეყნის ბაზარზე; გეოგრაფიულ საზღვრად ჩაითვალა აშშ; კონკურენციის დონე შერწყმის შემთხვევაში, ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ დაწესებული კოეფიციენტის მიხედვით, შეადგენდა არაალკოჰოლური სასმელების 80%-ს. ჩატარებული კვლევისა და ანალიზის შედეგად კომპანიებს უარი ეთქვათ შერწყმაზე."[4]

აშშ-თვის ანტიმონოპოლისტური კანონმდებლობის შემდგომი სრულყოფის მიზნით მოხდა კლეიტონის კანონის რულყოფა, 1950 წელს მიღებული ცვლილებები, რომლის თანახმადაც, აიკრძალა ფასიანი ქაღალდების ბაზრის გამოყენება ბაზრების მონოპოლიზაციის მიზნით. არც ერთ კორპორაციას, არ აქვს უფლება შეიძინოს სხვა კომპანიის აქციები მთლიანად ან მისი ნაწილი, თუკი აღნიშნულის შედეგად შესუსტდება კონკურენცია და ჩამოყალიბდება მონოპოლია. ბაზრის მონოპოლიზაციის განსაზღვრის ამერიკული მოდელი საკმაოდ მარტივია, გამოიყენება გაანგარიშება, რომელიც გვიჩვენებს შერწყმის შედეგად ფასების ცვლილებების შესაძლო დინამიკას. თუმცა იგი არ იძლევა იმის გარანტიასა, რომ შერწყმის შედეგად რამდენიმე ხნის შემდეგ ფასები არ გაიზრდება, ხდება საქონლის იმ პოტენციური მიმწოდებლების გამოკითხვა, რომლებიც იმყოფებიან მოცემული ბაზრის გეოგრაფიულ საზღვრებში და გეოგრაფიული საზღვრის გარეთ (რომლებიც მოცემულ სიტუაციაში არ მონაწილეობენ ამ გეოგრაფიულ ზონაში საქონლის მოწოდებაში). მაგალითად, ფლორიდის შტატში რძის პროდუქტების მწარმოებელმა ორმა მსხვილმა ფირმამ მიმართა ფედერალურ სასაქონლო კომისიას, ურთიერთშერწყმასთან დაკავშირებით. მოსალოდნელი შედეგის ანალიზის მიზნით გამოკითხული იქნა ანალოგიური ფირმები, რომლებიც იმყოფებიან ტეხასში (500 კმ_ში). გამოკითხვამ დაამტკიცა, რომ რძის პროდუქტებზე ფასების 5%-ით გაზრდის შემთხვევაში, ტეხასის ფირმები მოაწოდებენ ანალოგიურ საქონელს ხარისხობრივი

---

[4] ანტიმონოპოლიური და დარგობრივი რეგულირების ასპექტები. ფეტელავა სლავა. ჟურნალი-ეკონომისტი. გუგუშვილის ეკონ. ინსტიტუტი. ოქტომბერ-ნოემბერი #5. გვ. 22-32. თბილისის 2014.

მაჩვენებლების გაუარესების გარეშე, რის შედეგადაც ფირმებს ნება დაერთოთ გაერთიანებულიყვნენ.

ეკონომიკის სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური რეგულირების ძირითად მიმართულებებს შორის განსაკუთრებულ აქცენტირებას საჭიროებს:

- კონკურენტული გარემოს შექმნა და ყველა ეკონომიკური აგენტისთვის თანაბარი სასტარტო პირობების უზრუნველყოფა. ამისთვის აუცილებელია ისეთი ღონისძიებების განხორციელება, როგორიცაა, მაგალითად, დემპინგური და დისკრიმინაციული ფასებით საქონლის რეალიზაციის აკრძალვა; კონტრაბანდის აღმოფხვრა; ხელოვნურად საქონლის დეფიციტის შექმნისთვის ხელის შეშლა, საქონლის ფალსიფიკაციის შემთხვევების გამოვლენა; გადასახადების გადახდისთვის თავის არიდების არ დაშვება და ა. შ.
- კონკურენტული გარემოს შესაქმნელად შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ადმინისტრაციული, ორგანიზაციული და სამართლებრივი [საკანონმდებლო] მეთოდები. ადმინისტრაციული მეთოდი ნიშნავს მონოპოლიზებული ბაზრის კონტროლს, ეკონომიკური მეტოქეობის წესების დარღვევის გამოვლენას და მათი ლიკვიდაციისთვის ადმინისტრაციულ ღონისძიებათა განხორციელებას. მიღებული ზომების მიუხედავად, დარღვევების განმეორებისას შეიძლება გამოყენებულ იქნეს უკიდურესი ზომებიც - ფირმის გაუქმება, სისხლის სამართლის პასუხისმგებლობაში მიცემა და ა. შ.

„ორგანიზაციული მეთოდით ანტიმონოპოლიური რეგულირებისას გამოყენებული მექანიზმი უშუალოდ არ ეხება მონოპოლიას, მაგრამ უქმნის მას ისეთ გარემოს, რომელიც ეკონომიკურად არახელსაყრელს ხდის ბაზარზე მის მონოპოლისტურ ქცევას. იგულისხმება საბაჟო გადასახადების მანიპულირება, რაოდენობრივი კვოტების გადასინჯვა, მცირე ბიზნესისთვის მხარდაჭერა, ლიცენზირების სისტემის სრულყოფა, ისეთი საწარმოების ფუნქციონირებისთვის ხელის შეწყობა, რომელთა პროდუქციას ძალუძს კონკურენციის გაწევა მონოპოლიური კომპანიების ნაწარმისთვის და ა. შ. კონკურენტული გარემოს

შესაქმნელად უდიდესი მნიშვნელობა აქვს სრულყოფილი სამართლებრივი ბაზის შექმნას. მხედველობაში გვაქვს, უწინარეს ყოვლისა, ისეთი სამართლებრივი დოკუმენტი, როგორიცაა „საქართველოს კანონი ეკონომიკური კონკურენციის განვითარებისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების შესახებ“ მასში ანტიმონოპოლიური სამსახურის უფლება-მოვალეობებთან და ფუნქციებთან ერთად, დეტალურად აისახება ის, თუ რა ითვლება კონკურენციის შემზღუდავ მოქმედებად და რა სანქციები შეიძლება გამოყენებულ იქნეს კანონდამრღვევ ეკონომიკურ სუბიექტთა მიმართ ურთიერთ გამიჯვნას ექვემდებარება შედარებით მსუბუქი ხასიათის დარღვევები, რომელთა განსჯა და ჩამდენ სუბიექტთა დასჯა სასამართლო ორგანოების პრეროგატივაა. ფაქტებით დადასტურებული დარღვევის შინაარსობრივი დასაბუთება და განსასჯელად სასამართლოსთვის გადაცემა ანტიმონოპოლიური სამსახურის მოვალეობაა. მასვე ეკისრება საკითხის განხილვისას სახელმწიფოს ინტერესების დაცვა. “[5]

არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის არსებობის დადგენა რთული პროცედურაა. ამის დასტურია თუნდაც ის, რომ აშშ-ის ვაჭრობის ფედერალური კომისიის მიერ ასეთი 400-ზე მეტი სახეობაა ჩამოთვლილი, სადაც მომხმარებელთა უფლებების დაცვაში იგულისხმება მათი დაცვა არა მარტო მონოპოლიურად მაღალი და დისკრიმინაციული ფასების [ტარიფების] თავზე მოხვევისგან, რაც მნიშვნელოვანწილად აპირობებს მოსახლეობის ცხოვრების პირობების გაუარესებას, არამედ, და განსაკუთრებით, ფალსიფიცირებული და უხარისხო, სასურსათო პროდუქტებისა და ჯანმრთელობისთვის მავნე და ვადაგასული მედიკამენტების შექმნა-მოხმარებისგან, რაც საგრძნობლად ზრდის დაავადებულ და გარდაცვლილ პირთა რიცხოვნობას.

---

[5] ბუნებრივი მონოპოლიები და ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა საქართველოში. მეგი გორგასლიძე, ხათუნა თოდუა. ყოველკვარტალური რეფერირებადი და რეცენზირებადი საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალი-ბიზნეს-ინჟინერინგი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი ; საქართველოს საინჟინრო აკადემია. თბილისი, 2018. N 3-4. გვ. 113-115.

„მონოპოლიზაციის კრიტერიუმების ერთ-ერთი მაჩვენებელია სარეკლამო საქმიანობის რეგულირება. მონოპოლიური ბარიერებისგან თავისუფალ რეკლამას მრავალი დადებითი ასპექტი აქვს. მათ შორის აღსანიშნავია ის, რომ იგი:

- მომხმარებელს აწვდის ინფორმაციას საქონლის [მომსახურების] სამომხმარებლო თვისებებზე, სარგებლიანობაზე, შენახვა-მოვლის წესებზე, ფასებზე [ტარიფებზე], ტერიტორიულ მდებარეობაზე და უადვილებს მას გადაწყვეტილების მიღებას შეძენაზე;
- ხელს უწყობს პროდუქციის მსხვილი პარტიობით წარმოებისა და რეალიზაციის ორგანიზაციას, რაც აპირობებს მის ერთეულზე დანახარჯების შემცირებას და სახსრების ეკონომიას;
- ზრდის საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნას და ხელს უწყობს ეკონომიკის განვითარებას;
- აჩქარებს მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს, რამდენადაც ეკონომიკურ მეტოქეობაში გამარჯვების მოპოვების მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენს.“[6]

სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა თავისუფალი, სწორი რეკლამის გამამრუდებელი ბარიერების თავიდან აცილების მიზნით ქმედით ღონისძიებათა განხორციელება.

1.2. კონკურენტული პოლიტიკის ჩამოყალიბების და რეალიზაციის ეტაპები საქართველოში

საქართველოში დამოუკიდებლობის გამოცხადებიდან დღემდე ყოველთვის იყო მცდელობა ისეთი სამართლებრივი და მარეგულირებელი მექანიზმების შექმნისა,

---

[6] გლობალიზაცია, კონკურენცია და თანამედროვე ბიზნესის პერსპექტივები. თამარ თალაკვაძე. ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა. საერთაშორისო სამეცნიერო რეფერირებადი და რეცენზირებადი ჟურნალი. ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტი; ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტი. ბათუმი, 2017. N 2. ტ. IV. გვ. 23-26.

რომლებიც ხელს შეუწყობდნენ კონკურენციის განვითარებას და არ დაუშვებდნენ ბაზარზე მონოპოლიების წარმოქმნას. მრავალი კანონი და კანონქვემდებარე აქტი იქნა შემუშავებული, რომლებსაც უნდა უზრუნველეყო სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების მხრიდან ბაზარზე დომინანტური პოზიციების მოპოვების პროცესის ანალიზი, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღკვეთა, ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის მცდელობების გამოვლენა და სამართლიანი კონკურენტული თამაშის წესების დამკვიდრება. სამწუხაროდ, ამის განხორციელება დღემდე ვერ მოხერხდა.

„მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მიღებულ იქნა ახალი ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა და შეიქმნა ახალი ანტიმონოპოლიური სამსახური-კონკურენციის სააგენტო, მისი რეალურად ამოქმედების პრობლემა კვლავ დღის წესრიგში დგას. იმისათვის, რომ ცხოვრებაში დაინერგოს კანონით განსაზღვრული ნორმები, აუცილებელია კონკურენციის განვითარებისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების პროგრამის შემუშავება და ამის საფუძველზე სამოქმედო, დროში გაწერილი გეგმის შედგენა. ქვემოთ გთავაზობთ იმ პირველი რიგის ნაბიჯების ჩამონათვალს, რომელიც რეალურად დანერგავს ქვეყანაში თანამედროვე, ევროპული ყაიდის ანტიმონოპოლიურ რეგულირებას.“[7]

იმისათვის, რომ გავერკვეთ პრობლემის არსში და ავხსნათ, თუ რატომ ვერ მოხერხდა ორი ათეული წლის განმავლობაში ქვეყანაში ანტიმონოპოლიური სისტემის გამართული ფუნქციონირება, მოკლედ მიმოვიხილოთ საქართველოში ანტიმონოპოლიური რეგულირების დანერგვის ისტორია და ის ხელისშემშლელი სამართლებრივი თუ ინსტიტუციონალური ფაქტორები, რომლებმაც გავლენა მოახდინა მის რეალურად ამოქმედებაში, გავაანალიზოთ, საიდან მოვდივართ, ახლა რა ეტაპზე ვიმყოფებით და რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას სამომავლოდ.

---

[7] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

„1996 – 2005 წლებში საქართველოში არსებობდა ანტიმონოპოლიური სამსახური, მაგრამ ბაზარზე იყო თავისუფალი კონკურენციის პრობლემა. კონკურენცია რიგ სექტორებში იყო შეზღუდული, არსებობდა პრივილეგირებული და არაპრივილეგირებული კომპანიები, კარტელური გარიგებები, კორუფციული სქემები, რომლებიც სამსახურის არსებობას უკავშირდებოდა. 2005 – 2013 წლებში საქართველოში აღარ არსებობდა ანტიმონოპოლიური სამსახური, თუმცა მონოპოლიებისა და კარტელური გარიგების პრობლემა კვლავ აქტუალური დარჩა. პრაქტიკა აჩვენებს, რომ მონოპოლია და ბაზარზე კომპანიის დომინანტური მდგომარეობა პრობლემად მაშინ იქცევა, როდესაც კომპანიას აქვს ლეგალური (კანონმდებლობის დონეზე) ან „არაფორმალური“ მხარდაჭერა პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირებისგან. საქართველოში არსებულ ყველა „კეისში“ სწორედ ეს საკითხი დომინირებს. პრობლემის წყარო ორია: 1. გამიზნული პოლიტიკური გადაწყვეტილება, რომელიც მიზნად ისახავს კონკრეტული კომპანიის პრივილეგირებულ მდგომარეობაში ჩაყენებას და მისი დომინირების მხარდაჭერას ბაზარზე და 2. ზედა და ქვედა რგოლის გადაწყვეტილების მიმღები სახელმწიფო მოხელეები, რომელთა მიერ მომზადებული ცვლილებები აძლიერებს რეგულაციებსა და კონტროლს. ცვლილებას აქვს კეთილშობილური მიზანი (მაგ. მომხმარებლის დაცვა, ან მისი კეთილდღეობის გაუმჯობესება), მაგრამ მათ არა აქვთ გაცნობიერებული, რა შედეგები შეიძლება მოჰყვეს მის რეალიზაციას პრაქტიკაში კონკურენციაზე უარყოფითი გავლენის კუთხით.“[8]

საქართველოში 1995 წლიდან ფუნქციონირებდა დამოუკიდებელი ანტიმონოპოლიური სამსახური, თუმცა ბაზარზე თავისუფალი კონკურენციის პრობლემა ყოველთვის იყო. ხშირად, კონკურენციის არარსებობა, კარტელური გარიგებები, კორუფციული სქემები ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის ხარვეზებით და სამსახურის სისუსტით აიხსნებოდა და გამოსავალს მის

[8] როგორი უნდა იყოს ეფექტიანი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა. ჟურნალი „Forbes Georgia” 2014 თებერვალი №27 გვ 20-23

რეორგანიზაციაში ხედავდნენ. ასეთი ცვლილებები რამდენჯერმე განხორციელდა. ერთ-ერთი რადიკალური რეფორმა მოხდა 2005 წელს. „ნაცვლად ძლიერი ადმინისტრაციული ფუნქციებით აღჭურვილი ანტიმონოპოლიური სამსახურისა, 2005-2013 წლებში სიმბოლური დატვირთვის მქონე უწყებად გარდაიქმნა. მისი ტრანსფორმაციის შემდეგ, შედეგის თვალსაზრისით, ფაქტობრივად არაფერი შეცვლილა. აქედან გამომდინარე, ეფექტიანი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა დამოკიდებულია არა იმაზე, თუ რამდენად „მკაცრი“ ან „რბილი“ უფლებებით იქნება აღჭურვილი ეს სამსახური, არამედ იმაზე, რამდენად სწორად არის ჩამოყალიბებული სამართლებრივი და ინსტიტუციური ბაზა, რამდენად გამოხატულია ხელისუფლების პოლიტიკური ნება და ამ სამსახურში დასაქმებულ ადამიანთა პროფესიონალიზმი. პოლიტიკური ნება რომ ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია, ეს განვილილმა წლებმაც გვიჩვენა. მონოპოლია და ბაზარზე დომინანტური მდგომარეობა პრობლემად მაშინ იქცევა, როდესაც კომპანიას აქვს ლეგალური ან არაფორმალური მხარდაჭერა პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პირებისაგან, რაც ასე კარგად გვახსოვს ჩვენი უახლესი პოლიტიკური ისტორიიდან.“[9]

საქართველოში, კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბებისა და რეორგანიზაციის ეტაპები შეიძლება წლების მიხედვით შემდეგი სახით ჩამოვაყალიბოთ:

1. 1992-1996 წ. წ. დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ, შეიქმნა პირველი დოკუმენტი „მონოპოლიური საქმიანობის შეზღუდვისა და კონკურენციის განვითარების შესახებ“ (1992), რომელიც არეგულირებდა საქართველოში მონოპოლიური ერთეულების მოქმედებას. მათ ხელი არ უნდა შეეშალათ საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბებისთვის.

---

[9]გლობალიზაცია, კონკურენცია და თანამედროვე ბიზნესის პერსპექტივები. თამარ თალაკვაძე. ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა. საერთაშორისო სამეცნიერო რეფერირებადი და რეცენზირებადი ჟურნალი. ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტი; ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტი. ბათუმი, 2017. N 2. ტ. IV. გვ. 23-26.

2. 1996-2004 წ. წ. ამ პერიოდში შეიქმნა კონკურენციისა და თავისუფალი ვაჭრობის კანონმდებლობა, რომელიც ევროპულ გამოცდილებაზე იყო დაფუძნებული. ეკონომიკის სამინისტროსთან ჩამოყალიბდა ანტიმონოპოლიური სამსახური, რომელსაც ევალებოდა დომინანტური მდოგმარეობის მქონე კომპანიების კონტროლი. ამ პერიოდში დაფუძდნენ პირველი მონოპოლისტები.

3. 2004-2013 წ. წ. ვარდების რევოლუციის შემდეგ საქართველოში დაიწყო ლიბერალური რეფორმები. ანტიმონოპოლიური სამსახური გაუქმდა და მის ნაცვლად ჩამოყალიბდა თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტო, რომლის საქმიანობაც ფაქტობრივად ანალიტიკური ფუნქციებით შემოიფარგლებოდა.

4. ახალი ხელისუფლების მოსვლის შემდეგ, 2014 წლის მარტში გახორციელებულ იქნა ცვლილებები კანონში „კონკურენციის შესახებ“ და შეიქმნა ახალი სამსახური, კონკურენციის სააგენტოს სახით.

„მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტოს ჩამოყალიბებიდან საკმაო დრო გავიდა, მისი როლი კვლავ არ ჩანს და სამწუხაროდ, მოვლენები წარსული წლების სცენარით შეიძლება განვითარდეს, თუ დროულად არ მოხდება იმ აუცილებელი ნაბიჯების გადადგმა, რაც ამ სამსახურის გამართულ საქმიანობას შეუწყობს ხელს.“[10]

კონკურენციის ახალი კანონის მიღება განაპირობა რამდენიმე ფაქტორმა.

ევროკომისიის ფაქტების დამდგენმა მისიამ 2008 წელს საქართველოში კონკურენტული გარემოს შეფასების შემდეგ განსაკუთრებული აქცენტი ანტიმონოპოლიურ რეგულირებაზე გააკეთა. ამის შემდეგ, საქართველოს მთავრობამ 2010 წელს „კონკურენციის პოლიტიკის ყოვლისმომცველი სტრატეგია“ შეიმუშავა, ამა წლის დეკემბერში, კონკურენციისა და შესყიდვების სააგენტოები ერთ სამსახურად გაერთიანდა.

---

[10] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

კონკურენციის სფეროში საქართველოს მიმართ ევროკავშირს ორი მოთხოვნა ჰქონდა.

