

ლევან ქისტაური  
ეკონომიკის დოქტორი, საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა  
ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული  
უნივერსიტეტის პროფესორი  
ტელ.: +995 599308282  
E-mail: [levanikis@yahoo.com](mailto:levanikis@yahoo.com)

ნინო დამენია  
ბიზნესის მართვის დოქტორი, საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა  
ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული  
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი  
ტელ.: +995 599712284  
E-mail: [n.damenia@sangu.edu.ge](mailto:n.damenia@sangu.edu.ge)

კონკურენციის პრობლემატიკის ზოგიერთი ასპექტები ქართულ და  
აშშ-ს ბაზრებზე

საკვანძო სიტყვები: კონკურენცია, ანტიმონოპოლიური  
რეგულირება, გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი

საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთი ძირითადი პრინციპი კონკურენციაა. სტიმული, რაც აიძულებს საწარმოს ჩაერთოს კონკურენტულ ბრძოლაში, არის სწრაფვა, მოიპოვოს უპირატესობა სხვასთან შედარებით მოგების მაქსიმიზაციის მიზნით. იმისთვის, რომ კონკურენციას გაუძლოს, მეწარმე ვალდებულია, ხარჯების შემცირების მიზნით, დანერგოს ახალი ტექნოლოგიები, რაციონალურად დახარჯოს რესურსები, აამაღლოს პროდუქციის ხარისხი, რითაც მოგებული რჩება მიმწოდებელიც და მომხმარებელიც. კონკურენტულ ბრძოლაში მარცხი უამრავ პრობლემასა და თავსატეხს უჩენს მეწარმეს, ამიტომ, მკაცრი კონკურენციის თავიდან ასაცილებლად კომპანიები თანხმდებიან და საკუთარ ფასებს კარნახობენ ბაზარს. ცნობილი ავსტრიელი ეკონომისტის ფ.ა. ჰაიეკის აზრით, კონკურენცია ახლის შეცნობის პროცედურაა, რაც დამახასიათებელია ევოლუციისათვის მისი ყველა ფორმით. იგი აიძულებს ადამიანს უნებლიედ ჩაერთოს ახალ

სიტუაციაში, რადგანაც ზრდადი კონკურენციით თანდათან მაღლდება ეფექტიანობაც.

XXI საუკუნის პირველი ათწლეული, ისევე როგორც გასული საუკუნის ბოლო წლები მსოფლიო ეკონომიკაში გლობალიზაციის ნიშნის ქვეშ მიმდინარეობს. გლობალიზაცია კი თავის მხრივ, ამარტივებს რესურსებისა, საქონლის და მომსახურების მოძრაობას და შესაბამისად, უფრო მკვეთრად წარმოაჩენს იმის აუცილებლობას, რომ ეროვნულმა ეკონომიკებმა აწარმოონ ისეთი ხარისხისა და ფასის საქონელი და მომსახურება, რომლითაც შეძლებენ კონკურენტულ ბრძოლაში მიაღწიონ წარმატებას. თუ ლოკალურ ბაზრებზე წარმატების მიღწევა, გარკვეული პირდაპირი ან ირიბი ჩარევით შესაძლოა უფრო მარტივი იყოს, რეგიონული და მით უფრო გლობალური ბაზრები მნიშვნელოვნად ართულებენ ამ მიზნის მიღწევას.

როდესაც ბაზარზე სრულყოფილ კონკურენციაზე ვსაუბრობთ, არ ვგულისხმობთ, რომ სახელმწიფო განზე უნდა იდგეს და საერთოდ არ მონაწილეობდეს ბაზრის ფუნქციონირებაში. ზოგიერთ შემთხვევაში ეს აუცილებელიც არის, ინფორმაციის ასიმეტრიულობითა და უარყოფითი გარეგანი ეფექტებით გამოწვეული საბაზრო ჩავარდნის (market failure) თავიდან ასაცილებლად. კონკურენცია ინფლაციის შემცირების გზით ხელს უწყობს ეკონომიკურ ზრდას, როგორც სექტორულ, ასევე აგრეგირებულ დონეზე, ხსნის ბაზარს ახალი შემომსვლელებისთვის და ზრდის ინვესტიციების და მომხმარებლების ნდობას.

