

როგორ ვებრძოლოთ მონოპოლიებს

საქართველოს მთავრობამ კიდევ ერთი ნაბიჯი გადადგა ევროპისაკენ და ანტიმონოპოლიური უწყება კვლავ ატადგინა. თუმცა ამ ახალი აპარატის კომპეტენციები ნამდვილად არ შეესაბამება ევროპულ სტანდარტებს.

ახალ ანტიმონოპოლიურ სამსახურს მხოლოდ დაკვირვებისა და რეკომენდაციების შემუშავების უფლება აქვს. ვინ როგორ შეასრულებს ამ რეკომენდაციებს - ეს ჯერ ჯერობით არავის ადარდება.

კიდევაც რომ მიენიჭოს ამ ახალ სამსახურს სადამსჯელო ფუნქციები - შეძლებს კი მონოპოლიების შეზღუდვას? - მონოპოლიის მთავარი კრიტერიუმია მისი წილი ბაზარზე – თუ ეს მაჩვენებელი 50%-ს აჭარბებს, მაშინ, შეიძლება კომპანია მონოპოლისტად ჩაითვალოს. ასეთ კომპანიას შეუძლია დემპინგური ფასებით კონკურენტები გააკოტროს და შემდეგ ისინი „ჩაყლაპოს“. ასეთი მეთოდით ბაზრის წილის ზრდის პროპორციულად მონოპოლია ფასებსაც ზრდის მომხმარებელთა საზიანოდ.

თუმცა, საქართველოში უფრო მეტად ოლიგოპოლიური სქემა ჩამოყალიბდა – კომპანიები ერთმანეთის გაკოტრებას და ჩაყლაპვას კი არ ცდილობენ დაბალი ფასებით, არამედ ერთობლივად ზრდიან ფასებს და ერთმანეთს მხოლოდ რეკლამით ეჯიბრებიან.

ეს თავისებურება კარგად ჩანს როგორც ფარმაცევტულ, ასევე სანვავის ბაზარზე. არც ერთი ქართული ფარმაცევტული კომპანია არ ფლობს ბაზრის მონოპოლიურ წილს – თუნდაც 30%-ზე მეტს, მაგრამ შეთანხმებულად აძვირებენ მედიკამენტებს. მხოლოდ ერთმა კომპანიამ „ფარმადეპომ“ მონდომა დაბალი ფასებით ადგილის დამკვიდრება ბაზარზე. მას ხელი შეუშალეს სხვადასხვა ხრიკებით - პირდაპირი მუქარით, საიჯარო ფასების გაორმაგებით და ა.შ.

ასე რომ, ქართველი მონოპოლისტები ასეთ პირობას უყენებენ ყველა კონკურენტს – თუ გინდა ბაზარზე დამკვიდრდე – მაშინ, გაყიდე იგივე ფასით, როგორც სხვები და მხოლოდ რეკლამით, ან საქველმოქმედო აქციებით შეეჯიბრე კონკურენტებს.

რა თქმა უნდა, არც რეკლამებში დახარჯული ფული იკარ-



კობა ბინნაძე
ექსპერტი, ჟურნალ „ბიზნესი და კანონმდებლობის“ რედაქტორი

თავისუფალი

გება უკვალოდ – მაგრამ სარეკლამო შემოსავლებით ერთეულები ხეირობენ, მაღალი ფასებით კი მილიონობით ადამიანი ზარალდება. ამავე დროს, ზემოგებების არც ისე დიდი ნაწილი იხარჯება რეკლამებზე. ფასნამატებით მიღებული შემოსავლების დიდი ნაწილი ისევ ერთეულების ჯიბეში იღექება, რაც ამცირებს ერთობლივ მოთხოვნას...

მონოპოლიური ფასნამატები კი ყოველგვარ ევროპულ სტანდარტებს სცილდება. უცხოეთიდან 10 ცენტად შემოტანილი პრეპარატები საქართველოში 1 ლარად მაინც იყიდება, ბენზინის ფასი კი საქართველოში გაცილებით მეტია, ვიდრე ამერიკაში. როგორც ექსპერტებმა დაადგინეს – ევროამერიკული სტანდარტებით დღეს ბენზინი საქართველოში საშუალოდ 1,25 ლარი უნდა ღირდეს, მისი ფასი კი 50-70 თეთრით მეტია.

არადა, ანტიმონოპოლიური კრიტერიუმებით თუ მივუდგებით და სტატისტიკურ მონაცემებსაც დავუჯერებთ – არც ერთ ნავთობკომპანიას არ უჭირავს ბაზრის ისეთი დიდი წილი, რომ ბენზინის ფასები ხელოვნურად გაზარდოს.

ასე რომ, საქართველოს ანტიმონოპოლიური სამსახური ვერ განახორციელებს სადამსჯელო ოპერაციებს ევროამერიკული სტანდარტებით. როგორც წესი, ევროპელებში მონოპოლიურ ქმედებად ითვლება ზემოთაღნიშნუ-



თავისუფალი-მაიტი | 2010

ლი ოპერაცია – დაბალი ფასებით კონკურენტების გაკოტრება და მათი ჩაყლაპვა – ამის შემდეგ კი ფასების მნიშვნელოვანი გაზრდა.