- პირველი, მიღებული ყოფილიყო მკაფიო კონკურენციის პოლიტიკა და კონკურენციის შესახებ კანონი;
- მეორე, სათანადო კონკურენციის სააგენტო შექმნილიყო, რომელიც კანონის განხორციელებაზე იქნებოდა პასუხისმგებელი;

„თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ კანონი საქართველოს პარლამენტმა 2012 წლის მაისში დაამტკიცა. ანტიმონოპოლიურ კანონმდებლობაზე მუშაობა და კონკურენციის შესახებ პოლიტიკის რეფორმა ერთ-ერთი პრიორიტეტული სფერო იყო საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველ, თავისუფალ სავაჭრო ხელშეკრულებასთან დაკავშირებულ შეთანხმებაზე მოლაპარაკების დასაწყებად.

რა მდგომარეობაა დღეს ანტიმონოპოლიური საქმიანობის მხრივ ქვეყანაში?

გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგის მიხედვით საქართველოს 2017 წელს შესწავლილი 142 ქვეყნიდან 88-ე ადგილი ეჭირა, რაც 2014 წლის 93-ე ადგილიდან შედარებით საკმაო დაწინაურება იყო. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგადმა მაჩვენებელმა მოიმატა, გარკვეულ კატეგორიებში გლობალური ეკონომიკური ფორუმი საქართველოს საკმაოდ დაბალ შეფასებას აძლევდა. როგორც ცნობილია, კვლევა სხვადასხვა მიმართულებით ტარდება, რომელიც მოიცავს შემდეგ სფეროებს: სახელმწიფო ინსტიტუტები, ინფრასტრუქტურა, მაკროეკონომიკური გარემო, ჯანდაცვა და პირველადი განათლება, უმაღლესი განათლება და პროფესიული მომზადება, სასაქონლო ბაზრის ეფექტურობა, დასაქმების ბაზარი, ფინანსური ბაზრის განვითარება, ტექნოლოგიური მომზადება, ბაზრის ზომა, ბიზნესის დახვეწილობა და ინოვაციები.

საქართველო კვლავ ინარჩუნებს კარგ რეიტინგს სახელმწიფოს მიერ ბიზნესის დაწყების ხელშეწყობასა და სახელმწიფო რეგულაციების შემცირებაში. თუმცა, ძალზე არასახარბიელო ვითარებაა ისეთ სფეროში, რომელიც ეხება შიდა სასაქონლო ბაზრის

რეგულირებას. კერძოდ, ადგილობრივი კონკურენციის მიხედვით საქართველოს 128-ე, ხოლო ანტიმონოპოლიური პოლიტიკით კი 135-ე ადგილზეა მსოფლიოში აღწერილი 142 ქვეყნიდან. ეს ძალზე დამაფიქრებელი ფაქტია. იგი მიუთითებს ქვეყანაში თავისუფალი კონკურენციისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების სისტემის ფაქტობრივ არარსებობაზე.

„საქართველოში ბევრ სფეროში არსებობს ფარული მონოპოლიები. ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით 2014 წელს საქართველოს მთლიანი ბიზნესის ბრუნვაში, მცირე და საშუალო ბიზნესს 15%-იანი წილი უჭირავს. ეს მაშინ, როცა 2000 წელს მხოლოდ მცირე ბიზნესზე 33%-ი მოდიოდა. აღნიშნული მაჩვენებელი ირიბად მიუთითებს, რომ ბოლო წლებში საქართველოს ბაზრებზე კონკურენციის დონე საგრძნობლად-თითქმის 2,5-ჯერ შემცირდა, რაც პირველ რიგში მომხმარებლისათვის პროდუქტებზე მაღალი ფასებითა და პროდუქციის დაბალი ხარისხით გამოიხატება. საზოგადოებაში ხდება იმ აზრის პროპაგანდირება, რომ ანტიმონოპოლიური უწყება კერძო ბიზნესის შეზღუდვით იქნება დაკავებული, რაც არასწორი მიდგომაა.“[11] განვითარებული ეკონომიკის მქონე დიდ თუ პატარა ქვეყნებში ანტიმონოპოლიური ორგანოების მთავარი ფუნქცია სახელმწიფოს ბიზნესში ჩაურევლობის უზრუნველყოფაა, რადგან სწორედ სახელმწიფო აპარატია ის ძალა, რომელიც ამა თუ იმ მეწარმეს უპირატეს მდოგმარეობაში აყენებს კონკურენტთან შედარებით.

„ძალიან მნიშვნელოვანია მარეგულირებელი ორგანოების (კომუნიკაციების მარეგულირებელი, გაზის, წყლისა და შუქის მარეგულირებელი კომისიები) როლი და დამოკიდებულება ახლად შექმნილ ანტიმონოპოლიურ სამსახურთან. ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორია მონოპოლიების გამოვლენის მეთოდიკის დახვეწა და შემუშავება, როგორ უნდა დადგინდეს ბაზარზე კომპანიის საბაზრო წილი, რა ბაზარზე, რა გეოგრაფიულ საზღვრებში უნდა მოხდეს ბაზრებზე ლიდერი

---

[11] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

კომპანიების კონცენტრაციის წილის განსაზღვრა გამოცდილი მეთოდიკების საფუძველზე. მიუხედავად იმისა, დახვეწილი იქნება თუ არა კანონმდებლობა, ბაზრის შეფასების თვისებრივი და რაოდენობრივი მეთოდოლოგიები, მთავარი არის ერთი რამ – პოლიტიკური ნება, რომ ბაზარზე იყოს კონკურენცია და სხვადასხვა ჩინოვნიკის მხრიდან „არაფორმალურმა“ ლობირებამ არ გამოიწვიოს ბაზრის დეფორმირება; ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა გადაწყვეტილებებმა არ შექმნას ბაზარზე პრივილეგირებულობისა და არაპრივილეგირებულობის პირობები.“[12]

კონკურენცია მიიჩნევა ეკონომიკური კეთილდღეობის მიღწევის საუკეთესო საშუალებად და იმ ძირითად ელემენტად, რომელიც ხელს უწყობს ეკონომიკის გაცილებით სწრაფ ზრდას, სიღარიბის შემცირებას და მეტად კონკურენტუნარიანი, მომხმარებელზე ორიენტირებულიეკონომიკის არსებობას. „შესაბამისად, ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანია ისეთი სახელმწიფოპოლიტიკის გატარება, რომლის მეშვეობითაც ქვეყანაში მიმზიდველი დაკონკურენტული ბიზნესგარემო შეიქმნება. ეს გულისხმობს სამართლიანი და ერთნაირი თამაშის წესების დაწესებას და არა დისკრიმინაციული მიდგომის უზრუნველყოფას ბაზარზე მოქმედი ყველა სუბიექტისთვის, ბაზარზე შესასვლელი ფორმალური თუ არაფორმალური ბარიერების შეძლებისდაგვარად შემცირებას, ბაზრის დაყოფის მსურველ ფარული (კარტელური)გარიგების მონაწილე სუბიექტებს შორის არაფორმალური გარიგებების აღკვეთას და ბაზარზე თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის უზრუნველყოფას. კონკურენციის პოლიტიკა, თავის მხრივ, მიზნად ისახავს, უზრუნველყოს ისეთი პირობების არსებობა, როდესაც კონკურენცია ბაზარზე ისე არ შეიზღუდება, რომ საზოგადოებისეკონომიკურ კეთილდღეობას ზიანი მიადგეს. კონკურენციის პოლიტიკის საბოლოო მიზანია მომხმარებელთა საჭიროებების დაკმაყოფილება. იგი ცდილობს, ერთმანეთისგან გამიჯნული იყოს კონკურენციის დაცვა და კონკურენტი ეკონომიკური აგენტების დაცვა. მაქსიმალურად უნდა იქნეს

[12] როგორი უნდა იყოს ეფექტიანი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა. ჟურნალი „Forbes Georgia” 2014 თებერვალი №27 გვ 20-23

გათვალისწინებული ადამიანის, როგორც მომხმარებლის უფლებები, ასევე სტიმული არ დაეკარგოს მსხვილი ბიზნესის განვითარებას, გათვალისწინებული იყოს ქვეყნის ეკონომიური ინტერესები გლობალიზაციის პროცესში. კონკურეციის დაცვა არ ნიშნავს მონოპოლიზაციის პროცესის ალაგმვას. ამ მიმართულებით შექმნილი კანონმდებლობა მიზნად ისახავს კეთილდღეობის დაცვას და მის ზრდას, ამიტომაც ხელისუფლებამ უნდა შესძლოს საწარმოთა შერწყმის პროცესის სოციალური სარგებლობის განსაზღვრა და მისი შედარება კონკურენციით გამოწვეულ სოციალურ დანახარჯებთან, კონკურენციისა და მონოპოლიის თანაარსებობაში ოქროს შუალედის გამონახვა.“[13]

1.3. კონკურენციის პოლიტიკის ჩამოყალიბება და ევროკავშირის სტანდარტებთან დაახლოება

საქართველოსა და ევროკავშირს შორის დადებული ასოცირების შეთანხმების შესახებ ბევრი შეფასება დაიდო, იგი განიხილება, როგორც აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებზე მორგებული ასოცირების შეთანხმებების “ახალი თაობა”. მანამდე გაფორმებული მსგავსი შეთანხმებები განსხვავდებოდა თავისი მასშტაბურობით, იგი მოიცავს ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის კომპონენტს (Deep And Comprehensive Free Trade Area – DCFTA) და ითვალისწინებს ევროკავშირთან დაახლოების მნიშვნელოვან კონკრეტულ მექანიზმებს. შეთანხმებამ შექმნა სპეციალური სივრცე და გააერთიანა პოლიტიკური და ეკონომიკური კომპონენტები. „საქართველოსა და ევროკავშირთან შორის ვაჭრობასა და ეკონომიკურ თანამშრომლობასთან დაკავშირებული საკითხები კი ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის შესახებ შესახებ

[13] მაქაცარია ნ. ნარსია ლ. კონკურენციის პოლიტიკა და მისი განვითარების ზოგადი ტენდენციები საქართველოში. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.150-159

შეთანხმებით (DCFTA) განისაზღვრება, რომელიც ასოცირების ხელშეკრულების განუყოფელი ნაწილია. ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის სივრცის შესახებ შეთანხმება წარმოადგენს ასოცირების შეთანხმების ეკონომიკური ნაწილის ძირითადი ბირთვია და მოიცავს ტარიფების და არასატარიფო ვაჭრობის ბარიერების შესახებ შეთანხმების ორივე მხარის მიერ ნაკისრ ვალდებულებებს. DCFTA საქართველოს საშუალებას აძლევს, ევროკავშირის შიგა ბაზრის ოთხი თავისუფლებიდან, მიიღოს სამი: საქონლის, მომსახურების, და კაპიტალის გადაადგილების თავისუფლება. თავისუფალი ვაჭრობის ზონის შექმნის შედეგად გაუქმდება საბაჟო გადასახადები იმპორტზე, რაც საბოლოო ჯამში გაზრდის საქართველოს ეკონომიკას. ევროკავშირმა საქართველოსთან ვაჭრობის ლიბერალიზაციის მიმართულებით პროცესების დაჩქარებისათვის პოლიტიკური ნება ჯერ კიდევ ევროპული საბჭოს 2008 წლის 1 სექტემბრის გადაწყვეტილებით დაადასტურა. 2008 წლის შემოდგომაზე ევროკომისიას დაევალა, შეეფასებინა საქართველოს მზაობა DCFTA-ის თაობაზე მოლაპარაკებების დასაწყებად. 2009 წლის მარტში ევროკომისიის გენერალურმა დირექტორატმა ქართულ მხარეს გადასცა აღნიშნული მოლაპარაკებებისათვის საქართველოს მზადყოფნის შეფასების დოკუმენტი და შესაბამისი რეკომენდაციების პაკეტი. დოკუმენტით გათვალისწინებული ღონისძიებები ეხმაურება საქართველო-ევროკავშირის ENP-ის სამოქმედო გეგმას და რიგ შემთხვევაში ახდენს მისი დებულებების შემდგომ განმარტებასა თუ დაკონკრეტებას. ამ რეკომენდიციების შესრულება მოლაპარაკებების დაწყების წინაპირობად განისაზღვრა.“[14]

ასოცირების შეთანხმების დაწყებისას ევროკავშირმა 10 მიმართულება გამოყო: ტარიფების და არასატარიფო ბარიერები, სანიტარული და ფიტოსანიტარული ღონისძიებები, სახელმწიფო შესყიდვები, საბაჟო ადმინისტრირება, ინვესტიციები და

[14] გ.ბენაშვილი. ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულება და კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების მნიშვნელობა. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.48

მომსახურება, წარმოშობის სერტიფიკატი, ტექნიკური ბარიერების მოხსნა ვაჭრობისთვის, კონკურენციის პოლიტიკა, ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა, მდგრადი განვითარება, გარემო და სოციალური საკითხები. ამ ჩამონათვალიდან განსაკუთრებული ყურადღება მიექცა 4 სფეროს და მათ შორის აღმოჩნდა კონკურენცია, კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბებასა და ევროკავშირის სტანდარტებთან დაახლოება. „ქვეყანაში სრულყოფილი საბაზრო ეკონომიკის ჩამოსაყალიბებლად აუცილებელია კონკურენციის დაცვა, ხელშეწყობა და განვითარება. ამიტომაც, მსოფლიოს განვითარებულ სახელმწიფოთა ერთ-ერთ უპირველეს ამოცანას წარმოადგენდა და დღესაც წარმოადგენს სამართლებრივი რეგულირების ისეთი მექანიზმების შემუშავება, რომლებიც უზრუნველყოფენ შესაბამის სასაქონლო ბაზრებზე დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურ აგენტთა მხრიდან ამ მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების ფაქტების გამოვლენასა და აღკვეთას და კეთილსინდისიერი კონკურენციის ხელშეწყობას. კონკურენციის პოლიტიკის მეშვეობით ხდება საერთაშორისო ბაზარზე ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ზრდა, რადგან თავისუფალი კონკურენცია განაპირობებს საქონლისა და მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებას, ფასების რეგულირებას (მათ შორის, შემცირებას), ხელს უწყობს სიახლეების დანერგვას, პროდუქტიულობის ამაღლებას და შესაბამისად, საზოგადოების კეთილდღეობის ზრდას. ჯანსაღი კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბებას დიდი მნიშვნელობა აქვს თავისუფალი, სამართლიანი და კონკურენტული ბიზნესგარემოს შექმნისთვის.“[15]

ევროკომისიის ერთერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას წარმოადგენს კონკურენციის განვითარება და მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, რომელიც ევროკავშირსა და საქართველოს შორის კავშირის ფარგლებში მიღებული სამართლებრივი ნორმების განხორციელებაზე პასუხიმგებლობის პარალელურად,

---

[15] გ.ბენაშვილი. ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულება და კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების მნიშვნელობა. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.50

მაქსიმალურად ცდილობს ქმედითი კონკრეტული დახმარებები აღმოუჩინოს კავშირის არაწევრ ქვეყნებსაც. ევროპულებს კარგად ესმით, რომ ერთიანი და თავისუფალი ბაზრის შესაქმნებლად მხოლოდ ქვეყნებს შორის არსებული საბაჟო გადასახადებისა და სხვა საბაჟო ბარიერების ეტაპობრივი გაუქმება არ იქნება საკმარისი. ბაზრის თავისუფლების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საფრთხეს თავად მეწარმეთა ქცევა წარმოადგენს, ყოველთვის არსებობს საშიშროება, რომ ქვეყნების მიერ გახსნილი ბაზარი მონოპოლისტი კომპანიების ან კარტელების მიერ ხელახლა გადანაწილდეს და დანაწევრდეს, რაც მთავრობების მიერ ძალისხმევას ფაქტობრივად უშედეგოს ქმნის. ევროპულ სივრცეში კონკურენციის დაცვის უზრუნველყოფას ევროკომისია ანხორციელებს, ევროკავშირის ყველა ქვეყანა ვალდებულია კონკურენციის დაცვის სახელმწიფო ორგანო გააჩნდეს. „ყველა ეს ორგანო გაერთიანებულია ევროპის კონკურენციის ქსელში, სადაც ხდება ინფორმაციის გაცვლა და ურთიერთდახმარება საქმეთა გამოკვლევისას. ქსელის მთავარი მიზანია ევროკავშირის საერთო ბაზრის ერთობლივი, თანმიმდევრული და თანაბარი დაცვა კონკურენციის დარღვევისგან. კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბება ევროკავშირის სტანდარტების შესაბამისად, იყო ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება საქართველოსა და ევროკავშირს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმებაზე (DCFTA) მოლაპარაკებების წარმატებით დასრულებისათვის. შესაბამისად, ევროკომისიის რეკომენდაციის თანახმად, საქართველოში უნდა მომხდარიყო კონკურენციის შესახებ ახალი კანონის შემუშავება. თუმცა, ანტიმონოპოლიური რეგულაციების საკითხი და ეფექტიანი კონკურენციის პოლიტიკა არ განიხილებოდა იმ დროინდელი მთავრობის დერეგულაციის პოლიტიკის პირობებში პრიორიტეტულად. ამიტომ სფერო ევროკავშირთან მოლაპარაკებებში პრობლემატურად რჩებოდა დიდხანს.“[16]

---

[16] გ.ბენაშვილი. ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულება და კონკურენციული პოლიტიკის ჩამოყალიბების მნიშვნელობა. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.50-52

საქართველოში საბოლოოდ ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის ცვლილებები მიღებული იქნა 2014 წლის 21 მარტს და ამოქმედდა 2014 წლის 31 მარტიდან. საქართველოს კანონი „თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ“ 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 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
- კანონი ასევე ითვალისწინებს კონცენტრაციების (კომპანიების სრული ან ნაწილობრივი შერწყმის, პირდაპირი ან არაპირდაპირი კონტროლის მოპოვების) რეგულირების შემოღებას;
- თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის შესახებ საკანონმდებლო ცვლილებების პაკეტის ფარგლებში გაუქმდა საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 195-ე მუხლი, რომელიც მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შეზღუდვისთვის სისხლის

- სამართლებრივ 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.

„აღსანიშნავია, რომ ასოცირების შეთანხმება არ ზღუდავს მხარეებს ადგილობრივი კანონმდებლობის შესაბამისად შექმნან ან შეინარჩუნონ სახელმწიფო მონოპოლიები, სახელმწიფო საწარმოები ან მიანიჭონ რომელიმე საწარმოს სპეციალური ან ექსკლუზიური უფლება. თუმცა, მკაცრად არის განსაზღვრული სახელმწიფო სუბსიდიების საჯაროობის უზრუნველყოფა. კერძოდ, საქართველომ ევროკავშირს 2 წელიწადში ერთხელ უნდა მიაწოდოს ანგარიში იმ სუბსიდიების შესახებ, რომელიც გაცემულია მთავრობის ან ნებისმიერი საჯარო დაწესებულების მიერ საქონლის წარმოებისთვის. 2014 წლის ცვლილებებით, საქართველოს კონკურენციის კანონმდებლობაში გადმოტანილი იქნა ევროკავშირის შესაბამისი კანონმდებლობის ყველა ძირითადი დებულება. აღსანიშნავია, რომ ასოცირების შესახებ შეთანხმება ითვალისწინებს იმასაც, რომ გარდა მხარეების ვალდებულებისა, ჰქონდეთ კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობა, ჩამოაყალიბონ შესაბამისი აღმასრულებელი ორგანოც. კონკურენციის სფეროში ევროკავშირის კანონმდებლობის შესაბამისი ქართული კანონმდებლობის შექმნა და აღსრულება საშუალებას მისცემს საქართველოს ჩამოაყალიბოს თავისუფალი, კონკურენტული და ევროკავშირთის მოთხოვნებთან თავსებადი ბაზარი. რაც ცალსახად შეუწყობს ხელს ქვეყნის შიდა ბაზრის ლიბერალიზაციას, ასევე გაზრდის ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზრებზე.“[17]

---

[17] ანტიმონოპოლიური და დარგობრივი რეგულირების ასპექტები. ფეტელავა სლავა. ჟურნალი-ეკონომისტი. გუგუშვილის ეკონ. ინსტიტუტი. ოქტომბერ-ნოემბერი #5. გვ. 22-32. თბილისის 2014.