დღეისათვის საქართველოსათვის კონკურენტულ უპირატესობის მიღწევის გზაზე ხელისშემლელ ფაქტორებად შეიძლება მივიჩნიოთ: მოსახლეობის ცხოვრების დაბალი დონე და შესაბამისად დაბალი მსყიდველობითუნარიანობა; დაზოგვის დაბალი ნორმა და შესაბამისად შიდა ინვესტიციების დაბალი დონე; კრედიტებზე მაღალი საპროცენტო განაკვეთი და არასატარიფო ბარიერების არსებობა; წარმოებული პროდუქციის მაღალი ენერგოტევადობა და მაღალი ფასი ენერგომატარებლებზე; დაბალი ტექნოლოგიური დონე; მეტ-ნაკლებად მოძველებული მოწყობილობა-დანადგარები; იაფი, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში დაბალი კვალიფიკაციის მუშახელი; მონოკუპულტურული, ყოფილ საბჭოთა ბაზარზე ორიენტირებული

სოფლის მეურნეობა; რესურსული დამოკიდებულება; სუსტი ინფრასტრუქტურა და ა.შ.

ამასთან, დღეისათვის საქართველოს აქვს კონკურენტული უპირატესობებიც: კლიმატური პირობები; გეოგრაფიული მდებარეობა; ლიბერალური კანონმდებლობა.

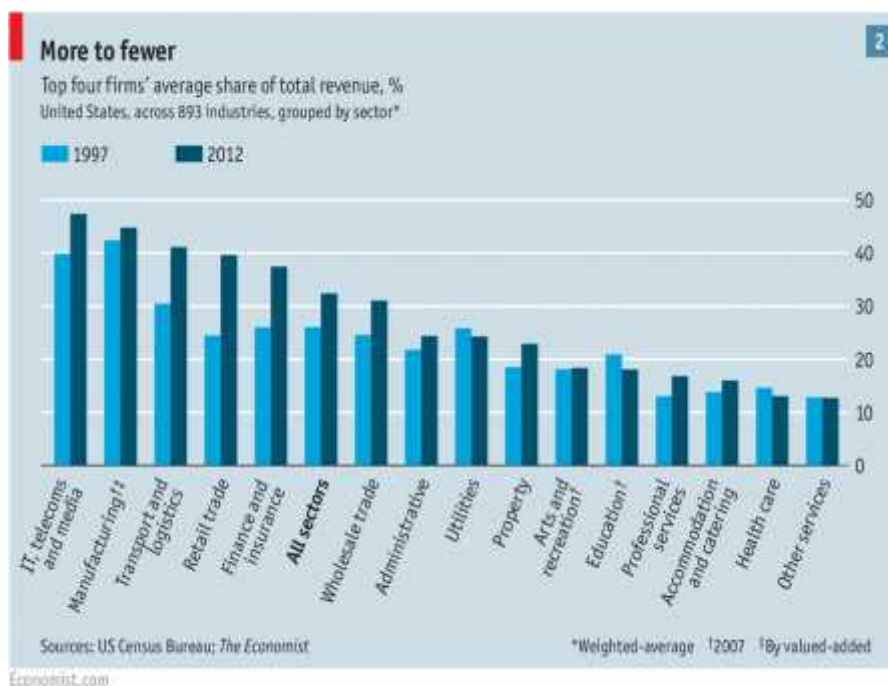
მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა 2017-2018 წლის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ახალი რეიტინგი გამოაქვეყნა, რომლის თანახმადაც, 137 ქვეყანას შორის საქართველო 4,3 ქულით 67-ე ადგილს იკავებს. 2017-2018 წლის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ახალი რეიტინგის მიხედვით, პირველ პოზიციას 5,9 ქულით შვეიცარია იკავებს, მომდევნო პოზიციაზეა აშშ 5,9 ქულით, ასევე სინგაპური 5,7 ქულით. მეოთხე და მეხუთე ადგილზეა ნიდერლანდები და გერმანია, რომელთაც 5,7 ქულა აქვთ. გლობალური კონკურენტუნარიანობის რეიტინგის თანახმად, საქართველოში ბიზნესის კეთებისათვის ყველაზე პრობლემატურ ფაქტორებს შორის პირველი ადგილი უკავია არაკვალიფიციურ მუშახელს, მეორე – წვდომას ფინანსებთან, მესამე – ინფლაციას, მეოთხე – ცუდ სამუშაო ეთიკას ეროვნულ შრომით ძალაში, მეხუთე კი არასაკმარისი მოცულობა ინოვაციაზე.

