

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

მ. ლომსაძე-კუჭავაძე

# საბაზრო ეკონომიკა



დამტკიცებულია სტუ-ს

სარედაქციო

საგამომცემლო

საბჭოს მიერ

თბილისი  
2006

წიგნის მიზანია სტუდენტებს და დაინტერესებულ მკითხველს გააცნოს საბაზრო ეკონომიკის ძირითადი პრინციპები და თავისებურებები, მასშიმოქმედი პროცესები და ფაქტორები. იმაზე, თუ რამდენად ექნება საზოგადოების თითოეულ წევრს და, პირველ რიგში, ხელისუფლების წარმომადგენელს გათავისებული საბაზრო ეკონომიკის არსი ბევრადაა დამოკიდებული ქვეყნის ეკონომიური მდგომარეობა, ცხოვრებისა და უმუშევრობის დონე, ეროვნული შემოსავალი, ფულადი სისტემის სიმყარე და საბოლოო ჯამში ქვეყნის სიძლიერე.

რეცენზენტები: 1. პროფ. ნ.სამსონია,  
2. დოც. თ.კილაძე

© გამომცემლობა “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, 2006  
ISBN 99940-56-82-4

## შ ი ნ ა ა რ ს ი

	შესავალი . . . . .	5
<b>თავი I.</b>	<b>საბაზრო ეკონომიკის არსი</b>	
1.1	ეკონომიკური აზროვნება . . . . .	6
1.2	ეკონომიკური მოდელები . . . . .	9
1.3	საბაზრო ეკონომიკის არსი და ძირითადი ნიშნები . . . . .	14
<b>თავი II.</b>	<b>ბაზარი და მისი ფუნქციები.</b>	
2.1	საბაზრო მოთხოვნა და მიწოდება . . . . .	16
2.2	მოთხოვნის განრიგი და მრული . . . . .	21
2.3	მიწოდების განრიგი და მრული . . . . .	24
2.4	მიწოდების და მოთხოვნის მრუდეების გადაადგი- ლებები . . . . .	27
<b>თავი III.</b>	<b>ბაზრები და კონკურენცია.</b>	
3.1	ბაზრის სახეობები. კონკურენტული ბაზრები . . . . .	32
3.2	ბაზრის წონასწორობა . . . . .	34
3.3	წონასწორობის ცვლილების ანალიზი . . . . .	37
<b>თავი IV.</b>	<b>ელასტიური ბაზარი.</b>	
4.1	მოთხოვნის და მიწოდების ელასტიურობა, მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები . . . . .	40
4.2	მთლიანი შემოსავალი და მოთხოვნის ელასტიუ- რობა შემოსავლის მიხედვით . . . . .	45
<b>თავი V.</b>	<b>მონოპოლია და ოლიგოპოლია.</b>	
5.1	მონოპოლია ბაზარზე . . . . .	47
5.2	ბუნებრივი მონოპოლია . . . . .	51
5.3	მონოპოლისტური კონკურენცია . . . . .	53
5.4	ოლიგოპოლია . . . . .	55
5.5	კონკურენტული ბაზარი . . . . .	59
<b>თავი VI.</b>	<b>ბაზარი და საგადასახადო სისტემა.</b>	
6.1	საგადასახადო სისტემის არსი და დანიშნულება. . . . .	62
6.2	გადასახადის მოცულობა . . . . .	65
<b>თავი VII</b>	<b>შრომის ბაზარი და მისი რეგულირება.</b>	

7.1	შრომის ბაზრის სტრუქტურა . . . . .	69
7.2	მიწოდება და მოთხოვნა შრომის ბაზარზე . . . . .	72
7.3	შრომის ბაზრის რეგულირება . . . . .	75
<b>თავი VIII</b>	<b>დანაზოგები და ინვესტიციები.</b>	
8.1	დანაზოგები და ფინანსური სისტემა . . . . .	78
8.2	ინვესტიციები და ფინანსური ბაზრები . . . . .	82
8.3	ინვესტიცია და მისი ეფექტურობის განსაზღვრა . . . . .	86
<b>თავი IX.</b>	<b>მონეტარული სისტემა.</b>	
9.1	ფულის მნიშვნელობა . . . . .	90
9.2	ფულის მიწოდება, მოთხოვნა ფულზე . . . . .	94
<b>თავი X.</b>	<b>ინფლაცია და მისი მიზეზები.</b>	
10.1	ინფლაციის არსი . . . . .	96
10.2	ინფლაციის მიზეზები და გამომწვევი ფაქტორები. . . . .	101
<b>თავი XI</b>	<b>ეროვნული შემოსავალი და ცხოვრების დონე.</b>	
11.1	ეროვნული შემოსავლის არსი . . . . .	101
11.2	ბიუჯეტი და სბაზრო ეკონომიკა . . . . .	104
11.3	სამომხმარებლო ფასების ინდექსის გამოთვლა . . . . .	106
11.4	ცხოვრების დონის განსაზღვრა და მისი თავისებურებები . . . . .	112
<b>თავი XII</b>	<b>ქვეყნის ეკონომიური მდგომარეობა და უმუშევრობა.</b>	
12.1	უმუშევრობის დონის განსაზღვრა . . . . .	114
12.2	ქვეყნის ეკონომიურ მდგომარეობასა და უმუშევრობას შორის დამოკიდებულება . . . . .	117
	<b>საბაზრო ეკონომიკის განმარტებითი ლექსიკონი . . . . .</b>	<b>119</b>
	<b>ლიტერატურა . . . . .</b>	<b>135</b>

## შესავალი

ადამიანი ცხოვრების სხვადასხვა პერიოდში აწყდება რთულ ეკონომიურ პრობლემებს: სწავლის გაგრძელების და პროფესიის არჩევის, სამუშაოს დაწყების, პირადი ბიზნესის განსაზღვრის და აწყობის, სახლის ან ბინის შეძენის, კრედიტის აღების და სხვა. ყოველდღიური ცხოვრებაც აღსავსეა ეკონომიურ საკითხებთან შეხებით: სადრა შევიძინოთ ხელსაყრელ ფასებში, როგორ დავეგეგმოთ პირადი ბიუჯეტი, როგორ გავიუმჯობესოთ შემოსავლები, როგორ გავზარდოთ დანაზოგების მოცულობა და მოვუაროთ მათ და ა.შ.

რა თქმა უნდა, ძნელია უნივერსალური რჩევების განსაზღვრა, თითოეული ადამიანი თავისი ინდივიდუალობის მიხედვით იღებს გადაწყვეტილებას.

საბაზრო ეკონომიკის კანონების შესწავლის შედეგად შესაძლებელი გახდება გავერკვეთ რთულ ეკონომიურ პროცესებში და მიზანმიმართულად ვიმოქმედოთ პირადი ეკონომიური პრობლემების ოპტიმალურად გადასაწყვეტად.

საბაზრო ეკონომიკა ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილია. იგი მოიცავს მრავალ კითხვას, რომლებზე პასუხის გაცემის შემთხვევაში ნებისმიერი ეკონომიური მოვლენა ახსნადი გახდება. ჯერ კიდევ ძველ პერიოდში კაცობრიობის განვითარების გარიჟრაჟზე თავისუფალი აზროვნების არარსებობა ზღუდავდა საბაზრო ეკონომიკის ფართოდ განვითარებას. თავისთავად აღებ-მიცემობის დამკვიდრება ადამიანთა ურთიერთობებში საბაზრო ურთიერთობის ელემენტებს შეიცავდა, მაგრამ მხოლოდ განვითარებულ კაპიტალისტურ საზოგადოებაშია შესაძლებელი სრულყოფილი საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბება, ვინაიდან იგი ეფუძნება წარმოების საშუალებებზე კერძო საკუთრებას.

საბაზრო ეკონომიკა ემყარება ოთხ პრინციპს: *რა ვაწარმოოთ, როგორ ვაწარმოოთ, ვისთვის უნდა ვაწარმოოთ* და *რამდენი უნდა ვაწარმოოთ*. ამ ოთხი პრინციპის გათვალისწინებით შევძლებთ იმ ძირეული საკითხების გადაწყვეტას, რომლებიც ღვას თითოეული ჩვენთაგანის და ქვეყნის ეკონომიკის წინაშე.

# თავი I. საბაზრო ეკონომიკის არსი.

## 1.1 ეკონომიური აზროვნება

ეკონომიკა საშუალებას გვაძლევს ეკონომიურად ვიაზროვნოთ, რაც იმაში მდგომარეობს, რომ ვიცხოვროთ ეკონომიურად. თვით სიტყვა ეკონომიკა ბერძნულად ნიშნავს **საოჯახო მეურნეობის უნარიანად გაძლოლას**. ასეთი ახსნა შეიძლება უცნაურადაც ჩანდეს, მაგრამ სინამდვილეში ოჯახისა და ქვეყნის გაძლოლას ბევრი რამ აქვთ საერთო.

ოჯახი მრავალი გადაწყვეტილების წინაშე დგას, როგორ განაწილდეს ოჯახის წევრების დასაქმება, რათა ოჯახი წარსდგეს საზოგადოების წინაშე სრულფასოვან წევრად. მოკლედ, საოჯახო მეურნეობის შეზღუდული რესურსების განაწილებისას გათვალისწინებული უნდა იქნას ოჯახის თითოეული წევრის უნარი, ძალისხმევა და სურვილი.

ოჯახის მსგავსად საზოგადოებაც დგას არჩევნის წინაშე — მან უნდა გადაწყვიტოს, რა სამუშაოები უნდა განხორციელდეს და ვინ რა სამუშაო შეასრულოს. საზოგადოებას სჭირდება პიროვნებები ადამიანები, რომლებიც ამზადებენ საკვებს, კერავენ ტანსაცმელს, ქმნიან მანქანა-დანადგარებს, ადგენენ კომპიუტერულ პროგრამებს, აშენებენ სახლებს, ქმნიან ხელოვნების ნიმუშებს და ა.შ. მას შემდეგ, რაც საზოგადოება ყველა ადამიანს შესაძლებლობის მიხედვით მიუჩინს თავის საქმეს საერთო კეთილდღეობა მკვეთრად უძჯობესდება. რა თქმა უნდა, თითოეული ადამიანი ძირითადად თვითონ არის თავისი ბედის განმსაზღვრელი, მაგრამ საზოგადოებრივ დაკვეთას ამა თუ იმ საქმიანობაზე გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს.

საზოგადოებრივი რესურსების მართვას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან ეს რესურსები შეზღუდულია, საზოგადოებას იმაზე მეტის შეთავაზება არ შეუძლია, ვიდრე ეს ხალხს სურს. როგორც საოჯახო მეურნეობას არ ძალუძს დააკმაყოფილოს ოჯახის თითოეული წევრის ყველა სურვილი, ასევე საზოგადოებაც

ვერ უზრუნველყოფს თითოეული ინდივიდის ცხოვრების იმ დონეს, რომლის მიღწევაც ამ უკანასკნელს სურს.

**ეკონომიური აზროვნება** ეს საზოგადოების მიერ თავისი შეზღუდული რესურსების მართვის გამოხატულებაა. ეკონომისტები შეისწავლიან იმას, თუ როგორ იღებენ ადამიანები გადაწყვეტილებებს: რამდენი იმუშაონ, რა და რამდენი იყიდონ, როგორ დააბანდონ თავიანთი დანაზოგები და სხვა. ყველაფერ ამას კარგად და სრულად ანალიზებს ეკონომიური აზროვნება.

ეკონომიურ აზროვნებაში აღსანიშნავია: ალტერნატიული გადაწყვეტილებები, ალტერნატიული დანახარჯები, სტიმულირების ფორმები, ნებისმიერ სიტუაციაში ზღვრული ანალიზის გაკეთება, ეკონომიური საქმიანობის წინსვლა, ვაჭრობის გაუმჯობესება, მთავრობის როლი ეკონომიურ საქმიანობაში, ქვეყანაში არსებული ეკონომიური დონის ამაღლება.

ცხოვრებაში ადამიანს ალტერნატიული გადაწყვეტილებები ყოველ ფეხის ნაბიჯზე ხვდება. მაგალითად, უმაღლესი განათლების პირველი საფეხურის კურსდამთავრებული დგას ალტერნატივის წინაშე გააგრძელოს სწავლა იმავე სასწავლებლის მაგისტრატურაში ან შეიცვალოს სპეციალობა, ან დაიწყოს მუშაობა. აქ გარდა პირადი სურვილისა არსებითი ხდება ეკონომიური ასპექტებიც აქვს კი მას საშუალება გასწიოს სწავლისათვის საჭირო სათანადო ალტერნატიული ხარჯები? ხომ არ სჯობს მუშაობის დაწყება შემოსავლების სწრაფად მისაღებად? ან იქნებ სჯობია ეკონომიური სტიმულირების მოტივით კიდევ გაიჭირვოს, ისწავლოს კიდევ ორი-სამი წელიწადი, აიმაღლოს ცოდნის დონე და შემდგომ შეძლოს უფრო მაღალ ანაზღაურებად სამსახურში მუშაობის დაწყება?

სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად აუცილებელი ხდება ზღვრული ანალიზის გაკეთება. გასათვალისწინებელია აგრეთვე ქვეყანაში არსებული საერთო ეკონომიური მდგომარეობა და სამთავრობო ეკონომიური პოლიტიკაც. მაგალითად, საქართველოს სინამდვილეში, 90-იან წლებში გართულებული სოციალურ-პოლიტი-

კური მდგომარეობის გამო, საზოგადოების მოთხოვნა მთელ რიგ პროფესიებზე ნულამდე იყო დასული. იმ პირობებში სტუდენტი დიდად ვერ იქნებოდა დაინტერესებული სწავლის გაგრძელებაზე. შედარებით უკეთესი პირობები იქმნება ახლა ქვეყანაში მიმდინარე რეფორმების ფონზე, თუმცა სწორი არჩევნის გაკეთება არც ახლაც იოლი, სამთავრობო პოლიტიკის ამპლიტუდური რყევის გამო.

ცალკე საუბრის თემა ეკონომიური აზროვნების მნიშვნელობა ვაჭრობის სფეროში. აქ გადაწყვეტილებების მიღებისას გასათვალისწინებელია საბანკო-საფინანსო სისტემის მდგომარეობა, საგადასახადო სისტემის გონივრულობა, ექსპორტ-იმპორტისადმი სამთავრობო პოლიტიკა, მოსახლეობის მყიდველობითი უნარიანობა და სხვა. ცხადია, თუ საბანკო სისტემის საკრედიტო რესურსები შეზღუდულია, საპროცენტო განაკვეთები მაღალი იქნება, რაც ზღუდავს სავაჭრო საქმიანობას. ასევე, საგადასახადო სისტემის სირთულე, გადასახადების მაღალი განაკვეთები, სახელმწიფო მოხელეთა თავნებობა გაართულებს სავაჭრო საქმიანობას. ადგილობრივი ნაწარმის ექსპორტის ხელშეწყობის სამთავრობო პოლიტიკის დროს არა მარტო მოვაჭრე იგებს, არამედ მთლიანად მთელი ქვეყანა. იმპორტირებული საქონლისადმი არასწორი საბაჟო გადასახადების დაწესების შემთხვევაში ზარალდებიან როგორც ადგილობრივი მეწარმეები, ასევე მოვაჭრეები და მთლიანად მოსახლეობა.



## 1.2 ეკონომიკური მოდელები

ეკონომიკა ვითარდება საზოგადოების განვითარების კვალობაზე, როცა ადამიანებს უჩნდებათ თავიანთი მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესების სურვილები, რაც საბოლოო ჯამში მატერიალური წარმოების გაზრდას იწვევს. ქვეყნის ეკონომიური პოტენციალის მდგომარეობა მნიშვნელოვან წილად აისახება თითოეული მოქალაქის ცხოვრების ღონეზე. ამიტომ საზოგადოება დაინტერესებულია ეკონომიკის გაუმჯობესებით, რაც სახელმწიფოებრივი პოლიტიკის უმნიშვნელოვანეს ამოცანად წარმოიჩინდება. ეკონომიკის მართვა, პირველ რიგში, მოითხოვს ამ ურთულეს სისტემაში მიმდინარე მოვლენებისა და ფაქტორების ანალიზს, რაც ეკონომიური მოდელების მეშვეობით ხორციელდება.

სიტყვა “მოდელი” ვგულისხმობთ რეალობის გამარტივებულ ასახვას. აქ ხაზი უნდა გაეყვას გამარტივებულს. წარმოვიდგინოთ რა გამოუსადეგარი იქნებოდა წიგნი, რომელიც წერილი შრიფტით იქნებოდა დაბეჭდილი და საერთოდ არ იკითხება. იგივე შეიძლება ითქვას ეკონომიკურ მოდელებზე, რომელიც მოწყვეტილია სინამდვილეს და ვერ ასახავს ეკონომიურ პროცესს, რომლის მართვაც აგრერივად სჭირდება საზოგადოებას.

მოდელის ძირითადი მიზანია სწორად და გასაგებად აღწეროს ეკონომიური პროცესი. მოდელი შეიძლება წარმოადგეს განტოლების, ცხრილის ან დიაგრამის სახით.

ეკონომიკური მოდელის საილუსტრაციოდ განვიხილოთ საუნივერსიტეტო სტუდენტის ბინების ბაზარი. ამ ქალაქში ბინები ორ ნაწილად შეიძლება დაყვით: უნივერსიტეტთან ახლოს და მოშორებით მდებარე ბინები. მარტივი ეკონომიური მოდელი, ამ შემთხვევაში, გამოისახება ბინების ფასებსა და მანძილს შორის უკუპროპორციული დამოკიდებულებით. თუ ამ ეკონომიურ მოდელებში დამატებით გავითვალისწინებთ ბინის კეთილმოწყობის ფაქტორს, მაშინ ფასი დამოკიდებული იქნება ორ ფაქტორზე: ბინის კეთილმოწყობის კვალობაზე ფასი დიდი იქნება, ხოლო მანძილი უკუპროპორციული:

$$\text{ფასი} = \frac{F(\text{კომფორტი})}{F(\text{მანძილი})}$$

რა თქმა უნდა, ეს მოდელი შეიძლება კიდევ უფრო გავართულოთ და, შესაბამისად, უფრო ზუსტი გავხადოთ, თუ მოდელში გავითვალისწინებთ მეტ-ნაკლებად მნიშვნელოვან სხვა ფაქტორებსაც: რომელ სართულზეა ბინა, როგორია უნივერსიტეტთან მისასვლელი სატრანსპორტო საშუალებების ინფრასტრუქტურა, რამდენად კეთილმოწყობილია ახლომდებარე ზონა სტუდენტის დასვენება-გართობისათვის, რამდენად ხელსაყრელია ახლომდებარე მაღაზიების ქსელში პროდუქტებისა და საჭირო ნივთების შეძენა და სხვა.

ცხადია, მოდელის სიზუსტე იზრდება ეკონომიურ პროცესზე მოქმედი ყველა ფაქტორის გავლენის გათვალისწინებით, მაგრამ ფაქტორებით მოდელის გადატვირთვით იკარგება ეკონომიური ანალიზისათვის აუცილებელი გამჭვირვალობა, რამაც შეიძლება არასწორ ეკონომიკურ რეკომენდაციებამდე მოგვიყვანოს. ამის სავალალო მაგალითი იყო საქართველოში 2004 წლამდე მოქმედი საგადასახადო სისტემა, რომელიც გადასახადების სიმრავლით, განაკვეთების სიდიდით და გაანგარიშების სირთულით არაეფექტურს ხდიდა ეკონომიურ საქმიანობას. გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან მოყოლებული სამთავრობო ეკონომიური პოლიტიკის განმსაზღვრელ წრეებში რეალური ეკონომიური მოდელების არცოდნის გამო თვლიდნენ, რომ საგადასახადო წნეხის გაზრდით ქვეყნის ბიუჯეტი გაიზრდებოდა. სინამდვილეში პირიქით მოხდა საწარმოების უმეტესობა გაკოტრდა, ხოლო მეწარმეთა მცირე ნაწილმა დაიწყო შემოსავლების დამალვა. შედეგად ქვეყნის ეკონომიკა განადგურდა.

ეკონომიკური მოდელები მასშტაბისა და გამოყენების მიხედვით პირობითად შეიძლება დავყოთ: პიროვნების, ოჯახის, საწარმოს, ბაზრის, დარგის, ქვეყნის, საერთაშორისო ეკონომიკურ მოდელებად.

ერთი პიროვნებისათვის მის მიერ მიღებული შემოსავლებისა და გაწეული ხარჯების ეკონომიური ანალიზი იძლევა ამ პიროვნე-

ბის ცხოვრების ეკონომიკურ მოდელს, რომელიც არა მარტო პიროვნების მატერიალურ მდგომარეობას ასახავს, არამედ პირადი ბიუჯეტის ოპტიმალური დაგეგმვის საშუალებასაც იძლევა. ყველაზე მარტივ შემთხვევაში ადამიანი ცდილობს შემოსავლების მოცულობიდან გამომდინარე საკუთარი ხარჯები ისე გასწიოს, რომ მცირეოდენი დანახოგებიც შექმნას. უფრო ოპტიმალურ შემთხვევაში კი ადამიანი შემოსავლების ნაწილს საქმიანობის გაფართოებაში დებს, რაც მას შემდგომში დამატებით შემოსავალს მისცემს.

ოჯახის ეკონომიკური მოდელი მოიცავს ოჯახის თითოეული წევრის მიერ მიღებული შემოსავლებისა და გაწეული ხარჯების საერთო სურათს. აქაც შეიძლება იყოს გაუწონასწორებლად ზედმეტი ხარჯები (რაც ოჯახის გალატაკებას იწვევს), გაწონასწორებული ბიუჯეტის მქონე ოჯახი ან მზარდი დანახოგების მქონე ოჯახი (გამდიდრების ტენდენციის ოჯახი).

საწარმოს ეკონომიკური მოდელის ცოდნა მეწარმისათვის ჰაერით აუცილებელია. მზარდი და გამძაფრებული კონკურენტული გარემო მეწარმეს აიძულებს მაქსიმალურად ოპტიმალური განადგობის თავისი ეკონომიკური საქმიანობა, ამდენად საწარმოს ეკონომიკური მოდელი სრულყოფილად უნდა ასახავდეს მეწარმის შემოსავალ-გასავლის სტრუქტურას და უნდა იძლეოდეს მოგების გაზრდის გზებს. მაგალითად, თუ მეწარმეს აქვს თავისი საწარმოს თითოეული ტექნოლოგიური ციკლის შესაბამისი ეკონომიკური მოდელი (მასალა-ნედლეულის ხარჯვის, მომსახურე პერსონალის ანაზღაურების, ენერჯო და სატრანსპორტო დანახარჯების, მოწყობილობებისა და დანადგარების რემონტის ხარჯების და სხვა ეკონომიკური ფაქტორების შემცველი მოდელი) და აგრეთვე ფლობს თავისი პროდუქციის გასაღების მარკეტინგულ მოდელს, მაშინ იგი მომგებიანად გეგმავს თავის საქმიანობას. წინააღმდეგ შემთხვევაში უყიარათო მეწარმე კოტრდება.

ბაზრის ეკონომიკური მოდელები აღწერეს ბაზარზე საქონელბრუნვის მიმდინარეობას, მყიდველთა და გამყიდველთა ეკონომიურ ურთიერთობას, ვაჭრობაში მონაწილეებს საშუალებას აძლევს სწო-

რად დაგეგმონ თავიანთი სტრატეგია და მომგებიანად განახორციელონ მიმდინარე საქმიანობა.

დარგის ეკონომიკური მოდელები ამა თუ იმ დარგში მიმდინარე პროცესებს ასახავს და როგორც შესაბამისი სახელმწიფო მმართველობითი სტრუქტურებისათვის, ისე კერძო ბიზნეს-სტრუქტურებისათვის ამ დარგში მიმდინარე ტენდეციების მართვისა და გამოყენების შესაძლებლობებს ქმნის. მაგალითად, საქართველოში ტურიზმის ეკონომიკური მოდელები ფინანსურ წრეებს უსაბუთებს ამ დარგში ინვესტიციების განხორციელების მომგებიანობას, რაც ბოლო წლებში განხორციელებულ პროექტებში გამოიხატა (ბაკურიანში, აჭარაში, გუდაურში და სხვა).

ქვეყნის ეკონომიკური მოდელები სახელმწიფო მნიშვნელობის პროგრამებია, რომელთა რეალობა მეტწილად განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიურ აღმავლობას. ამ ტიპის ეკონომიკური მოდელების ერთ-ერთი ძირითადი გამოხატულება ქვეყნის წლიური ბიუჯეტია, რომელშიც მოცემულია სახელმწიფოს შემოსავალ-გასავლების გეგმა. თუ ეს გეგმა რეალისტურია, მაშინ წლის ბოლოს მისი შესრულების მაჩვენებლები დადებითი იქნება და, შესაბამისად, საერთო ეკონომიური შედეგიც სასიკეთო, წინააღმდეგ შემთხვევაში სავალალო. ამავე ტიპის ეკონომიური მოდელის მეორე მაგალითად შეიძლება განვიხილოთ ქვეყანაში ინფლაციური პროცესების აღმწერი მოდელი.

ქვეყნებს შორის ეკონომიური ურთიერთობები ურთულეს პროცესებში ვლინდება, რომელთა ეკონომიური მოდელების შედგენა ძალიან რთულია. აქ არა მარტო საქონელბრუნვის მოდელების შედგენაა საჭირო, არამედ ფინანსური ნაკადების მოდელების დადგენაც აუცილებელია, ასევე მნიშვნელოვანია ქვეყნების ეკონომიური პოტენციალების ამსახველი მოდელების განსაზღვრა. გლობალური ხასიათის ეკონომიური მოდელები მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების ტენდენციების ნათელი გამოხატულებაა. მათზე დაყრდნობით ხდება საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტების (მაგ., მსოფლიო ბანკი. საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, ევროპის რეკონსტრუქ-

ცისა და განვითარების ბანკი და სხვა) საქმიანობის წარმართვა.

### 1.3 საბაზრო ეკონომიკის არსი და ძირითადი ნიშნები

საბაზრო ეკონომიკა არის სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა, რომელშიც გადაწყვეტილებები წარმოების, რესურსების, საქონლის განაწილების შესახებ მიიღება იმ ფასების საფუძველზე, რომელიც ყალიბდება მწარმოებლებს, მოვაჭრეებსა და მომხმარებლებს შორის. საბაზრო ეკონომიკა ძირითადად ეყრდნობა კერძო საკუთრების სისტემას.

საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთი და ძირითადი შემაღვენი ნაწილი ბაზრის სისტემის არსებობა და მასში მოთხოვნა-მიწოდების პრინციპის დარეგულირებაა, რომელიც კერძო საკუთრებისა და სასაქონლო ურთიერთობების საფუძველზე ყალიბდება.

საბაზრო ეკონომიკა ეყრდნობა მეწარმეობისა და არჩევნის თავისუფლების პრინციპებს. ბაზრების სისტემა (მიწის, შრომის, კაპიტალის, ნოუ-ჰაუს (“**know-how**” – “ვიცი როგორ”), ფასიანი ქაღალდების, სამომხმარებლო საქონლის და სხვა), ფასები და კონკურენცია წარმოადგენს საბაზრო ეკონომიკის მაკორდინირებელ და მარგანიზებელ მექანიზმებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ბაზრების თვითრეგულირებას. ამასთან, დასაშვებია შეზღუდული ფორმით სახელმწიფოს ჩარევაც.

ბაზარი (ინგლისურად **Market**) საქონლის გაცვლის სფერო ანუ განსაზღვრული ადგილია, სადაც ვაჭრობა ხდება. გამოყოფენ საქონლის, მუშახელის (სამუშაო ძალის), ფასიანი ქაღალდების, მყიდველის, გამყიდველის, ფიზიკურ (წინასწარი გაყიდვების), და რელევანტურ ბაზარებს. განვიხილოთ ზოგიერთი მათგანი.

**მყიდველის ბაზარი**- სადაც მიწოდება სჭარბობს მოთხოვნას, ე.ი. ბაზარზე ფასი საქონელზე დაბალია.

**გამყიდველის ბაზრის** როდესაც მოთხოვნა სჭარბობს მიწოდებას და, შესაბამისად, საქონელზე ფასი მაღალია.

**ფიზიკური ბაზარი** (ინგლ. **future** – მომავალი)- სადაც იყიდება ჯერ არწარმოებული საქონელი ან მომავალი მოსავალი

(მაგ., ჯერ არმოწეული ხორბლის მოსავალი). ასეთ ბაზარზე ხდება აგრეთვე ფიუნქერული კონტრაქტებით ვაჭრობაც.

**რელევანტური ბაზარი** (ინგლ. **relevant** — მართებული, დროული), რომლის ფარგლებშიც მოცემული საწარმოსათვის ყალიბდება კონკურენციისა და მონოპოლიის ჭეშმარიტი ურთიერთობები. რელევანტური ბაზარი ხასიათდება ტექნიკური და გეოგრაფიული საზღვრებით.

## თავი II. ბაზარი და მისი ფუნქციები

### 2.1 საბაზრო მოთხოვნა და საბაზრო მიწოდება

**მიწოდება** და **მოთხოვნა** ის სიტყვებია, რომელთაც ეკონომისტები ყველაზე უფრო ხშირად იყენებენ, ამისათვის მათ მყარი საფუძველი აქვთ: მიწოდება და მოთხოვნა ის ძალებია, რომლებიც საბაზრო ეკონომიკას ამუშავებენ. ეს ძალები განსაზღვრავენ თითოეული საქონლის წარმოების მოცულობას და ამ საქონლის გასაყიდ ფასს.

საერთოდ, ბაზრის შესწავლას მყიდველთა ქცევის ანალიზით ვიწყებთ. აქ უნდა დადგინდეს, თუ რა განსაზღვრავს რაიმე საქონელზე მოთხოვნილ რაოდენობას ანუ საქონლის იმ რაოდენობას, რომლის ყიდვაც სურს და შეუძლია მყიდველს. განსხვავებით ზოგადად მოთხოვნილებისაგან, მოთხოვნა ფულით ან სხვა მატერიალური ფასეულობით უნდა იყოს უზრუნველყოფილი, წინააღმდეგ შემთხვევაში იგი უბრალო სურვილად დარჩება.

მოთხოვნაში ასხვავებენ:

1. ინდივიდუალურ მოთხოვნას ანუ ერთი მყიდველის მოთხოვნას;
2. საბაზრო მოთხოვნას ანუ ამა თუ იმ საქონელზე მყიდველთა მოთხოვნების ჯამს;
3. ერთობლივ მოთხოვნას, ანუ ყველა საქონელზე მოთხოვნათა ჯამს.

მოთხოვნის სიდიდე დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე, რომელთაგან ყველაზე არსებითია ფასი. მაღალი ფასი ამცირებს მყიდველის სურვილს და შესაძლებლობას შეიძინოს საქონელი, დაბალი ფასი კი ზრდის მას. ამას **მოთხოვნის კანონი** ეწოდება.

მოთხოვნა ასევე დამოკიდებულია შემოსავლის სიდიდესა და სტაბილურობაზე. რა მოუვა თქვენ მოთხოვნას სამუშაო რომ დაკარგოთ? მოთხოვნა უთუოდ შემცირდება, რომც გქონდეთ საკმარისი დანაზოგი! შემოსავლის შემცირება გამოიწვევს მთლიანი ხარ-



ჯის შემცირებას.

თუ საქონელზე მოთხოვნა მცირდება შემოსავლის შემცირებისას, მაშინ ასეთ საქონელს ნორმალური საქონელი ეწოდება. ხოლო თუ შემოსავლის შემცირების მიუხედავად საქონელზე მოთხოვნა გაიზრდება, მაშინ საქმე გვაქვს მდარე საქონელთან. სინამდვილეში შემცირებული შემოსავლების მქონე მყიდველი ხარისხიანი საქონლის (მაშასადამე უფრო ძვირად ღირებულის) ყიდვის ნაცვლად იძულებულია იაფფასიან (ანუ დაბალხარისხოვან) საქონელზე გადაერთოს.

ზოგადად მოთხოვნა მრავალფაქტორიანი ფუნქციაა:

***მოთხოვნა = f (ფასი, შემოსავალი, სურვილი, გემოვნება, ვარგისობა, არაარსებითი ფაქტორები).***

მომხმარებლის სურვილი შეიძინოს ასეთი საქონელი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია საქონლის საწარმოებლად. თუ მოცემულ რეგიონში ან ქვეყანაში მომხმარებელს არ სურს შეიძინოს ეს საქონელი ამა თუ იმ მიზეზით (მისი ყოფა-ცხოვრებისათვის გამოუსადეგარი, ან ტრადიციებიდან გამომდინარე ან რელიგიური მოტივით მიუღებელია, ან ხმარებიდან გამოვიდა ანუ მოძველდა და ა.შ.), მაშინ ასეთ საქონელზე ცხადია მოთხოვნა არ იქნება. მაგალითად, ჩვენი საგზაო წესებისათვის პრაქტიკულად გამოუსადეგარია მარჯვენასაჭიანი ავტომობილი, აღარ გამოიყენება მექანიკური საბეჭდი მანქანები, არ გაიყიდება რომელიმე ეგზოტიკური ქვეყნისათვის დამახასიათებელი ტრადიციული ტანსაცმელი და სხვა.

მომხმარებლის გემოვნება სუბიექტური, ამასთან ხარისხობრივი ფაქტორია, რომელიც რაოდენობრივად ვერ გამოიხატება. იგი მომხმარებლის მენტალიტეტის, განათლების დონის, ცხოვრების სტილის, საზოგადოებრივი მდგომარეობის შესატყვისად განისაზღვრება. მაგალითად, პრაქტიკული აზროვნების ადამიანისათვის არაკომფორტულია ოფიციალური დანიშნულების ტანსაცმელი, მისთვის სპორტული ტიპის ტანსაცმელი უფრო მისაღებია. როგორც იტყვიან, გემოვნებაზე არ დავობენ!

საქონლის სამომხმარებლო თვისებები და ვარგისობა არცთუ

ისე უმნიშვნელო ფაქტორია მყიდველისათვის. მაგალითად, რუსული წარმოების ავტომობილების სამომხმარებლო თვისება ძალიან დაბალია ანუ უვარგისია ან სულაც ერთი და იგივე ფუნქციების მქონე ორი სხვადასხვა მწარმოებლის მიერ დამზადებული მობილური ტელეფონის აპარატები მკვეთრად განსხვავდებოდნენ მენიუს მოხერხებულობით, ან გარჩევისუნარიანობით.

საქონელზე მოთხოვნას განაპირობებენ სხვა მეტ-ნაკლებად მნიშვნელოვანი ფაქტორებიც:

სეზონურობა (მაგ., ზამთარში იზრდება თბილ ტანსაცმელზე მოთხოვნა);

სოციალურ-პოლიტიკური გარემოს ცვლილებები (მაგალითად, ქვეყანაში პოლიტიკური კრიზისის დროს მცირდება ვაჭრობა არასასურსათო დანიშნულების საქონელზე);

ეკონომიკის სფეროზე მოქმედი სამთავრობო გადაწყვეტილებები (მაგ. ცვლილებები საგადასახადო კანონმდებლობაში) და სხვა.

საქონლის მიწოდება პირდაპირკავშირშია მოთხოვნასა და ფასთან. თუ საქონელზე მოთხოვნა იზრდება, მეწარმე ცდილობს გაზარდოს საქონლის წარმოება და გააჯეროს ბაზარი საქონლით. ასევე თუ სხვა პირობები ბაზარზე უცვლელია (მაგალითად მოთხოვნა იგივეა), მაგრამ ფასი იზრდება, მეწარმეს უჩნდება სტიმული დიდი მოგების მისაღებად გაზარდოს საქონლის მიწოდება ბაზარზე. ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს **მიწოდების კანონთან**.