თავი II
ანტიმონოპოლიური კონტროლი და პასუხისმგებლობა

2.1. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტები სომხურ კომპანიებში

„თავისუფალი ვაჭრობა წარმოადგენს სავაჭრო პოლიტიკის საუკეთესო ფორმას. თავისუფალი ვაჭრობა, ასევე ითვლებოდა კონკურენციის დაცვის საუკეთესო იარაღად. მიუხედავად, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის მიერ გატარებული ღონისძიებებისა, მთავრობებს მაინც რჩებათ საკმაოდ მძლავრი ბერკეტები კონკურენციის შეზღუდვისათვის. ასეთი ინსტრუმენტებია: იმპორტის რაოდენობრივი შეზღუდვა; ანტი-დემპინგური პოლიტიკა; სახელმწიფო სუბსიდიები; შესყიდვის პრეფერენციული სისტემები და სტანდარტების განსაზღვრა. ამავდროულად, ძალიან მნიშვნელოვან იარაღად რჩება პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღება. წინამდებარე სტატიის მიზანია განვიხილოთ სამხრეთ კავკასიის სახელმწიფოების მაგალითზე საგარეო ვაჭრობაზე პოლიტიკური გადაწყვეტილებების გავლენა, ასევე შევაფასოთ აბსოლუტური კონკურენტული უპირატესობის გავლენა საგარეო ვაჭრობის სტრუქტურაზე. ამ მიზნით ჩამოყალიბებულია ორი ჰიპოთეზა. ჰიპოთეზა პირველი: საქართველოსა და სომხეთის საგარეო ვაჭრობა მთლიანად ეყრდნობა ქვეყნების პოლიტიკური განვითარების ვექტორების განსაზღვრას. ჰიპოთეზა მეორე - აზერბაიჯანის აბსოლუტური კონკურენტული უპირატესობა ნავთობზე განაპირობებს საგარეო ვაჭრობის სტრუქტურას და შესაბამისად ქვეყნის მიერ გატარებულ ვაჭრობის პოლიტიკას.“[18] პოსტსაბჭოთა სივრცის შექმნის შედეგ ამ სივრცეში მოქვეული ქვეყნებისათვის აღარ არსებობდა ტრადიციული სავაჭრო ურთიერთობები, რაც მათ

[18] ღაღანიძე გ. საგარეო ვაჭრობის პოლიტიკა და საქართველოს, სომხეთისა და აზერბაიჯანის საგარეო ვაჭრობის შედეგები. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.245-253

ეკონომიკაზე ნეგატიურად აისახა. დაიწყო ახალი სავაჭრო სივრცეების ძიება და ეს სივრცეები ძალიან განსხვავებული აღმოჩნდა სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებისათვის, სამივე ქვეყანამ განვითარების განსხვავებული მოდელები აირჩია.

„სომხეთში სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური რეგულირების პოლიტიკის გამტარებელია ეკონომიკური კონკურენციის დაცვის კომისია, რომელიც უფლებამოსილია განახორციელოს ნებისმიერი მოკვლევა იმ მოვლენის შესახებ, რომელიც ქვეყანაში თავისუფალ კონკურენციის პირობებს არღვევს. სომხეთის ეკონომიკური კონკურენციის დაცვის კომისიამ ჩაატარა კვლევა სამგზავრო ავიაგადაზიდვების სფეროში. კერძოდ, „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით სამგზავრო ავიაბილეთებით მომსახურების სასაქონლო ბაზარზე. კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ ავიაბილეთების გამყიდველ კომპანიებს ჰქონდათ ერთმანეთს შორის ანტიკონკურენციული შეთანხმება. კომისიამ გამოითხოვა ინფორმაცია ამ ბაზარზე მოქმედი მეურნე სუბიექტებისაგან. წარმოდგენილი ინფორმაციის ანალიზისას აღმოჩნდა, რომ 2005 წლის 1 თებერვალს კომპანიებს „კულე“ და „ბაგრატურ“-ს შორის ხელმოწერილ იქნა დოკუმენტი, რომელიც შეიცავდა დამადასტურებელ დებულებას სომხეთის რესპუბლიკის „ეკონომიკური კონკურენციის დაცვის შესახებ“ კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე. ხელმოწერილი დოკუმენტი მოწმობდა ბაზრის განაწილებას რეალიზაციის მოცულობების და ასევე მომწოდებლების ჯგუფების მიხედვით.“ [19]კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, ანტიკონკურენციულ შეთანხმებად ითვლება შეთანხმებები მეურნე სუბიექტებს შორის ან შეთანხმებული ქმედებები, რომლებსაც შეუძლიათ კონკურენციის შეზღუდვა ან აღკვეთა რეალიზაციის მოცულობის მომხმარებელთა ან მიმწოდებელთა ჯგუფების მიხედვით ბაზრის განაწილებით და სხვა.

---

[19] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

კომისია ახორციელებდა კვლევას შემდეგი სუბიექტებისაგან მოწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე:

- სახელწმიფო მართვის ორგანო (სამოქალაქო ავიაციის სახელწმიფო სამმართველო), რომელმაც მიაწოდა ინფორმაცია სამგზავრო გადაზიდვების შესახებ „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით, რეისებისა და მგზავრების რაოდენობის შესახებ 2004 წელს, სადაც მოქმედებდა ორი კომპანია „არმავია“ და ფლაი ეირ“.
- ავიაკომპანია „არმავიამ“ რომელიც ახდენდა სამგზავრო გადაზიდვების ორგანიზაციას და რეალიზაციას სომხეთის რესპუბლიკის მხრიდან „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით, მიაწოდა კომისიას ინფორმაცია ამ მიმართულებით სამგზავრო გადაზიდვების, რეისებისა და მგზავრების რაოდენობის შესახებ 2004 წლისათვის.
- კომპანიებმა „ბაგრატურ“-მა და „კულე“-მ კომისიის მოთხოვნით წარადგინა ინფორმაცია „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ რეისების შესახებ ასევე ყველა შეთანხმებების ასლები, რომლებიც იყო ხელმოწერილი მათსა და ტურისტულ კომპანიებს შორის.

„საქართველოს ბაზარზე „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით ავიაბილეთების გაყიდვის მომსახურებას ახორციელებდა ერთი სუბიექტი - კომპანია „ბაგრატურ“. სასაქონლო ბაზარზე სამგზავრო გადაზიდვები (ავიარეისები) „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით მოქმედებდა ორი სუბიექტი - კომპანიები „არმავია“ და „ფლაი ეირ“. ამასთან, სომხეთის რესპუბლიკის მხრიდან ამ მიმარულებით მგზავრების გადაყვანის ორგანიზაცებას და რეალიზებას კომპანია „არმავია“ ახორციელებდა როგორც დამოუკიდებლად, ისე კომპანია „ბაგრატურის“ მეშვეობით. თურქეთის რესპუბლიკის მხრიდან ასეთი სამგზავრო გადაზიდვებს ახორციელებდა ავიაკომპანია „ფლაი ეირი“, რომელიც ავიარეისების ყველა ბილეთს გამონაკლისის გარეშე რეალიზებას უკეთებდა კომპანია „კულე“-ს შეკვეთით. კომპანიამ მიმართა სომხეთის რესპუბლიკის მთავრობასთან არსებულ სამოქალაქო

ავიაციის მთავარ სამმართველოს და კომპანია „კულე“-ს ინფორმაციის წარმოსაფგენად.“[20]

კომპანია „კულე“-ს მხრიდან წარმოდგენილი ინფორმაციის ანალიზის შედეგად გაირკვა, რომ 2005 წლის 1 თებერვალს კომპანიებს „კულე“-სა და „ბაგრატურ“-ს შორის ხელმოწერილ იქნა შეთანხმების დანართი, რომელიც შეიცავდა დებულებას სომხეთის კონკურენციის კანონის შესაძლო დარღვევის შესაძლებლობაზე. ამ მიზნით, გამოკვლევის განხორციელებისათვის კომისიის მიერ დაწყებულ იქნა ადმინისტრაციული გამოძიება. დებულების მონაცემები ამაგრებდნენ იმ ფაქტს, რომ კომპანია „ბაგრატური“ და კომპანია „კულე“ შეთანხმდნენ იმის თაობაზე, რომ კომპანია „კულე“ დროებით (4 თებერვლიდან 16 მაისამდე) შეაჩერებდა „სტამბოლი-ერევანი-სტამბოლის“ მიმართულებით ავიარეისების შეკვეთას, კომპანია „ფლაი ეირი-ს მხრიდან. შეთანხმების მეორე დანართის თანახმად, კომპანია „ბაგრატური“ იღებდა ვალდებულებას გადაეხადა 50 აშშ დოლარი კომპანია „ტაუერ ტრაველი“-სათვის (რომლის წარმომადგენლად სომხეთის რესპუბლიკის ტერიტორიაზე ითვლებოდა კომპანია „კულე“) კომპანია „არმავიას“ ყოველ გაყიდულ ავიაბილეთზე. საკუთხის შესწავლის შედეგად მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე კომისიამ მიიღო გადაწყვეტილება, რომლის თანახმადაც მიმართა კომპანიებს „არმავია“-სა და „კულეს“ სამგზავრო გადაზიდვების შესახებ აუცილებელი ინფორმაციის წარდგენის მოთხოვნით, ასევე, მოთხოვნილ იქნა ინფრომაცია ამ სფეროში მოქმედი ეკონომიკური სუბიექტების თაობაზე. „არმავია“-სა და „კულე“-ს წარედგინა მოთხოვნა სამგზავრო გადაზიდვების შესახებ „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“ მიმართულებით და ასევე ამ სფეროში მოქმედ სხვა სამეურნეო სუბიექტებზე ინფორმაციის წარდგენის შესახებ. „არმავია“-სა და „ფლაი ეირი“-ს მხრიდან კომისიაში წარდგენილ იქნა ინფორმაცია გადაყვანილი მგზავრების შესახებ „ერევანი-

[20] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

სტამბოლი-ერევანი“-ს მიმართულებით თვეების მიხედვით. მიღებული შედეგების ანალიზმა აჩვენა, რომ ბაზარი ფაქტობრივად გაყოფილი იყო, როგორც რეალიზაციის მოცულობის მიხედვით, ისე მიმწოდებელთა ჯგუფების მიხედვით. მხარეებს შორის შეთანხმების და შესაბამისი მოქმედებების განხორციელების შედეგად შეიზღუდა როგორც სამგზავრო გადაზიდვები „ერევანი-სტამბოლი-ერევანი“-ს მიმართულებით ისე ავიაბილეთების რეალიზაციის მოცულობა. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ კომპანია „კულე“-ს შეკვეთით (შეთანხმების მხარეები) სამგზავრო გადაზიდვები ამ მიმართულებით შეადგენს საერთო გადაზიდვების 55 %-ს. „ბაგრატურ“-სა და „კულე“-ს შორის ხელმოწერილი დოკუმენტი წარმოადგენს ანტიკონკურენციულ შეთანხმებას, რომლის საგანიც არის ბაზრის გაყოფა რეალიზაციის მოცულობისა და ასევე მომწოდებელთა ჯგუფების მიხედვით.

სომხეთის ეკონომიკური კონკურენციის დაცვის კომისიამ გამოიტანა გადაწყვეტილება რომლის თანახმად შეთანხმება „კულე“-სა და „ბაგრატურ“-ს შორის ჩაითვალა ანტიკონკურენციულად და დაევალა ორივე კომპანიას მისი აღმოფხვრა. მათ ასევე დაეკისრათ ამ მიმართულებით ავიაბილეთების გაყიდვის შედეგად მიღებული მოგების 1 %-ის მოცულობით ჯარიმა. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დამრღვევმა კომპანიებმა სომხეთის სახელმწიფო ბიუჯეტში გადაიხადეს დაკისრებული ჯარიმა და შეასრულეს კომისიი გადაწყვეტილების ყველა პუნქტი.

2.2. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტები აზერბაიჯანულ კომპანიებში

„თანამედროვე მსოფლიოში გლობალიზაციის თანამედროვე ეტაპზე, რომელმაც მკვეთრად გაამწვავა კონკურენცია, უაღრესად მნიშვნელოვანი გახდა ბრძოლა ახალი საგარეო ბაზრებისათვის. ეს პრობლემა განსაკუთრებით მწვავედ წარმოჩინდა ყოფილი საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ იმ ქვეყნებში, რომლებმაც

თავიდანვე ევროპული ვექტორი არ აირჩიეს. საექსპორტო გაყიდვების ზრდა გახდა ეკონომიკის განვითარების აუცილებელი პირობა. მწვავე კონკურენტულ ბრძოლაში მკვლევართა დიდი ნაწილი მიანიშნებდა საგარეო ბაზრების გახსნის აუცილებლობაზე და ამდენად ცხადი იყო სხვადასხვა ქვეყნების მთავრობების სურვილი მიეღწიათ თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებებისათვის ევროკავშირთან (ასევე ჩრდილოეთ ამერიკის თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმების – ნაფტა, წევრ სახელმწიფოებთან). რამდენად გამართლდა ეს ვარაუდები? რამდენად სწორია და პრაგმატული ეკონომიკური ზრდის მოდელის აგება ბაზრების გახსნილობაზე? დასმულ შეკითხვებზე პასუხის გაცემას შევეცდებით საქართველოს, სომხეთისა და აზერბაიჯანის მაგალითზე. ასეთი მიდგომა განაპირობა საერთო ისტორიულმა წარსულმა, სამივე სახელმწიფოს მიერ განვითარების განსხვავებული პრიორიტეტების არჩევამ."[21] შიდა ბაზრის მოცულობით აზერბაიჯანი გაცილებით უფრო დიდია, ვიდრე სომხეთი, თუმცა მისთვისაც საგარეო ბაზრებზე გაყიდვები ასევე წარმოადგენს სტაბილური, ზრდის ერთ-ერთ პირობას.

აზერბაიჯანში სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური რეგულირების პოლიტიკის გამტარებელია სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახური. 2017 წლის მაისში აზერბაიჯანის რესპუბლიკის ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურს განცხადებით მიმართა რესპუბლიკის მოქალაქემ იმასთან დაკავშირებით, რომ სუპერმარკეტ „Company"-ში სასურსათო საქონლის შეძენისას მოლარემ უარი თქვა „Bank Standart"-ის მიერ გაცემული „Master Card"-ის სისტემის პლასტიკური ბარათით ანგარიშსწორების განხორციელებაზე და მოსთხოვა გადახდა განეხორციელებინა სხვა ბანკების მიერ ემიტირებული ანგარიშსწორების ბარათებით ან ნაღდი ფულით.

---

[21] ღაღანიძე გ. საგარეო ვაჭრობის პოლიტიკა და საქართველოს, სომხეთისა და აზერბაიჯანის საგარეო ვაჭრობის შედეგები. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია-კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. 17-18 ნოემბერი 2017 წელი. გვ.245-253

„ანტიმონოპოლიური საქმიანობის შესახებ“ აზერბაიჯანის რესპუბლიკის კანონის მე-16 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა სუპერმარკეტ „Company“-გან გამოითხოვა აუცილებელი ინფორმაცია. ეს ინფორმაცია დადგენილ ვადაში არ იქნა წარდგენილი. ამასთან დაკავშირებით ანტიმონოპოლიური სამსახურის მხრიდან აღძრულ იქნა საქმე აზერბაიჯანის „ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევებზე საქმეთა განხილვის წესების“ შესაბამისად.

სუპერმარკეტ „Company“-ს გადაეცა მიწერილობა აუცილებელი მონაცემებისა და შესაბამისი ინფორმაციის ანტიმონოპოლიურ სამსახურში მოკლე დროში წარდგენის შესახებ. აღნიშნული ინფორმაცია მიწერილობით დადგენილ ვადაში იქნა მიწოდებული.

„ანტიმონოპოლიური საქმიანობის შესახებ“ აზერბაიჯანის რესპუბლიკის კანონის მე-9 მუხლის მე-5 პუნქტის თანახმად, „საფინანსო-საკრედიტო ორგანიზაციების არამართლზომიერ ქმედებად ითვლება ბარიერების შექმნა საფინანსო ბაზარზე შესასვლელად (ან ბაზრიდან გამოსასვლელად) სხვა საფინანსო საკრედიტო ორგანიზაციების მიერ, რომელიც იწვევს ან შეიძლება გამოიწვიოს კონკურენციის შეზღუდვა. ამავე კანონის მე-10 მუხლის მე-7 პუნქტის შესაბამისად, „აღმასრულებელი ხელისუფლებისა და მმართველობის ორგანოებს შორის, სამეურნეო სუბიექტებს შორის ან აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოებს შორის არამართლზომიერ ჰორიზონტალურ და ვერტიკალურ შეთანხმებებს, რომელიც შეიძლება გახდეს კონკურენციის შეზღუდვის მიზეზი განეკუთვნება გამონაკლისი შეთანხმებები, რომლებიც განაპირობებენ რაიმე საქონლის შეძენას მხოლოდ მოცემულ გამყიდველთან, მაგრამ არა მის კონკურენტებთან“.[22]

---

[22] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე აღძრულ იქნა საქმე „ანტიმონოპოლიური საქმიანობის შესახებ“ აზერბაიჯანის რესპუბლიკის კანონის მე-9 მუხლის მე-5 პუნქტისა და მე-10 მუხლის მე-7 პუნქტის დარღვევებზე.

„ქ. ბაქოში სუპერმარკეტების რიცხვი, სადაც დგას პლასტიკური ბარათებით გადახდის „Post-terminal“ აღემატება 6 ათას ერთეულს. ქვეყნის ტერიტორიაზე გამოდის პლასტიკური ბარათები, რომლებიც მოიცავს შემდეგ გადახდის სისტემებს: „Master Card“, „VISA“, „American Express“, ეს ბარათები მზადდება ორი ლიცენზირებული სამეურნეო სუბიექტის მიერ: „Azeri Card“ და „Milli Card“. პლასტიკური ბარათების ემისია ხორციელდება ბანკების მიერ კლიენტებთან გაფორმებული შეთანხმებების საფუძველზე. აზერბაიჯანის საბანკო სისტემაში მოქმედებდა 45 ბანკი. მათგან ყველაზე მსხვილი საბაზრო წილი შეადგენდა 19%-ს. ამასთან, 9 ბანკსაც ჰქონდა საბაზრო წილი 4-7%-ის დონეზე, ხოლო დანარჩენ 35 ბანკს 0,3-დან 2%-მდე. აღნიშნული საქონლის თავისებურების გათვალისწინებით ბაზრის საზღვრები შეიძლება დადგენილ იქნას აზერბაიჯანის რესპუბლიკის მთელი ტერიტორიის მასშტაბით. საქმის განხილვისას იყო დაშვება, რომ სავაჭრო საწარმო შევიდა გარიგებაში რამდენიმე დაინტერესებულ ბანკთან და ამ მიზეზით უარი ეთქვა კლიენტს გადახდის განხორციელებაზე სხვა ბანკის პლასტიკურ საგადასახადო ბარათით.“[23]

ანტიმონოპოლიურ სამსახურში მიწვეულ იქნა სუპერმარკეტ „Company“-ს სრულუფლებიანი წარმომადგენელი, რომელიც არ დაეთანხმა ანტიმონოპოლიური სამსახურის მოსაზრებას და პლასტიკური ბარათის მიღების უარის თქმა ახსნა „Post-terminal“-ის და კონკრეტული მოლარის შეცდომით. თუმცა, ინფორმაციის ადგილზე დაზუსტებისას გამოვლინდა რომ სავაჭრო საწარმოს „Post-terminal“-ი იმყოფებოდა მუშა მდგომარეობაში და ამიტომ არ არსებობდა ობიექტური მიზეზი „Bank Standart“-

---

[23] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

ის პლასტიკური ბარათის მიღებაზე უარის თქმისა. ამასთან, მოლარეები ყველა ცვლაში უარს ამბობდნენ სხვა ბანკების პლასტიკური ბარათების მიღებაზე და გადახდისთვის ღებულობდნენ მხოლოდ 4 ბანკის პლასტიკურ ბარათებს. ასევე დადგენილ იქნა, რომ სხვა ბანკების პლასტიკური ბარათების მიღებაზე უარის თქმას ადგილი ჰქონდა მხოლოდ სუპერმარკეტ „Company"-ს ერთ მაღაზიაში, ხოლო სუპერმარკეტ „Comopany"-ს სხვა მაღაზიებში ღებულობდნენ გადახდისათვის ყველა წარდგენილ პლასტიკურ ბარათს.