2014 წლის აპრილში, კონკურენციის სააგენტო შექმნის მიზანი იყო ხელი შეწყობოდა ქვეყანაში ბაზრის ლიბერალიზაციას, თავისუფალ ვაჭრობასა და კონკურენციას და ბაზარზე მონოპოლიის აღმოფხვრას.

რადგან საქართველოს ბაზარზე სრულყოფილი კონკურენცია არ არსებობს, ყველა იმ საქონელს, რომელსაც თითქმის ყოველდღიურად მოვიხმართ ერთი და იგივე ფასი აქვს და თანაც ძალიან მაღალი. რეალურად საქართველოს ბაზარი ყველაზე ახლოს ოლიგოპოლიასთანაა, რაც არსებითად იგივე მონოპოლიაა, თუმცა მათი ორგანიზაციული და ფუნქციური ხასიათი განსხვავდება. მონოპოლიური ფასებია ნავთობპროდუქტების ბაზარზე, ფარმაცევტულ ბაზარზე, რკინიგზაზე, ელექტრომომარაგებაში, წყალმომარაგებაში, კავშირგაბმულობაში.

რაც შეეხება აშშ-ის ბაზარს, სხვადასხვა სახის თეორიებზე დაყრდნობით შესაძლოა მოვიყვანოთ უამრავი მაგალითი,

რომელიც აშშ-ის ბაზარზე შემნილ დღევანდებლობას ასახავს და აქ შექმნილ არცთუ ისე სახარბიელო სიტუაციაზე მეტყველებს. მიუხედავად დიდი პოპულარობისა, Apple, Amazon, Google, Microsoft და Facebook-ი ხშირად ხდებიან ეკონომისტების, იურისტების, მკვლევრებისა და პოლიტიკოსების კრიტიკის ობიექტი, ისინი უმეტესად მოცემულ კომპანიებს ადანაშაულებენ მათი მასშტაბისა და სიძლიერის გამოყენებაში კონკურენციის შეზღუდვის მიზნით. დიდი ხნის წინათ ევროპელი კრიტიკოსების ყურადღება მიიპყრო ამ ტექნოლოგიური გიგანტების მიღწევებმა, მაგრამ ეს უფრო ფართო სიუჟეტის მხოლოდ ნაწილს წარმოადგენდა და ამერიკის ეკონომიკისთვის მსხვილი ბიზნესის ნაწილში დამახასიათებელ დაბალი კონკურენციის შემაშფოთებელ ფენომენზე მიუთითებდა.



უდავოა რომ ინდუსტრიების უმეტესობა ხდება უფრო კონცენტრირებული. მსხვილი კომპანიები ფლობენ მთლიანი ინდუსტრიის შემოსავლების უმეტეს წილს და იღებენ მათ მიერ განხორციელებული ინვესტიციების შესაბამის მოგებას. ეს ცალსახად