მაგალითისათვის განვიხილოთ საავტომობილო საწვავით ვაჭრობა. თუ ბენზინის ფასი გაიზარდა ამა თუ იმ მიზეზით, მომწოდებელი დიდი მოგების მიღების მიზნით შეეცდება გაზარდოს საწვავის იმპორტი, ე.ი. ამუშავდება მიწოდების კანონი. შემდგომ ეტაპზე მოთხოვნის უცვლელობის გამო მოხდება რა ბაზრის გაჯერება საწვავით, ნამეტი საწვავი აღარ გაიყიდება და გამყიდველები იძულებული იქნებიან დაწიონ ფასი საწვავზე. სწორედ ამაში მდგომარეობს ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდების მარეგულირებელი როლი.

ზოგადად მიწოდება მრავალ ფაქტორზეა დამოკიდებული:

**მიწოდება =  $f$  (მოთხოვნა, ფასი, წარმოების შესაძლებლობები, ტრანსპორტაბელურობა, ხელსაყრელობა, არაარსებითი ფაქტორები).**

შეიძლება ბაზარზე საქონელზე დიდი მოთხოვნა გაჩნდეს. მაგრამ წარმოებამ სწრაფად ვერ შესძლოს სიმძლავრეების შეზღუდულობის გამო საქონლის მიწოდების გაზრდა. სასურსათო ბაზრისათვის ეს ფაქტორი მოსავლიანობაში გამოიხატება.

ტრანსპორტაბელურობაში იგულისხმება საქონლის თვისება, რომელიც მდგომარეობს საქონლის წარმოების ადგილიდან ბაზრამდე მიტანის შესაძლებლობაში. მაგალითად, შორეული ქვეყნებიდან მალფუჭებადი სურსათის ჩამოტანის სირთულე ან ბუნებრივი აირის მიწოდების სირთულე.

ხელსაყრელობაში იგულისხმება მწარმოებლის ან მიმწოდებლის სურვილი მიაწოდოს ან არ მიაწოდოს საქონელი ბაზარზე შექმნილი ვითარებიდან და საკუთარი ინტერესებიდან გამომდინარე. მაგალითად, თუ მიმწოდებელი ხედავს, რომ ბაზარზე საქონლის ფასი მისთვის არახელსაყრელად დაბალია, ის დროებით ამცირებს საქონლის მიწოდებას და ელოდება მისთვის ხელსაყრელ მომენტს. გამონაკლის შემთხვევაში მან შეიძლება დამზადებული საქონელი გაანადგუროს კიდევაც. ამის კლასიკური მაგალითი მოხდა მე-20 საუკუნის 70-იან წლებში იაპონიაში, როდესაც ზღვაში გადაყარეს ტონობით მარგალიტი, რათა მოემატებინათ ფასი.

მიწოდებაზე მოქმედი მეტ-ნაკლებად მნიშვნელოვანი ფაქტორებია:

სეზონურობა (მაგ., ზამთარში ხილზე მოთხოვნა არის, მაგრამ მისაწოდებელი თითქმის არაფერია);

საბაჟო-საგადასახადო კანონმდებლობა (მაგ., გარდა საბაჟო გადასახადის სიდიდისა მიწოდებაზე გავლენას ახდენს ბიუროკრატიული პროცედურების სირთულეები);

მიწოდების კანონის თანახმად მაღალი ფასი:

- 1) ქმნის სტიმულს მიწოდების გასაზრდელად;
- 2) ადიდებს მეწარმის ფინანსურ შესაძლებლობებს წარმოების გასაფართოებლად.

## 2.2 მოთხოვნის განრიგი და მოთხოვნის მრუდი

იმისათვის, რომ გავერკვეთ თუ რას წარმოადგენს მოთხოვნის განრიგი და მოთხოვნის მრუდი, აუცილებელია წარმოვიდგინოთ განრიგი (ცხრილი), რომელშიც ასახული იქნება ფასსა და მოთხოვნილ საქონლის რაოდენობას შორის თანაფარდობა. ამ ცხრილის მეშვეობით აგებულ გრაფიკს **მოთხოვნის მრუდი** ეწოდება.

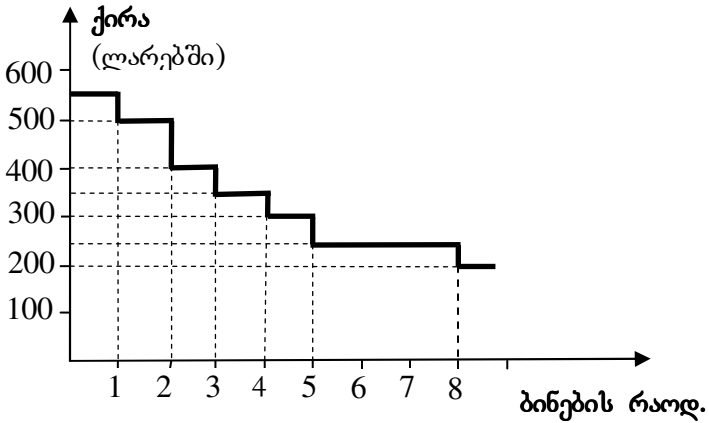
ზემოთქმულის საილუსტაციოდ განვიხილოთ გასაქირავებელი ბინების ბაზარი.

დავუშვათ კონკრეტული ბინის დაქირავების ყველა შესაძლო მსურველს სათითაოდ ვეკითხებით, რა მაქსიმალური თანხის გადახდა შეუძლია ბინის ქირაში. პოტენციურ დამქირავებელთა შორის აღმოჩნდება ერთი, რომელიც მზადაა გადაიხადოს უმაღლესი თანხა. შესაძლოა მას ბევრი ფული აქვს და არ ენანება, ან ყველანაირად აწყობს ეს ბინა და მზადაა მის დასაქირავებლად ყველაზე მეტი თანხა გადაიხადოს, ან ზარმაცია და სხვა უფრო დაბალფასიანი ბინიდან მოშორებით მდებარე სამსახურში წასასვლელად ფეხით სიარული ეზარება, ან სხვა რამ მიზეზით. ვთქვათ იგი მზადაა 500 ლარი გადაიხდოს თვეში. მაშასადამე 500 ლარიანი ქირის 1 ბინაზე იქნება მოთხოვნა. დავუშვათ შემდეგი უმაღლესი ფასი გასაქირავებელი ბინების არის 450 ლარი, რომლის გადახდაც ორ ადამიანს შეუძლია, ე.ი. ამ კატეგორიის ბინებზე მოთხოვნა 2-ის ტოლია. შემდეგ, 400 ლარის ტოლი ქირის ბინებზე 3 ადამიანი მსურველი, ე.ი. მოთხოვნა 3 ბინის ტოლი იქნება. ცხადია ფასის კლებების კვალობაზე გაქირავებული ბინების რაოდენობა გაიზრდება. მინიმალური ქირის დროს გაქირავებული ბინების მაქსიმალური რაოდენობა ბინის დაქირავების მსურველთა რაოდენობით შემოიფარგლება. 500 ლარზე ზევით ფასის მქონე არც ერთი ბინა არ გაქირავდება.

ამ მაგალითში მოყვანილი მონაცემებით ვადგენთ 1 ცხრილში მოყვანილ მოთხოვნის განრიგს, ხოლო მის საფუძველზე **ნახ. 1-**ზე მოყვანილ მოთხოვნის მრუდს.

1 ცხრილი

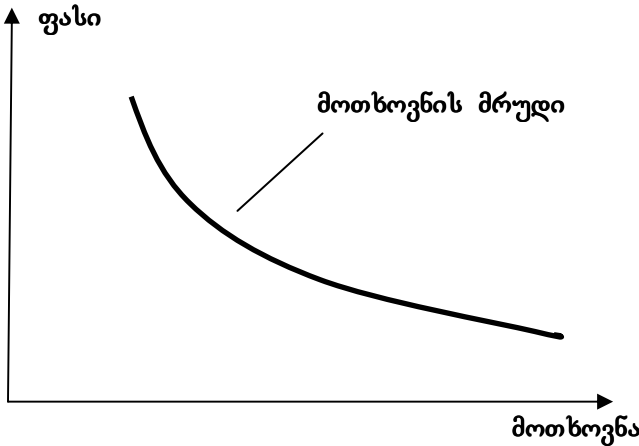
ფასი (ლარებში)	გაქირავებული ბინების რაოდენობა
550	0
500	1
400	2
350	3
300	4
250	5
200	8



ნახ. 1.

ბინების მოთხოვნის მრული კლუბადია: რაც უფრო მცირეა ბინის ქირის ფასი, მით მეტი ბინა გაქირავდება.

ზოგადად მოთხოვნის მრული ნახ. 2-ზე წარმოდგენილი სახისაა.



ნახ. 2.

## 2.3 მიწოდების განრიგი და მიწოდების მრუდი

ისევე როგორც მოთხოვნა, მიწოდებაც შეიძლება განვსაზღვროთ ცხრილის და გრაფიკის სახით.

ცხრილს, რომელიც ასახავს დამოკიდებულებას საქონლის ფასსა და მიწოდებას შორის, **მიწოდების განრიგი** ეწოდება. განრიგი შეიძლება სხვადასხვა სახის იყოს, რის შესაბამისადაც აგებული **მიწოდების მრუდი** სხვადასხვა მოხაზულობის იქნება.

განვიხილოთ სასურსათო ბაზარზე თხილის მიწოდების მაგალითი. დავუშვათ საწყის შემთხვევაში ბაზარზე 10 კგ თხილის მიწოდების შემთხვევაში 1 კგ თხილის ფასი 3 ლარი დაფიქსირდა, რაც მიმწოდებლისთვის დაბალი ფასია. თუ ამ რაოდენობით ბაზრის ყოველდღიური მომარაგების შემთხვევაში თხილის ფასი უცვლელია, მიმწოდებლისთვის ბაზარზე დამატებითი რაოდენობის თხილის მიწოდებას აზრი არა აქვს და იგი დამზადებული თხილის ძირითად მასას საწყობში ინახავს. თუ რაღაც მომენტში თხილის ფასი გაიზრდება 0.5 ლარით და შეადგენს 3.5 ლარს 1 კგ თხილში, მიმწოდებელს უჩნდება სურვილი მეტი თხილი გაიტანოს ბაზარზე გასაყიდად. ამ შემთხვევაში მან შეიძლება ბაზარს დამატებით 10 კგ თხილი ანუ ჯამში 20 კგ თხილი მიაწოდოს ყოველდღიურად. თუ ამ ცვლილების მიუხედავად თხილის ფასი კვლავ გაიზრდება 4 ლარამდე 1 კგ-ში, მაშინ მიმწოდებელი კვლავ გაზრდის მიწოდებას ვთქვათ 30 კგ-მდე დღეში და ასე შემდეგ, მანამ, სანამ ბაზარზე ფასი არ დასტაბილურდება. ეს მაგალითი ადასტურებს მიწოდების კანონის რეალობას.

მე-2 ცხრილში მოყვანილია აღნიშნული მაგალითის შესაბამისი მიწოდების განრიგი, ხოლო **ნახ. 3**-ზე ამ განრიგის შესატყვისი მიწოდების მრუდი.

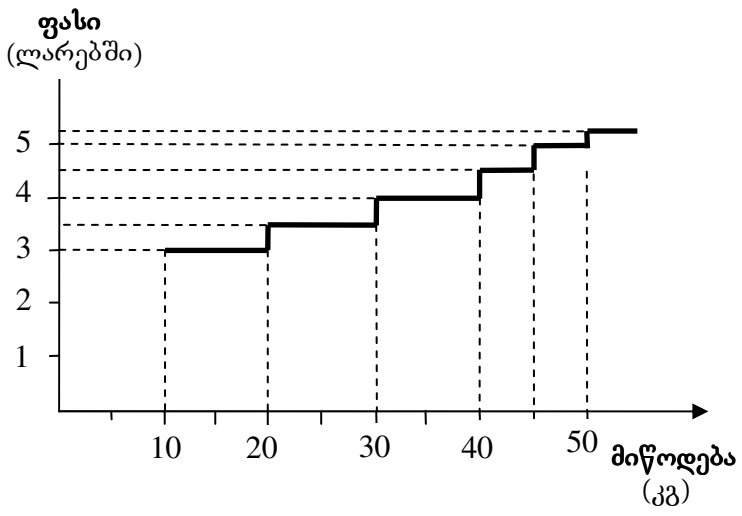
მიწოდების კანონი განიხილება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც საქონელზე იზრდება ფასი მოთხოვნის ზრდის გამო და ამასთან ბაზარზე სხვა პირობები არ იცვლება. მაგალითად არ იცვლება გადასახადები, რომელთა ზრდამაც ასევე შეიძლება გამოიწვი-



ოს ფასის გაზრდა, მაგრამ ამ შემთხვევაში ზედმეტად მიწოდებული საქონელი არ გასაღდება.

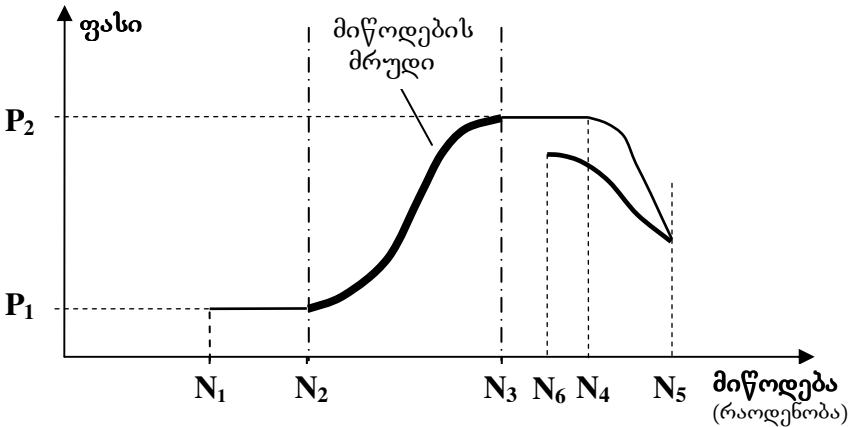
2 ცხრილი

ფასი (ლარებში)	თხილის მიწოდება (კი- ლოგრამებში)
3	10
3.5	20
4	30
4.5	40
5	45
5.2	50



ნახ. 3.

**ნახ. 4**ზე მოცემულია მიწოდების მრუდის ზოგადი სახე, რომელიც ფასსა და მიწოდებას შორის დამოკიდებულებას ზრდადი სახით გამოხატავს,



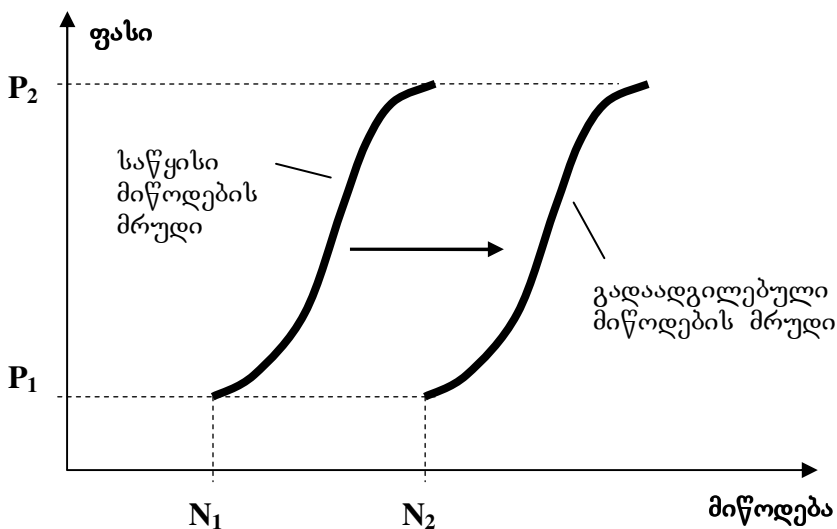
**ნახ. 4.**

როგორც ნახაზიდან ჩანს  $N_1$ -დან  $N_2$  რაოდენობის საქონლის მიწოდების მოცულობამდე ფასი ამ საქონელზე არ იცვლება, შემდეგ კი  $N_3$  მოცულობამდე ფასი  $P_1$ -დან  $P_2$  სიდიდემდე იზრდება. სწორედ ამ შუალედში მოქმედებს მიწოდების კანონი და მიწოდების მრუდიც გრაფიკის ამ ნაწილს ჰქვია.  $N_3$ -დან  $N_4$  ინტერვალში საქონელზე მოთხოვნის ზრდის მიუხედავად ფასი აღარ იზრდება, ხოლო  $N_4$ -დან  $N_5$ -მდე მიწოდების ზრდისას ბაზარზე ხდება საქონლით გაჯერება და შესაბამისად ფასის ვარდნა. ამ მომენტიდან მომწოდებელი იძულებული ხდება შეამციროს მოწოდება  $N_6$  მოცულობამდე, რათა თავიდან აიცილოს მისთვის არახელსაყრელ პირობებში საქონლის გაყიდვა.

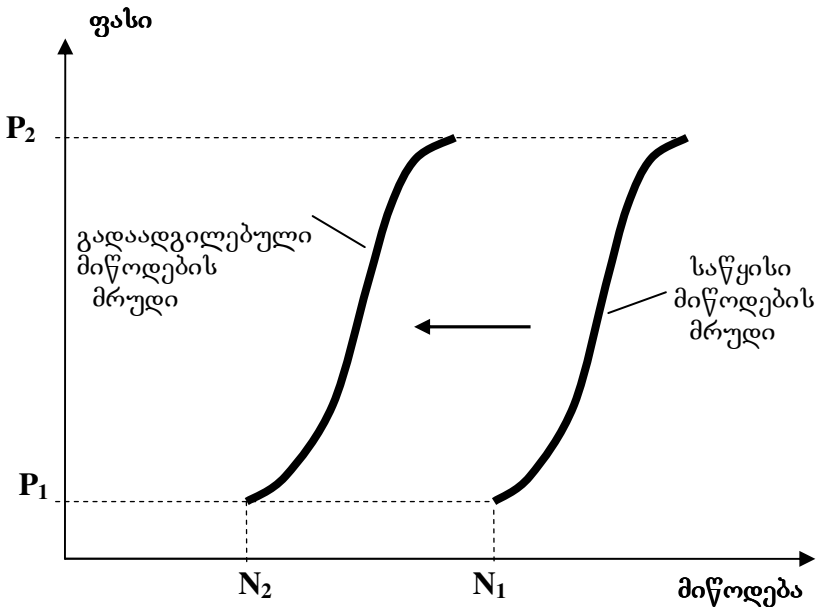
## 2.4 მიწოდების და მოთხოვნის მრუდების გადაადგილება

მიწოდების კანონიდან ვიცით, რომ როცა ფასი იზრდება მხოლოდ მოთხოვნის გამო და სხვა პირობები უცვლელია, მიწოდების რაოდენობაც შესაბამისად იზრდება. განვიხილოთ სხვა ფაქტორების ცვლილებისას თუ როგორ იცვლება მიწოდების მრუდი.

ნებისმიერი ცვლილება, რომელიც საქონელზე ფასის უცვლელობისას იწვევს მიწოდების ზრდას ( $N_1$ -დან  $N_2$ -მდე), მიწოდების მრუდს მარჯვნივ გადაადგილებს (**ნახ. 5**), ხოლო მიწოდების შემცირებისას ( $N_1$ -დან  $N_2$ -მდე) – მარჯვნივ (**ნახ. 6**).



ნახ. 5.

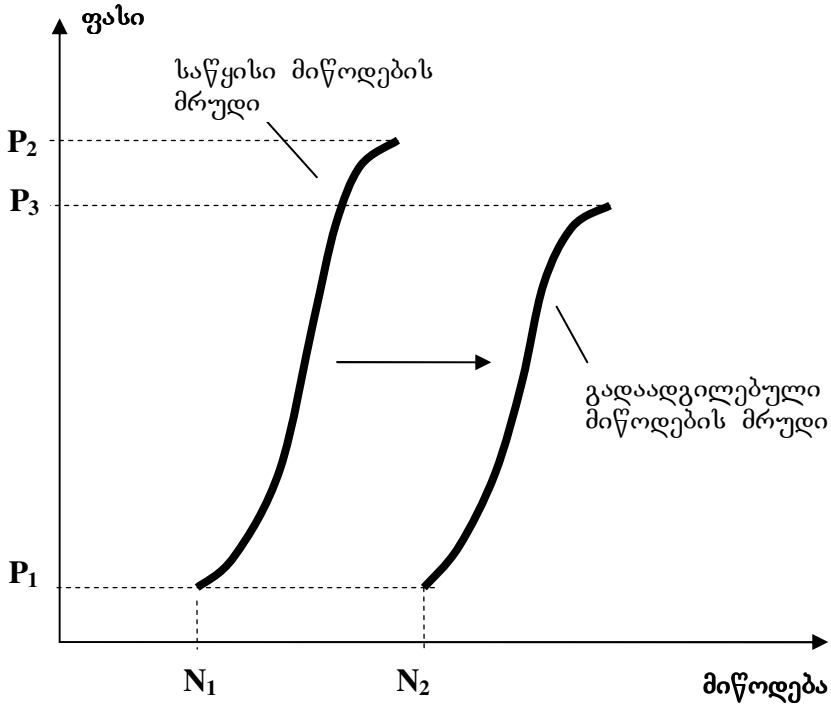


**ნახ. 6.**

ეს ყველაფერი მაშინ ხდება, როდესაც ფასის უცვლელობისას იცვლება რომელიმე სხვა ფაქტორი, მაგალითად წარმოების შესაძლებლობები.

ყოველივე ზემოთ თქმულის საილუსტრაციოდ განვიხილოთ სასკოლო რვეულების ბაზარი. და ამ დროს ქალაქი გაიფუტა. როგორ იმოქმედებს ეს ბაზარზე? ვინაიდან რვეულის თვითღირებულებაში ქალაქის წილი დიდია, ეს მნიშვნელოვნად შეამცირებს რვეულის თვითღირებულებას და მწარმოებელს გაეზრდება სტიმული მეტი რვეულის ბაზარზე გასატანად. საბოლოო ჯამში ბაზარზე მყარდება ახალი წონასწორობა, რომელიც **ნახ. 5**-ზე მოყვანილ გადაადგილებულ მიწოდების მრუდს შეესაბამება.

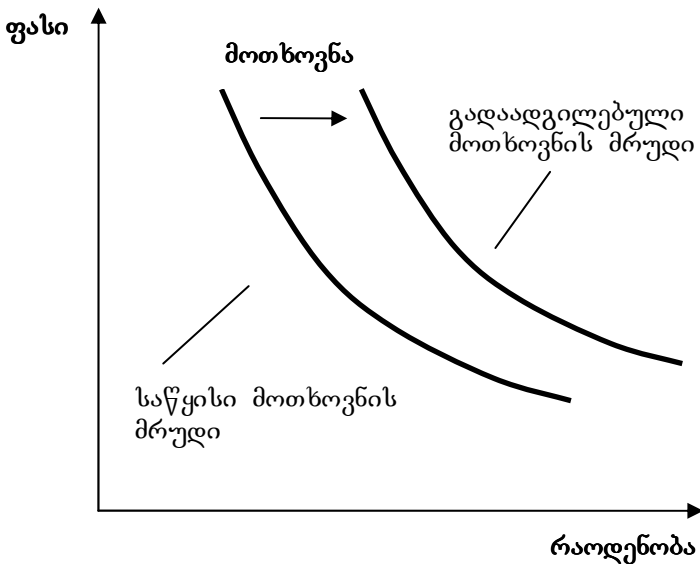
ზოგად შემთხვევაში პირობების ცვლილება გვაძლევს პირვანდლისაგან განსხვავებული მოყვანილობის გადაადგილებულ მიწოდების მრუდს (იხ. ნახ. 7).



ნახ. 7.

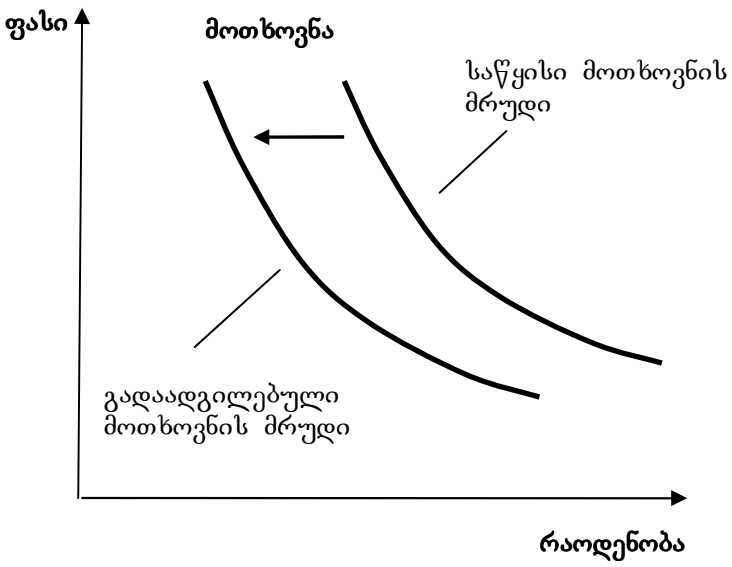
მოთხოვნის კანონიდან ვიცით, რომ როცა იზრდება ფასი, მცირდება მოთხოვნა. როგორც მიწოდების შემთხვევაში, აქაც შეგვიძლია განვიხილოთ მოთხოვნის მრუდის გადაადგილების ორი შემთხვევა.

დავუშვათ ჯანმრთელობის სამინისტრომ გამოაცხადა, რომ ვინც ბევრ ფორთოხალს მიიღებს, მას კიბოთი დაავადების რისკი შეუმცირდება. როგორ იმოქმედებს ეს ფაქტი ფორთოხლის ბაზარზე? რა თქმა უნდა გაზრდის ფორთოხალზე მოთხოვნას. ყოველი შესაძლო ფასის დროს მომხმარებელი იყიდის უფრო მეტ ფორთოხალს და ამ დროს მოთხოვნის მრუდი გადაადგილდება მარჯვნივ (**ნახ. 8**).



**ნახ. 8.**

მოთხოვნის შემცირების შემთხვევაში კი მრუდი გადაადგილდება მარცხნივ (**ნახ. 9**).



ნახ. 9.

## **თავი III. ბაზრები და კონკურენცია**

### **3.1 ბაზრის სახეობები. კონკურენტული ბაზრები**

ეკონომისტები, რომლებიც დარგის ორგანიზებას შეისწავლიან, განასხვავებენ ოთხი ტიპის ბაზარს:

- 1) მონოპოლისტურს;
- 2) ოლიგოპოლიურს;
- 3) მონოპოლისტურ კონკურენტულს;
- 4) სრულ კონკურენტულს.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი ცალ-ცალკე.

პირველი კითხვა, რომელსაც ბაზრის შესაფასებლად ვსვამთ ეს შემდეგია: რამდენი გამყიდველია ბაზარზე? თუ ბაზარზე ერთი ფირმაა, მაშინ ეს ბაზარი მონოპოლისტურია. თუ რამოდენიმე ფირმაა გვექნება სამი ვარიანტი:

ა) თუ ისინი ერთობლივად განსაზღვრავენ იდენტურ საქონელზე ფასებს, მაშინ ბაზარი ოლიგოპოლიურია;

ბ) თუ ისინი განსხვავებულ საქონელს ყიდიან, მაშინ ბაზარი მონოპოლისტურ-კონკურენტულია;

გ) თუ მათი რიცხვი ბევრია და საქონელიც მრავალფეროვანია, ამასთან თითოეული გამყიდველი მოქმედებს სხვებისგან დამოუკიდებლად, მაშინ ბაზარი სრული კონკურენტულობით ხასიათდება.

კონკურენტული ბაზრები ისეთი ბაზრებია, რომლებზეც მრავალი მყიდველი და მრავალი გამყიდველია, ამასთან თითოეული მათგანის გავლენა საბაზრო ფასზე უმნიშვნელოა. კონკურენტულ ბაზრებზე გამყიდველი შეზღუდულია ფასის განსაზღვრაში, ვინაიდან სხვა გამყიდველებიც ასეთივე პროდუქციას ყიდიან. მან რომ ფასი გაზარდოს, მყიდველი სხვა გამყიდველისაგან იყიდის იგივე საქონელს, ხოლო თუ გამყიდველი ფასს დაწევს, რომელიც კონკურენტულობის გამო ისედაც მისთვის დაბალია, იგი ვერაფერს მოიგებს. ანალოგიურად ერთ მყიდველსაც არ შეუძლია საერთო საბაზრო ფასზე ზემოქმედება, რადგან იგი მხოლოდ მცირე მოცულობის საქონელს ყიდულობს. გამონაკლის შემთხვევაში თუ ბაზარზე ვინმე



სპეკულაციის მიზნით დიდ კაპიტალს დახარჯავს, ყველა გამყიდველისაგან შეიძენს მთელ პროდუქციას, გახდება ამ საქონელზე მონოპოლისტი და შექმნის საქონელზე დეფიციტს, მას შეეძლება ამ საქონელზე ერთპიროვნულად დააწესოს მაღალი ფასი. იგივე სიტუაცია ხდება სოციალურ-პოლიტიკური კრიზისების დროს ფართო მოხმარების საგნებზე და სურსათზე.

საერთოდ სრულყოფილი კონკურენციის ბაზარი ორი ძირითადი მახასიათებლით განისაზღვრება: 1) გასაყიდად მომზადებული საქონელი ერთნაირია; 2) მყიდველთა და გამყიდველთა რაოდენობა იმდენად დიდია, რომ ერთი ცალკეული მყიდველი ან გამყიდველი საბაზრო ფასზე გავლენას ვერ ახდენს. კონკურენტულ ბაზარზე მყიდველიც და გამყიდველიც იძულებული არიან მიიღონ უცვლელად ბაზრის მიერ დაწესებული ფასი, ამიტომ ამ შემთხვევაში მათ ფასის მიმღებებს უწოდებენ.

მაგალითისათვის განვიხილოთ მარცვლეული კულტურის ბაზარი. თუ ამ ბაზარზე არის მარცვლეულის დიდი რაოდენობით მიწოდებაც და მოთხოვნაც, მაშინ ორივე მხარე იძულებულია მიიღოს ბაზრის მიერ დადგენილ ფასი.

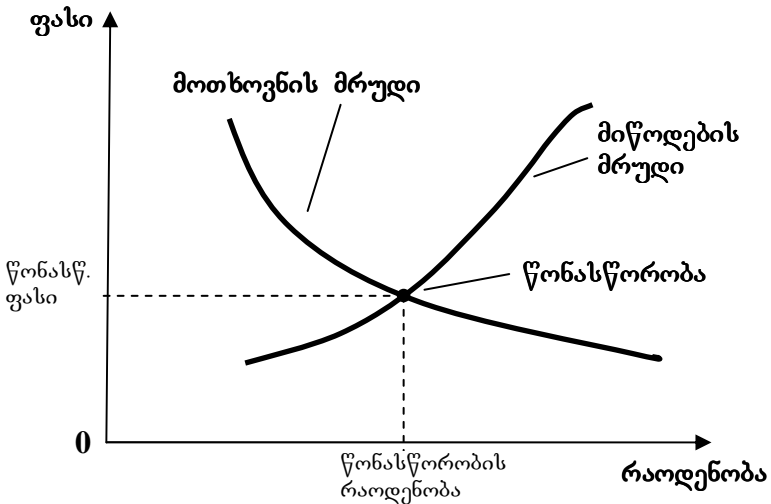
არასრულყოფილ ბაზარზე, როცა ან გამყიდველების სიცოტავეა ან მყიდველების, შემცირებულ მხარეს ეძლევა საშუალება იმოქმედოს ბაზარზე მანამდე ჩამოყალიბებულ ფასზე. მაგალითად წვიმიან ამინდში მყიდველის სიცოტავე აიძულებს გამყიდველს დაწიოს წინა დღის ფასთან შედარებით მყიდველის მოთხოვნილ ფასამდე. პირიქით სიტუაცია გვექნება, თუ იგივე ბაზარში სანიტარული დასუფთავება გამოცხადდება ბაზრის ნაწილ ტერიტორიაზე, რის გამოც გამყიდველთა რაოდენობა დროებით შემცირდება და დარჩენილ გამყიდველებს საშუალება ექნებათ გაზარდონ ფასები.

### 3.2 ბაზრის წონასწორობა

არც მიწოდების და არც მოთხოვნის კანონი ცალ-ცალკე არ გვეუბნება, თუ როგორი უნდა იყოს ფასი., როგორია მაღალი თუ დაბალი ფასის დროს მიმწოდებელთა ან მომხმარებელთა ქცევა.

**ბაზრის წონასწორობა** ისეთი მდგომარეობაა, როდესაც მიწოდება და მოთხოვნა გაწონასწორებულია. **წონასწორობის ფასი** კი ისეთი ფასია, რომელიც ორივე მხარეს მყიდველებსაც და გამყიდველებსაც აწყობს. ამ დრო გამყიდველებსაც სურთ და შეუძლიათ ბაზარს მიაწოდონ იმ რაოდენობის საქონელი, რომლის ყიდვაც სურთ და შეუძლიათ მყიდველებს.

**ნახ. 10**-ზე მოცემულია ბაზრის წონასწორობის ამსახველი დამოკიდებულება, სადაც მიწოდების და მოთხოვნის მრუდების გადაკვეთის წერტილს **წონასწორობის წერტილი** ეწოდება, ამ წერტილის შესაბამის ფასი წონასწორობის ფასია, ხოლო რაოდენობას **წონასწორობის რაოდენობა** ეწოდება.



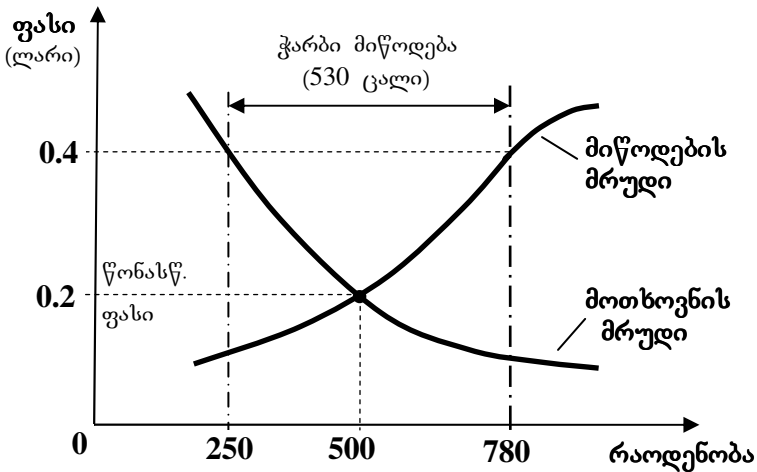
**ნახ. 10.**

თუ განვიხილავთ სასკოლო რვეულების ბაზარს და წონასწორობის პირობებში ყოველდღიურად 500 რვეული იყიდება 20 თეთრად, მაშინ წონასწორობის ფასი 20 თეთრი ყოფილა, ხოლო წონასწორობის რაოდენობა 500 რვეული.

წონასწორობის ფასს ზოგჯერ სუფთა ბაზრის ფასსაც უწოდებენ, ვინაიდან ამ ფასით ყველა კმაყოფილია: მყიდველებმაც იყიდეს ის, რაც სურდათ, ხოლო გამყიდველებმა გაყიდეს ის, რაც სურდათ.

