

კონკურენციის შეზღუდული შესაძლებლობები და კონკურენციული პოლიტიკა ქართულ რეალობაში

მარინა ჩავლეიშვილი

ასოცირებული პროფესორი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ანოტაცია

ბაზრებზე კონკურენციული პოლიტიკას და კონკურენციის შეზღუდული შესაძლებლობების კვლევას დიდი მნიშვნელობა აქვს ნებისმიერი ქვეყნისათვის. ნაშრომში გაანალიზებულია ქართულ რეალობაში ბაზრის უმსხვილესი ეკონომიკურ აგენტები, კერძოდ, კონკურენციის შეზღუდული შესაძლებლობების ანალიზი, არსებული მდგომარეობა, შეფასება და რეგულირების მექანიზმები.

ჩატარებული კვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა საქართველოს ბაზარზე არსებული მდგომარეობა, გაანალიზებულია ბაზარზე არსებული ბარიერები და შეზღუდვები, რომლებიც არ იძლევა ბაზრის უფრო სწრაფი განვითარების საშუალებას. ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა ბაზრის მოთამაშეები, რომელთაც პრაქტიკულად განაწილებული აქვთ ბაზარი და ფასწარმოქმნის და საფასო დისკრიმინაციის ერთიან პოლიტიკას ატარებენ. ანალიზმა ცხადყო, რომ საქართველოში საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო აქტიურად ახორციელებს კვლევებს ბაზარზე ეკონომიკური აგენტების საქმიანობასთან დაკავშირებით და შეიმუშავებს მექანიზმებს შესაბამისი ბაზრების რეგულირებისთვის. ზოგიერთ ბაზარზე შეინიშნება ოლიგოპოლიის ნიშნები და გარიგებები კომპანიებს შორის. ნაშრომში წარმოდგენილია სანჯავის, ფარმაციის და ონლაინ ბილეთების ბაზარზე განხორციელებული კვლევის შედეგები. არსებული მდგომარეობის ანალიზმა ცხადყო, რომ სახელმწიფომ გადამწყვეტი როლი უნდა შეასრულოს ბაზრის ეფექტიან ფუნქციონირებაში, კერძოდ, განახორციელოს ბაზრების მონიტორინგი, შეიმუშაოს შესაბამისი რეკომენდაციები და კონკურენციის სწორი პოლიტიკა.

საკვანძო სიტყვები: კონკურენცია, დომინანტური მდგომარეობა, კონკურენციის შეზღუდული შესაძლებლობები, ფარული შეთანხმება, კონკურენციული პოლიტიკა.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში აქტუალურია არასრულყოფილი ბაზრების, მათ შორის მონოპოლიური ბაზრების ქცევის ანალიზის კვლევა. ამასთან, მნიშვნელოვანია კონკურენციული პოლიტიკისა და საბაზრო ძალაუფლების ფირმების მიერ განხორციელებული კონკურენციული შეზღუდული შესაძლებლობების ანალიზი. თანამედროვე ბიზნეს-პრაქტიკაში, მონოპოლიურ ბაზარზე არსებული ფირმები ქცევის სხვადასხვა მეთოდებს იყენებენ, რომლების გარკვეული თავისებურებებით გამოირჩევიან.

გამომდინარე აქედან, მონოპოლიურ ბაზრებზე კონკურენციის ანალიზი შესაბამისი შედეგების შესწავლას და შესაბამისი კონკურენციული პოლიტიკის განსაზღვრა მეტად აქტუალური საკითხია, მით უფრო, საკითხი მნიშვნელოვანია ეფექტიანი კონკურენციული პოლიტიკის განსაზღვრის თვალსაზრისითაც. ნაშრომში გაანალიზებულია უცხოურ და ქართულ ქართულ რეალობაში შესასწავლი ბაზრებზე დომინანტური ფირმების მიერ განხორციელებული ქცევები, მიღებული გადაწყვეტილებები, კონკურენციული პოლიტიკა.

მეცნიერ-მკვლევართა და პრაქტიკოსთა მიერ ანტიტრესტული პოლიტიკისა და კონკურენციასთან დაკავშირებული თეორიული, იურიდიული და ნაწილობრივ პრაქტიკული საკითხების კვლევის აქტუალობა დღითიდღე იზრდება. ბაზრებზე კომპანიების დომინანტური მდგომარეო-

ბის ანალიზი, კონკურენციის შეზღუდული შესაძლებლობების კვლევა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქართულ რეალობაში, რომელსაც გააჩნია როგორც თეორიული, ასევე პრაქტიკული მნიშვნელობა.