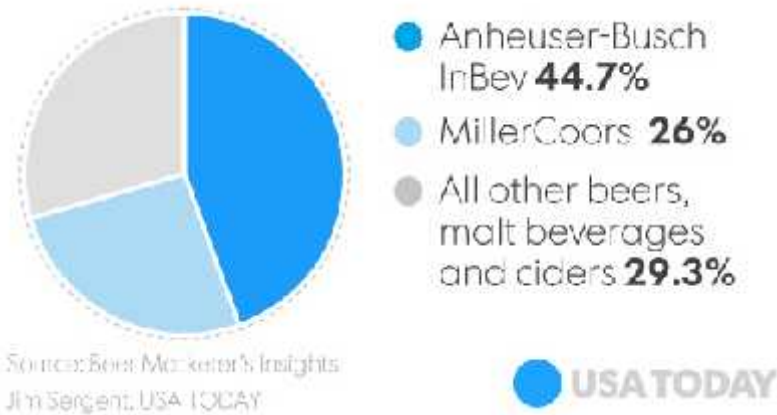
არ ნიშნავს ცუდს. კონცენტრაცია და დიდი მოგება შეიძლება იყოს მისასალმებელი, რამდენადაც მასთან ასოცირდება ტექნოლოგიური ინოვაციების მიღწევები. ჩვენ ვცხოვრობთ გამარჯვებულთა სამყაროში სადაც წარმატებას აღწევს ის, ვინც ინოვაციური პროდუქტის საფუძველზე ფლობს ბაზრის მეტ წილს, ასეთებია სწორედ Amazon, Apple, Facebook, Mikrosoft და Google. ბოსტონის უნივერსიტეტის პროფესორის ჯეიმს ბესენინის განცხადებით, მაღალტექნოლოგიური ინდუსტრიის მსხვილი ფირმების მიერ მიღებული შემოსავლების მზარდი წილი აიხსნება ამ ფირმების მიერ საჭიროებებზე ადაპტაციის და ერთიანი მიზნისკენ სვლის უკეთესი უნარით: „ისინი დიდები არიან იმიტომ, რომ ისინი უკეთესები არიან“.

თუმცა უნდა აღინიშნოს იმ უარყოფითი შედეგების შესახებაც, რაც თან ახლავს ბაზარზე მსხვილი კომპანიების კონცენტრირებას. კონცენტრაცია ხშირად ასოცირდება ანტიკონკურენციულ ძალებთან, რადგან იქ სადაც დომინანტი კომპანიები თავისუფლად განკარგავენ ბაზარზე შესვლას და ბაზრიდან გასვლას, შეუძლებელია თავი არ იჩინოს ასეთმა ნეგატიურმა მოვლენებმა. კვლევები ცხადყოფს, რომ ისეთი დარგები როგორებიცაა ავიაგადაზიდვები, ლუდისა და ფარმაცევტული საშუალებების მწარმოებელი კომპანიები, საავადმყოფოები და სხვა, ფლობენ საკმაო ძალაუფლებას იმისათვის, რათა გააკონტროლონ ბაზრის სხვა მონაწილეები და ხელი შეუშალონ მათ კონკურენტებად ჩამოყალიბებაში. ამიტომაცაა რომ გამარჯვებულები კიდევ უფრო მეტად დომინირებენ, შესაბამის სეგმენტში შემომავალ მეწარმეთა რაოდენობა კი თანდათან იკლებს. ყოველივე ეს კი განაპირობებს პროდუქტიულობის შემცირებას, ხელფასის სტაგნაციასა და მხვილ და მცირე ფირმებს შორის არსებული დისტანციის კიდევ უფრო გაფართოებას.

ათი წლის წინ აშშ-ის 4 უმსხვილეს ავიაკომპანიაზე მოდიოდა ინდუსტრიის საერთო შემოსავლების 41%, დღეს კი იგივე მაჩვენებელი 65%-ს აღწევს. იგივე ეხება საავადმყოფოებს, რომელთა 65% ძლიერად კონცენტრირებული იყო ჯერ კიდევ 1990 წელს, დღეს კი ეს მაჩვენებელი 90%-ს აღწევს. მსგავსი სიტუაციაა ლუდის მწარმოებელ კომპანიებს შორისაც, სადაც ლუდის მწარმოებელი 4

