ქეთევან შენგელია
ნინო მაღლაკელიძე

მიკროეკონომიკის პრინციპები



გამომცემლობა „უნივერსალი"
თბილისი 2014

UDC(უაკ) 330.101.542
შ-483

ქეთევან შენგელია, ნინო მაღლაკელიძე – მიკროეკონომიკის პრინციპები,
თბილისი, 2014

წიგნში „მიკროეკონომიკის პრინციპები" კომპაქტურადაა გადმოცემული ლექციების კურსი. მასში განხილულია: ეკონომიკის მეცნიერების განვითარება, ეკონომიკური სისტემები, საკუთრების ეკონომიკური ასპექტები, ეკონომიკის ათი პრინციპი, მიწოდებისა და მოთხოვნის საბაზრო ძალები, ფირმები კონკურენტულ ბაზრებზე, წარმოების ხარჯები, მონოპოლია, ოლიგოპოლია და მონოპოლისტური კონკურენცია, წარმოების ფაქტორთა ბაზრები, მომხმარებლის არჩევანის თეორია;

ნაშრომში არსებითადაა გამარტივებული საკითხები ეკონომიკის ცნობილ სახელმძღვანელოებთან შედარებით, შესაბამისობაშია მოყვანილი ქართველი მკითხველის ინტერესებთან. საკითხების დაზუსტებული გადმოცემა, თანდათანობით გადასვლა მარტივიდან რთულზე გაუადვილებს საკითხების შემსწავლელს ეკონომიკის ძირითად ცნებებს შორის კავშირების გააზრებას.

წიგნი მოაზროვნე მკითხველისთვისაა განკუთვნილი, ვისაც სურს კარგად გაერკვეს ეკონომიკის საკითხებში, გაჰყვეს ანალიზს, მაგრამ საშუალება არ გააჩნია, დრო ან ფული არ ყოფნის სქელტანიანი და ძვირადღირებული სახელმძღვანელოს შესაძენად.

ნაშრომი გამოადგება როგორც სტუდენტს, ისე პედაგოგს, მეწარმეს და ეკონომიკის შესწავლით დაინტერესებულ ყველა მკითხველს.

მიუხედავად დიდი ძალისხმევისა ნაშრომი არ იქნება ხარვეზების გარეშე.

მადლიერებით მივიღებთ ყველა საქმიან შენიშვნას.

რედაქტორი: ვახტანგ სართანია, ეკონომიკის დოქტორი

რეცენზენტები: ევგენი ზარათაშვილი, ეკონომიკის დოქტორი

რეზო შენგელია, ეკონომიკის დოქტორი

© ქ. შენგელია, ნ. მაღლაკელიძე, 2014

გამომცემლობა „უნივერსალი", 2014
თბილისი, 0179, ი. ვაშინგტონის მაჩხ. 19, ☎: 2 22 36 09, 5(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge

ISBN 978-9941-22-285-6

შინაარსი

თემა 1. ეკონომიკის მეცნიერების განვითარება 5

1.1. ეკონომიკის საგანი და მეთოდი 5

1.2. ეკონომიკის არსი. პოზიტიური და ნორმატიული ეკონომიკა 7

თემა 2. შეზღუდული რესურსები, ზრდადი მატერიალური მოთხოვნილებები 12

2.1. მოთხოვნილება და მოთხოვნა 12

2.2. რესურსების შეზღუდულობა და კლებადობა.
ალტერნატიულ შესაძლებლობათა ღირებულება 14

2.3. წარმოებითი შესაძლებლობების საზღვარი 15

თემა 3. ეკონომიკური სისტემები 18

3.1. ეკონომიკურ სისტემათა ტიპები 18

3.2. საბაზრო ეკონომიკის მოდელები 22

3.3. საკუთრების ეკონომიკური ასპექტები.
საკუთრების ფორმები და სახეები 24

თემა 4. ეკონომიკის ათი პრინციპი 25

თემა 5. მიწოდებისა და მოთხოვნის საბაზრო ძალები 32

5.1. ბაზრები და კონკურენცია 32

5.2. მიწოდება. მიწოდების მრუდი: დამოკიდებულება ფასსა და
მიწოდების რაოდენობას შორის 34

5.3. მოთხოვნა. მოთხოვნის მრუდი: დამოკიდებულება საქონლის ფასსა და
მოთხოვნის რაოდენობას შორის 37

5.4. წონასწორობა. წონასწორობის ცვლილებების ანალიზის სამი საფეხური 40

თემა 6. მოთხოვნისა და მიწოდების ელასტიკურობა
და მისი გამოყენება 43

6.1. მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით და მისი დეტერმინანტები 43

6.2. მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით და მისი დეტერმინანტები 47

თემა 7. მიწოდება, მოთხოვნა და სამთავრობო პოლიტიკა 53

7.1. ფასის ზედა ზღვრის გავლენა 53

7.2. ფასის ქვედა ზღვარის მოქმედება 55

თემა 8. გარეგანი ეფექტების პრობლემა 60

8.1. დადებითი და უარყოფითი გარეგანი ეფექტები 60

8.2 . ქოუზის თეორემა 62

თემა 9. საზოგადოებრივი საქონელი და საერთო რესურსები 67
9.1. საზოგადოებრივი საქონლის შექმნის სახელმწიფო უზრუნველყოფა 67
9.2. საერთო რესურსები 71

თემა 10. წარმოების დანახარჯები და მოგება კონკურენტულ ფირმებში 73
10.1. წარმოება და დანახარჯები კონკურენტულ ბაზარზე 74
10.2. მასშტაბის ეკონომიურობა 77
10.3. მოგების მაქსიმიზაციის პრობლემა და ფირმის გადაწყვეტილება მიწოდების შესახებ 79
10.4. ფირმის გადაწყვეტილება წარმოების შეწყვეტის, დარგიდან გასვლის შესახებ, ან დარგში დარჩენის შესახებ 82

თემა 11. საბაზრო-მონოპოლისტური სტრუქტურები 86
11.1. მონოპოლისტური საქმიანობის ხასიათი. მონოპოლიის არსი 86
11.2. მონოპოლიური ფასები. მონოპოლიური მოგება 89
11.3. მონოპოლისტური კონკურენცია და ოლიგოპოლია 92

თემა 12. წარმოების ფაქტორთა ბაზარი 95
12.1. საწარმოო ფუნქცია 95
12.2. ზღვრული პროდუქტის ღირებულება და შრომაზე მოთხოვნა 97
12.3. წარმოების ფაქტორებზე მოთხოვნის და მიწოდების მრუდების გადაადგილების მიზეზები 98
12.4. შემოსავლების უთანაბრობა 100
თემა 13. მომხმარებლები, მწარმოებლები და ბაზრის ეფექტიანობა 105
13.1. სამომხმარებლო დანაზოგი 105
13.2 . მწარმოებლის დანაზოგი 107

თემა 14. მომხმარებლის არჩევანის თეორია 112
14.1. შემოსავლების გავლენა მომხმარებლის არჩევანზე. განურჩევლობის მრუდები 112
14.2. მომხმარებლის ოპტიმალური არჩევანი 116
14.3. შემოსავლის და ჩანაცვლების ეფექტები 119
თემა 15. თეორიის პრაქტიკული გამოყენება: დაბეგვრის დანახარჯები 121
15.1. დებატები საერთო დანაკარგის შესახებ 124
15.2. საერთო დანაკარგი და საგადასახადო შემოსავლები გადასახადების ცვლილებისას 126

ტესტები გამეორებისათვის 130

ლიტერატურა 147

თემა 1. ეკონომიკის მეცნიერების განვითარება

1.1. ეკონომიკის საგანი და მეთოდი.

საქართველოში საბაზრო სისტემის ჩამოყალიბებამ ეკონომიკურ მეცნიერებას დიდი საზრუნავი გაუჩინა და მას პრიორიტეტული მნიშვნელობა მიანიჭა.

ყოველი ეკონომიკური ღონისძიება ადამიანის სასიცოცხლო ინტერესებთანაა დაკავშირებული. ცნობილი ბრიტანელი მეცნიერი კეინზი ამბობდა, რომ ეკონომისტები მართავენ სამყაროს.

ადამიანთა ცხოვრებას მნიშვნელოვანწილად ეკონომიკური კანონები მართავს. ჩვენი ყოფა-ცხოვრების კონკრეტულ პრობლემებს ეკონომიკური ასპექტები განსაზღვრავს ძირითადად. ეკონომიკური განათლება საშუალებას აძლევს პიროვნებას, იცოდეს როგორ მოიქცეს კონკრეტულ საბაზრო სიტუაციაში.

ნებისმიერი ეკონომიკური მეცნიერება სათავეს იღებს ეკონომიკური თეორიიდან. იგი დარგობრივ ეკონომიკურ მეცნიერებათა საფუძველია. მსოფლიო თანამედროვე ეკონომისტთა უმრავლესობა ეკონომიკურ თეორიას უნივერსალურ მეცნიერებად აღიარებს. იგი რეალური ეკონომიკური პროცესების თეორიული განზოგადებაა. სამყარო კი გამუდმებით იცვლება, შესაბამისად იცვლება ეკონომიკური თეორიებიც. ნობელის პრემიის ლაურეატის მილტონ ფრიდმენის აზრთ, ეკონომიკის მიმზიდველობა მის სიმარტივეშია, რომელიც მიუხედავად ამისა, ბევრისათვის გაუგებარია. თუმცა ეკონომიკური თეორია ძალიან მიმზიდველი და საინტერესო მეცნიერებაა.

პირველი და მარტივი წარმოდგენები ეკონომიკის შესახებ მოცემულია ძველეგვიპტურ პაპირუსებში, ქვაზე ამოკვეთილ წარწერებში, ძველინდურ "ვედებში" და სხვა.

ეკონომიკური მეცნიერების საწყისები უნდა ვეძებოთ ანტიკური საბერძნეთის მოაზროვნეთა ნაშრომებში. ესენი იყვნენ: ქსენოფონტე (ძვ. წ. 430-354), პლატონი (ძვ. წ. 427-347) და არისტოტელე (ძვ.წ. 384-322). ამ პერიოდში არ არსებობდა მეცნიერების კლასიფიკაცია და მეცნიერების ერთიან სისტემაში ეკონომიკას უდიდესი ადგილი ეკავა.

ქსენოფონტემ სპეციალური ნაშრომი – "ოიკონომიკოსი" მიუძღვნა ძველი საბერძნეთის ეკონომიკას. ეს ტერმინიც, "ეკონომიკა" სწორედ ასე წარმოიშვა. ეკონომიკური თეორიის მრავალი დებულებაა მოცემული არისტოტელეს ნაშრომებში. მან ათასამდე ნაშრომი შექმნა.

სიტყვა "ეკონომიკა" (ბერძნ. OICONOMIA) – სიტყვასიტყვით ნიშნავს საოჯახო მეურნეობის მართვას. არისტოტელემ ერთმანეთისაგან განასხვავა "ეკონომიკა" და "ქრემატისტიკა". ეკონომიკას განსაზღვრავდა, როგორც ბუნებრივ მეურნეობრივ საქმიანობას, ქრემატისტიკას კი – ქონების მოპოვების ანუ "ფულის კეთების" ხელოვნებას უწოდებდა.

კლასიკური სახით ეკონომიკური თეორია წარმოადგინეს უილიამ პეტიმ (XVIIს), ადამ სმითმა და დევიდ რიკარდომ (XVIII ს.). კლასიკური ეკონომიკური თეორიის ეს წარმომადგენლები კაპიტალიზმის ეკონომიკას ახასიათებდნენ. შემდეგ იგი კიდევ უფრო დაიხვეწა და განვითარდა.

თანამედროვე ეკონომიკური თეორია არის მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის მოთხოვნილებათა მაქსიმალურად დაკმაყოფილების მიზნით შეზღუდული რესურსების ეფექტიანად განაწილების პრობლემას.

გრეგორი მენქიუს განმარტებით, ეკონომიკა არის იმის შესწავლა, თუ როგორ მართავს ადამიანი შეზღუდულ რესურსებს. ეკონომიკური მოვლენების არსის შეცნობისათვის გამოიყენება აბსტრაქციის მეთოდი. იგი ემყარება მოვლენების განვითარებას და კვლევას მარტივიდან რთულისაკენ, კონკრეტულიდან აბსტრაქტულისაკენ. აბსტრაქციის მეთოდით ხორციელდება მოვლენის ანალიზი, შესაძლებელი ხდება დასკვნების გამოტანა და სინთეზი. ანალიზი და სინთეზი ერთმანეთთან კავშირშია.

მეცნიერების განვითარებისათვის ასევე დიდი მნიშვნელობა ენიჭება დაკვირვების მეთოდს. ისააკ ნიუტონი, მეჩვიდმეტე საუკუნის ცნობილი მეცნიერი და მათემატიკოსი, ერთ დღეს ძალიან დააინტერესა ხიდან მოწყვეტილი ვაშლის ვარდნის ხილვამ. ამ დაკვირვებამ ნიუტონს უბიძგა, ჩამოეყალიბებინა მიზიდულობის თეორია, რომელიც მიესადაგება არა მხოლოდ ვაშლის მიწაზე დაცემას, არამედ სამყაროს ობიექტების ურთიერთქმედებას. იმის გამო, რომ ნიუტონის თეორია ასეთი წარმატებით ხსნიდა ყველა დაკვირვებას, იგი დღესაც ძალიან აქტუალურია ფიზიკოსებს შორის. ასევეა ეკონომიკაშიც. თუმცა ეკონომიკაში ექსპერიმენტების ჩატარება თითქმის შეუძლებელია, მაგ. ინფლაციის შესასწავლად ეკონომისტებს უფლება არა აქვთ მონეტარული პოლიტიკით მანიპულირება მოახდინონ. ლაბორატორიული ექსპერიმენტების ნაცვლად, ეკონომისტები დიდ ყურადღებას უთმობენ ისტორიის მიერ კაცობრიობისთვის შეთავაზებულ ბუნებრივ ექსპერიმენტებს. მაგ. შუა აღმოსავლეთში გაჩაღებული ომის შედეგად, ნედლი ნავთობის ნაკადი წყდება, რაც იწვევს, ნავთობზე ფასების გადიდებას, ცხოვრების დონის შემცირებას. მსგავსი მაგალითები მრავლად მოგვეპოვება. საქართველოში 2008 წლის აგვისტოს ომმა შეამცირა ინვესტიციების შემოსვლა, შემცირდა მშენებლობები, მეწარმეთა მოგება, გაიზარდა ფასები და ა.შ.

ეკონომიკა ასევე იყენებს დაშვებებს, რათა მოვახდინოთ აზროვნების კონცენტრაცია მთავარ მოვლენაზე. იყენებს ასევე ეკონომიკურ მოდელებს მოვლენათა შესასწავლად და უკეთ გასაცნობად. უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ახალ ეკონომიკურ აზროვნებას, მოძველებული დებულებების გადასინჯვას და ახლის განვითარებას.

1.2. ეკონომიკის არსი. პოზიტიური და ნორმატიული ეკონომიკა.

ტერმინი „ეკონომიკა“ ბერძნული წარმოშობისაა და საოჯახო მეურნეობის გაძღოლას ნიშნავს. რეალურად საზოგადოების ცხოვრება ძალიან ჰგავს ოჯახის ცხოვრებას, ამიტომ ლოგიკურია, რომ სწორედ „ოჯახის გაძღოლასთანაა“ გაიგივებული ეკონომიკის მართვა და ზოგადად ეკონომიკა.

საუკუნეების განმავლობაში ეკონომიკურმა მეცნიერებამ ევოლუცია განიცადა. იგი დაიყო მრავალ „ქვემეცნიერებად“, რომლებიც საზოგადოების ეკონომიკური განვითარების სხვადასხვა ასპექტს სწავლობენ, მაგრამ უცვლელი რჩება ეკონომიკის, როგორც მეცნიერების საგანი. ოდითგანვე ადამიანი და ზოგადად კაცობრიობა საჭიროებებითაა დამძიმებული. ადამიანებს უამრავი მატერიალური თუ სულიერი ფაქტორების გარეშე ცხოვრება არ შეუძლიათ. ისინი განუწყვეტლივ ისწრაფვიან ცხოვრების დონის გაუმჯობესებისათვის. ადამიანებს სჭირდებათ საკვები, ტანსაცმელი, საცხოვრებელი ადგილი, უამრავი სახის საქონელი, რომლებიც განსაზღვრავენ ცხოვრების დონეს. გასათვალისწინებელია, რომ ადამიანის, როგორც ბიოლოგიური, ისე ფსიქოლოგიური თავისებურებებიდან გამომდინარე ეს მოთხოვნილებები უსაზღვროა, ადამიანი არასოდეს არ სჯერდება მიღწეულს და სულ უფრო მეტი და მეტი უნდა. ამასთან, ყველა ამ მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად საჭიროა რესურსები, რომლებიც ჩვენს ირგვლივაა. სწორედ ამ რესურსებს, მათ შორის ადამიანთა უნარს, ვიყენებთ, რათა შევძლოთ თუნდაც ფიზიკური არსებობა. თუმცა არის ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემა - ეს რესურსები იშვიათია, ანუ ისინი არ არის ულევი. თუ ერთი სახის რესურსი შედარებით უფრო მეტია ბუნებაში და მისი მარაგების ამოწურვა არ არის მოსალოდნელი, მეორე სახის რესურსები უკვე დღეისათვის ამოწურულია, ან ამოწურვის პირასაა. ზოგადად შეიძლება დავასკვნათ, რომ რესურსები შეზღუდულია.

სწორედ ადამიანთა ეს სწრაფვა - გაიუმჯობესოს ცხოვრების მატერიალური პირობები, შეზღუდული რესურსული უზრუნველყოფის პირობებში არის ეკონომიკის, როგორც მეცნიერების საგანი და უმთავრესი ამოცანა, ანუ ეკონომიკა სწავლობს ადამიანის შეუზღუდავი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით შეზღუდული რესურსების ეფექტიანად გამოყენების ან მათი მართვის პრობლემებს.

ეკონომიკის შესწავლის დროს ეკონომისტები სხვადასხვა მეთოდს იყენებენ. ეკონომისტები აგროვებენ ინფორმაციას - ანუ ეკონომიკა არის აღწერილობითი, ემპირიული მეცნიერება. შემდგომ ეტაპზე ხდება ამ მოპოვებული მასალის ანალიზი, ანუ ყალიბდება ეკონომიკური თეორია. ფაქტებიდან თეორიის ჩამოყალიბება მეცნიერებაში ცნობილია როგორც ინდუქცია, ამ დროს ფაქტების „ნაკრები“ იმგვარად სისტემატიზირდება და

კეთდება მისი ანალიზი, რომ შესაძლებელი გახდეს გარკვეული პრინციპების გამოკრისტალება. დასკვნები შეიძლება გაკეთდეს დედუქციის დახმარებითაც. დედუქცია შემთხვევითი დაკვირვებების, ლოგიკის, ინტუიციის მეშვეობით, ჰიპოტეზებზე დაყრდნობით დასკვნების გაკეთების საშუალებას იძლევა. ასეთი ტიპის დასკვნაა, მაგალითად ის, რომ დაბალი ფასების შემთხვევაში მომხმარებლისათვის მიზანშეწონილია შეიძინოს მეტი საქონელი.

ეს ყველაფერი თავს იყრის ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებაში. სწორედ ეკონომიკური პოლიტიკა გვეხმარება არსებული პრობლემების გამოსწორებასა და გადაჭრაში. ეკონომიკური თეორია იყენებს გარკვეულ ეკონომიკურ ტერმინოლოგიას და ისეთ მეთოდებს, როგორიცაა განზოგადება, დაშვება, „სხვა თანაბარ პირობებში“ და აბსტრაგირება.

ეკონომიკური მეცნიერება შეიძლება იყოს პოზიტიური და ნორმატიული. პოზიტიურია ეკონომიკური მეცნიერება, რომელიც აღწერს ფაქტებს და თავისუფალია სუბიექტური მსჯელობებისა და შეხედულებებისაგან. პოზიტიური ეკონომიკური მეცნიერება აყალიბებს სამეცნიერო შეხედულებებს ეკონომიკური ქცევების შესახებ. ნორმატიული ეკონომიკური მეცნიერება კი პირიქით, შეფასებითია და აღწერს მოსაზრებებს, თუ როგორი უნდა იყოს ეკონომიკა, ეკონომიკური პროცესები. ზოგადად პოზიტიურია ეკონომიკა, რომელიც აღწერს იმას თუ რა არის, ხოლო ნორმატიული - თუ რა უნდა იყოს.

ეკონომისტები ხშირად სარგებლობენ მოდელებით და ეს არცაა გასაკვირი, რადგან მეცნიერების სხვა დარგებისაგან განსხვავებით ეკონომისტებს არ შეუძლიათ ცდების, ექსპერიმენტების ჩატარება. თუ ზოოლოგს შეუძლია ორი ბაჭია სხვადასხვა პირობებში ამყოფოს და შემდეგ დაასკვნას როგორმა პირობებმა იმოქმედა უკეთ ბაჭიაზე, ეკონომისტებს არ შეუძლიათ ცდები მთელ საზოგადოებაზე ჩაატარონ (თუმცა ამისი მცდელობაც იყო, როდესაც დედამიწის ერთი მეექვსედი სწორედ ამგვარი იდეების მართებულობის შესამოწმებელ ლაბორატორიად იქცა, განსაკუთრებით კი ისეთ სახელმწიფოებში, რომლებიც იდეოლოგიური მიზეზის გამო ორად აღმოჩნდა გაყოფილი, მაგალითად ორად გაყოფილი გერმანია ან კორეა, ამ ორი (ან ოთხი) ქვეყნის მაგალითიც კი ადასტურებს, რომ ექსპერიმენტმა ვერ გაამართლა და გაიმარჯვა განვითარების ბუნებრივმა გზამ, რომელიც თავისუფალი საბაზრო სისტემისა და კაპიტალისტური იდეოლოგიის საფუძველზე, ეკონომიკის განვითარების დღემდე არსებული გზებიდან ყველაზე ეფექტიანი გზით განვითარებას გულისხმობს). ამდენად, ეკონომისტებს სხვაგვარი მეთოდების გამოყენება უწევთ. ერთ-ერთი ასეთი გზაა ეკონომიკური მოდელების გამოყენება. მოდელებში

სხვადასხვა ცვლადებს შორის დამოკიდებულება ხშირად მათემატიკური სახითაა გამოხატული.

მოდელებში ორი ტიპის ცვლადები გამოიყენება ეგზოგენური (ანუ თავდაპირველი ინფორმაცია) და ენდოგენური (მიღებული შედეგების ამსახველი ცვლადები). სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ეგზოგენური ცვლადები მოდელის აგებამდე უნდა ვიცოდეთ, ხოლო ენდოგენურს მხოლოდ მოდელის ამოხსნის შემდეგ მივიღებთ.

განვიხილოთ მაგალითად პურის ბაზარი. პურზე მოთხოვნა- Q_d დამოკიდებულია მის ფასზე - P_d და ერთობლივ შემოსავლზე -Y.

ამ დამოკიდებულებას ეკონომისტები ასე წერენ $Q_d = D(P_d, Y)$

ანალოგიურად, საცხობების მიერ გამომცხვარი პურის რაოდენობა Q_s დამოკიდებულია მის ფასზე- P_d და გამოყენებული ფქვილის ფასზე P_f. ამ დამოკიდებულებას ასეთი სახე ექნება

$$Q_s = S(P_d, P_f)$$

და ბოლოს, ეკონომისტები ასკვნიან, რომ პურის ფასი იცვლება ისე, რომ პურზე მოთხოვნა და პურის მიწოდება ტოლი იყოს, ანუ $Q_s = Q_d$.

აღნიშნული მოდელი შესაძლებელია გრაფიკზეც გადავიტანოთ და პურზე მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდები განვიხილოთ. მოთხოვნის მრუდი, უცვლელი ერთობლივი შემოსავლის პირობებში პურზე მოთხოვნასა და პურის ფასს შორის დამოკიდებულებას გვიჩვენებს. (აღნიშნულ მრუდებს შემდეგ ლექციებში განვიხილავთ). მას დაღმავალი ფორმა აქვს, რაც იმას ადასტურებს, რომ რაც მეტია პურზე ფასი, მით ნაკლებია მასზე მოთხოვნის სიდიდე, რადგან მასზე ფასის ზრდის შემთხვევაში ადამიანები გადადიან მის შემცვლელებზე და ამით ცდილობენ თავიდან აიცილონ გაზრდილი ხარჯები. მიწოდების მრუდი კი ფქვილის ფასის უცვლელობის პირობებში გვიჩვენებს იმ დამოკიდებულებას, რომელიც პურის ფასსა და მიწოდების სიდიდეს შორის არსებობს. გასათვალისწინებელია, რომ მას აღმავალი ფორმა აქვს, ანუ ფასის ზრდა მიწოდების ზრდის საფუძველი ხდება. რაც გამოწვეულია იმით, რომ ფასის ზრდის შემთხვევაში მწარმოებელი ცდილობს რაც შეიძლება მეტი პური გაყიდოს, რათა მისაღები მოგება გაზარდოს. ამ ორი მრუდის გადაკვეთის წერტილი კი წონასწორობის წერტილია, ანუ ის სიტუაციაა, როცა გარკვეული ფასის შემთხვევაში პურზე მოთხოვნა და პურის მიწოდება ერთმანეთს უტოლდება.

შეუძლებელია აბსოლუტურად ზუსტი მოდელის შედგენა, და რომც შევადგინოთ, იგი იმდენად რთული იქნება, რომ მისი გამოყენება ძალიან გაძნელდება. მაგრამ ამასთან მოდელის აგების დროს არ უნდა გამოვრიცხოთ გადამწყვეტი ფაქტორები, თორემ შესაძლოა არასწორი დასკვნები გავაკეთოთ.

გასათვალისწინებელია რამდენიმე დაშვებაც. უპირველეს ყოვლისა, ესაა ფასების (მათ

შორის ხელფასების) მოქნილობის ხარისხი.

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ფასები იცვლება იმის მიხედვით, თუ როგორ იცვლება მოთხოვნა და/ან მიწოდება და სწორედ ფასები ახდენენ ბაზრის წონასწორობაში მოყვანას. ეკონომისტებს მიაჩნიათ, რომ წონასწორული ფასის შემთხვევაში მყიდველებმა იყიდეს ყველაფერი, რისი ყიდვაც უნდოდათ, ხოლო გამყიდველებმა კი გაყიდეს ყველაფერი, რისი გაყიდვაც სურდათ. ფასის ამ თვისებას ბაზრის გაწონასწორების ფუნქცია ეწოდება.

თუმცა ცხადია, ფასს შეუძლია ბაზარი წონასწორობაში მოიყვანოს, როცა ფასები მუდმივად იცვლება. ეს ცვლილებები მოთხოვნისა და მიწოდების უმნიშვნელო ცვლილებამაც კი უნდა გამოიწვიოს. მაგრამ რეალურად ფასები ასეთი მოქნილობით არ ხასიათდება. ხშირ შემთხვევაში ისინი ხისტიც კი არის. მაგალითად, ხელფასი განისაზღვრება წინასწარ ხელშეკრულებით და ძნელია მისი გადახედვა, მიუხედავად იმისა როგორ იცვლება შრომაზე მოთხოვნა ან შრომის მიწოდება. ანალოგიურად, ბევრი სახის პროდუქციაზე ფასები დაფიქსირებულია და მათი შეცვლა მეწარმის მიერ არ ხდება. მაგალითად, რესტორნის მეპატრონეები წინასწარ ბეჭდავენ მენიუს და ამდენად გარკვეული პერიოდის განმავლობაში ფასები რესტორნებში ხისტია. თუმცა აქ გასათვალისწინებელია, რომ ფასები აბსოლუტური სიხისტით მაინც არ ხასიათდებიან და გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ ისინი აუცილებლად იცვლებიან. ფასების მოქნილობის ხარისხის მიხედვით განასხვავებენ მოკლევადიან და გრძელვადიან პერიოდებს (ამაზე ქვემოთ ვისაუბრებთ).

ამგვარად, ეკონომიკის შესწავლის მნიშვნელოვანი მიზანია, რომ შეძლოთ ეკონომიკური აზროვნება. ეკონომისტების როლის ნათელსაყოფად ჯერ ეკონომიკური ენის გამოყენება უნდა შეისწავლოთ. ვინაიდან მეცნიერებსა და პოლიტიკოსებს განსხვავებული მიზნები აქვთ, ისინი ენასაც განსხვავებულად იყენებენ. მაგ. ვთქვათ, პოლი და ნორმა მინიმალური ხელფასის კანონებს განიხილავენ:

პოლი: მინიმალური ხელფასის კანონი იწვევს უმუშევრობას.

ნორმა: მთავრობამ მინიმალური ხელფასი უნდა გაზარდოს.

პოლი საუბრობს, როგორც მეცნიერი, ხოლო ნორმა, როგორც პოლიტიკოსი. საზოგადოდ, დებულებები ეკონომიკის შესახებ ორი ტიპისაა: ნორმატიული და პოზიტიური. პოზიტიური დებულებები აღწერითი ხასიათისაა. ისინი სამყაროს გვიხატავს ისეთს, როგორც ის არის. ნორმატიული დებულებები სარეკომენდაციო ხასიათისაა. ძირითადი განსხვავება პოზიტიურსა და ნორმატიულ დებულებებს შორის იმაში მდგომარეობს, თუ როგორ ვაფასებთ მათ მართებულობას. პოზიტიური დებულებების დასაბუთება ან უარყოფა შესაძლებელია დამადასტურებელი ფაქტების შესწავლის გზით. ნორმატიული დებულებების შეფასებისთვის არა მხოლოდ ფაქტებია საჭირო, არამედ გარკვეული ფასეულობითი

ორიენტირებიც. იმის გადაწყვეტა, რომელი პოლიტიკაა კარგი და რომელი - ცუდი, მხოლოდ მეცნიერების საქმე არ არის. აქ მონაწილეობს ასევე შეხედულებები ზნეობაზე, რელიგიასა და პოლიტიკაზე.

ამგვარად, პოზიტიური ეკონომიკური მეცნიერება აყალიბებს სამეცნიერო შეხედულებებს ეკონომიკური ქცევის შესახებ; ნორმატიული ეკონომიკური მეცნიერება კი პირიქით, შეფასებითია და აღწერს მოსაზრებებს, თუ როგორი უნდა იყოს ეკონომიკა. რა თქმა უნდა, პოზიტიური და ნორმატიული დებულებების ერთმანეთთან დაკავშირება შესაძლებელია. ჩვენი პოზიტიური შეხედულებები ეკონომიკის მოწყობის შესახებ ჩვენსავე ნორმატიულ შეხედულებებზე მოქმედებს. მაგრამ ნორმატიული დასკვნებისათვის საჭიროა როგორც პოზიტიური ანალიზი, ისე ფასეულობათა აწონ-დაწონა.

აშშ-ს ერთ-ერთმა პრეზიდენტმა ტრუმენმა ერთხელ განაცხადა: ცალხელა ეკონომისტს ვეძებ, ვინაიდან, როცა ჩემს ეკონომისტებს რჩევას ვთხოვ, ისინი ყოველთვის მპასუხობენ: ერთი მხრივ ასე, მეორე მხრივ კი ისეო. მართლაც, ეკონომისტთა რჩევები ხშირად ორაზროვანია. ეს ტენდენცია ასახულია ეკონომიკის ათი პრინციპიდან ერთ-ერთში: ადამიანები დგებიან ალტერნატივების წინაშე. ალტერნატივები თითქმის ყველა პოლიტიკურ გადაწყვეტილებაში იგულისხმება. პოლიტიკას შეუძლია გაზარდოს ეფექტიანობა სამართლიანობის ხარჯზე, შეუძლია დაეხმაროს მომავალ თაობებს, მაგრამ დააზარალოს დღევანდელი თაობები. ამიტომ დიდი მნიშვნელობა აქვს იმ ეკონომიკურ რჩევებს, რომელსაც იღებს პრეზიდენტი ეკონომიკურ მრჩეველთა საბჭოსაგან, რომელშიც გაერთიანებულია სამი ძირითადი წევრი.

ეკონომიკური პოლიტიკა ხშირად წარმოშობს კამათს. ეს მისი სირთულით აიხსნება. მათ გასარკვევად უპირველესად აუცილებელია მისი ძირითადი კონცეფციების საგულდაგულოდ შესწავლა, რასაც დრო და ნებისყოფა სჭირდება.

ამგვარად, ეკონომიკურ მოდელებში გამოიყენება ორი ტიპის ცვლადი სიდიდეები: ეგზოგენური (ბერძნ. EXO-გარეგანი) და ენდოგენური (ენდონ-შინაგანი). მოდელის აგების დროს ეგზოგენური ცვლადები გარედან შემოიყვანება, ხოლო ენდოგენური მიიღება მოდელში გაანგარიშების მსვლელობისას. მოდელის აგების მიზანია გამოავლინოს ეგზოგენური პროცესების გავლენა ენდოგენურ პროცესებზე. ამრიგად მოდელი წარმოადგენს ეკონომიკურ მაჩვენებლებს შორის ძირითადი დამოკიდებულების გამარტივებულ თეორიულ საფუძველს. ხშირად ეს ურთიერთდამოკიდებულება აისახება ფუნქციის სახით. საილუსტრაციოდ გამოვიყენეთ პურის ბაზრის მოდელი. ამ მოდელში პურზე მოთხოვნის სიდიდე (d) დამოკიდებულია პურის ფასზე (P) და მომხმარებლის მთლიანი შემოსავლის სიდიდეზე (R). ეს დამოკიდებულება მოდელის სახით ასე ჩაიწერება:

d= D(P, R). ეს ჩანაწერი იმას აღნიშნავს, რომ პურზე მოთხოვნა (d) არის პურის ფასისა (P) და შემოსავლის სიდიდის (R) ფუნქცია. ყოველი მოდელის აგება მოითხოვს ჯანსაღ თეორიულ გააზრებას.

თემა 2 . შეზღუდული რესურსები, ზრდადი მატერიალური მოთხოვნილებები

2.1. მოთხოვნილება და მოთხოვნა.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში განსაკუთრებით წინა პლანზეა წამოწეული ადამიანის პიროვნული თვისებები, განსაკუთრებული ყურადღება მის ინდივიდუალობას ექცევა. მბრძანებლური ეკონომიკის პირობებში კი ინდივიდუალიზმი ითრგუნებოდა და უპირატესობა ენიჭებოდა კოლექტიურ აზროვნებას, ან უფრო ზუსტად რომ ვთქვათ, საზოგადოებრივი, სახელმწიფოში მიღებული დაშტამპული ნორმებით მოქმედებას. თუ გვინდა, რომ გავიგოთ ეკონომიკური თვალსაზრისით ადამიანის ქცევის მიზეზები, განვიხილოთ ისეთი ცნებები, როგორიცაა საჭიროება, მოთხოვნილება, მოთხოვნა.

საჭიროებები **(needs)** არის რაიმეს მიმართ ადამიანის მიერ უკმარისობის განცდა. საჭიროებები სათავეს იღებს ადამიანის ბუნებიდან. ადამიანი დაბადებიდან სიცოცხლის ბოლომდე განიცდის სხვადასხვა საჭიროების აუცილებლობას. ადამიანის საჭიროებები შეიძლება იყოს მეტად მრავალფეროვანი, მაგრამ მაინც შეგვიძლია ისინი გავაერთიანოთ ოთხ ძირითად ჯგუფად:

1. ფიზიოლოგიური საჭიროებები (ჭამა, სმა, ჩაცმა, ბინით უზრუნველყოფა და ა.შ.)
2. თვითგადარჩენის საჭიროებები (უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, ჯანმრთელობის დაცვა და სხვა).
3. სოციალური საჭიროებები (სიყვარული, შერჩევა, ზეგავლენა და ა.შ.)
4. პირადი საჭიროებები (განათლება, თვითგამოხატვა, კომფორტი...).

ადამიანთა საჭიროებებზე განსაკუთრებით ისეთი ფაქტორები ახდენენ ზეგავლენას, როგორიცაა ასაკი და ჯანმრთელობა. გავლენას ახდენს სხვა ფაქტორებიც, მაგრამ შედარებით მცირე მასშტაბით.

მოთხოვნილებები **(wants)** არის საჭიროებები, რომელთაც მიღებული აქვთ ინდივიდუალური დონით და პიროვნული თვისებებით განსაზღვრული სპეციფიკური ფორმა. მაგ., ჭამის საჭიროება ნებისმიერ ადამიანს გააჩნია, იმისდა მიუხედავად თუ რა ეროვნებისაა, კულტურული განვითარების რა საფეხურზეა ან რომელ სოციალურ ჯგუფს

ეკუთვნის. ჭამის საჭიროება სხვადასხვა მოთხოვნილებაში გადაიზრდება ხოლმე. მაგ. ამერიკელის შემთხვევაში ჭამის საჭიროება შეიძლება გადაიზარდოს ჰამბურგერის მოთხოვნილებაში, ხოლო ქართველისათვის მიიღოს ხინკალის ან ხაჭაპურის მოთხოვნილების ფორმა, ხოლო ველურმა კანიბალმა შიმშილის პრობლემა შეიძლება თანამოძმის შეჭმით გადაჭრას. მოთხოვნილებები გამომდინარეობენ კონკრეტული საზოგადოების ისტორიიდან, კულტურიდან, ჩვეულებიდან, კონკრეტული ადამიანის პიროვნებიდან. რაც უფრო განვითარებულია საზოგადოება, მით უფრო იზრდება და ფართოვდება მისი წევრების მოთხოვნილებების სპექტრი. იგი არასოდეს არ არის სასრული, ხალხური გამოთქმის თანახმად, მადა ჭამაში მოდის. ადამიანის მოთხოვნილებათა ზღვარი შეიძლება გაივლოს იქ, სადაც მისი ფანტაზია მთავრდება. ხოლო ადამიანის ფანტაზიას დასასრული არა აქვს, შესაბამისად, მოთხოვნილებანიც უსაზღვროა. საჭიროებები და მოთხოვნილებები ერთმანეთში არ უნდა აგვერიოს. მაგ., ადამიანს აქვს მუსიკის მოსმენის საჭიროება. თუკი გუშინ ეს საჭიროება დაკავშირებული იყო ფირსაკრავის და ფირფიტის მოთხოვნილებასთან, დღეს გაუმჯობესებული ტექნიკური საშუალებების დამზადების პირობებში, იგი ახალი მოთხოვნილებებით შეიცვალა. უცვლელია საჭიროება, მაგრამ მოთხოვნილებები იცვლება ტექნოლოგიების ცვლილებიდან გამომდინარე.

ადამიანთა მოთხოვნილებები, როგორც აღვნიშნეთ, უსაზღვროა, ხოლო მათი დაკმაყოფილებისათვის საჭირო ფინანსური შესაძლებლობები კი, პირიქით, სასრული და შეზღუდულია. ამის გამო ადამიანს უხდება გააკეთოს არჩევანი საქონლისა და მომსახურების იმ სახეებზე, რომლებიც მისი აზრით, შეზღუდული ფინანსური შესაძლებლობების პირობებში, საუკეთესოდ დააკმაყოფილებს მის მოთხოვნილებებს.

მოთხოვნა **(demand)** მოთხოვნილების ის ნაწილია, რომელიც უზრუნველყოფილია მსყიდველობითი უნარით. ანუ, მოთხოვნა არის საქონლის ის რაოდენობა, რომელიც მომხმარებელს განსაზღვრული დროის განმავლობაში სურს და შეუძლია შეიძინოს სხვადასხვა ფასის პირობებში. მოთხოვნა მოთხოვნილებისაგან განსხვავებით ყოველთვის სასრული და შემოსაზღვრულია, რადგანაც მისი რაოდენობის განმსაზღვრელი ძირითადი კრიტერიუმია ფულის რაოდენობა, რომელიც ადამიანს აქვს. მაგ., გამოკვლევის შედეგად შეუძლებელია დავადგინოთ ამა თუ იმ რეგიონში ზუსტად რა მოთხოვნილებებია, რადგანაც მათ უმთავრესად ადამიანის ფანტაზიები განსაზღვრავს, ხოლო მოთხოვნის დადგენა საკმაოდ ზუსტად შეიძლება, პატარა ცდომილების დაშვებით. განვიხილოთ ასეთი მაგალითი: თუ საქართველოში გამოკვლევას ჩავატარებთ, რომლის მიზანიც იქნება გავიგოთ მოსახლეობას რომელი მანქანები მოსწონს და რომლის ყოლაც უნდათ, ასეთ შედეგს მივიღებთ: დასახელებული იქნება უმთავრესად ლენდ როვერი, ლამბორჯინი, იაგუარი,

ფერარი და ა.შ. მაგრამ თუ მოთხოვნას შევისწავლით სრულიად სხვაგვარ სურათს მივიღებთ. ანუ თუ გავითვალისწინებთ ადამიანთა ძირითადი მასის შესაძლებლობებს, მათ ურჩევნიათ იაფიანი და ამორტიზებული მანქანა, შესაბამისად მოთხოვნაც ასეთი იქნება. მაშასადამე, მოთხოვნილებისაგან განსხვავებით, მოთხოვნა ყოველთვის სასრულია, შეზღუდულია.

მოთხოვნილების უსასრულობის და შეზღუდულ მოთხოვნას შორის არსებული ეს წინააღმდეგობა წარმოადგენს საზოგადოების განვითარების ერთ-ერთ ძირითად მამოძრავებელ ძალას. ადამიანები გამუდმებით ცდილობენ, რომ უკეთესად დაიკმაყოფილონ მოთხოვნილებები, შეამცირონ განსხვავება მოთხოვნილებასა და მოთხოვნას შორის, რასაც მთელი საზოგადოების მასშტაბით საზოგადოების წინსვლა და განვითარება მოჰყვება.