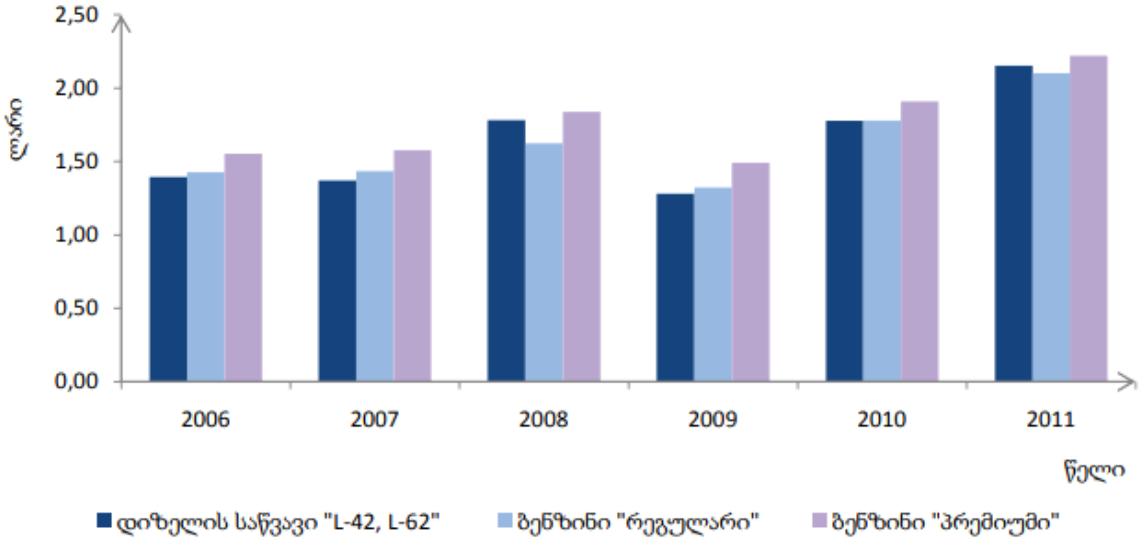
აზერბაიჯანის ანტიმონოპოლიური სამსახური მივიდა დასკვნამდე, რომ სუპერმარკეტ „Company"-ს ქმედებაში ადგილი ჰქონდა გარიგებას 4 ბანკთან. ამიტომ ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა გასცა მიწერილობა დარღვევის აღმოფხვრისათვის. სუპერმარკეტ „Company"-ს წარმომადგენლები დაეთანხმნენ და შეასრულეს ანტიმონოპოლიური სამსახურის გადაწყვეტილება.

2.3. ნავთობპროდუქტების ბაზრის კონკურენტული გარემო საქართველოში

ნავთობპროდუქტების ბაზრის კონკურენტული გარემო საქართველოში ხშირად ხდება კრიტიკის ობიექტი. „ნავთობპროდუქტების ბაზარზე არსებულ ფასებს დიდი მნიშვნელობა აქვს ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობისათვის და, ზოგადად, ეკონომიკის ეფექტიანად ფუნქციონირებისათვის. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ ნავთობპროდუქტების ფასები არ განიცდიდეს ინფლაციურ წნეხს, რომელიც ბაზარზე მოქმედი კომპანიების ანტიკონკურენტული ქცევით არის გამოწვეული. ბაზრის სუბიექტების ანტიკონკურენტული ქმედება შეიძლება უარყოფით გავლენას ახდენდეს მთელ ეკონომიკაზე. სწორედ ამიტომ არის მნიშვნელოვანი ნავთობპროდუქტების ბაზარზე კონკურენციის კვლევა."[24]

[24] კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში. საერთაშორისო გამჭვირვალობა-საქართველო. დაფინანსებულია აშშის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) მიერ. 2012 წელი. გვ.71

გრაფიკი 3ა: 1 ლიტრი საწვავის საშუალო საცალო საბაზრო ფასები (ლარში) საქართველოში 2006 – 2011 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

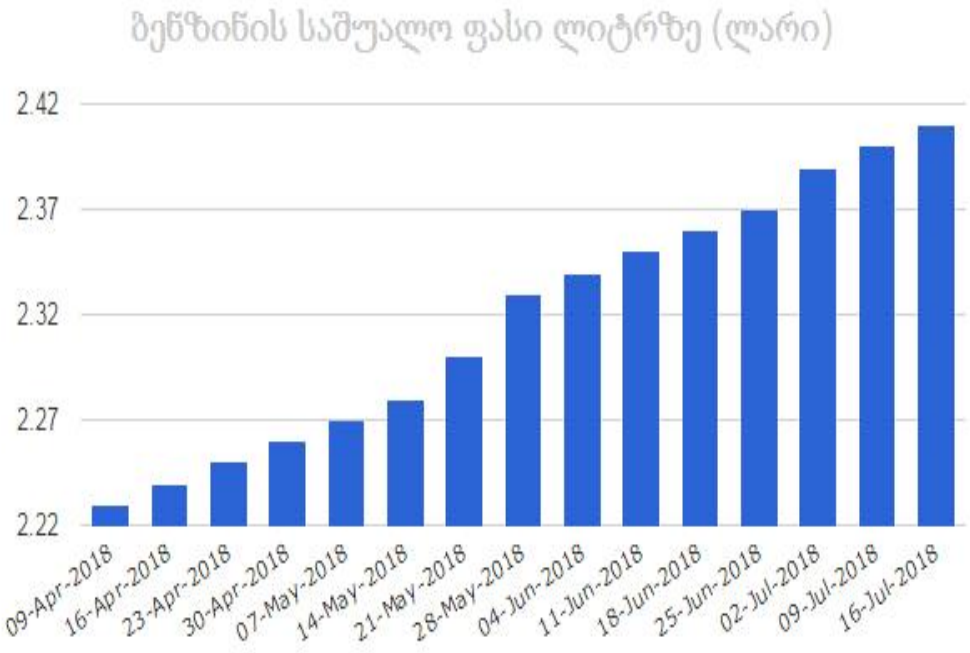
საქართველო არის მცირე და ღია ეკონომიკის ქვეყანა, რომელიც მნიშვნელოვანწილადაა დამოკიდებული იმპორტზე. ქართულ ბაზარზე მთლიანად იმპორტირებული საწვავი მოიხმარება. შედეგად, მსოფლიო ბაზარზე ფასების ზრდა მაშინვე აისახება ჩვენს ბაზარზე. ბოლო წლების განმავლობაში საქართველოს ეკონომიკის სტრუქტურაზე დაკვირვება ბაზრის 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. სქემაზე მოყვანილია 1 ლიტრი საწვავის (დიზელის საწვავისა და ბენზინის) საშუალო საცალო საბაზრო ფასები (ლარში) საქართველოში 2006–2011 წლებში. ფარული (კარტელური) შეთანხმების და შეთანხმებული ქმედების ალბათობა მით უფრო დიდია, რაც უფრო ცოტა ეკონომიკური აგენტი მოქმედებს შესაბამის ბაზარზე და რაც უფრო მაღალია ბაზრის კონცენტრაციის ხარისხი.

ფორმალური ბარიერების სიმცირის მიუხედავად, დღეისათვის ნავთობპროდუქტების ბაზარზე ჩამოყალიბებულია ოლიგოპოლიური სტრუქტურა. შეინიშნება, ერთი მხრივ, სექტორის კონსოლიდაციის (ბაზარზე მოქმედი კომპანიების რაოდენობის შემცირების) და, მეორე მხრივ, ფასების ზრდის ტენდენცია. 2006–2011 წლებში საწვავით საცალო ვაჭრობის ბაზარზე მცირე და საშუალო საწარმოების ბრუნვის წილი საერთო ბრუნვაში 20 %-დან 7 %-მდე შემცირდა, ხოლო ასეთ საწარმოებში დასაქმებულთა წილი საერთო დასაქმებაში – 47 %-დან 17 %-მდე; ქართულ ბაზარზე საწვავის ფასების დინამიკას ერთგვარი ანომალია ახასიათებს – მათზე დაკვირვება გვიჩვენებს, რომ საერთაშორისო ბაზრებზე ფასების ზრდას ქართულ ბაზარზე საწვავის ფასის მატება მოსდევს, თუმცა საერთაშორისო ბაზრებზე ფასების კლება უმეტეს შემთხვევაში ქართულ ბაზარზე საწვავის ფასის შემცირების ტენდენციას არ იწვევს. ბაზარზე მოქმედი ყველა კომპანიის ფასების დინამიკა მკვეთრად ანალოგიურია – შეინიშნება არსებითი პარალელიზმი როგორც სხვადასხვა კომპანიის მიერ დაწესებულ ფასებს შორის, ისე ამ ფასების ცვლილების დროს. ბაზრის ამ სეგმენტის ერთ-ერთი პრობლემაა გამჭვირვალობის არარსებობა, რაც ართულებს უფრო სიღრმისეული ანალიზის განხორციელებას.

რა კანონებით რეგულირდება საქართველოში ნავთობისა და ნავთობპროდუქტების ბაზარი? საქართველოში ნავთობისა და ნავთობპროდუქტების ბაზარი „ნავთობისა და გაზის შესახებ“ და „ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ“ საქართველოს კანონებით, საქართველოს საგადასახადო კოდექსით და რამდენიმე კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტით რეგულირდება. ამ ბაზარზე შესვლისა და საქმიანობის დაწყებისათვის კანონმდებლობა საქმიანობის ლიცენზიის მხოლოდ 2 სახეობას ითვალისწინებს:

- ნავთობის გადამუშავების ლიცენზია;
- ნავთობის ტრანსპორტირების ლიცენზია.

აღნიშნული ლიცენზიები ნავთობისა და გაზის ძებნა-ძიებისა და მოპოვების სამუშაოებზე ვრცელდება, ხოლო საქართველოში ნავთობპროდუქტებით საცალო

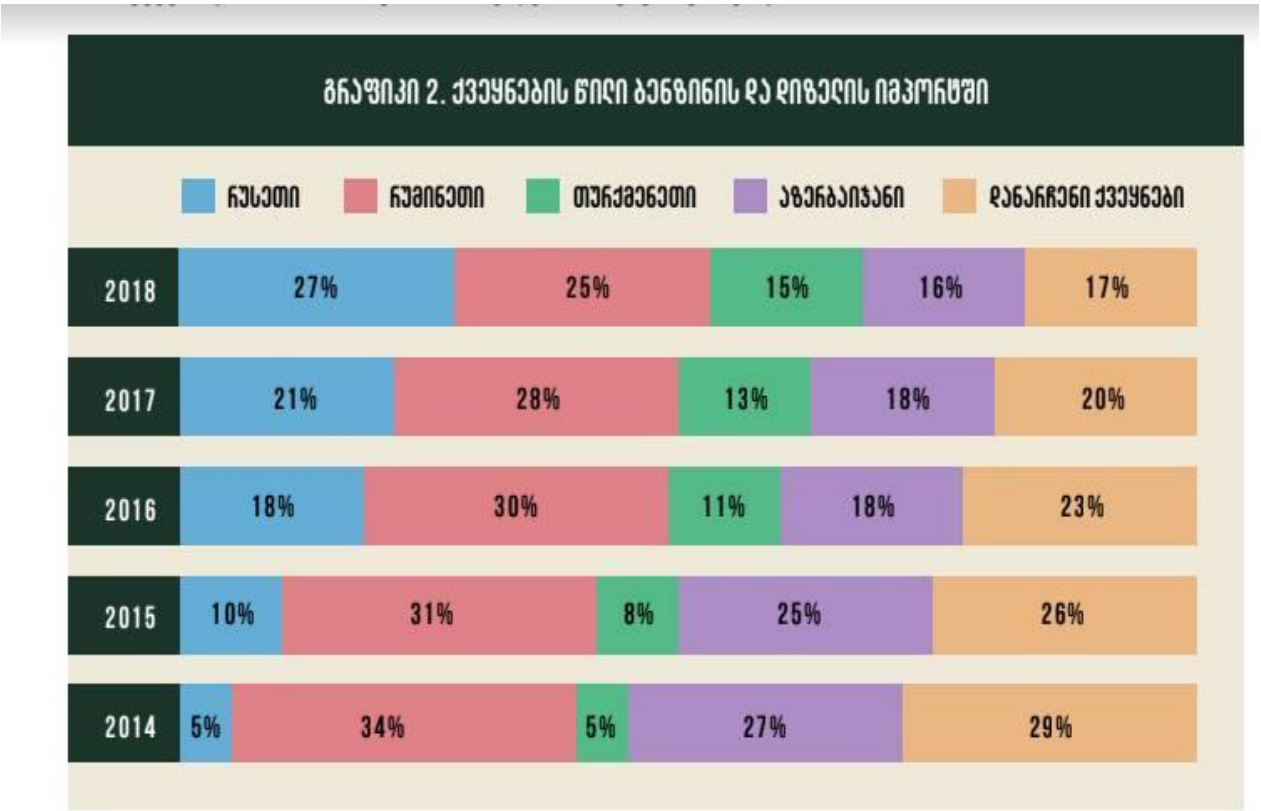


ვაჭრობის სეგმენტზე მხოლოდ იმპორტირებული საწვავი მოიხმარება, რაც ამ სეგმენტზე შესვლისა და საქმიანობის დაწყებისათვის სპეციალური ლიცენზიის აღებას არ ითვალისწინებს. შესაბამისად, ბაზარზე შესვლისა და საქმიანობის დაწყების ლეგალური (ფორმალური) ბარიერები არ არსებობს.

„ეკონომიკის თეორიასა და საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით, სხვადასხვა კომპანიის მიერ დაწესებული ფასების პარალელიზმი არის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს შორის ფარული (კარტელური) შეთანხმების ან კოორდინირებული (შეთანხმებული) ქმედების არსებობის ერთ-ერთი ნიშანი, რომელიც უარყოფითად აისახება ეკონომიკასა და მომხმარებელზე. სქემაზე წარმოდგენილია საქართველოში ბენზინის ფასის ცვლილება 2018 წლის აპრილიდან ივლისამდე პერიოდში, მონაცემები აღებულია ოფიციალური სახელმწიფო უწყებების ვებგვერდებიდან.“[25]

[25] საწვავის ფასი საქართველოსა და მსოფლიოში. ნინო კვინტრაძე. 23 ივლისი 2018 წელი. https://forbes.ge/news/4379/sawvavis-fasi-saqarTvelosa-da-msoflioSi გადამოწმებულია 14.042019

„საერთაშორისო გამჭვირვალობა-საქართველომ“ გამოაქვეყნა კვლევა, საავტომობილო საწვავის ბაზარზე 2014-2018 წლებში არსებული ტენდენციების შესახებ. საწვავზე ფასის ცვლილება, ძირითადად, ნავთობის მსოფლიო ფასზე, ლარის გაცვლით კურსსა და აქციზის გადასახადის ცვლილებაზეა დამოკიდებული. კვლევაში აღნიშნულია, რომ ბოლო 5 წელიწადში ნავთობის მსოფლიო ფასი 48%-ით შემცირდა, თუმცა საწვავი არ გაიაფდა იმის გამო, რომ ლარი დოლარის მიმართ 53%-ით გაუფასურდა და საწვავზე აქციზის გადასახადი გაიზარდა (2017 წლის პირველი იანვრიდან ტონა ბენზინზე აქციზის გადასახადი 250 ლარიდან 500 ლარამდე, ხოლო ერთ ტონა დიზელზე 150 ლარიდან 400 ლარამდე გაიზარდა). 2014 წლის შემდეგ ქვეყნების წილი იმპორტირებულ საწვავში მნიშვნელოვნად შეიცვალა. ეს ძირითადად რუსეთიდან შემოტანილი საწვავის წილის ზრდამ განაპირობა. 2014 წელს რუსეთიდან საქართველოში 50 ათასი ტონა ბენზინი და დიზელი შემოვიდა, რაც საწვავის მთლიანი იმპორტის მხოლოდ 5% იყო. ყოველწლიურად იზრდებოდა და 2018 წელს 296 ათას ტონას მიაღწია, რაც 6-ჯერ



მეტია 2014 წლის მაჩვენებელზე და საწვავის მთლიანი იმპორტის 27%-ს შეადგენს. 2018 წლიდან რუსეთი საწვავის ყველაზე მსხვილი მომწოდებელი გახდა.

2014 წელს 12 ნოემბერს კონკურენციის სააგენტომ, მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე, ნავთობპროდუქტების ბაზრის შესწავლა დაიწყო. სააგენტოს ცნობით, მოკვლევის შედეგად გამოვლინდა ,,კონკურენციის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის პირველი ნაწილის „ა", „ბ" და „გ" ქვეპუნქტების დარღვევის ფაქტი, რაზეც შესაბამის ეკონომიკურ აგენტებს-შპს „ლუკოილ ჯორჯიას", სს „ვისოლ პეტროლიუმ ჯორჯიას", შპს „რომპეტროლ საქართველოს", შპს „სოკარ ჯორჯია პეტროლეუმს", შპს "სან პეტროლიუმ ჯორჯიას", შპს „ბინული 1-ს", შპს „ი თი აის" და შპს „L ოილს" ხსენებული კანონის 33-ე მუხლის გათვალისწინებით, 2015 წლის ივლისში ნავთობკომპანიები „კონკურენციის შესახებ კანონის" დარღვევისთვის 55 მილიონი ლარით დააჯარიმა. საქმის მეორედ მოკვლევის შემდეგ 55 მილიონიანი ჯარიმა 3 მილიონამდე შემცირდა. ნავთობკომპანიებს სააგენტოს საბოლოო გადაწყვეტილება არ გაუსაჩივრებიათ.

ნავთობპროდუქტების იმპორტიორთა კავშირის ცნობით, 2017 წლის თებერვალში საქართველოში ყველაზე დიდი რაოდენობით ბენზინის და დიზელის შემოტანა რუსეთიდან განხორციელდა. გასულ წლებში ამ მხრივ ლიდერი ქვეყანა რუმინეთი იყო. 2017 წლის თებერვალში რუსეთიდან საქართველოში 20,8 ათასი ტონა საწვავი (მთელი იმპორტის 28,8%) შემოვიდა, რუმინეთიდან – 19,1 ათასი ტონა (26,5%), ბულგარეთიდან – 13,8 ათასი ტონა (19,1%), აზერბაიჯანიდან- 12,6 ათასი ტონა (17,5%), თურქმენეთიდან – 3,0 ათასი ტონა (4,1%), საბერძნეთიდან – 1,6 ათასი ტონა (2,2%), კვიპროსიდან – 1,3 ათასი ტონა (1,8%).

2017 წლის თებერვალში საქართველოში ბენზინისა და დიზელის საწვავის იმპორტმა შეადგინა 72,2 ათასი ტონა, რაც 2,4 ათასი ტონით, ანუ 3,3%-ით ნაკლებია გასული წლის თებერვლის თვის მაჩვენებელთან შედარებით. მათ შორის, 2017 წლის თებერვალში ბენზინის საწვავის იმპორტმა შეადგინა 36,1 ათასი ტონა, ხოლო დიზელის საწვავის იმპორტმა – 36,1 ათასი ტონა. 2017 წლის თებერვალში

საქართველოში იმპორტირებულ იქნა 2,3 ათასი ტონა სანავთობო ბიტუმი, რაც 1,0 ათასი ტონით ანუ 43,5%-ით აღემატება იანვრის თვის მაჩვენებელს. აქედან უმეტესი წილი – 69,6 % განხორციელდა ირანის ისლამური რესპუბლიკიდან.