უმსხვილესი ფირმა იკავებს ბაზრის 90%-ს, მიუხედავად ამერიკული ლუდის ბრენდებს შორის არსებული განსხვავებებისა. არსებობს გამონაკლისი შემთხვევებიც, მაგალითად, ამერიკელი ეკონომისტი ლოურენს ვაითის კვლევის თანახმად ეკონომიკური კონცენტრაციის მაჩვენებელი 1980-იანი წლების დასაწყისიდან 1990-იანი წლების ბოლომდე განიცდიდა კლებას, რასაც ვერ ვიტყვით 2017 წლის იმავე მაჩვენებელზე. შედეგად ვაითი აღნიშნავდა „ზომიერი, მაგრამ მუდმივი საერთო კონცენტრაციის“ ცნების არსებობის შესახებ. გამოკვლეული 893 ინდუსტრიიდან დაწყებული მაღლის საკვებით და დამთავრებული საცხოვრებლის, ავიაკომპანიებისა და საკრედიტო ბარათების ინდუსტრიით, მათი 2/3 2007 წლიდან მოყოლებული მუდმივ ზრდას განიცდის. მზარდი კონცენტრაციისთვის დამახასიათებელ ნიშნებს, როგორც წესი, მიეკუთვნება კონკურენციის შემცირება და დომინანტური ფირმების საბაზრო ძალაუფლების ზრდა არსებულ ბაზრებზე. დღესდღეობით მოგება მაღალია ისეთ ინდუსტრიებში, სადაც ბაზრის მონაწილეთა რაოდენობის შემცირება განაპირობებს დანარჩენ მონაწილეთა წილის სწრაფ ზრდას. უახლესი გამოკვლევების თანახმად საშუალო ფასნამატი, ანუ სხაობა საბაზრო ფასსა და პროდუქტის თვითღირებულებას შორის განსაკუთრებით სწავად იზრდება ამერიკულ ბიზნესში ყველაზე უფრო მომგებიან ფირმებს შორის. ფასნამატის მაჩვენებელმა 1980 წლიდან 2014 წლამდე 49%-იანი ზრდა განიცადა და 18%-დან 67% -მდე გაიზარდა. ეს მომგებიანია აქციონერებისთვის, მაგრამ უარყოფითად აისახება მომხმარებლებზე და ზოგადად ქვეყნის ეკონომიკაზე. ეკონომიკური თეორიების თანახმად, ოლიგოპოლიური ინდუსტრიები ხელს უწყობენ ფასების ზრდას და კეთილდღეობის შემცირებას. იმის განსაზღვრისას, თუ რამდენად აქვს ადგილი კონკურენციის შემცირებას, ფასების ცვლილებაზე დაკვირვებისას ზოგიერთი მკვლევარი ზუსტ პასუხს იძლევა. მაგალითად შარათ განაპატი, რომელიც აკვირდებოდა მონაცემებს 1972 წლიდან 2012 წლამდე ასკვნის, რომ წარმოების კონცენტრაცია ურო მაღალ ფასებთანაა მჭიდრო კავშირში, რაც შეესაბამება კონკურენციის შემცირებას, ეს უკანასკნელი კი განაპირობებს კეთილდღეობის შემცირებას. რელობა ცხადყოფს, რომ კონკურენციის შესუსტებით