2.2. რესურსების შეზღუდულობა და კლებადობა. ალტერნატიულ შესაძლებლობათა ღირებულება.

მოთხოვნის კატეგორიის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი, როგორც აღვნიშნეთ, არის ფული. თუმცა ფულის რაოდენობის პრობლემა რომც არ არსებობდეს, მაინც აქვს ადგილი რესურსების შეზღუდულობის პრობლემას. ეს იმას ნიშნავს, რომ დედამიწაზე არსებული რესურსები შეზღუდული ოდენობით მოიპოვება, დამოუკიდებლად მისი ეკონომიკური განვითარების დონისა.

განასხვავებენ რესურსების ორ ძირითად სახეს:

1. ფიზიკური ანუ ბუნებრივი რესურსები (ნავთობი, წყალი, წიაღისეული, ტყე, ჰაერი, ზღვა და ოკეანეები და სხვა).
2. ადამიანური რესურსები (ხალხი, მათი ნიჭი, ცოდნა, შრომისუნარიანობა და სხვა).

რესურსების შეზღუდულობა გამოწვეულია როგორც არსებული რესურსების სიმცირით, ასევე ადამიანთა მოთხოვნილებების უსასრულობით. ზოგიერთ რესურსს, მაგალითად, წიაღისეულს, ვერაფრით ვერ შევცვლით, ე.ი მარაგის დანაკლის ვერ შევავსებთ. ანუ იგი კლებადი ოდენობით მოიპოვება. საზოგადოებას რომ ქონოდა საკმარისი რესურსები, რომლებიც ხალხის მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად სხვადასხვა სახის საქონლის წარმოებისთვისაა საჭირო, მაშინ შევძლებდით ისინი გარკვეული მსხვერპლის გაუღებლად გვეწარმოებინა. მაგრამ რადგანაც რესურსები შეზღუდულია, საზოგადოებას მისი განვითარების მთელ მანძილზე უხდება არჩევანის გაკეთება, თუ რომელი პროდუქცია აწარმოოს.

შეზღუდული რესურსების პირობებში არჩევანის გაკეთების გამოხატულებაა ალტერნატიული ღირებულება. საქონლის ალტერნატიული ღირებულება არის სხვა რომელიმე საქონლის ის რაოდენობა, რომლის შეძენის ან წარმოების საშუალებაც დაიკარგა მოცემული საქონლის შეძენის ან წარმოების შედეგად. მაგ. ბავშვს 50 თეთრი აქვს და უნდა აირჩიოს ნაყინი იყიდოს თუ ფუნთუშა. თუ იგი ნაყინს აირჩევს, მისი ალტერნატიული ღირებულება იქნება ერთი ფუნთუშა ან პირიქით. არსებობს გადაწყვეტილებები, რომელთა შედეგს ყველასათვის – დაწყებული უბრალო პიროვნებით და დამთავრებული სახელმწიფოთი, უდიდესი მნიშვნელობა აქვს. მაგალითად, ცნობილი „ნაბუკოს“ პროექტი, რომელიც ითვალისწინებს გაზსადენის გაყვანას საქართველოს გავლით, დიდი მნიშვნელობა აქვს ჩვენი ქვეყნისათვის. „ნაბუკოს“ პროექტის ღირებულება 7,3 მლრდ აშშ დოლარს შეადგენს. გაზსადენის წლიური გატარების მოცულობა, წინასწარი ინფორმაციით, 30 მლრდ კუბ.მეტრით არის განსაზღვრული. „ნაბუკოსთვის“ გაზის პოტენციურ მიმწოდებლებად აზერბაიჯანი, ირანი, თურქმენეთი და ერაყი სახელდებიან. გაზსადენი კასპიის რეგიონში და ცენტრალურ აზიაში მოპოვებული გაზის საქართველოსა და თურქეთის გავლით ევროპაში ტრანსპორტირების მიზნით შენდება. „უმთავრესია, აშენდეს მილსადენი თურქეთსა და ავსტრიას შორის. სხვა დანარჩენი ორგანიზებულად განვითარდება. ევროკომისია შემდგომი რამდენიმე კვირის განმავლობაში გააძლიერებს ძალისხმევას, რათა გადაწყდეს ტრანზიტისა და დაფინანსების პრობლემები“, აღნიშნავენ პოლიტიკოსები. ჩვენს ტერიტორიაზე ნავთობსადენის გაყვანა დადებით მხარესთან ერთად უარყოფითსაც მოიტანს. თუ მაგალითად მოხდება სადენის დაზიანება, ეს გამოიწვევს ჰაერის დაბინძურებას. მაგრამ არსებობს ამ პროექტის პოლიტიკური მხარეც. იმ შემთხვევაში, თუ ჩვენი ქვეყანა იქნება ამ პროექტის მონაწილე, მაშინ მთელი ევროპა დაინტერესდება, რომ ჩვენს ტერიტორიაზე იყოს სიმშვიდე და სტაბილურობა. ხოლო სტაბილურობის უზრუნველყოფა საქართველოში ჩვენი ქვეყნის ერთ-ერთი უმწვავესი პრობლემაა. ამგვარად, ეკონომიკური მხარის „ალტერნატიულ ღირებულებას“ წარმოადგენს ქვეყანაში პოლიტიკური სიტუაციის დარეგულირება, რაც ჩვენი ქვეყნის განვითარებისათვის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია.

2.3. წარმოებითი შესაძლებლობების საზღვარი.

ახალი ალტერნატივები და მომავალი შესაძლებლობები.

საზოგადოების წინაშე მართლაც ხშირად დგას რესურსების განაწილების საკითხი მისი შეზღუდული რაოდენობის გამო. ხშირად ხდება რესურსების გადანაწილება მატერიალური

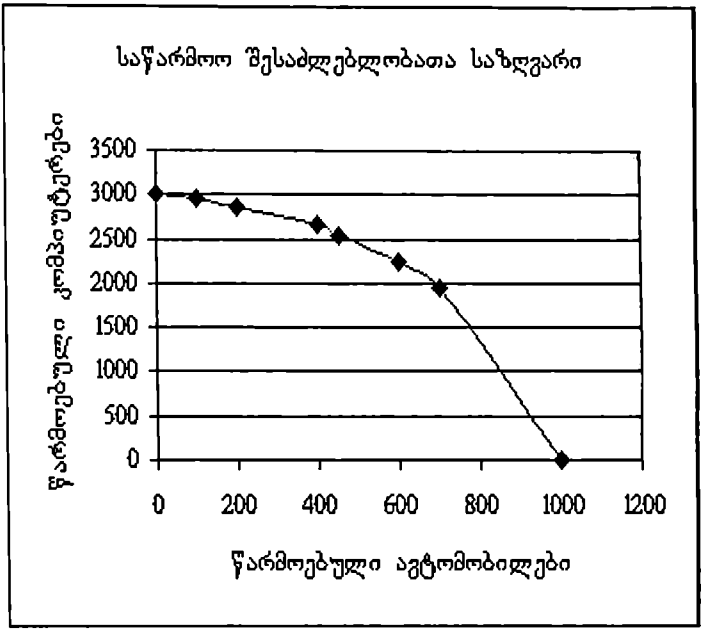
რესურსების მწარმოებელი დარგებიდან სამომხმარებლო პროდუქტებისა და მომსახურების მწარმოებელ დარგებში ან პირიქით და ა. შ. ასეთ შემთხვევაში საზოგადოება აკეთებს არჩევანს მიმდინარე და სამომავლო მოხმარებას შორის. უფრო ზუსტად კი მიზნად ისახავს გადაწყვიტოს, მიმდინარე პერიოდში მიანიჭოს უპირატესობა მოხმარებას (დაგროვებასთან შედარებით) თუ „გასწიროს„ მოხმარების ნაწილი და ეს ნაწილი გამოიყენოს წარმოების განვითარებისათვის, მომავალ პერიოდებში მოხმარების გადიდებისათვის.

არჩევანი შეიძლება იდგეს: დარგისა ან მუნიციპალიტეტის წინაშე – ვთქვათ, თეატრის შენობა ააშენოს თუ ბინები ლტოლვილთა, უსახლკაროთა, მიწისძვრით დაზარალებულთათვის; ფირმის წინაშე: რომელი პროდუქციის წარმოებას მიანიჭოს პრიორიტეტი არსებული რესურსების პირობებში და ა.შ.

მიუხედავად იმისა, რომ რეალური ეკონომიკა მილიონობით სახის საქონელსა და მომსახურებას აწარმოებს, გავაკეთოთ დაშვება, რომ იწარმოება მხოლოდ ორი სახის საქონელი – ავტომობილები და კომპიუტერები. თუ არსებულ რესურსებს მხოლოდ საავტომობილო დარგი გამოიყენებს, ეკონომიკა აწარმოებს 1000 ავტომანქანას და არც ერთ კომპიუტერს. ვთქვათ, თუ არსებულ რესურსებს მხოლოდ კომპიუტერული დარგი გამოიყენებს, შესაძლებელი იქნება 3000 კომპიუტერის წარმოება და არც ერთი მანქანის. თუ ეკონომიკა თავის რესურსებს გაანაწილებს ორ დარგს შორის, მაშინ აწარმოებს 600 ავტომობილს და 2200 კომპიუტერს, რაც ნახაზზეა ნაჩვენები.

ნახაზზე 2.1 გამოსახულია საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვარი, რომელიც გვიჩვენებს, თუ საქონელთა რა რაოდენობის წარმოება შეუძლია ეკონომიკას არსებული რესურსების პირობებში. ეკონომიკას წარმოება შეუძლია საზღვარზე ან მის შიგნით არსებულ ნებისმიერ წერტილში. საზღვრის გარეთ არსებული წერტილები მიუღწეველია არსებული რესურსების პირობებში.

X	Y
1000	0
700	1950
600	2250
450	2550
400	2650
200	2850
100	2950
0	3000



ნახ. 2.1

საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვარზე ერთი საქონლის წარმოების გადიდება იწვევს მეორე საქონლის წარმოების შემცირებას, ანუ ერთი საქონლის წარმოების გადიდებას უნდა შევწიროთ მეორე საქონელი. ჩვენს მაგალითში ავტომობილების წარმოება რომ გავადიდოთ მაგ. 200-დან 600-მდე, მას უნდა შევწიროთ კომპიუტერების გარკვეული რაოდენობა, კერძოდ კი კომპიუტერების წარმოება უნდა შემცირდეს 2850-დან 2250-მდე. ე.ი. ჩვენი მაგალითის მიხედვით 400 ავტომობილის წარმოებას 600 კომპიუტერი უნდა შევწიროთ.

სინამდვილეში რესურსები არასოდეს არ არის სრულად გამოყენებული და ყოველთვის არის შესაძლებელი ერთი პროდუქტის წარმოება გავადიდოთ ისე, რომ მეორისა არ შევამციროთ. ასეთ სიტუაციას გამოხატავს მრუდის შიგნით არსებული წერტილები.

უნდა განვასხვაოთ მრუდზე მოძრაობა მრუდის მოძრაობისაგან, მისი გადაადგილებისაგან. თუ საწარმოო შესაძლებელობები შემცირდა, მრუდი მარცხნივ გადმოინაცვლებს, მაგრამ ჩვეულებრივ საწარმოო პოტენციალი იზრდება და ამიტომ კანონზომიერია მრუდის მარჯვნივ გადაადგილება. ანუ მომავალი შესაძლებლობები იზრდება რესურსების ოპტიმალურად გამოყენების პირობებში.

ამგვარად, საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვარი გვიჩვენებს პროდუქციის ამ შემთხვევაში, ავტომობილებისა და კომპიუტერების კომბინაციებს, რომელთა წარმოებაც შეუძლია ეკონომიკას. ეკონომიკას წარმოება შეუძლია საზღვარზე ან მის შიგნით არსებულ ნებისმიერ წერტილში. საზღვრის გარეთ არსებული წერტილები მიუღწეველია ეკონომიკაში არსებული რესურსების პირობებში. საზღვრის შიგნით არსებული წერტილი ეკონომიკის არაეფექტურ ფუნქციონირებას ასახავს, როცა რესურსები სრულად არ არის გამოყენებული. საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვარი გვიჩვენებს ერთი საქონლის ალტერნატიულ დანახარჯს მეორე საქონლის ერთეულებში.

საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვარი ამარტივებს რთულ ეკონომიკურ რეალობას, რათა უფრო ცხადი და გასაგები გახადოს ზოგიერთი ისეთი ფუნდამენტური ცნება, როგორიცაა რესურსების შეზღუდულობა, ეფექტიანობა, არჩევანი, ალტერნატიული ღირებულება და ეკონომიკური ზრდა. ეკონომიკის შესწავლის პროცესში ეს ცნებები სხვადასხვა სახით შეგხვდებათ. საწარმოო შესაძლებლობათა საზღვრის მოდელი ამ იდეებზე მსჯელობის ერთ-ერთი მარტივი საშუალებაა.

თემა 3. ეკონომიკური სისტემები

3.1. ეკონომიკურ სისტემათა ტიპები.
საბაზრო ეკონომიკის განსაზღვრა.

ყველა ეკონომიკური სისტემის საფუძველს წარმოადგენს შემდეგი ფუნდამენტალური საკითხები: 1) როგორ გამოიყენება შეზღუდული რესურსები საზოგადოების საჭიროების დასაკმაყოფილებლად?

2) როგორი საქონელი და მომსახურება იწარმოება და როგორი ტექნოლოგიით?

3) ვინ აწარმოებს მას?

4) როგორ ნაწილდება ეს საქონელი და მომსახურება საზოგადოების წევრებს შორის, ანუ ვინ არის მესაკუთრე?

ამ შეკითხვებზე პასუხების სხვადასხვა ვარიანტი განსაზღვრავს ეკონომიკური სისტემის სამ ძირითად ტიპს: კაპიტალისტურს, კომუნისტურს და სოციალისტურს. მათ შორის სხვაობის გამოსამჟღავნებლად საუკეთესო მეთოდია – შევადაროთ თავისუფლების ხარისხი, რომელსაც ისინი თავაზობენ ინდივიდებს.

I- კაპიტალიზმი (საბაზრო ეკონომიკური სისტემა). იგი ყველაზე წმინდა სახით მოქმედებს ამერიკის შეერთებულ შტატებში. ეს სისტემა გულისხმობს ინდივიდუალური თავისუფლების მაღალ ხარისხს. კაპიტალიზმის ფილოსოფიური საფუძველი ჩაისახა XVIII

საუკუნეში, როდესაც ცნობილმა კლასიკოსმა ეკონომისტება ადამ სმითმა (1723-1790) და დევიდ რიკარდომ (1772-1827), წამოაყენეს წმინდა კაპიტალიზმის თეორია. კაპიტალისტურ ეკონომიკაში ყველა გადაწყვეტილება, რომელიც დაკავშირებულია წარმოებასთან და რესურსების განაწილებასთან, უნდა იქნეს მიღებული კერძო მფლობელების მიერ. ამ დროს ბაზარი მოქმედებს, როგორც თვითრეგულირებადი მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოებისათვის აუცილებელი საქონლის წარმოებას საჭირო რაოდენობით ყოველგვარი მითითებების გარეშე. ამ დროს კონკურენცია, ანუ ბრძოლა პირველობისათვის არეგულირებს საბაზრო პროცესებს, რასაც ადამ სმითმა "უხილავი ხელი " უწოდა თავის ცნობილ წიგნში "ხალხთა სიმდიდრე". ეს წიგნი დაიწერა 1776 წელს და მას დღესაც არ დაუკარგავს აქტუალობა.

საბაზრო ეკონომიკა თავისი ბუნებიდან გამომდინარე, წარმოადგენს დეცენტრალიზებულ, მოქნილ, პრაქტიკულ და ცვალებად სისტემას. მისთვის დამახასიათებლად ითვლება ის ფაქტი, რომ ის მოკლებულია ცენტრიდან მართვას. შემთხვევითი არ არის, რომ ისეთი გამოთქმა, როგორიც არის "უხილავი ხელი", გახდა მეტაფორა, რომელიც ყველაზე ხატოვნად განსაზღვრავს კერძო ბაზრის არსს.

საბაზრო ეკონომიკა დაფუძნებულია პირადი თავისუფლების ფუნდამენტურ პრინციპებზე:

1. მომხმარებელი თავისუფალია აირჩიოს მისთვის სასურველი ნებისმიერი პროდუქტი ბაზარზე წარმოდგენილი უამრავი კონკურენტუნარიანი საქონლიდან;
2. მწარმოებელი თავისუფალია დაიწყოს ან გააფართოოს საქმე და შესაბამისად თავის თავზე აიღოს ამასთან დაკავშირებული ყველა რისკი, ხოლო წარმატების შემთხვევაში მიიღოს მოგება;
3. მომუშავე თავისუფალია აირჩიოს სამუშაო ან კარიერა, ერთი დამქირავებლიდან გადავიდეს მეორესთან.

სწორედ თავისუფლების, რისკის და შესაძლებლობების დამკვიდრება აერთიანებს თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკას პოლიტიკურ დემოკრატიასთან. მაგრამ უნდა აღინიშნოს რომ არსებობს მომენტები, როდესაც საერთო ინტერესები ზოგჯერ ითხოვს სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევას. იმის გამო, რომ სახელმწიფოს უნარი შესწევს გამოიყენოს თავისი ძალაუფლება იმოქმედოს ფასებზე, შრომის ანაზღაურებაზე, ან რესურსების განაწილებაზე, ამერიკულ (და მსგავს) ეკონომიკურ სისტემას შეიძლება ეწოდოს შერეული კაპიტალიზმი.

თუმცა შერეული კაპიტალიზმის დროსაც კერძო პირებს აქვთ საშუალება დამოუკიდებლად განსაზღვრონ რა, როგორ და ვისთვის აწარმოონ. ის გარემოება, რომ ადამიანს ამოძრავებს კერძო ინტერესები, განიხილება, როგორც ეკონომიკური განვითარების ყოვლისმომცველი პრინციპი, რომლის გამოყენებას საზოგადოებისათვის მთლიანობაში, დიდი სარგებლობა

მოაქვს. ეკონომიკური სისტემის აღნიშნული ტიპი მოქმედებს ისეთ მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში, როგორიცაა აშშ, კანადა, დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, იაპონია და სხვა.

ასეთი კაპიტალისტური ეკონომიკა ფუნქციონირებს თავისუფალი ბაზრის სისტემის პრინციპით. ამიტომაც მას უწოდებენ საბაზრო ეკონომიკას. თავისი არსით ეს ნიშნავს, რომ თუ თქვენ რაიმე გაქვთ გასაყიდი – საქონელი, ანდა მომსახურება – შეგიძლიათ მას დაადოთ ნებისმიერი ფასი და მიჰყიდოთ ნებისმიერ მყიდველს, რომელიც მზადაა გადაიხადოს თქვენს მიერ შეთავაზებილი საფასური. და პირიქით, როგორც მომხმარებელმა, თქვენ შეგიძლიათ შეიძინოთ ყველაფერი რაც გინდათ იმ გამყიდველთან, რომელსაც თქვენ აირჩევთ.

II - კომუნიზმი (გეგმიური ეკონომიკური სისტემა). ეს სისტემა ყველაზე ნაკლებად სთავაზობს ცალკეულ პიროვნებებს ეკონომიკურ თავისუფლებას. კომუნისტური სისტემა ხასიათდება წარმოების საშუალებებზე საზოგადოებრივი საკუთრებით და რესურსების გეგმიური განაწილებით. ამ ტიპის ეკონომიკისათვის გეგმიურ განაწილებას იმდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს, რომ მას ხშირად უწოდებენ გეგმიურ ეკონომიკას. გეგმიური ეკონომიკის მთავარი მიზანია – სოციალური თანასწორობის დამყარება. იგი დამახასიათებელია ისეთი ქვეყნებისათვის, როგორიცაა ჩრდილოეთ კორეა და კუბა. სხვადასხვა ქვეყანაში კომუნიზმის პრინციპი სხვადასხვა ხარისხით მოქმედებს. კომუნიზმი გულისხმობს, რომ წარმოების ყველა ფაქტორი იმყოფება სახელმწიფოს კონტროლის ქვეშ. რესურსების განაწილება ხდება მკაცრი ცენტრალიზებული დაგეგმვის მიხედვით, რომელიც მოქცეულია სახელმწიფო ჩინოვნიკების ხელში. ისინი წყვეტენ რომელი საქონელი და როგორ აწარმოონ, ასევე ვის მიჰყიდონ იგი.

გეგმიურ ეკონომიკას გააჩნია როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი მხარეები. ასეთი ეკონომიკა უზრუნველყოფს შედარებით ნაკლებ განსხვავებას მდიდრებსა და ღარიბებს შორის. ამ სისტემისათვის დამახასიათებელია სწრაფვა სოციალური კეთილდღეობისაკენ. უმუშევრობა და ინფლაცია ექვემდებარება კონტროლს. ნაკლოვანება ისაა, რომ საწარმოები მოკლებულნი არიან დაწინაურების შესაძლებლობას, არ გააჩნიათ სტიმული ახალი საქონლის გამოშვებისათვის და შრომის ეფექტიანობის ამაღლებისათვის. მიუხედავად იმისა, რომ კომუნიზმს ჯერ კიდევ ყავს მიმდევრები, ყოფილი კომუნისტური ქვეყნები სულ უფრო მეტად ასუსტებენ ან საერთოდ აუქმებენ ცენტრალიზებულ კონტროლს ეკონომიკაზე და პრიორიტეტს ინდივიდუალურ ინიციატივას ანიჭებენ. ეს პროცესი განსაკუთრებით შესამჩნევია აღმოსავლეთ ევროპაში, აღმოსავლეთ გერმანიაში, პოლონეთში, უნგრეთში, ჩეხოსლოვაკიასა და ბულგარეთში. ასევე დაინგრა საბჭოთა კავშირი, 1991 წელს, რომელმაც 70 წელზე მეტ ხანს ვერ იარსება. ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკები კი დაადგნენ საბაზრო

ეკონომიკის გზას. თუმცა გარდამავალი პერიოდი სავსე იყო პრობლემებით, არასტაბილურობით, უმუშევრობა და ინფლაცია სწრაფად იზრდებოდა და ცხოვრების დონეც დაეცა პირველ ეტაპზე. ეს პრობლემები თანდათან დაძლეულ იქნა მეტ-ნაკლებად. რაც შეეხება ჩინეთში არსებულ კომუნისტურ წყობას, იგი სულ უფრო ლიბერალური ხდება და გამუდმებით დგამენ ნაბიჯებს საბაზრო ეკონომიკის მიმართულებით. ჩინელები სწრაფად ითვისებენ დასავლური ტიპის მენეჯმენტს და ატარებენ რეფორმებს ამ მიმართულებით.

III- სოციალიზმი. ეკონომიკურ სისტემათა ეს ტიპი ხასიათდება ეკონომიკური თავისუფლების საშუალო ხარისხით. დაგეგმვის მასშტაბები შედარებით დიდია, თუმცა სახელმწიფოს ჩარევა ეკონომიკაში შემოიფარგლება იმ დარგებით, რომელთაც გააჩნია უპირველესი მნიშვნელობა საზოგადოების კეთილდღეობისათვის. ასეთებია – ტრანსპორტი, კომუნალური მომსახურება, მედიცინა, ფოლადის წარმოება, კავშირგაბმულობა. ამ დარგებში სახელმწიფო ფლობს წარმოების ყველა საშუალებას, განსაზღვრავს რა უნდა იყოს წარმოებული, როგორ განაწილდება საბოლოო პროდუქცია. ასეთ სისტემაში კერძო საკუთრება დაიშვება მხოლოდ ისეთ დარგებში, რომლებიც არ ითვლება ეკონომიკაში ყველაზე მნიშვნელოვნად. გადასახადები სოციალისტურ ქვეყნებში ძალიან მაღალია, რადგან სახელმწიფო თავის თავზე იღებს სამედიცინო მომსაახურების და განათლების ხარჯებს, ასევე აფინანსებს ბინათმშენებლობას და სხვა საზოგადოებრივ მომსახურებას.

სოციალიზმი უშვებს კაპიტალიზმის ელემენტების გამოყენებას ეკონომიკის საბაზისო დარგებში. იზრდება კერძო საკუთრების წილი. ლათინურ ამერიკაში, მექსიკასა და ჩილეში იყიდება სახელმწიფო საწარმოები, ისეთები, როგორიცა სატელეფონო კომპანიები და ავიახაზები. ბოლივიამ, კოლუმბიამ და კოსტა-რიკამ დაიწყეს თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის შენება 80-იანი წლებიდან და შედეგად განიცდიან წარმოების ბუმს. არგენტინა და ბრაზილია ასევე გადადის თავისუფალი ვაჭრობის პრინციპებზე. ევროპის ქვეყნებში სოციალიზმი ყველაზე უფრო დამახასიათებელია შვედეთის ეკონომიკისათვის, რის გამოც დამკვიდრდა გამოთქმები "სოციალიზმის შვედური მოდელი" ან "ეკონომიკის შვედური მოდელი". ასეთივე მოდელია დანიასა და ჰოლანდიაში. ამ ქვეყნებში სახელმწიფო თავის მოქალაქეებს სთავაზობს წარმოუდგენელ შეღავათებს: მაგ. უმუშევარი ექვსი თვის განმავლობაში იღებს ბოლო სამუშაო ადგილას თავისი ხელფასის 80 %-ს, შემდგომი ორი წლის განმავლობაში კი 75 %-ს. მკურნალობა საავადმყოფოში დღეში მხოლოდ 4 დოლარი ღირს, კბილების მკურნალობა ბავშვებისათვის უფასოა და სხვა მრავალი. მაგრამ გადასახადები ამ ქვეყნებში აღწევს 65-75 %-ს. ბევრი პოლიტიკოსი შვედეთში აღიარებს მაღალი გადასახადების ნაკლოვან მხარეს. ამგვარად, იმ ქვეყნებში, სადაც არის სოციალისტების მთავრობა, ხშირად სახელმწიფო იღებს მისი მოქალაქეების მიერ

გამომუშავებული თანხის უდიდეს ნაწილს და აბრუნებს მას უკან სოციალური მომსახურების ფორმით. როგორც წესი, სახელმწიფო უზრუნველყოფს ადამიანების უფრო კარგ დაცვას, უფრო მაღალ სოციალურ შეღავათებს, ვიდრე კაპიტალიზმი. ხოლო მთავარი პრობლემა მდგომარეობს სწორი ბალანსის პოვნაში სახელმწიფოსა და კერძო ინიციატივას შორის.

3.2. საბაზრო ეკონომიკის მოდელები.

საბაზრო სისტემის უპირატესობები მრავალი ასპექტით ვლინდება, რომელთა შორის უმთავრესია რესურსების ეფექტიანი გამოყენება და მეწარმეთა ეკონომიკური თავისუფლება. "უხილავი ხელი" ისეთნაირად მართავს პირად ინტერესებს, რომ არსებული რესურსების ხარჯზე საზოგადოებას უზრუნველყოფს სულ უფრო მეტი რაოდენობის საქონლით, ეს კი ნიშნავს მაქსიმალურ ეკონომიკურ ეფექტიანობას.

საბაზრო ეკონომიკის მოდელები განსხვავებულია. ძირითადად განასხვავებენ საბაზრო ეკონომიკის ამერიკულ, იაპონურ, ფრანგულ, გერმანულ და სამხრეთ კორეულ მოდელებს.

საბაზრო ეკონომიკის ამერიკული მოდელი აგებულია მეწარმეობის ძლიერ მხარდაჭერაზე და ორიენტირებულია მოსახლეობის აქტიური ნაწილის გამდიდრებაზე. აშშ-ს ეკონომიკაში სახელმწიფოებრივი ჩარევის პოლიტიკა ნაკლებად პოპულარულია, თუმცა მეცნიერებატევად დარგებში სხელმწიფო უფრო აქტიურ როლს ასრულებს და აძლიერებს მაღალტექნოლოგიურ სფეროთა პროექტების დაფინანსებას.

იაპონურმა მოდელმა თავისი ორიგინალობით და დახვეწილობით განაპირობა ქვეყნის ეკონომიკის აყვავება და ცხოვრების მაღალი დონე. იაპონია მოკლე პერიოდის განმავლობაში არა მარტო დაეწია ამერიკას და ევროპას, არამედ თითქმის ყველა მაჩვენებლის მიხედვით გაუსწრო კიდეც მათ. ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია რამდენიმე ფუძემდებლური პრინციპი, რომელთა შორის გამოირჩევა კორპორაციში დასაქმებულთა ინტერესების ერთიანობა, სადაც ყველა ერთისათვის და თითოეული ყველასათვის ზრუნავს. ფართოდ გამოიყენება საწარმოთა მოგებაში მუშაკთა მონაწილეობის სისტემა, როგორც წარმოების ზრდის ავტომატური რეგულატორი. მუშაკები თავიანთ თავს თვლიან უფრო მუდმივ პარტნიორებად, ვინემ დაქირავებულებად. კონფუციანურ-ბუდისტური რელიგიური ტრადიცია მნიშვნელოვნად მიიჩნევს ისეთ ღირებულებებს, როგორიცაა სიმშვიდე, ჰარმონია, სამუშაოს გულდასმით შესრულება, სრულყოფის მიღწევა ნებისმიერ საქმეში.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ იაპონელებმა გამოავლინეს ადაპტირების სასწაულები, მიიღეს და აითვისეს მათთვის სრულიად უცხო ეკონომიკური რეფორმები,რომლებიც შესთავაზეს ამერიკელმა პროფესორებმა. ხოლო 80-იან წლებში თავად ამერიკელი პროფესორები და

მეწარმენი მიდიოდნენ იაპონიაში, რათა შეესწავლათ იაპონური მენეჯმენტი. 60-70-იან წლებში იაპონელები ყიდულობდნენ ტექნოლოგიებზე უცხოურ პატენტებს და ლიცენზიებს, ხოლო 20 წლის შემდეგ იაპონია თვით გახდა ყველაზე ტექნოლოგიურად განვითარებული ქვეყანა, რომელიც თავად ქმნის ახალ ტექნოლოგიებს ეკონომიკის ყველა პერსპექტიულ დარგში.

საბაზრო ეკონომიკის ფრანგული მოდელი რაციონალურად იყენებს დაგეგმვას, რომლის უპირველესი ამოცანაა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი და კერძო სექტორის კოორდინაცია, ანუ შერეული ეკონომიკის მართვა. საბოლოო ანგარიშით იგი ზემოქმედებას ახდენს საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირებაზე მისი ოპტიმიზაციის მიმართულებით. სახელმწიფოს ჩარევა კერძო მეწარმეობაში, როგორც წესი, შეზღუდულია.

საფრანგეთში აღიარებულია, რომ საბაზრო ურთიერთობათა არსი პრიორიტეტების შერჩევაშია. მათთვის ცივილიზებული დაგეგმვის ლაიტმოტივია: დაგეგმეთ მხოლოდ "სტრატეგია", დანარჩენი მიანდეთ ბაზარს. სტრატეგიულ მიმართულებებში ფიგურირებს დასაქმების უზრუნველყოფა, განათლების და მეცნიერულ გამოკვლევათა განვითარება, მოსახლეობის სოციალური უზრუნველყოფა, ტერიტორიული კეთილმოწყობა, სახელმწიფო აპარატის სრულყოფა.

საბაზრო ეკონომიკის გერმანული მოდელი. ეს არის ჩამოყალიბებული, კონკურენციაზე დაფუძნებული ეკონომიკური სისტემა. მართალია, იგი არ იცავს ყველას გარდაუვალი რისკისა თუ სხვა შემთხვევისაგან, მაგრამ ადამიანებს საშუალებას აძლევს მაქსიმალურად განავითაროს თავისუფალი, კერძო ინიციატივა კონკურენციის და სახელმწიფოებრივი რეგულირების შეხამების პირობებში. ახლა გერმანული მოდელი სოციალური საბაზრო ეკონომიკაა, როცა მეწარმეებს ენიჭებათ სრული თავისუფლება – იმუშავონ პირადი სარგებლობისათვის. აქ ყველასათვის შექმნილია თითქმის თანასწორი სასტარტო პირობები. გერმანული მოდელის საფუძველია მაღალმწარმოებლური შრომის შესაბამისი სტიმულირება და სოციალური გარანტიების ჰარმონიული კომბინაცია, რისთვისაც მას მიიჩნევენ ყველაზე ოპტიმალურ მოდელად.

სამხრეთკორეული მოდელი იაპონური ყაიდისაა. მიიღო რა სამოცდაათიანი წლების ბოლოს ეკონომიკის სტრუქტურული გარდაქმნის იაპონური მოდელი, კორეამ მკვეთრად დააჩქარა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების ტემპი. წარმოების ტექნიკური აგებულებით სწრაფად მიუახლოვდა აშშ-ს მრეწველობის დონეს. კორეამ (იაპონიაზე მეტადაც) კურსი აიღო კაპიტალის მკვეთრ კონცენტრაციაზე. ამის შედეგი არის ის, რომ დღეისათვის მსხვილი ბიზნესი დომინირებს. ეს მოდელი ეყრდნობა პრიორიტეტული დარგების განვითარებას, ექსპორტის ზრდას, დაგეგმვის განვითარებას. სწორედ ამან განაპირობა მოკლე პერიოდში

ქვეყნის დიდი ეკონომიკური, სოციალური და მეცნიერულ-ტექნოლოგიური წარმატება და მსოფლიო ბაზარზე მაღალი კონკურენტუნარიანობა.

3.3. საკუთრების ეკონომიკური ასპექტები. საკუთრების ფორმები და სახეები.

საკუთრება საზოგადოების განვითარების გამომხატველი კატეგორიაა. იგი განსაზღვრავს მოცემული საზოგადოების ეკონომიკურ და პოლიტიკურ სტრუქტურას, მის შედგენილობას, საზოგადოების განვითარების საერთო მიმართულებებს, სოციალურ შედეგებს, მოცემული საზოგადოების კულტურას და ა.შ.

ეკონომიკური სისტემების მიხედვით იცვლება საკუთრების ფორმები. საკუთრების საგნების წრე მრავალფეროვანია. იგი მრავალგვარი საგნის, ნივთების, საწარმოების, მიწის და პირუტყვის გვერდით, ზოგიერთ ეპოქაში, მაგალითად, მონათმფლობელობის დროს, მონის სახით ადამიანსაც კი მოიცავდა. საკუთრების ობიექტია ძირითადად წარმოების საშუალებები (შენობები, ნაგებობები, მანქანა-დანადგარები, ქარხნები, ფაბრიკები და ა.შ.) და მოხმარების საგნები. ეკონომიკური სისტემების თვალსაზრისით გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს წარმოების საშუალებებზე საკუთრების ფორმებს. ამიტომ, როდესაც ვსაუბრობთ საკუთრების ფორმებზე, ძირითადად სწორედ წარმოების საშუალებებზე საკუთრების ფორმები იგულისხმება. კომუნიზმის დროს არსებობს მხოლოდ სახელმწიფო საკუთრება წარმოების საშუალებებზე, სოციალიზმის დროს – კერძო და სახელმწიფო საკუთრება ერთდროულად გვევლინება, მაგრამ სახელმწიფო საკუთრებაა საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან დარგებში. რაც შეეხება კაპიალიზმს, საბაზრო ეკონომიკას, აქ დომინანტური როლი კერძო საკუთრებას უკავია. ამრიგად, ეკონომიკური სისტემის შეცვლას აუცილებლად ემთხვევა წარმოების საშუალებებზე საკუთრების ფორმის შეცვლა.

ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვაოთ საკუთრება, როგორც (რეალური) ეკონომიკური ურთიერთობა და (ფორმალური) იურიდიული უფლება. საკუთრების ეკონომიკური (რეალური) ფორმის შინაარში ადამიანის მიერ საგნების მითვისების ფორმაა. საგნების მითვისება საფეხურებრივი ხასითისაა და გამოიხატება შემდეგი ეკონომიკური კატეგორიებით: მითვისება, მფლობელობა, სარგებლობა, განკარგვა (სრული საკუთრება). თავდაპირველად პირველყოფილი ადამიანი ითვისებს ბუნების პროდუქტებს, შემდეგ ხდება მისი უშუალო მფლობელი, იწყებს დოვლათის წარმოებას და ასე განკარგავს მას. ამრიგად, ისტორიულად, ბუნების პროდუქტების მითვისებამ თანდათანობით საკუთრების სახე

მიიღო და დამოუკიდებელ ფორმად ჩამოყალიბდა. საკუთრება მოიცავს მფლობელობას და სარგებლობას, როგორც დაქვემდებარებულ მომენტს.

საკუთრების იურიდიული (ფორმალური) სახე კანონმდებლობით ყალიბდება, რომელიც გამოხატულებას პოულობს საკანონმდებლო გადაწყვეტილებებსა და აქტებში. საკუთრების უფლების კანონმდებლობით მოწესრიგებას და სახელმწიფოებრივ დაცვას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს. ცნობილია საკუთრების შემდეგი ძირითადი ფორმები:

კერძო , კოლექტიური , სახელმწიფო , შერეული.

კერძო მესაკუთრეა ის, ვინც საკუთრების ობიექტს (უმთავრესად წარმოების საშუალებებს) გამოიყენებს შემოსავლის (მოგების) მიღების მიზნით. თუ საკუთრების ობიექტები (მოხმარების საგნები) გამოიყენება პირადი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, მაშინ იგი პირად საკუთრებას წარმოადგენს. პირადი საკუთრების ობიექტებია: საცხოვრებელი სახლი, საოჯახო მეურნეობისათვის აუცილებელი ინვენტარი, საოჯახო და პირადი მოხმარების საგნები.

მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში არსებობს წარმოების საშუალებებზე კოლექტიური (ჯგუფური) საკუთრება. მისი სახეებია: აქციონერთა საზოგადოებების, კოოპერატივების, სამეურნეო ამხანაგობების, მოქალაქეთა გაერთიანებების, ასოციაციების საკუთრება.

სახელმწიფო საკუთრება ქვეყნის მოქალაქეთა საერთო კუთვნილებაა, რომელსაც ხალხის სახელით განაგებენ სახელმწიფო მმართველობის ორგანოები. სახელმწიფო საკუთრება არაერთგვაროვანია. არსებობს მისი შემდეგი ძირითადი სახეები: ფედერალური (საერთო-სახელმწიფოებრივი) და მუნიციპალური (ადგილობრივი მმართველობის ორგანოების).

შერეული საკუთრება იქმნება ქვეყანაში არსებული საკუთრების სხვადასხვა ფორმის საწარმოებისა და საზღვარგარეთის ქვეყნების კაპიტალის გაერთიანების გზით. ასეთი საკუთრება ხელს უწყობს, ახალ მიღწევათა სწრაფად დანერგვას, მოწინავე ტექნოლოგიების გამოყენებას და ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებას. ამჟამად საქართველოში მიღებულია საკუთრების ყველა ეს ფორმა.

თემა 4. ეკონომიკის ათი პრინციპი

ამ თემის განხილვის დროს გავეცნობით ისეთ საკითხებს, როგორიცაა ალტერნატივები და რაციონალური გადაწყვეტილება; ბაზარი, როგორც ეკონომიკური საქმიანობის ორგანიზების საშუალება; ბაზრის ფიასკო და სამთავრობო რეგულირება; ქვეყნის ცხოვრების დონის დამოკიდებულება საქონლისა და მომსახურების წარმოების უნარზე; ალტერნატივა ინფლაციასა და უმუშევრობას შორის მოკლევადიან პერიოდში.

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ეკონომიკა სწავლობს შეზღუდული რესურსების ეფექტიანად მართვის პრობლემას. სწორედ ეკონომისტები შეისწავლიან, როგორ იღებენ ადამიანები გადაწყვეტილებას: რამდენი იმუშაონ, რა იყიდონ, რამდენი დაზოგონ და როგორ დააბანდონ თავიანთი დანაზოგები. ამას გარდა, ეკონომისტები შეისწავლიან ადამიანთა შორის ურთიერთობებსაც. მაგ. როგორ განსაზღვრავს საქონლის მყიდველთა და გამყიდველთა ერთობლიობა საქონლის ფასს და ამ ფასად გაყიდული საქონლის რაოდენობას და სხვა. ასევე ეკონომისტები აანალიზებენ მთლიანად ეკონომიკაზე მოქმედ ძალებს და ტენდენციებს.

მიუხედავად იმისა, რომ ეკონომიკა მრავალწახნაგოვანია, მას რამდენიმე ცენტრალური იდეა აერთიანებს. იმისათვის, რომ ეკონომიკაზე ზოგადი წარმოდგენა შეგვექმნას, უნდა გავეცნოთ ეკონომიკის ათ პრინციპს. ეს პრინციპები მრავალჯერ შეგხვდებათ შემდეგი თემების შესწავლისას.

პრინციპი №1: ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგანან.