დომინანტურ მდგომარეობაში მყოფი კომპანიების ქცევის მოდელი, მათ მიერ მიერ განხორციელებული ქცევები, ფასებზე ზემოქმედების მექანიზმები, საფასო დისკრიმინაციები ბაზარზე ახდენს მომხმარებელთა დისკრიმინაციას. აღნიშნულ საკითხებს ნებისმიერ ქვეყანაში აანალიზებს და სწავლობს ანტიმონოპოლიური სამსახური. საქართველოში აღნიშნული საკითხების კვლევაში აქტიურად არის ჩართული საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო. საქართველოს კანონი „კონკურენციის შესახებ“ ითვალისწინებს კონკურენციის საინააღმდეგო ქმედებების რამდენიმე ძირითად კატეგორიას, რომელთაგან ერთ-ერთია დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება. კანონის მე-6 მუხლი წარმოადგენს ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების 102-ე მუხლის (TFEU 102-ე მუხლი) ანალოგს. აღნიშნული მუხლის გამოყენება ემყარება ევროკომისიისა და ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (CJEU) მიერ დამკვიდრებულ პრაქტიკას. ამასთან, აღნიშნული მუხლში განხილულია მტაცებლური ფასები, ფასდათმობები, საფასო დისკრიმინაცია (ფასების შერჩევითი შემცირება), მარჟის შეზღუდვა, მიბმა, მიწოდებაზე/დაშვებაზე უარი და მოცემულია კონკრეტული საქმედები თითოეულთან მიმართებაში. არსებობს სამი მთავარი მიზეზი, თუ რატომ შეიძლება დაუკავშირდეს კონკურენციული პოლიტიკა საფასო დისკრიმინაციას: ა. დომინანტი ფირმა საფასო დისკრიმინაციით ახდენს მომხმარებლის ექსპლუატაციას, რაც შედეგად ამცირებს მომხმარებლის კეთილდღეობას; ბ. თუ კონკურენციული პოლიტიკის მიზანია რეგიონში ჩამოყალიბდეს ერთგვაროვანი ბაზარი, მაშინ მსგავსი ბაზრისთვის ახდენს განსხვავებული ფასების დანესების ანუღირებას. აღნიშნული ფირმა ნებას აძლევს არბიტრაჟებს რეგიონიდან, სადაც უფრო დაბალია ფასი პროდუქტზე გადაადგილონ და გაყიდონ პროდუქტი იმ რეგიონში, სადაც იგი უფრო ძვირია. ამით ფირმები ბაზრის ერთგვაროვნებას აღწევენ ფასის დისკრიმინაციის თავიდან არიდებით; გ. საფასო დისკრიმინაცია შეიძლება გამოიყენოს დომინანტმა ფირმამ და ბაზრიდან გააძევოს ან დაასუსტოს არსებული/პოტენციური კონკურენტი. ამ შემთხვევაში საფასო დისკრიმინაცია შეიძლება იყოს ეფექტური საშუალება ჩააყენოს მყიდველი ან გამყიდველი არახელსაყრელ მდგომარეობაში, რათა უბიძგოს მათ გავიდნენ ბაზრიდან ან იყვნენ ნაკლებ აგრესიულნი.

საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ „ადგენს თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის არამართლზომიერი შეზღუდვისაგან დაცვის პრინციპებს, რაც თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენტუნარიანი ბაზრის განვითარების საფუძველს ქმნის“ (კანონი მუხლი 1). კანონის მიზანია კონკურენციის ხელშეწყობა (კანონი კონკურენციის შესახებ, 2014).

კონკურენციის კანონით აკრძალულია (მუხლი 6 – დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება) ეკონომიკური აგენტის/ან ჯგუფის დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება, ასევე, ხელშეკრულებისა და შეთანხმებული ქმედებების განხორციელება, რომელიც ბაზარზე ზღუდავს კონკურენციას (მუხლი 7 – კონკურენციის შეზღუდული ხელშეკრულება, გადანყვეტილება და შეთანხმებული ქმედება; მუხლი 8 – კონკურენციის უმნიშვნელოდ შეზღუდული შეთანხმება). (კანონი კონკურენციის შესახებ, 2014).