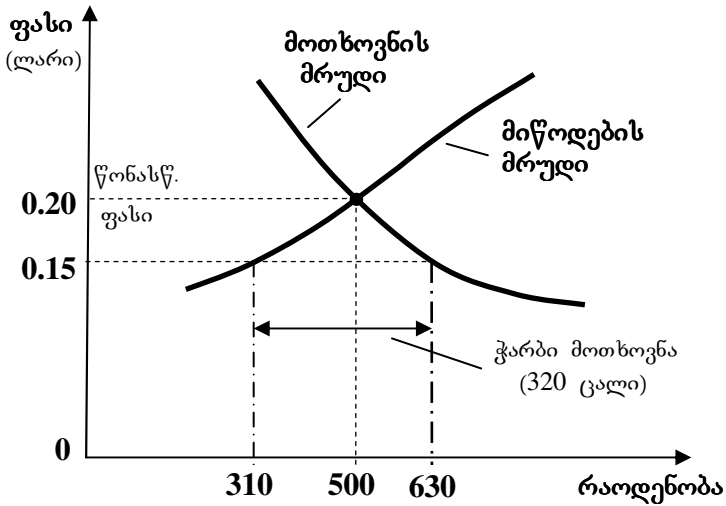
მყიდველებისა და გამყიდველების ქმედებები ბუნებრივად უბიძგებენ ბაზარს მიწოდებისა და მოთხოვნის წონასწორობისაკენ. ამის გასარკვევად ვნახოთ, თუ რა ხდება, როცა საბაზრო ფასი განსხვავდება წონასწორობისაგან.

დავუშვათ რვეულის წონასწორობის ფასი არის 20 თეთრი და წონასწორობის რაოდენობაა 500 რვეული, ხოლო ბაზარზე მისი ფასი 40 თეთრია. მაშინ ადგილი ექნება ჭარბი მიწოდებას, ამ ფასის რვეულებზე მოთხოვნა დაბალი იქნება, ამიტომ გამყიდველები იძულებულნი იქნებიან დაწიონ ფასი (**ნახ. 11**).



**ნახ. 11.**

ახლა განვიხილოთ ჭარბი მოთხოვნის შენთხვევა. თუ საბაზრო ფასი რვეულზე 15 თეთრია, მაშინ მოთხოვნა მასზე დიდი იქნება (630 ცალი), მაშინ როცა მიწოდება ბაზარზე მცირეა (310 რვეული დღეში), ამ შემთხვევაში ჭარბი მოთხოვნა 320 იქნება (ნახ. 12).



ნახ. 12.

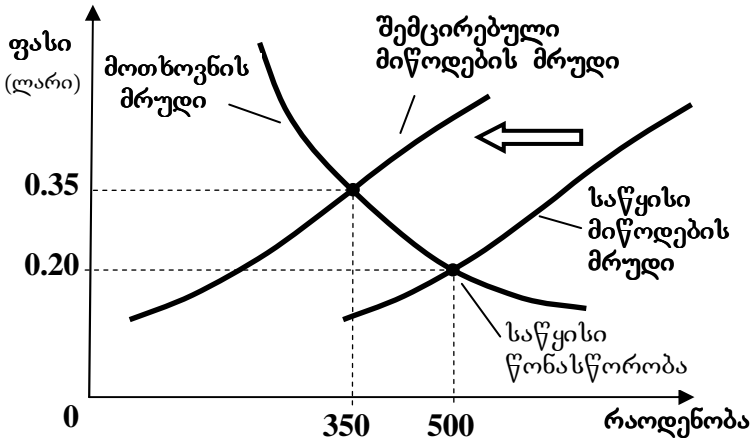
მოთხოვნის სიჭარბე გამყიდველებს სტიმულს მიცემს გაზარდონ მიწოდება და შესაბამისად ფასიც.

### 3.3 წონასწორობის ცვლილების ანალიზი

ჩვენ უკვე ვიცით, რომ წონასწორობის ფასი და წონასწორობის რაოდენობა დამოკიდებულია მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდების მდებარეობაზე. როდესაც რაიმე მოვლენა რომელიმე მრუდს გადაადგილებს, წონასწორობაც შესაბამისად იცვლება. ასეთი ცვლილების ანალიზს **შედარებითი ანალიზი** ეწოდება, ე.ი. ამ დროს ხდება ძველი სიტუაციის შედარება ახალთან.

შედარებითი ანალიზი ეტაპებად იყოფა. ჯერ ვსაზღვრავთ რომელ მრუდს გადაადგილებს ეს მოვლენა: მიწოდების მრუდს, მოთხოვნის მრუდს, თუ ორივე მრუდს ერთად. შემდეგ ვადგენთ მრუდის გადაადგილების მიმართულებას მარჯვნივ გადაადგილდა მრუდი თუ მარცხნივ. ბოლოს ვარკვევთ, თუ როგორ იმოქმედა ამ გადაადგილებამ ფასზე და რაოდენობაზე.

განვიხილოთ საქონლის მიწოდების შემცირების გავლენა ბაზრის წონასწორობაზე. ზემოთ მოყვანილი სასკოლო რვეულების ბაზრისათვის წონასწორობის ფასი 20 თეთრი იყო და წონასწორობის რაოდენობა 500 ცალი რვეული (**ნახ. 13**).

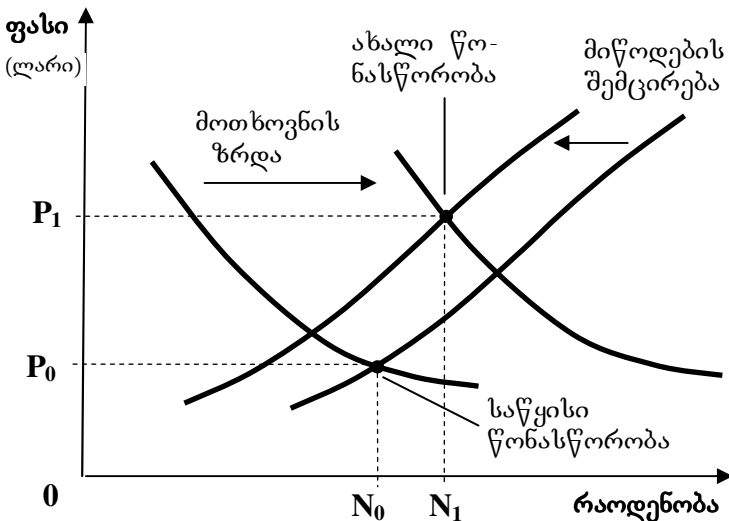


ნახ. 13.

დაუშვათ მიწოდებელს წარმოეშვა სატრანსპორტო პრობლემები და იგი იმავე მოცულობით ვეღარ აწოდებს ბაზარს სასკოლო რეკულებს. ეს მოვლენა მიწოდების ძრულს გადაადგილებს მარცხნივ. წონასწორობის ახალ მდგომარეობაში წონასწორობის ფასი გაიზარდა 35 თეთრამდე, წონასწორობის რაოდენობა კი შემცირდა 350-მდე.

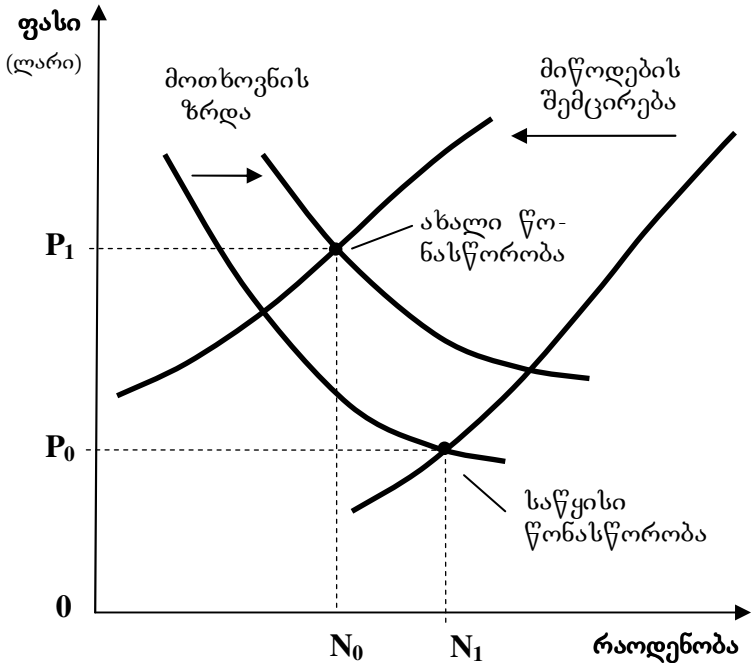
განვიხილოთ მიწოდებისა და მოთხოვნის ძრუდების ერთდროული გადაადგილებები. არსებობს ორი შესაძლო შედეგი და თუ რომელი შედეგი გვექნება, დამოკიდებულია მოთხოვნისა და მიწოდების ძრუდების გადაადგილებების შეფარდებით სიდიდეზე. ორივე შემთხვევაში წონასწორობის ფასი იზრდება.

**ნახ. 14**-ზე ნაჩვენებია შემთხვევა, როცა მოთხოვნა მნიშვნელოვნად იზრდება, მიწოდება კი ოდნავ მცირდება. ამ დროს წონასწორობის რაოდენობაც იზრდება  $N_0$ -დან  $N_1$ -მდე და ფასიც იზრდება  $P_0$ -დან  $P_1$ -მდე.



**ნახ. 14.**

**ნახ. 15**-ზე ნაჩვენებია შემთხვევა, როცა მოთხოვნა ოდნავ იზრდება, მიწოდება კი მნიშვნელოვნად მცირდება. ამ დროს წონასწორული რაოდენობა მცირდება  $N_0$ -დან  $N_1$ -მდე და ფასი კვლავ იზრდება  $P_0$ -დან  $P_1$ -მდე.



**ნახ. 15.**

## თაზი IV. ელასტიური ბაზარი

### 4.1 მოთხოვნის და მიწოდების ელასტიურობა მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები

წინა თავებში გავეცანით მოთხოვნასა და მიწოდებას. ნებისმიერ კონკურენტულ ბაზარზე მიწოდების ზრდადი მრუდი ასახავს გამყიდველის ქცევას, ხოლო მოთხოვნის კლებადი მრუდი მყიდველის ქცევას. საქონლის ფასი რეგულირდება საქონლის მიწოდებისა და მოთხოვნის რაოდენობების გაწონასწორებამდე. ეს ანალიზი საშუალებას გვაძლევს გადავიდეთ ბაზრის ელასტიურობაზე. ეკონომისტები მოთხოვნისა და მიწოდების ცვლილების გასაზომად ელასტიურობას იყენებენ.

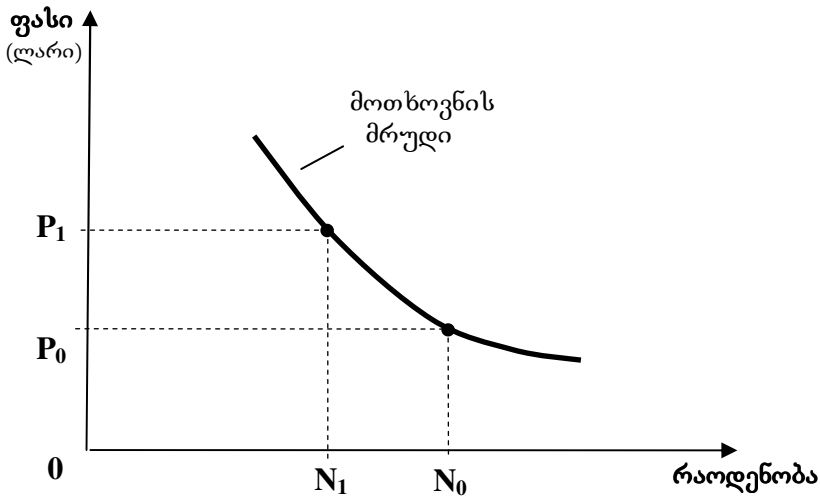
სიდიდე, რომელიც გვიჩვენებს, თუ რა გავლენას ახდენს ფასის მცირედი ცვლილება მოთხოვნის ცვლილებაზე, მოთხოვნის ელასტიურობა გამოითვლება როგორც თანაფარდობა მოთხოვნის საშუალო პროცენტული ცვლილებისა ფასის საშუალო პროცენტულ ცვლილებასთან. **ნახ. 16**-ზე გამოსახული მოთხოვნის მრუდის შემთხვევაში მოთხოვნის ელასტიურობა ტოლია:

$$e_m = \frac{\frac{|N_1 - N_0|}{(N_1 + N_0) / 2} \times 100\%}{\frac{|P_1 - P_0|}{(P_1 + P_0) / 2} \times 100\%} \quad (1)$$

ვთქვათ საწვავის ბაზარზე, როცა 1 ლიტრი ბენზინის საწყისი ფასი 1 ლარი იყო, მოთხოვნა 10 ტონა იყო. როცა საწვავი გაძვირდა და 1 ლიტრი ბენზინი გახდა 1. ლარი და 20 თეთრი, მოთხოვნა შემცირდა 9 ტონამდე. ფასის საშუალო პროცენტული ცვლილება ყოფილა

$$\frac{1.2 - 1}{(1.2 + 1) / 2} \times 100\% = \frac{0.2}{1.1} \times 100\% = 18\%.$$





ნახ. 16.

რაოდენობის საშუალო პროცენტული ცვლილება იქნება

$$\frac{|9 - 10|}{(9 + 10) / 2} \times 100\% = \frac{1}{9.5} \times 100\% = 10.5\%.$$

მაშინ (1) ფორმულის თანახმად მოტოვნი ელასტიურობა ფასის მიხედვით იქნება

$$e_m = \frac{10.5\%}{18\%} = 0.6.$$

გავარკვიოთ, რამდენად ელასტიურია მოტოვნი საქონელზე ფასის მიხედვით. რადგან ნებისმიერ საქონელზე მოტოვნი დამოკიდებულია მომხმარებლის სურვილზე და შესაძლებლობაზე, ამდენად მოტოვნი ელასტიურობა დამოკიდებულია მრავალ ეკონომიურ, სოციალურ და ფსიქოლოგიურ ფაქტორზე. გამოცდილებაზე დაყრდნობით შეგვიძლია მოვიყვანოთ რამდენიმე ზოგადი წესი ელასტიურობის წინასწარი შეფასებისა.

პირველადი მოთხოვნის საგნები უფრო არაელასტიური მოთხოვნით ხასიათდებიან, ფუფუნების საგნებს კი ელასტიური მოთხოვნა ახასიათებს. მაგალითად, პურზე ფასის ზრდის მიუხედავად, მისი მოხმარება არ შემცირდება, მასზე მოთხოვნა თითქმის არ შემცირდება, ვინაიდან იგი პირველადი დანიშნულების სასურსათო პროდუქტია. ამ შემთხვევაში მოთხოვნა ფასის მიხედვით არაელასტიურია. ხორცზე ფასების ზრდისას, მოხმარება შესაბამისად შემცირდება. ამ შემთხვევაში მოთხოვნა საშუალოდ ელასტიური იქნება. ხოლო თუ განვიხილავთ ხიზილალაზე ფასების მომატების მაგალითს, მოთხოვნამ შეიძლება ნულამდე დაიწიოს (ხიზილალა ხომ ფუფუნებაა). აქ საქმე გვაქვს ძლიერ ელასტიურობასთან.

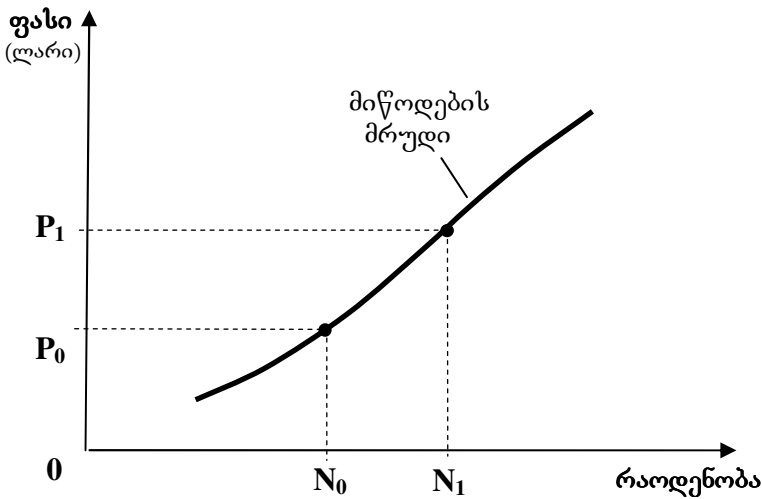
თუ საქონელს აქვს შემცველი პროდუქტი, მაშინ ამ საქონელს მოთხოვნა ფასის მიხედვით ელასტიური იქნება, ვინაიდან მომხმარებლისთვის ადვილია ამ პროდუქტიდან შემცველზე გადასვლა. მაგალითად, თუ კარაქზე ფასმა მოიმატა, მომხმარებელი მარგარინზე გადავა.

მოთხოვნის ელასტიურობა დამოკიდებულია ბაზრის განვითარებულობაზეც. მაგალითად, თუ ბაზარი შემოსაზღვრულია (ე.ი. საქონლის ასორტიმენტი და რაოდენობა მცირეა), მყიდველი იძულებულია გაყვეს გამყიდველთა ნებას საქონლის ფასის ზრდაზე. აქაც ელასტიურ მოთხოვნასთან გვექნება საქმე. განვითარებული ბაზრის შემთხვევაში ცალკეულ გამყიდველებს არ შეუძლიათ იმოქმედონ ფასის მიხედვით საქონელზე მოთხოვნის ელასტიურობაზე.

ელასტიურობაზე მოქმედებს აგრეთვე ფსიქოლოგიური ფაქტორებიც. მაგალითად თუ მომხმარებლისთვის ეს საქონელი პრესტიჟულია (ვთქვათ კარგი მანქანა), ან მოღურია (ახალი ფასონის ფენსაცემელი), ან ტრადიციულია (?) ან სხვა ფსიქოლოგიური მოტივით მისთვის ეს საქონელი მნიშვნელოვანია, იგი ასევე რეაგირებს საქონლის ფასზე ცვლილებას (ამ შემთხვევაში ადგილი აქვს ნაკლებ ელასტიურობას). საწინააღმდეგოდ მოქმედი ფსიქოლოგიური ფაქტორების შემთხვევაში (მისთვის ეს საქონელი სხვადასხვა

მოტივით არაარსებითა), ამ საქონლის მოთხოვნა ფასის მიხედვით ელასტიური ხდება.

სიდიდეს, რონელიც გვიჩვენებს, თუ რა გავლენას ახდენს ფასის მიწოდების ცვლილებაზე, და რომელიც გამოითვლება მიწოდების გასაშუალებული პროცენტული ცვლილების შეფარდებით ფასის გასაშუალებულ პროცენტულ ცვლილებასთან, საქონლის მიწოდების ელასტიურობა ჰქვია. იგი (1) ფორმულით გამოითვლება, ოღონდ ამ შემთხვევაში მონაცემები მიწოდების მრუდიდან უნდა ავიღოთ (ნახ. 17).



ნახ. 17.

საქონლის მიწოდება ელასტიურია, თუ ფასის ცვლილება მნიშვნელოვნად ცვლის მიწოდების მოცულობას. თუ ფასის ცვლილება არ იწვევს მიწოდების საგრძნობ ცვლილებას, მაშინ არაელასტიურ მიწოდებასთან გვაქვს საქმე.

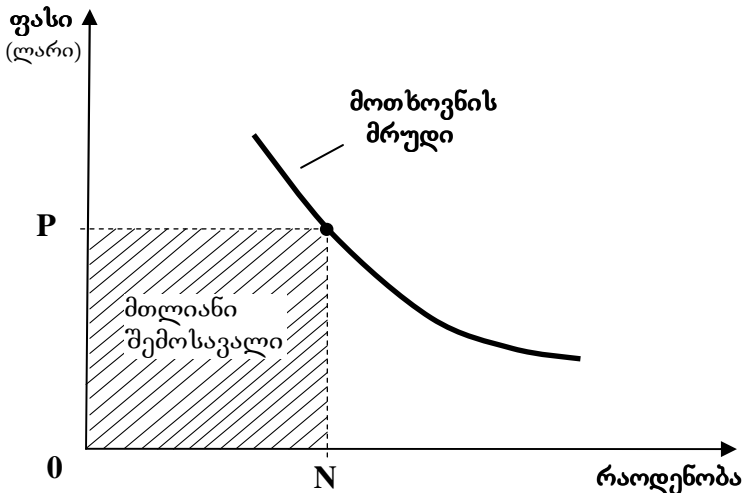
მიწოდების ელასტიურობა ფასის მიხედვით დამოკიდებულია გამყიდველების მოქნილობაზე, შემართებაზე და შესაძლებლობაზე, რაც შეიძლება სწრაფად მიაწოდონ მომხმარებელს სათანადო საქონელი. მაგალითად მიწოდება არაელასტიურია ისეთ საქონელზე, რომელის ტარნსპორტირება დამზადების ადგილიდან ბაზრამდე გართულებულია (მაგ. ბუნებრივი აირის მიწოდება), ელასტიურია ადგილობრივი მაღალსერიული წარმოების საქონლის მიწოდება. მიწოდების ელასტიურობაზე გავლენას ახდენს ბაზრის სასაწყობო მეურნეობის განვითარებულობაც, პროდუქციის სასაქონლო სახე (შეფუთვა, კონსერვაციის ვადა და სხვა).

#### 4.2. მთლიანი შემოსავალი და მოთხოვნის ელასტიურობა შემოსავლის მიხედვით

მთლიანი შემოსავალი ეს ის თანხაა, რომელიც გადახდილია მყიდველების მიერ და მიღებულია გამყიდველების მიერ ამ საქონლის მთელი მასის რეალიზაციის შედეგად:

**მთლიანი შემოსავალი = ფასი × გაყიდული საქონლის რაოდენობა.**

**ნახ. 18**-ზე მოცემულია ამ ფორმულის გრაფიკული ახსნა. დაშტრიხული მართკუთხედის ფართობი გამოხატავს მთლიან შემოსავალს ( $P \times N$ ).



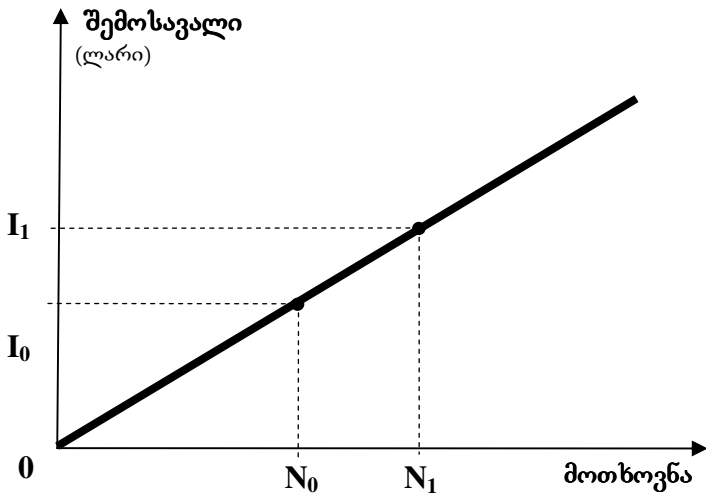
**ნახ. 18.**

წინა თავში განვიხილეთ ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობა. ეკონომისტები განიხილავენ აგრეთვე მოთხოვნის ელასტიურობას შემოსავლის მიხედვით, რომელიც გვიჩვენებს, თუ როგორ იცვლება მომხმარებლის მოთხოვნის რაოდენობა შემოსავლის ცვლილებისას.. მოთხოვნის ელასტიურობა შემოსავლის მიხედვით

ტოლია მოთხოვნის რაოდენობის გასაშუალებული პროცენტული ცვლილების შეფარდებით შემოსავლის გასაშუალებულ პროცენტულ ცვლილებასთან:

$$e_i = \frac{\frac{|N_1 - N_0|}{(N_1 + N_0)/2} \times 100\%}{\frac{|I_1 - I_0|}{(I_1 + I_0)/2} \times 100\%} \quad (2)$$

**ნახ. 19-**ზე მოცემულია შემოსავლის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიურობის ამსახველი გრაფიკი.



**ნახ. 19.**

როგორც ნახაზიდან ჩანს შემოსავალი და მოთხოვნა პირდაპირპროპორციულ დამოკიდებულებაში არიან.

# თაზი V. მონოპოლია და ოლიგოპოლია

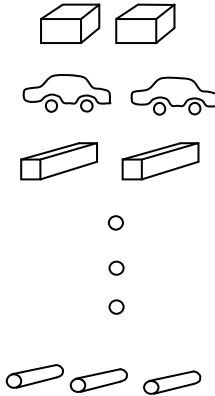
## 5.1. მონოპოლია ბაზარზე

წინა თავებში ჩვენ განვიხილეთ კონკურენტული ბაზრები, აღვნიშნეთ, რომ ზოგიერთ ბაზარზე სრულიად არ არის კონკურენცია. იქ ერთი, ან ერთ ჯგუფად შეკრული რამდენიმე გამყიდველია, რომლებიც ერთპიროვნულად აწესებენ ფასს. ასეთ გამყიდველს მონოპოლისტი ეწოდება. სიტყვა მონოპოლია (ბერძ. **mono** — ერთი, ერთადერთი + **poleo** — ვყიდი) რაიმეზე განსაკუთრებულ უფლებას ნიშნავს.

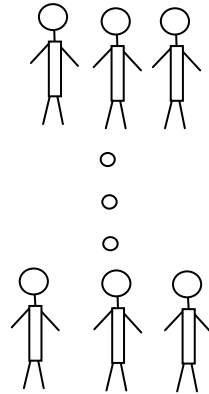
მომწოდებელი



საქონელი

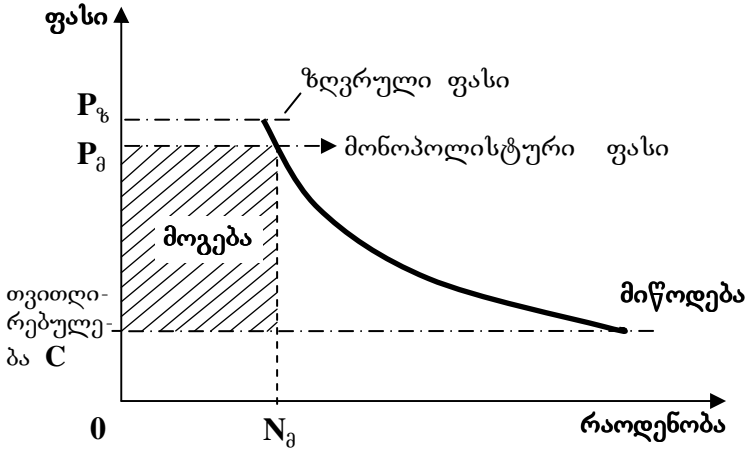


მყიდველები



ეკონომიკაში მონოპოლია ერთი ან რამდენიმე იურიდიული თუ ფიზიკური პირის მიერ წარმოებაში, ვაჭრობაში ან სხვა სამეურნეო საქმიანობაში მოპოვებულ განსაკუთრებულ უფლებებს ან მდგომარეობას ნიშნავს. ეკონომიურ საქმიანობაში მონოპოლისტური მდგომარეობა გამოიყენება ფასების ზრდისა და მაქსიმალური (მონოპოლისტური) მოგების მისაღებად.

**ნახ. 20**-ზე მოცემულია მონოპოლიური ბაზრის ამსახველი დამოკიდებულება,



**ნახ. 20.**

მონოპოლისტს სურს გაყიდოს საქონელი  $C$  თვითღირებულებაზე გაცილებით მაღალ  $P_{წ}$  ზღვრულ ფასად, მაგრამ რეალურად იგი ამ უკანასკნელთან მიახლოებულ  $P_{გ}$  მონოპოლისტურ ფასად ყიდის  $N_{გ}$  რაოდენობით. ამ დროს იგი იღებს  $(P_{გ} - C) \times N_{გ}$  მონოპოლისტურ მოგებას (ნახაზზე დაშტრიხული ნაწილი), რაც მაქსიმალურად დიდია.

მონოპოლიის წარმოშობის სამი ფაქტორია ცნობილი:

1. რესურსებზე ან ტექნოლოგიაზე ერთპიროვნული ფლობის შესაძლებლობა;
2. სახელისუფლებო ან კრიმინალური სტრუქტურების მხარდაჭერა;
3. ისეთი საწარმოო შესაძლებლობების შექმნა, რომლის პირობებში დამზადებული პროდუქციის თვითღირებულება მნიშვნე-



ლოვნად დაბალია კონკურენტების მიერ დამზადებული ანალოგიური პროდუქციის თვითღირებულებაზე, რაც მონოპოლისტს საშუალებას აძლევს დაბალი გასაყიდი ფასით ჩამოიმოროს კონკურენტები ბაზარზე.

პირველი ტიპის მონოპოლისტების მაგალითია თბილისის ელმომარაგების ფირმა “თელასი”, რომელიც ფლობს ქალაქის ელმომარაგების ქსელს და ამდენად ამ რესურსის ფლობის ერთპიროვნულობით სხვა კონკურენტს უკეტავს ბაზარზე შემოსვლის გზას. ტექნოლოგიაზე მონოპოლისტის გამოკვეთილი მაგალითია კომპიუტერების ოპერაციული სისტემის (“**Windows**”) შემქმნელი ფირმა “**Microsoft**”, რომელიც შესაბამისი ბაზრის 95%-ს აკონტროლებს.

მეორე კატეგორიის მონოპოლისის შექმნა იოლად მიიღწევა, როდესაც რომელიმე სახის მომსახურებაზე ან ფუნქციის შესრულებაზე შესაბამისი მმართველობითი ორგანო გასცემს ექსკლუზიურ უფლებას (ლიცენზიას), რითაც მონოპოლისტს ავტომატურად აშორებს კონკურენტს. ამის გამოკვეთილი მაგალითი იყო რამოდენიმე წლის უკან, როდესაც სამთავრობო გადაწყვეტილებით საქსპორტო პროდუქციის სავალდებულო დაზღვევის ერთპიროვნული უფლება ერთ ფირმას გადაეცა. კრიმინალური სტრუქტურების მიერ მონოპოლისის ჩამოყალიბების თვალსაჩინო მაგალითია კონტრაბანდული საქონლით ვაჭრობა.

მესამე კატეგორიის მონოპოლისტი ყალიბდება მაშინ, როდესაც იგი ბაზარზე შედის მასობრივ სერიული საქონლით, რომლის თვითღირებულება წარმოების დანახარჯების მინიმუმაციის და სატრანსპორტო ხარჯების სიმცირის წყალობით არაკონკურენტუნარიანს ხდის სხვა მწარმოებლების პროდუქციას. მაგალითად ძეგვის(?) მინის ქარხანა ამ კატეგორიის მონოპოლისტია, რადგან ქართულ ბაზარზე მისი პროდუქცია უფრო იაფია, ვიდრე რუსეთიდან შემოტანილი მინის ტარა (აქ სატარნსპორტო ხარჯები გადამწყვეტ როლს თამაშობენ).

განსხვავებით პირველი ორი ტიპის მონოპოლისტისაგან, რომლებიც ეკონომიკაში უარყოფით როლს თამაშობენ, მესამე კატეგორიის მონოპოლისტი ეკონომიკის განვითარებას უწყობს ხელს. ამ შემთხვევაში სხვა მწარმოებლებსაც უჩნდებათ სტიმული თავიანთი საწარმოო მახასიათებლების (სიმძლავრე, ტექნოლოგიურობა, რენტაბელობა, სატრანსპორტო ხარჯები და სხვა) გაუმჯობესებისათვის.

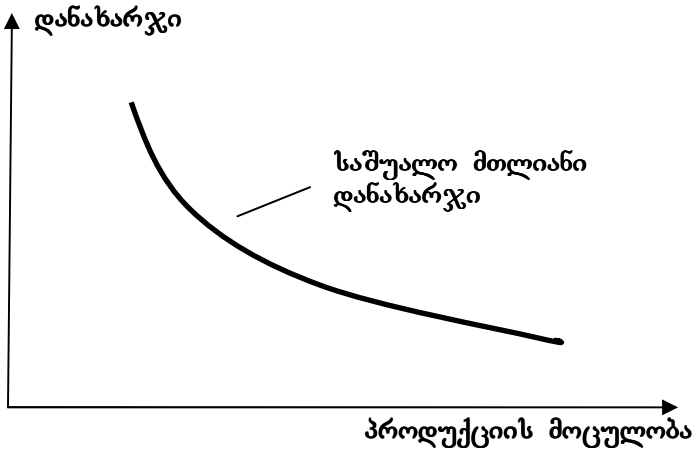
თუ მონოპოლისტებს მომხმარებლის პოზიციიდან შევხედავთ მესამე ტიპის მონოპოლისტი მისთვის ყველანაირად მისაღებია, იგი ხომ მას თავისი შემოსავლების დიდ დანაზოგს უქმნის.

თუ **ნახ. 20**-ზე მოყვანილი  $P_*$  ზღვრული ფასი პირველი და მეორე ტიპის მონოპოლისტებისათვის მინიმალური მოთხოვნით შემოიფარგლება, მესამე ტიპის მონოპოლისტისათვის ზღვრული ფასი სხვა მწარმოებლების (მომწოდებლების) ქვედა დასაშვები ფასით განისაზღვრება.

კიდევ ერთი დამახასიათებელი თვისება მესამე ტიპის მონოპოლისტისა არის ის, რომ იგი მაქსიმალურად მობილიზირებული და რაციონალურად მომუშავეა. ბაზარზე ახალი კონკურენტის შემოსვლისას იგი შეძლებისდაგვარად ინარჩუნებს ლიდერობას, მაშინ როდესაც პირველი ტიპის მონოპოლისტისათვის (როცა რესურსებზე ან ტექნოლოგიაზე მონოპოლიას კარგავს) ასეთ ცვლილებას იგი რიგითი მწარმოებლის დონემდე დაყავს, ხოლო მეორე ტიპის მონოპოლისტი პრაქტიკულად კოტრდება, ხელოვნური შეღავათები და პრივილიგირებული მდგომარეობა მას არაქმედითუნარიანს ხდის.

## 5.2 ბუნებრივი მონოპოლია

ზემოთ ჩვენ განვიხილეთ, თუ რას წარმოადგენს მონოპოლია, მაგრამ არ განვიხილავს თუ როგორ წარმოიქმნება ბუნებრივი მონოპოლია. ბუნებრივი მონოპოლიაა, როდესაც ერთ ფირმას შეუძლია საქონლისა და მომსახურების მოცემულ ბაზარზე მოწოდება უფრო მცირე დანახარჯებით, ვიდრე ორ ან მეტ ფირმას. ბუნებრივი მონოპოლია ჩნდება, როდესაც გვაქვს წარმოების მასშტაბის ეკონომიურობა პროდუქციის შესაბამისი მოცულობის პირობებში.



ნახ. 21.

როგორც **ნახ. 21**-დან ჩანს ფირმის საშუალო მთლიანი დანახარჯის მრუდი მუდმივად კლებადია. ფირმას აქვს ე.წ. ბუნებრივი მონოპოლია. როდესაც წარმოება განაწილებას შორის, ამ შემთხვევაში თითოეული ფირმა ნაკლებს აწარმოებს და საშუალო მთლიანი დანახარჯი იზრდება. ამის შედეგად ერთ ფირმას შეუძლია ნე-

ბისმიერი რაოდენობის პროდუქტის წარმოება უმცირესი დანახარჯით.

ბუნებრივი მონოპოლიის მაგალითია ბუნებრივი გაზის მიწოდება. იმისათვის, რომ ქალაქის მთელ მოსახლეობას მიეწოდოს გაზი, საჭიროა შეიქმნას გაზიფიცირების ქსელი მთელი ქალაქისათვის. გაზის მიწოდებას რომ ორი ან მეტი კონკურენტული ფირმა ემსახურებოდეს, თითოეული ცენტრალური გაზსადენის მაგისტრალიდან თავის ქსელს ჩამოაყალიბებდა, მაშინ როდესაც ერთი ფირმისათვის ქალაქის მთლიანი გაზიფიკაციისათვის გაწეული საშუალო მთლიანი დანახარჯი უფრო ნაკლები იქნებოდა, ვიდრე რამდენიმე განმხორციელებელი ქსელის აგებისათვის იქნებოდა საჭირო.