რესურსების შეზღუდულობის გამო, იმის მისაღებად, რაც მოგვწონს, უნდა დავთმოთ სხვა რამ, რაც აგრეთვე მოგვწონს. ანუ უნდა გავაკეთოთ არჩევანი სხვადასხვა შესაძლო ვარიანტიდან, ალტერნატივიდან. განვიხილოთ ასეთი მაგალითი: მშობლები, რომლებმაც უნდა გადაწყვიტონ, როგორ დახარჯონ ოჯახის შემოსავალი. მათ შეუძლიათ იყიდონ კარგი ბეწვის ქურქი, იქეიფონ რესტორნებში, წავიდნენ დასასვენებლად ძვირადღირებულ კურორტებზე, ან დაზოგონ თავიანთი სახსრები სიბერეში მშვიდი ცხოვრების უზრუნველსაყოფად, ან ეს შემოსავალი მოახმარონ შვილების განათლებას. ამგვარად, როცა თქვენი მშობლები თქვენს განათლებაზე ხარჯავენ თანხებს, სხვა რამეზე უარს ამბობენ. ასევე დგას მთელი საზოგადოება ალტერნატივების წინაშე. კლასიკური ალტერნატივაა "იარაღი – კარაქი". ანუ იარაღის ქვეშ ვგულისხმობთ ეროვნულ თავდაცვას, ხოლო კარაქის ქვეშ – მოხმარების საქონელს. რაც უფრო მეტს ვხარჯავთ ეროვნულ თავდაცვაზე უცხოელი აგრესორებისაგან ჩვენი საზღვრების დასაცავად, მით უფრო ნაკლები სახსრები გვრჩება მოხმარების საქონელზე, ოჯახების ცხოვრების დონის ასამაღლებლად. ასევე მნიშვნელოვანი ალტერნატივა, რომელსაც საზოგადოება ყველაზე ხშირად უპირისპირდება, არის ალტერნატივა ეფექტიანობასა და თანასწორობას შორის. ეფექტიანობა გულისხმობს იმას, რომ საზოგადოება თავისი შეზღუდული რესურსებიდან მაქსიმუმს იღებს. თანასწორობა კი გულისხმობს, რომ ამ რესურსებიდან მიღებული სარგებლობა თანაბრად ნაწილდება საზოგადოების წევრებს შორის.

განვიხილოთ მაგალითი, ინდივიდუალური საშემოსავლო გადასახადი, მაღალშემოსავლიანი ადამიანისაგან უფრო მეტ თანხას იღებს და მას მთავრობა ანაწილებს ღარიბთა დასახმარებლად. ასეთი მიდგომა ხელს უწყობს თანასწორობას, მაგრამ აზარალებს

ეფექტიანობას. როდესაც მთავრობა "მდიდარს ართმევს, ღარიბს აძლევს", შრომის სტიმულები შედარებით მცირდება. ცხოვრების ალტერნატივების გაცნობიერებას დიდი მნიშვნელობა აქვს, რათა სწორად განისაზღვროს რა გაკეთდეს.

პრინციპი №2: ნივთის ალტერნატიული დანახარჯი არის ის, რასაც ვთმობთ ამ ნივთის ფლობისათვის.

იმის გამო, რომ ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგებიან, გადაწყვეტილების მიღებისას საჭირო ხდება დანახარჯების და სარგებლობის შედარება. მაგალითად, უნივერსიტეტში სწავლის სარგებლობა არის ინტელექტის ამაღლება, უკეთესი სამუშაოს მოძებნის შესაძლებლობის გაზრდა. ხოლო დანახარჯი - სწავლის ქირის, წიგნების, ოთახის ქირის და ტრანსპორტირების ხარჯების ჯამია. ასევე შეიძლება ჩავრთოთ ის ხელფასი, რომელიც შეგეძლოთ სადმე მუშაობით მიგეღოთ. ამ შემთხვევაში უნივერსიტეტში სწავლის სარგებლობა ბევრად მეტია, ვიდრე დანახარჯი. სწავლის დამთავრების შემდეგ შეგიძლიათ უფრო მაღალანაზღაურებადი სამუშაო იშოვოთ, ვიდრე გაუნათლებელმა ადამიანმა.
ამგვარად, ალტერნატივებიდან საუკეთესოს ვირჩევთ იმის მიხედვით, სარგებლიანობა არის თუ არა მეტი დანახარჯებზე.

პრინციპი № 3: რაციონალური გადაწყვეტილების მისაღებად საჭიროა ზღვრული ანალიზი.

ეკონომისტები ზღვრულ სიდიდეებს უწოდებენ დამატებით ცვლილებს. ხშირად საუკეთესო გადაწყვეტილების მიღება შესაძლებელია ზღვრული სიდიდეების ანუ დამატებითი ცვლილებების ანალიზით. განვიხილოთ მაგალითი იმის გასარკვევად, თუ როგორ გვეხმარება ზღვრული ანალიზი სწორი გადაწყვეტილების მიღებისას. დავუშვათ, ავიაკომპანიას 200-ადგილიანი თვითმფრინავის ერთი რეისი 100 000 დოლარი უჯდება. ასეთ შემთხვევაში ერთი ადგილის დანახარჯი იქნება 100 000: 200 =500 დოლარი. ზოგიერთმა შეიძლება იფიქროს, რომ კომპანიამ ბილეთი არ უნდა გაყიდოს 500 დოლარზე უფრო იაფად. მაგრამ ეს კომპანია თავის მოგებას გაზრდის, თუ ზღვრულად იაზროვნებს. დავუშვათ თვითმფრინავი გაფრენისათვის მზადაა, სალონში კი ათი ცარიელი ადგილია. დამატებითი მგზავრები მზად არიან გადაიხადონ მხოლოდ 300 დოლარი. ცხადია, რაციონალურად მოაზროვნე კომპანია ამჯობინებს, რომ დარჩენილი ბილეთები გაყიდოს 300 დოლარად, ვიდრე ეს თვითმფრინავი გაფრინდეს ათი ცარიელი ადგილით. რაციონალური ადამიანი ისე მოქმედებს, რომ ზღვრული სარგებლობა ზღვრულ დანახარჯებზე მეტი იყოს.

პრინციპი № 4: ადამიანები სტიმულებზე რეაგირებენ.

ადამიანთა ქცევის განსაზღვრაში სტიმულებს ცენტრალური ადგილი უკავია.

ერთ-ერთი ასეთი სტიმულია საქონელთა ფასები. როდესაც ვაშლის ფასი იზრდება, ადმიანები მეტ ფორთოხალს ან ატამს ყიდულობენ, ვაშლის ყიდვას კი ამცირებენ.

უდიდესი სტიმულია ხელფასიც. როცა ხელფასები იზრდება, ადამიანები უფრო მუყაითად და ხარისხიანად შრომობენ, ან იმ ფირმებს და კომპანიებში მუშაობას ანიჭებენ უპირატესობას, სადაც უფრო მაღალი ანაზღაურებაა. სტიმულირების თეორიის ყველაზე ცნობილი „მოქადაგე" იყო ფრედერიკ უ. ტეილორი (Frederick Wisiow Taylor) (1856-1915), რომელსაც ხშირად უწოდებენ მეცნიერული მართვის მამას. იგი მუშებისათვის ადგენდა გარკვეულ ქვოტებს ან გამომუშავების მინიმალურ ნორმებს, რომლებისათვისაც ყოველ მუშას უნდა მიეღწია. იმათ, ვინც აჭარბებდა დადგენილ ქვოტას, უხდიდნენ მაღალ გასამრჯელოს. შედეგად ამ სისტემამ შქმნა მძლავრი სტიმული შრომის ნაყოფიერების გაზრდისათის. ტეილორის სისტემა მრავალ კომპანიაში დაინერგა და გამოიღო მნიშვნელოვანი შედეგები. ამის მაგალითია „ ბეთლემ სტილის" ქარხნები 1900 წლისათვის.

ასევე პოლიტიკოსებმა უნდა გაითვალისწინონ პროგრამების განხორციელებისას, თუ როგორ შეიცვლება ადამიანთა ქცევა ამა თუ იმ პროგრამის შედეგად. თუ პოლიტიკა სტიმულებს ცვლის, ეს იწვევს ადამიანების ქცევის შეცვლას.

პრინციპი № 5: ვაჭრობას შეუძლია ყველას მდგომარეობის გაუმჯობესება.

ვაჭრობა თითოეულ ადამიანს, თითოეულ ქვეყანას საშუალებას აძლევს ხელი მოჰკიდოს იმ საქმიანობას, რაც ყველაზე კარგად ემარჯვება, აგრარული მეურნეობა იქნება ეს, თუ მრეწველობა. სხვებთან ვაჭრობით ადამიანებს შუძლიათ შეიძინონ უფრო მრავალფეროვანი საქონელი და მომსახურება ნაკლებ ფასად. ქვეყნები, ისევე როგორც ოჯახები, ბევრს იგებენ ერთმანეთთან ვაჭრობით. ვაჭრობა ქვეყნებს საშუალებას აძლევს აკეთოს ის საქმე, რაშიც საუკეთესონი არიან და მიიღონ მრავალფეროვანი საქონელი და მომსახურება. იაპონელები, ამერიკელები, თუ ევროპელები, მსოფლიო ეკონომიკაში არა მხოლოდ ჩვენი კონკურენტები, არამედ პარტნიორებიც არიან. ჩვენ მათთან ვაჭრობით საშუალება გვეძლევა შევიძინოთ ის საქონელი და მომსახურება, რომელიც ჩვენთან არ იწარმოება.

პრინციპი №6: ბაზრები ეკონომიკური საქმიანობის ორგანიზების კარგი საშუალებაა.

საბაზრო ეკონომიკა ეკონომიკური სისტემაა, რომელიც ანაწილებს რესურსებს მრავალი ფირმის დეცენტრალიზებული გადაწყვეტილებების მეშვეობით. ამ გადაწყვეტილებებს ფასები და პირადი ინტერესები წარმართავენ. ამიტომაც არის იგი ძალიან ეფექტიანი. ბაზარი, როგორც "უხილავი ხელი", არეგულირებს მილიონობით ადამიანთა ინტერესებს. ხოლო ფასები ის ინსტრუმენტია, რომლითაც ეს "უხილავი ხელი" ეკონომიკურ საქმიანობას წარმართავს. ფასები ასახავს როგორც საქონლის ფასეულობას საზოგადოებისათვის, ისე მათი წარმოებისათვის გაწეულ საზოგადოებრივ დანახარჯებს. ფასების მხედველობაში მიღებით

ინდივიდუალური გადაწყვეტილებები ხელს უწყობს საზოგადოების კეთილდღეობის მაქსიმიზაციას. ეს ფაქტი კომუნიზმის მარცხსაც ხსნის, რომლის დროსაც მოქმედებდა ცენტრალიზებული, გეგმიური ფასები, რაც იწვევდა ეკონომიკური სტიმულების შესუსტებას. მგეგმავები წყვეტდნენ, რა საქონელი და მომსახურება უნდა ეწარმოებინა ქვეყანას, რამდენი ეწარმოებინა და ვისთის. მაგრამ ცენტრალური დაგეგმვისას დაშვებული შეცდომები ზიანს აყენებდა მთელს ქვეყანას. ცენტრალიზებული მგეგმავები დამარცხდნენ იმის გამო, რომ არ ითვალისწინებდნენ ბაზრის კანონებს. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში კი, თვითონ ფირმები წყვეტენ რა საქონელი, რამდენი, როგორ და ვისთვის აწარმოონ. შეცდომის შემთხვევაში ფირმა კოტრდება, რაც აიძულებს ფირმის მეპატრონეებს რაციონალურად იაზროვნონ.

საბაზრო ეკონომიკა უფრო ეფექტიანი არის არა იმიტომ, რომ ადამიანებს ერთმანეთისადმი მხოლოდ სიყვარული და სიკეთე ამოძრავებთ, არამედ იმიტომ, რომ მათ პირადი ინტერესები მართავთ. აი, როგორ ხსნის ადამ სმითი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ადამიანის ქცევას: "ადამიანს მუდმივად სჭირდება თანამომმეთა დახმარება, მაგრამ მოლოდინი იმისა, რომ ისინი მხოლოდ დიდსულოვნების გამო დაეხმარებიან, უსაფუძვლოა. ადამიანი დახმარებას მაშინ უფრო მიიღებს, როცა შეძლებს სხვების დარწმუნებას იმაში, რომ ეს დახმარება მათთვისაც ძალიან მნიშვნელოვანია... ჩვენი სადილი ყასბის, მეფუნთუშის და სირაჯის დიდსულოვნების კი არა, იმის შედეგია, რომ ისინი საკუთარ ინტერესებს სცემენ პატივს". ცალკეული პირი ნაკლებად ფიქრობს საზოგადოებრივ ინტერესებზე. ის ძირითადად საკუთარ ინტერესს ემსახურება, მაგრამ "უხილავი ხელი" მის მოქმედებას ისე წარმართავს, რომ მისი ქმედება საბოლოო ჯამში საზოგადოებისათვისაც სასარგებლო ხდება. ხშირად ასე გაუცნობიერებლად მოტანილი სარგებლობა უფრო დიდია, ვიდრე ის, რომელსაც ეს პირი საზოგადოებას შეგნებულად მოუტანდა. ამგვარად სმითი ამბობს, რომ საბაზრო ეკონომიკის მონაწილეები მოტივირებული არიან პირადი ინტერესებით, ხოლო ბაზარზე მოქმედი კონკურენცია მათ მოქმედებებს საზოგადოებისათვის სასარგებლოდ წარმართავს.
სმითის მოსაზრებები საფუძვლად უდევს თანამედროვე ეკონომიკას და აქტუალურია.

პრინციპი № 7: მთავრობას ზოგჯერ შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება.

საბაზრო ეკონომიკა მხოლოდ მაშინ ფუნქციონირებს ეფექტიანად, როცა დაცულია საკუთრების უფლებები და კონკურენცია. ფერმერი არ მოიყვანს მოსავალს, თუკი არ იქნება დაცული ქურდობისაგან, რესტორნის მეპატრონე კლიენტს არ მოემსახურება, თუკი არ გადაუხდიან, არ იქნება დაცული და ა.შ. ანუ ყოველი ჩვენგანი დამოკიდებულია მთავრობის

მიერ დაფინანსებულ პოლიციასა და ჩვენი უფლებების დასაცავად არსებულ სასამართლო სისტემაზე. ასევე ხშირად ხდება საბაზრო ჩავარდნები, სიტუაცია, როდესაც ბაზარი საკუთარი ძალებით ვერ ახერხებს რესურსების ეფექტიანად განაწილებას. საბაზრო ჩავარდნების ერთი-ერთი მიზეზი გარეგანი ეფექტების არსებობაა. გარეგან ეფექტებზე შემდეგ თემებში ვისაუბრებთ. მოკლედ კი, გარეგანი ეფექტი ერთი პირის ქმედების გავლენაა მეორის ეკონომიკურ მდგომარეობაზე, რაც ყველაზე ხშირად იწვევს საბაზრო ჩავარდნებს, ბაზრის ფიასკოს. ბაზრის ფიასკოს კიდევ ერთი შესაძლო მაგალითია კონკურენციის შესუსტება მონოპოლიის მიერ, საბაზრო ძალაუფლება და სხვა. ამ და სხვა მიზეზის დროს აუცილებელი ხდება სახელმწიფოს ჩარევა. ბირითადად სახელმწიფო ინტერვენციის (ჩარევის) ორი მთავარი მიზეზი არსებობს: ეფექტიანობისა და თანასწორობის ხელშეწყობა. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, თითქმის ყველა სამთავრობო პოლიტიკის მიზანია ადამიანთა ეკონომიკური კეთილდღეობის გაზრდა.

ის, რომ მთავრობას შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება, სულაც არ ნიშნავს, რომ ამას ყოველთვის ახერხებს. სახელმწიფო პოლიტიკას ქმნიან არა ანგელოზები, არამედ პოლიტიკური პროცესები, რომლებიც შორსაა სრულყოფილებისაგან. ზოგჯერ პოლიტიკა მხოლოდ და მხოლოდ პოლიტიკური ძალაუფლების მქონეთა ინტერესების დასაცავადაა შექმნილი. ზოგჯერ კი პოლიტიკას ქმნიან კარგი განზრახვის მქონე, მაგრამ ცუდად ინფორმირებული ლიდერები. ეკონომიკის შესწავლის ერთ-ერთი მიზანია, დაგეხმაროთ იმის განსჯაში, შეუძლია თუ არა სამთავრობო პოლიტიკას, ხელი შეუწყოს ეფექტიანობას და სამართლიანობას. მთავრობა მუდმივად ეხმარება სტიქიური უბედურებისაგან დაზარალებულებს, ლტოლვილებს, სოციალურად დაუცველ ადამიანებს და სხვა. ხოლო საბაზრო ეკონომიკა ასეთ ქმედებებს არ ითვალისწინებს. ამიტომაც ვამბობთ, რომ მთავრობას შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება.

პრინციპი № 8: ქვეყნის ცხოვრების დონე დამოკიდებულია საქონლისა და მომსახურების წარმოების უნარზე.

სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული ცხოვრების დონეა. მაგ., საშუალო ამერიკელის წლიური შემოსავალი 38 ათასი დოლარია, საშუალო მექსიკელისა, დაახლოებით 9 ათასი დოლარი, საშუალო ნიგერიელისა – 900 დოლარი, ხოლო საქართველოში საშუალო წლიური შემოსავალი დაახლოებით 5 ათას დოლარს აღწევს. რა თქმა უნდა, შემოსავლებში ასეთი განსხვავება, ცხოვრების დონეზეც აისახება.

მაღალშემოსავლიანი ქვეყნების მოქალაქეებს უკეთესი ბინა, საკვები, ტანსაცმელი, სამედიცინო მომსახურება და დასვენების საუკეთესო პირობები აქვთ. ცხოვრების დონეთა ეს განსხვავება ამ ქვეყანათა მწარმოებლურობით განისაზღვრება. მწარმოებლურობა გამოსახავს

ერთ სამუშაო საათში წარმოებული საქონლისა და მომსახურების რაოდენობას. იმ ქვეყნებში, სადაც მშრომელები აწარმოებენ საქონლისა და მომსახურების დიდ რაოდენობას დროის ერთეულში, ადამიანთა ცხოვრების დონე მაღალია. ქვეყანაში, სადაც შრომა ნაკლებად მწარმოებლურია, ხალხი უფრო ღარიბულად ცხოვრობს. მწარმოებლურობის და ცხოვრების დონის ურთიერთდამოკიდებულებას დიდი მნიშვნელობა აქვს სახელმწიფო პოლიტიკისათვისაც. ცხოვრების დონის გაზრდისათვის მწარმოებლურობის გაზრდაა საჭირო. ამისათვის კი საჭიროა მშრომელთა კარგი განათლება და საუკეთესო ტექნოლოგიით მათი მომარაგება, რაზედაც სახელმწიფო პოლიტიკამ უნდა იზრუნოს.

პრინციპი № 9: ფასები იზრდება, როდესაც მთავრობა ძალიან ბევრ ფულს ბეჭდავს.

ამის მაგალითია საქართველოში "კუპონის" არსებობის პერიოდი, რომელიც სრულიად გაუფასურდა სწორედ იმის გამო, რომ ბევრი იბეჭდებოდა. ანუ ფული გამყარებული უნდა იყოს საქონლით და მომსახურებით. ეს იმას ნიშნავს, რომ გამოშვებული ფულის რაოდენობა საქონლისა და მომსახურების პროპორციული უნდა იყოს, წინააღმდეგ შემთხვევაში იწყება ინფლაცია (ფულის გაუფასურება), იზრდება ფასები და მისი კონტროლი შეუძლებელი ხდება. დიდი ან ხანგრძლივი ინფლაციის თითქმის ყველა შემთხვევაში დამნაშავეა ფულის რაოდენობის ზრდა. როდესაც მთავრობა ეროვნული ვალუტის დიდი რაოდენობით ემისიას (დაბეჭდვას) ახდენს, ფულის ღირებულება მცირდება. მაგ. გერმანიაში XX ს-ის 20-იან წლებში, როდესაც ფასები ყოველთვიურად სამმაგდებოდა, ფულის რაოდენობაც ყოველთვიურად სამმაგდებოდა. ანუ მაღალი ინფლაცია დაკავშირებული იყო მიმოქცევაში ფულის რაოდენობის სწრაფ ზრდასთან.

პრინციპი № 10. მოკლევადიან პერიოდში საზოგადოება დგას ინფლაციასა და უმუშევრობას შორის ალტერნატივის წინაშე.

1-ლი პრინციპიდან ვიცით, რომ ადამიანები ალტერნატივების წინაშე დგანან. ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ალტერნატივაა ინფლაციასა და უმუშევრობას შორის ალტერნატივა. ეს იდეა ეკონომისტთა კამათს იწვევს, მაგრამ მრავალი მათგანი მას ეთანხმება. ეს იმას ნიშნავს, რომ 1-2 წლიანი პერიოდის განმავლობაში მრავალი ეკონომიკური პოლიტიკის გავლენით ინფლაცია და უმუშევრობა სხვადასხვა მიმართულებას იძენს, მათ შორის არსებობს უარყოფითი კორელაცია უმუშევრობის გაზრდა ინფლაციას ამცირებს და პირიქით, უმუშევრობის შემცირება ინფლაციის მატებას იწვევს. პოლიტიკოსებიც ამ არჩევანის წინაშე დგებიან. ეს მოკლევადიანი აჩევანი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკონომიკური აქტივობის ანალიზის საქმეში. პოლიტიკოსებს შეუძლიათ ინფლაციასა და უმუშევრობის კომბინაციაზე ზემოქმედება. ამ ზემოქმედების მონეტარულ და ფისკალურ ინსტრუმენტებს შემდეგ თემებში გავეცნობით.

ამგვარად, პირველი ოთხი პრინციპი ეხება იმას, თუ როგორ იღებენ ადამიანები გადაწყვეტილებებს. შემდეგი სამი პრინციპი გვიხსნის, თუ როგორ ურთიერთქმედებენ ადამიანები. ხოლო ბოლო სამი პრინციპი ახასიათებს ეკონომიკას, როგორც მთლიან სისტემას.

სავარჯიშოები

№1. საკალათბურთო ტოტალიზატორში 100 დოლარი მოიგეთ. შეგიძლიათ ეს თანხა მაშინვე დახარჯოთ, ან შეიტანოთ თქვენს საბანკო ანგარიშზე, სადაც სარგებელი 5 %-ია. როგორია 100 დოლარის მაშინვე დახარჯვის ალტერნატიული დანახარჯი?

№ 2. კომპანიამ, რომელსაც მართავთ, 5 მილიონი დოლარი დააბანდა ახალი პროდუქტის შექმნაზე, მაგრამ ამ პროდუქტის შექმნის პროცესი ჯერ არ დასრულებულა. უკანასკნელ თათბირზე თქვენი გამყიდველები გამცნობენ, რომ ბაზარზე ახალი პროდუქტის შემოტანამ თქვენი ახალი პროდუქტის რეალიზაციის მოსალოდნელი მოცულობა 3 მილიონ დოლარამდე შეამცირა. თუ პროდუქტის შექმნის პროცესის დასრულება 1 მილიონი დოლარი ჯდება, გადაიხდით თუ არა ამ თანხას და შექმნით თუ არა პროდუქტს?

№ 3. ნატურალური წვენების მწარმოებელი კომპანიის სამი მენეჯერი მსჯელობს მწარმოებლურობის შესაძლო გაზრდის შესახებ. თითოეული მათგანი გადაწყვეტილების საკუთარ გზას სთავაზობს კოლეგებს:

დავითი: უნდა გავარკვიოთ ჩვენი კომპანიის მწარმოებლურობა – წვენის გამოშვების რაოდენობა თითოეულ მომუშავეზე, მოიმატებს თუ დაიკლებს.

ვახტანგი: უნდა გამოვთვალოთ, ჩვენი საშუალო დანახარჯები თითოეულ მომუშავეზე დაიკლებს თუ მოიმატებს.

გიორგი: უნდა გავარკვიოთ, წვენის დამატებითი რაოდენობის გაყიდვიდან მიღებული შემოსავალი გადააჭარბებს თუ არა გაზრდილ დანახარჯებს.

განსაზღვრეთ რომელია მართალი და რატომ?

თემა 5. მიწოდებისა და მოთხოვნის საბაზრო ძალები

5.1. ბაზრები და კონკურენცია.

ბაზრის ეფექტიანად ფუნქციონირებისათვის იგი უნდა იყოს კონკურენტული. კონკურენტული ბაზარი ეწოდება ბაზარს, სადაც მრავალი მყიდველი და გამყიდველია, ხოლო თითოეული მათგანი უმნიშვნელო გავლენას ახდენს საბაზრო ფასზე. თითოეული

გამყიდველი შეზღუდულია ფასის განსაზღვრაში, ვინაიდან სხვა გამყიდველებიც ასეთივე პროდუქციას ყიდიან. თუ გამყიდველი თავის კონკურენტებზე მეტ ფასს დაადებს თავის პროდუქციაზე, იგი არ გაიყიდება. ხოლო ნაკლები ფასის შემთხვევაში მან შეიძლება ვერ აანაზღაუროს დანახარჯები. შესაბამისად ერთ ცალკეულ გამყიდველს არ შეუძლია ფასის შეცვლა. ანალოგიურად, ერთ ცალკეულ მყიდველს არ შეუძლია ზემოქმედება მოახდინოს ფასის შეცვლაზე, რადგან იგი საქონლის მცირე რაოდენობას ყიდულობს.

სრულყოფილად კონკურენტული ბაზარი განისაზღვრება ორი მახასიათებლით:

1) გასაყიდად შემოთავაზებული საქონელი ერთნაირია;

2) მყიდველებისა და გამყიდველების რაოდენობა იმდენად დიდია, რომ თითოეული მათგანი ვერ შეცვლის საქონლის ფასს.

ვინაიდან სრულყოფილი კონკურენციის ბაზრებზე მყიდველები და გამყიდველები იძულებულნი არიან მიიღონ ბაზრის მიერ განსაზღვრული ფასი, ამიტომ მათ ფასის მიმღებს უწოდებენ. საბაზრო ეკონომიკაში არ არსებობს სამთავრობო მგეგმავი უწყება, ამიტომ კონკურენცია და ფასები თავად არეგულირებს პროცესებს. მაღალი ფასი იმის სიგნალია მწარმოებლისთვის, რომ ბაზარზე ეს საქონელი მცირე რაოდენობითაა და საჭიროა მისი წარმოების გადიდება. ხოლო დაბალი ფასი მიანიშნებს ამ საქონლის წარმოების შემცირებისაკენ და ან სულაც შეწყვეტისაკენ, თუ, იგი არ ანაზღაურებს დანახარჯებს.

თუკი საბაზრო ეკონომიკას უხილავი ხელი მართავს, როგორც ეს ადამ სმითმა განაცხადა, მაშინ ეს უხილავი ხელი ეკონომიკური საქმიანობის რეგულირებისათვის სწორედ ფასების "ღილაკს" იყენებს.

საბაზრო ეკონომიკის კანონები ულმობელია: იგი ამარცხებს სუსტს და ამდიდრებს ძლიერს. ძლიერი კი ის არის, ვინც უახლეს ტექნოლოგიებს და თანამედროვე მენეჯმენტს იყენებს, ვინც ბაზარს იმ საქონელს აწვდის, რომელიც საზოგადოებას სჭირდება. მოგებისა და საკუთრების შექმნა და გაზრდა საბაზრო-კაპიტალისტური ეკონომიკის მიზანია, ხოლო კონკურენცია – მისი მამოძრავებელი მექანიზმი.

ამრიგად საბაზრო ეკონომიკის ძირითადი ნიშან–თვისებებია:

1) სპონტანური წესრიგი- ეკონომიკის სუბიექტთა საქმიანობის საბაზრო კოორდინაცია;

2) ეკონომიკური არჩევანის თავისუფლება ეკონომიკის სუბიექტთათვის;

3) კერძო ინტერესის მოქმედების ფართო ასპარეზი;

4) კონკურენციის მეშვეობით კერძო ინტერესის დაქვემდებარება საზოგადოების ინტერესებისადმი (საზოგადობისათვის საჭირო საქონლის წარმოება, წარმოების ზრდა, მისი ეფექტიანობის ამაღლება);

წარმოების ორგანიზაციის ძირითად საკითხებს- რა, როგორ და რამდენი აწარმოოს, მეწარმე წყვეტს საბაზრო სიგნალების შესწავლის საფუძველზე. ამოსავალი ინფორმაციაა ფასი. იგი წარმოადგენს ორიენტირს, თუ რისი წარმოებაა ხელსაყრელი და რა დანახარჯებით. მეორეს მხრივ, ფასი განსაზღვრავს მოხმარების ფარგლებს: ყოველი მომხმარებელი ფასების დონის მიხედვით არკვევს (გეგმავს), რისი და რამდენის შეძენა შეუძლია მის ხელთ არსებული სახსრებით. ფასი ზღუდავს როგორც პირადი მოხმარების, ისე საწარმოო მახმარების მოცულობას.

5.2. მიწოდება. მიწოდების მრუდი: დამოკიდებულება ფასსა და მიწოდების რაოდენობას შორის.

ფასის მოძრაობა ძირითადად განპირობებულია მიწოდებისა და მოთხოვნის საბაზრო ძალებით. როდესაც ყინვები, წყალდიდობები და სხვა სახის უამინდობაა სოფლის მეურნეობის პროდუქტებზე ფასები იზრდება. ასევე როდესაც პოლიტიკურად არასტაბილური გარემოა, ომი და არეულობაა, იმატებს ფასები. ყოველივე ეს მიწოდებისა და მოთხოვნის მოქმედებას გვიჩვენებს.

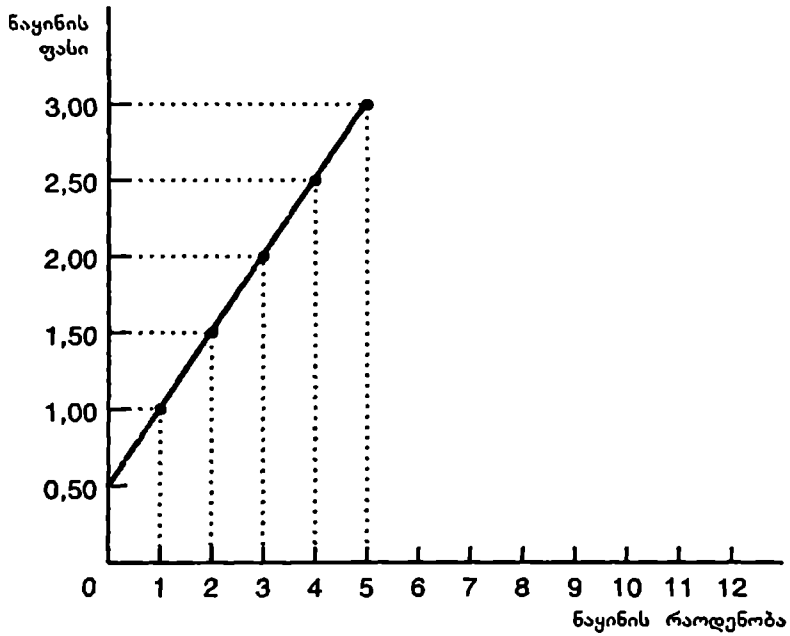
მიწოდება და მოთხოვნა ის სიტყვებია, რომელთაც ეკონომისტები ყველაზე ხშირად იყენებენ, ის ძალებია, რომლებიც საბაზრო ეკონომიკას ამუშავებს.
განვიხილოთ, როგორ განსაზღვრავს მიწოდება და მოთხოვნა ფასებს და როგორ ანაწილებს ფასები, თავის მხრივ ეკონომიკის შეზღუდულ რესურსებს.

მიწოდება საქონლის ან მომსაახურების იმ რაოდენობას გამოსახავს, რომლის გაყიდვაც სურთ და შეუძლიათ გამყიდველებს. მასზე მრავალი ფაქტორი მოქმედებს, მაგრამ განსაკუთრებული ადგილი ამ ანალიზში ისევ ფასს უჭირავს. როდესაც მაგ. ნაყინის ფასი მაღალია, მისი გაყიდვა მომგებიანია და ბაზარზე მისი მიწოდებაც იზრდება. კლებადი ფასების პირობებში კი ზოგმა შეიძლება საერთოდ შეწყვიტოს წარმოება და მათი მიწოდების რაოდენობა ნულს გაუტოლდეს. რადგან მიწოდების რაოდენობა ფასის ზრდასთან ერთად იზრდება, ფასის კლებასთან ერთად კი კლებულობს, ვამბობთ, რომ ისინი ერთმანეთთან პირდაპირ პროპორციულ დამოკიდებულებაშია. ამ დამოკიდებულებას მიწოდების კანონი ეწოდება. მიწოდების კანონი: არის დებულება იმის შესახებ, რომ სხვა თანაბარ პირობებში საქონლის ფასის ზრდა იწვევს ამ საქონლის მიწოდების რაოდენობის ზრდას.
მიწოდების კანონი შეიძლება გამოვსახოთ გრაფიკულად ან ცხრილის საშუალებით. მრუდს, რომელიც გამოხატავს კავშირს ფასსა და მიწოდებას შორის, მიწოდების მრუდი ეწოდება.

მიწოდების მრუდი აღმავალია, რადგან სხვა თანაბარ პირობებში ფასის ზრდა მიწოდების რაოდდდენობის ზრდას განაპირობებს.

საბაზრო მიწოდება ინდივიდუალურ მიწოდებათა ჯამის ტოლია. როცა იზრდება ინდივიდუალური მიწოდებები, იზრდება საბაზრო მიწოდებაც და პირიქით.

მიწოდების მრუდი ასე გამოისახება. (ნახ. I)



ნახ.5.1.

გრაფიკი გვიჩვენებს რა რაოდენობის ნაყინს მიაწოდებენ მწარმოებლები ბაზარს თითოეულ მოცემულ ფასად. ვგულისხმობთ, რომ სხვა ფაქტორები უცვლელი რჩება. ეს დამოკიდებულება შეიძლება დროდადრო შიცვალოს, რაც მრუდის გადაადგილებით გამოისახება. ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვაოთ მრუდზე გადაადგილება, თვითონ მრუდის ადგილმდებარეობის ცვლილებისაგან, მრუდის გადაადგილებისაგან. მაგალითად, თუკი შაქარზე ფასები დაეცა, ნაყინის გაყიდვა უფრო მომგებიანი გახდება, რადგან შაქარი ნაყინის შემადგენელი ნაწილია, ხოლო მისი წარმოება უფრო იაფი დაჯდება. ეს სტიმულს აძლევს მწარმოებლებს მეტი აწარმოონ და შესაბამისად მრუდი მარჯვნივ გადაადგილდება.

ასეთივე მიმართულებით მოქმედებს ტექნოლოგიის განვითარება. მექანიზებული მანქანების დანერგვამ შეამცირა ნაყინის წარმოების ხარჯები და მისი გაყიდვა უფრო მომგებიანი გახადა. ასევე მოქმედებს მოლოდინი. მაგალითად, თუკი ფირმა ელოდება ნაყინზე ფასების მატებას, იგი შეაჩერებს ცოტა ხნით ნაყინის რალიზებას და გაყიდის გაზრდილი ფასებით. ხოლო გამყიდველთა რაოდენობის გადიდება ან შემცირება შესაბამისად იწვევს მიწოდების ცვლილებას. ამგვარად მიწოდების მრუდის გადაადგილებაზე მოქმედებს შემდეგი ფაქტორები:

1) ინგრედიენტები ფასები;

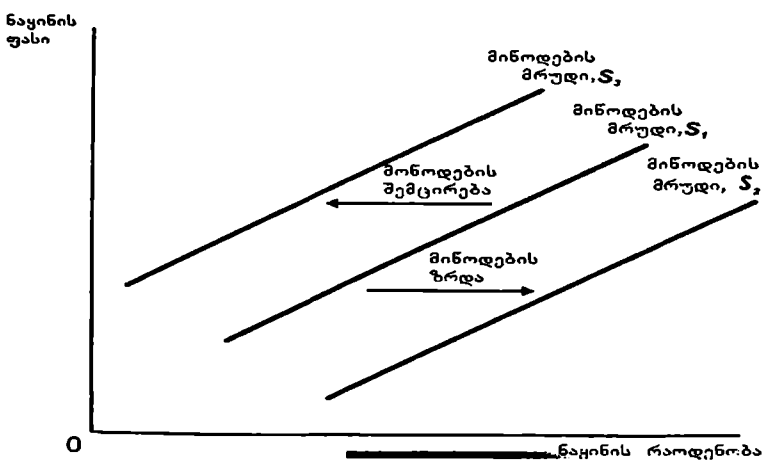
2) ტექნოლოგია;

3) გამყიდველთა რაოდენობა;

4) მოლოდინი;

5) პოლიტიკური სტაბილურობა.

მიწოდების რაოდენობის გადიდებისას მრუდი გადაადგილდება მარჯვნივ, ხოლო შემცირებისას – მარცხნივ. რაც ასახულია 5.2. ნახაზზე.

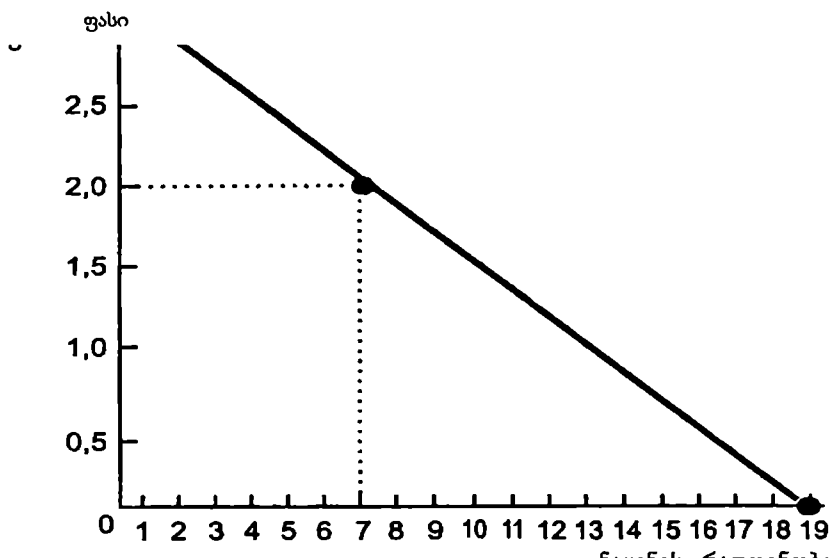


ნახ. 5.2 .

5.3. მოთხოვნა. მოთხოვნის მრუდი: დამოკიდებულება საქონლის ფასსა და მოთხოვნის რაოდენობას შორის.

მოთხოვნის რაოდენობა არის საქონლის ის მოცულობა, რომლის შეძენაც სურთ და შეუძლიათ მომხმარებლებს. მოთხოვნის რაოდენობაზე მრავალი ფაქტორი ახდენს გავლენას, მაგრამ მათ შორის უმნიშვნელოვანესია ფასი. როდესაც ფასი იზრდება, ეს იწვევს მოთხოვნის რაოდენობის შემცირებას, ხოლო ფასის შემცირება იწვევს მოთხოვნის რაოდენობის გადიდებას. ამის გამო ვამბობთ, რომ საქონლის ფასი და საქონელზე მოთხოვნის რაოდენობა ერთმანეთის უკუპროპორციულია. ეს დამოკიდებულება სამართლიანია თითქმის ყველა საქონლისათვის და იმდენად მტკიცეა, რომ მას ეკონომისტებმა მოთხოვნის კანონი უწოდეს.

მოთხოვნის კანონი: სხვა თანაბარ პირობებში, საქონლის ფასის ზრდა იწვევს მასზე მოთხოვნის რაოდენობის კლებას, ხოლო საქონლის ფასის კლება იწვევს მასზე მოთხოვნის რაოდენობის ზრდას. განვიხილოთ იგი ისევ ნაყინის მაგალითი. ვერტიკალურ ღერძზე გამოვსახოთ ისევ ფასი, ხოლო ჰორიზონტალურ ღერძზე მოთხოვნის რაოდენობა.



ნახ. 5. 3.

ისევე, როგორც მიწოდების შემთხვევაში, ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვაოთ ინდივიდუალური მოთხოვნა და საბაზრო მოთხოვნა. საბაზრო მოთხოვნა ინდივიდუალურ მოთხოვნათა ჯამის ტოლია.

მოთხოვნაზე ფასის გარდა მოქმედებს მრავალი სხვა ფაქტორი, რაც იწვევს მოთხოვნის მრუდის გადაადგილებას. I-ლ რიგში გავლენას ახდენს მომხმარებელთა შემოსავალი. თუკი ადამიანი სამუშაოს დაკარგავს, ის თითქმის ვერაფერს ვერ ყიდულობს, ხოლო თუ მას მაღალანაზღაურებადი სამუშაო აქვს, იგი მრავალ საქონელსა და მომსახურებას შეიძენს.
თუ შემოსავლის ზრდასთან ერთად კონკრეტულ საქონელზე მოთხოვნა იზრდება, ასეთ საქონელს ნორმალური საქონელი ეწოდება. ხოლო თუ შემოსავლის ზრდა რომელიმე კონკრეტულ საქონელზე მოთხოვნას ამცირებს, ასეთ საქონელს მდარე საქონელი ეწოდება.

ამ მოვლენას ვებლენის ეფექტს უწოდებენ.
მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ ავტობუსით მგზავრობა. როდესაც თქვენი შემოსავალი იზრდება, თქვენ ავტომანქანას შეიძენთ ან ტაქსით იმგზავრებთ, ხოლო ავტობუსით ნაკლებად ისარგებლებთ. ასევეა მარგარინი. დაბალშემოსავლიანმა ადამიანმა შეიძლება გამოიყენოს იგი, ხოლო შემოსავლის გადიდებისას, ამცირებს ან შეწყვეტს ამ პროდუქტის მოხმარებას და კარაქს ყიდულობს. იგი წარმოადგენს მდარე საქონლის მაგალითს.
შემოსავლის გარდა მოთხოვნის სიდიდეზე გავლენას ახდენს ურთიერთდაკავშირებული საქონლის ფასი. როდესაც იოგურტი იაფდება ნაყინზე მეტად, დესერტად თქვენ იოგურტს აირჩევთ, ხოლო ნაყინის მოხმარებას შეამცირებთ.