2019 წლის მარტში საქართველოში ნავთობპროდუქტების (ბენზინი და დიზელის საწვავი) იმპორტმა 69.6 ათასი ტონა შეადგინა, რაც გასულ თვესთან შედარებით, 14,9 ათასი ტონით (84,5 ათასი ტონა) ნაკლებია. ამის შესახებ ინფორამციას ნავთობპროდუქტების იმპორტიორთა კავშირი ავრცელებს. მათივე ცნობით, 2019 წლის მარტში ბენზინის საწვავის იმპორტმა 37.4 ათასი ტონა შეადგინა, ხოლო დიზელის საწვავის იმპორტმა - 32.2 ათასი ტონა. მიმდინარე წლის პირველ კვარტალში საქართველოში ნავთობპროდუქტების (ბენზინი და დიზელის საწვავი) იმპორტმა 232.6 ათასი ტონა შეადგინა, რაც 9.9 ათასი (4,3%) -ით ტონით ნაკლებია გასული წლის ანალოგიური პერიოდის მაჩვენებელთან შედარებით. 2019 წლის იანვარ-მარტში ბენზინის საწვავის იმპორტმა შეადგინა 134,9 ათასი ტონა, ხოლო დიზელის საწვავის იმპორტმა - 97,6 ათასი ტონა. ქვეყნების მიხედვით, 2019 წლის იანვარ-მარტში ბენზინისა და დიზელის საწვავის იმპორტის ყველაზე დიდი მოცულობა განხორციელდა რუსეთიდან - 69,9 ათასი ტონა, რაც მთელი იმპორტის 30%-ს შეადგენს. შემდეგ მოდიან: რუმინეთი - 68,8 ათასი ტონა (29,6%), აზერბაიჯანი - 39,2 ათასი ტონა (16,8%), ბულგარეთი - 27,9 ათასი ტონა (11,9%); თურქმენეთი - 16,4 ათასი ტონა (7,0%); საბერძნეთი - 10,3 ათასი ტონა (4,4%), შვეიცარია - 0,09 ათასი ტონა (0,03%).

ნავთობპროდუქტების იმპორტიორთა კავშირის ინფორმაციით, 2019 წლის I კვარტალში საწვავის იმპორტის შემცირება, გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით, დიზელის საწვავის იმპორტის შემცირების ხარჯზე მოხდა, რაც თავის მხრივ, ძირითადად დაკავშირებულია საქართველოდან თურქეთში დიზელის საწვავის გადინების (სავსებით ლეგალურად) შემცირებასთან. საწვავის მოხმარებაზე მიმდინარე წელს იმოქმედებს ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა საქართველოში ჰიბრიდული ტიპის სატრანსპორტო საშუალებების იმპორტის მნიშვნელოვანი ზრდა.

ცნობისათვის: 2017 წელს იმპორტირებულ იქნა ჰიბრიდული ტიპის სატრანსპორტო საშუალების - 16 471 ერთეული, ხოლო 2018 წელს - 25 554 ერთეული, მიმდინარე წელს ეს ციფრი სავარაუდოდ, კიდევ უფრო მაღალი იქნება. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჰიბრიდული ტიპის სატრანსპორტო საშუალებების ზრდამ უკვე მნიშვნელოვნად იმოქმედა ბუნებრივი აირის (CNG) მოხმარების შემცირებაზე. საწვავის იმპორტზე და მოხმარებაზე გავლენას ახდენს პერიოდული ტექნიკური ინპექტირების შედეგები, რამაც გამოიწვია ბევრი ავტო სატრანსპორტო საშუალების დროებით ან მუდმივად გაჩერება. საწვავის საცალო ქსელში, ბოლო ორი კვირის განმავლობაში ნავთობპროდუქტები ბრენდირებულ ავტოგასამართ სადგურებზე საშუალოდ ლიტრზე 10-15 თეთრით გაძვირდა.

ნავთობიმპორტიორთა კავშირის ინფორმაციით, მიმდინარე წლის დასაწყისიდან დღემდე ნავთობის ფასი ლონდონის Inter Continental Exchange Futures Europe სანავთობო ბირჟაზე გაზრდილია საშუალოდ 13.52 დოლარით/ბარელზე ანუ 23.6%-ით და დღეისათვის შეადგენს 70.85 დოლარს/ბარელზე. საერთაშორისო ფასებს ნავთობპროდუქტებზე S&P Global Platts-ის მიხედვით, რომლის მიხედვითაც ხორციელდება საქართველოში საწვავის იმპორტი, ის ნავთობის ფასის ზრდის პარალელურად იზრდება. კერძოდ, ბენზინის ფასი წლის დასაწყისიდან გაზრდილია დაახლოებით 199.5$-ით/ტონაზე ანუ 42.1%-ით 672.75 დოლარამდე/ტონაზე, ხოლო დიზელის ფასი გაზრდილია დაახლოებით, 136.5$-ით/ტონაზე ანუ 27.0%-ით 642.50 დოლარამდე/ტონაზე.აღსანიშნავია ასევე საქართველოს ეროვნული ვალუტის - ლარის გაცვლითი კურსი დოლართან მიმართებაში, რომელთანაც პირდაპირ კავშირშია საცალო ქსელში არსებული საწვავის ფასი. კერძოდ, წლის დასაწყისში ლარის ოფიციალური გაცვლითი კურსი დოლართან მიმართებაში შეადგენდა 2,6727 ერთეულს და დღეისათვის მისი გაცვლითი კურსი დოლართან მიმართებაში შეადგენს 2,7070 ერთეულ

თავი III
კონკურენციის სააგენტოს საქმიანობის ეფექტები

3.1. სააქციო საზოგადოება „საქართველოს რკინიგზა“ მონოპოლისტი ქართულ ბაზარზე

2007 წელს საქართველოს მაშინდელი მთავრობის განკარგულებით ბრიტანულ კომპანია "Parkfield Investment Limited"-ს 99 წლის ვადით მართვის უფლებით გადაეცა სახელმწიფოს კუთვნილი შპს "საქართველოს რკინიგზის" 100% წილი იმ პირობით, რომ მმართველი კომპანია საწყისი 10 წლის პერიოდში უზრუნველყოფდა საქართველოს რკინიგზაში 1 მლრდ აშშ დოლარის ინვესტიციების განთავსებას, რისთვისაც ყოველწლიურად, 99 წლის მანძილზე, მართვის ჰონორარის სანაცვლოდ მიიღებდა შპს "საქართველოს რკინიგზის" სუფთა მოგებას. ამ გადაწყვეტილების მიღებისას არავის დაუსვავ შეკითხვა-პოლიტიკურ-ეკონომიკური თვალსაზრისით რამდენად გამართლებული იყო ქვეყნის ძირითადი ეკონომიკური ბერკეტის– საქართველოს რკინიგზის მთლიანი პაკეტის (ინფრასტრუქტურა+გადაზიდვები) მართვის უფლებით უცხოური კომპანიისათვის გადაცემა?

თანამედროვე ეტაპზე სს „საქართველოს რკინიგზა“ აერთიანებს და მართავს საქართველოს სარკინიგზო ხაზებს (ჯამში 1,326 კმ და 114 სადგური) და მოძრავ შემადგენლობას, ახორციელებს სამგზავრო გადაყვანებსა და სატვირთო გადაზიდვებს. კომპანიის მოძრავი შემადგენლობა მოიცავს 139 ლოკომოტივს, 8,122 სატვირთო ვაგონს, 98 სამგზავრო ვაგონს. 2012 წლის ბოლოსთვის საქართველოს რკინიგზაში დასაქმებულებთა რაოდენობამ 12,000 ადამიანს გადააჭარბა. იგი 100%-ით სს „საპარტნიორო ფონდს“ ეკუთვნის.

„საქართველოში სატვირთო გადაზიდვების ბაზარზე დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკურმა აგენტმა შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზამ“ შეუქმნა ხელოვნური ბარიერი შ.პ.ს. „X“-ს, რომელსაც იჯარით ჰქონდა აღებული

საქართველოს ფოსტისაგან 10 საფოსტო-საბარგო ვაგონი, ფოსტისა და ტვირთების გადაზიდვისათვის. საქართველოს ანტიმონოპოლიურ სამსახურს ჰქონდა შესაძლებლობა თავისი კომპეტენციის ფარგლებში (კონკურენციის სფეროში) ჩარეულიყო რკინიგზის რეგულირების საკითხებში. შ.პ.ს. „X"_მა საჩივრით მიმართა სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურს, რათა მისთვის დახმარება აღმოეჩინა შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზის" მხრიდან სატვირთო გადაზიდვების ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის აღკვეთის საქმეში. კერძოდ, საკითხი ეხებოდა შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზის" მიერ ეკონომიკური აგენტებისადმი დიფერენცირებული ტარიფების გამოყენებისა და შ. აღკვეთის საქმეში. კერძოდ, საკითხი ეხებოდა შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზის" მიერ ეკონომიკური აგენტებისადმი დიფერენცირებული ტარიფების გამოყენებისა და შ.პ.ს. „X"-სთვის ტვირთების გადაზიდვის ბაზარზე ხელშეკრულების გაფორმების გაჭიანურების საკითხებს. „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ" საქართველოს კანონის მე-13 მუხლის შესაბამისად დომინირებული მდგომარეობის ეკონომიკურ აგენტს ეკრძალებოდა თავისი მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება ბაზრის სხვა მონაწილეთა დისკრიმინაციის მიზნით. ფაქტობრივად კი, იყენებდა რა დიფერენცირებულ ტარიფებს, შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზა" მომხმარებელთა მიმართ არღვევდა კანონის ამ მოთხოვნას და არათანაბარ მდგომარეობაში აყენებდა მეწარმე სუბიექტებს. ასევე, ამავე კანონთან მოდიოდა წინააღმდეგობაში დომინანტის მხრიდან მეწარმისათვის სამეწარმეო საქმიანობის ხელისშეშლა, რაც გამოიხატებოდა მასთან ხელშეკრულების გაფორმების დაუსაბუთებელ გაწელვაში."[26]

სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურის ჩარევა აღმოჩნდა შედეგიანი და სს „საქართველოს რკინიგზის" ხელმძღვანელობის მიერ მოწესრიგებულ იქნა სადაო საკითხი, აღკვეთილ იქნა გადაზიდვის ბაზარზე ცალკეული ეკონომიკური აგენტებისათვის დიფერენცირებული ტარიფის გამოყენება.

---

[26] საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს 2016 წლის დეკემბრის თვის საქმიანობის ანალიზი. http://competition.ge/images/upload/კონკურენციის-სააგენტოს-2016-წლის-დეკემბრის-ანგარიში.pdf გადამოწმებულია 6.05.2019

„შ.პ.ს. „X“-ს ტაფირების საკითის მოწესრიგების პარალელურად კვლავაც სადაო და გადაუწყვეტელი დარჩა დომინირებულ ეკონომიკურ აგენტთა შესაბაისი ხელშეკრულების გაფორმების საკითხი. აღნიშნულთან დაკავშირებით, სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურ სამსახურში შედგა შეხვედრა ყველა დაინტერესებული უწყების წარმომადგენელთა მონაწილეობით. უთანხმოება ძირითადად მდგომარეობდა შ.პ.ს. „X“-ს მიერ იჯარით აღებული ვაგონების კლასის გაურკვევლობაში. შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზა“ თანახმა იყო გაეფორმებინა ხელშეკრულება მხოლოდ საფოსტო გადაზიდვებზე იმ მოტივით, რომ ვაგონები განკუთვნილი იყო საფოსტო გადაზიდვებისათვის. სახელმწიფო ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ მოძიებული დოკუმენტაციიდან და ექსპერტებისაგან მიღებული შეფასებების, მათ შორის „ელექტროვაგონშემკეთებელი“ ქარხნის მიერ გაცემული დასკვნის საფუძველზე გაირკვა, რომ შ.პ.ს. „X“-ის ვაგონები წარმოადგენდნენ, „საფოსტო-საბარგო“ კლასის ვაგონებს, რომლებიც სრულიად აკმაყოფილებდნენ სატვირთო ვაგონებისადმი წაყენებულ მოთხოვნებს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სახელმწიფო ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა კატეგორიულად მოსთხოვა შ.პ.ს. „საქართველოს რკინიგზას“ ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევის დაუყოვნებლივ აღკვეთა და შ.პ.ს. „X“-თან შესაბამისი ხელშეკრულების გაფორმება.“[27]

კონკურენციის სააგენტოს ჩარევის შედეგად ეტაპობრივად აღიკვეთა დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტების მხრიდან დისკრიმინაციული ფასების გამოყენება და ხელშეკრულების გაფორმების უსაფუძვლო გაჭიანურება, რითაც საბოლოო ანგარიშით გადალახულ იქნა რკინიგზით სატვირთო გადაზიდვების ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის ფაქტები. „საქართველოს რკინიგზის ტრანსპორტის დემონოპოლიზაცია ეკონომიკური რეფორმების პირველ ეტაპზე სახალხო მეურნეობის დემონოპოლიზაციის პროცესები წარიმართა ქვეყანაში მიმდინარე ინტენსიური მაკროეკონომიკური გარდაქმნების

[27] საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს 2016 წლის დეკემბრის თვის საქმიანობის ანალიზი. http://competition.ge/images/upload/კონკურენციის-სააგენტოს-2016-წლის-დეკემბრის-ანგარიში.pdf გადამოწმებულია 6.05.2019

ფონზე. ამ ეტაპზე სახალხო მეურნეობის დემონოპოლიზაციის ამოცანა ხორციელდებოდა ძირითადად მმართველობის შუალედური გაერთიანებების ლიკვიდაციის, მსხვილი საწარმოების და წვრილერთეულებისა (სადაც ეს ტექნოლოგიურად შესაძლებელი იყო) და პრივატიზების მეთოდებით, რასაც თან სდევდა მრავალი მცირე საწარმოს შექმნა. ამ პერიოდში დემონოპოლიზაციისა და პრივატიზების პროცესები ხასიათდებოდა დარგობრივი ნიშნით და ძირითადად მოიცავდა მომსახურების, სოფლის მეურნეობისა მრეწველობის სფეროებს. დემონოპოლიზაციის პროცესები ნაკლებად შეეხო ინფრასტრუქტურის საკვანძო სფეროებს, მათ შრის სარკინიგზო ტრანსპორტს."[28]

სს „საქართველოს რკინიგზა ბუნებრივი მონოპოლიაა საქართველოს ბაზარზე, რადგან სარკინიგზო ტრანსპორტი შეუცვლელი სატრანსპორტო საშუალებაა. სწორედ ამიტომ, სარკინიგზო ხაზი, როგორც ბუნებრივი მონოპოლიის სუბიექტი ექვემდებარებოდა მუდმივ სახელმწიფო რეგულირებას. „მუდმივი კონტროლის საგანს წარმოადგენდა რკინიგზის რიგი საწარმოების პოლიტიკა, სახელშეკრულებო პირობები და სხვა საკითხები. ამასთან, ამ საწარმოო კომპლექსის მნიშვნელოვანი ნაწილი, როგორიცაა მოძრავი შემადგენლობის შეკეთება, გზევის შეკეთება, დისპეჩერიზაცია, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგება და სხვა, არა თუ შესაძლებელი იყო, არამედ ეკონომიკური მიზანშეწონილობიდან გამომდინარე აუცილებელი იყო მოქცეოდა კონკრეტულ გარემოში.სარკინიგზო ტრანსპორტის განსაკუთრებული როლი სატრანსპორტო მომსახურების სისტემაში, ისევე როგორც საკანონმდებლ ბაზის არასრულყოფილება (მათ შორის ანტიმონოპოლიური რეგულირებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვასთან დაკავშირებული საკითხების გაუთვალისწინებლობა) ქმნიდა რეალურ წინაპირობებს მომხმარებელთა უფლებების შელახვისა და ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის დარღვევისათვის.

---

[28] საქართველოს ანტიმონოპოლიური საქმიანობის გენეზისი. პავლიაშვილი სოლომონ. ჟურნალი-მეცნიერება და ცხოვრება (თბილისის სასწავლო უნ) #2(10) გვ. 12-20. თბილისის 2104.

რაც პირველ რიგში გამოიხატებოდა სატვირთო გადაზიდვების მომსახურებაზე დანახარჯებისა და ტარიფების დაუსაბუთებელ ზრდაში.“[29]

კონკურენციის სააგენტოს მიერ მიერ განხორციელებულმა ფასწარმოქმნის პროცესების ანალიზმა აჩვენა, რომ „ხშირი იყო შეუსრულებელი სამუშაოები და ისეთი მომსახურების შეკვეთის „იძულება“ (რომელიც არ შედიოდა აუცილებელი მომსახურების ნუსხაში), სახელშეკრულებო ტარიფის გამოყენება იქ სადაც არ იყო დაწესებული პრეისკურანტი და სხვა. ასევე, განსაკუთრებით ხშირი იყო „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-8 და მე-13 მუხლების დარღვევის შემთხვევები. კერძოდ, ტრადიციად იყო ქცეული დაუსაბუთებელი ფინანსური ხასიათის მოთხოვნები, ხელშეკრულებაში კონტრაგენტისათვის არახელსაყრელი პირობების ჩართვა, რომელიც არ მიეკუთვნებოდა ხელშეკრულების საგანს და სხვა. დამახასიათებელი იყო აგრეთვე კალკულაციის დაუსაბუთებლობის შემთხვევები და რაც მთავარია ხშირი იყო ეკონომიკური აგენტების დისკრიმინაციის (ხელოვნური ბარიერების შექმნის) ფაქტები.ზემოაღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, დარგობრივი მონოპოლიზმის დაძლევისა და დარგში კონკურენციის განვითარების მიზნით, მიზანშეწონილად იქნა მიჩნეული, რომ გატარებულიყო შემდეგი ღონისძიებები:

- ნორმატიულ მეთოდური ბაზის სრულყოფა ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის გათვალისწინებით;
- ბუნებრივი მონოპოლიის სუბიექტის საზღვრების გამიჯვნა სარკინიგზო ტრანსპორტის საწარმოთა დემონოპოლიზაციისა და მათ შორის კონკურენციის განვითარების ღონისძიებათა კომპლექსის შემუშავების პროცესში;
- კონკურენტული ღონისძიებების შემუშავება სატარიფო პოლიტიკის სრულყოფის მიზნით;

[29] ანტიმონოპოლიური და დარგობრივი რეგულირების ასპექტები. ფეტელავა სლავა. ჟურნალი-ეკონომისტი. გუგუშვილის ეკონ. ინსტიტუტი. ოქტომბერ-ნოემბერი #5. გვ. 22-32. თბილისის 2014.

- ბუნებრივი მონოპოლიის სუბიექტთან მისასვლელი ბარიერების შესწავლა და შესუსტება და/ან აღმოფხვრა იმ ეკონომიკური აგენტებისთვის, რომლებიც არ შედიოდნენ სახელმწიფო სარკინიგზო ტრანსპორტის სისტემაში და რომლებიც თავისი საქმიანობით დაკავშირებული იყვნენ სარკინიგზო გადაზიდვებთან ან მათ მომსახურებასთან."[30]

რეკომენდაციების მიღებისას გათვალისწინებულ იქნა ის ფატორი, რომ რკინიგზის სფეროში დემონოპოლიზაციის ღონისძიებების შემუშავება მომხდარიყო დარგის სპეციფიკის, მისი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ბაზის, ბაზრის სტრუქტურის ან ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის გათვალისწინებით, აგრეთვე დარგის განვითარების გეგმის შესაბამისად.