დომინანტური მდგომარეობის მქონე კომპანიას აქვს საკმარისი ძალაუფლება, შეზღუდოს კონკურენცია ბაზარზე, იმოქმედოს კონკურენტებისა და მომხმარებლებისაგან დამოუკიდებლად. ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანია უცხოური ქვეყნების გამოცდილება. უცხოურ პრაქტიკაში ბევრი მაგალითებია, რომლებიც აღწერენ ფირმების ფაქტობრივ გარემოებებს ბაზარზე, მათ სამართლებრივ ასპექტებსა და შედეგებს. საინტერესოა 2010-2013 წლებში პორტუგალიაში სატელევიზიო სერვისების მომწოდებელი კომპანიის (MEO) და ერთადერთ საავტორო უფლებების დაცვის კოოპერაციის (GDA) მაგალითი. აღნიშნულ პერიოდში GDA იყენებდა სამ

სხვადასხვა ტარიფს სატელევიზიო მომსახურების შემთავაზებელი კომპანიების მიმართ. 2014 წელს MEO-მ საჩივარი შეიტანა პორტუგალიის კონკურენციის ორგანოში GDA-ის წინააღმდეგ იმ საფუძვლით, რომ საავტორო უფლებების დაცვის კოოპერაცია ბოროტად იყენებდა საკუთარ დომინანტურ მდგომარეობას და განსხვავებულ ტარიფებს უწესებდა MEO-სა და მის კონკურენტ NOS-ს ერთი და იმავე მომსახურებისათვის. ამასთან, MEO-ს მიმართ ხდებოდა იმ ტარიფის გამოყენება, რაც დამტკიცებული იყო არბიტრაჟის მიერ, რადგან არსებული რეგულაციებიდან გამომდინარე, თუ წარმოიშობოდა დავა ტარიფთან დაკავშირებით, მხარეებს უნდა მიემართათ არბიტრაჟისთვის (საქართველოს კონკურენციის სააგენტო, გზამკვლევი დოკუმენტი, 2018).

კონკურენციის ორგანომ 2016 წელს საქმის მოკვლევა შეწყვიტა და მის მიერ დარღვევა არ გამოვლენილა, კერძოდ დაადგინა, რომ ვერ აღმოაჩინა ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ ხელშეკრულების (TFEU) 102-ე მუხლის დარღვევის საკმარისი საფუძვლები. გარდა ამისა, MEO-ს საბაზრო წილი დასახელებულ პერიოდში არათუ შემცირდა, არამედ გაიზარდა. კონკურენციის ორგანომ მიიჩნია, რომ MEO არ აღმოჩენილა კონკურენციულად წამგებიან მდგომარეობაში და მას არ მისდგომია ფინანსური ზიანი შედეგების თვალსაზრისით. გადანყვებილება კომპანიამ გაასაჩივრა პორტუგალიის კონკურენციის დავების განმხილველ სასამართლოში. პრობლემას კომპანია ხედავდა იმაში, რომ კონკურენციის ორგანოს კონკრეტული ზიანი კი არ უნდა დაეთვალია, არამედ მას უნდა დაედგინა, ზოგადად, შეეძლო თუ არა შერჩევითი ფასების დაწესებას ბაზარზე კონკურენციის შეზღუდვა. დავების განმხილველმა სასამართლომ სარჩელი განხილვისთვის გადააგზავნა ევროკომისიისა და ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოში (CJEU). CJEU-ს განმარტებით, დისკრიმინაციული ფასების დაწესება TFEU 102-ე მუხლის დარღვევას არ წარმოადგენს და მხოლოდ მაშინ ითვლება დარღვევად, თუ სახეზეა კონკურენტებს შორის კონკურენტუნარიანობის შემცირება. სასამართლომ ხაზი გაუსვა იმ გარემოებას, რომ MEO და NOS-ი წარმოადგენდნენ GDA-ის მთავარ მომხმარებლებს, რაც იძლევა იმის თქმის საშუალებას, რომ მათ შეეძლოთ ერთმანეთთან წარემართათ მოლაპარაკება. ასევე, არბიტრაჟის როლის არსებობა მნიშვნელოვანია იმ კუთხით, რომ GDA-ის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება არ იყო საბოლოო და შესაძლებელი იყო მისი გადახედვა. იმის განსასაზღვრად, თუ რა გავლენას ახდენდა არსებული ტარიფები მის კონკურენტუნარიანობაზე, ასევე მხედველობაში იქნა მიღებული MEO-ს მიერ წარდგენილი წლიური ანგარიშები და გაირკვა, რომ ტარიფს ვერ ექნებოდა მნიშვნელოვანი უარყოფითი ეფექტი კომპანიის საქმიანობაზე. ამასთან, სასამართლომ საკუთარ დასაბუთებაში იმსჯელა, ჰქონდა თუ არა GDA-ის, თეორიულად მაინც, იმის განზრახვა, რომ დაღმავალ ბაზარზე შეეზღუდა კონკურენცია განსხვავებული ტარიფების დაწესებით, თუმცა საქმის მასალებიდან აღნიშნული მიზანი არ გამოიკვეთა (საქართველოს კონკურენციის სააგენტო, გზამკვლევი დოკუმენტი, 2018).