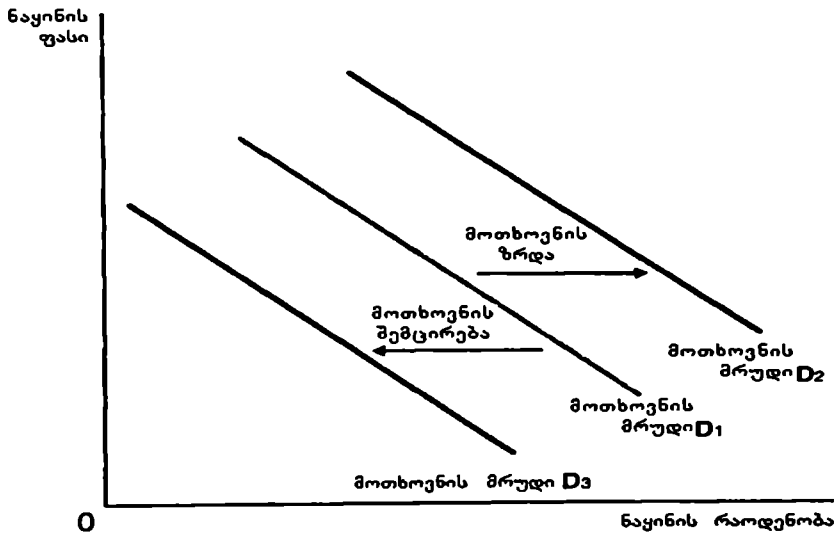
ახლა დავუშვათ, რომ ცივი ყავის ფასმა დაიკლო. მოთხოვნის კანონის თანახმად, თქვენ მას მეტი რაოდენობით შეიძენთ. ამავე დროს მეტ ნაყინსაც იყიდით, რადგან ეს ორი პროდუქტი ხშირად ერთად მოიხმარება. როდესაც ერთი საქონლის ფასის კლება იწვევს მეორე საქონლის მოთხოვნის ზრდას, საქმე გვაქვს ურთიერთშემავსებელ საქონელთან. ეს ისეთი პროდუქტებია, რომელიც ერთად გამოიყენება, როგორც მაგალითად, ბენზინი და ავტომობილი, კომპიუტერი და პროგრამები, სიგარეტი და სანთებელა და ა.შ.
მოთხოვნის ცვლილებას ასევე იწვევს გემოვნება. თქვენ იმ პროდუქტს ყიდულობთ ყველაზე ხშირად, რომელიც გიყვართ და მოგწონთ. ასეთივე მიმართულებით მოქმედებს მოლოდინის ფაქტორი. თუკი თქვენ მომავალში ფასების შემცირებას ელოდებით, მოცემული საქონლის შეძენას მომავლისათვის გადადებთ. აგრეთვე რაც მეტია მყიდველთა რაოდენობა, მით მეტია მოთხოვნაც. ამგვარად მოთხოვნის სიდიდეზე ფასის გარდა მოქმედებს შემდეგი ფაქტორები:
1) მომხმარებელთა შემოსავალი;
2) ურთიერთდაკავშირებული საქონლის ფასები;

3) გემოვნება

4) მოლოდინი;

5) მყიდველთა რაოდენობა.

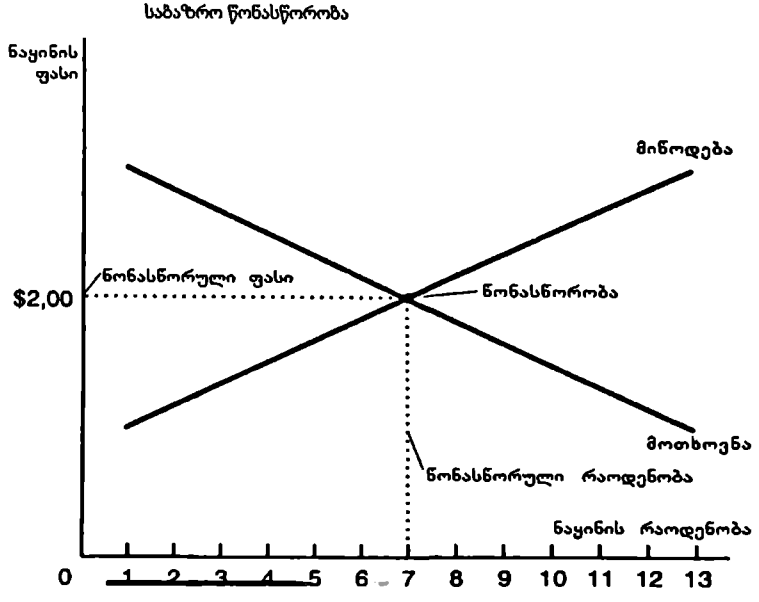
მოთხოვნის სიდიდის გაზრდა იწვევს მოთხოვნის მრუდის მარჯვნივ გადაადგილებას, ხოლო მოთხოვნის შემცირება იწვევს მოთხოვნის მრუდის მარცხნივ გადაადგილებას. იხ. ნახ. 5.4.).



ნახ. 5.4.

5.4. წონასწორობა. წონასწორობის ცვლილებების ანალიზის სამი საფეხური.

საბაზრო წონასწორობა მყარდება მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების გადაკვეთის წერტილში. ამ წერტილში არსებულ ფასს წონასწორული ფასი ეწოდება, ხოლო საქონლის რაოდენობას, წონასწორული რაოდენობა. წონასწორული ფასის დროს, საქონლის რაოდენობა, რომლის ყიდვაც სურთ და შეუძლიათ მყიდველებს, ზუსტად იმ რაოდენობის ტოლია, რომლის გაყიდვაც სურთ გამყიდველებს. წონასწორულ ფასს ზოგჯერ სუფთა ბაზრის ფასსაც უწოდებენ, ვინაიდან ამ ფასით ყველა კმაყოფილია: მყიდველებმა იყიდეს ყველაფერი, რისი ყიდვაც სურდათ, ხოლო გამყიდველებმა გაყიდეს ყველაფერი, რისი გაყიდვაც სურდათ. საბაზრო წონასწორობას გრაფიკულად ასეთი სახე აქვს.

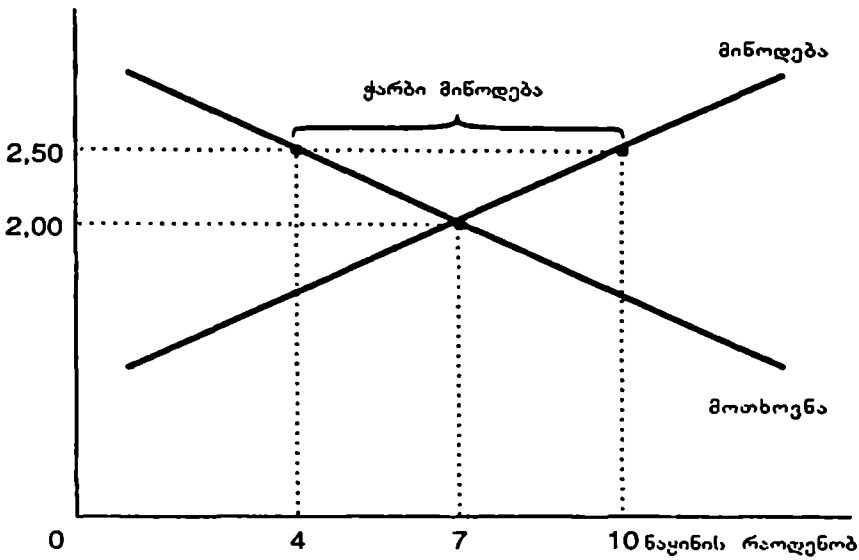


ნახ. 5.5.

ჩვენს ნახაზზე (5.5.) წონასწორული ფასია $2.

როდესაც საქონლის ფასი წონასწორულზე, $2 მაღალია, ვთქვათ $3, მიწოდება მეტია, ვიდრე მოთხოვნა და ჩნდება სიჭარბე. ხოლო თუ ფასი წონასწორულზე დაბალია, ვთქვათ $1, მაშინ მოთხოვნა უფრო მეტია, ვიდრე მიწოდება და ადგილი აქვს დეფიციტს. საქონელთა

სიჭარბის დროს მწარმოებლები მანამ ამცირებენ წარმოების რაოდენობას, სანამ იგი წონასწორულ რაოდენობას არ გაუტოლდება. ხოლო დეფიციტის შემთხვევაში ზრდიან მიწოდების რაოდენობას. ეს პროცესი გრძელდება მანამ, სანამ საბაზრო წონასწორობა არ დამყარდება. ცხადია, წონასწორული ფასი და რაოდენობა დამოკიდებულია მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების მდებარეობაზე. როცა რაიმე მიზეზით რომელიმე მრუდი გადაადგილდება, იცვლება წონასწორობის წერტილიც.



ნახ. 5.6.

როდესაც ვაანალიზებთ, როგორ მოქმედებს რაიმე მოვლენა ბაზარზე, სამ საფეხურს გავივლით. I-ლ საფეხურზე განვსაზღვრავთ რომელ მრუდს გადასწევს აღნიშნული მოვლენა, მიწოდების მრუდს, მოთხოვნის მრუდს, თუ ორივეს ერთად. მეორე საფეხურზე ვაკვირდებით მრუდები მარჯვნივ გადაადგილდება თუ მარცხნივ. ხოლო მესამე საფეხურზე მიწოდება-მოთხოვნის დიაგრამის მეშვეობით ვნახავთ, როგორ შეიცვლება წონასწორული ფასი და რაოდენობა.

განვიხილოთ მაგალითი. დავუშვათ ცხელი ზაფხულია. უნდა გამოვიკვლიოთ როგორ იმოქმედებს ეს მოვლენა ნაყინის ბაზარზე. განვიხილოთ სამი საფეხური.

1. ცხელი ამინდი მოთხოვნის მრუდს მარჯვნივ გადასწევს, ვინაიდან მომხმარებლებს მეტი ნაყინის ყიდვის სურვილი უჩნდებათ. მიწოდების მრუდი კი უცვლელი დარცება.
2. მოთხოვნის რაოდენობის გაზრდა მოთხოვნის მრუდს მარჯვნივ გადასწევს.

3. მოთხოვნის ზრდის შედეგად წონასწორული ფასი გაიზრდება, იზრდება ასევე წონასწორული რაოდენობაც. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ცხელი ზაფხული იწვევს ნაყინის ფასის და გაყიდული ნაყინის რაოდენობის ზრდას.

ანალოგიურად შეიძლება შეიძლება გამოვიკვლიოთ სხვა სიტუაციებიც.

- სავარჯიშოები

№1.

პიცის ბაზარს შემდეგი განრიგი აქვს:

ფასი (ლარი)	მოთხოვნის რაოდენობა	მიწოდების რაოდენობა
4	135	26
5	104	53
6	81	81
7	68	98
8	53	110
9	39	121

ააგეთ მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდები. როგორია წონასწორული ფასი და რაოდენობა?

№ 2.

დავუშვათ, თქვენს უნივერსიტეტში კალათბურთზე დასასწრები ბილეთების ფასი საბაზრო ძალებით განისაზღვრება. მოთხოვნის და მიწოდების განრიგს ასეთი სახე აქვს.

ფასი (ლარი)	მოთხოვნის რაოდენობა	მიწოდების რაოდენობა
4	10 000	8 000
8	8 000	8 000
12	6 000	8 000
16	4 000	8 000
20	2 000	8 000

ააგეთ მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდები. როგორია ბილეთების წონასწორული ფასი და რაოდენობა?

№ 3.

შოკოლადის ფილების ბაზრის კვლევის შედეგებმა შემდეგი სურათი აჩვენა: მოთხოვნის განრიგი წარმოდგება შემდეგი განტოლებით:

Q=1,600 – 300P , სადაც Q მოთხოვნის რაოდენობაა, ხოლო P კი ფასი. მიწოდების განრიგი წარმოგვიდგება განტოლებით: Q=1,400+700P, სადაც Q მიწოდების რაოდენობაა. გამოთვალეთ წონასწორული ფასი და რაოდენობა შოკოლადის ფილების ბაზრის შემთხვევაში.

თემა 6. მოთხოვნისა და მიწოდების ელასტიკურობა და მისი გამოყენება

6.1. მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით და მისი დეტერმინანტები.

მოთხოვნის მრუდი თავისებურად ასახავს ზღვრული სარგებლიანობის კლებას. ფასის შემცირებისას მოთხოვნა იმ შემთხვევაში და იმის შედეგად იზრდება, რომ შესაძლებელი ხდება საქონელი გამოვიყენოთ ნაკლებ ინტენსიური მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად, ანუ უფრო ნაკლები სარგებლიანობით. თუ ასეთი გამოყენების შესაძლებლობა არ არის, მოთხოვნას ვერ გაზრდის ფასის შემცირება. საქონელთა მთელი მასისათვის ასეთი შესაძლებლობა ყოველთვის მოიძებნება, თუმცა ინდივიდუალურ ბაზრებზე მათ ხშირად აქვთ თავისებურებანი. მოთხოვნის კანონის შესწავლისას, ჩვენ უკვე შევეხეთ ვებლენის ეფექტს, როგორც ამ კანონის საპირისპიროდ მოქმედ ფაქტორს. მოთხოვნის ან მიწოდების მგრძნობელობას ფასის ცვლილებისადმი მის ელასტიკურობას ვუწოდებთ.

ელასტიკურობა არის იმის საზომი, თუ როგორ რეაგირებენ მყიდველები და გამყიდველები ბაზრის პირობების ცვლილებებზე. იგი საშუალებას გვაძლევს უფრო მეტი სიზუსტით გავაანალიზოთ მიწოდება და მოთხოვნა. გავაანალიზოთ თუ როგორ გავლენას ახდენს სხვადასხვა პროცესები ან სამთავრობო პოლიტიკა ბაზრის კონიუქტურაზე.

მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით ასახავს სიდიდეს, რომლითაც იცვლება მოთხოვნის რაოდენობა ფასის ცვლილების შედეგად. საქონელზე მოთხოვნა ელასტიკურია, თუ მოთხოვნის რაოდენობა მნიშვნელოვნად იზრდება ფასის უმნიშვნელო ცვლილებისას. ხოლო მოთხოვნა არაელასტიკურია, როცა იგი უმნიშვნელოდ იცვლება ფასის ცვლილებისას. პირველადი მოთხოვნილების საგნები უფრო არაელასტიკური მოთხოვნით ხასიათდება, ხოლო ფუფუნების საგნებს ელასტიკური მოთხოვნა ახასიათებს. როცა ექიმთან ვიზიტის ფასი იზრდება, ადამიანები მკვეთრად არ ცვლიან მკურნალობის სიხშირეს, თუმცა შეიძლება მცირედით შეამცირონ, მაგრამ როცა იალქნიანი ნავის ფასი იზრდება, მათზე ნოთხოვნა

მნიშვნელოვნად მცირდება. ამგვარად ნავებზე მოთხოვნა ელასტიკურია. მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით გამოითვლება მოთხოვნის რაოდენობის პროცენტული ცვლილების შეფარდებით ფასის პროცენტულ ცვლილებასთან.

K = მოთხოვნის რაოდენობის %-ული ცვლილება / ფასის %-ულ ცვლილებაზე.

მაგალითად, თუ ნაყინის ფასის 10%-იანი გაზრდა იწვევს თქვენს მიერ შეძენილი ნაყინის რაოდენობის 20%-მდე შემცირებას, ამ შემთხვევაში მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით იქნება 20% : 10% = 2

ამ მაგალითში ელასტიკურობა 2-ის ტოლია, რაც იმაზე მეტყველებს, რომ მოთხოვნის რაოდენობის ცვლილება ორჯერ მეტია ფასის ცვლილებაზე.

თუ მოთხოვნა იმავე ტემპით იცვლება, რომლითაც ფასი, საქმე გვაქვს ერთეულოვან ელასტიკურობასთან. რადგან ტემპების შეფარდება 1-ს გვაძლევს.

ელასტიკურობის სიდიდის მიხედვით განასხვავებენ 5 ძირითად შემთხვევას:

1) ნულოვანი ელასტიკურობა, K=0;

2) არაელასტიკური მოთხოვნა, K<1;

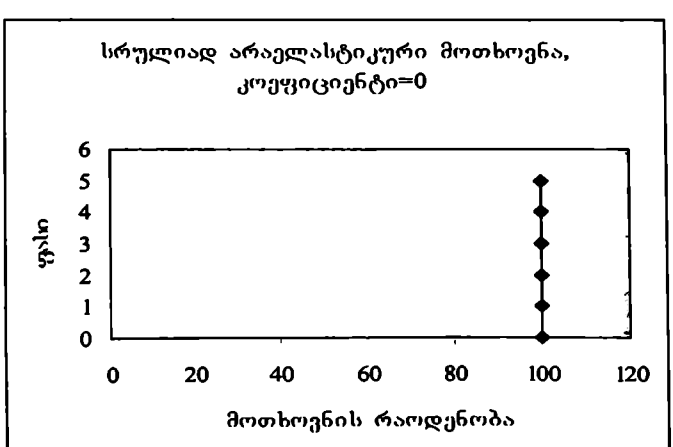
3) ერთეულოვანი ელასტიკურობა, K=1;

4) ელასტიკური მოთხოვნა K მეტია 1-ზე;

5) სრულიად ელასტიკური მოთხოვნა, K უსასრულოდ დიდია.

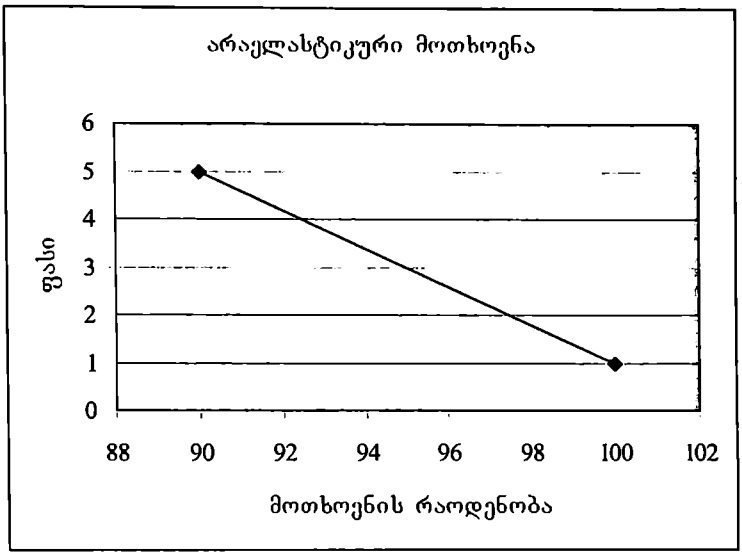
გრაფიკულად თითოეული მათგანი შემდეგნაირად გამოისახება:

1) K= 0



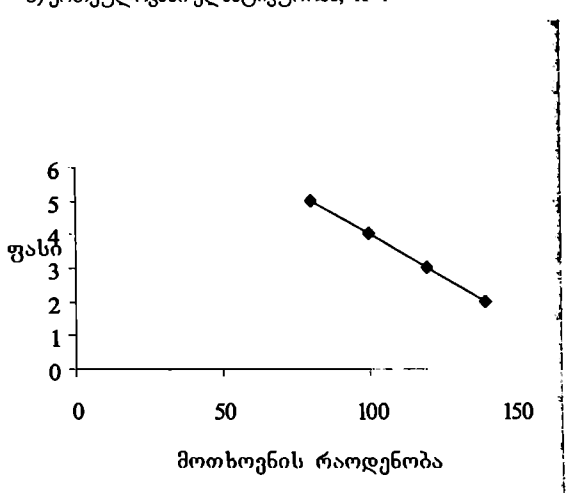
ნახ. 6.1.

2) K<1



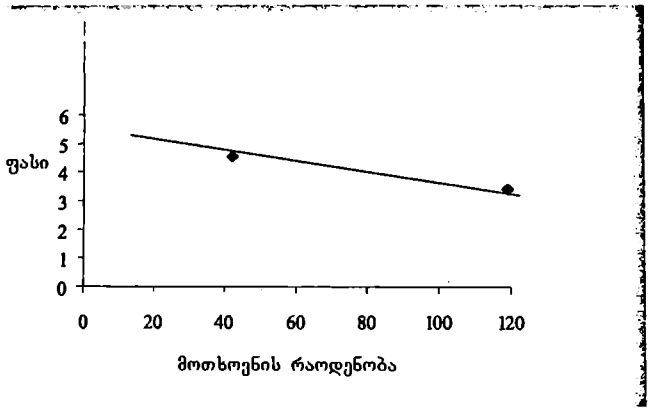
ნახ.6.2

3) ერთეულოვანი ელასტიკურობა, K=1



ნახ.6.3.

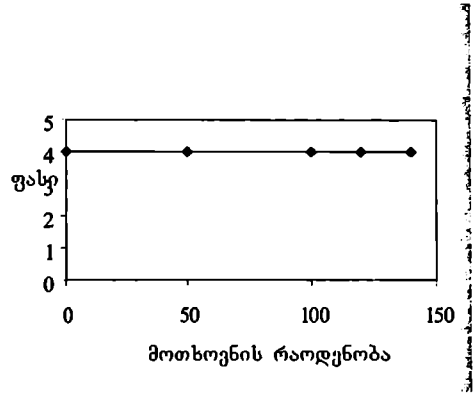
4) ელასტიური მოთხოვნა: K > 1-ზე



ნახ.6.4.

5) სრულიად ელასტიკური მოთხოვნა:

ელასტიკურობა = ∞



ნახ. 6.5.

ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობის გარდა, ბაზარზე მყიდველთა ქცევის შესასწავლად ელასტიკურობის სხვა სახეებსაც იყენებენ.

ხშირად გამოიყენება მოთხოვნის ელასტიკურობა შემოსავლის მიხედვით. იგი განსაზღვრავს, თუ როგორ იცვლება მოთხოვნის რაოდენობა მომხმარებლის შემოსავლების ცვლილებისას.

მოთხოვნის ელასტიკურობა შემოსავლის მიხედვით = მოთხოვნის რაოდენობის %-ული ცვლილება / / შემოსავლის %-ულ ცვლილებასთან

საქონელთა უმეტესობა ნორმალურია, შემოსავლების ზრდა მოთხოვნის რაოდენობის ზრდასაც იწვევს. ამიტომ მოთხოვნის რაოდენობა და შემოსავალი ერთი და იმავე მიმართულებით მოძრაობს. მდარე საქონლისათვის კი მოთხოვნის რაოდენობა კლებულობს შემოსავლების გაზრდის შედეგად.

პირველადი მოხმარების საგნებზე, მაგალითად, საკვებსა და ტანისამოსზე შემოსავლის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა ნაკლებია, რადგან მომხმარებლები მათ შემოსავლის სიმცირის მიუხედავად მაინც ყიდულობენ. ხოლო ფუფუნების საგნებზე, მაგალითად, ძვირფასეულობასა და ხიზილალაზე, შემოსავლის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა მაღალია. მცირეშემოსავლიანი მომხმარებლები ამ საქონელს ნაკლებად ყიდულობენ.

6.2. მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით და მისი დეტერმინანტები.

მიწოდების კანონის თანახმად, ფასის ზრდა მიწოდების რაოდენობის ზრდას იწვევს. მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით გვიჩვენებს, რამდენად იცვლება მიწოდების რაოდენობა ფასის ცვლილების შედეგად. ამბობენ, რომ საქონლის მიწოდება ელასტიკურია, თუ მიწოდების რაოდენობა მნიშვნელოვნად იცვლება ფასის მცირე ცვლილების შედეგად. შესაბამისად, მიწოდება არაელასტიკურია, თუ მიწოდების რაოდენობა უმნიშვნელოდ იცვლება ფასის ცვლილების შედეგად. მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით დამოკიდებულია გამყიდველთა უნარზე, რამდენად სწრაფად შეცვლიან ისინი წარმოებული საქონლის რაოდენობას. ასევე დროის პერიოდზე, რომელსაც განვიხილავთ. მიწოდება უფრო ელასტიკურია გრძელვადიან პერიოდში, ვიდრე მოკლევადიან პერიოდში, რადგან მწარმოებლები მოკლე დროში ვერ ასწრებენ სიმძლავრეების შეცვლას, წარმოების მოცულობის გადიდებას ან შემცირებას. ამიტომ მოკლევადიან პერიოდში მიწოდება არ არის მგრძნობიარე ფასის ცვლილების მიმართ.

მიწოდების ელასტიკურობა
ფასის მიხედვით = მიწოდების რაოდენობის %-ული ცვლილება / ფასის %-ულ ცვლილებაზე.

მიწოდების ელასტიკურობა განსაზღვრავს, თუ როგორი კუთხითაა დახრილი მიწოდების მრუდი.

განასხვავებენ სრულიად არაელასტიკურ მიწოდებას, K=0;

არაელასტიკურ მიწოდება, K<1;

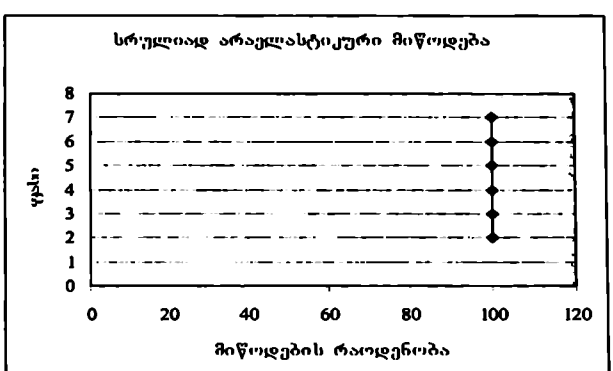
მიწოდება ერთეულოვანი ელასტიკურობით, K=1;

ელასტიური მიწოდება, K მეტია 1-ზე;

სრულიად ელასტიკური მიწოდება, K = ∞

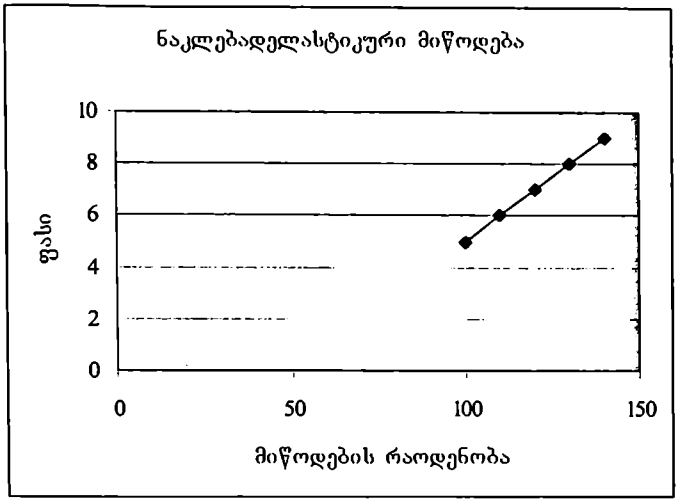
გრაფიკულად თითოეული მათგანი ასე წარმოგვიდგება.

I) K=0



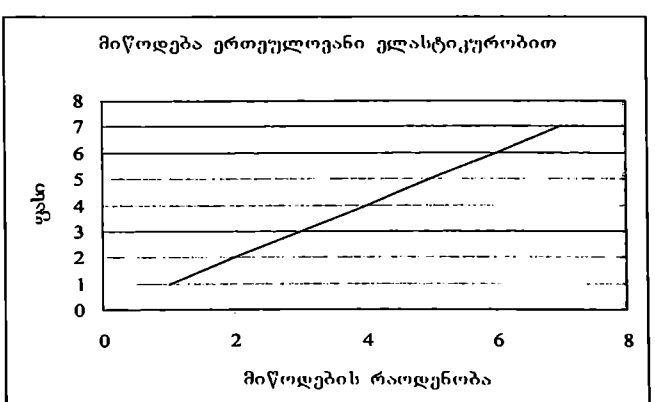
ნახ. 6.6.

2) K<1



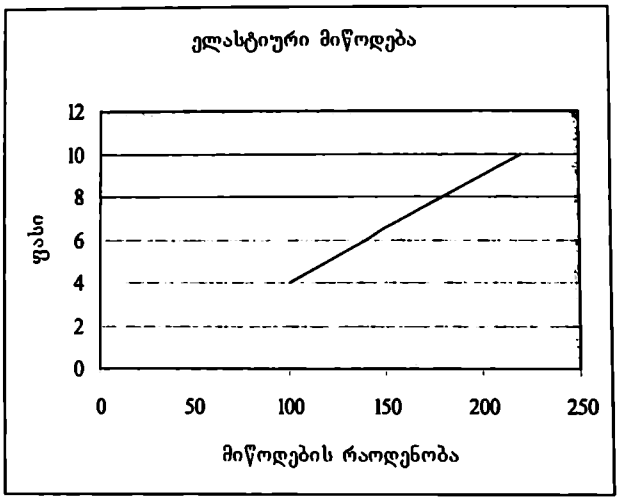
ნახ. 6.7.

3) K=1



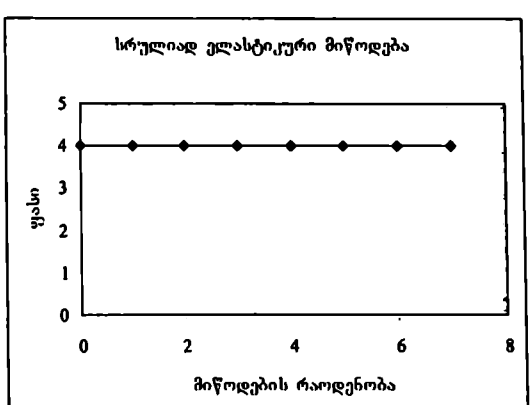
ნახ.6.8.

4) K >1-ზე



ნახ. 6.9.

5) K = ∞



ნახ.6.10.

მიწოდების ელასტიურობის წარმოდგენილ სხვადასხვაობაზე გავლენას მხოლოდ რესურსების შეზღუდულობის ხარისხი კი არ ახდენს, არამედ დროითი ფაქტორიც და დარგობრივი თავისებურებები, რომლებიც ერთმანეთთანაა დაკავშირებული. ხანმოკლე პერიოდში მიწოდება ფასის ამაღლებამ შეიძლება გაზარდოს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მიმწოდებლებს აქვთ საქონლის ან დაუმთავრებელი წარმოების მარაგები და ძალუძთ მათი დროული მობილიზაცია. მაგრამ უფრო ხშირად ხანმოკლე პერიოდში მიწოდება არაელასტიურია.

საშუალო ხანგრძლივობის პერიოდში მიწოდების ელასტიურობა იზრდება, ხანგრძლივ პერიოდში კი, როგორც წესი, მაღალია, რადგან მწარმოებლებს მხოლოდ გრძელვადიანი პერიოდისათვის ძალუძთ მასწრონ საბაზრო ფასის ცვლილების შესაბამისად საწარმოო სიმძლავრეთა შესაბამისი გაზრდა ან შედარებით უმტკივნეულო შემცირება.

ამ ფაქტორთა ცოდნას დიდი მნიშვნელობა აქვს მეწარმეთათვის, რათა მათ სწორად დაგეგმონ წარმოების მოცულობა, ტექნოლოგიის ცვლილებები და სხვა. ისინი ცდილობენ წარმოების პერიოდის ხანგრძლივობის შემცირებას, მაგრამ ურთულესი ნაკეთობების წარმოების ზრდას საპირისპირო შედეგი მოაქვს. მიწოდების ელასტიურობას ერთგვარად ზრდის ეგრეთწოდებული მობილური საწარმოო სისტემები, რომლებიც წარმოების პროფილის სწრაფი შეცვლის შესაძლებლობას ქმნის.

ელასტიკურობის გამოსათვლელად ხშირად იყენებენ შუაწერტილის მეთოდს, რომლის მიხედვითაც მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით ტოლია:

$$K = \{(Q_2-Q_1) / [(Q_2+Q_1)/2]\} : \{(P_2-P_1)/[(P_2+P_1)/2]\}.$$

ამ ფორმულაში გასაყოფი არის რაოდენობის პროცენტული ცვლილება,

$$\{(Q_2-Q_1) / [(Q_2+Q_1)/2]$$

ხოლო გამყოფი – ფასების პროცენტული ცვლილება,

$$\{(P_2-P_1)/[(P_2+P_1)/2]\}.$$

- სავარჯიშოები

№1. დავუშვათ, თბილისიდან ქემერამდე თვითმფრინავის ბილეთებზე მოთხოვნას ბიზნესმგზავრებისთვის და დამსვენებლებისთვის ასეთი სახე აქვს:

ფასი	ბიზნესმგზავრები	დამსვენებლები
$150	2100 ბილეთი	1000 ბილეთი
200	2000	800
250	1900	600
300	1800	400

ა) როდესაც ბილეთის ფასი იზრდება $200–დან $250–მდე, როგორია ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა ბიზნესმგზავრებისთვის და დამსვენებლებითვის? (გამოიყენეთ შუაწერტილის მეთოდი)

ბ) რატომ იქნება განსხვავებული დამსვენებელთა და ბიზნესმგზავრთა ელასტიკურობა?

№2. დავუშვათ, საწვავის ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა მოკლევადიანი პერიოდისათვის 0,2–ს და გრძელვადიანი პერიოდისათვის 0,7–ს შეადგენს.
ა) თუკი საწვავის ფასი გალონზე 1,8 დოლარიდან 2,2 დოლარამდე აიწევს, როგორ შეიცვლება მასზე მოთხოვნის რაოდენობა მოკლევადიანი პერიოდისათვის? გრძელვადიანი პერიოდისათვის?

ბ) რატომაა ელასტიკურობა დროზე დამოკიდებული?

№3. გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ სიგარეტზე მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით დაახლოებით 0,4–ის ტოლია. თუ სიგარეტის ერთი კოლოფი $2 ღირს და მთავრობას სურს მოწევის შემცირება 20%–ით, რამდენი უნდა გახდეს სიგარეტის ფასი? –თუ მთავრობა მუდმივად ზრდის სიგარეტის ფასს, ეს პოლიტიკა ერთი წლის შემდეგ უფრო მეტ შედეგს გამოიღებს თუ ხუთი წლის შემდეგ?

თემა 7. მიწოდება, მოთხოვნა და სამთავრობო პოლიტიკა

ეკონომისტები ქმნიან თეორიებს სამყაროს მოვლენების ახსნის მიზნით, მეორეს მხრივ კი, როგორც პოლიტიკოსები, ამ თეორიების მეშვეობით ადამიანთა ცხოვრების გაუმჯობესებას ცდილობენ. სხვადასხვა ტიპის სამთავრობო პოლიტიკის გაანალიზება შესაძლებელია მიწოდებისა და მოთხოვნის ინსტრუმენტების გამოყენებით. პირველ რიგში განვიხილოთ როგორ მოქმედებს ფასების კონტროლი. შემდეგ კი განვიხილოთ გადასახადების შედეგები.

კანონი ქირის კონტროლის შესახებ განსაზღვრავს ქირის მაქსიმალურ სიდიდეს, რომელსაც ბინათმფლობელები თავიანთ მდგუმარეებს ახდევინებენ. ფასების კონტროლი იწყება მაშინ, როდესაც ისინი უსამართლოდ იზრდება ან მცირდება. თუმცა ზოგჯერ კონტროლი კიდევ უფრო მეტ გაუგებრობას და უსამართლობას იწვევს.

ვნახოთ როგორ მოქმედებს ფასის კონტროლი ბაზრის ფუნქციონირების შედეგებზე. ბაზარზე თავისუფალი ფასების მოქმედებისას, იგი რეგულირდება მიწოდებისა და მოთხოვნის გაწონასწორებამდე. ხოლო მთავრობის მიერ ფასის რეგულირების მიზნით შეიძლება დაწესდეს ფასის ზედა ზღვარი ან ფასის ქვედა ზღვარი.

ფასის ზედა ზღვარი - კანონით დაწესებული ფასის მაქსიმუმი, რომლითაც საქონელი უნდა გაიყიდოს, ანუ მასზე მაღალი ფასის დაწესება გამყიდველს არ შეუძლია.

ფასის ქვედა ზღვარი – კანონით დაწესებული ფასის მინიმუმი, რომლითაც საქონელი უნდა გაიყიდოს, ანუ მასზე ნაკლები ფასით გაყიდვა შეუძლებელია.

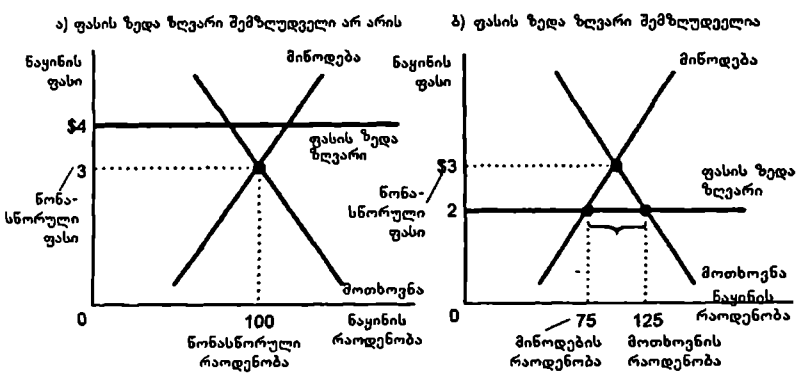
7.1. ფასის ზედა ზღვარის გავლენა.

განვიხილოთ როგორ მოქმედებს ფასის ზედა ზღვარი ბაზრის ფუნქციონირების შედეგებზე. ბენზინის მაგალითზე: როგორც ვიცით, 70-იან წლებში ნავთობის ექსპორტიორი ქვეყნების ორგანიზაციამ (OPEC) ნედლი ნავთობის ფასი გაზარდა. ამის საპასუხოდ აშშ-ს მთავრობამ კომპანიებს, რომლებიც ახდენდნენ ბენზინის რეალიზაციას ქვეყანაში დაუწესა შეზღუდვები, ანუ ფასის ზედა ზღვარი. ამან ბენზინგასამართ სადგურებთან გრძელი რიგები გამოიწვია. გავარკვიოთ, რა მოხდა? ცხადია, OPEC-ს რომ ნავთობზე ფასი არ გაეზარდა, ეს არ მოხდებოდა, მაგრამ მიზეზი მაინც სამთავრობო პოლიტიკის შეზღუდვები იყო: ფასის ზედა ზღვარმა ფასს წონასწორულ დონემდე გაზრდის საშუალება არ მისცა.

ნავთობის ნედლეულზე ფასის გაზრდამ ბენზინის წარმოების დანახარჯების გაზრდა გამოიწვია, რის შედეგადაც ბენზინის მიწოდება შემცირდა 1-ლიდან მე-2-ე მიწოდების მრუდამდე. შემცირების შედეგად მიწოდების მრუდი მარცხნივ გადაადგილდა. გაუკონტროლებელ ბაზარზე ეს გამოიწვევდა ფასის გაზრდას P1-დან P2-მდე. მაგრამ როგორც აღვნიშნეთ, მთავრობამ დააწესა ფასის ზედა ზღვარი P. აღნიშნული P ფასის დროს

მწარმოებლები მზად არიან გაყიდონ Qs –რაოდენობის ბენზინი, ხოლო მომხმარებლები მზად არიან იყიდონ Qd – რაოდენობის ბენზინი. Qs < Qd, ანუ მოთხოვნა ამ შემთხვევაში მეტია მიწოდებაზე, რამაც გამოიწვია დეფიციტი და რიგები ბენზინზე. ფასი რომ გაზრდილიყო P2-მდე, დეფიციტი არ გაჩნდებოდა, მაგრამ მას ყველა ვერ შეიძენდა მაღალი ფასის გამო. თუმცა ვერც კონტროლის შედეგად შეიძინა ბენზინი ყველამ დეფიციტის გაჩენის გამო. ფასის ზედა ზღვარი შემზღუდველად მოქმედებს მაშინ, როცა იგი ნაკლებია წონასწორულ ფასზე. ხოლო თუ ზედა ზღვარი წონასწორულზე მაღალია, არ გახლავთ შემზღუდველი. (იხ. ნახ.7.1.ა)

ხოლო თუ ფასის ზედა ზღვარი წონასწორულ ფასზე დაბალია, ამ შემთხვევაში იგი შემზღუდველია. რადგან მან გამოიწვია დეფიციტი ბენზინზე. (იხ. ნახ.7.1.ბ)



ნახ.7.1.ა,ბ.

როგორც ვხედავთ, ეს პოლიტიკა მიზნად ისახავდა ბენზინის მყიდველთა დახმარებას, მაგრამ ის არ აღმოჩნდა სასარგებლო ყველა მყიდველისათვის, რადგანაც მათ უწევდათ უზარმაზარ რიგში დგომა დეფიციტის წარმოშობის გამო. თანდათანობით ბენზინის ფასის მარეგულირებელი ყველა კანონი გაუქმდა. დღეს, თუ ნავთობის ნედლეულზე ფასი იცვლება, ბენზინის ფასი დამოუკიდებლად რეგულირდება მიწოდებისა და მოთხოვნის გაწონასწორებამდე.

ფასის ზედა ზღვრის ცნობილი მაგალითია ასევე ბინის ქირის კონტროლი, რომელსაც მრავალი ქალაქის ადმინისტრაცია აწესებს მობინადრეთა დასაცავად. ანუ ადმინისტრაცია აწესებს ქირის ზედა ზღვარს. ამ პოლიტიკის მიზანია, რომ უფრო ხელმისაწვდომი გახდეს ღარიბებისათვის ბინის დაქირავება.

ქირის კონტროლს მრავალი უარყოფითი შედეგი ახლავს თან. ეხლა კი გამოვიკვლიოთ ამის მიზეზი. მოკლევადიან პერიოდში ბინების მიწოდება და მოთხოვნა შედარებით

არაელასტიკურია, რადგან საყოფაცხოვრებო პირობების შეცვლისათვის ადამიანებს დრო სჭირდება. დროის მოკლე პერიოდში კი ქირის ფასის ცვლილება დიდ გავლენას ვერ მოახდენს მობინადრეების მოთხოვნებზე.