„საქართველოში ინფრასტრუქტურა მჭიდროდ არის დაკავშირებული გადაზიდვის პროცესთან, შესაბამისად, რკინიგზას ბაზარზე მონოპოლისტური მდგომარეობა უჭირავს და შედეგებიც მეტად სავალალოა. რკინიგზის როლიც, მნიშვნელობაცა და შემოსავლებიც კნინდება. ამიტომ ქვეყნის განვითარებისთვის აუცილებელია თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისი სარკინიგზო რეფორმების გატარება, რისთვისაც საჭიროა:

1. სარკინიგზო გადაზიდვებში კონკურენტული ბაზრის შექმნისა და განვითარებისთვის სტრუქტურული რეფორმების გეგმის შედგენა და მისი დამტკიცება მთავრობის განკარგულებით;

2. ფუნქციების გამიჯვნა. კერძოდ, უნდა შეიქმნას ღია სააქციო საზოგადოება "საქართველოს რკინიგზა", რომელსაც გადაეცემა სამეურნეო მართვის უფლებები და ქონების 100%, ხოლო მთავრობას ან მთავრობის სპეციალურ ორგანოს დაევალოს სახელმწიფო რეგულირების ფუნქციები;

---

[30] საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს 2016 წლის დეკემბრის თვის საქმიანობის ანალიზი. http://competition.ge/images/upload/კონკურენციის-სააგენტოს-2016-წლის-დეკემბრის-ანგარიში.pdf გადამოწმებულია 6.05.2019

3. საორგანიზაციო სტრუქტურების გარდაქმნა და მართვის სტრუქტურის ოპტიმიზაცია.“[31]

3.2. მინერალური წყლების ბაზრის კონკურენტული გარემო საქართველოში

საქართველო მდიდარი იყო და არის მინერალური და მტკნარი წყლებით. მათ შორის აღსანიშნავია: ბორჯომი, საირმე, ნაბეღლავი, მიტარბი, წაღვერი, უწერა, მაქართა, ლეღვა, გევა, ზვარე, სქური, ბოლნისი, ვაჟას წყარო, ფლატე, ფასანაური, ბაგიათა, კავკასიის მთის წყაროები-ელიტა და სხვა. აღნიშნული წყლების დღეღამური დებიტი შეადგენდა 3 949,5 $მ^3$, რომლის ათვისება ანტიმონოპოლიური სამსახურის აზრით, შესაბამისი სახელმწიფო სტრუქტურების სერიოზული განხილვისა და სამეწარმეო პოლიტიკის საგანი უნდა ყოფილიყო.

„ფირმის საქმიანობაზე გავლენას ახდენს გარემო პირობები. იმისათვის, რომ კომპანიამ კონკურენცია გაუწიოს როგორც სამამუმო, ასევე საერთაშორისო ფირმებს აუცილებელია ბაზრის ანალიზი, რომლის მიზანია განისაზღვროს ფირმის ადგილი ბაზარზე და განვითარების შესაძლებლობები. დღეისათვის ქართული მინერალური წყლების ბაზარზე ექსპორტის ზრდით გამოირჩევა „ბორჯომი“,„ნაბეღლავი“ და „საირმე“. 2006 წელს რუსეთის ბაზარზე ემბარგოს გამოცხადების შემდეგ „ბორჯომმა“ განახორციელა სრული რებრენდინგი. ბრენდი განახლებული სახით წარსდგა მომხმარებლის წინაშე, დაიგეგმა აქტიური მარკეტინგული კამპანიები სტრატეგიულად მნიშვნელოვან ქვეყნებში. აღნიშნულის შედეგად, „ბორჯომზე“ მოთხოვნა ბოლო წლებში ზრდადია და დღეს პოსტსაბჭოთა სივრცეში გაყიდვების მიხედვით პირველ ადგილზეა. 2013 წლის ბოლოს რუსეთის ბაზარი კვლავ გაიხსნა.

---

[31] საქართველოს რკინიგზა მონოპოლიური სქემით
https://commersant.ge/ge/post/gadamzidavi-kompaniebi-saqartvelos-rkinigzis-chixshi
გადამოწმებულია 6.05.2019

რაც შეეხება „ნაბეღლავს“, ამჟამად ის 25-ზე მეტ ქვეყანაში ექსპორტირდება. მათ შორის 2016 წელს მათ დაემატა სამხრეთ კორეის ბაზარი. მეზობელ ქვეყნებსა და დსთ-ის სივრცესთან ერთად ამ ქვეყნების სიაშია თურქეთიც. კომპანიის მიზანი ევროკავშირის ქვეყნებში მოწინავე ადგილის დაკავებაა. „საირმე“, 2016 წლის მონაცემებით, მინერალური წყლის ექსპორტს 17 ქვეყანაში ახორციელებს. მათ შორის 2015-2016 წელს კომპანიამ 5 პარტნიორი შეიძინა: 2015 წელს პირველი ექსპორტი განხორციელდა თურქმენეთში, ყაზახეთში, მოლდოვასა და ისრაელში, 2016 წელს კი მათ რიცხვს შეუერთდა საუდის არაბეთი და იმავე წელს განახორციელა მინერალური წყლის 240 000 ბრენდირებული ბოთლის ექსპორტი.“[32]

მინერალური წყლების წარმოებას ტრადიციულად მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა ქვეყნის ეკონომიკის დარგობრივ სტრუქტურაში. მას დღეისათვის არ დაუკარგავს ის მახასიათებლები, რომლებიც მის პრიორიტეტულობას განსაზღვრავს (ნედლეულის ბუნებრიობა, სიუხვე, სიიაფე, არასეზონურობა და კაპიტალურ დაბანდებათა უკუგების მოკლე პერიოდი).

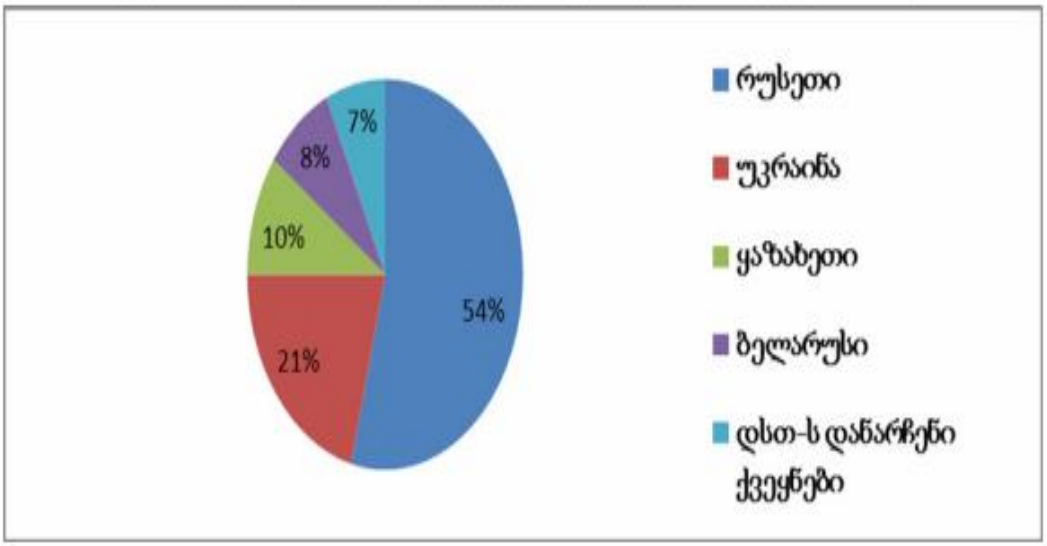
- "ბორჯომი" — საშუალო მინერალიზაციის, სუფრის, ნატრიუმის ჰიდროკარბონატული, სამკურნალო მინერალური წყალია. წყაროები საკურორტო ქალაქ ბორჯომში მდებარეობს. სხვა ანალოგიური მინერალური წყლებისგან განსხვავებით "ბორჯომი" მიწის ზედაპირთან გაცივებას ვერ ასწრებს და თბილი ამოდის (38–41 გრადუსი ცელსიუსით), "გზადაგზა" ბუნებრივად იფილტრება, განიცდის მინერალიზაციას და 60 სხვადასხვა ქიმიური ელემენტით მდიდრდება, რაც მის შემადგენლობას უნიკალურს ხდის.
- "ნაბეღლავი" — ნახშირორჟანგით გამდიდრებული, ჰიდროკარბონატული ნატრიუმ–კალციუმიანი სუფრის წყალია. წყარო მდებარეობს ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტის სოფელ ნაბეღლავის მიდამოებში, მდინარე გუბაზეულის ხეობაში, ზღვის დონიდან 475 მეტრის სიმაღლეზე.

---

[32] ლობჟანიძე ნ. ქართული მინერალური წყლების ბაზარი და საექსპორტო პოტენციალის შეფასება. http://eprints.tsu.ge/1422/1/Georgian%20mineral%20water%20market%20and%20export%20potential%20assessment.pdf გადამოწმებულია 14.05.2019

- „საირმე"-ადგილს ყურადღება მწყემსებმაც მიაქციეს და კიდევ ერთი უჩვეულო რამ აღმოაჩინეს — ირმების წყაროდან დაახლოებით 3 კმ-ის მოშორებით, ერთ ადგილზე ბალახი მუდამ მწვანე რჩებოდა. თოვლი არ ჩერდებოდა, მიწა კი წვიმის მოსვლიდან რამდენიმე წუთში გამშრალი იყო. "ჯადოსნური" ველის საიდუმლოს ფარდა 20-იან წლებში აეხადა, როცა გეოლოგებმა მიწის სიღრმეში ცხელი მინერალური წყალი აღმოაჩინეს.
- "ბაკურიანი" — ბუნებრივი დაბალმინერალიზებული წყალი, გაჯერებული ოპტიმალური რაოდენობის მინერალური კომპლექსებით. სპეციალისტთა აზრით, ახალგაზრდობის და სილამაზის შესანარჩუნებლად საუკეთესო წყალია, რადგან ორგანიზმის წყლის ბალანსს არეგულირებს. ამ წყლის ხშირი მოხმარება ადამიანის ფიზიოლოგიურ მდგომარეობას ააქტიურებს.
- სამკურნალო წყალი "ლუგელა" — უნიკალურია არა მარტო საქართველოში, არამედ მთელ მსოფლიოში. ეს კალციუმის ქლორიდის 9,5%-იანი მინერალური წყალია, გამჭვირვალე, უსუნო, ოდნავ მომწარო გემოთი, რომელიც მაქსიმალურად დაბალ ტემპერატურაზეც არ იყინება.
- იოდით მდიდარი მინერალური წყალი "ზვარე" გამოიყენება მომნელებელი სისტემის, ღვიძლის, სანაღვლე გზების, ნივთიერებათა ცვლის დაავადებების სამკურნალოდ და პროფილაქტიკის მიზნით. საბადო მდებარეობს იმერეთში, ზღვის დონიდან 800 მეტრის სიმაღლეზე, სოფლების ზვარესა და ჩრდილის საზღვარზე.
- „ლიკანი“-უნიკალური ბუნებრივი სუფრის სამკურნალო წყალი, გაჯერებული ქიმიური ელემენტებით, ზომიერად შეიცავს მინერალურ–იონურ კომპლექსს. მისი თავისებურებაა —ჰიდროკარბონატების, მაგნიუმის და კალციუმის განუმეორებელი თანაფარდობა. "ლიკანი" უხვად არის გაჯერებული ბუნებრივი გაზით და იდეალურად კლავს წყურვილს.

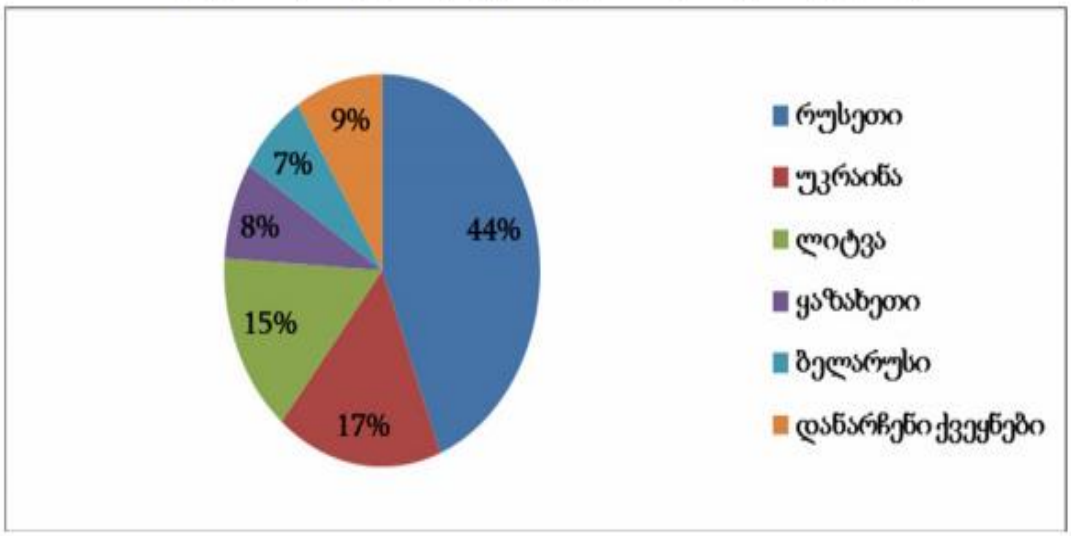
დიაგრამა 2. ქართული მინერალური წყლების ექსპორტი დსთ-ის ქვეყნებში (2016 წ.)



- „მიტარბი“-მინერალური წყალი „მიტარბის“ საბადო ბორჯომის მუნიციპალიტეტის სოფელ პატარა მიტარბის მახლობლად, მდინარე მიტარბულის ხეობაში მდებარეობს. მის ჩამოსხმას ბორჯომის №1 ქარხანა ახორციელებს.
- „ბახმარო“-დაბალმინერალიზებული სასმელი წყალია, რომლის ქიმიურ შემადგენლობაში ჭარბობს ორგანიზმისთვის სასარგებლო ჰიდროკარბონატი და კალციუმი. ის ბუნებრივი ჟანგბადით არის მდიდარი და მას განუმეორებელი რბილი გემო ახასიათებს.
- „ძუღური“-მინერალური წყალი "ძუღური" ლეჩხუმში მდებარეობს. მოსახლეობის ფართო მასებისთვის ის მე-19 საუკუნის დასაწყისიდან გახდა ცნობილი, თუმცა ადგილობრივები მის გასაოცარ სამკურნალო თვისებებზე გაცილებით ადრე იყვნენ ინფორმირებული. ცნობილია, რომ ის დაბალმინერალიზებული წყალია, ამიტომ მისი მიღება, სხვა მინერალურ წყლებთან შედარებით, ჩვეულებრივი სასმელი წყლის მაგივრადაც არის შესაძლებელი.

„2016 წელს ქართული მინერალური წყლის ექსპორტმა დსთ-ს ქვეყნებში შეადგინა 65.1 მლნ. აშშ დოლარი, რაც წინა წელთან შედარებით 5%-ით და შესაბამისად, 3.5 მლნ

დიაგრამა 3. ქართული მინერალური წყლების მთლიანი ექსპორტი (2016 წ.)



დოლარით ნაკლებია. დსთ-ის სივრცეში ძირითადი ექსპორტი განხორციელდა რუსეთში (54%), უკრაინაში (21%), ყაზახეთში (10%), ბელარუსში (8%). მთლიანობაში, ქართული მინერალური წყლების ექსპორტმა 2016 წელს შეადგინა 79.8 მლნ დოლარი, 2015 წელთან შედარებით 3%-ით და შესაბამისად, 2.4 მლნ დოლარით ნაკლები. ძირითადი ექსპორტი განხორციელდა: რუსეთში (44% - 35.3 მლნ დოლარი), უკრაინაში (17% - 13.9 მლნ დოლარი), ლიტვაში (15% - 11.8 მლნ დოლარი), ყაზახეთში (8% - 6.3 მლნ დოლარი), ბელარუსში (7% - 5.2 მლნ დოლარი). საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების მიხედვით ქართული მინერალური წყლების ექსპორტი, 2016 წლის ბოლო კვარტლის მონაცემებით შეადგენს, 31.5 მლნ ლიტრს, რაც წინა წლის იმავე, ბოლო კვარტლების მონაცემებთან შედარებით, გაზრდილია, თუმცა, საშუალოდ 2016 წლის მინერალური წყლების ექსპორტის დინამიკა წინა წელთან შედარებით შემცირებულია. აღსანიშნავია ის, რომ მინერალური წყლები 2016 წლის სასაქონლო ჯგუფებიდან საექსპორტო ათეულში მოხვდა და მთლიანი წილის 4%-ს იკავებს სპილენძის მადნებთან (15%), თხილთან (9%), მსუბუქ ავტომობილებთან (8%), ფეროშენადნობებთან (8%), ღვინოსთან (5%),

ცხრილი 2. მთლიანი, სურსათის და ქართული მინერალური წყლების ექსპორტი (2014-2016 წწ.) [9]

საქონლის დასახელება	2015				2016			
	Iკვარტ.	II კვარტ.	IIIკვარტ.	IVკვარტ.	Iკვარტ.	IIკვარტ.	IIIკვარტ.	IVკვარტ.
მთლიანი ესქპორტი (მლნ დოლარი)	501.4	579.8	563.7	559.8	442.8	505.4	563.5	602.0
სურსათის ექსპორტი (მლნ აშშ დოლარი)	79.7	41.1	57.5	101.8	57.5	59.8	77.4	110.6
სურსათის წილი მთლიან ექსპორტში (%)	15.9	7.1	10.2	18.2	13.0	11.8	13.7	18.4
მინერალური წყლები (მლნ ლიტრი)	**26.1**	**28.8**	**20.0**	**27.2**	**27.6**	**32.0**	**26.2**	**31.5**

სამკურნალო საშუალებებთან (5%), სპირტიან სასმელებთან (4%), აზოტოვან სასუქებთან (3%) და დანარჩენ უმსხვილეს სასაქონლო ჯგუფებთან ერთად (35%)“[33]

2017 წლიდან ქართულ ბაზარზე კიდევ ერთი მინერალური და მტკნარი წყლის მწარმოებელი კომპანია „იწის წყალი“ გამოჩნდა, თუმცა პროდუქციის წარმოება 2018 წლის იანვარში სატესტო რეჟიმში დაიწყო. „ქარხანა ამბროლაურში, მდებარეობს. საწარმო „აწარმოე საქართველოში“ სახელმწიფო პროგრამის ფინანსური და ინფრასტრუქტურული მხარდაჭერის ფარგლებში შეიქმნა. საწარმოს წარმადობა წელიწადში 10 მილიონ ბოთლს შეადგენს. ამ დროისთვის კი 2 მილიონის წარმადობით მუშაობს. საწარმოს შექმნისთვის კომპანიამ 800 000 ლარზე მეტი სესხი აიღო, რომლის პროცენტის თანადაფინანსებასაც ეკონომიკის სამინისტროს სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“ ახორციელებს. გარდა ამისა, „აწარმოე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში კომპანიას საწარმოს ასაშენებლად ეკონომიკის სამინისტროს ქონების ეროვნულმა სააგენტომ საჭირო მიწის ნაკვეთი სიმბოლურ ფასად - ერთ

[33] ლობჟანიძე ნ. ქართული მინერალური წყლების ბაზარი და საექსპორტო პოტენციალის შეფასება. http://eprints.tsu.ge/1422/1/Georgian%20mineral%20water%20market%20and%20export%20potential%20assessment.pdf გადამოწმებულია 14.05.2019

ლარად გადასცა. პროექტის ჯამური ინვესტიცია 2 მილიონ ლარს შეადგენს. როგორც „იწის წყლის“ ხელმძღვანელი აღნიშნავს, 2018 წლის დეკემბრიდან დღემდე დაახლოებით, 25-მდე უცხოურ კომპანიასთან ჰქონდა კომუნიკაცია, თუმცა, საბოლოო ჯამში მოლაპარაკება წარუმატებელი გამოდგა. წყალი უკვე იყიდება რაჭის რეგიონში და თბილისის რამდენიმე რესტორანში. კომპანია „იწის წყალის“ მიერ წარმოებული პროდუქცია იყიდება როგორც შუშის (ნახევარ ლიტრიანი), ასევე პლასტმასის ბოთლებში (0.33,0.5 და 1.5 ლიტრიანი). რაც შეეხება ფასს, გურგენიძე აცხადებს, რომ კომპანიის გასაყიდი ფასი 0.5 ლიტრიან ბოთლში 0.33 ლარს შეადგენს.“[34]