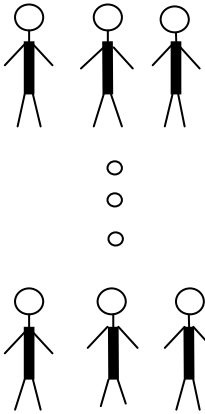
განსხვავებით ჩვეულებრივი მონოპოლისტისაგან, ბუნებრივ მონოპოლისტთან ჭიდილი კონკურენტ ფირმებს უჭირთ. ბაზარზე დიდი მოგების მქონე ჩვეულებრივი მონოპოლისტი ძლიერ სტიმულს უჩენს კონკურენტ ფირმებს, რის გამოც ეს უკანასკნელნი მაქსიმალურად ხვეწავენ თავიანთ პროდუქციას (აუმჯობესებენ ხარისხს, ამცირებენ ფასს). ბუნებრივ მონოპოლისტთან საბრძოლველად კი ეს მეთოდები არ გამოდგება.

მხოლოდ გარკვეული პირობების დადგომისას ხდება ბუნებრივი მონოპოლიის დარღვევა და მაშინ სხვა ფირმებსაც უჩნდებათ შანსი თავიანთი შესაძლებლობების რეალიზაციისათვის. მაგალითად, დაუშვათ პატარა სოფელს ქალაქთან დასაკავშირებლად ერთი ავტობუსი ემსახურება. მანამ ყოველდღიურად ამ სოფლიდან ქალაქში წამსვლელთა რიცხვი მცირეა, ავტობუსის მძღოლი ბუნებრივი მონოპოლისტია და იგი აწესებს მგზავრობის შედარებით მაღალ საფასურს. მაგრამ თუ ქალაქში ყოველდღიურად წამსვლელი მგზავრთა რაოდენობა ისე გაიზრდება, რომ ერთი ავტობუსი ვეღარ აუკა, სხვა ავტობუსის მძღოლს მიეცემა შესაძლებლობა ისიც ჩაერთოს მგზავრთა მომსახურებაში. ამ ორ მძღოლს შორის გაჩნდება კონკურენცია და მგზავრობის ფასიც დაიწევს.

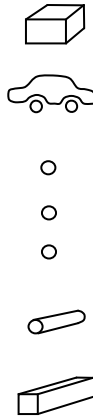
### 5.3 მონოპოლისტური კონკურენცია

მონოპოლისტური კონკურენცია ეს ისეთი საბაზრო სტრუქტურაა, რომელშიც მრავალი გამყიდველი ყიდის მსგავს, მაგრამ არა იდენტურ საქონელს.

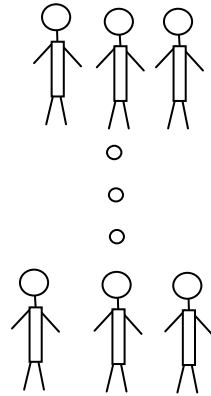
მომწოდებლები



საქონელი



მყიდველები



იგი შემდეგი ფაქტორებით განისაზღვრება:

- 1) მრავალი გამყიდველი არსებობს მრავალი ფირმა, რომელნიც მომხმარებელთა ერთი და იგივე ჯგუფისთვის იბრძვიან;
- 2) პროდუქციის დაყოფა თითოეული ფირმა აწარმოებს პროდუქციას, რომელიც ოდნავ მაინც განსხვავდება სხვა ფირმის პროდუქციისაგან;
- 3) თავისუფალი მოძრაობა ბაზარზე ფირმებს ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე შეუძლიათ ბაზარზე შესვლა და ასევე თავისუფლად გამოსვლა. მათი მოძრაობა ბაზარზე სულ ცვალებადია.

კიდევ ერთი ასპექტი, რამაც უკეთ შეიძლება გაგვარკვიოს მონოპოლისტური კონკურენციის ბაზრის რაობაში ისაა, რომ ამ ბა-

ზარზე მოქმედი ფირმების რაოდენობა სულაც არ იყოს იდეალური ანუ ბაზარზე ისინი შეიძლება იყვნენ ან ძალიან ბევრი ან ძალიან ცოტანი. ასეთ ბაზარზე ახალი ფირმა ახალი საქონლით გარეგანი თვალსაზრისით ორ ეფექტს შექმნის:

1) პროდუქციის მრავალფეროვნების გარეგანი ეფექტი მომხმარებლისათვის ეს დამატებითი დანაზოგია, რაც თავისთავად დადებითი გარეგანი ეფექტია;

2) ბიზნესისთვის შეზღუდვის გარეგანი ეფექტი სხვა ფირმები კარგავენ მომხმარებლებს და უმცირდებათ მოგება, ეს კი უარყოფითი გარეგანი ეფექტია.

ამრიგად მონოპოლისტური კონკურენციის ბაზარზე არსებობენ როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი გარეგანი ეფექტები დაკავშირებული ახალი ფირმის შესვლასთან.

განსხვავებით მონოპოლიური ბაზრისაგან მონოპოლისტური კონკურენციის ბაზარზე თითოეული მონოპოლისტი საქონელზე ფასის განსაზღვრისას შეზღუდულია სხვა მსგავსი (მაგრამ არაიდენტური) საქონლის ფასით. ამდენად მისი სწრაფვა  $\rightarrow P_g$  ზღვრული ფასისაკენ მთავრდება  $P_g$ -თან მიახლოებული  $P_1$  ფასით ( $P_1 < P_g$ ).

## 5.4 ოლიგოპოლია

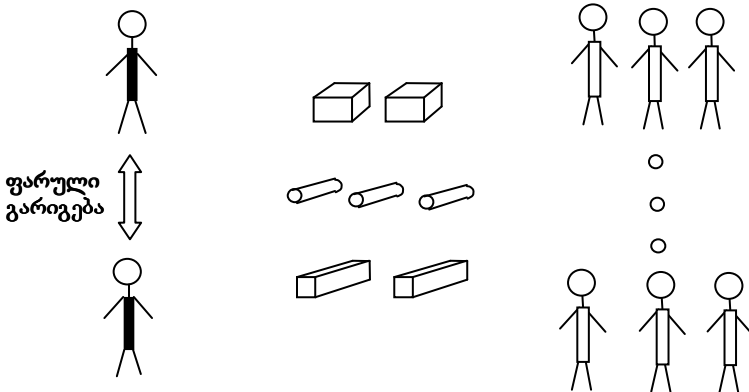
ოლიგოპოლია (ბერძ. **ოლიგოს** მცირე, **პოლეო** ვაჭრობა) რამდენიმე მსხვილი საწარმოს გაერთიანების ბატონობა ამ თუ იმ პროდუქციის წარმოება-გასაღებაში. ჩვენ ვისაუბრებთ არასრულ კონკურენციაზე და განვიხილავთ ერთკონკურენტულ საბაზრო სტრუქტურას, რომელსაც ოლიგოპოლია ეწოდება. ოლიგოპოლიური ბაზრის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ასეთ ბაზარზე მხოლოდ რამდენიმე გამყიდველია. ამის შედეგად ამ ბაზარზე მოქმედი რომელიმე ერთი გამყიდველის ქმედებას შეუძლია საკმაოდ დიდი გავლენა მოახდინოს სხვა გამყიდველების მოგებაზე ე.ი. ოლიგოპოლიური ფირმები კონკრეტული ფირმებისაგან განსხვავებით ერთმანეთზე არიან დამოკიდებული.

ოლიგოპოლიის უკეთ გასაგებად განვიხილოთ ისეთი ოლიგოპოლია, რომელიც ორი წევრისაგან შედგება. ასეთ ოლიგოპოლია დუოლიგოპოლია ეწოდება. იგი ოლიგოპოლიის უმარტივესი ფორმაა. სამი და უფრო მეტი წევრისაგან შემდგარი ოლიგოპოლიები ისეთივე პრობლემების წინაშე დგანან, როგორც დუოლიგოპოლია.

**მომწოდებლები**

**საქონელი**

**მყიდველები**



დავუშვათ, რომ სოფელში მხოლოდ დათოს და გოგის ოჯახები აწარმოებენ რძეს და რძის პროდუქტებს. დათომ და გოგიმ გადაწყვიტეს მათ მიერ წარმოებული რძის პროდუქცია ყოველ შაბათს ქალაქში ჩაიტანონ გასაყიდად იმ ფასად, რომელსაც ბაზარი აიტანს. ისინი ცხადია ერთმანეთთან კავშირში არიან და ერთობლივად განსაზღვრავენ თუ რამდენი რძის პროდუქტი აწარმოონ, რამდენი გაიტანონ ბაზარზე და რა ფასად. ეს დუოპოლისტები მონოპოლიურად კარნახობენ ბაზარს თავიანთ პირობებს. ასეთ შეთანხმებას **ფარული გარიგება** ეწოდება, ხოლო ფირმათა ჯგუფს, რომლებიც ერთად მოქმედებენ, **კარტელი** ეწოდება.

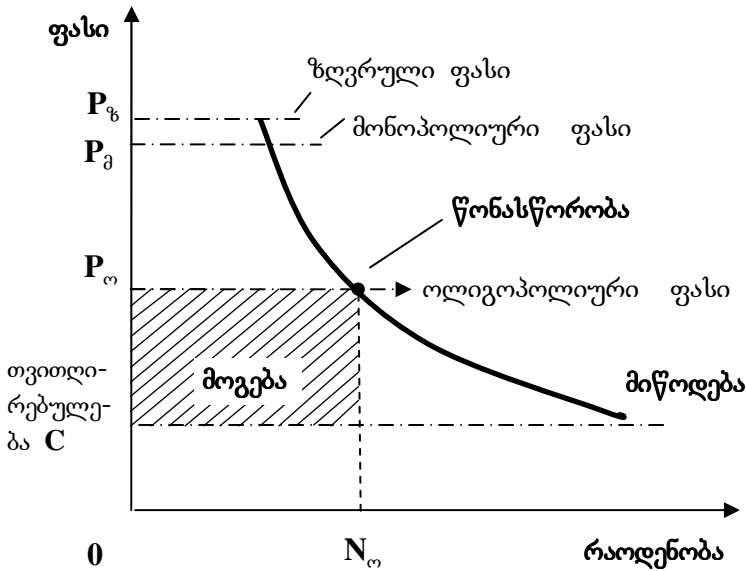
განვიხილოთ როგორ მყარდება წონასწორობა ოლიგოპოლიისათვის.

მიუხედავად ოლიგოპოლისტების სურვილისა, შექმნან კარტელი და მიიღონ მონოპოლიური მოგება, ხშირად ეს შეუძლებელია: უჭირთ საერთო ენის მოძებნა, პირადი ინტერესები სძალავს საერთო ინტერესებს, ბაზარზე მაღალი ფასით საქონელი ისე ვერ იყიდება, მოგება თანაბრად არ ნაწილდება და ა. შ. ამიტომ ისინი იწყებენ დამოუკიდებელ თამაშს. ვინაიდან მათი რიცხვი მცირეა და შესაბამისად მათი რესურსებიც, შესაძლებლობებიც შეზღუდულია, ბაზარზე საქონელზე მოთხოვნა სრულად არ კმაყოფილდება. თითოეული მათგანი იწყებს მიწოდების გაზრდას (ამასთან ფასის შემცირებას), მანამ ეს მისთვის მისაღებია. რაღაც მომენტში ჯამური მოგების სიდიდე მაქსიმალური ხდება, მიუხედავად იმისა, რომ ბაზარზე ფასის შემცირებით (რომელიც თვითღირებულებაზე მაინც საკმაოდ მაღალი იქნება) მოთხოვნა კვლავ დიდი იქნება და თითოეულ ოლიგოპოლისტს მეტის მიწოდება შეუძლია, ისინი წყვეტენ მიწოდების ზრდას. ამ დროს მყარდება წონასწორობა ოლიგოპოლისათვის (**ნახ. 22**).

როგორც ამ ნახაზიდან ჩანს ოლიგოპოლისტების მიერ ბაზარზე ჯამურად მიწოდებული  $N_0$  რაოდენობისა და  $P_0$  ფასის პირობებში ერთობლივი მოგება  $= (P_0 - C) \times N_0$  მაქსიმალურია. გეომეტ-



რიულად ეს დაშტრიხული მართკუთხედის ფართობის მაქსიმალურ სიდიდეს შეესაბამება.



ნახ. 22.

ცხადია, თუ ოლიგოპოლისტები წონასწორობის შედეგზე არ გაჩერდებიან და არ მოილაპარაკებენ ერთობლივ თანამშრომლობაზე, გააგრძელებენ დამოუკიდებელ ქმედებებს, ჯამში ისინი წააგებენ.

ეს მაგალითი გვიჩვენებს, თუ რა კავშირია თანამშრომლობასა და საკუთარ ინტერესებს შორის. ოლიგოპოლისტების მდგომარეობა უკეთესი იქნება, თუ ისინი ითანამშრომლებენ და მონოპოლიურ შედეგებს მიაღწევენ.

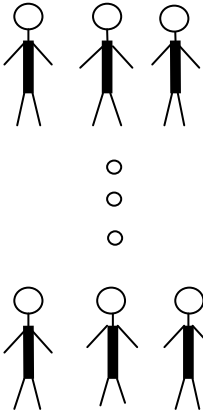
ამავე დროს ოლიგოპოლისტთა მხრიდან საკუთარ ინტერესებზე ზრუნვას ბაზარი კონკურენტულ შედეგებამდე არ მიჰყავს.

მონოპოლისტების მსგავსად ოლიგოპოლისტებმაც კარგად იციან, რომ მათი პროდუქციის რაოდენობის ზრდა ფასის შემცირებას იწვევს. ამიტომ ისინი ოლიგოპოლიური წონასწორობის მიღწევის შემდეგ წარმოების მოცულობის ზრდას წყვეტენ, რათა ფასი ზღვრულ დანახარჯებამდე (თვითღირებულებამდე) არ დაეცეს. ჯამში ოლიგოპოლისტები აწარმოებენ  $N_3$  მონოპოლიურ რაოდენობაზე მეტს და  $N_3$  კონკურენტულ რაოდენობაზე ნაკლებს:  $N_3 < N_3 < N_3$ .

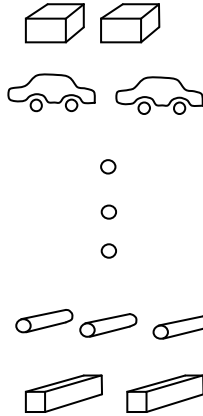
## 5.5 კონკურენტული ბაზარი

კონკურენტული ბაზრისათვის მთავარი დამახასიათებელი თვისებაა მრავალფეროვანი საქონლის მწარმოებელთა და მყიდველთა სიმრავლე.

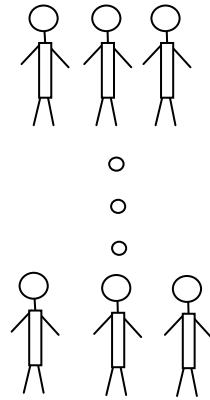
მომწოდებლები



საქონელი



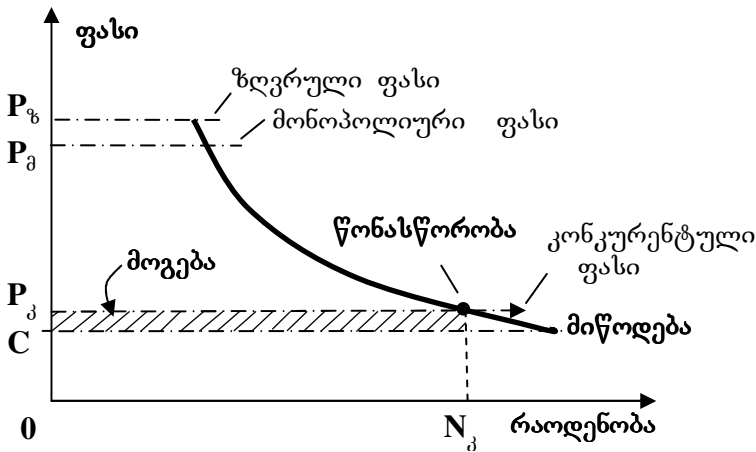
მყიდველები



კონკურენტული ბაზარი მწარმოებლისგან მთელ ძალისხმევას მოითხოვს. იგი კონკურენციის გამო იძულებულია მუდმივად სრულყოფს წარმოება და პროდუქციის ხარისხი, დასჯერდეს მინიმალურ მოვებას.

განვიხილოთ, თუ როგორ ხდება კონკურენტულ ბაზარზე წონასწორობის დამყარება. დავუშვათ საწყის ეტაპზე გამყიდველებმა საქონელზე ზღვრულ დანახარჯებზე გაცილებით მაღალი ფასი დაადეს. ვინაიდან მოთხოვნა-მიწოდების კანონიდან გამომდინარე გაყიდული საქონლის მასა მცირე იქნება, რაც ბაზარზე გატანილი საქონლის დიდი მასის პირობებში თითოეული გამყიდველისათვის მიუღებელია, ამიტომ პირადი ინტერესებიდან გამომდინარე გამყიდველები ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად დაიწყებენ ფასების დაწე-

ვას. რადგან მოთხოვნა ახალი ფასების პირობებში გაიზრდება, გაყიდვაც შესაბამისად გაიზრდება. ეს თითოეულ გამყიდველს გაუჩენს დამატებით სტიმულს ფასების შემდგომი შემცირებისკენ, მანამ სანამ ეს ფასი ( $P_k$ ) ზღვრულ დანახარჯს ( $C$ ) არ მიუახლოვდება ძალიან, რომლის ქვევითაც მას გაყიდვა აღარ ელირება. ამ დროს მიღებული მოგება მცირეა, მაგრამ ამდენ გამყიდველს ერთმანეთთან მოლაპარაკება არ შეუძლიათ (როგორც ეს ოლიგოპოლიის შემთხვევაში იყო შესაძლებელი), ამიტომ ისინი იბულებული არიან დასჯერდნენ მიღებულ მცირე მოგებას (**ნახ. 23**).



ნახ. 23.

თუ ბაზარზე  $n$  გამყიდველია, მაშინ  $i$ -ური გამყიდველის მიერ მიღებული მოგება  $D_i = (P_i - C) \times N_i$ . საერთო მოგება კი ტოლია

$$D = \sum_{i=1}^n D_i = \sum_{i=1}^n (P_i - C) N_i \quad (1)$$

(1)-ში  $P_1 \approx P_3$  , ესეც კონკურენტული ბაზრისთვის დამახასიათებელი თვისებაა, რადგან ასეთ ბაზარზე თითოეული გამყიდველი ცდილობს მყიდველის მიხედვით მოახერხოს წონასწორულ  $P_3$  ფასზე ცოტათი მაინც უფრო მაღალ ფასად გაყიდოს თავისი საქონელი, ან გამოუვალ შემთხვევაში (როცა საქონელი ასეთი დიდი კონკურენტის პირობებში მას არ ეყიდება) ოდნავ დაბალ ფასად გაყიდოს. მონოპოლიურ ან ოლიგოპოლიურ ბაზარზე კი ფასები შედარებით მყარია, იქ მყიდველს უჭირს გამყიდველზე ზემოქმედება. არც მონოპოლისტს და ოლიგოპოლისტს სურს დათმოს მიღწეული ფასი, მას სხვა მყიდველი მაინც ეყოლება.

კიდევ ერთი თავისებურება კონკურენტული ბაზრისა არის ის, რომ ახალ მიმწოდებელს (ან გამყიდველს) უჭირს ასეთ ბაზარზე შესვლა და გამძაფრებული კონკურენტის პირობებში თავისი ადგილის (ნიშის) მოპოვება, აქედან განპირობებულია ბაზარზე უკვე დაკავებული ადგილის დაკარგვა, ე.ი. გასვლაც ძნელია. მონოპოლისტიც და ოლიგოპოლისტიც ბაზარზე შესვლა-გამოსვლას იოლად ახერხებენ.

კონკურენტულ ბაზარზე ზოგჯერ იქმნება ისეთი სიტუაცია, როცა გამყიდველები იძულებულები არიან ზარალზე იმუშაონ (სხვადასხვა მიზეზით საქონელზე მოთხოვნა მკვეთრად ეცემა, ან რომელიმე ახალი თუ ძველი გამყიდველი დემპინგურ, ანუ არარეალურად დაბალ ფასად ყიდის თავის საქონელს კონკურენტების მოშორების მიზნით და სხვა). ამ შემთხვევაში  $P_1 < C$  და მოგებაც  $D_1 < 0$  (ანუ ზარალი აქვს). ამის მაგალითად შეიძლება განვიხილოთ კახეთში ყურძნის მოსავლის ჩაბარება, როდესაც მოსავალი დიდია, მყიდველები (ამ შემთხვევაში ღვინის ქარხნების მეპატრონეები) ხელოვნურად არ იბარებენ ყურძენს, თუმცა საწარმოო შესაძლებლობები ამის საშუალებას იძლევიან და მოთხოვნაც არის! გლეხები მოკრეფილი ყურძნის გაფუჭების შიშით დანახარჯებზე უფრო დაბალ ფასად ყიდიან თავის მოსავალს ჩაუბარებელი მოსავალი არ რჩება.

## თაზი VI. ბაზარი და საბაღასახალო სისტემა

### 6.1. გადასახადების არსი და დანიშნულება

*რა არის გადასახადი? საიდან მოდის იგი? ვის სჭირდება? რა სარგებლობა მოაქვს მას თითოეული ადამიანისათვის? რა ზომის უნდა იყოს გადასახადი? როგორ იხარჯება გადასახადებით შეკრებილი მთლიანი თანხა? რამდენად სწორად ხმარდება ეს სახსრები იმ იდეას, რისთვისაც ვაიღეს მოქალაქეებმა ფული გადასახადების სახით?*

აი კითხვების არასრული სია, რომელიც თითოეულ ადამიანს მეტ-ნაკლებად ებაძება. დაინტერესებული პირისაგან მათზე პასუხი ხშირად მიუღებელია საზოგადოებისათვის.

კაცობრიობის განვითარების სხვადასხვა პერიოდში გადასახადების არსი ადამიანთა მცირე ჯგუფის კერძო ინტერესების დაკმაყოფილებაში იყო. თემურ-გვაროვნულ წყობილებაში ნატურალური გადასახადები თემის ხელმძღვანელობის და მათი ოჯახების კეთილდღეობას ხმარდებოდა, მონათმფლობელურ წყობილებაში მონები და პლებეები თავიანთი შრომით და სახსრებით ხარკს უხდიდნენ მონათმფლობელს, რომელიც ამ შემოსავლებს საკუთარი ინტერესების განხორციელებას ახმარდა. ფეოდალურ სახელმწიფოში გადასახადები ვიწრო კასტის მეფისა და დიდგვაროვანთა გამდიდრებას და მათ ინტერესებს ხმარდებოდა, თუმცა შემოსავლების რალაც ნაწილი საერთო ეროვნული საკითხების (თავდაცვა, რწმენის განმტკიცება) გადაწყვეტაზეც იხარჯებოდა. სოციალისტურ წყობილებაში გადასახადები მართალია საერთო-სახალხო ინტერესებს ემსახურება, მაგრამ დაბალი შრომისნაყოფიერების, შრომის მიხედვით არათანაბარი განაწილების, დაბალი ეკონომიკის და სხვა რიგი მიზეზების გამო არა სიცოცხლისუნარიანი აღმოჩნდა.

ცალკე განხილვის საგანია კაპიტალისტურ წყობილებაში გადასახადების როლი და არსი. ისევე, როგორც ბაზრის სახეობების გარჩევისას, აქაც შეგვიძლია განვასხვაოთ გადასახადების ამკრეფი

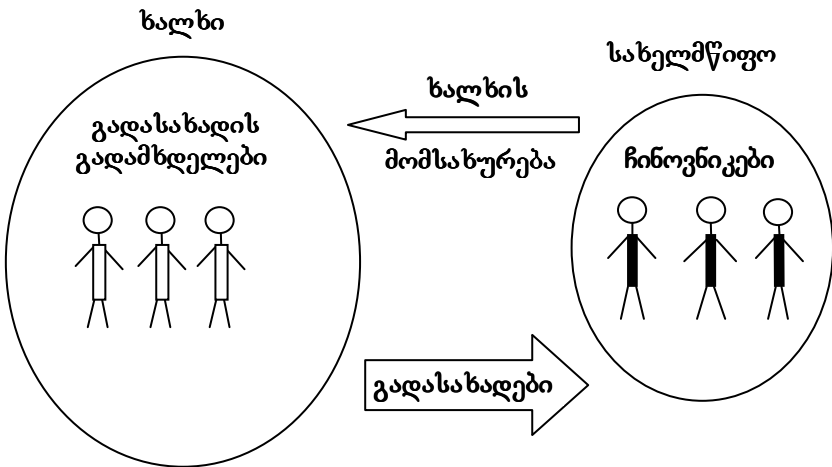
სახელმწიფო სტრუქტურა: ოლიგარქიულ-მონოპოლისტური სახელმწიფო მმართველობა, ერთპარტიული მმართველობა (ოლიგოპოლიური ბაზრის მსგავსად მარტო თავის ინტერესებზე რომ ფიქრობენ) მრავალპარტიული კერძო ინტერესებზე დაფუძნებული ხელისუფლება (მონოპოლისტურ-კონკურენტული ბაზრის ანალოგიური) და განვითარებული დემოკრატიული მმართველობა (კონკურენტული ბაზრის მსგავსად აქ მომხმარებელს ანუ ხალხს ემსახურებიან). სწორედ ამ ბოლო სახეობის მმართველობის შემთხვევისათვის განიხილოთ გადასახადებს არსი და როლი.

დავუშვათ რომელიღაც კუნძულზე სამი მაცხოვრებელია, თითოეულს კუნძულის მესამედი ეკუთვნის და ისინი თავიანთ ტერიტორიაზე სამეურნეო საქმიანობას ეწვიან, რითაც თავს ირჩენენ და იკმაყოფილებენ პირად სურვილებს. ვთქვათ ამ კუნძულს მეზობელი კუნძულიდან ხშირად სტუმრობენ მძარცველები ან ქურდები, რომელთაგან თავის დასაცავად ან საყარაულოდ ამ სამ მაცხოვრებელს ძალა და დრო არ ჰყოფნით. მაშინ ისინი მიდიან იმ დასკვნამდე, რომ საჭიროა თითოეულმა მათგანმა თანაბრად გაიღოს რაღაც სახსარი (ფული), რითაც დაიქირაონ მცველები (ანუ წესრიგის დამცველები). გარდა ამისა ვთქვათ ერთმანეთში ხშირად მოსდით კამათი მიწის გაყოფაზე, ან სხვა რამეზე. მაშინ ისინი კვლავ მიდიან იმ დასკვნამდე, რომ დამატებით გაიღონ ფული და დაიქირაონ დაიქირაონ მოსამართლე, რომელიც მათ შორის წარმოშობილ უთანხმოებებს მოარიგებს. ახლა ვთქვათ ამ კუნძულს ხშირად კეთილი მიზნებით სტუმრობენ მეზობელი კუნძულებიდან დამთვარიელებლები (ტურისტები) და ვაჭრები. მათთვისაც ამ სამ კაცს ხშირად არ სცალიათ. მაშინ ისინი კვლავ წყვეტენ დამატებით ფულის გაღებას ამ საგარეო საკითხების მომწველი კაცის დასაქირავებლად. სხვანაირად რომ ვთქვათ კუნძულის მაცხოვრებლები დებენ რა საერთო ყულაბაში (ბიუჯეტში) ფულს, შეგროვილი თანხით **ქირაობენ(!)** მათი საერთო ინტერესების და მიზნების განსახორციელებლად ხალხს და მათ კუნძულის მოვლას აკისრებენ, კუნძულის მართვის ეს აპარატი შეიმუშავებს დამქირა-

ვებელთა (ანუ მაცხოვრებელთა) საერთო ინტერესების შესაბამის წესებს (კანონებს), ანაწილებს ყულაბიდან (ბიუჯეტიდან) ფულს საერთო საქმის შესასრულებლად, ანგარიშობს ხარჯებს და წლის ბოლოს აბარებს ანგარიშს დამქირავებლებს. თუ რომელიმე დაქირავებული ვერ ასრულებს მასზე დაკისრებულ მოვალეობას, დამქირავებლები მას სამსახურიდან უშვებენ.

რამდენადაც მარტივად უნდა მოგეჩვენოთ, ეს არის განვითარებული დემოკრატიული სახელმწიფოსთვის გადასახადების არსი და როლი. სწორედ ეს ეკონომიური ასპექტი განსაზღვრავს სახელმწიფოს პოლიტიკურ მხარეს მთავრობა ხალხზე (დამქირავებლებზე, გადასახადის გადამხდელებზე) ზრუნავს თუ დაქირავებული ჩინოვნიკები თავის ინტერესებს იკმაყოფილებენ.

მაშ ასე, ნორმალურ დემოკრატიულ სახელმწიფოში დამოკიდებულება გადასახადის გადამხდელებსა და სახელმწიფოს შორის სქემატურად შემდეგნაირად გამოიყურება:





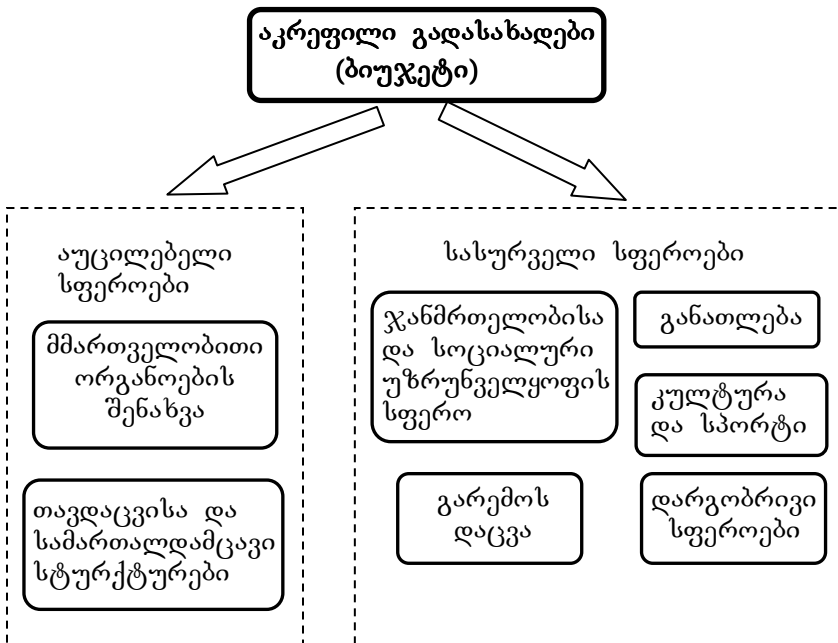
## 6.2 გადასახადების მოცულობა

მას მერე, რაც გავარკვეეთ გადასახადების არსი და დანიშნულება, დგება ყველაზე რთული საკითხი;

**რამდენი და რა მოცულობის უნდა იყოს გადასახადები?**

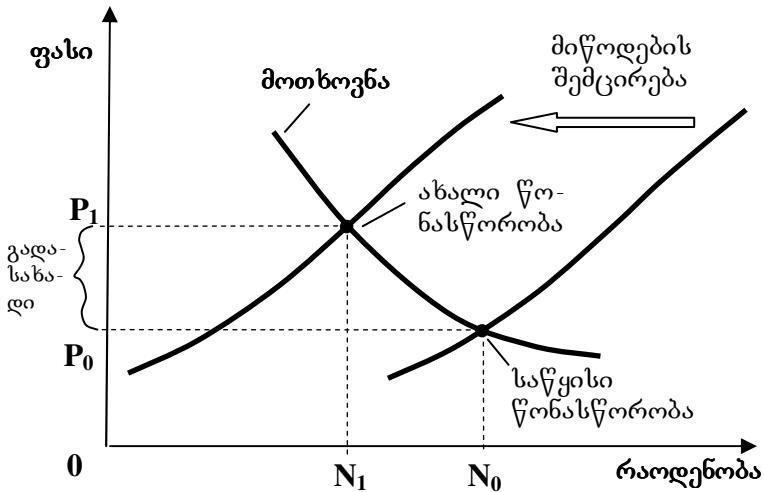
ამ საკითხის განხილვას მივუდგეთ საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებით; მოქალაქეები (მომხმარებლები) სახელმწიფოსაგან (მომსახურების მომწოდებლები) რა მომსახურებში იხდიან ფულს, ანუ რას სთავაზობს სახელმწიფო გადასახადის გადამხდელებს?

განვიხილოთ შემდეგი სქემა:



როგორც სქემიდან სჩანს ხალხის საერთო ინტერესები მეტ-ნაკლებად ამ სფეროებში აისახება,

ახლა განვიხილოთ თუ რა გავლენას ახდენენ გადასახადები ეკონომიკაზე. **ნახ. 24**-ზე მოცემულია მოთხოვნა-მიწოდებაზე გადასახადების გავლენის ამსახველი გრაფიკები.



**ნახ. 24.**

როგორც ნახაზიდან ჩანს, საქონლის ღირებულებაზე გადასახადის დარიცხვით (ფასის ზრდით) მიწოდების მრუდი მარცხნივ გადაადგილდება (ამ დროს მოთხოვნა იგივეა). ბაზრის ახალი წონასწორობა შემცირებული  $N_1 < N_0$  საქონლის მასის დროს მყარდება. მომხმარებელს ხარჯი ეზრდება, მიწოდებლისთვის ჯამური მოგება მცირდება, წარმოების მოცულობა კლებულობს და მამასა-დაძე საქმიანი აქტივობა ვარდება ქვევით.

როგორც აქედან ჩანს ხალხის საერთო ინტერესები (სახელმწიფო ინტერესები) და კერძო ეკონომიური ინტერესები ურთიერთ

საწინააღმდეგო დამოკიდებულებაში არიან. თუმცა ამ ანტაგონიზმის შემცირებაზე მთელი რიგი ფაქტორები მუშაობენ:

სახელმწიფო სახსრების ღიდი ნაწილი სახელმწიფო დაკვეთების სახით კერძო ბიზნესს ეძლევა (სახელმწიფო სექტორის შენობა-ნაგებობათა მშენებლობა, რემონტი, ძალოვანი სტრუქტურების მოსამსახურეთა ჩაცმა-დახურვა და კვების უზრუნველყოფა, შეიარაღების დამზადება და სხვა);

პირადი უსაფრთხოებისა და საკუთრების დაცვის უზრუნველყოფა (უსაფრთხოების გარეშე ვერც-ერთი ბიზნესი ვერ განვითარდება);

ქვეყნის შიდა ბაზრის საგარეო ეკონომიური ექსპანსიისაგან (ძლიერი საგარეო ეკონომიური შემოტევებისაგან) დაცვა;

შექმნილი ზედმეტი ღირებულების უსამართლო განაწილების შედეგად წარმოშობილი სოციალური პრობლემები (უზუშვერობა, სიღარიბე, წერა-კითხვის უცოდინრობა, მასობრივი დაავადებები და სხვა) საფრთხეს უქმნის არა მარტო პოლიტიკურ სტაბილურობას, არამედ ეკონომიური გარემოს სტაბილურობას;

ბაზარზე მონაწილე ეკონომიურ სუბიექტთა საქმიანობის რეგლამენტაცია (მოწესრიგება) კანონებისა და მათ აღმსრულებლობაზე ზედამხედველობის გზით, რასაც მხოლოდ ობიექტურ სახელმწიფო სტრუქტურებს ხელეწიფებათ (კერძო მოსამართლე რა სამართალს დაადგენს?);

ეკონომიური პოლიტიკის მთავარი მიზანი სწორედ გადასახადების მოცულობის ისეთი დონის დადგენაა, რომელიც შეძლების და გვარად სრულად დააკმყოფილებს ხალხის საერთო (სახელმწიფო) ინტერესებს და მძიმე ხარკად არ დააწევება ეკონომიკას.