გამოწვეული ინდუსტრიის კონცენტრირება ზღუდავს ქვეყნის ინოვაციურობისკენ, სამუშაო ადგილების შექმნისა და საერთო დინამიური ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფის უნარს. კონკურენციის შემცირების საერთო სურათის მიუხედავად, ყოველთვის ადვილი არ არის იმის განსაზღვრა ინდუსტრიის შიდა მდგომარეობა რამდენად ან საერთოდ ვნებს თუ არა მომხმარებელს. ზოგიერთ ინდუსტრიაში კონცენტრაცია უფრო მეტად ანტიკონკურენციული ქცევითაა განპირობებული, ვიდრე ნაკლებად ინოვაციური ბაზრის მონაწილეების საქმიანობით. განვიხილოთ ლუდის მაგალითი. მიუხედავად იმისა რომ ამერიკულ ლუდის ბაზარზე უმარავ მწარმოებელს შევხვდებით, აქ მაინც 2 მწარმოებელი დომინირებს Anheuser-Busch InBev (Beck's, Budweiser, Corona, Michelob, Stella Artois) და MillerCoors (Blue Moon, Coors, Miller, Molson). უკანასკნელი გამოკვლევების თანახმად, ლუდზე მზარდ ფასებს სწორედ ინდუსტრიაში არსებული მზარდი კონცენტრაციის პრობლემა განაპირობებს. მაგალითად როდესაც SABMiller-მა და MolsonCoors-მა 2008 წელს ერთობლივი საქმიანობა დაიწყეს, ლუდის ბაზარზე, ფასები მნიშვნელოვნად გაიზარდა არა მხოლოდ მათ მიერ წარმოებულ ლუდზე, არამედ მათი კონკურენტი Anheuser-Busch-ის მიერ წარმოებულ პროდუქტზეც. ეკონომისტების ნათან მილერის და მათეუ ვეინბერგის შეფასებით გაერთიანების შედეგად ფასების ზრდამ 6-8%-მდე შეადგინა და კონკურენტი ლუდის მწარმოებლებსაც უბიძგა ლუდზე ფასების ზრდისკენ. 2015 წელს, იუსტიციის დეპარტამენტმა Anheuser-Busch-ის გაერთიანების მიზნების კორპორატიულ დოკუმენტზე დაყრდნობით განაცხადა, რომ ლუდის მწარმოებლების საფასო პოლიტიკა „ფასების კონტროლისა და კოორდინაციის სახელმძღვანელოს“ უფრო წარადგენდა ვიდრე კომპანიის მიერ ლუდზე ფასების დაწესების წინასწარ შეთანხმებას.



საყურადღებოა კომპანიების ის დარჩენილი ნაწილი რომელიც ნაკლებად მიმართავს ინოვაციას საკუთარ საქმიანობაში. მაშინ როდესაც კორპორაციები საკუთარ საბაზრო ძალაუფლებას მარეგულირებელი პოლიტიკისა და გარემოს ფორმირებისთვის იყენებენ კონკურენციის შემცირების მიზნით, ბაზარზე რეალური პრობლემები იჩენს თავს. სამწუხაროდ, საკმარისი მტკიცებულება არსებობს იმისთვის რომ აშშ-ის ეკონომიკის მნიშვნელოვანი წილი კონკურენციის ნაკლებობას განიცდის.

ბოლო 25 წლის განმავლობაში, ათასობით შერწყმისა და ერთობლივი საწარმოების დაარსების რეტროსპექტიული კვლევის საუბველზე შეიძლება ითქვას, რომ ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა ძალიან ტოლერანტული აღმოჩნდა როგორც ცალკეული შერწყმის, ისე გაერთიანების დაშლის შედეგად წარმოქმნილი სუბიექტების საქმიანობის მიმართ. შემცირებულმა ყურადღებამ შერწყმის იმ მსურველების მიმართ, რომლებიც ბაზრის მცირე წილს ფლობდნენ, განაპირობა კიდევ უფრო მეტი შერწყმის ფაქტი, რაც რა თქმა უნდა ისეთივე არაკონკურენტული ბაზრების წარმოქმნის საფუძველს ქმნის, როგორსაც დომინანტური კომპანიების შერწყმა.