საქართველოს რეალობაში სხვადასხვა მიმართულებით ბაზრებზე აქტიურ კვლევებს ახორციელებს კონკურენციის სააგენტო. ბოლო წლების განმავლობაში სააგენტომ დაასრულა 8 საქმის კვლევა და მიიღო შესაბამისი გადაწყვეტილებები. მათ შორის, მნიშვნელოვანი ქმედებები იქნა შესწავლილი სანავის, ფარმაციის და ონლაინ ბილეთების ბაზარზე. კომპანიებს დაეკისრა შესაბამისი ეკონომიკური სანქციები. საქართველოში კონკურენციის შეზღუდვისათვის ფორმები ჯარიმდებიან წლიური შემოსავლის 5%-ით განმეორების შემთხვევაში 10%-ით (ის. კანონი კონკურენციის შესახებ, მუხლი 33). 2021-2023 წლებში ფარმაცევტულ ბაზარზე შესწავლილ იქნა კონკურენციის შეზღუდული შეთანხმებები (კომპანიები: ავერსი, გეფა, პსპ, მერმისი). სააგენტომ იდენტიფიცირება მოახდინა 42 მედიკამენტის, სადაც ოთხი კომპანიის მიერ ადგილი ჰქონდა ერთნაირ ფასწარმოქმნას. კომპანიებს დაეკისრათ ეკონომიკური სანქციები 52 797 934 ლარის ოდენობით (საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, წლიური ანგარიში, 2023).

ფარმაცევტულ ბაზარზე იკვეთება კომპანიები, რომლებიც მეტწილად (საერთო რეალიზაციის 50% და მეტი) ახდენენ იმ მედიკამენტების რეალიზაციას, რაც წარმოადგენს ამავე კომპანიის ან ჰოლდინგურ ჯგუფში შემავალი კომპანიის მიერ იმპორტირებულ ან წარმოებულ მედიკამენტებს. ამდენად, ბაზარზე არსებული ჰოლდინგური მოწყობა, სამედიცინო დანესებულებების, ფარმაცევტულ კომპანიების და რეცეპტის გამოწერაზე პასუხისმგებელ პირებს შორის ინტეგრაციის მაღალი ხარისხი უარყოფითად აისახება ბაზრის კონკურენტუნარიანობაზე, მის სტრუქტურასა და მომხმარებელზე. თუმცა, მეორეს მხრივ, უნდა აღინიშნოს, რომ განხორციელებული ინტეგრაცია, ბაზრის ეფექტიანი რეგულირების პირობებში, შესაძლებლობას იძლევა შემცირდეს წარმოების დანახარჯები.

საქართველოს ფარმაცევტულ ბაზარზე წამყვანი მსხვილი კომპანიები (შპს „პსპ ფარმა“, შპს „ავერსი-ფარმა“ და სს „გეფა“) დომინანტურ პოზიციებს ინარჩუნებს და ცდილობენ ბაზარზე ახალი კომპანიის შესვლას სხვადასხვა მეთოდებით უპასუხონ. იკვეთება ფარული გარიგების ნიშნები, კერძოდ, ისინი ერთსა და იმავე დღეს სთავაზობენ მომხმარებლებს ფასდაკლების დღეებს, ერთმანეთთან ტერიტორიულად ახლოს, განთავსებულია მათ სააფთიაქო ქსელები, მომხმარებელს პროდუქტს ერთნაირ ფასად სთავაზობენ და სხვა. აღნიშნულ ბაზარზე შესვლის ბარიერები მაღალია. ამდენად, ბაზარზე არსებული მდგომარეობის ანალიზი მიგვანიშნებს იმაზე, რომ საქართველოში ფარმაცევტული ბაზარი ოლიგოპოლიური ნიშნის მატარებელია (მ. ჩავლე-იშვილი, 2022).