ოპტიმიზაციის ამ ამოცანის ამოსავალი კრიტერიუმებია:

სახელმწიფო ხარჯების მართებული და რაციონალური განკარგვა;

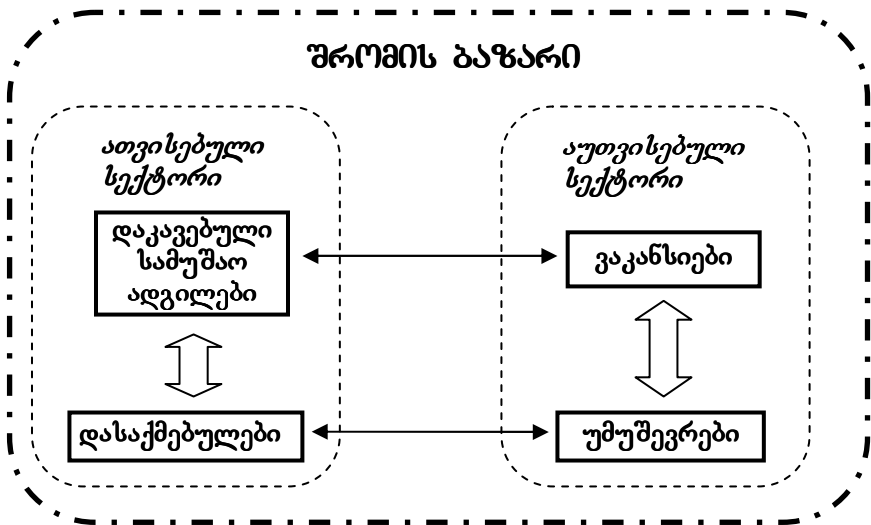
ეკონომიური გარემოს გაუმჯობესების დამატებითი ფაქტორების მოწესრიგება (ბიუროკრატიული ბარიერების შემცირება,

ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის წახალისება, ჩამორჩენილ და პრიორიტეტული დარგებში სახელმწიფო ინვეტიციების მიმართვა);  
წარმოების ეფექტიანობის ამაღლება (პროდუქციის თვით-ღირებულების შემცირება, ხარისხის გაუმჯობესება, წარმოების გაფართოება და მოდერნიზაცია, შრომის ნაყოფიერების ამაღლება).

# თავი VII. შრომის ბაზარი და მისი რეგულირება

## 7.1. შრომის ბაზრის სტრუქტურა

შრომის ბაზარი საბაზრო ეკონომიკის ერთერთი ყველაზე რთული ელემენტია. აქ შრომის ფასისა და მისი ფუნქციონირების განსაზღვრისას არა მარტო ერთმანეთშია გადახლართული მომუშავეისა და დამქირავებლის ინტერესები, არამედ მასში ნათლად გამოხატული საზოგადოებაში მიმდინარე ყველა სოციალურ-ეკონომიური მოვლენა. სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა და შესაბამისად უმუშევრობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ ფუნქციონირებს ეკონომიური ციკლი.



შრომის ბაზარი როგორც საბაზრო ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი, დამქირავებელთა და დასაქირავებელი სამუშაო ძალის ინტერესების შემათანხმებელი მექანიზმია. იგი უზრუნველყოფს სა-

ბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირებას სამუშაო ძალის მოთხოვნასა და მიწოდების კანონის მოქმედების საფუძველზე. შრომის ბაზრის მთავარი შემადგენელი ნაწილებია:

ერთობლივი მიწოდება, რომელიც მოიცავს ეკონომიურად აქტიური მოსახლეობის მთელ სამუშაო ძალას;

ერთობლივი მოთხოვნა, რომელშიც იგულისხმება დაქირავებულ სამუშაო ძალაზე ეკონომიკის მთლიანი მოთხოვნა.

მიმდინარე ბაზრის (შრომის ბაზარი ვიწრო გაგებით) ძირითადი ფუნქციაა უზრუნველყოს სამუშაო ძალის განაწილება ეკონომიკის დარგებსა და წარმოების სფეროებს შორის, მოცემულ მომენტში დაუსაქმებელი მოსახლეობის დასაქმება.

მიმდინარე ბაზარზე სამუშაო ძალის მიწოდება სამი ნაწილისგან შედგება:

1) დაუსაქმებელი პირები, რომლებიც ეძებენ სამუშაოს;

2) პირები, რომლებსაც გადაწყვეტილი აქვთ სამუშაოს შეცვლა;

3) პირები, რომელთაც სურთ იმუშაონ ძირითად სამუშაოსგან თავისუფალ დროს ან სწავლასთან ერთად.

მიმდინარე ბაზარზე სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა გამოიხატება ვაკანტური სამუშაო ადგილების მოძუშავებით შევსების მოთხოვნილებით.

შრომის მიმდინარე ბაზარი არის მრავალ სექტორული, რომელიც შედგება ორი ურთიერთ დაკავშირებული ნაწილისაგან (ღია და ფარული შრომის ბაზრები), რომლების ერთმანეთისგან განსხვავდებიან სამუშაო ძალის რეზერვების აკუმულაციის საშუალებებითა და ფორმებით, წარმოებაზე, დასაქმებასა და მათ მონაწილეებზე ზეგავლენის ხასიათით.

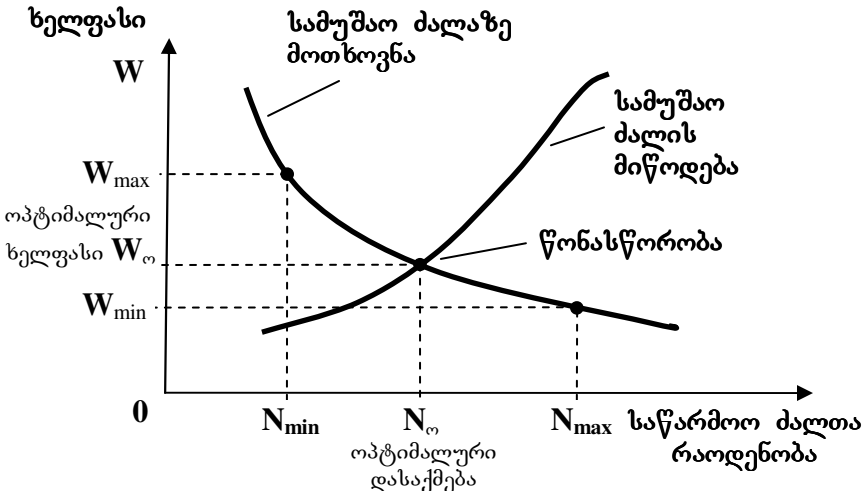
შრომის ღია ბაზარი მოიცავს ეკონომიურად აქტიურ მთელ მოსახლეობას, რომელიც ფაქტობრივად ეძებს სამუშაოს და საჭიროებს მომზადებას და გადამზადებას. შრომის ღია ბაზრის შემადგენელი ელემენტებია მისი ოფიციალური (დასაქმების სამსახურში

აღრიცხულ ვაკანსიებსა და უმუშევრებს) და არაოფიციალური ნაწილებს (ალურიცხავი ვაკანსიები და უმუშევრები).

შრომის ბაზრის ფარული ნაწილი იგივე ფარული უმუშევრობაა, როდესაც საწარმოში დასაქმებულთა ნაწილი დიდად არ განსაზღვრავს საწარმოს მთლიან ეფექტურობას. მათი შემცირებით საერთო სიმძლავრე პრაქტიკულად არ შემცირდება. ამიტომ როდესაც ფირმა ფინანსური სიძნელების წინაშე დგება, ხშირად მდგომარეობის გამოსწორების მიზნით დასაქმებულთა ოპტიმალურ რაოდენობამდე შემცირებას მიმართავს.

## 7.2 მოთხოვნა-მიწოდება შრომის ბაზარზე

როგორ იმართება შრომის ბაზარი? როგორც სასაქონლო ბაზრის შემთხვევაში აქაც შრომის ფასსა და სამუშაო ძალის მოთხოვნა-მიწოდების კანონი მოქმედებს (*ნახ. 25*).



*ნახ. 25.*

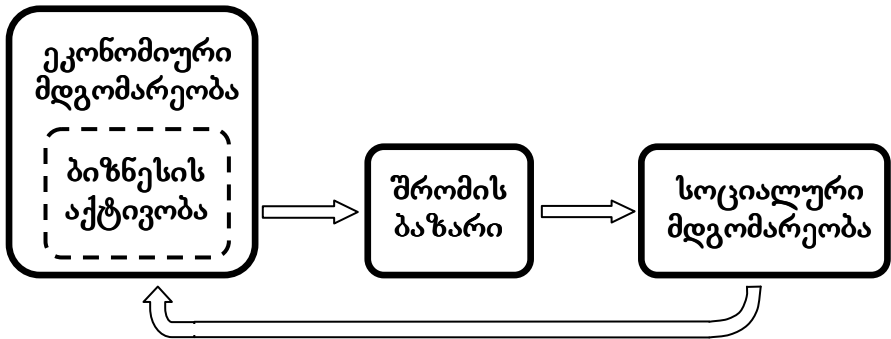
როგორც ნახაზიდან ჩანს, რაც უფრო დიდია საშუალო ხელფასი, მით მეტი მოთხოვნა ჩნდება საწარმოო ძალებზე. ვინაიდან დამქირავებელი ცდილობს რაც შეიძლება დაბალი საფასური გადაუხადოს შრომაში დაქირავებულს, ხოლო სამუშაოს მაძიებელი კი პირიქით, ცდილობს თავისი შრომა უფრო ძვირად შეაფასოს, ამიტომ თუ სამუშაო ძალის რაოდენობა მცირეა (მიწოდება მცირეა  $N_{\min}$ ) მოთხოვნის კანონი დამქირავებელს აიძულებს მეტი ხელფასი –  $W_{\max}$  გადაუხადოს მუშას (მოსამსახურეს). ხოლო თუ სამუშაო ძალის რაოდენობა დიდია (მიწოდება დიდია  $N > N_{\max}$ ) მოთხოვ-



ნის კანონი დაქირავებულს აიძულებს მცირე  $W_{\min}$  ხელფასს დასჯერდეს.

ამ ორი უკიდურესი სიტუაციიდან ორივე მხარე (დამქირავებელი და დაქირავებული) ურთიერთ საწინააღმდეგო მიმართულებისკენ მიისწრაფვის: დამქირავებელი ცდილობს  $W_{\max}$ -დან  $W_{\min}$ -სკენ დასწიოს ხელფასი, ხოლო დაქირავებული კი პირიქით  $W_{\min}$ -დან  $W_{\max}$ -სკენ გაეზარდოს ხელფასი. ამ პროცესს არეგულირებს მოთხოვნა-მიწოდება და მყარდება წონასწორობა ( $W_0, N_0$ ).

შრომის ბაზრის მდგომარეობა პირდაპირ დამოკიდებულებაშია ქვეყნის ეკონომიურ და სოციალურ მდგომარეობასთან:



თუ ქვეყანაში ეკონომიური კრიზისია, ანუ არასათანადო ბიზნეს გარემოს გამო დაბალია ეკონომიური აქტივობა (მწარმოებელ-მიმწოდებლები არ ფუნქციონირებენ), არ არის მოთხოვნა საწარმოო ძალაზე, შესაბამისად დაუსაქმებელია მოსახლეობა და მამასა-დამე იგი არა მსყიდველუნარიანია, რაც საბოლოო ჯამში საქონელზე მოთხოვნის შემცირებას იწვევს, ეს კი ბუშერანგვიტ მწარმოებლებს უბრუნდებათ. იქმნება ჩაკეტილი წრე, რომელიც მხოლოდ გარე ჩარევით (სამთავრობო ანტიკრიზისული ღონისძიებები, საერთაშორისო ფინანსური დახმარებები) ირღვევა.

თუ პირიქით ქვეყანაში ეკონომიური აღმავლობაა, ანუ მწარმოებელთა საქმიანი აქტივობისთვის კარგი გარემოა (გადასახადები დაბალია (!), პოლიტიკური სიტუაცია სტაბილურია, დემოკრატიზაციის დონე მაღალია, სასამართლო სისტემა დამოუკიდებელი და სამართლიანია), მაშინ იზრდება საწარმოო ძალებზე მოთხოვნა (დასაქმება და ხელფასი), უმჯობესდება მოსახლეობის მსყიდველუნარიანობა, იზრდება საქონელზე მოთხოვნა და შესაბამისად მწარმოებელთა საქმიანი აქტივობის სტიმული. ამ ციკლის ზედა ზღვარს (მაქსიმალურ წარმოებას და შესაბამისად დასაქმებას) გადასახადები ფარგლავენ (იხ. თავი VI). ამის ნათელი მაგალითია ე.წ. ოფშორული ზონები (იქ გადასახადები თითქმის არ არის).

### 7.3 შრომის ბაზრის რეგულირება

წინა თავში ჩვენ განვიხილეთ საწარმოო ძალებზე მოთხოვნა-მიწოდების კანონის მოქმედება და როლი შრომის ბაზარზე წონასწორობის დამყარებაში. მაგრამ ასეთი თვითდინებით მიმდინარე პროცესი დიდ სირთულეებს უქმნის მოსახლეობას და მწარმოებლებს: შრომის ბაზრის მოუქნელობა (ინერციულობა) დაუსაქმებელი შრომისუნარიანი ადამიანების მაღალ ხვედრით წილს წარმოქმნის, დამქირავებლებს უძნელდებათ საჭირო კვალიფიკაციისა და განათლების ადამიანების დროულად მოძებნა, თავისუფალი ადგილების შევსების პროცესი დროში გაწელილია, მწარმოებლებს არაპროგნოზირებადი ეკონომიური გარემოს გამო უჭირთ ხანგრძლივ პერსპექტივაზე გათვლილი წარმოების განვითარების გეგმის შედგენა და შესაბამისად დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნისკენ სწრაფვა, მსოფლიო ბაზარზე არსებული მძაფრი კონკურენციის გამო წარმოების მოდერნიზაციის აუცილებლობა კადრების გადამზადების მასშტაბურ და ეფექტურ სისტემას მოითხოვს და არა ქაოტურ შრომის ბაზარს და სხვა.

ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე აუცილებელია შრომის ბაზრის რეგულირება, რაც ორი მიმართულებით უნდა ხორციელდებოდეს: სახელმწიფოს ხელშეწყობით და შრომის ბაზრის მარეგულირებელი ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბებით.

განვიხილოთ თითოეული მიმართულება ცალ-ცალკე.

სახელმწიფოს როლი შრომის ბაზრის რეგულირებაში უპირველეს ყოვლისა გამოიხატება სათანადო ეკონომიური გარემოს ჩამოყალიბებაში, რაც გულისხმობს:

1) სამეწარმეო საქმიანობისათვის ხელშემწყობი საკანონმდებლო ბაზის შექმნა (მეწარმეობის დასაწყებად გამარტივებული პროცედურების დადგენა, კერძო საკუთრების ხელშეუხებლობის უზრუნველყოფა, სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან სამეწარმეო საქმიანობაში გაუმართლებელი და უკანონო ჩარევის გამორიცხვა, ბიუროკრატიული ბარიერების მოხსნა და სხვა);

2) მარტივი საგადასახადო სისტემისა და დაბალი განაკვეთების გადასახადების დაწესება;

3) ადგილობრივი ნაწარმისათვის ხელშემწყობი პირობების შექმნა და ექსპორტის წახალისება (იმპორტირებული საქონლისათვის უფრო მაღალი საბაჟო განაკვეთების დაწესება, საქონლის ექსპორტზე დაბალი საბაჟო განაკვეთების დაწესება ან სულაც საბაჟო გადასახადის გაუქმება);

4) საბანკო სისტემისათვის და ინვესტირებისათვის ხელშემწყობი პირობების შექმნა.

გარდა ამისა სახელმწიფო უნდა ატარებდეს დასაქმების პოლიტიკას, რაც გულისხმობს უმუშევართა აღრიცხვას, ეკონომიკაში თავისუფალი სამუშაო ადგილების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებას, დამქირავებელსა და სამუშაოს მაძიებელს შორის შუამავლის შესრულებას, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისათვის მეწარმეთა წახალისებას და სხვა.

სახელმწიფომ უნდა განახორციელოს უმუშევართა სოციალური დაცვის სისტემის ჩამოყალიბება, როდესაც დროებით უმუშევრებს გარკვეული პერიოდის განმავლობაში უნდა მიეცეთ ფულადი შემწეობა და დაუწესდეთ სოციალური შედავათები.

შრომის ბაზრის სრულყოფილი რეგულირებისათვის მნიშვნელოვანია განათლების და პროფესიული მომზადების ერთიანი სახელმწიფო პოლიტიკის არსებობა, როდესაც განსაზღვრულია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია, გამოკვეთილია პრიორიტეტული დარგების განვითარების გზები და აქედან გამომდინარე ხდება უმაღლესი და საშუალო-პროფესიული განათლების სისტემის განვითარება. კვალიფიციური მუშა-ხელის მომზადება ეკონომიკის მოთხოვნებს უნდა შეესაბამებოდეს. თუ საგანმანათლებლო სისტემა ეკონომიკასთან შეუსაბამობაშია, მაშინ შრომის ბაზარზე გვეყოლება გარკვეული სპეციალობების მქონე ნამეტი უმუშევარი, ხოლო რაღაც პროფესიებზე კი გვექნება დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა. მაგალითად, საქართველოში გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან მოყოლებული ქვეყანაში განვითარებული მოვლენების

შედეგად მთელი რიგი პროფესიების მქონე ადამიანები შესაბამისი სპეციალობით ვერ საქმდებიან, ეკონომიკაში მიმდინარე კრიზისული პროცესების გამო მრეწველობის დარგების უმეტესობა გაჩერდა, შესაბამისი სპეციალობების დაუფლების მსურველთა რაოდენობაც შემცირდა, თუმცა ეს პროცესი ინერციულობის და უმართაობის გამო დროში გაიწელა, რის გამოც დიდი ხნის განმავლობაში არასაჭირო სპეციალისტების მომზადება გრძელდებოდა, ანუ პოტენციური უმუშევრები მზადდებოდა.

სახელმწიფო ასევე უნდა ხელს უწყობდეს პროფესიული გადამზადების, კვალიფიკაციის ამაღლების სისტემის ჩამოყალიბებას, რაც ასევე დასაქმების პოლიტიკის შემადგენელი ნაწილია.

შრომის ბაზრის მარეგულირებელ ინფრასტრუქტურაში შედის;

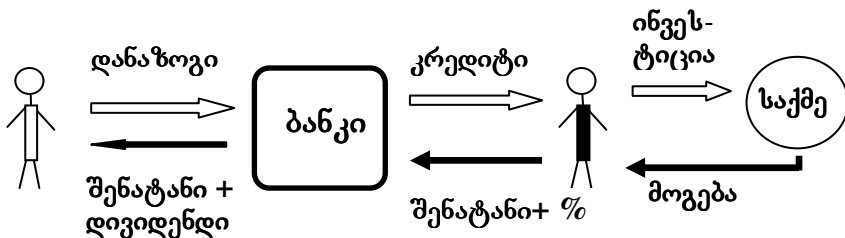
- 1) შრომის ბირჟები;
- 2) კვალიფიკაციის ამაღლების და პროფესიული გადამზადების ცენტრები;
- 3) პროფესიული სასწავლებლები;
- 4) დროებით უმუშევართა აღრიცხვისა და დასაქმების ხელშემწყობი ორგანიზაციები (სააგენტოები)

## თავი VIII. დანაზოგები და ინვესტიციები

### 8.1 დანაზოგები და ფინანსური სისტემა

ხშირად ადამიანები თავიანთი საქმიანობის შედეგად მიღებული შემოსავლების ნაწილს სხვადასხვა მოსაზრებებით ინახავენ, ანუ ქმნიან დანაზოგებს. რიგ შემთხვევაში ისინი ამ დანაზოგებს ახალ საქმიანობაში აბანდებენ, მაგრამ უმეტეს შემთხვევაში ამ დანაზოგებს ამ მიმართულებით ვერ იყენებენ. მეორეს მხრივ საქმიან ადამიანებს ხშირად სჭირდებათ დამატებითი სახსრები თავიანთი საქმიანობის გასაფართოებლად ან ახალი საქმის დასაწყებად. ფინანსური სისტემა სწორედ ამ ორი კატეგორიის ადამიანების დასაკავშირებლად იქმნება.

დანაზოგების მქონე ადამიანები თავიანთ სახსრებს (ფული, მატერიალური ფასეულობები) ფინანსურ სისტემის შემადგენელ რგოლს (ბანკი, საინვესტიციო ან საკრედიტო ფონდი) აბარებენ დივიდენდის (გასესხებიდან მიღებული შემოსავლის) მიღების მიზნით. ბანკი (ან ფინანსური სისტემის სხვა რგოლი) შეგროვებულ თანხას სესხის სახით კრედიტის აძლევს მსურველებზე გასცემს, რომელნიც სასესხო ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ვადებში ამ ფულს თავიანთი მიზნებისთვის მოიხმარენ და ვადის ამოწურვის შემდეგ დარიცხულ პროცენტულ განაკვეთთან ერთად აბრუნებენ. ამ გასესხებით მიღებულ ამონაგებს ბანკი და გამსესხებელი ინაწილებენ.

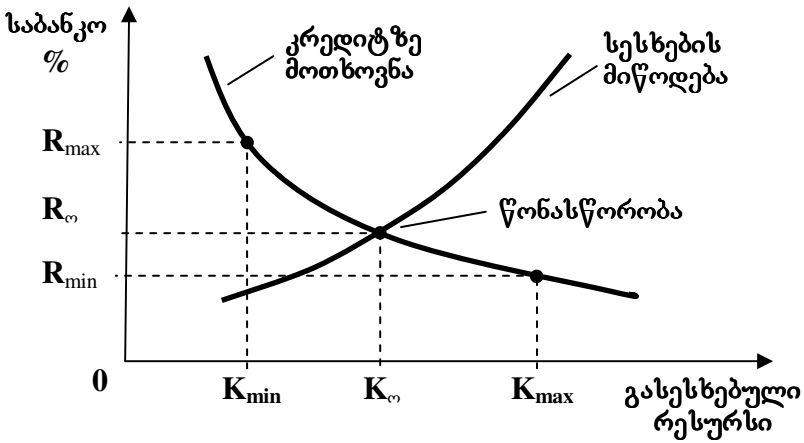


ფულის მოძრაობის ეს სქემა სამივე მხარისთვის მისაღებია: ბანკში ფულის ჩამდები დივიდენდის მიღებითაა დაინტერესებული, ინვესტორი საქმიანობის გაფართოების შედეგად გაზრდილი მოგებით, ხოლო თავად შუამავალი (ბანკი) მომსახურებისათვის გადახდილი გასამრჯელოთი.

ცხადია, შეიძლება სესხის ამღებს საქმე კარგად არ წაუვიდეს და ვალებშიც გადავარდეს. ბანკი ამ მხრივ კრედიტის გაცემის წინ მაქსიმალურად ცდილობს დაიზღვიოს თავი და სესხის ამღებს შესაბამის გარანტიებს მატერიალური ფასეულობის სახით ადებინებს ეს შეიძლება იყოს პირადი ან ფირმის ქონება, ან ძვირფასეულობა, ან ძვირად ღირებული ხელოვნების ნიმუში, ან მატერიალური ღირებულების მქონე სხვა რამ.

**რა როლს ასრულებს საფინანსო სისტემა საბაზრო ეკონომიკაში?** გადაუჭარბებლად შეიძლება ითქვას, რომ საფინანსო სისტემის გარეშე სრულყოფილი საბაზრო ეკონომიკა შეუძლებელია. სწორედ ფინანსური რეზერვების დაბანდებით ხდება ეკონომიკაში აღმავლობა. ამდენად, რაც უფრო განვითარებულია საფინანსო სისტემა და მამასადამე ფულადი რესურსების მოზიდვისა და დაბანდების მაჩვენებელი, მით უფრო მაღალია ქვეყნის წინსვლის ტემპები.

შემდეგი საკითხი, რომელიც თავისთავად გამომდინარეობს ფინანსების გამოყენების დროს, ეს საპროცენტო განაკვეთის სიდიდესთან არის დაკავშირებული, ვინაიდან სესხის ამღები ვალდებულებას იღებს შენატანთან ერთად დარიცხული პროცენტების დაბრუნებაზე, იგი წარმოებულ პროდუქციის ღირებულებაში (ფასში) აუცილებლად ითვალისწინებს საბანკო პროცენტსაც. მამასადამე საქონლის ფასი იზრდება. მოთხოვნა-მიწოდების კანონიდან გამომდინარე მწარმოებელი შეზღუდულია ფასის დასაშვებზე ზევით გაზრდამდე, ამიტომ იგი მისთვის მიუღებლად მაღალ საპროცენტო განაკვეთთან სესხის აღებაზე უარს აცხადებს. თუ არ იქნა სესხის ამღები, ბანკიც ვერ იმუშავებს. ამდენად გვექნება **ნახ. 26**-ზე მოყვანილი დამოკიდებულება.



ნახ. 26.

ისევე როგორც სასაქონლო ბაზარზე, საკრედიტო ბაზარზეც მოქმედებს ანალოგიური ფაქტორები და კანონზომიერები. აქაც, თუ საკრედიტო რესურსი დიდია (საქონლის სიჭარბის მსგავსად), ბანკები იძულებულნი არიან დაბალ საპროცენტო განაკვეთში გასცენ სესხები (დაბალ ფასად გაყიდონ). პირიქით შემთხვევაში საკრედიტო რესურსი ცოტაა  $\rightarrow$  სესხის საპროცენტო განაკვეთი მაღალია (საქონელი ცოტაა  $\rightarrow$  მოწოდება მცირეა  $\rightarrow$  ფასი მაღალია).

როცა საპროცენტო განაკვეთი  $R_{\max}$ -ის ტოლია კრედიტზე მოთხოვნა მინიმალურია ( $K_{\min}$ ), ამ დროს ფულადი რესურსების მქონეთ უნდებათ დიდი სურვილი საკრედიტო რესურსების მიწოდებაზე, ჭარბი ფულადი მასა მოძრაობაში უნდა მოვიდეს, ამიტომ იწყება საპროცენტო განაკვეთის შემცირება, ეს კი მოთხოვნის ზრდას იწვევს, შედეგად საფინანსო ბაზრის გამოცოცხლება იწყება. ამის ნათელი მაგალითი იყო 80-იან წლებში აშშ-ს მაშინდელი

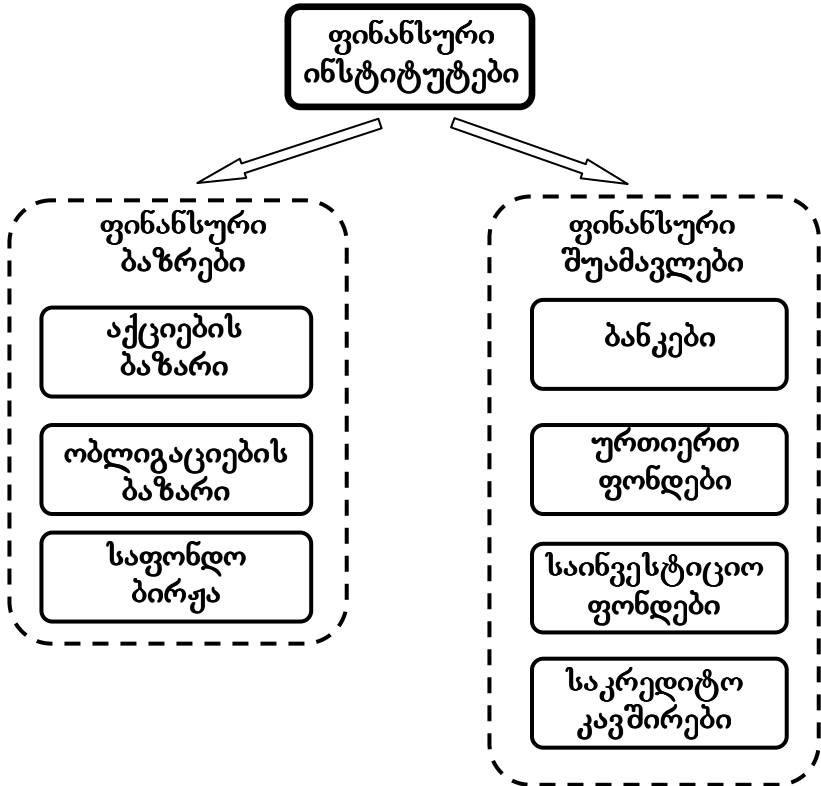


პრეზიდენტის რონალდ რეიგანის მიერ ამერიკულ საბანკო სისტემაში საპროცენტო განაკვეთების გადიდების სამთავრობო პოლიტიკის გატარება, რამაც ევროპული საფინანსო კაპიტალის ამერიკაში გადადინება გამოიწვია და შედეგად სტაგნაციაში (გაყიშული, უძრავი ეკონომიკა) მყოფი ქვეყანა აღმავლობის გზას დაადგა.

საფინანსო სისტემის განვითარების კვალობაზე ფულადი რესურსების ბაზარი მონოპოლისტურიდან კონკურენტულ საბანკო სისტემამდე მიდის, რაც სამრეწველო-კომერციული სისტემების აღმავლობისათვის ნოყიერ ნიადაგს წარმოადგენს. ამიტომ სახელმწიფოს ვალია საბანკო-საფინანსო სისტემებისათვის უპირატესი ხელშეწყობის პირობების შექმნა. სახელმწიფოს ურჩევნია საფინანსო სექტორისათვის დაბალი გადასახადები დააწესოს, ანუ აქ მოიკლოს შემოსავალი და ჯამში ეკონომიკის სხვა სექტორებში განვითარებულ-გაზრდილი საქმიანი აქტივობით მოიგოს.

## 8.2. ინვესტიციები და ფინანსური ბაზრები

ფინანსური ინსტიტუტები შეგვიძლია ორ კატეგორიად დავყოთ: ფინანსურ ბაზრებად და ფინანსურ შუამავლებად.



ფინანსური ბაზრები ეს ისეთი ფინანსური ინსტიტუტებია, რომელთა მეშვეობითაც დაზოგვის მსურველებს შეუძლიათ პირდაპირ მიაწოდონ ფინანსური სახსრები სესხების მსურველებს.

ობლიგაცია თავისი შინაარსით არის ფინანსური ვალდებულების სერტიფიკატი, რომელიც ადასტურებს მსესხებლის ვალდებულებას ობლიგაციის მფლობელის წინაშე. ობლიგაციაში აღნიშნულია სესხის დაბრუნების თარიღი და ფიქსირებული სარგებლის განაკვეთი, რომელიც გადაიხდება პერიოდულად სესხის განაღდების ვადის გასვლამდე.

მიუხედავად იმისა, რომ ობლიგაციები ერთმანეთისგან დიდად განსხვავდება, ისინი სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი თვისებით ხასიათდებიან:

1. ობლიგაციის მოქმედების ხანგრძლივობა (რამოდენიმე თვიდან ათეულ წლებამდე). ხანგრძლივი ობლიგაციები უფრო სარისკოა, რადგანაც მფლობელს უფრო დიდი ხნის განმავლობაში მოუწევს თავისი ძირითადი თანხის დაბრუნებისთვის ლოდინი, რომლის განმავლობაშიც პოლიტიკურ-ეკონომიური კატაკლიზმების მოხდენის ალბათობა დიდია და შეიძლება ჩადებული თანხა სულაც დაკარგოს. მაგალითად საბჭოთა კავშირში XX საუკუნის 40-იან წლებში გამოშვებული სახელმწიფო ობლიგაციების მყიდველი მოსახლეობა ათწლეულების განმავლობაში ტყუილად ელოდა ამ ობლიგაციების სახელმწიფოს მხრიდან განაღდებას.

2. საკრედიტო რისკი იმის ალბათობა, რომ მსესხებელი ვერ მოახერხებს სარგებლის ან ძირითადი თანხის სრულად გადახდას. ასეთ მოვლენას გადაუხდელობას უწოდებენ. მსესხებელმა შეიძლება თავი გაკოტრებულად გამოაცხადოს. ამ რისკ ფაქტორიდან გამომდინარე მსესხებელი მხოლოდ მაღალ სარგებლიანი ობლიგაციას ყიდვას შეიძლება დათანხმდეს.

3. ობლიგაციის გადასახადთან დამოკიდებულება, ანუ როგორ მოხდება სარგებლის დაბეგვრა. ჩვეულებრივ, სარგებელი საშემოსავლო გადასახადით იბეგრება, მაგრამ შესაძლებელია შეღავათიანი დაბეგვრაც იყოს. სახელმწიფო ობლიგაციებიდან მიღებული სარგებელი კი საერთოდ არ იბეგრება, ამდენად ამ უკანასკნელს მეტი მიმზიდველობა აქვს, თუმცა სახელმწიფო ობლიგაციები, როგორც

წესი, გრძელვადიანები არიან, რის აკკარგიანობაზეც პირველ პუნქტში ვილაპარაკეთ.

ფინანსური ბაზრის მეორე ნაწილია აქციათა ბაზარი. აქცია ფირმაში ნაწილობრივ მონაწილეობას ადასტურებს და აქედან გამომდინარე აქციონერი პრეტენზიას აცხადებს ფირმის მოგების განაწილებაზე.

მიუხედავად იმისა, რომ კორპორაციები ახალი ინვესტიციებისათვის საჭირო ფულს სესხის აღების გარდა აქციების გაყიდვითაც აგროვებენ, უპირატესობას მაინც ობლიგაციებს ანიჭებენ. თუ ობლიგაცია მხოლოდ განსაზღვრულ ფულად ვალდებულებას გულისხმობს, აქცია მასში გადახდილი ფულის გამოყენებაზე კონტროლს და ცვლადი მოგების განაწილებაში მომწილეობის უფლებაცაა.

საფონდო ბირჟა აქციების, ობლიგაციების, თამასუქების და სხვა სახის ფასიანი ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვის მსხვილი ბაზარია, სადაც აგრეთვე ხდება მათი კვოტირება (საბაზრო ფასის დადგენა). ფასზე მოქმედებს როგორც დივიდენდებისა და სარგებლის ოდენობა, ასევე საფონდო ფასიანი ქაღალდების (აქციები, ობლიგაციები და სხვა) მიწოდება-მოთხოვნის მდგომარეობა.

საფონდო ბირჟაზე ცალკეულ აქციებზე ფასების დინამიკის გარდა საქმიან წრეებს ძალიან აინტერესებს ე.წ. საფონდო ინდექსის მდგომარეობა. საფონდო ინდექსი ეს წამყვან კომპანიათა აქციების ფასების საშუალო მაჩვენებელია, რომელიც საქმიანი აქტივობის განმსაზღვრელია. მაგალითად, ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე **დოუ-ჯონსის** ინდექსით ფასდება ამერიკული ბიზნეს-კაპიტალის მდგომარეობა, ტოკიოს საფონდო ბირჟაზე **ნიკეის** ინდექსით.

ფინანსური შუამავლების როლი მდგომარეობს დანაზოგების მფლობელთა ფულის არაპირდაპირ მიწოდებაში სესხის ამღებთათვის. ფაქტიურად ეს შუამავლები (ბანკები, ურთიერთფონდები, სანვესტიციო ფონდები, საკრედიტო კავშირები) თავისი პასუხისმგებლობის ქვეშ იღებენ მათთან ჩაბარებული ფულის მოვლა-პატრონობას, ანუ ამ სახსრების საფინანსო ოპერაციებში ჩართვას: 1)

გასესხება; 2) აქციების, ობლიგაციების, სხვა ფინანსური ქაღალდების შექმნა-გაყიდვა; 3) საინვესტიციო პროგრამებში ჩაღება და სხვა.