აშშ-ში, როგორც წესი, მონოპოლიად მიიჩნევენ ისეთ კომპანიას, რომელსაც ბაზრის 25%-ზე მეტი უჭირავს. ამერიკის ანტიმონოპოლიური სამსახური რამდენჯერმე ცდილობდა „მაიკროსოფტის“ დაშლას ოთხ კომპანიად, მაგრამ ამ მიზანს ვერ მიაღწია, რადგან, კანონმდებლობა კრძალავს საავტორო უფლებების „დაშლას“.

საქართველოში აღნიშნული კრიტერიუმებით ვერც ერთ კომპანიას ვერ დაადანაშაულებ მონოპოლიურობაში.

ამიტომ უნდა დაკანონდეს ახალი კრიტერიუმი – ეს არის ფასნამატის დონე აუცილებელ პროდუქციაზე.

ელემენტარული სტატისტიკით მტკიცდება, რომ კონკურენტულ ბაზარზე სავაჭრო ფასნამატი მაქსიმუმ 25-30%-ია. საქართველოში კი მონოპოლიური ფას-

ნამატები 100%-საც კი აღწევს. არადა, ასეთი რამ დასაშვებია მხოლოდ ფუფუნების საგნების ბაზრებზე.

პირველადი მოხმარების საგნებზე ასეთი ფასნამატის დანესება – ეს ხალხის ფართო მასების ძარცვაა შუასაუკუნეობრივი მეთოდებით. ფეოდალურ ეპოქაში თავადები გლეხებს არასრულფასოვან მოლაპარაკე პირუტყვებად თვლიდნენ და მათ იმდენს უტოვებდნენ გლეხების ხელით მოყვანილი მოსავლიდან, რომ მუშაობა შეძლებოდათ.

დაახლოებით იგივე პოლიტიკას აწარმოებენ ქართული მონოპოლიები – აუცილებელი მოხმარების საგნებში შემოსავლების დიდ ნაწილს ახდევინებენ ხალხს.

ამიტომ, უნდა შემოვიღოთ კანონი, რომლის მიხედვითაც, პირველადი მოხმარების საგნებზე და მედიკამენტებზე სავაჭრო ფასნამატი 25%-ს (მაქსიმუმ 30%-ს) არ უნდა აღემატებოდეს. ასეთი საქონლის ნუსხაში პირ-

ველ რიგში უნდა შევიდეს ბენზინი, რადგან სანვავზე ფასის გაძვირება ავტომატურად აძვირებს სხვა პროდუქციასაც.

ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა კი თვალი უნდა ადევნოს, რომ კომპანიამ საქართველოში შემოტანის ფასი ხელოვნურად არ გაზარდოს.

ასე რომ, მნიშვნელობა აღარ ექნება, თუ რამდენი კომპანია აკონტროლებს ბაზარს – ერთი თუ ათი – ფასები მაინც დაბალი იქნება.

ასევე გადასახედია ფასების მიბმა მსოფლიო ბირჟებზე. მსოფლიო ფასებს ბირჟაზე მოქმედი რამდენიმე ათეული სპეკულანტი ახდენს, რომლებიც ითვალისწინებენ თვითონ ევროამერიკის მდიდარ ქვეყნებში არსებულ მოთხოვნის დონეს. ამრიგად, ლატაკი ქვეყნების მოსახლეობა იძულებულია იცხოვროს იმ ფასებით, რა ფასებიც მდიდარ ევროპელებს აწყობთ.

მაგრამ არსებობს ფასების დივერსიფიკაციის პრაქტიკაც – მაგალითად, მეზობელი აზერბაიჯანი ბუნებრივ გაზს სხვადასხვა ქვეყნებს განსხვავებულ ფასად აწვდის – ამ ქვეყნების მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობის მიხედვით.

რატომ არ შეიძლება რომ იგივე მოხდეს ბენზინის ბაზარზეც? მეგობრებად შერაცხულ აზერბაიჯანელებთან არ იქნება რთული ისეთი შეთანხმების მიღწევა, რომლის მიხედვითაც, საქართველოს ბენზინი გარკვეული კვოტის ფარგლებში მსოფლიო ფასზე დაბალ ფასად მიენოდებოდეს.

ამ ბენზინით სპეკულაცია ისევ ანტიმონოპოლიურმა სამსახურმა უნდა აღკვეთოს. რა თქმა უნდა ბევრს გაუჩნდება ცდუნება, რომ იაფი ბენზინი თურქეთში გადაყიდოს, მაგრამ საბაჟო სამსახურს არ უნდა გაუჭირდეს ამ სპეკულაციური ნაკადების გაკონტროლება, რადგან, არსებული კანონმდებლობით პროდუქციის ადგილნარმოშობაც და დანიშნულების ადგილიც კონტროლდება.