3.3. კონკურენციის პოლიტიკის რეგულირების პრობელემები საქართველოში

დამოუკიდებლობის გამოცხადებიდან დღემდე საქართველოში პერმანენტურად იყო მცდელობა ისეთი სამართლებრივი და მარეგულირებელი მექანიზმების შექმნისა, რომლებიც ხელს შეუწყობდნენ კონკურენციის განვითარებას და არ დაუშვებდნენ ბაზარზე მონოპოლიების წარმოქმნას. „მრავალი კანონი და კანონქვემდებარე აქტი იქნა შემუშავებული, რომლებსაც უნდა უზრუნველყო სხვადასხვა ეკონომუკური აგენტების მხრიდან ბაზარზე დომინანტური პოზიციების მოპოვების პროცესის ანალიზი, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღკვეთა, ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის მცდელობების გამოვლენა და სამართლიანი კონკურენტული თამაშის წესების დამკვიდრება. სამწუხაროდ, ამის განხორციელება დღემდე ვერ მოხერხდა. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მიღებულ იქნა ახალი ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა და შეიქმნა ახალი

[34] კომპანის „იწის წყალი“ -რა პრობლემები ექმნება ახალ საწარმოს ექსპორტზე გასვლისას. სოფო ქსოვრელი. https://commersant.ge/ge/post/kompania-iwis-wyali-chveni-wyali-bordjomis-wyalze-gacilebit-xarisxiania გადამოწმებულია 16.05.2019

ანტიმონოპოლიური სამსახური-კონკურენციის სააგენტო, მისი რეალურად ამოქმედების პრობლემა კვლავ დღის წესრიგში დგას. იმისთვის, რომ ცხოვრებაში დაინერგოს კანონით განსაზღვრული ნორმები, აუცილებელია კონკურენციის განვითარებისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების პროგრამის შემუშავება და ამის საფუძველზე სამოქმედო, დროში გაწერილი გეგმის შედგენა. კონკურენციის სფეროში ანტიმონოპოლიური სამსახურის მიერ დროულად უნდა დაიწყოს მონოპოლისტი კომპანიების საბაზრო ქცევის მონიტორინგი, რათა დომინირებული მდგომარეობა მათი მხრიდან ბოროტად არ იქნეს გამოყენებული. ამასთან, ეს არავითარ შემთხვევაში არ უნდა ნიშნავდეს „ქანჩების მოჭერის“ პოლიტიკას, რადგან როგორც ძველი, ისე ახალი კანონები კრძალავს არა თავად მონოპოლიურ მდგომარეობას, არამედ ამ მდგომარეობის ბოროტად გამოყენებას. მაგალითად, კონკრეტული ბიზნესი შეიძლება იყოს ძალზე წარმატებული, კარგი სტრატეგია ჰქონდეს, ჰყავდეს ბევრი მომხმარებელი, შესაბამისად, მან შეიძლება დაიკავოს ბაზრის 70-80%. ამ შემთხვევაში მარეგულირებელს აინტერესებს არა ის, რომ კომპანიას ბაზრის დიდი წილი უჭირავს, არამედ ის, რომ მან ეს მდგომარეობა ბოროტად არ გამოიყენოს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ისეთი მაღალი ფასი, ან განსაკუთრებული პირობები არ დააწესოს რაც მომხმარებელს პრობლემას შეუქმნის.“[35]

რა მდგომარეობაა დღეს ანტიმონოპოლიური საქმიანობის მხრივ ქვეყანაში?

„გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგის მიხედვით საქართველოს 2014 წელს შესწავლილი 142 ქვეყნიდან 88-ე ადგილი უჭირავს, რაც 2013 წელთან შედარებით 93-ე ადგილიდან საკმაო დაწინაურებაა. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგადმა მაჩვენებელმა მოიმატა, გარკვეულ კატეგორიებში გლობალური ეკონომიკური ფორუმი საქართველოს საკმაოდ დაბალ შეფასებას აძლევს. როგორც ცნობილია, კვლევა 12 მიმართულებით ტარდება, რომელიც მოიცავს შემდეგ

[35] პავლიაშვილი ს. ჯანგულაშვილი ლ. საქართველოს ანტიმონოპოლიური საქმიანობის გენეზისი, პრობლემები, პერსპექტივები. ჟურნალი „მეცნიერება და ცხოვრება“ 2014 №2 (10) გვ 12-20

სფეროებს: სახელმწიფო ინსტიტუტები, ინფრასტრუქტურა, მაკროეკონომიკური გარემო, ჯანდაცვა და პირველადი განათლება, უმაღლესი განათლება და პროფესიული მომზადება, სასაქონლო ბაზრის განვითარება, ტექნოლოგიური მომზადება, ბაზრის ზომა, ბიზნესის დახვეწილობა და ინოვაციები. საქართველო კვლავ ინარჩუნებს კარგ რეიტინგს სახელმწიფოს მიერ ბიზნესის დაწყების ხელშეწყობასა და სახელმწიფო რეგულაციების შემცირებაში. თუმცა, ძალზე არასახარბიელო ვითარებაა ისეთ სფეროებში, რომლებიც ეხება შიდა სასაქონლო ბაზრის რეგულირებას. კერძოდ, ადგილობრივი კონკურენციის მიხედვით საქართველო 128-ე, ხოლო ანტიმონოპოლიური პოლიტიკით კი 135-ე ადგილზეა მსოფლიოში აღწერილი 142 ქვეყნიდან. ეს ძალზე დამაფიქრებელი ფაქტია. იგი მიუთითებს ქვეყანაში თავისუფალი კონკურენციისა და ანტიმონოპოლიური რეგულირების სისტემის ფაქტობრივ არარსებობაზე."[36]

მიუხედავად კანონის და კონკურენციის სააგენტოს ამოქმედებისა საქართველოში ბევრ სფეროში არსებობს ფარული მონოპოლიები. „ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით 2014 წელს საქართველოს მთლიანი ბიზნესის ბრუნვაში, მცირე და საშუალო ბიზნესს 15%_იანი წილი უჭირავს. ეს მაშინ, როცა 2000 წელს მხოლოდ მცირე ბიზნესზე 33% მოდიოდა. აღნიშნული მაჩვენებელი ირიბად მიუთითებს, რომ ბოლო წლებში საქართველოს ბაზრებზე კონკურენციის დონე საგრძნობლად - თითქმის 2,5-ჯერ შემცირდა, რაც პირველ დარგში მომხმარებლისათვის პროდუქტებზე მაღალი ფასებითა და პროდუქციის დაბალი ხარისხით გამოიხატება. რაც შეეხება განვითარებულ ქვეყნებს, გერმანიაში მცირე და საშუალო ბიზნესის ბრუნვა მთლიანად ბიზნესის 40%-ს აღემატება, ხოლო დიდ ბრიტანეთში 60%-ს შეადგენს. საზოგადოებაში ხდება იმ აზრის პროპაგანდირება, რომ ანტიმონოპოლიური ორგანოების მთავარი ფუნქცია სახელმწიფოს ბიზნესში

---

[36] გლობალიზაცია, კონკურენცია და თანამედროვე ბიზნესის პერსპექტივები. თამარ თალაკვაძე. ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა. საერთაშორისო სამეცნიერო რეფერირებადი და რეცენზირებადი ჟურნალი. ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტი; ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტი. ბათუმი, 2017. N 2. ტ. IV. გვ. 23-26.

ჩაურევლობის უზრუნველყოფაა, რადგან სწორედ სახელმწიფო აპარატია ის ძალა, რომელიც ამა თუ იმ მეწარმეს უპირატეს მდგომარეობაში აყენებს კონკურენტებთან შედარებით, რაც იწვევს კიდეც ამ ფირმის მიერ ბაზრის მონოპოლიზებას და მოსახლეობისათვის არაადეკვატურად მაღალი ფასის შეთავაზებას მის მიერ წარმოებულ პროდუქციაზე."[37]

საქართველოში ხშირად საუბრობენ ე.წ. „ელიტური კორუფციაზე", რაც ბაზარზე ცალკეული კომპანიებისათვის პრივილეგირებული მდგომარეობის შექმნით გამოიხატება. ამ ტიპის კორუფციის აღკვეთის აუცილებელი პირობაა დამოუკიდებელი და ძლიერი კონკურენციის სააგენტოს არსებობა.

„ახლადშექმნილი კონკურენციის სააგენტოს საქმიანობა ვერ იქნება ეფექტიანი, მარეგულირებელი ორგანოების (კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია, გაზის, წყლისა და შუქის მარეგულირებელი კომისიები) ქმედითი თანამშრომლების გარეშე. აუცილებელია შემუშავდეს ბაზრის თვისობრივი და რაოდენობრივი შეფასების მეთოდოლოგიები, ისევე როგორც მნიშვნელოვანი ფაქტორია მონოპოლიების გავლენის მეთოდიკის შემუშავება და დახვეწა. ყოველი ასეთი დოკუმენტი უნდა პასუხობდეს კითხვას: ზღუდავს თუ არა იგი მიმწოდებლების რაოდენობას, ზღუდავს თუ არა მომხმარებლის არჩევანს. ანტიმონოპოლიური სამსახური უნდა იყოს ისეთი მარეგულირებელი სააგენტო, რომელმაც უნდა დაარეგულიროს კომპანიის ქცევა ბაზარზე ისე, რომ საზოგადოების მაქსიმალური კეთილდღეობა იყოს უზრუნველყოფილი და არამც და არამც იგი არ უნდა აღიქმებოდეს როგორც დანაშაულის წინააღმდეგ მებრძოლ ორგანოდ. დანაშაულთან ბრძოლა მთავრობის ძალოვნების პრეროგატივაა და არა მარეგულირებლის. მოსაზრება, რომ კონკურენციული კანონმდებლობა ბიზნესის დამაბრკოლებელი მოვლენა იქნება მცდარია. კონკურენციული კანონმდებლობის არსი, ნებისმიერ ქვეყანაში

---

[37] რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.

ანტიკონკურენტული ქმედების დაუშვებლობას გულისხმობს. შეიძლება ეს ხდებოდეს როგორც მთავრობების, ასევე კერძო ბიზნესების მხრიდან, მაგალითად როგორიცაა კარტელური გარიგებები.“[38]

არც ერთი ნორმალური კანონმდებლობა არ კრძალავს ისეთ მონოპოლიურ მდგომარეობას, რომელიც შეიძლება წარმატებული სტრატეგიით მოიპოვო. მხოლოდ ეს სტრატეგია სახელმწიფოს მხრიდან გარკვეული მონიტორინგის ქვეშ ექცევა. „მარეგულირებელმა სააგენტომ უნდა დააწესოს: სანქციები, ჯარიმები, საფასო შეზღუდვა. ჯარიმის ოდენობა უნდა იყოს ზუსტად საზოგადოებრივი დანაკარგის სიდიდის ტოლი; ყველა შემთხვევაში, რესურსების გადანაწილების მექანიზმი ისევ არაეფექტიანი იქნება და წარმოქმნის უფრო მეტ დანაკარგს, ვიდრე ეს მონოპოლიის დროს მოხდა. მარეგულირებელმა სააგენტომ უნდა გამოავლინოს არა მონოპოლისტური ფირმა, არამედ მონოპოლისტური ფასი. თავად მონოპოლიის არსებობა არ ამცირებს საზოგადოების სარგებელს, მხოლოდ მონოპოლიური ფასი წარმოქმნის დანაკარგებს. მონოპოლიური ფასის დასადგენად, სააგენტომ პირველ რიგში უნდა შეისწავლოს საბაზრო მოთხოვნა, ანუ, ამა თუ იმ ფასის პირობებში რა რაოდენობის პროდუქტი გაიყიდება. ამის შემდეგ, სააგენტომ უნდა მახერხოს ინფორმაციის მოძიება კომპანიის დანახარჯებსა და შემოსავლებზე, რის საფუძველზეც უნდა გამოთვალოს ამ კომპანიის ზღვრული დანახარჯებისა და ზღვრული შემოსავლების მნიშვნელობები. უნდა იანგარიშოს, თუ პროდუქციის რა მოცულობის გაყიდვისათვის უტოლდება კომპანიის ზღვრული დანახარჯები და ზღვრული შემოსავლები ერთმანეთს და ამის საფუძველზე დაადგინოს შეზღუდული მოთხოვნის რაოდენობის შესაბამისობა მოთხოვნის ფასთან. მიღებული შედეგი უნდა

[38] ანტიმონოპოლიური და დარგობრივი რეგულირების ასპექტები. ფეტელავა სლავა. ჟურნალი-ეკონომისტი. გუგუშვილის ეკონ. ინსტიტუტი. ოქტომბერ-ნოემბერი #5. გვ. 22-32. თბილისის 2014.

შეადაროს საბაზრო ფასს და თუ დაემთხვა, მხოლოდ ამ შემთხვევაში აღმოჩნდება, რომ საბაზრო ფასი სინამდვილეში არის მონოპოლისტური.“[39]

ჩამოყალიბებიდან გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ გაიზარდა კონკურენციის სააგენტოს დამოუკიდებლობა. სააგენტო უფლებამოსილია დამოუკიდებლად დაიწყოს ბაზრის ნებისმიერი სეგმენტის მოკვლევა იმ შემთხვევაში, თუ არსებობს ამ სეგმენტზე კონკურენციის შეზღუდვის სათანადო ნიშნები და შექმნილი მდგომარეობა კონკურენციის მარეგულირებელი ორგანოს ჩარევას საჭიროებს. „ვინაიდან სააგენტოს საქმიანობის ეფექტიანობისა და ბაზარზე სამართლიანი კონკურენციის უზრუნველყოფისათვის მნიშვნელოვანია სააგენტოს მიერ გადაწყვეტილების დროულად მიღება, სააგენტოს მიერ საქმის მოკლვევის დროულად წარმოებისათვის ცვლილებები და მისი წარმოების მარეგლამენტირებელ დებულებებშიც განხორციელდა. კანონით უქმდება სააგენტოსათვის განცხადების ან საჩივრის წარდგენის შემთხვევაში განმცხადებლის ან მომჩივნის მიერ სააგენტოს მომსახურების საფასურის გადახდაც. დაზუსტდა „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მოქმედების სფერო და კონკურენციის მარეგულირებელი კანონმდებლობიდან გამონაკლისების (მათ შორის, კონკურენციის უმნიშვნელოდ შემზღუდველი ხელშეკრულების საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული ზღვრები), რომლებზედაც არ ვრცდელდება იმავე კანონმდებლობით დადგენილი რეგულაციები.“[40]

პოსტსაბჭოთა სივრცის შექმნამ საქართველოს უბიძგა საერთაშორისო ურთიერთობების განვითარებისაკენ, საქართველოს კანონმდებლობა ხდება აშშ-სა და ევროპული სივრცის მსგავსი, დაახლოების პროცესი მიმდინარეობს და კიდევ გაგრძელდება. ამ ქვეყნების შესაბამის ინსტიტუტებთან საქართველოს კონკურენციის სააგენტოც თანამშრომლობს. „თანამშრომლობის პროგრამის საშუალებით სააგენტო

---

[39] კონკურენციული პოლიტიკა და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში. ჟურნალი-SEU and Science. #1 გვ. 162-166. თბილისი 2014

[40] თანამშრომლობა, შეჯიბრება, კონკურენცია . მადონა კეკელია. SEU and Science = სეუ და მეცნიერება. საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ. თბილისი, 2018. N 7 (7). გვ. 531-534.

შეძლებს მიიღოს მოკვლევის მიზნებისთვის საჭირო ინფორმაცია ეკონომიკური აგენტის ანტიკონკურენტული ქმედების შესახებ. მკვეთრად გაიმიჯნა სააგენტოსა და მარეგულირებელი ორგანოების ფუნქციები. აიკრძალა სახელმწიფოს ჩარევა ნებისმიერი ფორმით, რომელიც აფერხებს კონკურენციას ან ქმნის მისი შეფერხების საშიშროებას. იზრდება კონკურენციის პოლიტიკის რაოდენობა და სააგენტოს ქმედითობა კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვის ფაქტებთან დაკავშირებული სახელმწიფო დახმარებების კონტროლის წინაშეც, რათა უზრუნველყოფილი იყოს ბაზრის ღიაობა და გამჭირვალობა, ეკონომიკური აგენტების საქმიანობაში დაცულ იქნეს თანასწორუფლებიანობის პრინციპი და ხელისუფლების ორგანო არ აწესებდეს ბაზარზე შესვლის ადმინისტრაციულ, სამართლებრივ და დისრიმინაციულ ბარიერებს და არამართლზომიერად არ ზღუდავდეს კონკურენციას.“[41]

საერთაშორისო ექსპერტების აზრით, ეკონომიკური პოლიტიკის მიზნებისთვის საფრთხის შემცველია არა მხოლოდ ზედმეტი რეგულირება, არამედ რეგულირების უსაზღვრო ლიბერალიზაციაც. „არსებული მდგომარეობის შეფასება გვიჩვენებს, რომ დომინანტ კომპანიას, თუ იგი ქსელის ან მნიშვნელოვანი დამხმარე საშუალებების მფლობელია, საშუალება აქვს რომ გააკონტროლოს სიტუაცია და გავლენა მოახდინოს ფასწარმოქმნის პროცესებზე, შესწევს უნარი:

- შეზღუდული ქსელის ან შეამციროს მომწოდებელთა რაოდენობა;
- შეზღუდოს მომწოდებელთა კონკურენტუნარიანობა;
- შეამციროს მეტოქეობის სტიმულები პროვაიდერებს შორის.

მონოპოლიური ქცევის კონტროლის დღეს არსებული მექანიზმები არ უზრუნველყოფს:

---

[41] გლობალიზაცია, კონკურენცია და თანამედროვე ბიზნესის პერსპექტივები. თამარ თალაკვაძე. ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა. საერთაშორისო სამეცნიერო რეფერირებადი და რეცენზირებადი ჟურნალი. ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტი; ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტი. ბათუმი, 2017. N 2. ტ. IV. გვ. 23-26.

- ბაზარზე შესასვლელი დამაბრკოლებელი გარემოებების აღმოფხვრას, შესვლისა და დამკვიდრების ხარჯების შემცირებას, რაც განაპირობებს ბაზრის მონაწილე ეკონომიკური აგენტების ამ შემთხვევაში მომსახურების მომწოდებელთა რაოდენობის ზრდას.
- ბაზრის მონაწილეთა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას (პირიქით, მონოპოლიური ქმედებების, რომელიც არ წარმოადგენს საკანონმდებლო რეაგირების საგანს, ხშირად იწვევს დაუსაბუთებელი ხარჯების ზრდასა და ეკონომიკური სუბიექტების არათანაბარ პირობებში ჩაყენებას);
- ეკონომიკურ აგენტებს შორის კეთილსინდისიერი მეტოქეობის სტიმულირების გაძლიერებას (პირიქით, გარკვეული ფირმებისათვის შექმნილი უპირატესობების, მომხმარებელთა შეზღუდული მობილობის (ძირითადად გამოწვეულია დომინანტის მხრიდან შემზღუდავი პირობებითა და მომწოდებლის შეცვლასთან დაკავშირებული სირთულეები)) და სხვა მიზეზების გამო.“[42]

საქართველოს მტავრობის სტრატეგიული ამოცანაა ევროგაერთიანების სტრუქტურებში ინტეგრაცია, ქვეყანა გაერთიანდა მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში, სხვა უამრავ საერთაშორისო ორგანიზაციაში მონაწილე სრულუფლებიანი წევრის ან დამკვირვებელის სტატუსით. ყოველივე დღის წესრიგში აყენებს საქართველოში კონკურენციული პოლიტიკის გაჯანსაღების აუცილებლობას და შესაბამისად ზრუნავს მისი ელემენტების განვითარებაზე, როგორიცაა:

- კონკურენციის ცხადი და პროგნოზირებადი წესების არსებობა;
- მათ დაცვაზე ეფექტური სახელმწიფო ზედამხედველობა;
- აღსრულების სანდო და გამჭირვალე პრაქტიკა.