რაც უფრო მეტად ვითარდება ქვეყნის ეკონომიკა, მით უფრო რთულ პრობლემებს აწყდება იგი. როგორ უნდა აღუდგეს ხელისუფლება წინ ახალი ციფრული გიგანტების უპრეცედენტო გავლენებს, რომელიც მიმართულია კონკურენტების შთნთქმისკენ. უნდა იყოს თუ არა ხელისუფლება სკეპტიკურად განწყობილი იმ შერწყმების



მიმართ რომლებიც კონკურენციის შემცირებისკენაა მიმართული და გულისხმობს თუ არა იგი ერთი კომპანიის მიერ მსგავს ბაზარზე მოქმედ კონკურენტთან შერწყმას. როგორ უნდა მოიქცეს მაშინ, როცა მსხვილი ფირმა მთლიანდ შთონთქავს ისეთ მცირე ფირმას, რომელსაც ზრდის პოტენციალი აქვს? ეკონომიკა მკვეთრად კონცენტრირებულია და ფაქტები რომლებიც კონკურენციის შემცირებაზე მეტყველებს კიდევ და კიდევ იმატებს. შერწყის ფაქტები, რომლებიც წარსულში იმდენად მცირე იყო, რომ ანტიმონოპოლიური რეგულაციების ყურადღებას არ იქცევდა, დღეს გაცილებით მნიშვნელოვანმა მაგალითებმა ჩაანაცვლეს, ასეთია მაგალითად კომპანია WhatsApp, რომელსაც წელიწადში ასეული მილიონი ახალი მომხმარებლის მოზიდვის საშუალება აქვს. ახალი ტექნოლოგიური გიგანტების უნარი, გამოიყენონ მათი ძლიერი კავშირები და მონაცემები კონკურენციის წინააღმდეგ დღესდღეობით იმ უდიდეს გამოწვევებს შორისაა, რომლის წინაშეც ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა დგას.

ინდუსტრიული კონსოლიდაციის ზრდის შემაშფოთებელი ასპექტების წინააღმდეგ ბრძოლა მხოლოდ ანტიმონოპოლიური ძალების გზით შეუძლებელია. აუცილებელია კანონმდებლების მიერ შესაბამისი რეგულაციების დაწესება ანტიკონკურენტული საქმიანობის წინააღმდეგ. როგორც ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაცია აცხადებს აშშ ბევრად აქტიურად მოღვაწეობს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკის განსახორციელებლად ვიდრე ბევრი სხვა განვითარებული ეკონომიკის მქონე ისეთი ქვეყნები, როგორებიცაა ავსტრალია, კანადა, საფრანგეთი, გერმანია და იაპონია.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ ამერიკის ეკონომიკა საჭიროებს პოლიტიკურ თავდადებას კონკურენციის დასაცავად, რათა უზრუნველყოს პროდუქტიულობის ზრდა და ცხოვრების სტანდარტის გაუმჯობესება, მაშინაც კი როდესაც ბიზნესმენების ინტერესები საწინააღმდეგოდაა მიმართული. აშკარაა რომ ქვეყანაში შექმნილი სიტუაციის გამოსასწორებლად აუცილებელია შესაბამისი ანტიმონოპოლიური რეგულაციის სრულყოფა და ამოქმედება. აშშ-ს მოქმედებები ანტიმონოპოლიური რეგულირების მიმართულებით განსაკუთრებით გაიზარდა გასული საუკუნის

განმავლობაში. 1950-1960-იან წლებში, შერწყმის მსურველი თუნდაც მცირე კომპანიების საქმიანობა რომელიც კონცენტრაციის ზრდისკენ არც თუ ისე აშკარად იყო მიმართული, ყვეყნის მხრიდან მწვავე გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა. იურისტ-მოსამართლეებმა რობერტ ბორკმა და რიჩარდ პოზნერმა და ნობელის ლაურეატებმა ეკონომისტმა ჯორჯ სტიგლერმა და ოლივერ უილიამსონმა ამ ცვლილებს ინტელექტუალური საფუძველი ჩაუყარეს, რომელიც მოგვიანებით 1980-იანი წლების დასაწყისში გავრცელდა პოლიტიკის არენაზე და სასამართლოში.