ფინანსურ შუამავლებში ყველაზე ფართოდ თავის საქმიანობას ბანკები განახორციელებენ. მსურველთაგან დეპოზიტივების (სარგებლის მიღების მიზნით ფულადი შენატანი) მიღების შემდეგ ბანკი ცდილობს ფულის დატრიალებას ძირითადად სესხების გაცემის გზით. იქიდან ამოღებული სარგებლიდან ნაწილს ბანკი აძლევს დეპოზიტორს (ფულის ბანკში ჩამდებს) დივიდენდის (დეპოზიტზე დარიცხულ შემოსავალს) სახით, ხოლო დარჩენილი თანხით ინაზღაურებს საკუთარ დანახარჯებს და იღებს მოგებას. გარდა გასესხებისა ბანკები მონაწილეობენ საინვესტიციო პროგრამების განხორციელებაში, ფინანსური ქაღალდების ყიდვა-გაყიდვის ოპერაციებშიც, მსხვილი საკრედიტო ხაზების დაფინანსებაში და სხვა.

ურთიერთ ფონდები ეს ისეთი ფინანსური სტრუქტურაა, რომელიც დანაზოგების მფლობელებისაგან მოზიდულ სახსრებს აქციების ყიდვა-გაყიდვის ოპერაციებში ატრიალებს და აქედან მიღებულ მოგებას უნაწილებს მათ, ეს ფორმა გამოუცდელი და მცირე დანაზოგის მფლობელი ადამიანისათვის ძალიან ხელსაყრელია, ვინაიდან გაერთიანებული სახსრებითა და საბირჟო ოპერაციებში გათვითცნობიერებული სტრუქტურის მიერ დაქირავებული სპეციალისტებით მეტი შანსია კარგი მოგების მიღებისა და რისკის შემცირებისა.

საინვესტიციო ფონდი დანაზოგების მფლობელთაგან მოზიდულ სახსრებს ღებს სხვადასხვა საინვესტიციო პროგრამების განხორციელებაში და აქედან მიღებული მოგებით გვემავს კრედიტორთა სარგებლის უზრუნველყოფას.

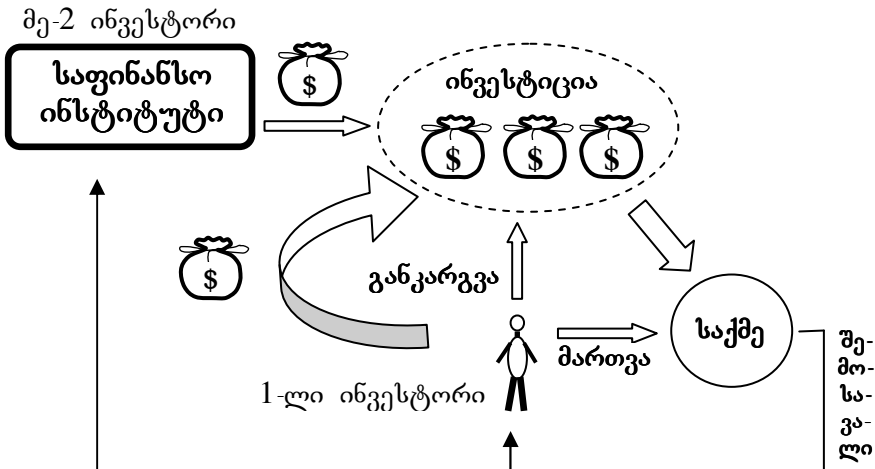
საკრედიტო კავშირები იქმნება შედარებით მცირე დანაზოგების მქონე ბევრი ადამიანისაგან, რათა კავშირის გამგეობამ სესხების გაცემით (ბანკების მსგავსად) შესძლოს ფულის “გაბეკრება”.

### 8.3. ინვესტიცია და მისი ეფექტურობის განსაზღვრა

**რა არის ინვესტიცია?** ინვესტიცია (ლათინურად **investire** – შემოსვა) ეს ფაქტიურად კონკრეტული საქმის, პროექტის ან ღონისძიებების შესასრულებლად მიმართული ფულია. ასეთი კაპიტალის დაბანდების მიზანი მოგებაა, ხოლო ამ ყველაფრის შემსრულებელს ინვესტორი ჰქვია.

როგორც ამ განმარტებიდან სჩანს ინვესტირების ამოსავალი წერტილი თავისუფალი, განუთავსებელი ფულია, რომლის გამოყენების სურვილიც არსებობს ერთის მხრივ მფლობელისაგან და მეორეს მხრივ შემსრულებლისაგან. ფულის მფლობელი შეიძლება იყოს თავად მეწარმე (მთლიანად ან ნაწილობრივ), ან რომელიმე სახის საფინანსო ინსტიტუტი (იხ. § 8.2).. თუ არ იქნა ასეთი ფული, მეწარმის სურვილი რაიმეს გასაკეთებლად განუხორციელებელი დარჩება.

სქემატურად ინვესტირების პროცესი შემდეგნაირად გამოიყურება:



ინვესტიცია ეკონომიკის მამოძრავებელი ძალაა, მხოლოდ ინვესტიციების გამოყენებით ხდება ეკონომიკის წინსვლა. მეწარმე რომ აწყობილი საქმიდან მიღებულ მოგებას მხოლოდ თავის კეთილდღეობას ახმარდეს და მოგების ნაწილს არ დებდეს უკან საქმის გაფართოებაში, მაშინ ეკონომიკა ერთ ადგილზე გაიყინებოდა. ამიტომ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ქვეყანაში საინვესტიციო გარემოს შექმნას, რისთვისაც სახელმწიფომ სათანადო ხელშეწყობა უნდა გაუკეთოს ინვესტორს ადგილობრივი იქნება ეს (უფრო მეტადაც) თუ გარედან შემოსული. ამ მიზნით კანონმდებლობაში გათვალისწინებულ უნდა იქნას საინვესტიციო კაპიტალის გადასახადებიდან გათავისუფლება გარკვეული დროით, ინვესტიციის დაცვა, რეინვესტიციის (ინვესტირებით მიღებული მოგების ისევ საქმეში უკან ჩადება) წახალისება და ა.შ.

აუცილებელია ცალსახად განვასხვაოთ ინვესტიცია შემოსავლის ნაწილის კვლავწარმოებაზე გაწეული დანახარჯებისაგან. ინვესტიცია მხოლოდ საქმის გაფართოებაზე, ან სულაც ახალი საქმის დაწყებაზე გაწეული დანახარჯებია.

როგორ ფასდება ინვესტიციის ეფექტურობა? ჯერ განვიხილოთ სიტუაცია, როდესაც ფული ახალ საქმეში იდება. ვთქვათ ამ საქმის აწყობაზე დაინარჯა  $I$  თანხა, საქმე გაიმართა და მუშაობის დაწყებიდან რაღაც  $t$  დროის გასვლის შემდეგ ინვესტორმა მიიღო  $D_t$  მოგება. თავად საქმე (შენობა-დანადგარები, მატერიალური თუ არამატერიალური აქტივები და სხვა) ამ მომენტიანთვის რაღაც საბაზრო  $K_t$  ღირებულებისაა, მაშინ ინვესტირების ეფექტურობა დროის ამ მომენტიანთვის გამოითვლება ფორმულით:

$$Et = \frac{Kt + Dt}{I} . \tag{1}$$

ინვესტიციის ეფექტურობის უკეთ გაგებისათვის განვიხილოთ მაგალითი.

ვთქვათ ინვესტორმა გადაწყვიტა მზა ტანსაცმლის მაღაზიის გახსნა. წინასწარი გათვლებით ამ ბიზნეს პროექტის განსახორციელებლად მას 30 ათასი ლარი დასჭირდებოდა შენობის დასაქი-

რავებლად, რემონტის ჩასატარებლად, საჭირო ინვენტარის შესაძენად. თანხის ნაწილი 10 ათასი ლარი მას დანაზოგის სახით თვითონ ჰქონდა, დანარჩენი 20 ათასი ლარი მან ბანკიდან ისესხა წლიური 20% საპროცენტო განაკვეთით. აქვე აღვნიშნოთ, რომ ბანკი ამ შემთხვევაში ინვესტორი ვერ იქნება, იგი მხოლოდ კრედიტორია. ინვესტორად გახდომისათვის იგი მოგების მიღებას უნდა მიბძოდეს, ანუ პროექტის წარმატებით განხორციელებაში ყოფილიყო თანამონაწილე (ცხადია ამ რისკ ფაქტორისათვის ბანკი მაშინ მეტ წილს მოითხოვდა). დავუშვათ ინვესტორმა პირველი ორი თვე საქმის აწყობას მოანდომა (იანვარ-თებერვალი) და ვაჭრობას მარტიდან შეუდგა. წლის ბოლოს მან მოგების სახით 20 ათასი ლარი ნახა, ხოლო მისი აწყობილი საქმის (მოქმედი მაღაზია) საბაზრო ღირებულება შენობის გარეშე გახდა 25 ათასი ლარი (რემონტს მცირედად პეწი დაეკარგა, ინვენტარი ნაწილობრივ გაცვდა). მაშინ მის მიერ განხორციელებული ინვესტიციის ეფექტურობა (1)-ის თანახმად ტოლი იქნება:

$$E = \frac{25000 + 20000}{30000} = 1.5.$$

ე.ი. საქმეში ჩადებული საერთო ფული 1.5-ჯერ გაიზარდა. რადგან მეწარმე ამ საქმეს ნაწილობრივ ბანკის სესხით აწარმოებდა, ამდენად, მან რომ გაყიდოს ეს საქმე 25 000 ლარად და ბანკს ვალი  $20\ 000 + 20\ 000 \times 20\% = 24\ 000$  ლარი დაუბრუნოს, მას დარჩება  $45\ 000 - 24\ 000 = 21\ 000$  ლარი. რადგან უშუალოდ მისი საინვესტიციო თანხა 10 ათასი ლარი იყო, მისი ინვესტიციის ეფექტურობა ტოლი იქნება

$$E = \frac{21000}{10000} = 2.1,$$

მაშასადამე მეწარმემ თავისი კაპიტალი 2.1-ჯერ გაზარდა.

ეს მაგალითი მოწმობს საბანკო სისტემის მნიშვნელობაზე საბაზრო ეკონომიკაში. ჯერ-ერთი მეწარმე ამ საქმეს სესხის გარეშე ვერ განახორციელებდა, მეორეც, თავისი კაპიტალი სრულად რომც ჰქონოდა (30 000 ლარი), იგი მას მხოლოდ 1.5-ჯერ გაზრდიდა.



თუმცა აბსოლუტურ მაჩვენებელში მოიგებდა, ვინაიდან მას **45 000 - 30 000 = 15 000** ლარი მოგება დარჩებოდა, ნაცვლად ამჯერად დარჩენილი **21 000 - 10 000 = 11 000** ლარისა. ამიტომ მეწარმე საკუთარი კაპიტალის სწრაფად გასამრავლებლად დაინტერესებულია უფრო დიდი საქმის წამოწყებით, რისთვისაც საბანკო სესხი ძალიან გამოადგება. მართალია სხვისი ფულით საქმის გაკეთება გარკვეული მენტალიტეტის მქონე ადამიანისათვის მიუღებელია, მაგრამ თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში ეს გზა მეტად მომგებიანია.

ამ მაგალითში ჩვენ მალაზიის გასაყიდი საბაზრო ფასი შეგნებულად შემცირებული ვაჩვენეთ (**25 000** ლარი), რაც ფაქტიურად საბალანსო ღირებულებაა და პირველად კაპდაბანდებებზე ნაკლებია, მაგრამ რეალურად, რადგან მალაზია მომგებიანია, საბაზრო ფასი შეიძლება საწყის კაპდაბანდებებზე გაცილებით მეტი იყოს – ვთქვათ **40 000** ლარი, მაშინ მთლიანი ინვესტიციის ეფექტურობა **E=2**, ხოლო მეწარმის საინვესტიციო ნაწილის ეფექტურობა **E=3.6**, რაც რა თქმა უნდა ძალიან ზრდის საბანკო სესხებისადმი ინტერესს.

## თავი IX. მონეტარული სისტემა

### 9.1. ფულის მნიშვნელობა

ჯერ კიდევ ადრეულ პერიოდში, სანამ საქონლის ღირებულების განსაზღვრის საშუალება იქნებოდა, არსებობდა საქონლის გაცვლის ინსტიტუტი. ერთმანეთზე იცვლებოდა საკვები, ტანსაცმელი და თუნდაც საცხოვრებელი ფართი. ცივილიზაციის განვითარებასთან ერთად გაჩდა საქონლის და მომსახურების შესაფასებელი საზომი ფულის სახით. ფული ღირებულების განმსაზღვრელი საყოველთაო ექვივალენტია, სწორედ მასთან შეფარდებით დგინდება საქონლის ფასი.

**რა თვისებების მატარებელი უნდა იყოს თავად ფული?** ასეთ თვისებებს განეკუთვნება:

1) იგი უნდა იყოს ყველასთვის მისაღები და ყველანაირი საქონლის ღირებულების განმსაზღვრელი. მაგალითად, ადრე ქაღალდის ფულის შემოღებამდე ფულის ფუნქციას ასრულებდა ოქროს, ვერცხლის და სპილენძის მონეტები, რომლებიც ამ თვისების მატარებლები იყვნენ. ამ მხრივ დამუშავებული აღმასი (ბრილიანტი) რომ გამოეყენებინათ, ცხადია იგი ფულის ფუნქციას ვერ შეასრულებდა.

2) ძირითადი ათვლითი ერთეულიდან მაქსიმალურ ღირებულებით ერთეულამდე ჩათვლით შესაძლებელი უნდა იყოს განსხვავებული სახის საქონლის შეფარდებითი შეფასება და ასევე შეძენა. მაგალითად თუ საცალო გაყიდვაში მცირე ფასიანი საქონელია (ვთქვათ ასანთის კოლოფი) ვაჭრობის მონაწილეებს (მყიდველსა და გამყიდველს) უნდა ჰქონდეთ შესაძლებლობა ფულით ურთიერთ ანგარიშსწორების. ასევე თუ იყიდება ძალიან ძვირად ღირებული ნივთი (მაგალითად შედევი ან სასახლე), ამ ფულის ნომინალებით მყიდველს ფიზიკურად უნდა შეეძლოს მისი ყიდვა. ჩვენს უახლოეს წარსულში (93-95 წწ.) საქართველოში საშუალო ღირებუ-

ლების საქონლის შესაძენად მყიდველი მუყაოს დიდი ყუთებით (!) ატარებდა გაუფასურებულ საბჭოთა მანეთებს.

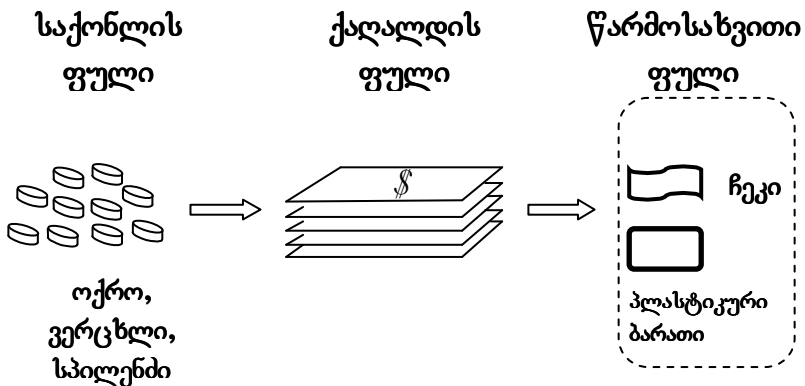
3) იგი აუცილებლად თავად უნდა იყოს მაქსიმალურად სტაბილური ღირებულების მქონე. თუ ადრე ოქროს ფული ამ თვისებას ნათლად გამოხატავდა, ქალაქის ფულის შემთხვევაში ამ მახასიათებლის უკან სახელმწიფო დგება, იგი იღებს ქალაქზე დაწერილი რიცხვისთვის მსყიდველობითი უნარის მინიჭების გარანტიას. თუ ფული კარგავს ამ თვისებას, ანუ მსყიდველობით უნარს, იგი უფასურდება და ფარატინა ქალაქად გადაიქცევა (როგორც ეს ავად სახსენებელ ქართულ კუპონებს დაემართა).

### **რა როლს ასრულებს ფული საბაზრო ეკონომიკაში?**

ფულის გარეშე საბაზრო ეკონომიკა ვერ იარსებებს, დავუბრუნდებით ნატურალურ გაცვლით ურთიერთობებს, რომლის დროსაც თითოეული საქონლის ნამდვილი ფასი ძნელი დასადგენია. ამას გარდა შემცირდება ეკონომიკის მამოძრავებელი სტიმული მოგების მიღების სურვილი.

ფულის მეშვეობით ხდება საქონლის რეალური გასაყიდი ფასის დადგენა. წინა თავებში ჩვენ ვნახეთ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ფულით გამოხატული ფასით საქონლის მოთხოვნა-მიწოდება და ბაზრის წონასწორობის მიღწევა. სწორედ ფულის ქონით განსაზღვრავს მომხმარებელი თავის შესაძლებლობებს და სურვილს ამა თუ იმ საქონლის შექმნაზე.

ფული, თავის განვითარების გზაზე, ფორმას და სახეს იცვლიდა, რაც *სქემა I*-ზე მოცემული სახით შეიძლება გამოვსახოთ. როგორც ამ სქემიდან ჩანს ფულის პირველადი სახე საქონლის ფორმით იყო გამოხატული. ოქროს, ვერცხლის, ან სპილენძის (ბრინჯაოს) მონეტები ოდითგანვე მისაღები აღმოჩნდა ვაჭრობისათვის. ფულის ეს ფორმა დღესაც ფართოდ გამოიყენება სხვადასხვა ქვეყნებში წვრილი ფულის (ხურდა) სახით, თუმცა არაიშვიათად ოქროს მონეტების მცირე რაოდენობასაც უშვებენ, რომლებიც მაშინვე ნუმიზმატურ იშვიათობად იქცევა და პირდაპირი დანიშნულებით მიმოქცევაში არ ჩერდება.



*სქემა 1.*

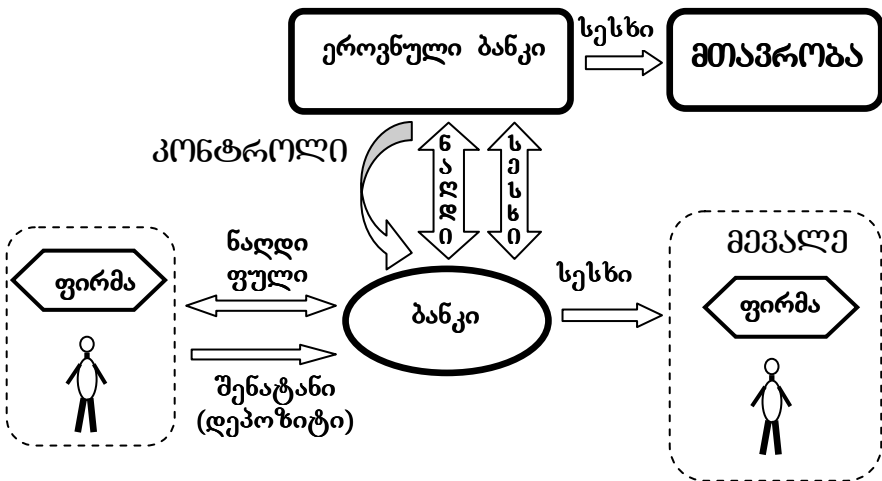
ქალაქის ფული პირველად ევროპაში შუა საუკუნეებში ჩნდება, როგორც მონეტარული ფულის შემცვლელი. მასზე ყოველთვის მითითებული იყო სახელმწიფოს მხრიდან ფულის ნომინალის შესაბამისად ოქროთი ან ძვირფასეულობით უზრუნველყოფის გარანტია. მაგრამ ეს ფუნქცია პირველად 1972 წელს ამერიკის მთავრობის მიერ დოლარის, როგორც საერთაშორისო ვალუტის ფუნქციის მატარებლის, მიმართ იქნა გაუქმებული. იმ პერიოდისათვის ამერიკის შეერთებული შტატების ეკონომიკა ვიეტნამის ომის გამო ძალიან დასუსტებული იყო. ფედერალური სარეზერვო ფონდში ოქროს მარაგი 5-ჯერ იყო შემცირებული (2000 ტონა ოქრომდე). ამის შემდეგ დოლარი თავისუფლად კონვერტირებად ვალუტად გადაიქცა. ამ მოვლენამ ყველგან ქალაქის ფულის უზრუნველყოფის ახალ საბაზრო ფორმას სავალუტო ბირჟას მისცა გასაქანი. სავალუტო ბირჟაზე ხდება ამა თუ იმ ქვეყნის ვალუტის რეალური მსყიდველობითი კურსის დადგენა სხვა ვალუტებთან მიმართებაში.

წარმოსახვითი ფული (საბანკო ჩეკი, ელექტრონული საკრედიტო ბარათი) ზემოთ ჩამოთვლილ ყველა თვისებას ატარებს. მაგარამ, განსხვავებით ქალაქის ფულისაგან, რომლის უკან სახელმწიფო დგას, ფულის ამ სახეობის მსყიდველობითი უნარს მომსახურე ბანკი უზრუნველყოფს, რომლის საქმიანობაც სახელმწიფოს მკაცრი კონტროლის ქვეშაა. ფულადი ანგარიშსწორების ეს ფორმა მომხმარებლისთვისაც და თვით სახელმწიფოსთვის მეტად ხელსაყრელია. მომხმარებელი საქონლის თუ მომსახურების ღირებულების გადახდისას (თუ რა თქმა უნდა გამყიდველი ამ ფორმით ანგარიშსწორების წინააღმდეგი არაა) პრაქტიკულად ყოველთვის მზადაა მისი ფინანსური შესაძლებლობების ფარგლებში საკმაოდ ძვირად ღირებული საფასურის გადახდისათვის. ქალაქის ფულის შემთხვევაში ის სხვადასხვა მოტივით საჭირო სიდიდის თანხას ხშირად თან არ ატარებს. ამდენად ასეთი მომხმარებელი პოტენციურად მაღალი მსყიდველუნარიანობით გამოირჩევა. სახელმწიფოც მოგებულა, ვინაიდან იგი: 1) უკეთ და ზუსტად აკონტროლებს ფულის მიმოქცევის პროცესს; 2) იოლად აღრიცხავს როგორც მოქალაქეების პირად შემოსავლებს, ასევე მეწარმეთა შემოსავლებს, რაც საგადასახადო სისტემის ფუნქციონირებისთვის სჭირდება.

## 9.2 ფულის მიწოდება. მოთხოვნა ფულზე

როგორც ვიცით საფინანსო ოპერაციების წარმოება უშუალოდ ბაზრების მონაწილეობით ხდება. მომხმარებელთა მხრიდან ნაღდ ფულზე მოთხოვნას ბანკი აკმაყოფილებს, ასევე იგი აწარმოებს კლიენტებისაგან ნაღდი ფულის მიღება-აკუმულირებას (დაგროვებას) გარკვეულ, ამ ბანკისთვის მისაღებ, სარეზერვო მოცულობამდე. ნამეტს იგი ცენტრალურ ბანკს აბარებს, დეფიციტს ასევე ცენტრალური ბანკიდან ავსებს. ცენტრალური ბანკი ზედამხედველობას უწევს ნაღდი ფულის მიმოქცევას ქვეყნის შიგნით და შეძლებისდაგვარად ქვეყნის გარეთ.

ცენტრალური ბანკი ასეთივე კონტროლს ახორციელებს ბანკების კრედიტ უნარიანობაზე, ე.ი. კონკრეტული ბანკის შესაძლებლობაზე გასცეს კრედიტი, თუ მას აქვს შესაბამისი თავისუფალი ფული. ბანკი თავის საკრედიტო რესურს ქმნის დეპოზიტორების შენატანებისა და საკუთარი დაგროვილი სახსრებით. ამის შემდეგ იგი იწყებს ფულის ბრუნვას, ანუ ამ სახსრების სესხად გაცემას გარკვეული საპროცენტო განაკვეთებით.



ჩვეულებრივ, ბანკი მის განკარგულებაში არსებული სახსრების უმეტეს ნაწილს ( $\approx 95\%$ ) ბრუნვაში უშვებს, მაგარამ არასასურველ გარემოებებში შეიძლება ადგილი ჰქონდეს ე.წ. საბანკო პანიკა, როდესაც **დეპოზიტორებს** (ბანკში ფულის ან ძვირფასეულობის შესანახად შემტანები) შორის ეჭვი ჩნდება ბანკის მოსალოდნელი გაკოტრების შესახებ. ამის გამო ისინი ბანკებში გარბიან საკუთარი **დეპოზიტების** (შენატანების) გამოსატანად. ვინაიდან ბანკი რეზერვში დეპოზიტის მხოლოდ ნაწილს ინახავს, ამიტომ ერთბაშად ყველა დეპოზიტორის მოთხოვნას ვერ დააკმაყოფილებს. მაშინაც კი, როდესაც ბანკი კრედიტ უნარიანია, ანუ მისი აქტივები მისსავე ვალდებულებებზე მეტია, ბანკს ვერ ექნება იმდენი ნაღდი ფული, რომ ყველა დეპოზიტორის მოთხოვნა დააკმაყოფილოს. საბანკო პანიკის დროს ბანკი იძულებულია კარებები დაკეტოს მანამდე, სანამ სესხების გარკვეულ ნაწილს არ დაიბრუნებს ან ეროვნული ბანკი მას იმ მოცულობის სესხით არ უზრუნველყოფს, რომელიც ამ უკანასკნელს მევალებების გასასტუმრებლად სჭირდება.

სახელმწიფო თითქმის ყველა ბანკში არსებულ დეპოზიტებს იცავს. დეპოზიტორები ბანკში ფულის გამოსატანად არ გარბიან, ვინაიდან იციან, რომ ბანკის გაკოტრების შემთხვევაში მას სახელმწიფო აუნაზღაურებს.

სახელმწიფო არეგულირებს ფულის ბანკებისათვის მიწოდებას. მის განკარგულებაშია მონეტარული კონტროლის სამი ინსტრუმენტი:

- 1) ოპერაციები ღია ბაზარზე;
- 2) სარეზერვო მოთხოვნები;
- 3) დისკონტის განაკვეთი.

## თავი X. ინფლაცია და მისი მიზეზები

### 10.1 ინფლაციის არსი

ინფლაცია ფულის გაუფასურებაა, რასაც ძირითადად იწვევს რეალურ საჭიროებასთან (საქონლის მიწოდების ოდენობასთან) შედარებით მიმოქცევაში ფულის რაოდენობის მნიშვნელოვანი გაზრდა. ინფლაციის მიზეზი შეიძლება აგრეთვე იყოს წარმოებისა და ვაჭრობის შემცირება.

ინფლაციას (მიმოქცევაში ზედმეტი ფულის გამოშვებას) ხშირად იყენებს ქვეყნის ხელისუფლება სახელმწიფო ბიუჯეტი შეესვების მიზნით.

ინფლაციის დროს ფულის მფლობელი ცდილობს მოიშოროს იგი და შეიძინოს რეალური ფასეულობები, რაც იწვევს აჟიოტაჟს სამომხმარებლო ბაზარზე, ე.ი. საქმე გვაქვს მყიდველობითი მოთხოვნის დეფორმაციასთან. საქონელს ყიდულობენ არა მოსახმარებლად, არამედ იმისათვის, რომ როგორმე ფულად ფორმაში დაგროვილი დანაზოგები გადაარჩინონ გაუფასურებას. თუ საშუალო ადამიანს შევეკითხებით, რატომ არის ინფლაცია მისთვის ცუდი, ის გვიპასუხებს, რომ ინფლაცია მას მძიმე შრომით მოპოვებულ ღირებულების მსყიდველობით უნარს ანთმევს. როდესაც ფასები იზრდება შემოსავლის თითოეული ლარი საქონლისა და მომსახურების ნაკლებ რაოდენობას ყიდულობს. ამიტომ შეიძლება ვიფიქროთ, რომ ინფლაცია მოქმედებს ცხოვრების დონეზე.

იმის გამო რომ უკანასკნელ წლებში ინფლაცია ზომიერი იყო, მრავალი ადამიანი აღარ ფიქრობს იმაზე, თუ როგორ მოქმედებს ინფლაცია მის დანაზოგებზე. ასეთი გულდამწვიდება სახიფათოა: ინფლაციის დაბალ დონესაც კი შეუძლია მნიშვნელოვნად შეამციროს დანაზოგები დროის დიდ მონაკვეთში.

ძლიერი ინფლაციას ჰიპერინფლაცია ეწოდება, რომლის დროსაც ფულის გავლენა ეკონომიკაზე თვალსაჩინო ხდება. ჰიპერინფლაციის დროს ფულის მიწოდებისა და ფასების დონის ცვლილებები ძალიან დიდია. ამ დროს ინფლაციის მაჩვენებელი



აჭარბებს თვეში 50%-ს, რაც იმას ნიშნავს, რომ ფასების დონე ჯერადად გაიზრდება (წლის განმავლობაში 10-ჯერ და მეტადაც).

ჰიპერინფლაციის მონაცემები გვიჩვენებენ აშკარა კავშირს ფულის რაოდენობასა და ფასების დონეს შორის. ფასების დონის ცვლილების შეფასებისთვის გამოიყენება ე.წ. **ფასების ინდექსი**, რომელიც ე.წ. “საბაზრო კალათით” განსაზღვრულ საქონელთა საშუალო ფასებთან მიმართებაში ფასების ცვლილების ფარდობითი სიდიდეა. უფრო ზუსტად, დროის მოცემული მომენტისათვის ფასების ინდექსის დასადგენად საზღვრავენ ძირითად სამომხმარებლო საქონელთა და მომსახურების ფასების საშუალო მაჩვენებელს და აფარდებენ საბაზო პერიოდისათვის ძირითად სამომხმარებლო საქონელთა ფასების საშუალო მაჩვენებელთან, შედეგი მრავლდება 100-ზე:

$$I_{\text{ფ}} = \frac{\sum_{i=1}^n P'_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \times 100, \quad (2)$$

სადაც  $P'_i$  – მოცემული პერიოდისათვის (მაგ. წლისათვის)  $i$ -ური საქონლის ან მომსახურების ფასი;

$P_i$  – საბაზო პერიოდისათვის (მაგ. საბაზო წლისათვის)  $i$ -ური საქონლის ან მომსახურების ფასი;

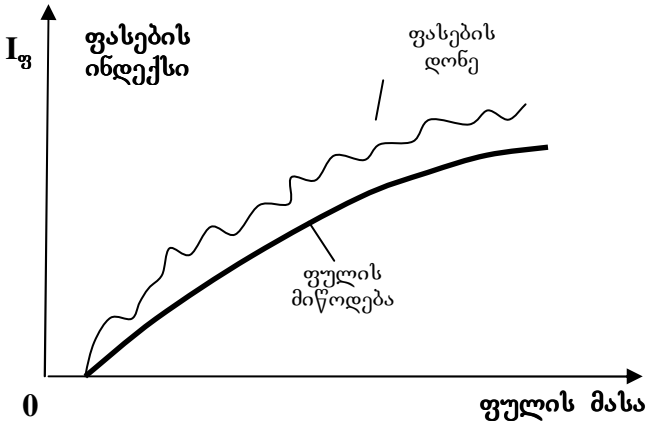
$n$  – საბაზრო კალათაში მოთავსებულ საქონლების და მომსახურებათა რაოდენობა.

“საბაზრო კალათა” შეიძლება სხვადასხვა ნაირად დაკომპლექტდეს. იმ შემთხვევაში, თუ ამ “კალათაში” გათვალისწინებულ იქნება ძირითადი სამომხმარებლო საქონელი და მომსახურება, მაშინ (2) ფორმულით გამოთვლილი სიდიდე **სამომხმარებლო ფასების ინდექსი** იქნება, ხოლო თავად კალათა სამომხმარებლო კალათა იქნება. სხვადასხვა ქვეყნისთვის და სხვადასხვა დროს ამ კალათის შემადგენლობა შესაბამისი ეროვნული თავისებურებებით განისაზღვრება.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ინფლაციის დროს ფასების მკვეთრი ზრდის გამო ხდება ფულის გაუფასურება, ამიტომ მკვეთრად იზრდება მოთხოვნა ფულის ნიშნებზე. სახელმწიფო იძულებულია დამატებითი ფული დაბეჭდოს და მიაწოდოს მომხმარებელს. ბრუნვაში არსებული ფულის მასა იზრდება.

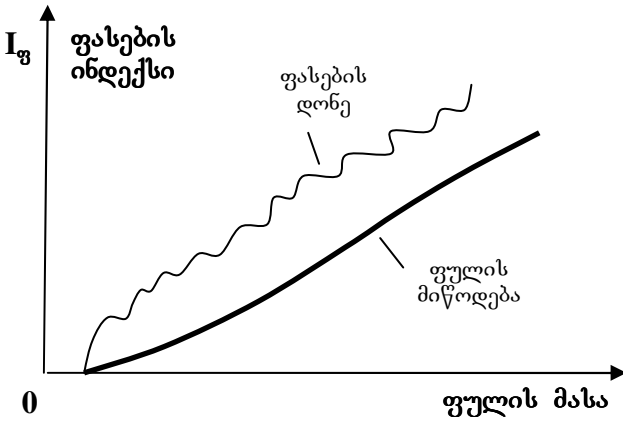
ნახაზები **27-30** ასახავენ მონაცემებს ოთხი კლასიკური ჰიპერინფლაციისა, რომლებიც მოხდა ავსტრიაში (**ნახ. 27**), უნგრეთში (**ნახ. 28**), გერმანიაში (**ნახ. 29**) და პოლონეთში (**ნახ. 30**) 90-იანი წლების მეორე ნახევარში.

### უზრეპი



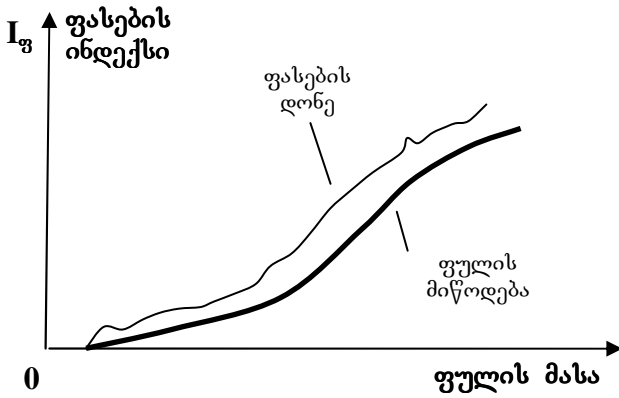
ნახ. 28.

### ავსტრია



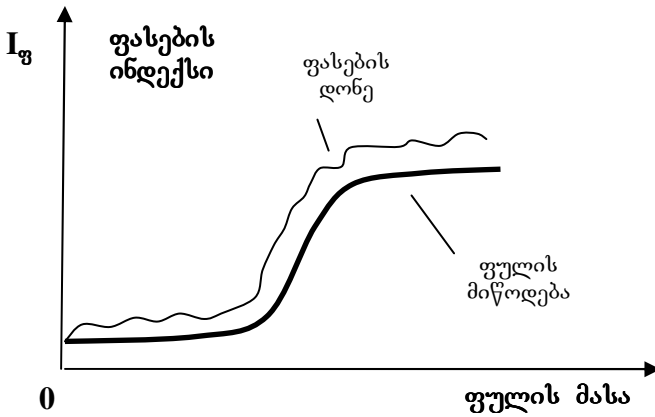
ნახ. 27.