დომინანტური მდგომარეობის ბოროტად გამოყენება დადგინდა კინოთეატრების ბილეთების ონლაინ რეალიზაციაში, სადაც მოკვლევის შედეგად როგორც მომჩივან (შპს „ელ. ბილეთები“), ასევე მოპასუხე (ერთიან ეკონომიკურ სუბიექტს „სადისტრიბუციო კომპანიას“, შპს-ბს: „კავია საბურთალო“, „კავია გალერეა“, „კავია თბილისი მოლი“, „რუსთაველი ჰოლდინგ სინემა“, „ამირანი“, „აპოლო ბათუმი“, „თინეთი“) მხარეებს ჯამურად დაეკისრათ ჯარიმა 1.6 მლნ. ლარი. დარღვევად შეფასდა შპს „სადისტრიბუციო კომპანიასა“ და შპს „თინეთს“ შორის ექსკლუზივის პირობით დადებული ხელშეკრულება, რომელიც კინოთეატრების რეალიზაციის უფლებას მხოლოდ „თინეთის“ მფლობელობაში მყოფ პორტალს „tkt.ge“ აძლევდა. გარიგების მონაწილედ მიჩნეულ იქნა ასევე მომჩივანი მხარეც, რომელიც თავის მხრივ ცდილობდა ექსკლუზივის მოპოვებას მის მფლობელობაში არსებულ პორტალზე „biletebi.ge“. სააგენტოს მიერ მიღებული იქნა კონკრეტული გადაწყვეტილებები, რომელიც შეეხებოდა გაფორმებული ხელშეკრულებების კონკურენციის კანონმდებლობასთან შესაბამისობაში მოყვანას, ასევე, ბილეთების ონლაინ რეალიზაციის მიზნით გაიცა რეკომენდაციები: აგენტების შერჩევა აღნიშნულ ბაზარზე განხორციელდეს საკონკურსო პირობებით და შერჩევის პროცესში მონაწილეობა მიიღოს ყველა დაინტერესებულმა ეკონომიკურმა აგენტმა, ასევე ბილეთების დისტრიბუტორებმა, ორგანიზატორებმა (მათ შორის, ონლაინ) სახელშეკრულებო ურთიერთობები აწარმოონ ბაზარზე შესასვლელად გაუმართლებელი ბარიერების გარეშე, რომელიც არ შეზღუდავს ეკონომიკური აგენტების მონაწილეობას აღნიშნულ ბაზარზე (საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, წლიური ანგარიში, 2023).

მნიშვნელოვანი სურათი გამოიკვეთა საქართველოს საავტომობილო სანავის ბაზარზე. კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტომ შეისწავლა და გაანალიზა საავტომობილო სანავის ბაზარზე ხუთი ეკონომიკური აგენტის- შპს-ბი: „ლუკოილ-ჯორჯია“, სან პერტოლიუმ ჯორჯია“, სოკარ ჯორჯია პერტოლიუმ“, „რომპეტროლ საქართველო“ და სს „ვისოლ პერტოლიუმ ჯორჯია“ კოორდინირებული ქცევა, რომელიც შეეხებოდა საავტომობილო საცალო ბაზარზე მაღალი ფასების შენარჩუნებას. სააგენტოს შეფასებით, განსახილველ პერიოდში (2022 წელი), კონკრეტული კომპანიების შემთხვევაში ხელმისაწვდომი იყო ევროპულ სანავთან შედარებით დაბალი თვითღირებულების მქონე არაევროპული სანავი, ხოლო რიგ შემთხვევაში კონკრეტული კომპანიის/კომპანიების მიერ ხდებოდა დაბალი თვითღირებულების მქონე ევროპული სანავის რეალიზაცია მხოლოდ საბითუმო ბაზარზე, მათ შორის, კონკურენტ