ისევე, როგორც ფასის ნებისმიერი ზედა ზღვარი, ქირის კონტროლიც დეფიციტს იწვევს. მაგრამ რადგანაც მოკლევადიან პერიოდში მიწოდება და მოთხოვნა არაელასტიკურია, ამ მაგალითში, ქირის კონტროლით გამოწვეული დეფიციტიც დასაწყისში მცირეა. მოკლევადიან პერიოდში ძირითადი შედეგი ქირის შემცირებაა. გრძელვადიან პერიოდში კი ქირის კონტროლი იწვევს მოთხოვნის რაოდენობის გადიდებას, ხოლო მიმწოდებლები ნაკლებად არიან დაინტერესებული ახალი ბინების აშენებით და არსებული ბინების კეთილმოწყობით, რაც იწვევს მიწოდების შემცირებას, შედეგად მიწოდება ნაკლები ხდება მოთხოვნაზე და ჩნდება დეფიციტი.

ქირის კონტროლის შედეგების სრულად გასაგებად უნდა გვახსოვდეს ერთ-ერთი პრინციპი ეკონომიკის ათი პრინციპიდან: ადამიანები სტიმულებზე რეაგირებენ. თავისუფალ ბაზრებზე ბინათმფლობელები ცდილობენ, რომ მათი ბინები სუფთა და მოწესიგებული იყოს, როცა მათ მეტი ფასი აქვთ. მაგრამ როდესაც ქირის კონტროლის შედეგად ფასები ზღვარდადებულია და ჩნდება დეფიციტი, ბინათმფლობელები მდგმურების მოთხოვნების დაკმაყოფილების ყოველგვარ სტიმულს კარგავენ, რის შედეგად ბინების მიწოდება მცირდება და მათი ხარისხიც ნაკლებია.

7.2. ფასის ქვედა ზღვარის მოქმედება

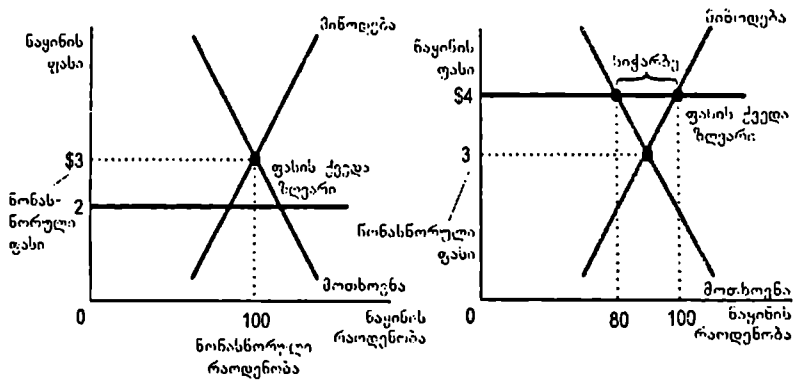
ფასის სამთავრობო კონტროლის კიდევ ერთი სახეობის შესასწავლად ნაყინის ბაზარი განვიხილოთ. დავუშვათ, მთავრობა დარწმუნდა ნაყინის მწარმოებელთა მოთხოვნის სამართლიანობაში, ფასის ქვედა ზღვარის დაწესების შესახებ. ფასის ქვედა ზღვარი ოფიციალური მინიმუმია, რომელზე ნაკლებადაც არ უნდა გაიყიდოს პროდუქცია.

როდესაც მთავრობა ნაყინის ბაზარზე ფასის ქვედა ზღვარს აწესებს, შესაძლებელია ორი შედეგის მიღება: ა) ფასის ქვედა ზღვარი წონასწორულზე ნაკლებია – ამ დროს იგი შემზღუდველად არ მოქმედებს. (იხ. ნახ. 7.2.ა.)

ბ) ფასის ქვედა ზღვარი წონასწორულზე მეტია, რაც იწვევს მის შემზღუდველ მოქმედებას. (იხ. ნახ.7.2.ბ.) ამ შემთხვევაში წონასწორული ფასი ნაკლებია ქვედა ზღვარზე, რის შედეგადაც მიწოდება მეტია მოთხოვნაზე და ჩნდება პროდუქციის სიჭარბე. ანუ მიწოდებული ნაყინის გარკვეული რაოდენობა არ გაიყიდება.

ფასის ქვედა ზღვარი და სიჭარბე, ფასის ზედა ზღვარისა და დეფიციტის მსგავსად, ხელს უწყობს საქონლის განაწილების არასასურველი მექანიზმის ფორმირებას. ფასის ქვედა ზღვრის შემთხვევაში გამყიდველები ვერ ყიდიან ყველაფერს, რის გაყიდვაც სურთ. ამისგან განსხვავებით, თავისუფალ ბაზარზე ფასი გამანაწილებელი მექანიზმის როლს ასრულებს და გამყიდველს შეუძლიათ მთელი პროდუქციის გაყიდვა წონასწორულ ფასად.

ა) ფასის ქვედა ზღვარი შემზღუდველი არ არის. ბ) ქვედა ზღვარი შემზღუდველია.



ნახ. 7.2. ა,ბ.

როცა ფასის ქვედა ზღვარი 2 დოლარია, ხოლო წონასწორობის ფასი 3 დოლარია, ეს არ იწვევს არანაირ შეზღუდვებს. ეს შემთხვევა ნახ. 7.2ა.–ზეა გამოსახული.

7.2.ბ.– ფასის ქვედა ზღვარი შემზღუდველია

ამ მაგალითში ფასის ქვედა ზღვარი 4-დოლარია, ხოლო წონასწორული ფასი 3 დოლარი. ამის გამო მიწოდება 100–მდე. ხოლო მოთხოვნა შემცირდა 80-მდე. რამაც გამოიწვია სიჭარბე ნაყინის ბაზარზე. რაც არახელსაყრელი სიტუაციაა გამყიდველებისათვის.

ფასის ქვედა ზღვრის მაგალითია მინიმალური ხელფასის კანონი, რომელიც მოქმედებს თითქმის ყველა ქვეყანაში. მინიმალური ხელფასის კანონი აწესებს შრომის უმცირეს ფასს, რომლის გადახდაც დამქირავებელს შეუძლია. აშშ-ს კონგრესმა მინიმალური ხელფასი პირველად 1938 წელს შრომის სამართლიანი პირობების აქტით დააწესა, რათა გაეუმჯობესებინა მშრომელთა ცხოვრების დონე, შეექმნა მათთვის ცხოვრების მინიმალური ადექვატური პირობები. 2005 წელს მინიმალური ხელფასი საათში 5,15 დოლარს შეადგენდა. ზოგ შტატში მოქმედებს კანონები, რომლებიც უფრო მაღალ ხელფასებს აწესებს.

მშრომელები განსაზღვრავენ შრომის მიწოდებას, ფირმები კი მუშახელზე მოთხოვნას. სამთავრობო ინტერვენციის არ არსებობისას ხელფასი მიწოდებისა და მოთხოვნის

გაწონასწორებამდე რეგულირდება. ხოლო მთავრობის მიერ მინიმალური ხელფასის დაწესება იწვევს შრომის მიწოდების გაზრდას, ხოლო ფირმების მიერ შრომაზე მოთხოვნის შემცირებას. ეს იწვევს მუშახელის სიჭარბეს, ანუ უმუშევრობას. ამგვარი მინიმალური ხელფასი ზრდის იმ ადამიანთა შემოსავლებს, ვისაც სამუშაო აქვთ, მაგრამ ამცირებს იმათ შემოსავლებს, ვინც სამუშაო ვერ იშოვა.

სრულყოფილად რომ გავიგოთ მინიმალური ხელფასის კანონის არსი, უნდა გვახსოვდეს, რომ ეკონომიკა შეიცავს მრავალ შრომის ბაზარს სხვადასხვა ტიპის მშრომელებისათვის. მინიმალური ხელფასის კანონის შედეგი დამოკიდებულია მშრომელის კვალიფიკაციასა და გამოცდილებაზე. იგი შემზღუდველად არ მოქმედებს მაღალკვალიფიციურ და გამოცდილ მშრომელებზე, რადგანაც მათი ხელფასი მინიმუმზე ბევრად მეტია. მინიმალური ხელფასის კანონი ყველაზე შემზღუდველად დაბალი კვალიფიკაციის მოზარდთა შრომის ბაზარზე მოქმედებს. მათი წონასწორული ხელფასი ბევრად ნაკლებია მინიმალური ხელფასის კანონით დაწესებულზე, რაც იწვევს მათი შრომის მიწოდების სიჭარბეს მოთხოვნასთან შედარებით. ეს კი დაბალკვალიფიციური მუშაკების უმუშევრობის გადიდების მიზეზი ხდება.

ამგვარად, ფასები გადამწყვეტ როლს ასრულებს მიწოდებისა და მოთხოვნის გაწონასწორებაში, ეკონომიკური საქმიანობის კოორდინირებაში. ხოლო როდესაც პოლიტიკოსები ფასებს დეკრეტის მეშვეობით აწესებენ, ისინი აბრკოლებენ საბაზრო სიგნალებს, რომლებიც საზოგადოების რესურსების განაწილებას წარმართავს. მთავრობა ფასის ზედა ან ქვედა ზღვარის დაწესებით ცდილობს ეკონომიკური კეთილდღეობის გაუმჯობესებას, მაგრამ ხშირად ფასების კონტროლი სწორედ იმ ადამიანებს აზარალებს, ვის დახმარებასაც მთავრობა ცდილობს.

მაგალითი. განვიხილოთ გადასახადების ზემოქმედება მიწოდებისა და მოთხოვნის კანონების დახმარებით. გადასახადები ყველა ქვეყანაში არსებობს და მას მთავრობები იყენებენ საზოგადოებისათვის საჭირო თანხების მისაღებად. მაგრამ ზედმეტად გაზრდილი გადასახადი მძიმე ტვირთად აწვება მწარმოებელსაც და მომხმარებელსაც.

თავდაპირველად განვიხილოთ როგორ მოქმედებს იგი მყიდველებზე.

გავაანალიზოთ სამი საფეხური.

ნაბიჯი პირველი: გადასახადი პირველ რიგში მოთხოვნის რაოდენობაზე იმოქმედებს. მოთხოვნა შემცირდება გაზრდილი გადასახადის გამო და მოთხოვნის მრუდი შესაბამისად გადაადგილდება.

ნაბიჯი მეორე: გადაადგილების მიმართულების დადგენა ადვილია, იგი გადაადგილდება მარცხნივ და ქვემოთ გადასახადის ტოლი სიდიდით.

ნაბიჯი მესამე: გადასახადის ეფექტის დასადგენად შევადაროთ თავდაპირველი წონასწორობა და ახალი წონასწორობა. წონასწორობის რაოდენობა და ფასიც მცირდება, ანუ დაბეგვრა ბაზრის მოცულობას ამცირებს.

იმის გამო, რომ გადასახადის დაწესების შედეგად მოთხოვნის რაოდენობა მცირდება, ეს აუარესებს გამყიდველების და მყიდველების ეკონომიკურ მდგომარეობას. ეს ანალიზი ორი ზოგადი დასკვნის გაკეთების საშუალებას იძლევა:

1) გადასახადები საბაზრო სტიმულებს ამცირებს. როდესაც საქონელი იბეგრება, გაყიდული საქონლის რაოდენობა ნაკლებია ახალ წონასწორობაში.

2) მყიდველები და გამყიდველები გადასახადის სიმძიმეს ინაწილებენ.

აღსანიშნავია, რომ იგივე შედეგს იძლევა გამყიდველებზე დაკისრებული გადასახადი. ორივე შემთხვევაში გადასახადის დაწესება იწვევს განსხვავებას მყიდველების მიერ გადახდილ ფასსა და გამყიდველების მიერ მიღებულ ფასს შორის. ეს განსხვავება ერთი და იგივეა, იმის მიუხედავად, თუ ვის ეკისრება ეს გადასახდი. თითოეულ შემთხვევაში ეს გადაადგილება იწვევს მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების გადაადგილებას. მას შემდეგ, რაც ბაზარი წონასწორობას მიაღწევს, მყიდველები და გამყიდველები გადასახადის სიმძიმეს ინაწილებენ.

სავარჯიშოები

№1. მობილური ტელეფონების მიწოდებისა და მოთხოვნის განრიგს შემდეგი სახე აქვს:

მობილურის ფასი (ლარი)	მოთხოვნის რაოდენობა	მიწოდების რაოდენობა
500	1 000	15 000
400	1 500	12 000
300	2 000	10 000
200	8 000	8 000
100	14 000	5 000

ა) რას უდრის მობილური ტელეფონის წონასწორული ფასი და რაოდენობა?

ბ) რა მოხდება, თუკი ფასის რეგულირების შედეგად დააწესებენ ფასის ზედა ზღვარს 400 ლ–ს? 100 ლ–ს? სიჭარბე გაჩნდება თუ დეფიციტი?

№2. პარლამენტმა და პრეზიდენტმა გადაწყვიტეს, რომ საქართველოში უნდა შემცირდეს ჰაერის დაბინძურება, რისთვისაც საჭიროა შემცირდეს ბენზინის მოხმარება. ამისათვის ისინი აწესებენ 0.50ლ–ის ტოლ გადასახადს თითოეულ ლიტრზე.

ა) ვის უნდა დაავალონ გადასახადის გადახდა, მიმწოდებლებს, თუ მომხმარებლებს. ახსენით პასუხი მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების მეშვეობით.

ბ) ბენზინზე მოთხოვნა უფრო ელასტიკური რომ იყოს, მეტად შეამცირებდა ეს გადასახადი მოხმარებული ბენზინის რაოდენობას თუ ნაკლებად? პასუხი ახსენით გრაფიკულად.

№3. დავუშვათ, საწვავის ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა მოკლევადიანი პერიოდისათვის 0,2 –ს და გრძელვადიანი პერიოდისათვის 0,7–ს შეადგენს.

ა) თუკი საწვავის ფასი ლიტრზე 1,8 ლარიდან 2,2 ლარამდე აიწევს, როგორ როგორ შეიცვლება მასზე მოთხოვნის რაოდენობა მოკლევადიანი პერიოდისათვის? გრძელვადიანი პერიოდისათვის? (გამოთვლისას გამოიყენეთ შუაწერტილის მეთოდი).

№4. განვიხილოთ მოწევის წინააღმდეგ მიმართული სახელმწიფო პოლიტიკა. გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ სიგარეტზე მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით დაახლოებით 0,5–ის ტოლია. თუ სიგარეტის ერთი კოლოფი 2 ლარი ღირს, მთავრობას კი სურს მოწევის შემცირება 30%–ით, რამდენით უნდა გაზარდოს სიგარეტის ფასი?

№5. ორი მძღოლი ავთო და მიხო ბენზინგასამართ სადგურთან მიდის. ფასის გაგებამდე თითოეული მათგანი გამყიდველს მიმართავს, ავთო ამბობს: მე 15 ლიტრი ბენზინი მინდა; მიხო: მე 15 ლარის ბენზინი მინდა. როგორია თითოეული მძღოლისათვის მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით?

თემა 8. გარეგანი ეფექტების პრობლემა

8.1. დადებითი და უარყოფითი გარეგანი ეფექტები

ბაზრის უხილავი ხელი ძლიერია, მაგრამ არა ყოვლისშემძლე. გარეგანი ეფექტების შემთხვევაში "უხილავი ხელი" ვერ ახერხებს რესურსების ეფექტიანად განაწილებას. ხოლო მთავრობას შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება. ამგვარად, საბაზრო ჩავარდნას იწვევს გარეგანი ეფექტები.

გარეგანი ეფექტი არის ერთი პიროვნების ქმედების გავლენა მეორე პიროვნების ეკონომიკურ მდგომარეობაზე. თუ ეს გავლენა მეორე პიროვნებისათვის წამგებიანია, ასეთ გარეგან ეფექტს უარყოფითი გარეგანი ეფექტი ეწოდება, ხოლო თუ მომგებიანი – დადებითი გარეგანი ეფექტი.

გარეგანი ეფექტების გამო ირღვევა საბაზრო წონასწორობა და იცვლება წონასწორობის წერტილი. არსებობს მრავალი სახის გარეგანი ეფექტი. მათ შორის ზოგი დადებითია, ზოგიც უარყოფითი. ჩამოვთვალოთ ზოგიერთი მათგანი:

1. ავტომობილის გამონაბოლქვი, უარყოფითი გარეგანი ეფექტია, ვინაიდან წარმოქმნის მავნე აირებს. მთავრობა ამ პრობლემის გადაჭრას ცდილობს იმით, რომ აწესებს, დაბინძურების სტანდარტს მანქანებისათვის, ამას გარდა აწესებს გადასახადს ბენზინზე, რათა ადამიანებმა ნაკლებად იმგზავრონ ავტომობილით.

2. ისტორიული შენობების და ნაგებობების რესტავრაცია დადებითი გარეგანი ეფექტია, ადამიანები ისტორიულობის გრძნობას განიცდიან. ადგილობრივი მთავრობები ადგენენ ისტორიულ ნაგებობათა დაცვის პროგრამებს, უმცირებენ გადასახადს იმ მეპატრონეებს, რომლებიც ისტორიულ შენობებს რესტავრაციას უკეთებენ.

3. ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა დადებითი გარეგანი ეფექტია, ვინაიდან იძლევა ახალ ცოდნას, რომელსაც სხვები იყენებენ. ამ ეფექტის სტიმულირებისათვის მთავრობა იყენებს საპატენტო სისტემას, რომელიც გამომგონებელს თავისი გამოგონების გარკვეული დროით გამოყენების ექსკლუზიურ უფლებას აძლევს, ფირმას ანიჭებს საკუთრების უფლებას გამოგონებაზე. სხვა ფირმებმა კი ნებართვა უნდა იყიდონ გამომგონებლისაგან.

ამგვარად, გარეგანი ეფექტები იყოფა უარყოფით და დადებით ეფექტებად.

მაგ. ქაღალდის წარმოების ერთ-ერთი თანმდევი პროდუქტია დიოქსინი, რომელიც იწვევს კიბოს გაჩენას, ახალშობილთა დეფექტებს და ჯანმრთელობის სხვა პრობლემებს. ქაღალდის მწარმოებელი ფირმები არ ითვალისწინებენ მათ მიერ გარემოს დაბინძურების სრულ დანახარჯებს, თუ მთავრობა მათ ამაში ხელს არ შეუშლის. ასევეა ალუმინის ქარხნები: ალუმინის ყოველი ერთეულის წარმოებისას ატმოსფეროში მავნე ნარჩენების გარკვეული

რაოდენობა ხვდება. ამ გარეგანი ეფექტების გამო წარმოების დანახარჯები საზოგადოებისათვის გაცილებით მეტია, ვიდრე მწარმოებლებისათვის.

გარეგანი ეფექტების საპასუხოდ მთავრობას შეუძლია საბაზრო კანონებზე დამყარებული პოლიტიკის გამოყენება, უარყოფითი გარეგანი ეფექტებისათვის გადასახადების შემოღება, ხოლო დადებითი გარეგანი ეფექტების სუბსიდირება. გადასახადებს, რომელთა მიზანია უარყოფითი გარეგანი ეფექტების ზემოქმედების კორექტირება, მაკორექტირებელი გადასახადები ეწოდება. ისინი ცნობილია აგრეთვე პიგუს გადასახადების სახელით, გამოჩენილი ეკონომისტის, კემბრიჯის უნივერსიტეტის პროფესორის ართურ პიგუს (1877-1959) პატივსაცემად, რომელმაც პირველმა წამოაყენა ასეთი გადასახადების იდეა. ბრიტანელმა მეცნიერმა პიგუმ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა "კეთილდღეობის ეკონომიკის", გადასახადების და მაკროეკონომიკის თეორიებში.

მაკორექტირებელი გადასახადი უარყოფითი გარეგანი ეფექტის გამომწვევი საქმიანობის საზოგადოებრივი დანახარჯის ტოლია, სუბსიდია კი – დადებითი გარეგანი ეფექტის გამომწვევი საქმიანობის საზოგადოებრივი სარგებლობის ტოლი.

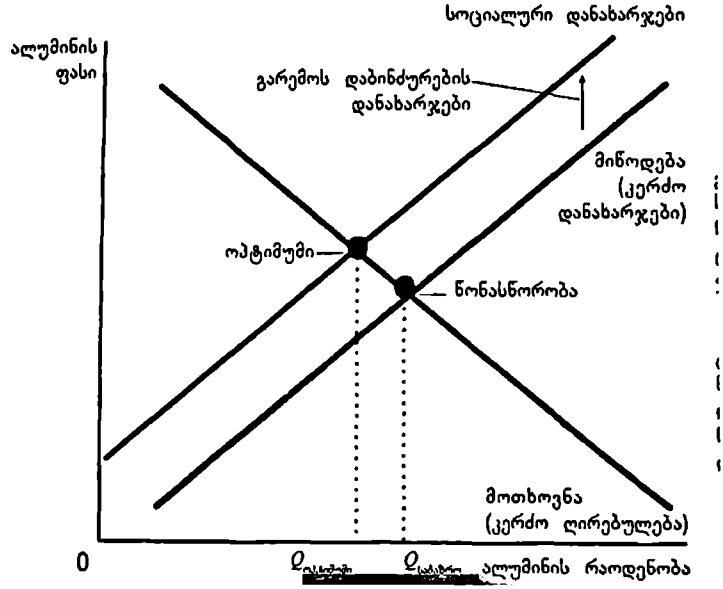
გარემოს დაბინძურების რეგულირებისას ეკონომისტები უპირატესობას მაკორექტირებელ გადასახადებს ანიჭებენ, თუმცა მარეგულირებელ კანონებსაც იყენებენ. ვთქვათ, ორი საწარმო – ქაღალდის ფაბრიკა და მეტალურგიული ქარხანა, ყოველწლიურად მდინარეში 500-500 ტონა ნარჩენს უშვებს. მთავრობას გარემოს დაბინძურების დონის შემცირება სურს. ის ორ შესაძლო გადაწყვეტას განიხილავს:

1. რეგულირება: მთავრობას შეუძლია, თითოეულ ქარხანას დაავალოს მდინარეში ჩაშვებული ნარჩენების რაოდენობის შემცირება წელიწადში 300 ტონამდე.

2. მაკორექტირებელი გადასახადი: მთავრობას შეუძლია მდინარეში ჩაშვებული ნარჩენების თითოეული ტონისათვის 50 000 დოლარის გადახდა დააკისროს.

კანონი განსაზღვრავს გარემოს დაბინძურების დონეს, ხოლო გადასახადი საწარმოთა მფლობელებს დაბინძურების შემცირების ეკონომიკურ სტიმულებს აძლევს. თუ გადასახადი საკმარისად დიდია, საწარმოები საერთოდ დაიხურება, რაც გარემოს დაბინძურებას ნულამდე შეამცირებს.

ეკონომისტებს მიაჩნიათ, რომ მაკორექტირებელი გადასახადები უფრო ეფექტიანია, რადგანაც იგი საწარმოებს უფრო სუფთა ტექნოლოგიების შექმნის სტიმულს აძლევს, ვინაიდან მოწინავე ტექნოლოგია შეამცირებს გადასახადის თანხას, რომელიც ამ საწარმომ უნდა გადაიხადოს. მეცნიერება მუშაობს უნარჩენო ტექნოლოგიების შექმნაზე. განვიხილოთ გრაფიკულად გარემოს დაბინძურების დანახარჯები: ის ნაჩვენებია ვერტიკალური მონაკვეთით.



ნახ.8.1.

როგორც გრაფიკიდან ჩანს, მიწოდების სოციალური დანახარჯები (ზედა წრფე) დაბინძურების სიდიდით არის მეტი მიწოდების კერძო დანახარჯებზე (ქვედა წრფე).

8.2. ქოუზის თეორემა

ქოუზის თეორემა შეეხება გარეგანი ეფექტების პრობლემას. მის თანახმად, თუ მხარეები უდანახარჯოდ შეთანხმდებიან რესურსების განაწილებაზე, მაშინ ისინი სხვათა ჩარევის გარეშე გადაჭრიან გარეგანი ეფექტების პრობლემას.

განვიხილოთ ერთმანეთის მეზობლად მდებარე ორი მეურნეობა, რომელთაგან ერთს ვაშლი მოჰყავს, მეორე კი – თაფლს ამზადებს. თითოეული მეურნეობა დადებით გარეგან ეფექტს აძლევს მეზობელ მეურნეობას: ვაშლის ხეებზე ყვავილების დამტვერვით ფუტკრები

მებაღეს ვაშლის მოყვანაში ეხმარებიან. ამავე დროს, ვაშლის ხეებიდან მიღებულ ნექტარს ფუტკრები თაფლის დასამზადებლად იყენებენ. ეს გარეგანი ეფექტები გათვალისწინებული იქნება, თუ მეფუტკრე ვაშლის ბაღს ახლოს გააშენებს, ან მებაღე შეიძენს სკებს. ამ შემთხვევაში ორივე მეურნეობას ერთი ფირმა წარმართავს და იგი აირჩევს ხეების და ფუტკრების ოპტიმალურ რაოდენობას, თუმცა ორმა დამოუკიდებელმა ფირმამაც შეიძლება ხელშეკრულება დადოს ამის შესახებ.

მეორე მაგალითი, უარყოფითი გარეგანი ეფექტი: ვთქვათ, ნიკოს ყავს ძაღლი სახელად სფოთი. სფოთი ყეფით აწუხებს მეზობელ თიკოს. ნიკო ძაღლის ყოლიდან სარგებლობას იღებს, მაგრამ ეს ძაღლი უარყოფით გარეგან ეფექტს იწვევს თიკოსათვის, რადგანაც მისი ყეფის გამო ღამეებს ათენებს. ნიკოსათვის ძაღლის ყოლის სარგებლობა უფრო მეტია, ვიდრე ის დანახარჯი, უარყოფითი ეფექტი, რომელსაც თიკო განიცდის. მაგრამ თუ დანახარჯები სარგებლობაზე მეტია, მაშინ ნიკომ ძაღლი თავიდან უნდა მოიცილოს. ქოუზის თეორემის თანახმად, კერძო ეკონომიკურ სუბიექტებს შეუძლიათ ერთობლივი ძალისხმევით გადაჭრან პრობლემა. როგორიც არ უნდა იყოს უფლებათა საწყისი განაწილება, დაინტერესებულ მხარეებს ყოველთვის შეუძლიათ ისეთი გარიგების მიღწევა, სადაც თითოეული მათგანის ეკონომიკური მდგომარეობა გაუმჯობესდება და შედეგიც ეფექტიანი იქნება. ფასზე მოლაპარაკების გზით ნიკოს და თიკოს ყოველთვის შეუძლიათ ეფექტიანი შედეგის მიღება. თუ ნიკო ძაღლის ყოლიდან 500 $-ის ტოლ სარგებლობას იღებს, ხოლო თიკოს დანახარჯები ძაღლის ყეფის შედეგად 800 $-ს უდრის. ამ შემთხვევაში თიკოს ნიკოსათვის 600 $-ის შეთავაზება შეუძლია და ისიც სიხარულით მიიღებს ამ თანხას. ორივე მხარის ეკონომიკური მდგომარეობა უმჯობესდება და ბაზრის ეფექტიანი შედეგიც მიღწეულია.

ან კიდევ, ვთქვათ, ზედა სართულიდან მეზობლის ბინაში წყალი ჩამოვიდა და ახალი რემონტი გაუფუჭა. თუ ზედა მეზობელი ქვედას შეუკეთებს ჭერს ან ფულს გადაუხდის, პრობლემა მოგვარდება.

თუმცა კერძო პირები ზოგჯერ ვერ ახერხებენ საკუთარი ძალებით გარეგანი ეფექტების პრობლემის გადაჭრას. ქოუზის თეორემა სამართლიანია მხოლოდ მაშინ, როცა მხარეებს არ უჭირთ შეთანხმების მიღწევა და შემდეგ მისი დაცვა.

ზოგ შემთხვევაში მოლაპარაკების მიღწევა საერთოდ არ ხერხდება. ხშირი ომები ან გაფიცვები იმაზე მეტყველებს, რომ შეთანხმების მიღწევა ძალიან რთულია, შეთანხმების მიუღწევლობას კი დიდი ზიანი მოაქვს. ამ პრობლემის მიზეზი ხშირად ისაა, რომ თითოეული მხარე უკეთესი გარიგების მიღწევას ცდილობს. როდესაც შეთანხმება მიზანს ვერ აღწევს, ასეთ დროს მთავრობას, სასამართლოს შეუძლია გარკვეული როლის შესრულება.

მთავრობას შეუძლია უარყოფითი გარეგანი ეფექტების დაძლევა ორი მეთოდით:

1. ბრძანებებით და კონტროლით; 2. მაკორექტირებელი გადასახადებით.

მაგ.: დანამაულია სასმელი წყლის დაბინძურება შხამიანი ქიმიკატებით. ამიტომ აქ მთავრობა ბრძანებების და კონტროლის პოლიტიკას ირჩევს, რომელიც საერთოდ კრძალავს ასეთ ქმედებას; ასევეა ტრანსპორტიც, რომელიც ჰაერს აბინძურებს.

შეერთებულ შტატებში არსებობს ორგანიზაცია, გარემოს დაცვის სააგენტო EPA, რომელსაც გარემოს დაცვისაკენ მიმართული კანონების შექმნა და შესრულება ევალება.

გარემოს დაცვის კანონები მრავალი სახისაა. ზოგჯერ EPA განსაზღვრავს გარემოს დაბინძურების დასაშვებ დონეს. სხვა შემთხვევაში კი მოითხოვს ფირმებისაგან კონკრეტულ ტექნოლოგიებს, რომელთა შედეგადაც გარემოს დაბინძურება მცირდება.

მრავალ ქვეყანაში ბენზინზე გადასახადი ყველაზე მაღალია სხვა საქონელზე გადასახადთან შედარებით. ეს გადასახადი ცნობილია, როგორც მანქანის ტარების სამი უარყოფითი თანმდევი შედეგის კორექტირების საშუალება:

1) გზების გადატვირთვა. მის შესამცირებლად ბენზინის სიძვირე საუკეთესო საშუალებაა, რადგან ამ დროს ადამიანები უფრო ხშირად გამოიყენებენ საზოგადოებრივ ტრანსპორტს და ნაკლებად იმგზავრებენ საკუთარი ავტომანქანით.

2) უბედური შემთხვევები. ხშირად ადამიანები საფრთხეში აგდებენ საკუთარ თავსაც და სხვასაც. ჩვეულებრივი მანქანით მოძრავ ადამიანს დიდი სპორტული მანქანის დაჯახების შემთხვევაში დაღუპვის ხუთჯერ მეტი შანსი აქვს, ვიდრე ჩვეულებრივი მანქანის შემთხვევაში. ბენზინზე გადასახადი არაპირდაპირ აიძულებს ადამიანებს, რომელთა მანქანებიც სხვების სიცოცხლეს საფრთხეში აგდებენ, გადაიხადონ ამ რისკის გაზრდისათვის.

3) გარემოს დაბინძურება. დადგენილია, რომ ჰარბი რაოდენობით საწვავის მოხმარება გლობალური დათბობის მიზეზია. ბენზინის დაბეგვრა ამცირებს საწვავის მოხმარებას და შესაბამისად საფრთხესაც ამცირებს.

ეს ყველაფერი იმაზე მიუთითებს, რომ ბენზინის დაბეგვრა, რომელიც მართალია, საერთო დანაკარგებს იწვევს სხვა გადასახადების მსგავსად, მაგრამ იგი ეკონომიკის ფუნქციონირებას აუმჯობესებს. ეს გაუმჯობესება გამოიხატება გზებზე შედარებით სიხალვათეში, უსაფრთხოების ზრდასა და გაცილებით სუფთა გარემოში. ევროპაში ბენზინზე გადასახადი გაცილებით მეტია, ვიდრე აშშ-ში. მრავალი მკვლევარი ფიქრობს, რომ აშშ-ში კიდევ უფრო მეტად უნდა დაიბეგროს საწვავი. თუმცა ეს მოსაზრება პოლიტიკურად პოპულარული არასოდეს არ იქნება.

მაკორექტირებელი გადასახადები სტიმულებს გარეგანი ეფექტების შესაბამისად ცვლის და ამ გზით რესურსების განაწილებას სოციალურ ოპტიმუმთან აახლოებს. გარემოს დამცველები სამართლიანად აცხადებენ, რომ სუფთა ჰაერი და სუფთა წყალი ადამიანის ფუნდამენტური უფლებებია და დაუშვებელია მათი შელახვა. გარემო იმდენად მნიშვნელოვანია, რომ მაქსიმალურად უნდა დავიცვათ დაბინძურებისაგან. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ გარემოს დაბინძურების სრული აღმოფხვრა შეუძლებელია. ასეთმა მცდელობებმა შეიძლება ხელი შეუშალოს ტექნოლოგიის განვითარებას, რომელიც ჩვენი ცხოვრების დონეს ამაღლებს. თავის დროზე მატარებლის გამოგონება ჰაერის დაბინძურების პრობლემად აღიქმებოდა, მაგრამ ეხლა მის გარეშე ვერც წარმოგვიდგენია არსებობა. თანამედროვე ტექნოლოგიები კი თანდათან იხვეწება და ეკოლოგიურად უფრო სუფთა ხდება. გარემოს დაბინძურების პრობლემას სულ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა. მდიდარ ქვეყნებს უფრო ხელეწიფებათ სუფთა გარემო, ვიდრე ღარიბ ქვეყნებს.

ეკოლოგიურად სუფთა გარემო ისეთივე საქონელია, როგორც ნებისმიერი სხვა საქონელი. მასზე მოთხოვნაც ფასზე რეაგირებს, სხვა საქონელთა მსგავსად. ეკოლოგიურად სუფთა ჰაერი და პროდუქტები გაცილებით უფრო ძვირი ღირს შესაბამისად. ამიტომ, როდესაც გარეგანი ეფექტების პრობლემის გადაჭრა ადამიანებს საკუთარი ძალებით არ შეუძლიათ, მთავრობა ცდილობს მის მოგვარებას. მაკორექტირებელი გადასახადები და გარემოს დაბინძურების ნებართვები იმისთვისაა შქმნილი, რომ გაითვალისწინონ გარემოს დაბინძურების გარეგანი ეფექტები. მაგალითად, განვიხილოთ ქარხანა, რომელიც მდინარეს აბინძურებს. ეს დაბინძურება, ცხადია უარყოფითი გარეგანი ეფექტია ადგილობრივი მეთევზეებისა და მოსახლეობისათვის. ასეთ შემთხვევაში კერძო შეთანხმების მიღწევა შეუძლებელია და ქოუზის თეორემა ვერ შესრულდება. ხოლო როდესაც კერძო შეთანხმება მიზანს ვერ აღწევს, მთავრობას შეუძლია გარკვეული როლის შესრულება, მთავრობა კოლექტიური ქმედებებისათვისაა შექმნილი. გადასახადის დაწესება ასეთი ქარხნისათვის უფრო სუფთა ტექნოლოგიის გამოყენების სტიმულს აძლევს მას.

მაკორექტირებელი გადასახადი განსხვავდება სხვა გადასახადებისაგან, რომელთა უმრავლესობა ამახინჯებს სტიმულებს და რესურსების განაწილებას სოციალურ ოპტიმუმს აშორებს. მაკორექტირებელი გადასახადები სტიმულებს გარეგანი ეფექტების შესაბამისად ცვლის და ამიტომ რესურსების განაწილება უფრო ოპტიმალური ხდება. ამგვარად, მაკორექტირებელი გადასახადები მთავრობის შემოსავალსაც ზრდის და ეკონომიკურ ეფექტიანობასაც ხელს უწყობს.

მაგალითად, ევროპის ქვეყნებში, სადაც ეკოლოგიას უდიდესი ყურადღება ეთმობა, ბენზინის დაბეგვრა ჰაერის დაბინძურებისაგან დაცვის ერთ–ერთ საუკეთესო საშუალებად

მიიჩნევა. ბენზინის მოხმარება მნიშვნელოვნად შემცირდა და შესაბამისად ავტომობილების გამონაბოლქვი ნაკლებად აბინძურებს ჰაერს. როდესაც აშშ–ში უმაღლესი ხარისხის ბენზინის ფასი $1,96 იყო, გერმანიაში იმავე საქონლის ფასი $5,19 –ს ,ხოლო ინგლისში–$5,34–ს აღწევდა. ის, რაც მომხმარებლის არჩევანის და საზოგადოებრივი მიზნების ერთ კალაპოტში მოქცევაში დაგვეხმარება, ყველაზე სწორ გზად უნდა ჩაითვალოს, –აცხადებენ ევროპელები.

სავარჯიშოები

№1. განვიხილოთ სამი ფირმა, რომელთა მიერ გარემოს დაბინძურების სქემა ცხრილშია ასახული.

ფირმა	დაბინძურების საწყისი დონე	დაბინძურების 1–ერთეულით შემცირების დანახარჯი
A	70 ერთეული	$20
B	80 ერთეული	$25
C	50 ერთეული	$10

მთავრობას გარემოს დაბინძურების შემცირება 120 ერთეულამდე სურს. ამიტომ თითოეულ ფირმას 40 ერთეულის ნებართვას აძლევს.

როგორია ამ სიტუაციაში გარემოს დაბინძურების შემცირების მთლიანი დანახარჯი?

№ 2.

მდინარის ნაპირას ორი ქარხანა მდებარეობს, რომლებიც ყოველწლიურად 100–100 ტონა ნარჩენს უშვებენ. ნარჩენების რაოდენობის ერთი ტონით შემცირების დანახარჯი

I - ქარხნისათვის $10–ის ტოლია, ხოლო II – ქარხნისათვის $100–ს ტოლი. მთავრობას ნარჩენების საერთო რაოდენობის შემცირება 200–დან 50 ტონამდე სურს.

როგორი იქნება თითოეული ფირმის დანახარჯები და ორივე ფირმის მთლიანი დანახარჯები?

თემა 9. საზოგადოებრივი საქონელი და საერთო რესურსები

9.1. საზოგადოებრივი საქონლის შექმნის ს ახელმწიფო უზრუნველყოფა

XXI საუკუნემ არნახულად გაზარდა საზოგადოებრივი საქონლის წარმოება და კიდევ უფრო მეტად, მისი საჭიროება. ეს დაკავშირებულია ენერგიის მოხმარების, ტრანსპორტის, კავშირგაბმულობის, ინფორმაციული ნაკადების ზრდასთან, განათლებისა და ჯანდაცვის, თავდაცვის და ა.შ. განვითარებასთან.

საზოგადოებრივი საქონლის უდიდესი ნაწილი იწარმოება საბაზრო ინფრასტრუქტურაში, რომელიც წარმოების ძირითადი დარგების მომსახურე სფეროებს მოიცავს. თუმცა ეს დაყოფა პირობითია. მაგალითად, ინფრასტრუქტურაში შეაქვთ ენერგიის გენერაციის საწარმოები. ძირითადად ეს საწარმოები კერძო ფირმების საკუთრებაშია, მაგრამ ენერგიით მომხმარებლის უზრუნველყოფას სახელმწიფო აკონტროლებს განაწილების ქსელის საშუალებით.

ინფრასტრუქტურას მიეკუთვნება გზების, ხიდების, პორტების სისტემები, საირიგაციო ნაგებობები, ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა. ყველა ამ სფეროს ობიექტებს ინფრასტრუქტურის მატერიალურ ობიექტებს უწოდებენ.

ცალკე სფეროდ გამოყოფენ ინფრასტრუქტურის ეკონომიკურ ობიექტებს. ესენია ქვეყნის საფინანსო და ფულად-საკრედიტო სისტემები, საქონლის, შრომის, საფონდო და სავალუტო ბირჟები. ინფრასტრუქტურის სოციალურ ობიექტებს აკუთვნებენ განათლებისა და ჯანდაცვის სისტემებს.

ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე სახელმწიფოს ზრუნვა არ ნიშნავს, რომ ისინი აუცილებლად სახელმწიფო საკუთრებაშია. სახელმწიფო და კერძო კაპიტალი ბევრ ამ დარგში, მაგალითად ენერგეტიკაში, განათლებაში, ჯანდაცვაში, საკრედიტო სისტემაში ერთდროულად მოქმედებს და ხშირად ერთმანეთს ერწყმის (შერეულ საკუთრებას წარმოქმნის). ბოლო პერიოდში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა სახელმწიფო სექტორში კერძო სუბიექტთა მოზიდვას სხვადასხვა ფორმით.

ზემოთ ჩამოთვლილ სფეროებს გარდა საზოგადოებრივი საქონლის წარმოებას აკუთვნებენ სახელმწიფო მართვას, საზოგადოებრივი წესრიგის უზრუნველყოფას, ქვეყნის თავდაცვას, ეკოლოგიური წონასწორობის დაცვას და წარმოების უარყოფითი გარე ეფექტების დაძლევას. ასეთი გარე ეფექტებია მაგალითად, ხმაური, მტვერი, ჰაერის ან წყლის დაბინძურება, რომელიც თან ახლავს წარმოების ზოგიერთ სახეს და ხელს უშლის სხვა ფირმებსა და ადამიანებს ნორმალურ ცხოვრებაში; მავნე გამონაბოლქვი და გამოსხივება, რაც ბევრი თანამედროვე ტექნოლოგიის ატრიბუტია; ტყეების თუ სავარგულების დატბორვა ან

ხანძრები და ა.შ. სახელმწიფო ქმნის ამ პროცესების დამარეგულირებელ მექანიზმებს ან თავის თავზე იღებს ამ ხარჯებს.