## კოლონეთი



ნახ. 30.

## ბერმანია



ნახ. 29.

თითოეული გრაფიკი გვიჩვენებს ეკონომიკაში არსებული ფულის რაოდენობასა და ფასების ინდექსს შორის დამოკიდებულებას.

ფულის მიწოდების წირის დახრილობა წარმოადგენს ფულის რაოდენობის ზრდის სიჩქარეს. ეკონომიკაში “ფულის ბრუნვის სიჩქარე” აღნიშნავს სიჩქარეს, რომლითაც ფულის კუპიურა მოძრაობს საფულიდან საფულემდე. ფულის ბრუნვის სიჩქარის გამოსათვლელად პროდუქციის ნომინალური ღირებულება უნდა გავყოთ ფულის მასაზე.

$$V = \frac{P \times Y}{M},$$

სადაც **P** არის ფასების დონე,

**Y** – პროდუქციის რაოდენობა,

**M** – ფულის მასა.

ფასების მრუდის დახრილობა ასახავს ინფლაციის დონეს, რაც უფრო დახრილია ეს დონე, მით უფრო სწრაფად იზრდება ფულის რაოდენობა და ინფლაციის დონე.

## 10.2 ინფლაციის მიზეზები და გამომწვევი ფაქტორები

ინფლაციის ძირითადი ძირითადი მიზეზი ფულის რაოდენობრივი ზრდაა. როდესაც როვნული ბანკი ფულის დიდ რაოდენობას ქმნის, ამ დროს ფულის ღირებულება სწრაფად მცირდება. სტაბილური ფასების შენარჩუნების მიზნით ეროვნულმა ბანკამ უნდა შეინარჩუნოს მკაცრი კონტროლი ფულის მიწოდებაზე შეწყვიტოს ზედმეტი ფულის ბეჭდვა და მიმოქცევიდან ამოიღოს ზედმეტი ფულის მასა.

ვთქვათ აკვირდებით თუ როგორ იზრდება საწვავის ფასი დროის მცირე მონაკვეთში (მაგალითად ორ თვეში) ერთი ლარიდან სამ ლარამდე. რა დასკვნა უნდა გამოიტანოთ იმ ფაქტიდან, რომ ადამიანები მზად არიან საწვავში ასეთი დიდი ფასი გადაიხადონ? იქნებ ისინი საწვავის განსაკუთრებულ საჭიროებას ხედავენ? მაგრამ ეს არ არის მიზეზი. უნდა ვივარაუდოთ, რომ საწვავის საჭიროება არ შეცვლილა, შეიცვალა ფულის ღირებულება, რომელსაც საწვავის საყიდლად ვიყენებთ და ის საგრძობლად შემცირდა. მართლაც პირველი აზრი რაც შეიძლება ინფლაციაზე მსჯელობისას გაგვიჩნდეს ისაა, რომ ინფლაცია ფულის ღირებულებასთან უფროა დაკავშირებული, ვიდრე საქონლის ღირებულებასთან. მიუხედავად იმისა, რომ ასეთი მიდგომა გარკვეულ ინფორმაციას შეიცავს, ეკონომიკაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ, ის ერთ ძირითად მომენტს არ ითვალისწინებს: ინფლაცია მთელს ეკონომიკაში მიმდინარე მოვლენას, რომელიც უპირველეს ყოვლისა ეკონომიკაში არსებული გაცვლის საშუალების ღირებულებას შეეხება.

ეკონომიკაში არსებული ფასების საერთო ღონეს ორი კუთხით შეგვეძლია შევხედოთ; აქამდე ფასების ღონეს განვიხილავდით როგორც საქონლისა და მომსახურების კალათის ფასს. როდესაც ფასების ღონე იზრდება ადამიანებმა საქონელსა და მომსახურებაში მეტი უნდა გადაიხადონ, მაგრამ ფასების ღონე შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც ფულის ღირებულების მაჩვენებელი. ფასების ღონის ზრდა ფულის ღირებულების შემცირებას ნიშნავს, ვინაიდან

თქვენი საფულის თითოეულ ლარს ამჯერად ნაკლები საქონლისა და მომსახურების ყიდვა შეუძლია.

ამ იდეის უკეთ გასაგებად, თუ ამ ყველაფერს მათემატიკურად გამოვხატავთ  $P$  ფასების დონეა ამ შემთხვევაში  $P$  გვადლევს ლარის იმ რაოდენობას, რომელიც საჭიროა საქონლისა და მომსახურების კალათის საყიდლად. საქონლისა და მომსახურების ის რაოდენობა, რომლის ყიდვაც შეიძლება ერთი ლარით უდრის  $1/P$ . სხვაგვარად რომ ვთქვათ, თუ  $P$  არის ფულადი ერთეულებით გამოხატული საქონლისა და მომსახურების ფასი,  $1/P$  იქნება ფულის ღირებულება, გამოხატული საქონლისა და მომსახურების ერთეულებით. ამგვარად, როდესაც ფასების საერთო დონე იზრდება ფულის ღირებულება მცირდება.

## თავი XI. ეროვნული შემოსავალი და ცხოვრების დონე

### 11.1 ეროვნული შემოსავლის არსი

ეროვნული შემოსავალი არის განსაზღვრულ პერიოდში (ჩვეულებრივად წელიწადში) ქვეყნის ეკონომიკაში ახლად შექმნილი ღირებულება, საერთო საშინაო პროდუქტის ნაწილი, რომელიც დარჩება, თუ მის შექმნაზე გაწეულ მთლიან ხარჯებს გამოვაკლებთ გამოყენებული მატერიალური რესურსების ღირებულებას.

ადრე (საბჭოთა პერიოდში) ეროვნულ შემოსავალში მარტო წარმოების სფეროს მიერ შექმნილი ღირებულება იანგარიშებოდა, განვითარებულ საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში კი მასში შეაქვთ აგრეთვე მომსახურების ღირებულებაც. საერთაშორისო სტატისტიკის მეთოდოლოგიის შესაბამისად მთლიანი საშინაო პროდუქტისა და ეროვნული შემოსავლისა სხვაობა შეადგენს ამორტიზაციული ანარიცხების ღირებულებას.

თუ პიროვნების ეკონომიური მდგომარეობის შეფასება დაგჭირდებათ, პირველ რიგში მისი შემოსავლით დაინტერესდებით. მაღალი შემოსავლის პიროვნებები თავს უფლებას აძლევენ იცხოვრონ კომფორტულად, რასაც ვერ ვიტყვით დაბალი შემოსავლის მქონე პირებზე. ასეთივე ლოგიკით უნდა მივუდგეთ ქვეყნის მთლიან ეკონომიკასაც. როდესაც იმაზე ვმსჯელობთ, კარგ მდგომარეობაშია ეკონომიკა თუ მძიმეში, ბუნებრივია დავინტერესდებით მთლიანი შემოსავლით, რომელსაც ეკონომიკის ყველა წევრი იღებს. ეს მთლიანი შიდა პროდუქტის ამოცანაა. მთლიანი შიდა პროდუქტი ერთდროულად ორ სიდიდეს ზომავს: ეკონომიკის ყველა წევრის მიერ მიღებულ მთლიან შემოსავალსა და საქონელსა და მომსახურებაზე გაღებულ ხარჯებს.

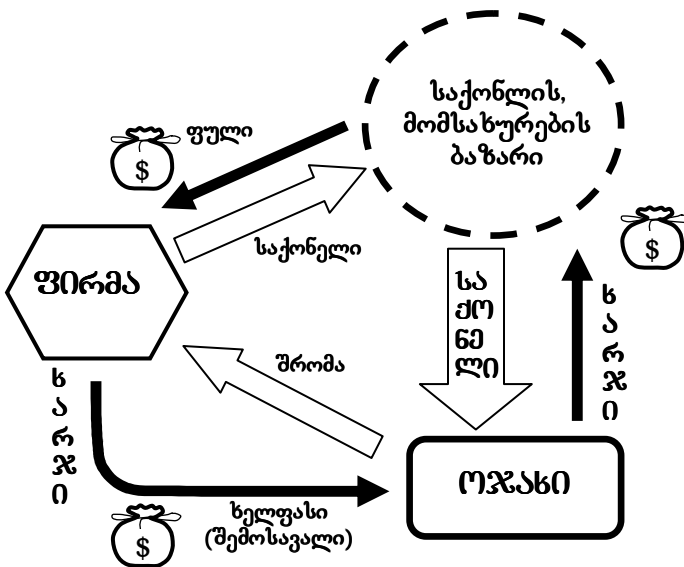
მთლიანი შიდა პროდუქტის ასეთი მოხერხებულობის მიზეზი ისაა, რომ მთლიანი შემოსავალი და მთლიანი ხარჯები სინამდვილეში ერთი და იგივე სიდიდეა. ეკონომიკაში შემოსავალი ხარჯების ტოლი უნდა იყოს. ეს მარტივად აიხსნება, თითოეულ ქმედე-



ბას ორი მონაწილე ყავს: მყიდველი და გამყიდველი. რამდენსაც ხარჯავს ანუ გაიღებს მყიდველი, იმდენი შესღის გამყიდველს, ანუ ლებულობს შემოსავალს.

ამის საილუსტრაციოდ განვიხილოთ მაგალითი. ვთქვათ, გიორგის სურს თავისი ვენახის გასხვლა და ამისთვის დაიქირავა მიხო, რომელმაც ამ სამუშაოსათვის 100 ლარი მოითხოვა. გიორგი სწევს 100 ლარიან ხარჯს, ხოლო მიხო ლებულობს 100 ლარის შემოსავალს.

შემდეგ სქემაზე მოცემულია შემოსავლებისა და ხარჯების ტოლობის ამსახველი სურათი, საიდანაც ჩანს, რომ ამ ჩაკეტილი წრებრუნვის თითოეულ რგოლში გასავალი (ხარჯი) შემოსავლის მიხედვით განისაზღვრება. შეიძლება ადგილი ჰქონდეს შემოსავლის ნაწილის დაგროვებას რომელიმე რგოლში, რაც შემდგომში ხარჯების პოტენციალს ჰქმნის. მაგრამ გასავალი არ შეიძლება აღემატებოდეს შემოსავალს პლიუს დაგროვილ რეზერვს (ფულად თუ მატერიალურ ქონებას).



## 11.2 ბიუჯეტი და საბაზრო ეკონომიკა

ზოგადად შემოსავალ-გასავლის ნაერთს **ბიუჯეტი** ეწოდება. იგი აქვს ოჯახს (არაფორმალისებულად), საწარმოს, კომერციულ სტრუქტურას და ყველაზე უფრო გამოკვეთილად სახელმწიფოს. ამ უკანასკნელის ბიუჯეტის აგების პრინციპი არაფრით განსხვავდება უფრო მარტივი სტრუქტურის ორგანიზაციის ბიუჯეტისაგან. უბრალოდ იგი უფრო ბევრ ჩანაწერს შეიცავს.

სახელმწიფო ბიუჯეტის შედგენა ორ ეტაპს მოიცავს: 1) ეტაპზე დგება გეგმიური ბიუჯეტი, რომელიც შემოსავლების მოსალოდნელ ნაკადებს ასახავს და ხარჯების სასურველ გეგმას სახავს; 2) მეორე ეტაპზე საანგარიშო წლის დამთავრების შემდეგ დგება ფაქტიური (შესრულებული) ბიუჯეტი.

ბიუჯეტის დაგეგმვა ქვეყნის ეროვნული შემოსავლის საფუძველზე ხორციელდება ჯერ ქვეყნის საერთო ეკონომიური მდგომარეობის გათვალისწინებით დგინდება საორიენტაციო შემოსავლების მოცულობა თითოეული დარგის მიხედვით, შემდგომ ხდება მთლიანი შესაძლო დანახარჯების განაწილება სახელმწიფოს წინაშე მდგარი ამოცანების შესრულებისათვის აუცილებელი ხარჯების გაწერა (დაფინანსება).

შემოსავალ-გასავლის ტოლობის დაცვის მიხედვით სახელმწიფო ბიუჯეტი შეიძლება იყოს: ა) ბალანსირებული (შემოსავალ-გასავლები გაწონასწორებულია); ბ) დეფიციტური (ხარჯები მეტია შემოსავლებზე და გ) პროფიციტული (შემოსავლები მეტია ხარჯებზე).

### **რა როლს თამაშობს ბიუჯეტი საბაზრო ეკონომიკაში?**

განვიხილოთ თანმიმდევრულად.

**ოჯახის ბიუჯეტი.** ვინაიდან ოჯახი მინი სამეურნეო სუბიექტია და ამასთან ამ ტიპის სუბიექტთა ხვედრითი წილი მთლიან ეკონომიკაში დომინირებულია, ამდენად ცალკე აღებული ტიპიური ოჯახის ბიუჯეტის გაწონასწორებულობა გადამწყვეტ როლს თამაშობს ქვეყნის ეკონომიური სტაბილურობაში. თუ ასეთ განზოგადო-

ებულ ოჯახში შემოსავალი ნაკლებია მინიმალურად აუცილებელი ხარჯების მოცულობაზე, მაშინ ასეთი ოჯახების ერთობლიობა დამაბნურელებლად იმოქმედებენ საერთო სასაქონლო-მომსახურებით ბაზრებზე, შედეგად გვექნება მოთხოვნის შემცირება და მამასადამე ეკონომიკის დაქვეითება.

პირიქით შემთხვევაში, როცა ოჯახის შემოსავლები მეტია მინიმალურად აუცილებელი ხარჯების მოცულობაზე, მაშინ იზრდება ასეთი ოჯახების მსყიდველუნარიანობა და შედეგად მათი ჯამური მოთხოვნა სასაქონლო-მომსახურებით ბაზრებზე. ამ დროს გვაქვს ეკონომიური აღმავლობა.

**ფირმის ბიუჯეტი.** იგი შედგება საქონლის წარმოებაზე (მომსახურება) გაწეული ხარჯებისა და საქონლის ან მომსახურების რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლებისაგან. თუ შემოსავალი მეტია დანახარჯებზე, ე.ი. ფირმას აქვს მოგება, მაშინ ამ ფირმის ეკონომიური მდგომარეობა აღმავალია, წინააღმდეგ შემთხვევაში ფირმა ზარალიანია. თუ ქვეყნის საერთო ეკონომიურ პოტენციალში აღმავალი ფირმების ხვედრითი წილი დიდია, მაშინ ასევე გვაქვს ეკონომიურ წინსვლა. პირიქით შემთხვევაში ეკონომიური კრიზისი.

**სახელმწიფო ბიუჯეტი.** რადგან სახელმწიფო ბიუჯეტი ეროვნულ შემოსავალთან მიმართებაში მნიშვნელოვან თანაფარდობაშია (საშუალოდ ერთი მეხუთედიდან ერთ მესამედამდე მერყეობს), იგი ასევე დიდ როლს თამაშობს ეკონომიკაში, ბუნებრივია მისი გაწონასწორებულობის ხარისხი მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ეკონომიურ პროგრესზე.

## 11.2 სამომხმარებლო ფასების ინდექსის გამოთვლა

სამომხმარებლო ფასების ინდექსი ტიპიური მომხმარებლის მიერ შეძენილი საქონლისა და მომსახურების საერთო ღირებულების მაჩვენებელია. შრომის სტატისტიკის ბიურო, რომელიც შრომის დეპარტამენტის ნაწილია, ყოველთვიურად ითვლის და აქვეყნებს სამომხმარებლო ფასების ინდექსს. როდესაც იგი ფასების ინდექსს და ინფლაციის დონეს განსაზღვრავს, იყენებს მონაცემებს ათასობით საქონლის და მომსახურების ფასების შესახებ.

ამ სტატისტიკის სტრუქტურის გასაგებად განვიხილოთ მარტივი მაგალითი, რომელშიც მომხმარებელი მხოლოდ ორ საქონელს პურს და ხორცს ყიდულობს. ამის შემდეგ ზუსტდება, თუ რომელი საქონელია უფრო მნიშვნელოვანი მომხმარებლისთვის: პური თუ ხორცი. რომელსაც უფრო ხშირად და მეტს ყიდულობს, ის იქნება პირველ ადგილზე. შემდგომ ამისა დროის თითოეული პერიოდისათვის დგინდება სამომხმარებლო კალათის (ხორცი, პური) შემადგენელი საქონლის თუ მომსახურების ფასი ამ პერიოდისათვის და იანგარიშება მთელი კალათის ღირებულება (ცხრილი 2).

ცხრილი 2

წელი	პური		ხორცი		კალათის ღირებულება
	ფასი (ლარი)	მოხმ. (ცალი)	1კვ ფასი (ლარი)	მოხმ. რაოდ. (კვ)	
2003	0.5	100	5	20	$(0.5 \times 100) + (5 \times 20) = 150$
2004	1	100	6	20	$(1 \times 100) + (6 \times 20) = 220$
2005	1.5	100	7	20	$(1.5 \times 100) + (7 \times 20) = 290$

ბოლოს ვირჩევთ საბაზო წელს და მასთან მიმართებაში ვანგარიშობთ ფასების ინდექსს (ცხრილი 3).

**ცხრილი 3**

წელი	სამომხმარებლო ფასების ინდექსი
2003	$(150/150) \times 100 = 100$
2004	$(220/150) \times 100 = 147$
2005	$(290/150) \times 100 = 193$

როგორც ამ ცხრილიდან ჩანს ფასების ინდექსი ყოველწლიურად იზრდება, მაშასადამე ადგილი აქვს ინფლაციას. წლების მიხედვით *ინფლაციის ტემპის* გამოსათვლელად საჭიროა ამ ორი პერიოდის ინდექსების პროცენტული ცვლილება გავიანგარიშოთ. ჩვენი მაგალითის შემთხვევაში 2004 წლის ინფლაციური ტემპი 2003 წელთან შედარებით ტოლი იქნება:

$$\frac{147 - 100}{100} \times 100\% = 47\%$$

ე.ი ინფლაციის ზრდის ტემპი 47%-ია. 2005 წლისათვის 2004 წელთან შედარებით ეს მაჩვენებელი ტოლი იქნება

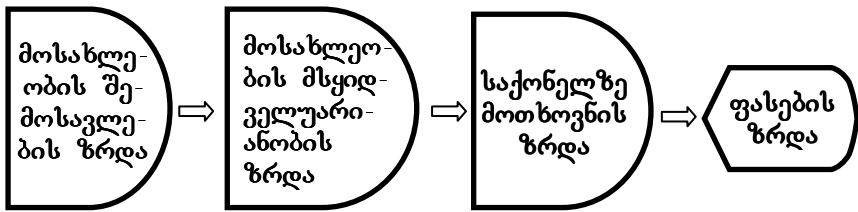
$$\frac{193 - 147}{147} \times 100\% = 31\%$$

თუ განვიხილავთ 2005 წლისა და 2003 წლების ფასების ინდექსების თანაფარდობას, მაშინ მივიღებთ

$$\frac{193 - 100}{100} \times 100\% = 93\%$$

მაშასადამე ორი წლის განმავლობაში ინფლაციის მაჩვენებელმა შეადგინა 93% მოცემული სამომხმარებლო კალათისათვის (პური, ხორცი).

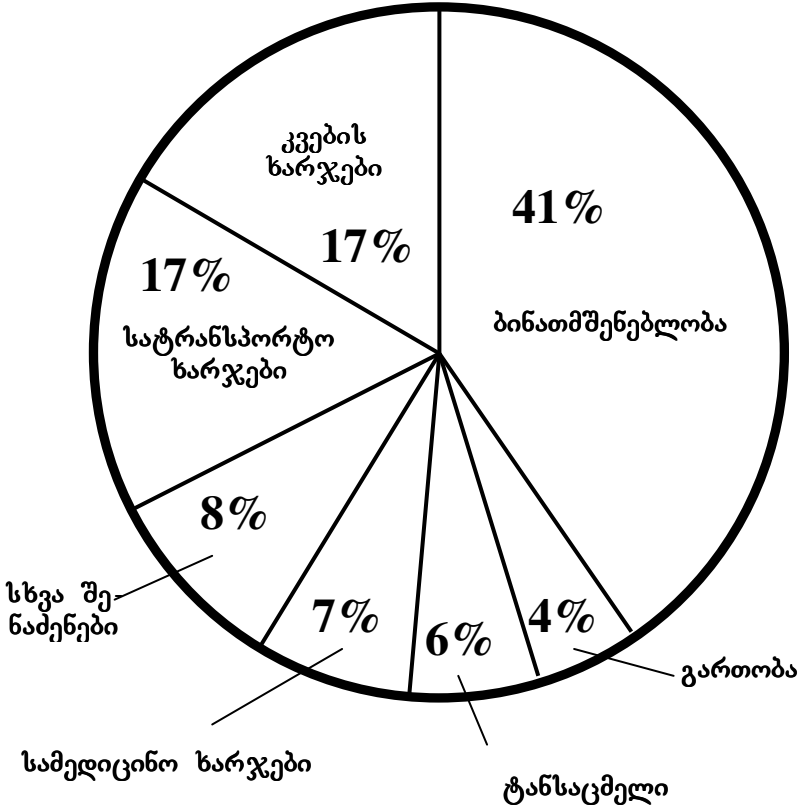
ზოგადად სამომხმარებლო ფასების ინდექსი მთავრობის ეკონომიური პოლიტიკის მართებულობის შემფასებელია. ამასთან მოქნილი ეკონომიური პოლიტიკა გულისხმობს ისეთი ეკონომიური გარემოს შექმნას, როდესაც სამომხმარებლო ფასების ინდექსი უმნიშვნელოდ იცვლება. აღსანიშნავია, რომ გარკვეულ პირობებში ფასების ინდექსის მცირედი ზრდაც შეიძლება დადებითი იყოს, თუ მოსახლეობის შემოსავლები წინმსწრებად იზრდება, რაც მოთხოვნა-მიწოდების კანონით იოლად აიხსნება:



ინფლაციური პროცესის დროს კი საპირისპირო შედეგი გვაქვს: *ფული უფასურდება → საქონლის რეალური ღირებულებიდან გამომდინარე დევალირებულ ფულში ფასები იზრდება → მოსახლეობის რეალური შემოსავლები კლებულობს → მსყიდველუნარიანობა ვარდება.*

ზემოთ ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ ეროვნული ტრადიციების თავისებურებებიდან და ცხოვრების დონიდან გამომდინარე სხვადასხვა ქვეყნებში სამომხმარებლო კალათა განსხვავებულია. მაგრამ ძირითადში საქონლისა და მომსახურების სახეობათა ნაერთი კალათა

ტიპიური მომხმარებლისათვის დაახლოებით შეგვიძლია შემდეგი დიაგრამით გამოვსახოთ:



### 11.3 ცხოვრების დონის განსაზღვრა და მისი თავისებურებები

სამომხმარებლო ფასების ინდექსის მიზანი ცხოვრების ღირებულების გამოთვლაა. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, სამომხმარებლო ფასების ინდექსი იმის შეფასებას ცდილობს, თუ რამდენად უნდა გაიზარდოს შემოსავალი, რათა შენარჩუნებულ იქნას ცხოვრების მუდმივი დონე. მაგრამ სამომხმარებლო ფასების ინდექსი არ არის ცხოვრების ღირებულების სრულყოფილი მაჩვენებელი. ამ ინდექსთანაა დაკავშირებული სამი პრობლემა, რომელთაც ქვევით განვიხილავთ.

პირველი პრობლემაა ჩანაცვლებისკენ სწრაფვა. ყველაფერი პროპორციულად არ იცვლება. ზოგი მეტად იცვლება. მომხმარებლები ფასების ცვლილების ამ განსხვავებას იმ საქონლის მოხმარების შემცირებით პასუხობენ, რომლის ფასიც შესამჩნევად გაიზარდა და ყიდულობენ იმ საქონელს, რომლის ფასიც შედარებით ნაკლებად გაიზარდა ან სულაც შემცირდა. ე.ი. მომხმარებელი გაძვირებულ საქონელს ნაკლებად გაძვირებული საქონლით ცვლის.

განვიხილოთ მარტივი მაგალითი. დავუშვათ საბაზო წელს ვაშლი მსხალზე იაფია და მომხმარებელი ვაშლს უფრო დიდი რაოდენობით ყიდულობს, ვიდრე მსხალს. სტატისტიკის ბიურო სასაქონლო კალათაში უფრო მეტ ვაშლს შეიტანს, ვიდრე მსხალს. დავუშვათ მომდევნო წელს მსხალი ვაშლზე იაფი გახდა. ბუნებრივია მომხმარებელი შეამცირებს ვაშლის ყიდვას და გაზრდის მსხლის ყიდვას. მაგრამ სამომხმარებლო ფასების ინდექსის გამოთვლისას ბიურო უცვლელ კალათას იყენებს, რითაც არსებითად უშვებს, რომ მომხმარებელი აგრძელებს ახლა უფრო ძვირი ვაშლების ყიდვას იმავე რაოდენობით, როგორც მანამდე. ამის გამო ინდექსი გვიჩვენებს ცხოვრების ღირებულების ბევრად მეტ ზრდას, ვიდრე ამას მომხმარებელი სინამდვილეში განიცდის.

სამომხმარებლო ფასების ინდექსთან დაკავშირებული მეორე პრობლემაა ახალი საქონლის გამოჩენა. როდესაც ბაზარზე ახალი საქონელი ჩნდება, მომხმარებელს არჩევანის მეტი საშუალება აქვს.



საქონლის მრავალფეროვნება თავის მხრივ თითოეულ ლარს უფრო ღირებულს ხდის. მომხმარებელს ლარების ნაკლები რაოდენობა სჭირდება ცხოვრების სასურველი დონის შესანარჩუნებლად. მაგრამ იმის გამო, რომ სამომხმარებლო ფასების ინდექსი უცვლელ სასაქონლო კალათას ემყარება, ინდექსი ლარი მსყიდველობით უნარის ამ ცვლილებას არ ითვალისწინებს.

განვიხილოთ კიდევ ერთი მაგალითი. როდესაც ბაზარზე ვიდეომაგნიტოფონები გამოჩნდა, მომხმარებელს საყვარელი ფილმების სახლში ყურების შესაძლებლობა გაუჩნდა. თვისობრივად ამ ახალმა საქონელმა მომხმარებლის კეთილდღეობის ზრდა გამოიწვია. სტატისტიკის ბიურომ გადახედა სასაქონლო კალათას და მასში შეიტანა ვიდეომაგნიტოფონებიც, შედეგად ფასების ინდექსშიც აისახა.

მესამე პრობლემა, რომელიც სამომხმარებლო ფასების ინდექსს ახასიათებს, ხარისხის ცვლილების გაუთვალისწინებლობაა. როდესაც საქონლის ხარისხი მცირდება, ლარის ღირებულებაც მცირდება, მაშინაც კი როდესაც ფასი უცვლელია. ანალოგიურად იქნება საქონლის ხარისხის გაზრდის შემთხვევაში. სტატისტიკის ბიურო ცდილობს გაითვალისწინოს ხარისხის ცვლილება. როდესაც კალათაში საქონლის ხარისხი იცვლება (მაგალითად, გამოდის ახალი გაუმჯობესებულ მახასიათებლებიანი ავტომობილი), ბიურო ახალი საქონლის ხარისხს ითვალისწინებს.

ეკონომისტებს შორის ხშირი კამათია იმის შესახებ, თუ ეს სამი პრობლემა რამდენად მნიშვნელოვანია და რა უნდა გაკეთდეს მათ გადასაჭრელად. ამ საკითხს დიდი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან სამომხმარებლო ფასების ინდექსს მრავალი სამთავრობო პროგრამა იყენებს ფასების საერთო დონის ცვლილებებზე სათანადო რეაგირებისთვის. მაგალითად: მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელიც სოციალური უზრუნველყოფის პროგრამით სარგებლობენ, დამატებით ფულად ან სხვა სახის დახმარებას იღებენ, რაც სამომხმარებლო ფასების ინდექსთანაა პირდაპირ დაკავშირებული.

## თავი XII. ქვეყნის ეკონომიური მდგომარეობა და უმუშევრობა

### 12.1 უმუშევრობის დონის განსაზღვრა

ადამიანთა უმრავლესობა საკუთარი შრომით შემოსავალზე ამყარებს ცხოვრების დონის შენარჩუნებას. ადამიანები შრომისაგან არა მხოლოდ შემოსავალს, არამედ მორალურ, ფსიქოლოგიურ მდგომარეობას იუმჯობესებენ. სამუშაოს დაკარგვა ცხოვრების დონის შემცირებას, მომავალზე წუხილს იწვევს.

უმუშევრად ითვლება პიროვნება, რომელიც თავისი ფიზიკური და გონებრივი შესაძლებლობებიდან გამომდინარე სურს დაკავდეს საზოგადოებრივად სასარგებლო შრომით, მაგრამ სხვადასხვა ობიექტური და სუბიექტური ფაქტორების გამო ვერ ახერხებს ამას. ამ კატეგორიას არ მიეკუთვნებიან მოსწავლეები, სტუდენტები, დიასახლისები და პენსიონერები.

უმუშევრები დასაქმებულებთან ერთად ქმნიან ქვეყნის სამუშაო ძალა.

უმუშევრობის დონე განისაზღვრება, როგორც უმუშევართა რაოდენობის სამუშაო ძალასთან პროცენტული ფარდობა:

$$\text{უმუშევრობის დონე} = \frac{\text{უმუშევართა რაოდენობა}}{\text{სამუშაო ძალა}} \times 100\% .$$

ზრდასრულ მოსახლეობაში სამუშაო ძალის ხვედრითი წილი შემდეგნაირად გამოითვლება:

$$\text{სამუშაო ძალის ხვედრითი წილი} = \frac{\text{სამუშაო ძალა}}{\text{ზრდასრული მოსახლეობა}} \times 100\% .$$

ეს სტატისტიკური მაჩვენებელი ასახავს მოსახლეობის იმ ნაწილს, რომელმაც სამუშაო ძალაში მონაწილეობა არჩია. სამუშაო ძალის ხვედრითი წილი ზრდასრულ მოსახლეობაში, უმუშევ-

რობის ღონის მსგავსად, გამოითვლება როგორც მთელი ზრდასრული მოსახლეობისათვის, ასევე ვიწრო ჯგუფებისათვის.

ეკონომიკაში უმუშევრობის ღონის გამოთვლა სწორხაზოვნად შეიძლება მოგვეჩვენოს, მაგრამ სინამდვილეში ეს ასე არ არის. ზოგი სრულ სამუშაო დღეს მუშაობს, ზოგი საეროდ არ მუშაობს. მათი გარჩევა იოლია, მაგრამ ბევრად უფრო რთულია უმუშევრის გარჩევა იმ ადამიანისაგან, რომელიც სამუშაო ძალაში არ შედის. სამუშაო ძალაში ჩართვა და მისგან გამოთიშვა საკმაოდ ხშირი მოვლენაა. უმუშევართა მესამედზე მეტი სამუშაო ძალის ახალი წევრები არიან მაგალითად ახლად სკოლა დამთავრებულები. მათ გარდა ახალბედათა საკმაოდ დიდ ნაწილს შეადგენენ გამოცდილი მშრომელები, რომლებიც წარსულში სამუშაო ძალიდან გამოეთიშნენ, მაგრამ ამჟამად ისევ სამუშაოს მოძებნა გადაწყვიტეს.

ადამიანების ასეთი ქმედება (სამუშაო ძალაში ჩართვა და გამოთიშვა) უმუშევრობის სტატისტიკის ინტერპრეტირებას საკმაოდ აძნელებს. ერთის მხრივ არიან ის ადამიანები, რომლებიც თავს უმუშევრად თვლიან, დიდად არ იწუხებენ თავს სამუშაოს ძებნით და მთლიანად სახელმწიფო დახმარებას სჯერდებიან. უფრო სწორი იქნება, თუ უმუშევართა სიაში არ ჩავთვლიდით. მეორეს მხრივ არიან ადამიანები, რომლებმაც უკვე არაერთხელ სცადეს სამუშაოს მოძებნა, ვერ დასაქმდნენ და იმედიც გადაეწურათ. ასეთ ადამიანებს იმედდაკარგული მუშახელი ეწოდებათ.

საერთოდ უმუშევრობა იყოფა სახეებად:

- **ფრიქციული უმუშევრობა**, როდესაც ადამიანები სისტემატიურად იცვლიან სამუშაო ადგილს, გადაადგილდებიან ერთი ქალაქიდან მეორეში, ეძებენ მოკლევადიან სამუშაოს;
- **სეზონური უმუშევრობა**, უმუშევრობის ერთ-ერთი ტიპია, რომელიც მოიცავს პირთა ჯგუფს, რომლებიც სამუშაოს სეზონის მიხედვით აწარმოებენ;

- **სტრუქტურული უზუშევრობა**, რომელიც წარმოიშობა წარმოების მოთხოვნისა და ტექნოლოგიის სტრუქტურაში ცვლილებების შედეგად;
- **ციკლური უზუშევრობა**, რომელიც წარმოების დონის დაცემით არის გამოწვეული;
- **ფარული უზუშევრობა**, რომლის დროსაც წარმოების დაცემის ან სტრუქტურული ცვლილებების გამო მუშავეთა ნაწილი ფაქტობრივად დაუსაქმებელია, მაგრამ ფორმალურად ჯერ კიდევ ირიცხება როგორც დასაქმებული, თუმცა გარკვეულ პირობებში შეძლება გადავიდნენ უზუშევართა რიგებში, ან პირიქით სრულად დასაქმებლნი გახდნენ.

## 12.1 ქვეყნის ეკონომიურ მდგომარეობასა და უმუშევრობას შორის დამოკიდებულება

იმისათვის, რომ გავიგოთ, რამდენად სერიოზულია უმუშევრობის პრობლემა, უნდა ვუპასუხოთ კითხვაზე: უმუშევრობა მოკლევადიანი პერიოდის ტიპური მოვლენაა, თუ გრძელვადიანის?

თუ უმუშევრობა მოკლევადიანი პერიოდის მოვლენაა, მაშინ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ეს დიდი პრობლემა არა არის. მშრომელებს შესაძლოა რამდენიმე კვირა დასჭირდეთ თავიანთი გემოვნებისა და კვალიფიკაციის ადგილის საპოვნელად, მაგრამ თუ უმუშევრობა გრძელვადიანი პერიოდის პრობლემაა, მაშინ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს სერიოზული პრობლემაა. რაც უფრო დიდ ხანს რჩება უმუშევარი სამუშაოს გარეშე, მით უფრო დიდ ეკონომიურ და ფსიქოლოგიურ სიძნელებებს განიცდის იგი.

განვიხილოთ ის მიზეზები, რომლებიც იწვევენ უმუშევრობას.

ეკონომიკის თითქმის ყველა ბაზარზე ფასები თვით რეგულირდება მანამ, სანამ მიწოდებისა და მოთხოვნის რაოდენობები არ გათანაბრდება. ასევეა შრომის ბაზარზე: ხელფასები რეგულირდება მუშა-ხელზე მოთხოვნა-მიწოდების წონასწორობის დამყარებამდე. ამ დროს მუშაობის ყველა რეალური მსურველი დასაქმებულია.

ყოველთვის არიან უმუშევრები, მაშინაც კი, როდესაც ეკონომიკა წარმატებით ფუნქციონირებს. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, უმუშევრობის დონე ნულს არასოდეს უტოლდება. ის იცვლება უმუშევრობის ბუნებრივი დონის საზღვრებიდან მცირედი გადახრისას.