საქართველოში კონკურენტუნარიანობა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეკონომიკური პრობლემაა. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ეკონომიკური იდეოლოგია ლიბერალიზმია, სახელმწიფო მაინც იტოვებს უფლებამოსილებას გარკვეული პროცესების რეგულირებაში. სამწუხაროდ, საქართველოს არ აქვს ის სტრატეგიული დოკუმენტი, რომლის მიხედვით შესაძლებელია კონკურენტუნარიანობის პრობლემის აღმოფხვრა. სტრატეგიის სწორად განსაზღვრა კი წარმატების მიღწევის ერთ-ერთი სერიოზული ფაქტორია.

კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის მნიშვნელოვანია ინვესტიციების მოზიდვა, საკუთრების უფლების დაცვა, საბაჟო პროცედურების გამარტივება, თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეწყობა, ინფრასტრუქტურის განვითარება და სხვა. ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს მისაღწევად აუცილებელია სახელმწიფოს აქტიურობა. სწორედ სახელმწიფომ უნდა შეუქმნას ბიზნესს ჩამოყალიბება-განვითარებისთვის ოპტიმალური პირობები: ქვეყანაში უზრუნველყოს პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური სტაბილურობა და შექმნას კონკურენტული გარემო. კონკურენტული გარემოს შექმნა თავისთავად წარმოადგენს მაღალკვალიფიციური, კონკურენტუნარიანი შრომითი რესურსების მოთხოვნის განვითარების შესაძლებლობას.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. რევაზ გველესიანი, ირინა გოგორიშვილი - ეკონომიკური პოლიტიკა, თბილისი, 2012წ.;
2. საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი და პერსპექტივები. ნოდარ ხადური. თბილისი 2010 წ.;
3. ბიზნეს გარემო და სახელმწიფოს როლი მის გაუმჯობესებაში - ირაკლი პაპავა. თბილისი 2015 წ.;
4. საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ 2014;
5. <http://competition.ge/>;
6. <http://bpn.ge/>;
7. <http://loi.ge/ka/eco/post/79/>;
8. <http://forbes.ge/blog/110/konkurenciis-rol-i-sabazro-ekonomikaSi/>;
9. The Global Competitiveness Report 2017–2018. <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>;
10. Harvard Business Review; “Is lack of competition Strangling U.S economy? “ By David Wessel, FROM THE MARCH–APRIL 2018 ISSUE. <https://hbr.org/2018/03/is-lack-of-competition-strangling-the-u-s-economy>;
11. Center for Stateless Society; Charles Johnson; March 26<sup>th</sup>, 2017.

**Levan Kistauri**  
**Doctor of Economics**  
**Professor, St. Andrew the First-Called Georgian University of the**  
**Patriarchate of Georgia**  
**Mob.: +995 599308282**  
**E-mail: [levanikis@yahoo.com](mailto:levanikis@yahoo.com)**

**Nino Damenia**  
**Doctor of Business Management,**  
**Associated Professor, St. Andrew the First-Called Georgian University**  
**of the Patriarchate of Georgia**  
**Mob.: +995 599712284**  
**E-mail: [n.damenia@sangu.edu.ge](mailto:n.damenia@sangu.edu.ge)**

**Some aspects of the competition problems in Georgian and US markets.**

**Keywords:** Competition, antimonopoly regulation, global competitiveness rating

#### **Abstract**

One of the basic principles of market economy is competition. Stimulus that forces enterprise to engage in a competitive struggle is the desire to gain superiority for the purpose to maximize profit. The more the US economy develops, the more problems appear. The ability of new technological giants to use their strong connections and data against competition is now among the greatest challenges facing antimonopoly policies. As for Georgia, despite the fact that the country's economic ideology is liberalism, the state still retains the power to regulate certain processes. American economy needs political commitment to protect competition, to ensure growth of the productivity and to improve American standard of living. In order to fix the situation in the country, it is necessary to develop and activate the appropriate antimonopoly regulation. In order to achieve a healthy competitive environment in Georgian reality, it is necessary for the state to interfere. It should create the optimal conditions for establishment and development of business processes, namely to provide political, economic, social stability in the country and create a competitive environment.