სახელმწიფოს ნებისმიერი საქმიანობა იმაზეა გამიზნული, რომ საზოგადოებას სარგებლობა მოუტანოს. ამიტომ ფართო გაგებით საზოგადოებრივ საქონლად შეიძლება ჩაითვალოს ეკონომიკის რეგულირების სხვა მიმართულებებიც ანტიციკლური რეგულირება, კონკურენციის დაცვა, დარგთამორისი თუ ტერიტორიული პროპორციების დაცვა, სოციალური პროგრამების განხორციელება და სხვა.

ამდენად, აქ უნდა გავიხსენოთ ეკონომიკის მეშვიდე პრინციპი: მთავრობას ზოგჯერ შეუძლია ბაზრის ფუნქციონირების შედეგების გაუმჯობესება. ანუ აღნიშნულ სეგმენტში ბაზარი ვერ ფუნქციონირებს ეფექტიანად, "უხილავი ხელი" ვერ არეგულირებს სიტუაციას, რაც დაძლეული ხდება მთავრობის მიერ.

ადამიანები უფასოდ სარგებლობენ გარკვეული საზოგადოებრივი საქონლით. ზოგიერთ ასეთ საქონელს ბუნება გვაძლევს მდინარეები, მთები, ტბები, ზღვები და ოკეანეები. ზოგი მათგანით მთავრობა უზრუნველგვყოფს - სათამაშო მოედნები ბავშვებისათვის, პარკები და სასეირნო ადგილები. უფასო საქონელი განსაკუთრებული შემთხვევაა ეკონომიკური ანალიზისათვის. ეკონომიკაში საქონლის უმრავლესობა განაწილებულია ბაზრებზე, სადაც მყიდველები ფულს იხდიან იმაში, რის მიღებაც სურთ, ხოლო გამყიდველები ფულს იღებენ იმაში, რასაც ბაზარს აწვდიან. ასეთი საქონლისათვის ფასი არის სიგნალი, რომლის მიხედვით მყიდველები და გამყიდველები გადაწყვეტილებებს იღებენ. მაგრამ როდესაც საქონელი უფასოა, მაშინ საბაზრო ძალები, რომლებიც, ჩვეულებრივ, ეკონომიკაში რესურსებს ანაწილებს, არ მოქმედებს. თუ საქონელს ფასი არა აქვს, კერძო ბაზრები ვერ მოგვცემს იმის გარანტიას, რომ ეს საქონელი საჭირო რაოდენობით იქნება წარმოებული და მოხმარებული. ასეთ შემთხვევაში სამთავრობო პოლიტიკას შეუძლია საბაზრო ჩავარდნის დაძლევა და ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება.

როდესაც ეკონომიკაში არსებულ სხვადასხვა სახის საქონელზე ვმსჯელობთ, მოსახერხებელია მათი ჯგუფებად დაყოფა შემდეგი თვისებების მიხედვით:

1. არის თუ არა ეს საქონელი გამორიცხვადი? ანუ შეგვიძლია თუ არა, ადამიანებს ხელი შევუშალოთ ამ საქონლის მოხმარებაში?

2. არის თუ არა ეს საქონელი მეტოქეობისუნარიანი? ანუ შეამცირებს თუ არა ერთი პიროვნების მიერ ამ საქონლის მოხმარება მეორე პიროვნებისათვის ამავე საქონლის მოხმარების შესაძლებლობას?

გამორიცხვადობა არის საქონლის თვისება, როემლიც გულისხმობს, რომ შეიძლება პიროვნება ავარიდოთ ამ საქონლის მოხმარებას.

მეტოქეობისუნარიანობა არის საქონლის თვისება, რომელიც გულისხმობს, რომ ერთი პიროვნების მიერ საქონლის გამოყენება ამცირებს მეორე პიროვნების მიერ მისი გამოყენების შესაძლებლობას.

ამ თვისებების გამოყენებით საქონელი იყოფა ოთხ კატეგორიად:

1. კერძო საქონელი. იგი არის როგორც გამორიცხვადი, ისე მეტოქეობისუნარიანი. გამორიცხვადია, იმიტომ რომ პიროვნებას შეიძლება ხელი შევუშალოთ მის მოხმარებაში. მეტოქეობისუნარიანია, იმიტომ რომ თუ ერთი პიროვნება მიირთმევს ამ პროდუქტს, მეორე პიროვნება ამავე პროდუქტს ვერ მოიხმარს.

2. საზოგადოებრივი საქონელი. იგი არც გამორიცხვადია და არც მეტოქეობისუნარიანი. ანუ ადამიანებს ხელს ვერ შევუშლით საზოგადოებრივი საქონლის გამოყენებაში და ერთი პიროვნების მიერ საზოგადოებრივი საქონლის გამოყენება ვერ შეამცირებს მეორე პიროვნებისთვის ამავე საქონლის გამოყენების შესაძლებლობას. მაგ. სახელმწიფო თავდაცვა საზოგადოებრივი საქონელია. თუ ქვეყანა დაცულია უცხოელი აგრესორებისაგან, ვერავინ შეუშლის ხელს ცალკეულ ადამიანს ამ თავდაცვით სარგებლობაში. უფრო მეტიც, როდესაც ერთი იღებს სარგებლობას სახელმწიფო თავდაცვისაგან, ამით სხვების სარგებლობას არ ამცირებს.

3. საერთო რესურსები - მეტოქეობისუნარიანია, მაგრამ არა გამორიცხვადი. მაგალითად, თევზები ზღვაში, მეტოქეობას უწევენ: როდესაც ერთი მეთევზე თევზს იჭერს, სხვა მეთევზეს ნაკლები თევზის დაჭერა შეუძლია, მაგრამ თევზი არ არის გამორიცხვადი საქონელი, ვინაიდან თითქმის შეუძლებელია, მეთევზეს ხელი შევუშალოთ მის მიერ დაჭერილი თევზის გამოყენებაში.

4. ბუნებრივი მონოპოლია საქონელზე. როდესაც საქონელი გამორიცხვადია, მაგრამ არა მეტოქეობისუნარიანი, ამბობენ რომ ამ საქონელზე ბუნებრივი მონოპოლია არსებობს. მაგ. სახანძრო დაცვა ქალაქში. გამორიცხვადია, იმიტომ რომ შეიძლება ადამიანს არ მივცეთ მისი გამოყენების საშუალება, მაგრამ მეტოქეობისუნარიანი არაა, რადგანაც სახანძრო ყველა ოჯახს ერთნაირად ეხმარება.

ამგვარად, საზოგადოებრივი საქონელი და საერთო რესურსები არაა გამორიცხვადი_და ამიტომ მისი მოხმარება ყველას უფასოდ შეუძლია. იგი მჭიდროდაა დაკავშირებული გარეგანი ეფექტების პრობლემასთან. როგორც საზოგადოებრივი საქონლის, ისე საერთო რესურსების შემთხვევაში ჩნდება გარეგანი ეფექტები, ვინაიდან ერთიცა და მეორეც უფასოა. ამ გარეგანი ეფექტების გამო მოხმარებასა და წარმოებასთან დაკავშირებულმა კერძო გადაწყვეტილებებმა, შესაძლოა არაეფექტიან შედეგთან მიგვიყვანოს, ხოლო მთავრობის ინტერვენციას ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება შეუძლია.

იმის გასაგებად, თუ რით განსხვავდება საზოგადოებრივი საქონელი სხვა საქონლისაგან, განვიხილოთ ერთი მაგალითი: ფეიერვერკი. ეს საქონელი არაა გამორიცხვადი, ვინაიდან შეუძლებელია ვინმეს ფეიერვერკის ნახვის საშუალება არ მივცეთ, და არც მეტოქეობისუნარიანია, რადგან თუ ერთი პიროვნება სიამოვნებას იღებს ფეიერვერკის ყურებით, სხვების სიამოვნებას არაფერი აკლდება.

თუმცა, ფეიერვერკის მოწყობის დანახარჯი $1000-ია, მისთვის ფულს არავინ იხდის, მართალია სიამოვნება მისი ყურებით რაღაც თანხით შეიძლება შეფასდეს, ამიტომაც მისი ყურება ეფექტიანია, მაგრამ დანახარჯებს აფინანსებს მხოლოდ მთავრობა. ამ სახსრებს კი მთავრობა იღებს თითოეული მოქალაქის გადასახადით. ფეიერვერკი არ არის გამორიცხვადი საქონელი, ამიტომაც ადამიანებს "უბილეთო მგზავრობის" სტიმული აქვთ. "უბილეთო მგზავრი" ისეთი პიროვნებაა, რომელიც საქონლის მოხმარებით სარგებლობას იღებს, მაგრამ საფასურის გადახდას თავს არიდებს. ამ საბაზრო ჩავარდნის მიზეზი გარეგანი ეფექტია.

თუ მთავრობა გადაწყვეტს, რომ მთლიანი სარგებლობა დანახარჯებზე მეტია, მაშინ მას შეუძლია უზრუნველყოს საზოგადოებრივი საქონლის მიწოდება და შესაბამისი თანხები საგადასახადო შემოსავლებიდან გაიღოს, რის შედეგადაც, ყველას ეკონომიკური მდგომარეობა უმჯობესდება.

საზოგადოებრივი საქონლის ყველაზე მნიშვნელოვანი მაგალითებია:

1. სახელმწიფო თავდაცვა. ქვეყნის დაცვა უცხოელი აგრესორებისაგან საზოგადოებრივი საქონლის ერთ-ერთი კლასიკური მაგალითია. ამასთანავე, ეს ერთ-ერთი ყველაზე ძვირი საქონელია. 2004 წელს შეერთებული შტატების მთავრობამ სახელმწიფო თავდაცვაზე $456 მილიარდი დახარჯა, ანუ თითოეულ მოქალაქეზე $1500. მთავრობის მიერ ქვეყნის თავდაცვისათვის გარკვეული თანხის გაღება აუცილებელია.

2. ფუნდამენტური მეცნიერული კვლევები. ცოდნის შექმნა საზოგადოებრივი საქონელია. თუ მათემატიკოსი ახალ თეორემას ამტკიცებს, ეს თეორემა შემდგომში საერთო ცოდნის ნაწილი ხდება და მისი გამოყენება ყველას შეუძლია ყოველგვარი საფასურის გადახდის გარეშე. იმის გამო, რომ ცოდნა საზოგადოებრივი საქონელია, მოგების მაძიებელი ფირმები ცდილობენ უფასოდ გამოიყენონ სხვების მიერ შექმნილი ცოდნა.

ცოდნის მოპოვებასთან დაკავშირებული სათანადო პოლიტიკის შექმნისას დიდი მნიშვნელობა აქვს ზოგადი ცოდნისა და სპეციფიკური, ტექნოლოგიური ცოდნის განცალკევებას. სპეციფიკური, ტექნოლოგიური ცოდნა, მაგ. ახალი გამოგონება, შეიძლება დაპატენტდეს. ამით გამომგონებელი თავისი გამოგონებიდან მოგების დიდ ნაწილს მიიღებს, მაგრამ რა თქმა უნდა, არა მთელ მოგებას. ამისგან განსხვავებით, მათემატიკოსს არ შეუძლია თეორემის დაპატენტება; ასეთი ზოგადი ცოდნა უფასოა და ყველასათვის ხელმისაწვდომი.

ანუ, საპატენტო სისტემა სპეციფიკურ, ტექნოლოგიურ ცოდნას გამორიცხვადს ხდის, ხოლო ზოგადი ცოდნა გამორიცხვადი არ არის.

მთავრობა ცდილობს ზოგადი ცოდნის, როგორც საზოგადოებრივი საქონლის უზრუნველყოფას. ფუნდამენტურ გამოკვლევებს სუბსიდიებს აძლევენ მედიცინაში, მათემატიკაში, ფიზიკაში, ქიმიაში, ბიოლოგიასა და ეკონომიკაში. ფინანსდება კოსმოსური პროგრამები, რადგან ეს ახალ ცოდნას მატებს საზოგადოებას. მაგ. ტყვიაგაუმტარი ჟილეტის წარმოებისთვის ისეთი მასალებია გამოყენებული, რომლებიც მეცნიერებმა ადამიანის მთვარეზე გამგზავრებისთვის გამოიყენეს.

3. სიღარიბესთან ბრძოლის პროგრამები. სიღარიბესთან ბრძოლის პროგრამები მატერიალურად უფრო შეძლებული ოჯახებიდან აკრეფილი გადასახადებით ფინანსდება. სიღარიბესთან ბრძოლა საზოგადოებრივი საქონელია. კერძო ორგანიზაცია ვერ მოახერხებს სიღარიბის დაძლევას. თუმცა მთავრობამ შეიძლება გადაჭრას პრობლემა. ამ პროგრამით ღარიბების ეკონომიკური მდგომარეობა უმჯობესდება, ვინაიდან მათი ცხოვრების დონე იზრდება, ხოლო იმ ადამიანების ეკონომიკური მდგომარეობა, რომლებიც გადასახადებს იხდიან, იმიტომ უმჯობესდება, რომ ისინი ისეთ საზოგადოებაში ცხოვრობენ, სადაც ნაკლები სიღარიბეა.

9.2. საერთო რესურსები

საერთო რესურსები, საზოგადოებრივი საქონლის მსგავსად, გამორიცხვადი არ არის. საერთო რესურსები უფასოა ყველასთვის, ვისაც მათი გამოყენება სურს. მაგრამ საერთო რესურსები წარმოქმნის მეტოქეობას: ერთი პიროვნების მიერ საერთო რესურსის გამოყენება ამცირებს მეორე პიროვნების მიერ ამ რესურსის გამოყენების შესაძლებლობას. ამრიგად, ბუნებრივი რესურსები ახალ პრობლემას წარმოშობენ. საერთო რესურსებს ადამიანები არ უფრთხილდებიან, უყაირათოდ ხარჯავენ. ამის მიზეზი ისაა, რომ სოციალური და კერძო სტიმულები ერთმანეთისაგან განსხვავდება. ამაში მდგომარეობს საერთო საკუთრების სისუსტე.

საერთო რესურსების მრავალი სახეობა არსებობს. თითქმის ყველა შემთხვევაში ჩნდება ისეთივე პრობლემა: ადამიანები ჭარბად იყენებენ საერთო რესურსებს, უყაირათოდ ხარჯავენ, სათანადოდ არ უვლიან, არ უფრთხილდებიან. მთავრობა ხშირად კანონებით არეგულირებს მომხმარებელთა ქცევას ან აწესებს გადასახადებს, რათა ზედმეტი გამოყენების პრობლემა შეარბილოს. საერთო რესურსებს მიეკუთვნება: სუფთა ჰაერი, წყალი, გზები, ზღვები და მისი ბინადრები და ა.შ.

სუფთა ჰაერისა და წყლის დაბინძურება უარყოფითი გარეგანი ეფექტია, რომლის დაძლევაც კანონების და მაკორექტირებელი გადასახადების მეშვეობითაა შესაძლებელი. გარემოს დაბინძურება, მისი დეგრადაცია საერთო საკუთრების ტრაგედიაა. ასევე გზაც საერთო რესურსია. მისი კეთილმოწყობის და გადატვირთვის პრობლემის გადაჭრის ერთ-ერთი საშუალებაა მძღოლებისათვის საგზაო ბაჟის დაწესება. ამგვარად საგზაო ბაჟი „პიგუს გადასახადია" გზის გადატვირთვის გარეგან ეფექტზე. კიდევ ერთი პოლიტიკა, რომელიც გზების გადატვირთვის პრობლემას პასუხობს, ბენზინზე გადასახადის დაწესებაა. ასევე ზღვები და ოკეანეები ერთ-ერთი ყველაზე გაუკონტროლებელი საერთო რესურსია. პრობლემის ადვილად გადაწყვეტას ორი გარემოება აბრკოლებს: მრავალ ქვეყანას აქვს ოკეანეში გასასვლელი, ამიტომ ნებისმიერი გადაწყვეტილება საერთაშორისო დონეზე უნდა გადაწყდეს; ოკეანე უზარმაზარია და მისი გაკონტროლება რთულია. აშშ-ს აკრავს ორი, ატლანტის და წყნარი ოკეანე. ამიტომ ნებისმიერ შეთანხმებაზე კონტროლი ძალიან ძნელია. საქართველოში შავი ზღვის გაკონტროლება უქმნის ქვეყანას პრობლემებს. მთავრობა იღებს თევზჭერისა და ნადირობის ლიცენზიების საფასურს და ზღუდავს თევზჭერისა და ნადირობის სეზონის ხანგრძლივობას. მეთევზეები ვალდებულნი არიან წყალში დააბრუნონ წვრილი თევზები, მონადირეებს კი ცხოველების მხოლოდ გარკვეული რაოდენობის მოკვლა შეუძლიათ. ყველა ეს კანონი ამცირებს საერთო რესურსების გამოყენებას და ხელს უწყობს ცხოველთა პოპულაციების შენარჩუნებას.

ბაზარი ვერ ახერხებს საერთო რესურსების ეფექტიანად განაწილებას, რადგანაც მასზე არ არსებობს კერძო საკუთრება, ანუ ზოგიერთ საქონელს არ ჰყავს მესაკუთრე, რომელსაც ამ საქონელზე კონტროლის უფლება ექნება. ბაზარი არ ზრუნავს სუფთა ჰაერზე, სახელმწიფო თავდაცვაზე, შესაბამისად ვერავინ მოსთხოვს ადამიანებს იმ სარგებლობის ფასს, რომელსაც ისინი ასეთი "საქონლის" გამოყენებით მიიღებენ. შედეგად კი ბუნებრივი რესურსები ნადგურდება, შეიძლება ზოგიერთი მათგანი ამოიწუროს კიდევაც.

ისტორიის განმავლობაში ცხოველთა არაერთი სახეობა დამდგარა გადაშენების საფრთხის წინაშე. ამიტომაც საქართველოში, ისევე როგორც მრავალ სხვა ქვეყანაში, არსებობს ნაკრძალები, სადაც დაცულია მთლიანი ბუნებრივი კომპლექსები. მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია ლაგოდეხის სახელმწიფო ნაკრძალი, რომელიც კავკასიონის მთავარი ქედის სამხრეთ კალთაზე მდებარეობს და სამეცნიერო თვალსაზრისით მვირფასი მცენარეებისა და ცხოველების სახეობებს შეიცავს. აქ მკვეთრადაა გამოსახული ტყის სარტყელი: მუხა, წიფელი, არყის ხე, ნეკერჩხალი და რცხილა. ლაგოდეხის ნაკრძალში აღრიცხულია 42 სახეობის ძუძუმწოვარი ცხოველი: ჯიხვი, არჩვი, ირემი, კავკასიური მურა დათვი, ფოცხვერი,

კვერნა, მაჩვი, მგელი; ფრინველებიდან აღსანიშნავია კავკასიური როჭო და შურთხი, მტაცებელი ფრინველები. ნაკრძალში მოწყობილია ფლორისა და ფაუნის მუზეუმი.

ნაკრძალის ტერიტორიაზე აკრძალულია ყოველგვარი ნადირობა, ხეებისა და ბუჩქების ჩეხვა. უნებართვოდ, თოფითა თუ თევზის, ნადირის, ფრინველის დასაჭერი მოწყობილობით ნაკრძალში ყოფნა ბრაკონიერობად ითვლება და მკაცრად ისჯება.

ზოგი ქვეყანა, მაგალითად კენია, ტანზანია და უგანდა, კრძალავს სპილოების დახოცვას და სპილოს ბეღლით ვაჭრობას. მაგრამ ამ კანონების შესრულების კონტროლი ძნელია, რადგან სპილოს ბეღლის კომერციული ფასეულობა სპილოების გადაშენებას უწყობს ხელს. ამის მიზეზი კი ის გახლავთ, რომ სპილოები, ისევე როგორც საქართველოს ნაკრძალის ბინადარნი, საერთო რესურსია. თითოეულ ბრაკონიერს იმის ძლიერი სტიმული აქვს, რომ იმდენი იშვიათი ცხოველი მოკლას, რამდენსაც მიაგნებს. შინაური ცხოველები კი ფერმერთა საკუთრებაა და არავის ეძლევა საკუთრების ხელყოფის უფლება. თითოეულ ასეთ შემთხვევაში, თუ პოლიტიკა კარგადაა დაგეგმილი და კარგადაც სრულდება, მთავრობას შეუძლია უფრო ეფექტიანად გაანაწილოს რესურსები და ამით ეკონომიკური კეთილდღეობა გაზარდოს.

თემა 10. წარმოების დანახარჯები და მოგება კონკურენტულ ფირმებში

აღნიშნულ თემაში განვიხილავთ წარმოების დანახარჯთა ცვლილებების კანონზომიერებებს, კონკურენტული ფირმების ქცევას გადაწყვეტილების მიღებისას, დანახარჯების და ფასის თანაფარდობას და ფირმის მოგების გადიდების გზებს, რომლებიც უნდა შეადგენდეს მეწარმის ეკონომიკური ცოდნის მინიმუმს. ფირმებს სრულყოფილი კონკურენციის აბსტრაქტულ მოდელში ვიხილავთ, რომელიც წარმოადგენს ფირმის ქცევის საფუძველს თანამედროვე რეალურ ეკონომიკაშიც, რომლისთვისაც ნიშანდობლივია კონკურენციისა და მონოპოლიის თანაარსებობა და ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირება. ეს თემა არის საყრდენი ეკონომიკური ციკლისა და კრიზისების მექანიზმის, სახელმწიფოს ანტიციკლური რეგულირებისა და სხვა საკითხთა შესწავლის საქმეშიც.

ამგვარად, ფირმის მიერ საქონლის წარმოების ალტერნატიული დანახარჯი ზოგჯერ ცხადია, ზოგჯერ კი არაცხადი. როდესაც მცხობელი ფქვილის შესაძენად, საცხობი დანადგარებისათვის ან მუშების ხელფასისათვის $10 000-ს ხარჯავს, ეს ცხადი დანახარჯებია. მაგრამ არსებობს არაცხადი დანახარჯებიც. წარმოვიდგინოთ, რომ ელენი კომპიუტერის კარგი სპეციალისტია. თუ იგი პროგრამისტად იმუშავებს, შეუძლია საათში $50 გამოიმუშაოს. ხოლო საკუთარ საცხობში მუშაობით ელენი უარს ამბობს პროგრამისტის შემოსავალზე, რომელიც მისი დანახარჯების ნაწილი ხდება. თითქმის ყველა ფირმის მნიშვნელოვანი არაცხადი დანახარჯია იმ ფინანსური კაპიტალის ალტერნატიული დანახარჯი, რომელიც ამ ფირმის დაფუძნებისას დაიხარჯა. მაგალითად, თუ საკუთარი დანაზოგიდან $30 000-ს გამოიყენებთ, რათა საცხობი იყიდოთ, ეს თანხა ბანკში რომ შეგეტანათ, წელიწადში 5% სარგებელს მიიღებდით. ანუ ამ შემთხვევაში $1500 არაცხად ალტერნატიულ დანახარჯს წარმოადგენს.

შესაბამისად, ეკონომიკური მოგება არის მთლიან შემოსავალს გამოკლებული მთლიანი დანახარჯები ცხადი და არაცხადი დანახარჯების ჩათვლით. ხოლო საბუღალტრო მოგება განსაზღვრავს სხვაობას ფირმის მთლიან შემოსავალსა და მხოლოდ ცხად დანახარჯებს შორის.

ეკონომიკური მოგება ძალიან მნიშვნელოვანი ცნებაა, რადგან სწორედ ეს არის ფირმების მოტივაციის წყარო, ბაზარს მიაწოდონ საქონელი და მომსახურება. როდესაც ფირმა ეკონომიკურ ზარალს განიცდის, მწარმოებლები ვერ იღებენ იმდენ შემოსავალს, ყველა დანახარჯი რომ დაფაროს. დიდი მნიშვნელობა აქვს ასევე დანახარჯების დაყოფას მუდმივ და ცვალებად დანახარჯებად.

მუდმივი დანახარჯები ეწოდება ისეთ დანახარჯებს, რომლებიც არ იცვლება წარმოების მოცულობის ცვლილებისას. მაგ. შენობის იჯარის, ტექნიკის შესაძენად გაწეული ხარჯები მუდმივ დანახარჯს წარმოადგენს გარკვეულ პერიოდში.

ცვალებადი დანახარჯები ეწოდება ისეთ დანახარჯებს, რომლებიც წარმოებული პროდუქციის რაოდენობასთან ერთად იცვლება. მაგ. ნედლეულის, მასალების შესაძენად გაწეული დანახარჯები იზრდება წარმოებული პროდუქციის რაოდენობის გაზრდით. ამიტომაც ის ცვალებად დანახარჯს წარმოადგენს.

ფირმის მთლიანი დანახარჯი მუდმივი და ცვალებადი დანახარჯების ჯამის ტოლია.

$$TC = FC + VC$$

სადაც TC _ მთლიანი დანახარჯებია.

VC - ცვალებადი დანახარჯები.

FC - მუდმივი დანახარჯები.

განასხვავებენ ასევე საშუალო და ზღვრულ დანახარჯებს.

საშუალო დანახარჯი წარმოადგენს პროდუქტის ერთი ერთეულის წარმოების დანახარჯს, იგი ტოლია ფირმის მთლიანი დანახარჯი გაყოფილი პროდუქციის რაოდენობაზე. საშუალო დანახარჯი აღინიშნება ATC - სიმბოლოთი.

$$ATC = TC / Q;$$

სადაც TC– მთლიანი დანახარჯია;

Q –პროდუქციის რაოდენობა.

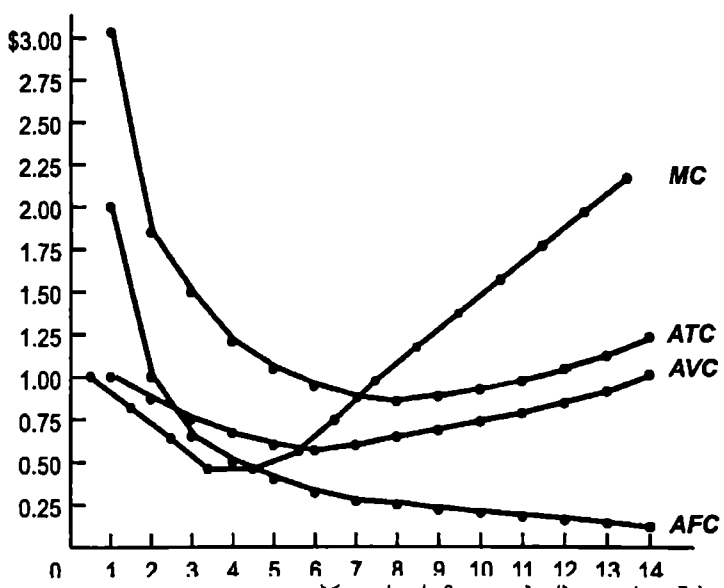
მნიშვნელოვანია ასევე ზღვრული დანახარჯის ცოდნა.

(MC) ზღვრული დანახარჯი წარმოადგენს მთლიანი დანახარჯის ნამატს, რომელიც დამატებითი ერთეულის წარმოების შედეგია.

$$MC = \frac{\text{მთლიანი დანახარჯის ცვლილება}}{\text{რაოდენობის ცვლილება}} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q};$$

Δ – (ბერძნული ასო დელტა) ცვლადის ცვლილებას ნიშნავს.

ფირმათა ქცევის ანალიზისას სასარგებლოა დანახარჯების გრაფიკული ანალიზი.

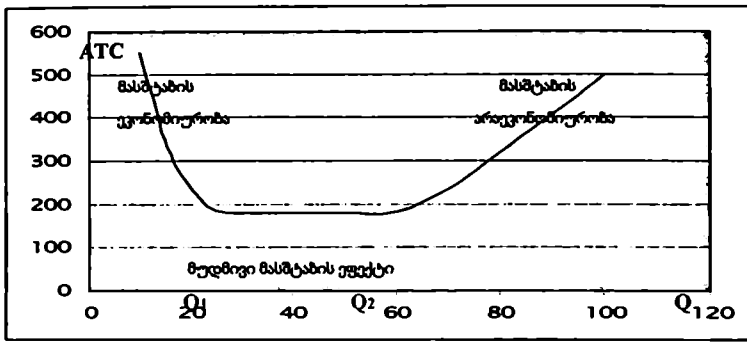


ნახ. 10.1. საშუალო დანახარჯისა და ზღვრული დანახარჯების მრუდები

ნახ. 10.1-დან ნათლად ჩანს, რომ ზღვრული დანახარჯი მზარდია, იგი პროდუქციის რაოდენობასთან ერთად იზრდება. ხოლო საშუალო მთლიან და საშუალო ცვალებად დანახარჯებს დაახლოებით პარაბოლას ფორმა აქვთ. რაც შეეხება საშუალო მუდმივ დანახარჯებს, იგი მუდმივად მცირდება, როდესაც პროდუქციის რაოდენობა იზრდება, რადგან მუდმივი დანახარჯი ერთეულთა უფრო დიდ რაოდენობაზე ნაწილდება. საშუალო მთლიან და ცვალებად დანახარჯების პარაბოლას ფორმა გამოწვეულია იმით, რომ ისინი ჯერ მცირდება, გარკვეულ ოპტიმალურ მოცულობამდე, ხოლო შემდეგ იზრდება პროდუქციის მოცულობის ზრდასთან ერთად. ნახაზზე ასევე ვხედავთ, რომ AFC და AVC მრუდამდე მანძილის ჯამი გვაძლევს მანძილს ATC მრუდამდე. როგორც უკვე ვიცით, საშუალო მთლიანი დანახარჯები საშუალო მუდმივ და ცვალებად დანახარჯთა ჯამის ტოლია. სწორედ ამიტომაა AVC - მრუდის ზრდა უფრო სწრაფი, ვიდრე ATC - სი. ამ უკანასკნელის ზრდას, AVC - თან შედარებით ანელებს AFC - ს შემცირება.

10.2. მასშტაბის ეკონომიურობა

მრავალი ფირმისათვის მთლიანი დანახარჯის დაყოფა მუდმივ და ცვალებად დანახარჯებად დამოკიდებულია დროის მასშტაბზე, რომელსაც განვიხილავთ. დროის მოკლე პერიოდში ფირმა ვერ შეძლებს თავისი ქარხნების რაოდენობის და ზომების შეცვლას. დამატებითი პროდუქციის წარმოებას იგი შეძლებს მხოლოდ ახალი მუშების დაქირავებით, ხოლო ამ ქარხანათა ღირებულება მოკლევადიანი პერიოდის მუდმივი დანახარჯია. გარკვეული წლების შემდეგ ფირმა შეძლებს ქარხნების რაოდენობის გაზრდას, ახალი ქარხნების აშენებას. ამიტომაც მისი ქარხნების ღირებულება გრძელვადიან პერიოდში ცვალებადი დანახარჯი ხდება. როგორც ამ მაგალითიდან დავინახეთ, მრავალი სახის დანახარჯი მუდმივია მოკლევადიან პერიოდში და ცვალებადია გრძელვადიან პერიოდში. ამიტომაც დანახარჯების მრუდები განსხვავებულია მოკლევადიანი და გრძელვადიანი პერიოდებისათვის. გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი დანახარჯის მრუდს უფრო ბრტყელი პარაბოლას ფორმა აქვს და მოკლევადიანი პერიოდების მრუდების ქვემოთ მდებარეობს.



ნახ. 10.2. საშუალო მთლიანი დანახარჯები გრძელვადიან პერიოდში.

გრძელვადიანი საშუალო მთლიანი ხარჯების შემცირებას წარმოების მოცულობის ზრდის პირობებში მასშტაბის ეკონომიურობა ეწოდება. ხოლო გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი ხარჯების ზრდას წარმოების გაფართოებასთან ერთად მასშტაბის არაეკონომიურობა.

Q_1 -დან Q_2 - მოცულობამდე წარმოების გაფართოებისას ხარჯები უცვლელია. პროცესს, რომლის დროსაც წარმოების გაფართოება ხარჯების ზრდას არ იწვევს, მასშტაბის მუდმივ უკუგებას უწოდებენ. ამგვარად, მასშტაბის მუდმივი ეფექტი არის თვისება, რომელიც გვიჩვენებს, რომ გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი დანახარჯი უცვლელია პროდუქციის მოცულობის ცვლილებისას. ყოველივე ეს ასახულია ნახაზზე 10.2.

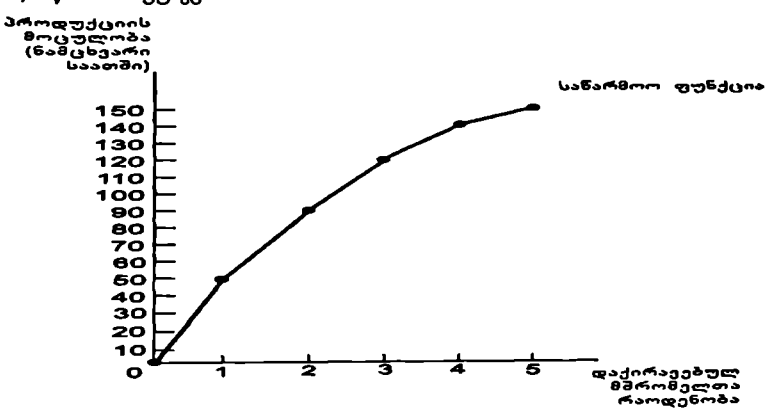
მასშტაბის ეკონომიურობას ძირითადად იწვევს მშრომელთა სპეციალიზაცია, მოცემულ საქმეში მათი დაოსტატება. ადამ სმითმა პირველად ახსნა სპეციალიზაციის მნიშვნელობა. თავის წიგნში "ხალხთა სიმდიდრე". იგი აღნიშნავდა, რომ სპეციალიზაციის წყალობით ქინძისთავების ფაბრიკა დღეში თითო მუშაზე გაანგარიშებით ათასობით ქინძისთავს უშვებდა. შრომის დანაწილების და სპეციალიზაციის წყალობით დიდი ფაბრიკა თითოეულ მუშაზე გაანგარიშებით უფრო დაბალი დანახარჯებით უფრო მეტ პროდუქციას უშვებს. მაგალითად, თუ თქვენ სახლის აშენებას მოისურვებთ, შეგიძლიათ ყველაფერი თავად გააკეთოთ. მაგრამ თუ თქვენ გამოიყენებთ დურგლის, ელექტრიკოსის, მღებავის, შემდუღებლის და სხვა ხელოსნის შრომას, შედეგი გაცილებით უფრო უკეთესი და ხარისხიანი გექნებათ. მართლაც, სწორედ მასშტაბის ეკონომიის მიღწევის მიზნით სპეციალიზაციის გამოყენება გახლავთ თანამედროვე საზოგადოების წარმატების ერთ-ერთი საფუძველი.

10.3. მოგების მაქსიმიზაციის პრობლემა და ფირმის გადაწყვეტილება მიწოდების შესახებ

ეკონომიკური მოგებისა და ზარალის განხილვისას უნდა განვიხილოთ საწარმოო ფუნქცია, რომელიც გამოხატავს დამოკიდებულებას დაქირავებულ მშრომელთა რაოდენობასა და პროდუქციის მოცულობას, ასევე პროდუქციის მოცულობასა და მთლიან დანახარჯებს შორის.

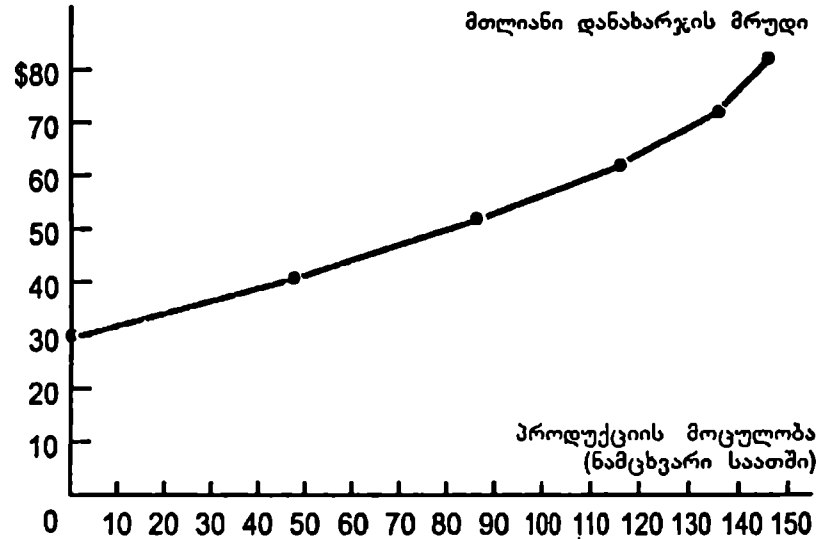
როდესაც მშრომელთა რაოდენობა იზრდება, საწარმოო ფუნქციის დახრილობა მცირდება, რაც ზღვრული პროდუქტის კლებადობას ასახავს.

ა) საწარმოო ფუნქცია



ნახ. 10.3–ა.

ბ)



ნახ. 10.3–ბ.

საწარმოო ფუნქციის დახრილობის შემცირება ზღვრული პროდუქტის კლებადობას ასახავს. ზღვრული პროდუქტის კლებადობა: რაც მეტია დაქირავებულ მშრომელთა რაოდენობა, მით ნაკლები წვლილი შეაქვს თითოეულ მათგანს პროდუქციის წარმოებაში. 10.3.ბ–ნახაზზეც კარგად ჩანს ზღვრული პროდუქტის კლებადობა: მთლიანი დანახარჯების ზრდასთან ერთად ნაკლებად იზრდება პროდუქციის მოცულობა.

ეს თვისება აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს მეწარმემ მოგების მაქსიმიზაციის ანალიზის დროს.

კონკურენტული ფირმების ანალიზი ცხადყოფს, რომ საბაზრო მიწოდება მჭიდროდაა დაკავშირებული ფირმების საწარმოო დანახარჯებთან.

ისევე როგორც დანახარჯების ანალიზისას, საშუალო და ზღვრული სიდიდეების ცნებები შემოსავლის ანალიზის დროსაც სასარგებლოა. იმის გასაგებად თუ რას გვაძლევს ეს ორი კატეგორია, განვიხილოთ შემდეგი ორი კითხვა:

- რა შემოსავალს იღებდა ფირმა ერთეული პროდუქციიდან?

- რა დამატებით შემოსავალს მიიღებს ფირმა, თუ პროდუქციის წარმოებას

1 ერთეულით გაზრდის. ამ კითხვაზე პასუხი რომ გავცეთ, უნდა ვიცოდეთ საშუალო შემოსავალი და ზღვრული შემოსავალი.

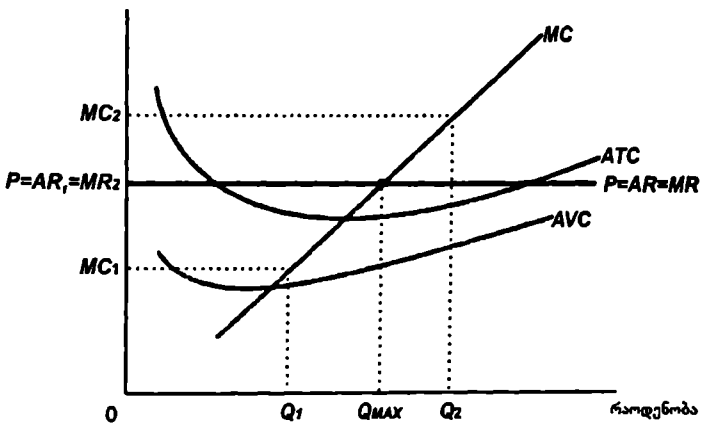
საშუალო შემოსავალი როგორც უკვე აღვნიშნეთ, არის მთლიანი შემოსავლის განაყოფი გაყიდული საქონლის რაოდენობაზე. ზღვრული შემოსავალი არის დამატებით გაყიდული ერთეულით გამოწვეული ცვლილება მთლიან შემოსავალში.

მოგების მაქსიმიზაციის ანალიზისათვის უნდა განვიხილოთ დანახარჯების მრუდი. ამ მრუდებს სამი თვისება აქვთ:

1. ზღვრული დანახარჯის მრუდი (MC) ზრდადია,

2. საშუალო მთლიანი დანახარჯის მრუდს (ATC) პარაბოლას ფორმა აქვს.

3. ზღვრული დანახარჯის მრუდი საშუალო მთლიანი დანახარჯის მრუდს მინიმუმის წერტილში კვეთს.



ნახ. 10.4. მოგების მაქსიმიზაცია კონკურენტული ფირმისათვის.

ჰორიზონტალური P– წრფე არის ფირმის პროდუქციის საბაზრო ფასის დონე, რომელიც ფირმის საშუალო შემოსავლის (AR) და ზღვრული შემოსავლის (MR) ტოლია.

10.4. ნახაზის მეშვეობით შეგვიძლია დავადგინოთ პროდუქციის რაოდენობა, რომელიც ფირმის მოგების მაქსიმუმს შეესაბამება.

როდესაც ფირმა Q_1 რაოდენობას აწარმოებს, ამ დონეზე ზღვრული შემოსავალი მეტია ზღვრულ დანახარჯზე. ამიტომ ფირმას შეუძლია წარმოების გაზრდის გზით მოგება გაზარდოს, ხოლო როდესაც წარმოების რაოდენობა მიაღწევს Q_2 დონეს, ამ შემთხვევაში ზღვრული დანახარჯი ზღვრულ შემოსავალზე მეტია. ფირმა ზარალზე გადის.