კომპანიებზე. ევროპული, თუ არაევროპული სანავის შემთხვევაში ადგილი ჰქონდა სანავის თვითღირებულებიდან გამომდინარე კონკურენტული უპირატესობის გამოუყენებლობას. შედეგად, საავტომობილო სანავის საცალო ბაზარზე შენარჩუნებულ იქნა მაღალი ფასი, რაც წარმოადგენდა სააგენტო გადანყვეტილებით მოპასუხე ხუთი კომპანიის კოორდინირებული ქმედების შედეგს. მოკვლევის საფუძველზე ხუთივე ეკონომიკურ აგენტს დაეკისრა 3 925 360 მლნ. ლარი ფინანსური სანქცია. შესაბამისად, სააგენტომ კონკურენტული გარემოს გაუმჯობესების მიზნით გასცა რეკომენდაცია სანავის ჩასხმის სიზუსტის კონტროლის უფრო ეფექტიანი მექანიზმების შემოღებასთან დაკავშირებით (საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, წლიური ანგარიში, 2023).

ამდენად, ევროკავშირის რეგულაციების (TFEU, 101-ე მუხლი თანახმად, აკრძალულია შიდა ბაზართან შეუთავსებელი გარიგებების დადება სანარმოებს შორის, რომელმაც შეიძლება გავლენა მოახდინოს კონკურენციის შეზღუდვაზე ნევრ სახელმწიფოების შიდა ბაზრებზე. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ თანამედროვე ეტაპზე, მეტად აქტუალურია საბაზრო ძალაუფლების მქონე ეკონომიკური აგენტების ქმედებების შესწავლა, ანალიზი, შეფასება და კონკრეტული რეკომენდაციების გაცემა ხელ შეუწყობს ბაზარზე კონკურენციის რეგულირებას და ბაზრის ეფექტიან ფუნქციონირებისთვის.

ლიტერატურა

1. მ. ჩავლეიშვილი, კონკურენცია საქართველოს ფარმაცევტული ბაზარი – არსებული მდგომარეობა და ახალი გამოწვევები, ჟურნალი ეკონომიკა და ბიზნესი, ტომი XIV, №2, 2022.
2. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, წლიური ანგარიში, 2023.
3. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო, ბრძანება №04/1031. 29.12.2023. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2023 წლის 4 აპრილის N04/173 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის მოკვლევის თაობაზე მიღებული გადანყვეტილების დამტკიცების შესახებ
https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/phpdai1UR.pdf
4. საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტო, „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-7 მუხლის სავარაუდო დარღვევის ფაქტებთან დაკავშირებით საქმის მოკვლევის დაწყების და მოკვლევის ჯგუფის შექმნის შესახებ საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 16 აგვისტოს N04/165 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული მოკვლევის თაობაზე გადანყვეტილება, 2023.
https://gcca.gov.ge/uploads_script/decisions/tmp/phpa0YwRM.pdf
5. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, <https://gcca.gov.ge/-index.php?m=2>
6. საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ, 2014 წელი, 21 მარტი. <https://gcca.gov.ge/-index.php?m=349>
7. საქართველოს მთავრობის დადგენილება კონკურენციის შემზღუდველი შეთანხმების აკრძალვიდან გამონაკლისების შესახებ, №526, 2014 წელი 1 სექტემბერი. https://gcca.gov.ge/uploads_script/legislation/tmp/phpsMWrhj.pdf
8. საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტო, გზამკვლევი დოკუმენტი, 2018.

LIMITED POSSIBILITIES OF COMPETITION AND COMPETITIVE POLICY IN GEORGIAN REALITY

Marina Chavleishvili

Associate Professor

Associate Professor Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

summary

Competition policy in markets and the study of limited competition opportunities are crucial for any country. This paper analyzes the major economic agents in the Georgian market, focusing particularly on the limited competition opportunities, the current situation, the assessment, and the regulatory mechanisms in place.

Based on the conducted research, the current situation in the Georgian market has been identified, and the barriers and restrictions that hinder faster market development have been analyzed. The analysis reveals that certain market players practically dominate the market and implement a unified pricing policy and price discrimination strategies. Furthermore, the analysis shows that the Competition and Consumer Agency of Georgia actively conducts research on the activities of economic agents in the market and develops mechanisms for regulating these markets. In some sectors, signs of oligopoly and collusion between companies are evident.

This paper presents the results of research conducted in the fuel, pharmaceutical, and online ticketing markets. The analysis of the current situation reveals that the government must play a decisive role in ensuring the effective functioning of the market, specifically by monitoring market activities, developing appropriate recommendations, and implementing a sound competition policy.

Keywords: Competition, Dominant Position, limited opportunities for Competition, Collusion, Competition Policy