[42] გრიგოლია ნ. კონკურენციული პოლიტიკა და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში. ჟურნალი „სეუ და მეცნიერება“ 2014 №1 (1) გვ 162-166

„თითქმის ყველა საერთაშორისო ექსპერტი თანხმდება მოსაზრებაზე, რომ საქართველოს კონკურენციული კანონმდებლობა საჭიროებს სერიოზულ გადამუშავებასა და სრულყოფას ევროგაერთიანების კონკურენციული სამართლის ნორმების და მისი ახალი წევრების და ევროსტრუქტურებში ინტეგრაციის გზაზე ჩვენი აქტიური მხარდამჭერი ქვეყნების (ლიტვის, ლატვიის, ესტონეთის, პოლონეთის და სხვა) უახლესი გამოცდილების გათვალისწინებით. კონკურენციული პოლიტიკის მთლიანობასა და ეფექტიანობის უზრუნველსაყოფად აუცილებელია შესაბამისი ღონისძიებების გატარება საქართველოს მთავრობის დონეზე, მათ შორის კოორდინირებული მარეგულირებელი და კონკურენციული პოლიტიკის გატარება. კონკურენციული პოლიტიკის გაჯანსაღება მოითხოვს ძლიერ პოლიტიკურ ნებას.“[43]

[43] გრიგოლია ნ. კონკურენციული პოლიტიკა და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში. ჟურნალი „სეუ და მეცნიერება“ 2014 №1 (1) გვ 162-166

დასკვნები:

დამოუკიდებლობის გამოცხადებიდან დღემდე საქართველოში პერმანენტურად იყო მცდელობა ისეთი სამართლებრივი და მარეგულირებელი მექანიზმების შექმნისა, რომლებიც ხელს შეუწყობდნენ კონკურენციის განვითარებას და არ დაუშვებდნენ ბაზარზე მონოპოლიების წარმოქმნას. „მრავალი კანონი და კანონქვემდებარე აქტი იქნა შემუშავებული, რომლებსაც უნდა უზრუნველყო სხვადასხვა ეკონომუკური აგენტების მხრიდან ბაზარზე დომინანტური პოზიციების მოპოვების პროცესის ანალიზი, დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღკვეთა, ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვის მცდელობების გამოვლენა და სამართლიანი კონკურენტული თამაშის წესების დამკვიდრება. სამწუხაროდ, ამის განხორციელება დღემდე ვერ მოხერხდა.

კვლევის ძირითად შედეგად ვაჩვენებთ მას, რომ მარეგულირებელმა სააგენტომ უნდა გამოავლინოს არა მონოპოლისტური ფირმა, არამედ მონოპოლისტური ფასი. თავად მონოპოლიის არსებობა არ ამცირებს საზოგადოების სარგებელს–მხოლოდ მონოპოლიური ფასი წარმოქმნის დანაკარგებს.

მიღებული შედეგის თეორიულ მნიშვნელობას განაპირობებს საკვლევი თემის აქტუალობა, რადგან საზოგადოების დიდი ნაწილი არ იცნობს მარეგულირებელი სააგენტოების საქმიანობას, თუმცა ის ფირმები, რომელთა ქცევაც უნდა დარეგულირდეს, კარგად ერკვევიან იმაში, თუ რა გავლენას მოახდენს რეგულაციები მათზე. ამიტომ, ასეთი ფირმები ცდილობენ პოლიტიკურ პროცესში ჩართვას, რათა რეგულაციები თავიანთ სასარგებლოდ მოირგონ.

სამაგისტრო ნაშრომის პრაქტიკულ ღირებულებას განსაზღვრავს ჩვენი მცდელობა მოვახდინოთ ანტიმონოპოლიური კანონის თეორიულ-მეთოდოლოგიური და პრაქტიკული ასპექტების სრულყოფა.

პესრსპექტიული გამოყენების სფეროდ ვთვლით ქვეყნის შიდა სამეწარმეო გარემოს, ასევე იმ სახელმწიფო ინსტიტუციებს, რომლებიც პასუხისმგებლები არიან ქვეყნის სწორი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის ჩამოყალიბებაზე.

საკითხის შესწავლამ შემდეგი დასკვნების გამოტანის საშუალება მოგვცა:

- კონკურენცია და ჯანსაღი კონკურენციული გარემო საბაზრო ურთიერთობების განვითარების საწინდარია, ამიტომ ქვეყანა, რომელიც საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს აღიარებს, ყველანაირად უნდა ეცადოს, შეიმუშაოს პროგრესული ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა და ხელი შეუწყოს ჯანსაღ კონკურენციას.
- ამრიგად, შესაძლებელია ვიმსჯელოთი იმის შესახებ, რომ ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის მიღება განსაკუთრებით აქტუალურია არა მარტო მაღალგანვითარებად, არამედ განვითარებადი ქვეყნებისთვისაც, სადაც ასეთი კანონმდებლობის არსებობის გარეშე შეუძლებელია ქვეყნის შიგნით წარმოებისა და მომსახურების განვითარების სტიმულირება და საერთაშორისო ბაზარზე გასვლა.
- დღეს უკვე სრულიად ახალ პოლიტიკურ რეალობაში ისახება პრობლემისადმი ახლებური მიდგომისა და მისი ეფექტიანი გადაწყვეტის პერსპექტივები.
- საქმე ის არის, რომ საზოგადოების დიდი ნაწილი არ იცნობს მარეგულირებელი სააგენტოების საქმიანობას, თუმცა ის ფირმები, რომელთა ქცევაც უნდა დარეგულირდეს, კარგად ერკვევიან იმაში, თუ რა გავლენას მოახდენს რეგულაციები მათზე. ამიტომ, ასეთი ფირმები ცდილობენ პოლიტიკურ პროცესში ჩართვას, რათა რეგულაციები თავიანთ სასარგებლოდ მოირგონ.
- კონკურენტული ბაზრისგან განსხვავებით, მონოპოლისტი (ან კარტელური შეთანხმება) ამცირებს პროდუქციის მიწოდებას იმ რაოდენობამდე, სადაც მისი ზღვრული დანახარჯები შეესაბამება ზღვრულ შემოსავლებს. შედეგად, მონოპოლისტური ფასი შეესაბამება მოთხოვნის ფასს, რომელიც წარმოიქმნება

შემცირებულ რაოდენობაზე. ყველა სხვა შესაძლო სიტუაციაში, ფასისა და რაოდენობის ეს კომბინაცია მონოპოლისტს აძლევს მაქსიმალურ შემოსავალს.

- მარეგულირებელმა სააგენტომ უნდა გამოავლინოს არა მონოპოლისტური ფირმა, არამედ მონოპოლისტური ფასი. თავად მონოპოლიის არსებობა არ ამცირებს საზოგადოების სარგებელს – მხოლოდ მონოპოლიური ფასი წარმოქმნის დანაკარგებს.
- სანქციები, ჯარიმები, საფასო შეზღუდვა. შესაძლებელია კი ამ ინსტრუმენტების გამოყენებით საზოგადოებრივი დანაკარგების აღმოფხვრა? ამისათვის – ა) ჯარიმის ოდენობა უნდა იყოს ზუსტად საზოგადოებრივი დანაკარგის სიდიდის და ბ) სააგენტომ ჯარიმით მიღებული შემოსავალი უნდა დაუბრუნოს საზოგადოების იმ ნაწილს, რომელმაც ზარალი ნახა. როგორი „ჭკვიანიც" უნდა იყოს სააგენტო, ის ამ ამოცანის შესრულებას ვერ შეძლებს.
- ყოველივე აღნიშნულის გათვალისწინებით, საუკეთესო შემთხვევაში ვიღებთ საზოგადოებრივ დანაკარგებს + სააგენტოს საქმიანობით წარმოქმნილ დამატებით საზოგადოებრივ დანაკარგებს (რომელიც აღემატება მონოპოლიის დანაკარგებს) + სააგენტოს შენახვაზე გაწეულ დანახარჯებს და დაკანონებულ მონოპოლიებს.
- რადგან პოლიტიკოსები მონოპოლისტური ფასის გამოვლენაში სირთულეს ხედავენ, მსოფლიოში გავრცელებული პრაქტიკით, მარეგულირებელ სააგენტოებს ძირითადად ევალებათ კარტელებთან ბრძოლა, ვინაიდან ფარული შეთანხმების გამოვლენა უფრო მარტივი ამოცანაა, ვიდრე მონოპოლისტური ფასის დადგენა. ფაქტობრივად, სააგენტო საგამომძიებლო საქმიანობითაა დაკავებული და ნაკლებად ებრძვის საზოგადოებრივ დანაკარგებს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. თანამშრომლობა, შეჯიბრება, კონკურენცია . მადონა კეკელია. SEU and Science = სეუ და მეცნიერება. საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ. თბილისი, 2018. N 7 (7). გვ. 531-534.
2. ქართული ლუდსახარშების მედგარი კონკურენცია : ლუდის წარმოების ახალი ტენდენციები. ხატია გელოვანი. Entrepreneur საქართველო . თბილისი, 2018. ივნისი. N 3. გვ. 84-94.
3. გლობალიზაცია, კონკურენცია და თანამედროვე ბიზნესის პერსპექტივები. თამარ თალაკვაძე. ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა. საერთაშორისო სამეცნიერო რეფერირებადი და რეცენზირებადი ჟურნალი. ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტი; ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტი. ბათუმი, 2017. N 2. ტ. IV. გვ. 23-26.
4. კონკურენცია სატრანსპორტო სისტემაში. ლ. ბუბუტეიშვილი, ვ. ხარიტონაშვილი. ტრანსპორტი და მანქანათმშენებლობა : სამეცნიერო–ტექნიკური ჟურნალი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სატრანსპორტო და მანქანათმშენებლობის ფაკულტეტი. თბილისი, 2016. N 2 (36). გვ. 210-213.
5. რაციონალური ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა-ადამიანთა ცხოვრების საუკეთესო ხარისხისათვის. რევაზ ლორთქიფანიძე. ჟურნალი-ეკონომიკა და ბიზნესი. ნოემბერ-დეკემბერი #6. გვ. 45-56. თბილისი 2014.
6. ანტიმონოპოლიური და დარგობრივი რეგულირების ასპექტები. ფეტელავა სლავა. ჟურნალი-ეკონომისტი. გუგუშვილის ეკონ. ინსტიტუტი. ოქტომბერ-ნოემბერი #5. გვ. 22-32. თბილისის 2014.
7. კონკურენციული პოლიტიკა და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში. ჟურნალი-SEU and Science. #1 გვ. 162-166. თბილისი 2014.

8. საქართველოს ანტიმონოპოლიური საქმიანობის გენეზისი. პავლიაშვილი სოლომონ. ჟურნალი-მეცნიერება და ცხოვრება (თბილისის სასწავლო უნ) #2(10) გვ. 12-20. თბილისის 2104.
9. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა ამოქმედდა. იობაშვილი თემურ. ყოველთვიური ჟურნალი მეწარმეებისა და ფინანსისტებისათვის-აუდიტი, აღრიცხვა, ფინანსები. #9(177) გვ. 25-28 თბილისი 2014.
10. როგორი უნდა იყოს ეფექტიანი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა. ლექვინაძე ირაკლი. ჟურნალი-Forbes Georgia. თებერვალი @27. თბილისი 2014.
11. ანტიმონოპოლიური რეგულირების პრაქტიკა. სლავა ფეტელავა, შალვა გოგიაშვილი. გვ.462-468. თბილისი 2013
12. ანტიმონოპოლიური კონტროლი და პასუხისმგებლობა კონკურენციული სამართლის დარღვევისათვის. გოგიაშვილი შალვა. ჟურნალი-ეკონომისტი. დეკემბერი #6 გვ. 25-34. თბილისი 2013.
13. ანტიმონოპოლიური რეგულირების პრაქტიკული სახელმძღვანელო. კვირკვაია მურთაზ. ჟურნალი-ახალი ეკონომისტი. #4 გვ. 86. თბილისი 2013.
14. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის სახეები. სოხაძე კობა. ჟურნალი-სოციალური ეკონომიკა. სექტემბერ-ნოემბერი # 4-5. გვ. 34-36. თბილისი 2013.
15. ანტიმონოპოლიური სამართალი და მისი განვითარების პერსექტივები საქართველოში. სერგია ნიკა. ჟურნალი-ახალი ეკონომისტი. #3 გვ. 74-79. თბილისი 2013.
16. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა და კონკურენცია. დოღონაძე ირაკლი. ჟურნალი-საქართველოს ეკონომიკა. #12 (177) გვ. 24-29. თბილისი 2012.
17. ანტიმონოპოლიური სამსახური დააკანონებს მონოპოლიებს. ცომაია აკაკი. ჟურნალი-ტაბულა. #120 გვ. 44-47. თბილისი 2012.
18. კონკურენციის ახალი პოლიტიკა (ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა). ხალიანი თათია. ჟურნალი-ლიბერალი 15-21 ოქტომბერი #111 გვ. 22-24. თბილისი 2012.

19. „საერთაშორისო გამჭვირვალობა-საქართველო“. ახალი ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა. ჟურნალი-ლიბერალი. #91 გვ, 38-41. თბილისი 2011.

ინტერნეტრესურსები:

1. http://www.economy.ge/?page=ecoreview&s=18

   საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

2. https://www.mof.ge/images/File/Georgia-The%20Outlook_GEO_November%202018.pdf

   საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო

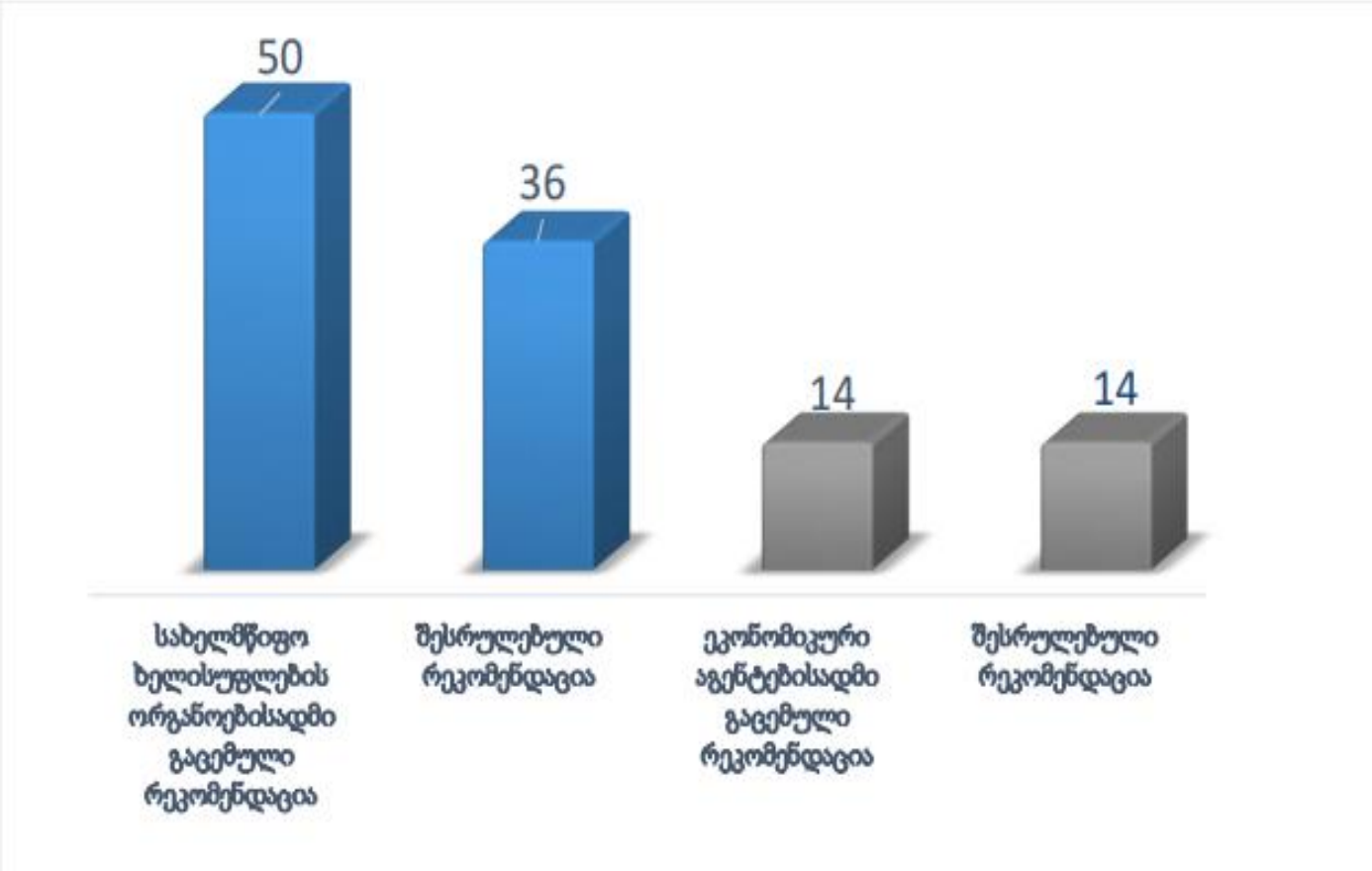
3. კონკურენციის სააგენტოს 2018 წლის საქმიანობის ანგარიში http://competition.ge/images/upload/კონკურენციის%20სააგენტოს%20წლიური%20ანგარიში-ქართული.pdf
   გადამოწმებულია 26.052019

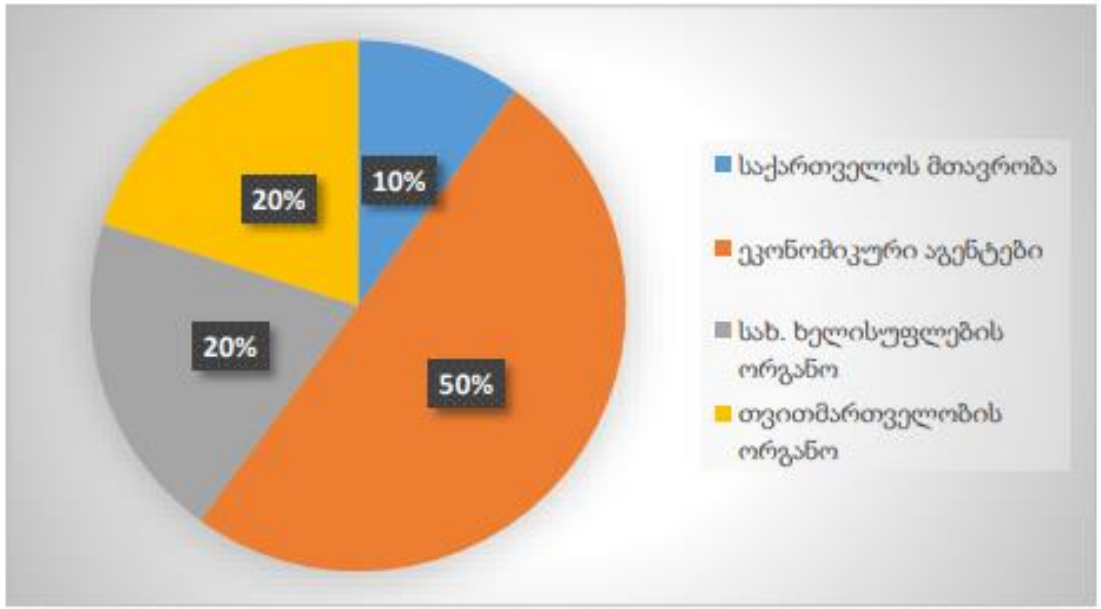
4. კონკურენციის სააგენტოს 2017 წლის საქმიანობის ანგარიში http://competition.ge/images/upload/ანგარიში%202017.pdf
   გადამოწმებულია 26.052019

5. კონკურენციის სააგენტოს 2016 წლის საქმიანობის ანგარიში http://competition.ge/images/upload/კონკურენციის-სააგენტოს-2016-წლის-დეკემბრის-ანგარიში.pdf
   გადამოწმებულია 26.052019

დანართები:

2018 წელს საქართველოს კონკურენციის სააგენტომ განახორციელა 2014-2017 წლებში გაცემული რეკომენდაციების მონიტორინგი



საქართველოს კონკურენციის სააგენტოს მიერ 2017 წლის განმავლობაში გაცემულ იქნა 10 რეკომენდაცია, მათ შორის:

- ეკონომიკურ აგენტებზე გაიცა 5 რეკომენდაცია;
- საქართველოს მთავრობაზე გაიცა 1 რეკომენდაცია;
- სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებზე გაიცა 2 რეკომენდაცია;
- ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებზე გაიცა 2 რეკომენდაცია.