ფირმას მანამდე შეუძლია წარმოების გაზრდა, სანამ Q_{max} - მიაღწევდეს, ანუ ფასისა და ზღვრული დანახარჯების ტოლობის წერტილამდე. გრაფიკულად ეს P ფასის წრფისა და MC - ზღვრულ დანახარჯების მრუდის გადაკვეთის წერტილით გამოისახება.

ეს ანალიზი გვიჩვენებს მოგების მაქსიმიზაციის შემდეგ წესებს:

1. ფირმის მაქსიმალური მოგება შეესაბამება წარმოების ისეთ დონეს, როდესაც ზღვრული შემოსავალი და ზღვრული დანახარჯი ტოლია;

2. თუ ზღვრული დანახარჯი ზღვრულ შემოსავალზე მეტია, ფირმამ უნდა შეამციროს წარმოება;

ეს წესები მოგების მაქსიმიზაციაზე მომუშავე ფირმის რაციონალური გადაწყვეტილების უმნიშვნელოვანესი ნაწილია.

სწორედ ამგვარად იღებს ფირმა გადაწყვეტილებას იმის თაობაზე, თუ რა რაოდენობის საქონელი მიაწოდოს ბაზარზე.

ვინაიდან ეს ფირმა ფასის მიმღებია, მისი ზღვრული შემოსავალი, საბაზრო ფასის ტოლია. მოცემული ფასის პირობებში ფირმის პროდუქციის რაოდენობა, რომელიც მაქსიმალურ მოგებას შეესაბამება, ის რაოდენობაა, სადაც ფასის წრფე ზღვრული დანახარჯის მრუდს გადაკვეთს.

თუ საბაზრო ფასი მოთხოვნის გაზრდის გამო გაიზრდება, ფირმა შეძლებს მოგების მიღებას უფრო დიდი რაოდენობის პირობებში.

აქედან გამომდინარე, ფირმის ზღვრული დანახარჯის მრუდი განსაზღვრავს რამდენი რაოდენობის პროდუქციის მიწოდებისთვისაა მზად ფირმა მოცემული ფასის პირობებში. ანუ ზღვრული დანახარჯების მრუდი კონკურენტული ფირმის მიწოდების მრუდიცაა.

10.4. ფირმის გადაწყვეტილება წარმოების შეწყვეტის, დარგიდან გასვლის შესახებ, ან დარგში დარჩენის შესახებ

ზოგიერთ ვითარებაში ფირმა იღებს გადაწყვეტილებას წარმოების დროებით შეწყვეტის შესახებ ან დარგის სამუდამოდ დატოვების შესახებ.

უნდა განვასხვავოთ ფირმის დროებით დახურვა მოკლევადიან პერიოდში ან ფირმის მიერ სამუდამოდ დარგის დატოვება.

ფირმა იხურება, თუ შემოსავალი მიღებული თავისი პროდუქციის გაყიდვიდან, წარმოების ცვალებად დანახარჯებზე ნაკლებია.

მთლიან შემოსავალს აღვნიშნავთ **TR**; ცვალებად ხარჯებს **VC**. თუ **TR<VC**. ფირმა დაიხურება. თუ ამ უტოლობის ორივე მხარეს გავყოფთ Q -ზე, მივიღებთ:

$$\frac{TR}{Q} < \frac{VC}{Q};$$

ჩვენთვის ცნობილია, რომ $\frac{TR}{Q}$ არის საშუალო შემოსავალი, იგი საქონლის P- ფასის ტოლია.

VC / Q - არის საშუალო ცვალებადი დანახარჯი. იგი აღინიშნება AVC .

ამგვარად, ფირმის დახურვის კრიტერიუმი იქნება: **P < AVC.**

ასე რომ, თუ ფასი საშუალო ცვალებად დანახარჯს არ ფარავს, მაშინ ფირმისათვის უმჯობესია წარმოების შეწყვეტა.

ფირმას შეუძლია განაახლოს წარმოება, თუ პირობები ისე შეიცვლება, რომ ფასი საშუალო ცვალებად დანახარჯზე მეტი გახდება. თუ ეს პროცესი ხანგრძლივად გაგრძელდება და მოიცავს გრძელვადიან პერიოდს, ფირმა არა მხოლოდ დროებით დაიხურება, იგი საბოლოოდ შეწყვეტს ფუნქციონირებას და დარგს ტოვებს. ამ შემთხვევაში ფირმა დარგიდან გადის, თუ **TR < TC**; Q-ზე გაყოფით ვღებულობთ:

$\frac{TR}{Q} < \frac{TC}{Q}$ TC - მთლიანი დანახარჯია;

TR :Q= P; TC : Q = ATC (საშუალო მთლიანი დანახარჯი);

ამგვარად, ფირმა დარგიდან უნდა გავიდეს, როცა **P<ATC**; ანუ ფირმა გადაწყვეტს დარგიდან გასვლას, თუ საქონლის ფასი ამ საქონლის წარმოების საშუალო მთლიან დანახარჯზე ნაკლებია.

ეს ანალიზი გამოდგება მეწარმისთვის, რომელიც ფირმის შექმნას აპირებს. ფირმა დარგში მაშინ შევა, როდესაც მომგებიანი იქნება, ანუ როცა **P > ATC.**

მოკლევადიან პერიოდში, როდესაც ბაზარზე ფირმების უცვლელი რაოდენობა მოქმედებს, საბაზრო მიწოდების მრუდი ასახავს ყველა ფირმის ზღვრული დანახარჯის მრუდს. თითოეული ფირმა მოცემულ ფასად პროდუქციის ისეთ რაოდენობას მიაწოდებს, რომლისთვისაც ამ ფირმის ზღვრული დანახარჯი ფასის ტოლია. ანუ თუ ფასი საშუალო ცვალებად დანახარჯზე მეტია, თითოეული ფირმის ზღვრული დანახარჯის მრუდი ამავე დროს მისი მიწოდების მრუდიც იქნება. ბაზარზე მიწოდებული პროდუქციის რაოდენობა ცალკეული ფირმების მიერ მიწოდებული რაოდენობების ჯამის ტოლია.

ეხლა განვიხილოთ გრძელვადიანი პერიოდი, როდესაც ფირმებს ბაზარზე შესვლა და ბაზრიდან გასვლა თავისუფლად შეუძლიათ. თუ ბაზარზე მოქმედი ფირმები მომგებიანია, მაშინ ახალ ფირმებს ამ ბაზარზე შესვლის სტიმული ექნებათ. ეს შესვლა გაზრდის ფირმების რაოდენობას, გაზრდის მიწოდების რაოდენობას, შესაბამისად შეამცირებს ფასებს და მოგებას. პირიქით, როცა ზოგი ფირმა ზარალის გამო დაიხურება, ეს შეამცირებს მიწოდების რაოდენობას, ხოლო გაზრდის ფასებსა და მოგებას:

M= (P - ATC) xQ მოგების გამოსაანგარიშებელი ფორმულა.

ეს ტოლობა გვიჩვენებს, რომ ფირმა, მაშინ იღებს ნულოვან მოგებას, როცა საქონლის ფასი ამ საქონლის მთლიანი დანახარჯის ტოლია. ფირმა მაინც არ იხურება. ხოლო თუ პროდუქციის ფასი საშუალო მთლიან დანახარჯზე მეტია, მოგება დადებითია. თუ ფასი საშუალო მთლიან დანახარჯზე ნაკლებია, მოგება უარყოფითია, ანუ ფირმა ზარალიანია, იგი იხურება. M<0;

დავუშვათ, ფერმერმა ფერმის შესაქმნელად 1მლნ $ უნდა დახარჯოს და უარი უნდა თქვას იმ 50 000$ სარგებელზე, რომელსაც ამ ფულის ბანკში შეტანით მიიღებდა. გარდა ამისა, მან თავი უნდა დაანებოს სამსახურსაც, რომელიც წელიწადში 30 000$-ს აძლევს. ასეთ შემთხვევაში ფერმერის მიერ ფერმის გაძღოლის ალტერნატიული დანახარჯია 80 000$. მაშინაც კი როდესაც ფერმერის ეკონომიკური მოგება 0-ის ტოლია, შემოსავალი ამ ალტერნატიულ დანახარჯს უნაზღაურებს. ჩვენი ფერმერის ბუღალტერი გამოთვლების შედეგად იმ დასკვნამდე მივიდოდა, რომ ფერმერმა 80 000$ საბუღალტრო მოგება მიიღო, რაც საკმარისია მისი. საქმიანობის გაგრძელებისთვის. როგორც ვიცით, ბუღალტრები არაცხად ალტერნატიულ დანახარჯებს არ ანგარიშობენ. ბუღალტრები მხოლოდ ფირმაში შემავალ და გამავალ თანხებს ადევნებენ თვალყურს, ანუ არ ითვალისწინებენ არაცხად დანახარჯებს. ნულოვანი ეკონომიკური მოგების პირობებში საბუღალტრო მოგება დადებითია. ჩვენი ფერმერის ბუღალტერი გამოთვლების შედეგად იმ დასკვნამდე მივიდოდა, რომ ფერმერმა $80 000 საბუღალტრო მოგება მიიღო, რაც სრულიად საკმარისია მისი საქმიანობის გაგრძელებისათვის.

სავარჯიშოები

№1.

თუ "ბოინგი" თვეში 9 თვითმფრინავს უშვებს, მისი გრძელვადიანი საშუალო მთლიანი დანახარჯი თვეში 9 მილიონს შეადგენს. თუ წარმოება 10 თვითმფრინავამდე გაიზრდება, დანახარჯები 9,5 მილიონამდე ადის. "ბოინგი" მასშტაბის ეკონომიურობას განიცდის თუ არაეკონომიურობას?

№2.

თქვენი ნათესავი მაღაზიის გახსნას აპირებს. ის ვარაუდობს, რომ მაღაზიის დაქირავებისა და გასაყიდი საქონლის შეძენის დანახარჯი წელიწადში $50 000 იქნება. ამას გარდა, მან უარი უნდა თქვას თავის სამუშაო ადგილზე, სადაც მას, როგორც ბუღალტერს, წელიწადში $5000 აქვს.

ა) განსაზღვრეთ ალტერნატიული დანახარჯი

ბ) თუ წელიწადში მაღაზიაში $51 000-ის ღირებულების საქონლის გაყიდვას შეძლებს, უნდა გახსნას თუ არა მაღაზია? ახსენით.

№3.

კომპანია "ანი" ცოცხებს აწარმოებს და შემდეგ სახლში მიტანით ყიდის მათ. ცხრილში მოცემულია კავშირი მუშათა რაოდენობასა და კომპანიის დღიური წარმოქმნის მოცულობას შორის.

მუშები	წარმოებული პროდუქტი	ზღვრული პროდუქტი	მთლიანი დანახარჯი	საშუალო მთიანი დანახარჯები	ზღვრული დანახარჯები
0	0				
1	20				
2	50				
3	90				
4	120				
5	140				
6	150				
7	155				

შეავსეთ ცარიელი სვეტები. ცნობილია, რომ ერთი მუშაკი დღეში $100 ჯდება. ფირმის მუდმივი დანახარჯია $200. ასევე გაიხსენეთ, რომ $ATC = \frac{TC}{Q}$; $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$.

შეადარეთ ზღვრული პროდუქტისა და ზღვრული დანახარჯების სვეტები. ახსენით კავშირი მათ შორის.

№ 4. განიხილეთ შემდეგი ინფორმაცია პიცერიის დანახარჯების შესახებ:

რაოდენობა (ათეულები)	მთლიანი დანახარჯები	ცვალებადი დანახარჯები
0	$300	$0
1	$350	$50
2	$390	$90
3	$420	$120
4	$450	$150
5	$490	$190
6	$540	$240

რა იქნება ფირმის მუდმივი დანახარჯები?

გამოიანგარიშეთ ზღვრული დანახარჯები ყოველი ათეული პიცისათვის.

№5.

დავუშვათ თქვენ ლიმონათის დახლის დადგმა გსურთ.

დახლი ღირს $200. ე რთი ჭიქა ლიმონათის ინგრედიენტების ღირებულებაა $0.50.

როგორია ამ საქმიანობაში თქვენი მუდმივი დანახარჯი?

როგორია ცვალებადი დანახარჯი ლიმონათის თითოეული ჭიქისათვის. შეადგინეთ ცხრილი, სადაც მოცემული იქნება მთლიანი, საშუალო მთლიანი და ზღვრული დანახარჯი წარმოების დონეებისათვის 0-დან 160 ჭიქამდე. ააგეთ დანახარჯების სამივე მრუდი.

თემა 11. საბაზრო-მონოპოლისტური სტრუქტურები

რეალური ეკონომიკური სტრუქტურების ანალიზი პირველ რიგში გულისხმობს, რომ სრულყოფილი კონკურენციის აბსტრაქტულ მოდელში შევიტანოთ მონოპოლიის ფაქტორი. მონოპოლიათა მიერ კონკურენციის შეზღუდვა ნაკლებად იგრძნობოდა XX საუკუნემდე, ხოლო თანამედროვე პირობებში მას ყველა სფეროში ვხვდებით.

სრულყოფილი კონკურენცია საბაზრო სტრუქტურის მხოლოდ ერთი ტიპია. მისი საპირისპიროა აბსოლუტური მონოპოლია.

11.1. მონოპოლისტური საქმიანობის ხასიათი. მონოპოლიის არსი.

თანამედროვე ეკონომიკის "ხერხემალს" ქმნიან მძლავრი ეროვნული და ტრანსნაციონალური კომპანიები, რომელთაც მონოპოლიური მდგომარეობა უკავიათ ბაზარზე. მათი არსებობა და წარმატებული განვითარება დაკავშირებულია იმასთან, რომ მათ უფრო დიდი მასშტაბი, მანევრირების დიდი ასპარეზი და დიდი ფინანსური შესაძლებლობები აქვთ. ისინი უფრო ადვილად ახდენენ ძალთა კონცენტრაციას გადამწყვეტ უბნებზე, უფრო ფართოდ იყენებენ ახალ ტექნოლოგიებს, ზედმიწევნით სწავლობენ ბაზარს და სხვებზე უკეთ ფლობენ საჭირო ინფორმაციას.

მონოპოლისტური ქცევა კონცენტრირებულად ვლინდება ფასწარმოქმნაში. მონოპოლია ჩამოყალიბებულ საბაზრო ფასზე კი არ იღებს ორიენტაციას, არამედ ცდილობს თავისი ნაკარნახევი ფასი მოახვიოს თავს ბაზარს. ამიტომ ამბობენ, რომ მონოპოლია ფასის მიმღები

(price taker) კი არ არის, არამედ ფასის შემქმნელია, მკეთებელია (price maker). უფრო ზუსტად, იგი ხელსაყრელი ფასის მაძიებელია. იგი იშვიათად მიდის სარეალიზაციო ფასის შემცირებაზე და როდესაც მიდის, ამას შეგნებულად, კონკურენტის გასანადგურებლად აკეთებს. სწორედ მონოპოლიების გაბატონებამ მოიტანა XX საუკუნეში ის, რომ კრიზისის ფაზაშიც კი ფასები არ მცირდება. მონოპოლიები ამჯობინებენ შეკვეცონ წარმოება და შეინარჩუნონ და გაზარდონ კიდეც ფასები. ასევეა XXI საუკუნეში. კიდევ უფრო უკეთ მუშაობენ მათი მარკეტინგული სამსახურები და მათი პროგნოზები. კომპანიებს ეხმარება დრულად გამოიცნონ კრიზისის დაწყება და ჭარბი საქონელი არ აწარმოონ.

ამგვარად, კონკურენტული ბაზრისაგან განსხვავებით, მონოპოლიას უშუალო კონკურენტები არ ჰყავს, ამიტომაც საკუთარი პროდუქტის ფასზე ზემოქმედება შეუძლია. კონკურენტული ფირმა თავისი პროდუქციის ფასს იღებს, როგორც მოცემულს ბაზრიდან, ხოლო შემდეგ ირჩევს მიწოდების რაოდენობას, რომ ზღვრული დანახარჯი ფასზე მეტი არ იყოს. მისგან განსხვავებით, მონოპოლია თვითონ კარნახობს ბაზარს ფასებს. მონოპოლიათა მომხმარებლებს, ამ მონოპოლიათა მიერ დაწესებული ფასის გადახდის გარდა, სხვა არჩევანი არა აქვთ.

მონოპოლია არის კომპანია, რომელიც იმ საქონლის ერთადერთი გამყიდველია, რომელსაც ახლო შემცვლელები არ აქვს. მონოპოლიის შექმნის ძირითადი მიზეზია ბაზარზე შესვლის ბარიერები. ბაზარზე შესვლის ბარიერებს, თავის მხრივ, სამი მიზეზი აქვს: 1. ძირითად რესურს ერთი კომპანია ფლობს.

2. მთავრობა ერთ კომპანიას აძლევს რაიმე საქონლის წარმოების ექსკლუზიურ უფლებას;

3. წარმოების დანახარჯები ისეთია, რომ ერთი მწარმოებელი უფრო ეფექტიანად მუშაობს, ვიდრე მწარმოებელთა დიდი რაოდენობა. მას ეწოდება ბუნებრივი მონოპოლია.

ისეთი მონოპოლიის კლასიკური მაგალითი, რომელიც ძირითადი რესურსის ფლობის შედეგად ჩნდება, არის "დე ბირსი", სამხრეთ აფრიკის ბრილიანტის კომპანია. ის 1888 წელს ინგლისელმა ბიზნესმენმა სესილ როდესმა დააფუძნა (სწორედ იმან, ვინც როდესის სტიპენდია დაარსა), მან ორი დიდი მომპოვებელი საწარმო გააერთიანა. დღეს კომპანია "დე ბირსი" მსოფლიოში ბრილიანტების წარმოების თითქმის 80%-ს აკონტროლებს. იგი მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ბრილიანტის საბაზრო ფასზე.

ზოგჯერ მონოპოლია მომავალი მონოპოლისტის პოლიტიკური მდგომარეობის გამო ჩნდება. მეფეები ექსკლუზიური ლიცენზიებით საკუთარ მეგობრებსა და მოკავშირეებს ასაჩუქრებდნენ. ზოგჯერ კი მთავრობა ასეთ ლიცენზიებს იმის გამო გასცემს, რომ ეს სასარგებლოა საზოგადოებისათვის.

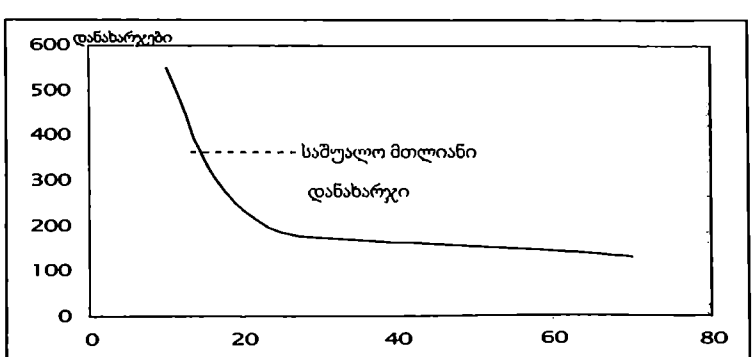
პატენტისა და საავტორო უფლების კანონები ერთ-ერთი მაგალითია იმისა, როგორ ქმნის მთავრობა მონოპოლიას საზოგადოების ინტერესებიდან გამომდინარე. როდესაც ფარმაცევტული კომპანია ახალ წამალს აღმოაჩენს, შეუძლია მთავრობას მიმართოს პატენტის მისაღებად. თუ მთავრობა ამ წამალს მართლაც ორიგინალურად ჩათვლის, კომპანია პატენტს მიიღებს, რაც მას 20 წლის განმავლობაში ამ წამლის დამზადების და გაყიდვის ექსკლუზიურ უფლებას ანიჭებს. ანალოგიურად, საავტორო უფლება მწერალს მონოპოლიას ანიჭებს საკუთრი წიგნის გაყიდვაზე.

ბუნებრივი მონოპოლია.

კომპანია, ან დარგი ბუნებრივი მონოპოლიაა, როდესაც ერთ ფირმას უფრო მცირე დანახარჯებით შეუძლია საქონლის თუ მომსახურების მიწოდება, ვიდრე ორ ან მეტ ფირმას. ბუნებრივი მონოპოლიის მაგალითია წყლის მიწოდება. იმისათვის, რომ ქალაქის მოსახლეობას წყალი მიაწოდოს, კომპანიამ მთელი ქალაქისათვის უნდა შექმნას წყალგაყვანილობის ქსელი. წყლის საშუალო მთლიანი დანახარჯი მინიმალურია, როდესაც ბაზარს ერთი ფირმა ემსახურება.

ბუნებრივი მონოპოლიის შემთხვევაში საშუალო მთლიანი დანახარჯის მრუდი მუდმივად კლებადია, ხოლო როდესაც წარმოება მრავალ ფირმას შორის არის განაწილებული, თითოეული ფირმა ნაკლებს აწარმოებს და ამიტომაც საშუალო მთლიანი დანახარჯი იზრდება. ამის გამო ერთ კომპანიას ნებისმიერი რაოდენობის პროდუქტის წარმოება უმცირესი დანახარჯით შეუძლია. იხ.ნახ. 11.1.

ამგვარად მასშტაბის ეკონომიურობა მონოპოლიის გაჩენის ძირითადი მიზეზია.



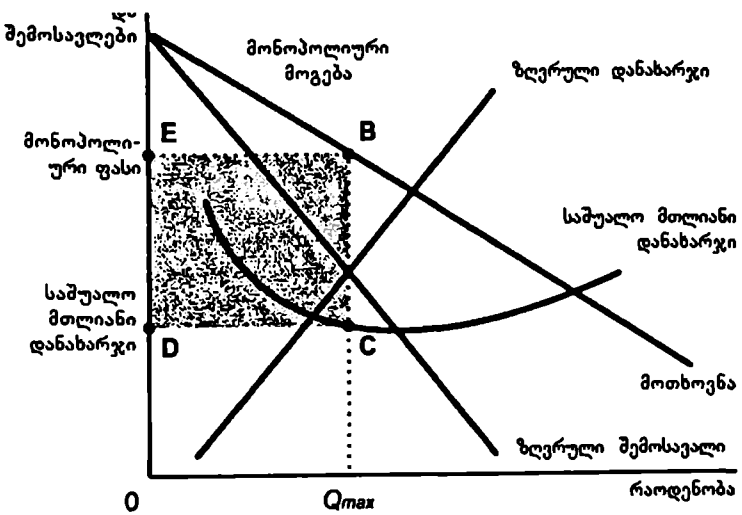
ნახ. 11.1.

11.2. მონოპოლიური ფასები. მონოპოლიური მოგება.

მონოპოლიას, როგორც ერთადერთ მწარმოებელს ბაზარზე, თავისი საქონლის ფასი მიწოდების რაოდენობის რეგულირების გზით შეუძლია შეცვალოს. კონკურენტულ ფირმას სრულიად ელასტიკური მოთხოვნის მრუდი შეესაბამება. ამისგან განსხვავებით, რადგან მონოპოლია ერთადერთი მწარმოებელია, იგი თვითონ აწესებს საქონელზე ფასებს. თუ მონოპოლისტი თავისი საქონლის ფასს გაზრდის, მომხმარებლები ამ საქონლის ნაკლებ რაოდენობას იყიდიან. მეორე მხრივ, თუ მონოპოლისტი გასაყიდი საქონლის რაოდენობას შეამცირებს, ამ საქონლის ფასი გაიზრდება. ამიტომ საბაზრო მოთხოვნა ზღუდავს მონოპოლისტის მიერ მაღალი ფასების დადებას.

მონოპოლისტის საშუალო შემოსავალი, ისევე როგორც კონკურენტული ფირმისა, საქონლის ფასის ტოლია. ხოლო ზღვრული შემოსავალი მთლიანი შემოსავლის ცვლილების ტოლია, როდესაც პროდუქტის რაოდენობა ერთი ერთეულით იზრდება.

მოთხოვნისა და ზღვრული შემოსავლის მრუდები მონოპოლიისათვის ასეთია:



ნახ. 11.2.

ზღვრული შემოსავლის მრუდი გვიჩვენებს, როგორ იცვლება ფირმის შესამოვალი, როდესაც რაოდენობა ერთი ერთეულით იზრდება. როგორც ვხედავთ, ზღვრული შემოსავალი კლებადია.

დავუშვათ მონოპოლია Q_1 პროდუქციას ამზადებს თავდაპირველად, ამ შემთხვევაში ზღვრული დანახარჯი ზღვრულ შემოსავალზე ნაკლებია. თუ ფირმა წარმოებას გაზრდის Q_{max} -მდე, მისი მოგებაც გაიზრდება. თუ მონოპოლია Q_2 რაოდენობის პროდუქციას აწარმოებს, ამ შემთხვევაში ზღვრული დანახარჯი ზღვრულ შემოსავალზე მეტია. ამიტომ მონოპოლიამ უნდა შეამციროს წარმოების რაოდენობა Q_{max}-მდე.

მონოპოლია მოგების მაქსიმიზაციას წარმოების ისეთი მოცულობის არჩევით ახდენს, რომლის დროსაც ზღვრული შემოსავალი ზღვრული დანახარჯის ტოლია. ამის შემდეგ მონოპოლია მოთხოვნის მრუდს იყენებს ფასის განსაზღვრისათვის. ანუ ისეთი ფასი უნდა შეირჩეს, რომელიც მომხმარებელს Q_{max}- რაოდენობის შეძენისკენ უბიძგებს, (B წერტილი). მონოპოლია ფასს მაშინ აწესებს, როდესაც მიწოდების რაოდენობას ირჩევს. კონკურენტული ფირმა წარმოების მოცულობას მანამ არეგულირებს, სანამ რაოდენობა Q_{max} - მიაღწევს, როდესაც ზღვრული შემოსავალი ზღვრული დანახარჯის ტოლი იქნება. მოგების მაქსიმიზაციის წესის დაცვაში კონკურენტული და მონოპოლიური ფირმები ერთმანეთს ჰგვანან. მაგრამ ამ ორი ტიპის ფირმებს ერთი მნიშვნელოვანი თვისება განასხვავებს: კონკურენტული ფირმის ზღვრული შემოსავალი მისი საქონლის ფასის ტოლია, ხოლო მონოპოლიის ზღვრული შემოსავალი საქონლის ფასზე მეტია. ე.ი.

კონკურენტული ფირმისათვის: **P = R = MC**

მონოპოლიური ფირმისათვის: **P > MR = MC**

მონოპოლიის მოგება განისაზღვრება ფორმულით:

$$M = (P - ATC) \times Q$$

M - მოგება.

P - მონოპოლიური ფასი.

ATC - საშუალო მთლიანი დანახარჯი.

Q - მონოპოლიის მიერ წარმოებული საქონლის რაოდენობა.

მონოპოლიური მოგება ყოველთვის დადებითია.

როგორც ნახ. 11.2.-დან ვნახეთ, მონოპოლისტი პროდუქციის ისეთ Q_{max} რაოდენობის წარმოებას და გაყიდვას ირჩევს, რომლის დროსაც ზღვრული შემოსავლის და ზღვრული დანახარჯის მრუდები ერთმანეთს გადაკვეთს. ხოლო კონკურენტული ფირმა ისეთ Q_2 - რაოდენობას ირჩევს, რომლის დროსაც მოთხოვნის და ზღვრული დანახარჯის მრუდები ერთმანეთს გადაკვეთს. ამგვარად მონოპოლისტი ეფექტიან რაოდენობაზე ნაკლებს აწარმოებს. როგორც ვიცით, მოთხოვნის მრუდი ასახავს საქონლის შეფასებას მომხმარებელთა მიერ, ხოლო ზღვრული დანახარჯის მრუდი - მონოპოლისტი მწარმოებლის დანახარჯებს. ამგვარად, მოთხოვნის მრუდსა და ზღვრული დანახარჯის მრუდს შორის

მდებარე სამკუთხედის ფართობი (ნახ. 11.2-ზე) მონოპოლიური ფასდადებით გამოწვეული მთლიანი დანაკარგის ტოლია. ეს არის ეკონომიკური კეთილდღეობის შემცირება, რომელსაც მონოპოლიის მიერ საბაზრო ძალაუფლების გამოყენება იწვევს.

როდესაც მომხმარებელი მონოპოლიური ფასის გამო მაგ. ერთი ლარით მეტს იხდის, მომხმარებლის ეკონომიკური მდგომარეობა ერთი ლარით უარესდება, ხოლო მწარმოებლის, ეკონომიკური მდგომარეობა ამავე თანხით უმჯობესდება. "ეკონომიკურ ნამცხვარში" მომხმარებლის წილი მცირდება, მომხმარებლები ნაკლებს ყიდულობენ.

ამგვარად, მონოპოლიები კონკურენტული ბაზრებისაგან განსხვავებით, ვერ ახერხებენ რესურსების ეფექტიანად განაწილებას. მონოპოლიები სოციალურად სასურველ რაოდენობაზე ნაკლებს აწარმოებენ და შედეგად ისეთ ფასებს აწესებენ, რომლებიც ზღვრულ დანახარჯებზე მეტია.

პოლიტიკოსებს შეუძლიათ მონოპოლიის პრობლემის გადაჭრა შემდეგი მეთოდებით:

1) მონოპოლიზირებული დარგების უფრო კონკურენტულ დარგებად გადაქცევით;

2) მონოპოლიიის ქცევის განმსაზღვრელი კანონების მიღებით.

პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი კანონი იყო აშშ-ის ანტიტრესტული კანონი, რომელსაც შერმანის კანონი ეწოდა. იგი კონგრესმა მიიღო 1890 წელს. აღნიშნული კანონი მიმართული იყო დიდი და ძლიერი "ტრესტების" საბაზრო ძალაუფლების შემცირებისაკენ. 1914 წელს მიღებულმა კლეიტონის კანონმა გაზარდა მთავრობის უფლებამოსილება და კერძო სასამართლო განხილვების წება დართო.

ანტიტრესტული კანონმდებლობა მთავრობას კონკურენციის განვითარებაში ეხმარება. კანონმდებლობა მთავრობას დიდი კომპანიების გაყოფის უფლებასაც აძლევს. მაგ. 1984 წელს აშშ-ს მთავრობამ დიდი სატელეკომუნიკაციო კომპანია AT & T რვა მცირე კომპანიად გაყო. ასევე სასამართლოს შეუძლია აკრძალოს კომპანიების შერწყმა. ასეთი გადაწყვეტილების მაგალითია პროგრამული უზრუნველყოფის გიგანტი "მაიკროსოფტი", რომელსაც არ მისცეს ფირმა "ინტუიტის" ყიდვის უფლება.

მონოპოლიის პრობლემის გადაჭრა მთავრობას მონოპოლისტთა ქცევის განმსაზღვრელი კანონებითაც შეუძლია. პრობლემის ასეთ გადაწყვეტას ხშირად მიმართავენ ბუნებრივი მონოპოლიების, მაგ. წყლისა და ელექტროენერგიის მიმწოდებელი კომპანიების შემთხვევაში. ამ კომპანიებს უფლება არ აქვთ თავიანთ საქონელს ნებისმიერი, მათთვის სასურველი ფასი დაადონ. ამ ფასებს სამთავრობო სამსახურები აწესრიგებენ.

11.3. მონოპოლისტური კონკურენცია და ოლიგოპოლია

გამოყოფენ რეალური საბაზრო მონოპოლისტური სტრუქტურების ორ ძირითად ტიპს: მონოპოლისტურ კონკურენციას და ოლიგოპოლიას.

მონოპოლისტური კონკურენცია უფრო ახლოს დგას სრულყოფილ კონკურენციასთან. იგი გულისხმობს დარგში ფირმების შეღწევისა და დარგიდან მათი წასვლის დიდ შესაძლებლობას და მცირე და საშუალო საწარმოთა სიმრავლეს. ასეთ პირობებში კომპანიები მონოპოლიურ მდგომარეობას ძირითადად აღწევენ იმით, რომ მათი პროდუქტი დიფერენცირებულია განსხვავებულია ერთმანეთისაგან ცალკეული ნიშნებით. რომელი კომპანიაც მოიპოვებს უპირატესობას წარმოებასა და გასაღებაში, ის აწესებს თავის პროდუქტზე შედარებით მაღალ ფასს.

მონოპოლისტური კონკურენციისათვის დამახასიათებელი ნიშან–თვისებების გაძლიერება თანამედროვე ბაზრის ტენდენციაა: ყოველდღიურად ჩნდება პროდუქტების ახალი ნაირსახეობები. ისინი ზოგჯერ მცირედით განსხვავდება ძველი ნიმუშებისაგან, მაგრამ უფრო უკეთაა მისადაგებული მომხმარებელთა მოთხოვნილებებთან. ასეთი არასაფასო კონკურენცია პროგრესის მძლავრი სტიმულატორია.

საქონელი შეიძლება არც გამოირჩეოდეს რაიმე უნიკალური თვისებით, მაგრამ ფირმამ იმოქმედოს მომხმარებლის მოთხოვნილებებზე, მის გემოვნებაზე და შეუქმნას მას მოხმარების მოხერხებული პირობები.

ამ მიზნის მისაღწევად კომპანიები იყენებენ რეკლამას, საქონლის გაფორმებას, გაყიდვის შემდგომი მომსახურების ორგანიზაციას, გადახდის განვადებას და ა.შ. ამის შედეგად იგი ახერხებს მომხმარებლის ცნობიერებაში საქონლის "შეყვანას" და იგი მონოპოლიურ მდგომარეობაში აღმოჩნდება, შეძლებს მონოპოლიური ზემოგების მიღებას. ამგვარად, გონივრული რეკლამა აყალიბებს მომხმარებლის განწყობას და ჩვევას, მის ნდობას სასაქონლო ნიშისადმი.

როგორც ვხედავთ, მონოპოლისტური კონკურენციისათვის ნიშანდობლივია შედარებით უფრო მაღალი დანახარჯები და ფასი, ვიდრე სრულყოფილი კონკურენციისათვის.

ოლიგოპოლია საბაზრო სტრუქტურაა, რომელშიც რამდენიმე კომპანია მომხმარებელს სთავაზობს მსგავს ან ერთნაირ საქონელს. ანუ იგი რამოდენიმე კომპანიას შორის კონკურენციას ნიშნავს. თითოეულის საბაზრო წილი მნიშვნელოვანია და ამიტომ მათ მიერ მიწოდების სიდიდის შეცვლას შეუძლია ფასის შეცვლა გამოიწვიოს.

ოლიგოპოლიურ ბაზარზე სხვა ფირმების შესვლა გაძნელებულია, რადგან ეს უფრო დიდ მეწარმულ უნარს და ინვესტიციას საჭიროებს. ოლიგოპოლიური სტრუქტურა

"უცხოთათვის" ქმნის ხელოვნურ ბარიერებსაც, რომლებიც დაკავშირებულია პატენტებთან, ლიცენზიებთან, პროდუქტის დიფერენციაციასთან, რესურსებზე კონტროლთან და სხვა.

ოლიგოპოლიური ბაზარი, როგორც წესი, შედარებით "უძრავია" მისთვის დამახასიათებელია შედარებით მყარი ფასები. თუ მოთხოვნის მოცულობა შეიცვალა, ოლიგოპოლისტები ამჯობინებენ ფასები უცვლელი დატოვონ და მოთხოვნის მოცულობას მიუსადაგონ წარმოების მოცულობა. "კონტრაქტულ" ეკონომიკაში ფასები შედარებით მყარია. ასეთ პირობებში ოლიგოპოლისტი ფირმების "ბედი" მჭიდროდაა დაკავშირებული ერთმანეთთან და ისინი სამოქმედო სტრატეგიას და ტაქტიკას ერთმანეთთან ათანხმებენ და ამის შესაბამისად მოქმედებენ. შეგნებული ურთიერთქმედების აუცილებლობა ოლიგოპოლისტური ბაზრის უმთავრესი განმასხვავებელია. ოლიგოპოლისტი ფირმები ხშირად თანხმდებიან კიდეც საბაზრო ქვოტებისა (წილებისა) და ფასების შესახებ. ამ თაობაზე შექმნილ გაერთიანებას კარტელი ეწოდება, ხოლო ფირმების ასეთ არჩევანს - კოოპერაციული თამაში. კარტელი ბაზარზე მოქმედებს, როგორც აბსოლუტური მონოპოლია და ხშირად აღწევს მოგების მაქსიმიზაციას.

სახელმწიფო კრძალავს კარტელურ შეთანხმებას, რათა დაიცვას კონკურენცია, თუმცა კარტელები მაინც იქმნება და ხშირად ზეეროვნული მასშტაბითაც (მაგალითად, ნავთობის მიმწოდებელი ქვეყნების გაერთიანება - ოპეკი).

- სავარჯიშოები

№1. გამომცემელი ერთ-ერთი ავტორის ახალი წიგნის გამოცემისათვის მოთხოვნის შემდეგ განრიგს ითვალისწინებს:

ფასი (ლარებით)	რაოდენობა (წიგნის)
100	0
90	100 000
80	200 000
70	300 000
60	400 000
50	500 000
40	600 000
30	700 000
20	800 000

10	900 000
0	1 000 000

ავტორს წიგნის დაწერისთვის 2 მილიონს უხდიან. წიგნის გამოცემის ზღვრული დანახარჯი მუდმივია და თითეულ წიგნზე 10 ლარს უდრის.

გამოთვალეთ მთლიანი შემოსავალი, მთლიანი დანახარჯი და მთლიანი მოგება თითოეული რაოდენობისათვის. რა რაოდენობას აირჩევდა მოგების მაქსიმიზაციისათვის გამომცემელი? როგორ შეეფარდება ზღვრული შემოსავალი ფასს? დახაზეთ ზღვრული შემოსავლის, ზღვრული დანახარჯისა და მოთხოვნის მრუდები.

№2.

მომღერალმა ახლახანს დაამთავრა თავისი ახალი კომპაქტდისკის ჩაწერა. ხმის ჩამწერი კომპანიის მარკეტინგის სამსახურის გამოთვლებით, მოთხოვნა შემდეგნაირი იქნება:

ფასი (ლარებით)	რაოდენობა
24	10 000
22	20 000
20	30 000
18	40 000
16	50 000
14	60 000

კომპანიას დისკების წარმოება ნულოვანი მუდმივი დანახარჯებით და ერთეულზე 5 ლარის ცვალებადი დანახარჯებით შეუძლია.

ა) თითოეული რაოდენობისათვის იპოვეთ მთლიანი შემოსავალი. რა იქნება დისკების გაყიდვის რაოდენობის ყოველი 10 000-ით ზრდის შედეგად მიღებული ზღვრული შემოსავალი?

ბ) დისკების რა რაოდენობის დროს მიიღწევა მოგების მაქსიმიზაცია? რა ფასის შემთხვევაში? რა იქნებოდა მოგება?

№3.

მსოფლიო ბაზარზე მიწოდებული ბრილიანტების დიდი ნაწილი სამხრეთ აფრიკიდან და რუსეთიდან შემოდის. ვთქვათ, ერთი ბრილიანტის მოპოვების ზღვრული დანახარჯია $1000, ხოლო ბრილიანტზე მოთხოვნის განრიგს შემდეგი სახე აქვს:

ფასი	რაოდენობა
8000$	5000
7000	6000
6000	7000
5000	8000
4000	9000
3000	10 000
2000	11 000
1000	12 000

ა) ბაზარზე რომ ბრილიანტის მხოლოდ ერთი მიმწოდებელი იყოს, როგორი იქნებოდა ფასი და რაოდენობა?

ბ) ბაზარზე რომ ბრილიანტის მრავალი მიმწოდებელი იყოს, როგორი იქნებოდა ფასი და რაოდენობა?

გ) თუ რუსეთი და სამხრეთ აფრიკა კარტელში გაერთიანდებიან, როგორი იქნება ფასი და რაოდენობა?

თემა 12. წარმოების ფაქტორთა ბაზარი

12.1. საწარმოო ფუნქცია

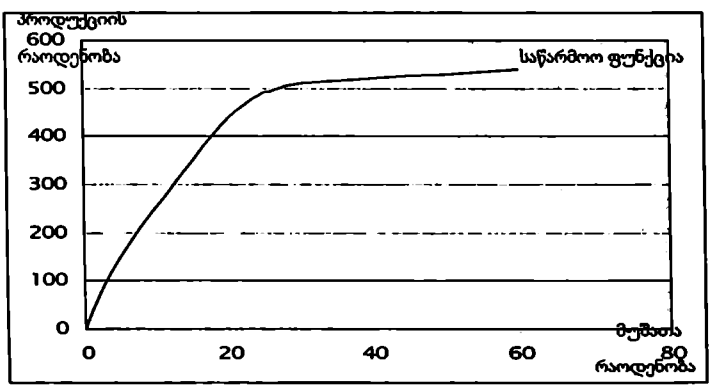
წარმოების ფაქტორები ის რესურსებია, რომელიც გამოიყენება საქონლისა და მომსახურების წარმოებაში. შრომა, მიწა და კაპიტალი წარმოებისათვის საჭირო სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსია.

მიუხედავად იმისა, რომ წარმოების ფაქტორთა ბაზარი ძალიან ჰგავს სამომხმარებლო საქონლის ბაზარს, არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავება: წარმოების ფაქტორზე მოთხოვნა წარმოებული მოთხოვნაა. ეს იმას ნიშნავს, რომ ფირმის მოთხოვნა წარმოების ფაქტორზე წარმოიშვება ფირმის იმ გადაწყვეტილების საფუძველზე, რომელიც საქონლის წარმოებას და

მის მიწოდებას შეეხება. პროგრამისტებზე მოთხოვნა მჭიდროდაა დაკავშირებული კომპიუტერული პროგრამების მიწოდებასთან, ხოლო ბენზინგასამართი სადგურის პერსონალზე მოთხოვნა მჭიდროდაა დაკავშირებული ბენზინის მიწოდებასთან.