საერთოდ მიღებულია, რომ თუ ქვეყანაში უმუშევართა რაოდენობა სამუშაო ძალის 7%-ია, მაშინ ეკონომიკა აღმავლობის გზაზეა. სხვანაირად რომ ვთქვათ, სამუშაო ძალის 7% უნდა იყოს დაუსაქმებელი, რათა სამუშაო ძალის ბაზარზე იყოს წონასწორობა. ამ დროს დასაქმებულები მაქსიმალური შრომისნაყოფიერებით მუშაობენ და წარმოებაშიც არასაწარმოო დანახარჯები მინიმალურია. ყველა ადამიანი რომ იყოს დასაქმებული, მათ შორის ისინიც, ვისაც მუშაობა არ სურთ, შრომისნაყოფიერება ძალიან დაბალი იქნე-

ბოდა, წარმოების რენტაბელურობა მინიმალური, ან სულაც ზარალიანი, პროდუქციის ხარისხი ძალიან დაბალი, სამომხმარებლო საქონლისა და მომსახურების დეფიციტს ექნებოდა ადგილი და ა.შ.. ამის სამწუხარო მაგალითის მომსწრენი სოციალისტურ საზოგადოებაში მაცხოვრებელნი იყვნენ.

## საბაზრო ეკონომიკის განმარტებითი ლექსიკონი

### ა

**აგენტი** – ვინმეს საქმიანი დავალებით მოქმედი პიროვნება, რომელიც მოქმედებს შეთანხმების შესაბამისად და იღებს გასამრჯელოს.

**აგანსი** – სახსრები, რომელთაც წინასწარ უხდიან ვინმეს, შემდგომში მოსალოდნელი გადახდის ანგარიშით (მაგალითად, დამკვეთის მიერ მოიჯარე სამშენებლო ორგანიზაციისათვის აგანსის გაცემა ან დაქირავებული პირისათვის შესასრულებელი საქმისათვის განსაზღვრული საფასურის ნაწილობრივ ან მთლიანად წინასწარ მიცემა).

**აგიზო** – საბანკო შეტყობინება კლიენტისადმი ან მეორე ბანკისადმი შესრულებულ ოპერაციაზე.

**აკრძალვითი ტარიფები** – მაღალი საბაჟო გადასახადები, რომლებიც გამოიყენება გარკვეული იმპორტული საქონლის შემოტანისათვის ქვეყნის შიდა ბაზრის დასაცავად.

**ამორტიზაცია** – ძირითადი ფონდების (ნაგებობები, დანადგარები, სატრანსპორტო საშუალებები) თანდათანობით გაცვეთა და ამ ცვეთის ღირებულების გადატანა პროდუქციაზე.

**ამხანაგობა** – ორი ან მეტი ადამიანის საქმიანი გაერთიანება.

**ანაბარი** – მოსახლეობის, საწარმოების და ორგანიზაციების ფულადი სახსრები, რომელიც ინახება საკრედიტო დაწესებულებაში (ბანკი, საინვესტიციო ფონდი). ასხვავებენ შემდეგი სახის ანაბრებს: ვაღიანს, მოთხოვნამდე, მომგებიანს, პირობითს და სხვა.

**ანატოციზმი** – დებიტორის მიერ გადაუხდელ პროცენტულ დავალიანებაზე პროცენტის დარიცხვა,

**ანგარიში** – დოკუმენტი, რომელშიც აღნიშნულია მოცემული საქონლის ან შესრულებული სამუშაოს ღირებულება.

**ანგარიშსწორების ანგარიში** – ანგარიშების ნაირსახეობა, რომელსაც ბანკში გაუხსნიან კლიენტს, რომლის მიხედვითაც ის აწარმოებს საფინანსო ოპერაციებს.

**ანგარიშ-ფაქტურა** – საქონლის მოცემული რაოდენობის ღირებულებითი შეფასების ამსახველი დოკუმენტი.

**აუდიტი** – კვალიფიციურ სპეციალისტთა მიერ რომელიმე ორგანიზაციის საფინანსო-სამეურნეო საქმიანობის შემოწმება.

**აქტივი** – საბუღალტრო ბალანსის ერთერთი შემადგენელი ნაწილი, რომელიც გამოხატავს სახსრების შემადგენლობას, განთავსებას და გამოყენებას. აქტივები შეიძლება იყოს მიმდინარე და ფიქსირებული.

**აქცია** – ფასიანი ქაღალდი, რომელიც მოწმობს მისი მფლობელის მონაწილეობას სააქციო საზოგადოების კაპიტალში და რომლის მიხედვითაც იღებს დივიდენდებს, მონაწილეობს საზოგადოების მართვაში და სხვა.

**აქციზი** – ირიბი გადასახადის ფორმა, რომელიც გადაიხდება გამორჩეულ საქონელზე (მომსახურეობაზე).

## ბ

**ბაზარი** – საქონლის გაცვლის ადგილი (სფერო).

**ბაზრის სეკმენტაცია** – ბაზრის დაყოფა გარკვეული ნიშნის მიხედვით.

**ბაზრის ტევადობა** – საქონლის მოცულობა, რომელიც შეიძლება ბაზარზე შეიძინოს მოსახლეობამ მოცემულ პირობებში და განსაზღვრულ პერიოდში.

**ბანკი** – განსაკუთრებული ეკონომიკური ინსტიტუტი, რომლის ძირითადი ფუნქციებია: ფულადი სახსრების თავმოყრა, სესხის გაცემა და ფულადი ანგარიშსწორება.

**ბანკნოტი** – საბანკო ფასიანი ბილეთი.



**ბაჟი** – გადასახადების ნაირსახეობა, რომელსაც იღებენ სხვადასხვა სახელმწიფო დაწესებულებები რაიმე საქმისათვის ან საზღვარზე საქონლის გატანისათვის.

**ბიზნესი** – ეკონომიური და სხვა საქმიანობა, რომელიც მოგების მიღების მიზნით წარიმართება.

**ბიზნესმენი** – საქმიანი კაცი, რომელიც ეწევა სარგებლიან საქმეს.

**ბირჟა** – დაწესებულება, სადაც ხდება ფასიანი ქაღალდების, უცხოური ვალუტის ან საქონლის საბითუმო ვაჭრობა.

**ბიუჯეტი** – გამოხატავს სახელმწიფოს, მისი ადმინისტრაციული დანაყოფის, ფირმის, საწარმოს, დაწესებულების, ოჯახის ან პიროვნების შემოსავალ-გასავლის განაწესს.

**ბონი** – მოკლევადიანი სავალო ვალდებულება, რომელსაც გამოუშვებს სახელმწიფო, ან კერძო ორგანიზაცია შესყიდვისთვის ან საგადასახადო საშუალებად.

**ბონიფიკაცია** – საქონლის სახელშეკრულებო ფასზე წანამატი., რომელიც ემატება გაუმჯობესებული ხარისხის საქონლის მიწოდებისას.

**ბონუსი** – დამატებითი გასამრჯელო (პრემია).

**ბროკერი** – შუამავალი სხვადასხვა კომერციულ, სავალუტო, საკრედიტო, სასაქონლო გარიგებებში.

**ბროკერიჯი** – ანაზღაურება, რომელსაც იღებს ბროკერი კლიენტისაგან გაწეული მომსახურებისათვის.

**ბრუნვის გადასახადი** – ცენტრალიზებული წმინდა შემოსავლის ერთერთი სახეობა, რომელიც საბითუმო ფასის შემადგენელი ელემენტია და საქონლის რეალიზაციის შედეგად სახელმწიფო ბიუჯეტში შედის ანარიცხების სახით.

**ბუღალტრული ბალანსი** – ბუღალტრული ანგარიშგების ძირითადი ფორმა, რომელშიც ორგანიზაციის საფინანსო-ეკონომიური მაჩვენებლები დაჯგუფებულად არიან წარმოდგენილი შემაჯამებელ ცხრილში. მასში ანგარიშგების ვადისათვის (კვარტალი, წელი) ასახულია ფულად გამოხატულებაში სახსრების შემადგენლობა,

განლაგება, წყარო და დანიშნულება. იგი შედგება ორი ნაწილისაგან: მარცხენა აქტივი, მარჯვენა პასივი; მათი ჯამები ტოლია.

## ბ

**გადასახადი** – თანხა, რომელსაც სახელმწიფო რეგულარულად ახდევინებს იურიდიულ და ფიზიკურ პირებს.

**გადახდის უნარიანი მოთხოვნა** – ბაზარზე შექმნილი შესაბამისი ფინანსური რესურსებით განმტკიცებული მოთხოვნილებების ერთობლიობა.

**გამყიდველის ბაზარი** – როცა ბაზარზე მოთხოვნა სჭარბობს მიწოდებას.

**გასაღება** – მყიდველისაგან საქონლის წინ წაწევა.

## დ

**დებიტორი** – იურიდიული ან ფიზიკური პირი, რომელსაც აქვს ამა თუ იმ ორგანიზაციის ვალი.

**დევალვაცია** – ეროვნული ვალუტის კურსის დაცემა.

**დემპინგი** – საქონლის გაყიდვა უცხოეთის ბაზარზე საშინაო ბაზრის ფასებთან შედარებით ბევრად იაფად (როგორც წესი თვითღირებულებაზე უფრო ნაკლებად); გარე ბაზრებისათვის კონკურენტული ბრძოლის ერთერთი გზა.

**დეპოზიტი** – 1) ბანკში შენატანი; 2) სახელმწიფო დაწესებულებაში შესანახად შეტანილი ფასეულობა, რომელიც გარკვეული პირობების დადგომის შემდეგ უკან უნდა დაუბრუნდეს შემტანს.

**დეპოზიტორი** – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელსაც ფინანსურ დაწესებულებაში (მაგ. ბანკში) შეტანილი აქვს თანხა ან მატერიალური ფასეულობა.

**დეპონენტი** – იურიდიული პირი, რომელსაც არა აქვს მიღებული თავისი კუთვნილი თანხა ორგანიზაციისაგან (მაგ. ხელფასი).

**დეფიციტი** – რაიმეზე (ფასეულობა, საქონელი) მოთხოვნის ნაკლებობა.

**დეფლაცია** – ინფლაციის შედეგად ბრუნვაში შექმნილი ზედმეტი ქალაქის ფულის რაოდენობის შემცირება

**დივიდენდი** – სააქციო საზოგადოების მოგების ნაწილი, რომელსაც ყოველწლიურად იღებენ აქციონერები თითოეულ აქციაზე ან წილის შესაბამისად.

**დილერი** – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც ვალუტის, ფასიანი ქაღალდების ან საქონლის ყიდვა-გაყიდვას ეწევა.

**დისპაშერი** – ზარალის შემფასებელი სპეციალისტი.

**დისპონენტი** – ფირმის რწმუნებული, განმკარგულებელი, მმართველი.

**დუოპსონია** – სიტუაცია, როდესაც მრავალრიცხოვანი მწარმოებლის მიერ გამოტანილ იდენტურ პროდუქციას ბაზარზე მხოლოდ ორი მყიდველი ჰყავს.

## ე

**ევალაცია** – შეფასება, გაანგარიშება.

**ეკონომია** – რისამე მომჭირნედ ხარჯვა.

**ეკონომიკა** – მეცნიერების დარგი, რომელიც სწავლობს ეკონომიკურ ურთიერთობათა ფუნქციონალურ და დარგობრივ ასპექტებს (მაგალითად, შრომის ეკონომიკა, მრეწველობის ეკონომიკა).

**ეკონომიკური ანალიზი** – დარგის საწარმოთა სამეურნეო-საფინანსო საქმიანობაზე მონაცემების ფორმირებისა და დამუშავების მეთოდების ერთობლიობა.

**ემბარგო** – საქონლის, განძეულობის შეზიდვისა და გაზიდვის აკრძალვა რომელიმე სახელმწიფოში.

**ემისია** – ქალაქის ფულის, ფასიანი ქაღალდების გამოშვება.

**ექსპორტი** – საქონლის, მომსახურების ან კაპიტალის გაზიდვა საზღვარგარეთ საგარეო ბაზარზე სარეალიზაციოდ.

**ექსპროპრიაცია** – სახელმწიფოს მიერ ქონების იძულებითი ჩამორთმევა.

### 3

**ვალვაცია** – საზღვარგარეთული ვალუტის ღირებულების განსაზღვრა ეროვნულ ფულად ერთეულში.

**ვალუტა** – ამა თუ იმ ქვეყნის ფულადი ერთეული.

**ვალუტის კონვერტირება** – ერთი ქვეყნის ვალუტის გადაცვლა სხვა ქვეყნის ვალუტაზე მოქმედი სავალუტო კურსით.

**ვალუტის კურსი** – ქვეყნის ფულადი ერთეულის ფასი, გამოხატული მეორე ქვეყნის ფულად ერთეულში.

**ვექსილი** – კანონით დაწესებული ფორმით შედგენილი წერილობითი სავალო ვალდებულება.

### ზ

**ზღვრული დანახარჯი** – ეკონომიური ტერმინი, რომლითაც აღინიშნება საქონლის დამატებითი ერთეულის წარმოებისათვის საჭირო დამატებითი ხარჯები.

**ზღვრული შემოსავალი** – საქონლის დამატებითი ერთეულის რეალიზაციის შედეგად მიღებული შემოსავალი, ე.ი. შემოსავალი პროდუქციის იმ ბოლო ნაწარმზე, რომლის შემდეგ ერთეულზე გაწეული ხარჯები უკვე მიღებული შემოსავლის ტოლი ან მასზე ნაკლები იქნება.

### თ

**თამასუქი** – ვექსილი.

**თეზავრირება** – კერძო პირების მიერ ოქროს დაგროვება, შენახვა განძის სახით.

**თვითანაზღაურება** – ტერმინი, რომელიც გულისხმობს სახელმწიფო საწარმოების მიერ ხარჯების ანაზღაურებას პროდუქციისა და მომსახურების რეალიზაციიდან მიღებული საკუთარი შემოსავლებით. ამასთან მხოლოდ მიმდინარე ხარჯების დაფარვას უზრუნველყოფს.

**თვითღირებულება** – მეწარმის მიერ პროდუქციის წარმოებაზე ან მომსახურებაზე გაწეული ხარჯები (გადასახადების გარეშე).

## 0

**იმპორტი** – საქონლისა და კაპიტალის საზღვარგარეთიდან შემოტანას ქვეყნის საშინაო ბაზარზე სარეალიზაციოდ.

**ინდექსაცია, ინდექსირება** – ხელფასის, კონტრაქტის, კრედიტის მიბმა ფასების ზრდის ინდექსთან, თანხა იზრდება ფასების ზრდის პარალელურად.

**ინდექსი** – შეფარდებითი ციფრობრივი მაჩვენებელი, რომელიც გამოხატავს ეკონომიკურ მოვლენათა თანმიმდევრულ ცვლილებებს დროში ან სივრცეში.

**ინვესტიცია** – კაპიტალი, რომელიც რაიმე საქმის წამოსაწყებად ან განსავითარებლად ჩაიდება.

**ინვესტირება** – კაპიტალის გრძელვადიანი დაბანდება საქმეში მოგების მიღების მიზნით.

**ინკასაცია** – ბანკში ნაღდი ფულის მიღება.

**ინკასო** – საბანკო ოპერაცია, რომლის დროსაც კლიენტის დავალებით და სათანადო დოკუმენტაციის საფუძველზე ბანკი ამოიღებს ფულს კლიენტის დებიტორის საბანკო ანგარიშიდან.

**ინოვაცია** – სიახლე, განახლება. ეკონომიურ აზროვნებაში სახსრების დაბანდება ძველი, მოძველებული ტექნოლოგიის განახლების მიზნით.

**ინფლაცია** – ფულის გაუფასურება.

**იპოთეკა** – უძრავი ქონების (მიწა, შენობა-ნაგებობები) დაგირავება სესხის მისაღებად.

**იჯარა** – უძრავი ქონების ღრობით დაქირავება.

### კ

**კალკულაცია** – ხარჯების განსაზღვრა ფულად გამოსახულებაში.

**კაპიტალი** – ღირებულება, რომელიც იძლევა შემოსავალს (ზედმეტ ღირებულებას).

**კაპიტალის რეინვესტიცია** – დაბანდებული კაპიტალის ფუნქციონირების შედეგად მიღებულ მოგების ნაწილის დაბანდება რომელიმე საქმეში.

**კარტელი** – წარმოების ორგანიზაციის ფორმა, ფირმების გაერთიანება, რომლის მონაწილეები, ინარჩუნებენ რა საწარმო-კომერციულ დამოუკიდებლობას, ერთობლივად განსაზღვრავენ საქონლის გასაყიდ ფასებს.

**კლეიმი** – მყიდველის პრეტენზიები და მოთხოვნები გამყიდველისადმი მიწოდებული საქონლის ხარისხისა და მდგომარეობის გამო.

**კომერსანტი** – პირი, რომელიც ვაჭრობას ეწევა.

**კომერციული კრედიტი** – ვაჭრობისათვის აღებული სესხი.

**კონკურენტი** – მეტოქე.

**კონკურენცია** – პაექრობა, მეტოქეობა.

**კონსალტინგი** – მყიდველთა და გამყიდველთა კონსულტაცია სხვადასხვა საწარმოს, ფირმის ეკონომიურ საქმიანობაზე.

**კონსიგნაცია** – საქონლის საზღვარგარეთ საკომისიო ვაჭრობის ფორმა.

**კონსიგნანტი** – იმ საქონლის მფლობელი, რომელიც იყიდება საზღვარგარეთ კომისიონერის მეშვეობით.

**კორპორაცია** – საბაზრო ურთიერთობის პირობებში გავრცელებული კოლექტიური მეწარმეობის ფორმა.

**კორუფცია** – თანამდებობის პირთა მოსყიდვა.

**კრედიტი** – სესხი.

**კრედიტორი** – სესხის გამცემი.

## ზ

**ლამფსამი** – გადაზიდვის ფასი.

**ლიკვიდური სახსრები** – ფასეულობა, რომლის რეალიზაცია ადვილად შეიძლება.

**ლომბარდი** – საკრედიტო დაწესებულება, რომელიც იძლევა სესხს მოძრავი ქონების დაგირავებით.

**ლორო** – ანგარიში, რომელსაც ბანკი გაუხსნის თავის კორესპონდენტ ბანკს, რომელზეც ირიცხება ამ უკანასკნელის მიერ მიღებული ან მისი დავალებით გაცემული თანხა.

## პ

**მარჟა** – ტერმინი, რომელსაც ხმარობენ სავაჭრო, საბირჟო, სადაზღვევო და საბანკო საქმიანობის პრაქტიკაში საქონლის, ფასიანი ქაღალდების კურსის და სხვა მაჩვენებლების სხვაობის აღსანიშნავად.

**მეტა** – გარიგების პირობა, რომლის მიხედვითაც მისი მონაწილეები თანაბრად იყოფენ მოგებას და ზარალს.

**მიწოდების საბაზისო პირობები** – სპეციალური პირობები, რომლებიც განსაზღვრავენ გამყიდველისა და მყიდველის მოვალეობებს საქონლის მიტანის თაობაზე.

**მოგება** – წარმატებული სამეწარმეო საქმიანობის შედეგი (თანხა), როცა შემოსავალი სჭარბობს გაწეულ ხარჯებს.

**მოგების და ზარალის ანგარიში** – კომპანიის საბუღალტრო ანგარიშის განყოფილება, რომელშიც აისახება ყველა შემოსავალი და გასავალი, გადასახადები, სუფთა მოგება და ღირებულებების გაცემა.

**მოხმარების ფასი** – საქონლის კონკურენტუნარიანობის ერთერთი უმნიშვნელოვანესი მაშვენებელი, ყალიბდება გაყიდვის ფასიდან და ექსპლოატაციის დანახარჯებიდან. გაყიდვის ფასი შეადგენს მოხმარების ფასის მხოლოდ უმნიშვნელო ნაწილს ( $10 \div 20\%$ ).

**მსოფლიო ფასები** – მსოფლიო ბაზარზე საქონლის რეალიზაციის საერთაშორისო ფასები.

**მყიდველის ბაზარი** – სიტუაცია ბაზარზე, როდესაც მიწოდება სჭარბობს მოთხოვნას.

**მიწის ფასი** – პირდაპირპროპორციულია რენტისა და უკუპროპორციულია სასესხო პროცენტის ნორმისა:

$$P = \frac{r}{S} \times 100,$$

სადაც **P** არის მიწის ფასი,

**r** – რენტა,

**S** – სასესხო პროცენტის ნორმა.

**მცირე საწარმო** – საწარმო, რომელშიც დასაქმებულია შედარებით ნაკლები მუშახელი (მაგალითად, მრეწველობაში 200 კაცი, ვაჭრობაში 15 კაცამდე).

**მცოცავი ფასი** – სახელშეკრულებო ფასი, რომელიც წესდება გარკვეული თარიღისათვის და იცვლება სპეციალური პირობების შეცვლასთან ერთად.

## 6

**ნეგოციანტი** – დიდ ვაჭარი, უცხოეთში ბითუმად მოვაჭრე.



**ნომინალი** – ღირებულება, რომელიც აღნიშნულია ფასიან ქალაქებს ან ფულზე.

**ნულიფიკაცია** – ქალაქის ფულის მოსპობა, სახელმწიფოს მიერ გაუფასურებული ფულის ნიშნების გაუქმებულად გამოცხადება.

## ო

**ობლიგაცია** – ფასიანი ქალაქის ნაირსახეობა. მისი მფლობელი ყოველწლიურად იღებს შემოსავალს.

**ოვერდრაფტი** – მოკლევადიანი კრედიტი, რომელსაც ბანკი აძლევს საიმედო კლიენტს მის მიმდინარე ანგარიშზე არსებული ნაშთის ზევით წინასწარ დათქმული თანხის ფარგლებში.

**ონკოლის კრედიტი** – კომერციული კრედიტის ნაირსახეობა, რომელიც მოვალემ უნდა დაფაროს კრედიტორის პირველივე მოთხოვნისთანავე.

**ოფ-შორული** – ძირითადი სახელმწიფოებრივი ზედამხედველობისაგან თავისუფალი ტერიტორია (რეგიონი), სადაც დამყარებულია ეკონომიკურად შეღავათიანი გარემო (მინიმალური გადასახადები, გამარტივებული საბაჟო რეჟიმი და სხვა).

**ოჯახის სამომხმარებლო ბიუჯეტი** – ოჯახის ფულადი შემოსავლისა და გასავლის ბალანსი.

## პ

**პარიტეტი** – სხვადასხვა ქვეყნის ფულადი ერთეულის ურთიერთ შეფარდება ოქროსთან მიმართებაში, ან მათი მყიდველობითი უნარით.

**პასივი** – საბუღალტრო ბალანსის ნაწილი, რომელიც ასახავს საწარმოს (დაწესებულების) სახსრების შექმნის წყაროებს და მათ დანიშნულებას.

**პროცენტის მცოცავი განაკვეთი** – გამოიყენება საშუალო და გრძელვადიანი კრედიტების გაცემისას და არის კრედიტზე ისეთი პროცენტი, რომლის ოდენობა არ ფიქსირდება კრედიტის მთელ ვადაზე.

## რ

**რაბატი** – ფასჩამოკლება საქონელზე მისი ბითუმად დიდი პარტიებით ყიდვის პირობებში.

**რეალური საქონლის ბაზარი** – ბაზარი, სადაც ხდება რეალური საქონლით ვაჭრობა.

**რედუქცია** – ბირჟაზე ფასების დაცემა.

**რეიმპორტი** – საზღვარგარეთიდან სამამულო წარმოების საქონლის უკან შემოტანა.

**რეინვესტიცია** – ინვესტიციებზე მიღებული შემოსავლის ინვესტირება.

**რეკლამაცია** – მყიდველის პრეტენზია, რომელიც წაეყენება გამყიდველს, როცა საქონლის ხარისხი არ შეესაბამება მოთხოვნებს.

**რემიზი** – საკომისიო გასამრჯელო, რომელსაც ბირჟის მაკლერი გადაუხდის პიროვნებას, რომელიც ასრულებს შუამავლის როლს მაკლერსა და ფასიანი ქაღალდების მყიდველებს შორის.

**რენტა** – რეგულარული შემოსავალი, რომელსაც ღებულობს კაპიტალის, ქონების ან მიწის მეპატრონე, რომელსაც არ არის დაკავშირებული სამეწარმეო საქმიანობასთან.

**რენტაბელობა** – საწარმოთა (გაერთიანებათა) სამეურნეო საქმიანობის მომგებიანობის მაჩვენებელი.

**რეფინანსირება** – ახალი სესხის აღება ძველი სესხის გასასტუმრებლად.

**რეცესია** – წარმოების ზრდის ტემპის შენელება.

## ს

**საბაზისო ფასი** – გამოიყენება საქონლის ხარისხისა და თვისებები განსაზღვრისათვის.

**საბაზრო ფონდი** – სასაქონლო ფონდების ძირითადი ნაწილი, რომელიც მიმოქცევაშია ბაზრის მეშვეობით.

**საბითუმო ვაჭრობა** – საშინაო ვაჭრობის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც პროდუქციის ყიდვა-გაყიდვას გულისხმობს.

**საბითუმო ფასი** – ფასი, რომლითაც საბითუმო ფირმები მიჰყიდიან საცალო კომპანიებს საქონელს მსხვილი საბითუმო პარტიებით.

**საბრუნავი საშუალებანი** – ფულადი სახსრები, რომლებიც გამოიყენება საწარმოს სამეურნეო საქმიანობის დასაფინანსებლად.

**საბრუნავი ფონდები** – საწარმოო ფონდების ნაწილი, რომლებიც მთლიანად მოიხმარება ერთ საწარმოო ციკლში. საბრუნავ ფონდებს მიეკუთვნება: ნედლეული, ძირითადი მასალები, ტარა, სათბობი, რემონტისათვის განკუთვნილი მასალები და სხვა.

**საგადასახადო დავალება** – საგადასახადო დოკუმენტი, რომლითაც გადამხდელი ავალებს ბანკს, რომ ამ უკანასკნელმა გადარიცხოს მისი ანგარიშიდან მიმღების ანგარიშზე გარკვეული თანხა.

**საეაჭრო სალლო** – სხვაობა ქვეყნის ექსპორტის მოცულობასა და იმპორტის მოცულობას შორის.

**საკონტრაქტო ფასი** – ფასი, რომელიც ფიქსირებულია საქონლის ყიდვა-გაყიდვის გარიგებაში (კონტრაქტში).

**სარეზერვო ვალუტა** – რომელიმე ქვეყნის ვალუტა, რომლითაც ხშირად სარგებლობენ სხვა ქვეყნები საერთაშორისო ვაჭრობაში.

**სასესხო კაპიტალი** – ფულადი კაპიტალი, რომელიც გარკვეული დროით გაიცემა სესხად სარგებლის (პროცენტის) მიღების მიზნით.

**საფირმო კრედიტი** – დიდი ფირმის ფინანსური დახმარება მცირე ფირმისთვის.

**საქონელბრუნვა** – საქონლის გაცვლა ფულზე.

**საქონელი** შრომის პროდუქტი, რომელიც გასაყიდად მზადდება.

**საცალო ფასი** – ფასი, რომლითაც მოსახლეობას, ან სხვა მომხმარებელს, მიეყიდება საქონელი.

**საწესდებო კაპიტალი** – ახალი ორგანიზაციის შექმნისათვის საჭირო თანხა, რომელიც აუცილებელი საფუძველია მისი ფუნქციონირებისათვის.

**საწესდებო ფონდი** – სახსრების ერთობლიობა, რომლითაც სახელმწიფო უზრუნველყოფს მის საკუთრებაში მყოფ საწარმოებსა და ორგანიზაციებს.

**სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტი** – სახელმწიფო ბიუჯეტის მეტობას ბუიჯეტზე.

**საგნაცია** – წარმოების, ვაჭრობის განვითარების შეწყვეტა.

**საფულაცია** – მდგომარეობა, როდესაც წარმოების ტემპის დაცემასთან იზრდება ინფლაცია.

**სუბარენდა** – არენდით აღებული ქონების კვლავ არენდით გაცემა.

**სუბსიდია** – ფულადი ან ნივთიერი დახმარება.

## ტ

**ტარიფები** – განაკვეთების სისტემა, რომელიც განსაზღვრავს ანაზღაურების ოდენობას სხვადასხვა მომსახურებისათვის.

**ტრანსაქცია** – საბანკო ოპერაცია, ფულადი სახსრების გადაგზავნა რაიმე მიზნებისათვის.

## უ

**უნცია** – კეთილშობილი ლითონის წონის საზომი. 1 უნცია=31.1035 გ.

## ფ

**ფასი** – საქონლის ღირებულების ფულადი გამოხატულება.

**ფასების ინდექსი** – გამოხატავს ამა თუ იმ საქონლის საშუალო ფასების შეფარდებით ცვლილებებს.

**ფაქტურა** – ანგარისი, რომელსაც გამყიდველი გამოწერს მყიდველის სახელზე.

**ფინანსები** – ყველა სახსრების ერთობლიობა, რომელიც საწარმოს, სახელმწიფოს გააჩნია.

**ფისკი** – სახელმწიფო ხაზინა.

**ფიურერული გარიგება** – საფონდო და სასაქონლო ბირჟაზე მიღებულ გარიგებათა სახეობა, კერძოდ, საქონლის მომავალი მოწოდებების წინასწარი შესყიდვები.

**ფრანკო** – პროდუქციის მომხმარებელამდე მიტანისას სატრანსპორტო ხარჯების ანაზღაურების წესი.

**ფრანტი** – სხვადასხვა სახის ტრანსპორტით (უფრო ხშირად საზღვაო ტრანსპორტით) ტვირთის გადატანის ან მგზავრების გადაყვანის ღირებულება.

**ფული** – ღირებულების საყოველთაო ექვივალენტი.

**ფულის ბაზარი** – სასესხო კაპიტალის ბაზარი.

## ძ

**ძირითადი ფონდები** – შრომის საშუალებების ერთობლიობაა, რომლებიც მოქმედებენ დროის ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში. წარმოების პროცესში ძირითადი ფონდების ნატურალური ფორმა არ იცვლება და ღირებულება ნაწილ-ნაწილ გადადის მზა პროდუქციის თვითღირებულებაზე ცვეთის შესაბამისად. ძირითად

ფონდებს მიეკუთვნება: შენობები, ნაგებობები და სატრანსპორტო საშუალებები.

**ძირითადი ფონდების ცვეთა** – შენობა-ნაგებობების, მანქანების და სხვა საშუალებების სასარგებლო თვისებების თანდათანობით დაკარგვა.

## ფ

**წარმოების ციკლი** – სამუშაოთა მთლიანი წრე, რომელთა შესრულების შედეგად მიიღება მზა პროდუქცია ან ნახევარ ფაბრიკატი.

## ხ

**ხელფასი** – სამუშაო ძალის ღირებულება, რომელსაც მეწარმე ან სხვა იურიდიული პირი უხდის დაქირავებულ დამხმარე ძალას გარკვეული სამუშაოს შესრულების შედეგად.

**ხელფასის ფონდი** – ეროვნული შემოსავლის ნაწილი, რომელიც ნაწილდება საზოგადოების წევრებს შორის შრომის რაოდენობისა და ხარისხის მიხედვით.

## ჰ

**ჰეჯირება** – ტერმინი, რომელიც იხმარება საბანკო, საბირჟო და კომერციულ პრაქტიკაში ფასიანი ქაღალდებით გარიგებისას კურსის ცვლილებასთან დაკავშირებული დანაკარგების თავიდან აცილების სხვადასხვა მეთოდების აღნიშვნისათვის.

## ლიტერატურა

1. ECONOMICS. Principles, Problems and Policies. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. McCraw-Hill Publishing Company. Eleventh edition. 1990.
2. გრეგორი მენქიუ, ეკონომიკის პრინციპები, თბილისი, გამომცემლობა “ლიოგენე”, 2000 წ.
3. ჰ.ლ. ვარიანი, მიკროეკონომიკა, თანამედროვე მიდგომა, თბილისი, გამომცემლობა “ლიოგენე”, 1998 წ.
4. Акопова Е. Рыночные и нерыночные начала в рыночной трансформации народнохозяйственной системы. Общество и экономика. - 2001. - N 6. - С.47-54.
5. Амбарцумов А.А., Ф.Ф.Стерликов. 1000 терминов рыночной экономики. Новосибирск, 1993. - 300с.
6. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М., 2001. - 308с.
7. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов: Энцикл. слов. Под общ. ред. Кушлина В.И., Чичканова В.П. - М.: РАГС, 2004. - 743с.
8. Бим А.С., Шмелева Н.А. Проблемы развития финансового рынка. Журнал для акционеров Союза акционерных обществ РФ, №2, 1994.
9. Бороздин Ю.В. Словарь рыночной экономики. - ИЭ РАН, 1997.
10. Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. Микроэкономика. М. 2004, с.288.
11. Маневич В.Е., Козлова Е.А., Чернявский С.В. Теории рыночной экономики. - М.: Государственный университет управления (ГУУ), 1999. - 184 с.
12. Федоренко Н.П. Вопросы экономической теории. - М.: Наука, 1993.
13. Хруцкий Е.А., Федоренко Н.П., Щукин Е.П. Хозяйственные связи в рыночной экономике. - М.: Наука, 1992.

14. McKinnon, R. The Order of Economic Liberalization. Baltimore, Mland.: John Hopkins University Press. 1991.

15. Sachs, J. Poland's Jump to the Market Economy. Cambridge, Mass.: MIT Press. 1993.

16. Lipton, D., and Sachs, J. Creating a market economy in Eastern Europe: The case of Poland. Brookings Papers on Economic Activity 1:75-133. 1990.

17. Yoshiaki NISHIMURA. Economic Policy for Transition to Market Economy. Economic and Social Research Institute. March 2001.

18. Allan Drazen. Political Economy in Macroeconomics. Princeton, 2000.

19. М.Ломсадзе. Определение эффективности инвестиций в энергетике. Ежемесячный научно-технический журнал "Приборы и системы. Управление, контроль, диагностика", №12 2005 год, издательство «НАУЧТЕХЛИТИЗДАТ», стр. 64-65. ([http://www.tgizdat.ru/mag/pribor/pribor\\_5\\_12/](http://www.tgizdat.ru/mag/pribor/pribor_5_12/)).

20. М.Ломсадзе. Роль экологических факторов в оценке эффективности инвестиций в энергетике. Ежемесячный научно-технический журнал "Экологические системы и приборы", №12 2005 год, издательство «НАУЧТЕХЛИТИЗДАТ», стр. 22-24.

21. მლომსაძე, ი.ყალიბავა. სათბობ-ენერგეტიკული კომპლექსის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პროგნოზირება. მე-6 სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, შრომათა კრებული, ფონდი "მწვანე დედამიწა", თბილისი, 18-19 სექტემბერი 2003, გვ. 172-174.



სტუ-ს №111 კათედრის ოქმი №4 2005 წ. 26 ნოემბერი,  
სტუ-ს ენერგეტიკისა და ტელეკომუნიკაციების ფაკულტეტის  
წარდგენა – აქტი №2, 2005 წ. 2 დეკემბერი.

სტუ-ს სასწავლო-მეთოდური საბჭოს გადაწყვეტილება  
№457, 2005 წ. 20 დეკემბერი.

**რედაქტორი მ.გუდიაშვილი**  
**კომპიუტერული უზრუნველყოფა კ.კუჭავა**

**იბეჭდება ავტორის მიერ  
წარმოდგენილი სახით**

გადაეცა წარმოებას 23.12.2005. ხელმოწერილია დასაბეჭდად  
04.07.2006. ქაღალდის ზომა 60X84 1/16. პირობითი ნაბეჭდი  
თაბახი 9. სააღრიცხვო-საგამომცემლო თაბახი 8. ტირაჟი 100  
ეგზ.

**გამომცემლობა “ტექნიკური უნივერსიტეტი”, თბილისი,  
კოსტავას 77.**



**სტუ-ს სტამბა, თბილისი, კოსტავას 75**