შრომა ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია. შრომის ბაზრებსაც სხვა ბაზრების მსგავსად, მოთხოვნისა და მიწოდების ძალები მართავს. შრომაზე მოთხოვნის გასაგებად უნდა განვიხილოთ ისეთი ფირმები, რომლებიც შრომას ქირაობენ და საქონლის წარმოებისთვის იყენებენ. პირველ რიგში განვიხილოთ საწარმოო ფუნქცია და შრომის ზღვრული პროდუქტი: მშრომელთა დაქირავების შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას, ფირმამ უნდა განსაზღვროს, როგორ მოქმედებს სამუშაო ძალის მასშტაბები წარმოების მოცულობაზე. საწარმოო ფუნქცია გამოხატავს დამოკიდებულებას დაქირავებულ მუშათა რაოდენობასა და წარმოებული საქონლის რაოდენობას შორის.

გრაფიკულად იგი შემდეგნაირად გამოისახება:



ნახ. 12.1.

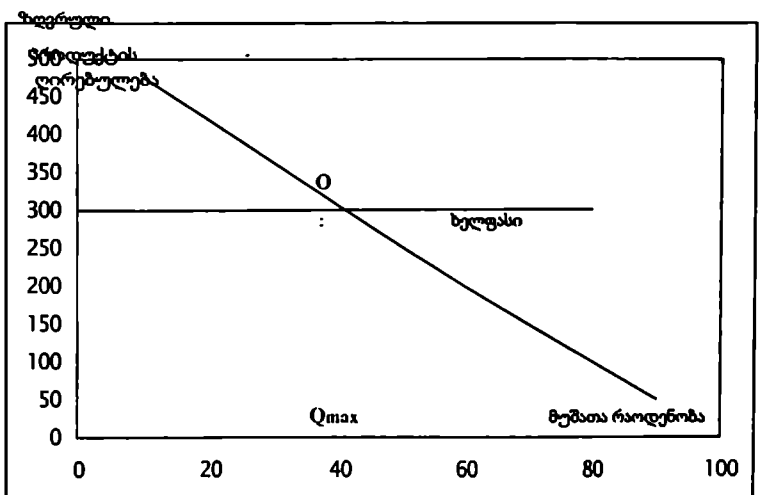
ნახაზიდან ჩანს, რომ შრომის ზღვრული პროდუქტი მცირდება.

შრომის ზღვრული პროდუქტი პროდუქციის ნამატია, რომელიც შრომის დამატებითი ერთეულით გაზრდის შედეგია.

მშრომელთა რაოდენობის ზრდისას შრომის ზღვრული პროდუქტი მცირდება. ეს იმას ნიშნავს, რომ წარმოების პროცესი ზღვრული პროდუქტის კლებადობას განიცდის, ანუ რაც მეტია დაქირავებულ მშრომელთა რიცხვი, მით ნაკლებია თითოეული დამატებითი მშრომელის წვლილი პროდუქციის წარმოებაში.

12.2. ზღვრული პროდუქტის ღირებულება და შრომაზე მოთხოვნა

ცნობილია, რომ ყველა ფირმა საკუთარი მოგების მაქსიმიზაციას ცდილობს. როდესაც ფირმა გადაწყვეტილებას იღებს, რამდენი მშრომელი დაიქირაოს, იმაზე ფიქრობს, თუ რა მოგებას მოუტანს თითოეული დამატებითი მშრომელი. დამატებითი მშრომელის დაქირავებით მიღებული იქნება მთლიან შემოსავალში ამ მშრომელის მიერ შექმნილი ღირებულებისა და მისივე ხელფასის სხვაობა. დამატებითი მშრომელის მიერ შექმნილ ღირებულებას ზღვრული პროდუქტის ღირებულება ეწოდება. იგი ტოლია ზღვრული პროდუქტის რაოდენობის და მისი ფასის ნამრავლის. თუ ერთი ბუშელი ვაშლი $10 ღირს, ხოლო დამატებითი მშრომელი 80 ბუშელ ვაშლს კრეფს, ამ მშრომელის დაქირავებით მიღებული შემოსავალი იქნება $800. ფირმამ უნდა დაადგინოს რამდენი მუშის დაქირავება იქნება მისთვის მომგებიანი. თუ 1-ლ მუშას 1000$ შემოაქვს, ხოლო მისი ხელფასი 500$-ია, დამქირავებლის მოგება იქნება 500$, თუ მე-2 მუშას 800$ შემოაქვს, მოგება იქნება 300$, თუ მე-3 მუშას 600$ შემოაქვს, მის მიერ შემოტანილი მოგება იქნება 100$, ხოლო თუ მე-4 მუშას 400$ შემოაქვს, მისი დაქირავება ფირმის მეპატრონეს 100$-ით აზარალებს. მოგების მაქსიმიზაციის მიზნით ფირმა იმდენ მუშას ქირაობს, რამდენიც მას მოგებას მოუტანს. გრაფიკულად ეს ზღვრული პროდუქტის წრფისა და ხელფასის წრფის გადაკვეთის წერტილით გამოისახება.



ნახ. 12.2.

ამგვარად, ფირმა მაქსიმალურ მოგებას იღებს მაშინ, როცა ზღვრული პროდუქტის ღირებულება ხელფასის ტოლია. ამის გამო ზღვრული პროდუქტის ღირებულების მრუდი კონკურენტული ფირმისთვის არის შრომაზე მოთხოვნის მრუდიც.

ამგვარად, შრომაზე მოთხოვნის მრუდი ასახავს შრომის ზღვრული პროდუქტის ღირებულებას, ხოლო ზღვრული პროდუქტის ღირებულება არის ზღვრული პროდუქტის რაოდენობისა და წარმოების ფასის ნამრავლი.

12.3. წარმოების ფაქტორებზე მოთხოვნის და მიწოდების მრუდების გადაადგილების მიზეზები

პირველ რიგში განვიხილოთ შრომის ფაქტორი.

შრომაზე მოთხოვნის მრუდზე მოქმედებს შემდეგი ფაქტორები:

1. წარმოების ფასი. როცა წარმოების ფასი იზრდება, შესაბამისად იზრდება შრომაზე მოთხოვნა. ანუ ფირმა უფრო მეტ მუშას დაიქირავებს და პირიქით.

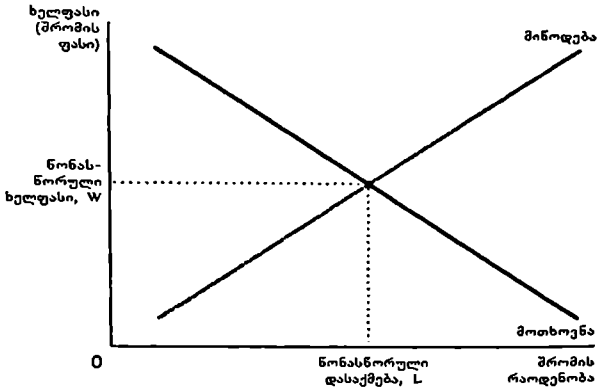
2. ტექნოლოგიური ცვლილება. 1960 წლიდან 2000 წლამდე საშუალო ამერიკელი მუშის მიერ ერთ საათში წარმოებული პროდუქტის მოცულობა 140%-ით გაიზარდა. ამის უმთავრესი მიზეზი ტექნოლოგიური პროგრესია. გაუმჯობესდა ხელსაწყოები და ტექნიკა. ტექნოლოგიური წინსვლა ზრდის შრომის ზღვრულ პროდუქტს, რაც განაპირობებს შრომაზე მოთხოვნის ზრდას და შრომაზე მოთხოვნის მრუდს მარჯვნივ გადააადგილებს. ხოლო შრომაზე მიწოდების მრუდის გადაადგილებას იწვევს შემდეგი ფაქტორები:

1. ხელფასის სიდიდე. ხელფასის მომატება მუშებს საკუთარი სამუშაო ძალის ბაზარზე მიწოდების უფრო მეტ სტიმულს აძლევს. ადამიანები არჩევანის წინაშე დგანან: ეს არის არჩევანი მუშაობასა და დასვენებას შორის. რაც უფრო მაღალია ხელფასი, ადამიანები უფრო მეტ დროს უთმობენ მუშაობას.

2. ცვლილება გემოვნებაში. 1950-იანი წლებისთვის ქალების მხოლოდ 35% მუშაობდა. დღეისათვის ეს რიცხვი 60%-ზე მაღალია. სულ უფრო მეტი ქალი არჩევს მუშაობას დიასახლისობას. შედეგი კი შრომის მიწოდების ზრდაა.

3. იმიგრაცია. მშრომელთა გადადინება ქვეყნიდან ქვეყანაში იწვევს ცვლილებებს შრომის მიწოდებაში. როდესაც იმიგრანტები აშშ-ში ჩადიან, აშშ-ს შრომის ბაზარზე მიწოდება იზრდება, ხოლო საქართველოში მცირდება.

ხელფასი შრომის კონკურენტულ ბაზარზე იქამდე თვითრეგულირდება, ვიდრე შრომის მიწოდება და მოთხოვნა არ გაწონასწორდება. ასეთ შემთხვევაში ხელფასი შრომის ზღვრული პროდუქტის ღირებულების ტოლია. გრაფიკულად აღნიშნული ასე გამოისახება.



ნახ. 12.3

ამ ორი მრუდის გადაკვეთის წერტილში მიიღწევა წონასწორული დასაქმება, ხოლო მუშები მიიღებენ წონასწორულ ხელფასს.

კაპიტალის განმარტება ეკონომისტებისათვის წარმოადგენს წარმოებაში გამოყენებულ მოწყობილობებსა და შენობებს. ანუ ეკონომიკაში კაპიტალი წარმოადგენს ისეთ საქონელს, რომელიც წარმოებულია წარსულში და ამჟამად გამოიყენება ახალი საქონლის წარმოებისათვის.

მოთხოვნა მიწასა და კაპიტალზე ისევე განისაზღვრება, როგორც მოთხოვნა შრომაზე. ანუ, როდესაც ფირმის მეპატრონე იღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, თუ რამდენი მიწა და კაპიტალი გამოიყენოს, იყენებს იგივე ლოგიკას, რომელსაც მშრომელთა დაქირავებისას. ფირმა მანამდე ზრდის დაქირავებული მიწისა და კაპიტალის რაოდენობას, ვიდრე თითოეული ფაქტორის ზღვრული პროდუქტის ღირებულება ამ ფაქტორის ფასს არ გაუტოლდება. ამის შემდეგ შეგვიძლია დავადგინოთ შემოსავლის რა ნაწილს იღებენ მშრომელები, რა ნაწილს – მიწათმფლობელები და რა ნაწილს – კაპიტალის მფლობელები. თუ ფირმები, რომლებიც წარმოების ამ ფაქტორებს იყენებენ, კონკურენტულები არიან და მაქსიმალური მოგების მიღებას ცდილობენ, თითოეული ფაქტორის დაქირავების ფასი ამ ფაქტორის ზღვრული პროდუქტის ღირებულების ტოლი უნდა იყოს. შრომა, მიწა და კაპიტალი შემოსავლის იმ ნაწილს იღებს, რომელიც წარმოების პროცესში მათ ზღვრული პროდუქტის ღირებულების ტოლია. ზღვრული პროდუქტის კლებადობის გამო ფაქტორს,

რომლის მიწოდებაც დიდია, დაბალი ზღვრული პროდუქტი და ამიტომ დაბალი ფასი აქვს, ხოლო ფაქტორს, რომლის მიწოდებაც შეზღუდულია, მაღალი ზღვრული პროდუქტი და მაღალი ფასი აქვს. ამის გამო, როდესაც ფაქტორის მიწოდება მცირდება, ამ ფაქტორის წონასწორული ფასი იზრდება. როდესაც რომელიმე ფაქტორის მიწოდება იცვლება, ეს მხოლოდ ამ ფაქტორის ბაზარზე არ მოქმედებს. როგორც წესი, წარმოების ფაქტორები ერთად გამოიყენება, რის გამოც თითოეული ფაქტორის მწარმოებლურობა დამოკიდებულია წარმოების პროცესში გამოყენებული სხვა ფაქტორების რაოდენობაზე. ამის შედეგად ერთი რომელიმე ფაქტორის მიწოდების ცვლილება იწვევს ყველა სხვა ფაქტორის გამოყენებიდან მიღებული უკუგების ცვლილებას.

მაგ. თუ ქარიშხალმა კიბეები გაანადგურა, დარჩენილი კიბეების გაქირავებით მისი მეპატრონეები მეტ უკუგებას მიიღებენ. ამავე დროს, ვინაიდან შემცირდება კიბეების რაოდენობა, ვაშლის მკრეფავების ზღვრული პროდუქტიც შემცირდება. ეს კი თავის მხრივ, გამოიწვევს წონასწორული ხელფასის შემცირებას.

აქედან შეგვიძლია გავაკეთოთ დასკვნა: მოვლენას, რომელიც ცვლის წარმოების რომელიმე ფაქტორის მიწოდებას, შეუძლია შეცვალოს ყველა ფაქტორის უკუგება.

12.4. შემოსავლების უთანაბრობა

ადამიანებს სხვადასხვა შემოსავალი აქვთ, რაც დამოკიდებულია ნიჭზე, ადამიანურ კაპიტალზე, მემკვიდრეობით მიღებულ ქონებაზე, დისკრიმინაციაზე და ა.შ. ანუ ეს ფაქტორები განსაზღვრავს, თუ ვინ უნდა იყოს ღარიბი და ვინ მდიდარი.

შემოსავლების უთანაბრობის რაოდენობრივი განსაზღვრა მოიცავს ოთხ ფუნდამენტურ საკითხს:

1. რამდენად დიდია უთანასწორობა ჩვენს საზოგადოებაში.
2. რამდენი ადამიანი ცხოვრობს სიღარიბეში.
3. რა პრობლემები ჩნდება უთანასწორობის რაოდენობრივი გაზომვის დროს.
4. რა სიხშირით გადაინაცვლებენ ადამიანები ერთი საშემოსავლო კლასიდან მეორეში.

მთელს მსოფლიოში არსებობს შემოსავლების უთანაბრობა. თუმცა ზოგ ქვეყანაში ეს უთანაბრობა ძალიან დიდია, ზოგში კი უფრო ნაკლები, უთანასწორობის ხარისხი ყველგან ერთნაირი არაა. იაპონიაში უმდიდრესი მეხუთედის შემოსავალი უღარიბესი მეხუთედის შემოსავალზე მხოლოდ 3–ჯერ მეტია. ხოლო სამხრეთ აფრიკასა და ბრაზილიაში უმდიდრესი მეხუთედის შემოსავალი 32–ჯერ მეტია უღარიბესი მეხუთედის შემოსავალზე. გერმანიაში უმდიდრესი მეხუთედის შემოსავალი 4–ჯერ მეტია უღარიბესი მეხუთედის შემოსავალზე.

დიდ ბრიტანეთში 7–ჯერ, აშშ–ში 8–ჯერ, რუსეთში 10–ჯერ, ჩინეთში – 10,5–ჯერ, მექსიკაში 20–ჯერ.

ამგვარად თანამედროვე ეკონომიკურ ლიტერატურაში (გრეგორი მენქიუს სახელმძღვანელო) საზოგადოება დაყოფილია 5 – საშემოსავლო კლასად:

I – უმდიდრესი, II – მდიდარი, III – საშუალო (შუა მეხუთედი); IV– ღარიბი;

V – უღარიბესი.

სიღარიბის დონე ხშირად გამოყენება შემოსავლების განაწილებაზე მსჯელობისას. სიღარიბის დონე არის მოსახლეობაში იმ ოჯახების პროცენტული წილი, რომელთა შემოსავლები აბსოლუტურ დონეზე, ე.წ. სიღარიბის ზღვარზე ნაკლებია. სიღარიბის ზღვარს მთავრობა განსაზღვრავს და ის ადეკვატური კვებისთვის საჭირო ხარჯებზე დაახლოებით სამჯერ მეტია. ეს ზღვარი ყველა ქვეყანაში სხვადასხვაა და ყოველწლიურად იცვლება ფასების დონის ცვლილების შესაბამისად, იგი დამოკიდებულია ოჯახის სიდიდეზე. მაგ. 2005 წლისთვის აშშ–ში ტიპური ოჯახის შემოსავალი დაახლოებით 52 680$–ს შეადგენდა და ოთხი წევრისგან შემდგარი ოჯახისთვის სიღარიბის ზღვარი იყო 18 810$.

სიღარიბე დაკავშირებულია: რასასთან, ასაკთან, ოჯახის შემადგენლობასთან. შავკანიანებს სიღარიბეში ცხოვრების 3–ჯერ მეტი შანსი აქვთ. მოხუცებისა და ქალებისაგან შემდგარი ოჯახებიც უფრო ღარიბები არიან. ეს სამი ფაქტი (რასა, ასაკი, ოჯახის შემადგენლობა) უკვე მრავალი წელია განსაზღვრავს შემოსავლების დონეს, თუ ვის აქვს სიღარიბეში ყოფნის მეტი შანსი.

ადამიანის შემოსავალი მისი სიცოცხლის განმავლობაში იცვლება. ახალგაზრდა მშრომელს, განსაკუთრებით მოსწავლეს ან სტუდენტს – დაბალი შემოსავალი აქვს. შემოსავალი იზრდება მშრომელის ასაკთან და გამოცდილებასთან ერთად, პიკს აღწევს 50 წლის ასაკში და მკვეთრად მცირდება, როდესაც მშრომელი პენსიაზე გადის, დაახლოებით 65 წლის ასაკში. შემოსავლის ცვლილების ამ ციკლს ეკონომიკური სასიცოცხლო ციკლი ეწოდება.

შემოსავლების განხილვისას მნიშვნელოვანია ადამიანური კაპიტალი. ადამიანური კაპიტალი ეწოდება ცოდნასა და უნარს, რომელთაც მშრომელი იძენს განათლებისა და პრაქტიკული გამოცდილების გზით. ადამიანური კაპიტალის ყველაზე მნიშვნელოვანი სახეობაა განათლება. განათლება კაპიტალის სხვა ფორმების მსგავსად ასახავს მომავალი მწარმოებლურობის გაზრდის მიზნით დროის მონაკვეთში დახარჯულ რესურსებს. მაგრამ სხვა სახის კაპიტალში ინვესტირებისგან განსხვავებით, განათლებაში ინვესტირება კონკრეტულ პირთანაა დაკავშირებული და სწორედ ეს აქცევს ამ კაპიტალს ადამიანურ კაპიტალად. რაც მეტია მშრომელის ადამიანური კაპიტალი, მით უკეთესია მისი შემოსავალი.

აშშ–ში უნივერსიტეტ დამთავრებულები იღებენ 2–ჯერ მეტ შემოსავალს, ვიდრე საშუალო სკოლის კურსდამთავრებულები. ასეთივე დიდი განსხვავება აღინიშნება მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში.

თუ საკითხს მიწოდებისა და მოთხოვნის კუთხით შევხედავთ, ადვილად მივხვდებით, რატომ იწვევს განათლება ხელფასების ზრდას. ფირმები, რომლებიც მშრომელებს ქირაობენ, მზად არიან განათლებულ მშრომელებს მეტი გადაუხადონ, ვინაიდან, რაც უფრო განათლებულია მშრომელი, მით მეტია მისი ზღვრული პროდუქტი. მშომელები – შრომის მიმწოდებლები – მზად არიან, გაიღონ განათლების ხარჯები, თუ ეს ხარჯები შემდგომში აუნაზღაურდებათ. არსებითად, განსხვავება განათლებული მშრომელის ხელფასსა და გაუნათლებელი მშრომელის ხელფასს შორის შეიძლება განვიხილოთ როგორც განათლების ხარჯების საკომპენსაციო სხვაობა.

მრავალრიცხოვანმა გამოკვლევებმა დაადასტურა, რომ მაღალი კვალიფიკაციის მშომელების და დაბალი კვალიფიკაციის მშრომელების შემოსავლებს შორის სხვაობა ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში კიდევ უფრო გაიზარდა. შემცირდა მოთხოვნა, არაკვალიფიციურ მშრომელებზე, ხოლო კვალიფიციურ მშრომელებზე მოთხოვნა გაიზარდა.

ნიჭს და შრომისმოყვარეობას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ადამიანური კაპიტალის ფორმირებაში. ზოგი ნიჭიერია, ზოგი ნაკლებად ნიჭიერი. ზოგი ადვილად ართმევს თავს რთულ სოციალურ სიტუაციებს, ზოგი კი ძალიან მოუქნელია. ეს და მრავალი სხვა პიროვნული თვისება განსაზღვრავს, რამდენად მწარმოებლურნი იქნებიან მშრომელები და ამიტომ საკმაოდ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ამ მშრომელების ხელფასების განსაზღვრაში. გამოკვლევის თანახმად, ხუთიდან ოთხ მილიონერს აშშ–ში თავისი ქონება საკუთარი შრომით აქვს შეძენილი, მაგ. ახალი კომერციული საქმიანობის წამოწყებით ან კორპორაციაში კარიერის შექმნით.

უტილიტარიზმი. ლიბერალიზმი. ლიბერტარიანიზმი.

შემოსავლების უთანასწორობასთან დაკავშირებული პრობლემების გადაჭრას პოლიტიკოსები სხვადასხვანაირად ცდილობენ. პოლიტიკური თეორიებიდან შეიძლება გამოვყოთ: უტილიტარიზმი, ლიბერალიზმი, ლიბერტარიანიზმი.

უტილიტარიზმი არის პოლიტიკური თეორია, რომლის მიხედვითაც მთავრობამ უნდა შეარჩიოს პოლიტიკა, რომლითაც მიაღწევს საზოგადოების ყველა წევრის სარგებლიანობის (კმაყოფილების) მაქსიმიზაციას, შემოსავლების უფრო თანასწორი განაწილების მიღწევას. არგუმენტი საკმაოდ მარტივია. მაგ. თუ პიტერი და პოლი ყველაფერში ერთმანეთს ჰგვანან, მაგრამ პიტერის შემოსავალია 80 000$, ხოლო პოლისა – 20

000$, ამ შემთხვევაში, პიტერისთვის ერთი დოლარის გამორთმევა და პოლისთვის მიცემა პოლის კმაყოფილებას უფრო გაზრდის, ვიდრე შემცირდება პიტერის კმაყოფილება. ამიტომ შემოსავლების ასეთი გადანაწილება მთლიან სარგებლიანობას გაზრდის, რაც უტილიტარისტთა მიზანს წარმოადგენს. ამის განხორციელება შეიძლება საშემოსავლო გადასახადის დაწესებით და სოციალური დაზღვევის სისტემის შექმნით. ამ პოლიტიკის პირობებში მაღალშემოსავლიანი ოჯახები მაღალ გადასახადებს იხდიან, ხოლო დაბალშემოსავლიანები დახმარებას იღებენ. ეს თეორია ჩამოაყალიბა ინგლისელმა ფილოსოფოსებმა: ჯერემი ბენტამმა, ჯონ სტიუარტ მილიმ. (XIX ს).

ლიბერალიზმი – პოლიტიკური თეორიაა, რომლის თანახმადაც საზოგადოებრივი ინსტიტუტები, კანონები და პოლიტიკა სამართლიანი უნდა იყოს. მათი აზრით სახელმწიფო პოლიტიკის მიზანი უნდა იყოს ყველაზე უარეს ეკონომიკურ მდგომარეობაში მყოფი ადამიანის კეთილდღეობის გაზრდა. ლიბერალიზმის თეორია ჩამოაყალიბა ჯონ როულზმა თავის წიგნში „სამართლიანობის თეორია“.

ლიბერტარიანიზმი – არის პოლიტიკური თეორია, რომლის თანახმად, მთავრობის ძირითადი მოვალეობაა დამწაშავეთა დასჯა და ნებაყოფლობით შეთანხმებათა განხორციელების ხელშეწყობა, მაგრამ არავითარ შემთხვევაში – შემოსავლების განაწილება. ლიბერტარიანიზმის მიხედვით, მთავრობამ არ უნდა წაართვას ერთ ინდივიდს და მისცეს მეორეს, თუნდაც იმ მიზნით, რომ შემოსავლების უფრო სამართლიან განაწილებას მიაღწიოს. თავის წიგნში „ანარქია, სახელმწიფო და უტოპია“ ფილოსოფოსი ნოზიკი წერს: „ჩვენ არ ვართ ბავშვები, რომლებსაც ვიღაცამ ნამცხვარი ცუდად გაუნაწილა, და ახლა დაშვებული შეცდომების გამოსწორებას ცდილობს. თავისუფალ საზოგადოებაში სხვადასხვა ადამიანი სხვადასხვა რესურსებს აკონტროლებს. ამ რესურსების ახალი განაწილება ნებაყოფლობითი გაცვლის და ადამიანთა ქმედებების შედეგად ხდება შესაძლებელი. ლიბერტარიანიზმი ამტკიცებს, რომ შესაძლებლობათა თანასწორობა უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე შემოსავალთა თანასწორობა. მათი აზრით, მთავრობამ უნდა გააძლიეროს ინდივიდთა უფლებები, რათა ყველას ჰქონდეს თავისი უნარის გამოვლენის და წარმატების მიღწევის ერთნაირი შესაძლებლობა, ხოლო მთავრობას აღარ აქვს იმის მიზეზი, რომ ამის შემდეგ შემოსავლის განაწილება შეცვალოს. მაგ. როდესაც სტუდენტის ცოდნის შეფასება სამართლიანია, ჩვენ არ ვითხოვთ ნიშნების გათანაბრებას ყველა სტუდენტისათვის. ლექტორს არა აქვს უფლება ფრიადოსანს მოაკლოს თავისი ქულა და მიუმატოს ოროსანს, ანუ ყველას უნდა ჰქონდეს თავის ნიჭის და უნარის გამოვლენის და წარმატების მიღწევის ერთნაირი შესაძლებლობა.

სავარჯიშოები

№1. ვთქვათ შრომა ერთადერთი ფაქტორია, რომელსაც იყენებს სრულად კონკურენტული ფირმა, რომელიც თავის მშრომელებს დღეში $50–ს უხდის. ფირმის საწარმოო ფუნქციას შემდეგი სახე აქვს:

შრომის დღეები	პროდუქციის რაოდენობა
0	0
1	7
2	13
3	19
4	25
5	28
6	29

პროდუქციის თითოეული ერთეული $10–ად იყიდება. ააგეთ ფირმის შრომაზე მოთხოვნის მრუდი. რამდენი დღით უნდა დაიქირაოს ფირმამ შრომის რესურსები?

აჩვენეთ ეს რაოდენობა თქვენს გრაფიკზე.

№2. წარმოიდგინეთ, რომ ხსნით კაფე–ბარს, რომელშიც 7 ადამიანი დასაქმდება. თითოეული მათგანი მიიღებს საათში $6–ს, ხოლო ერთი ბუტერბროდი 3$ ღირს. თუ თქვენ მაქსიმალური მოგების მიღებას ცდილობთ, როგორია თქვენს მიერ დაქირავებული ბოლო მშრომელის ზღვრული პროდუქტის ღირებულება? როგორია ამ მშრომელის ზღვრული პროდუქტი?

№3. ვთქვათ, კანონი ფირმებს ავალებს თითოეული მშრომელისთვის ფირმაში დასაქმების ყოველ საათში $3–ის ღირებულების დამატებითი შეღავათი უზრუნველყოფას. როგორც იმოქმედებს ეს კანონი ზღვრულ მოგებაზე, რომელსაც ფირმა თითოეული მშრომელისაგან იღებს? ა) როგორ იმოქმედებს ეს კანონი შრომის მოთხოვნაზე? თქვენი პასუხი ასახეთ გრაფიკზე, სადაც ნაღდი ხელფასი ვერტიკალურ ღერძზე იქნება გადათვლილი. ბ) თუ შრომის მიწოდება არ იცვლება, როგორ იმოქმედებს ეს კანონი დასაქმებასა და ხელფასებზე?

თემა 13.

მომხმარებლები, მწარმოებლები და ბაზრის ეფექტიანობა

13.1 სამომხმარებლო დანაზოგი

ბაზარზე მიწოდებისა და მოთხოვნის წონასწორობა ახდენს მყიდველებისა და გამყიდველების მიერ მიღებული სარგებლობის მაქსიმიზაციას. როგორც ვიცით, ბაზარი ეკონომიკური საქმიანობის ორგანიზაციის კარგი საშუალებაა (ეკონომიკის VI პრინციპი). კეთილდღეობის ეკონომიკა ამ პრინციპს უფრო სრულად ხსნის. კეთილდღეობის ეკონომიკა არის მეცნიერება, რომელიც სწავლობს რესურსების განაწილების გავლენას ეკონომიკურ კეთილდღეობაზე. კეთილდღეობის ეკონომიკის შესწავლა დავიწყოთ მომხმარებლის სარგებლობის და სამომხმარებლო დანაზოგის განხილვით.

სამომხმარებლო დანაზოგი – წარმოადგენს სხვაობას იმ თანხას, რომლის გადახდისთვისაც მზადაა მომხმარებელი და იმ თანხას შორის, რომელსაც რეალურად იხდის.

გადახდისათვის მზადყოფნა – არის მაქსიმალური თანხა, რომლის გადასახდელადაც მზადაა მომხმარებელი.

განვიხილოთ მაგალითი. დავუშვათ გაქვთ ელვის პრესლის პირველი ალბომის სრულიად უხმარი ფირფიტა, მაგრამ თქვენ არ ხართ მისი თაყვანისმცემელი და ამ ფირფიტის გაყიდვა გინდათ. აუქციონს იწყებთ ჯერ დაბალი ფასის გამოცხადებით, ვთქვათ, $10 -ის გამოცხადებით. თუ მყიდველები მზად არიან უფრო მეტი გადაიხადონ, ფასი სწრაფად იზრდება. დავუშვათ ვაჭრობა შეწყდა $80–ზე, რადგან ამაზე მეტი თანხის გადახდა არავის არ სურს. ალბომი მიიღო იმ მყიდველმა, რომელიც მას ყველაზე მეტად აფასებს, ვთქვათ ჯონიმ. იგი მზად იყო მისთვის $100 გადაეხადა. ასეთ დროს ვამბობთ, რომ ჯონი $20–ის ტოლ სამომხმარებლო დანაზოგს იღებს. ანუ სამომხმარებლო დანაზოგი ასახავს მყიდველის ბაზარში მონაწილეობით მიღებულ სარგებლობას.

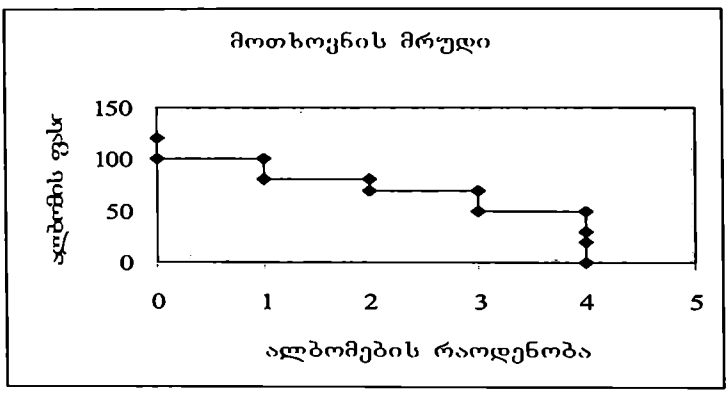
სამომხმარებლო დანაზოგი მჭიდრო კავშირშია მოთხოვნის მრუდთან. ვთქვათ, ნელი მზადაა გადაიხადოს $80, ჯორჯი მზადაა გადაიხადოს $70, რამაზი კი მზადაა გადაიხადოს $50. თავდაპირველად განვიხილოთ მოთხოვნის განრიგი და მის საფუძველზე ავაგოთ მოთხოვნის მრუდი.

(ცხრილი №1)

მოთხოვნის განრიგი

ფასი	მყიდველები	მოთხოვნის რ–ა
$100-ზე მეტი	არცერთი	0
$80-$100	ჯონი	1

$70-$80	ჯონი, პოლი	2
$50-$70	ჯონი, პოლი, ჯორჯი	3
$50-ზე ნაკლები	ჯონი, პოლი, ჯორჯი, რინგო	4



ნახ.13.1

1-ლი ცხრილი გვიჩვენებს მოთხოვნის განრიგს, რომელიც 13.1. ნახაზს შეესაბამება. ამ მაგალითში გვყავს ოთხი პოტენციური მყიდველი, რომელთაგან ჯონი მზადაა გადაიხადოს ყველაზე მეტი, $100. მოთხოვნის მრუდის მიერ განსაზღვრული ფასი გვიჩვენებს მყიდველის გადახდისათვის მზადყოფნას.

მაგალითად 4-ალბომის შემთხვევაში მოთხოვნის მრუდის სიმაღლეა 50-დოლარი, ანუ ფასი, რომლის გადახდისათვის მზადაა რინგო (ზღვრული მყიდველი) ერთი ალბომის შესაძენად. 3 – ალბომის მოთხოვნის მრუდის სიმაღლეა 70 დოლარი, ანუ ფასი, რომლის გადახდისათვის მზადაა ჯორჯი (ახალი ზღვრული მყიდველი). ვინაიდან მოთხოვნის მრუდი ასახავს მყიდველთა გადახდისათვის მზადყოფნას, ის შეიძლება სამომხმარებლო დანაზოგის გამოთვლაშიც გამოვიყენოთ. როცა მოთხოვნის რაოდენობაა ერთი, ფასი 80 დოლარია, სამომხმარებლო დანაზოგი კი იმ მართკუთხედის ფართობია, რომელიც 100-ის ქვემოთაა 80-მდე, ანუ 20. ეს სწორედ ის სამომხმარებლო დანაზოგია, რომელიც ზემოთ გამოვითვალეთ 1-ლი მყიდველისათვის, ჯონისათვის. თუ ფასი შემცირდება და ალბომი 70 დოლარად გაიყიდება, სამომხმარებლო დანაზოგი უკვე გახდება 100-70=30 $ და ა.შ. ამგვარად, ფასის შემცირება ზრდის სამომხმარებლო დანაზოგს.

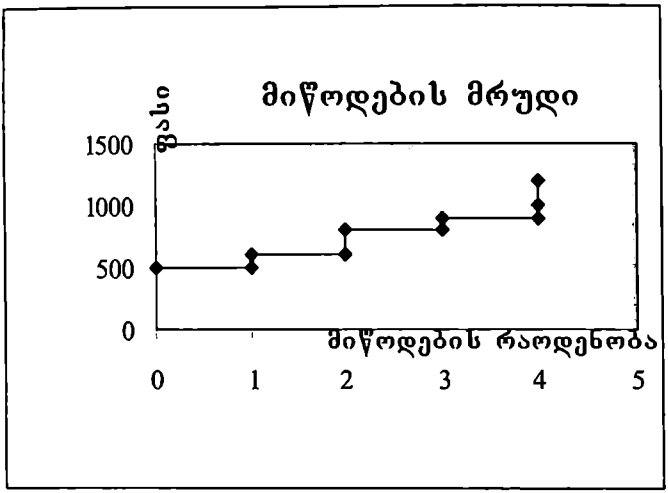
სამომხმარებლო დანაზოგის კონცეფციის მიზანია ნორმატიული შეფასება მივცეთ ბაზრის საქმიანობის შედეგების სასურველობას. ის არის ეკონომიკური კეთილდღეობის კარგი საზომი. სამომხმარებლო დანაზოგი ასახავს საქონლის შეძენის შედეგად მყიდველის მიერ მიღებულ სარგებლობას თვით მყიდველის აზრით. ამგვარად სამომხმარებლო დანაზოგი ეკონომიკური კეთილდღეობის კარგი მაჩვენებელია, იმ პოლიტიკოსებისათვის, რომლებიც პრიორიტეტს ანიჭებს მყიდველთა უპირატესობებს. ეკონომისტებიც უშვებენ, რომ მყიდველები რაციონალურ გადაწყვეტილებებს იღებენ და მათი უპირატესობები აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ. (აქ არ იგულისხმება ნარკომანები, რომლებიც მზად არიან ჰეროინში მაღალი ფასი გადაიხადონ. ამ შემთხვევაში დაბალ ფასად ჰეროინის ყიდვა ცხადია სარგებლობას არ ნიშნავს).

13.2 . მწარმოებლის დანაზოგი

ეხლა განვიხილოთ ბაზრის მეორე მხარე, მწარმოებელთა სარგებლობა. გამყიდველთა კეთილდღეობის ანალიზი მყიდველთა კეთილდღეობის ანალიზის მსგავსია. პირველ რიგში უნდა განვიხილოთ დანახარჯები და გაყიდვისათვის მზადყოფნა.

დანახარჯები ასახავს იმ ღირებულებას, რაც გამყიდველმა უნდა გაიღოს საქონლის წარმოების მიზნით. საბაზრო ფასმა უნდა უზრუნველყოს პირველ რიგში დანახარჯების დაფარვა, წინააღმდეგ შემთხვევაში ამ პროდუქციის წარმოებას აზრი არ ექნება. გამყიდველისათვის უკეთესია, თუ თავის პროდუქციას მაქსიმალურად მაღალ ფასში გაყიდის. რაც უფრო მეტი იქნება სხვაობა გასაყიდ ფასსა და დანახარჯებს შორის, მით მეტი იქნება მწარმოებლის დანაზოგი. ამგვარად,

მწარმოებლის დანაზოგი არის სხვაობა გასაყიდ ფასსა და გამყიდველის დანახარჯებს შორის. მაგ, თუ პროდუქციის წამოების დანახარჯებია 500 დოლარი, ხოლო იგი გაიყიდა 700 დოლარად, მწარმოებლის დანაზოგი იქნება 200 დოლარი. რაც უფრო მაღალ ფასში გაიყიდება საქონელი, მით უფრო მეტი იქნება მწარმოებლის დანაზოგი.



ნახ. 13.2

გრაფიკულად მწარმოებლის დანაზოგი იმ მართკუთხედის ფართობია, რომელიც წარმოიქმნება 500 –ის ზევით მრუდამდე. ცხადია, რაც უფრო მაღალი იქნება ფასი, მით მეტი იქნება მართკუთხედის ფართობი.

სამომხმარებლო დანაზოგი და მწარმოებლის დანაზოგი ის ძირითადი ინსტრუმენტებია, რომელთაც ეკონომისტები იყენებენ ბაზარზე მყიდველთა და გამყიდველთა კეთილდღეობის შესასწავლად. ეს ინსტრუმენტები გვეხმარება ფუნდამენტური ეკონომიკური საკითხის გადაჭრაში, არის თუ არა თავისუფალი ბაზრის მიერ რესურსების განაწილება სასურველი?

პირველ რიგში გავარკვიოთ მთლიანი დანაზოგის სიდიდე, რომელიც სამომხმარებლო და მწარმოებლის დანაზოგის ჯამის ტოლია. სამომხმარებლო დანაზოგი ის სარგებლობაა, რომელსაც მყიდველები იღებენ ბაზრის ფუნქციონირებაში მონაწილეობით, ხოლო მწარმოებლის დანაზოგი ის სარგებლობაა, რომელსაც გამყიდველები იღებენ ბაზრის ფუნქციონირებაში მონაწილეობით.

სამომხმარებლო დანაზოგი = მყიდველების შეფასება – გადახდილი თანხა.

მწარმოებლის დანაზოგი = გამყიდველთა მიერ მიღებულ თანხას – გამყიდველთა დანახარჯები.

თუ ამ ორ სიდიდეს შევკრიბავთ მივიღებთ:

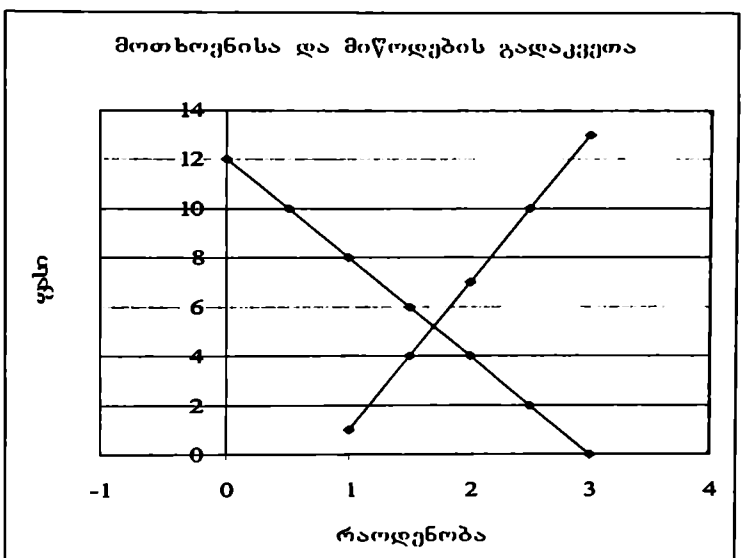
მთლიანი დანაზოგი = მყიდველთა შეფასება – გადახდილი თანხა + +გამყიდველთა მიერ მიღებული თანხა – გამყიდველთა დანახარჯები.

მყიდველთა მიერ გადახდილი თანხა გამყიდველთა მიერ მიღებული თანხის ტოლია, ამიტომ შუა ორი შესაკრები ერთმანეთს აბათილებს. შედეგად მივიღებთ მთლიანი დანაზოგის გამოსახულებას:

მთლიანი დანაზოგი = მყიდველთა შეფასება – გამყიდველთა დანახარჯები.

თუ რესურსების განაწილება მთლიანი დანაზოგის მაქსიმიზაციას ახდენს, ეს ნიშნავს, რომ ბაზარზე რესურსების განაწილება ეფექტიანია. თუ განაწილება არაეფექტიანია, ეს იმას ნიშნავს, რომ მყიდველებსა და გამყიდველებს შორის ყველა ხელსაყრელი გარიგება რეალიზებული არ არის.

ეფექტიანობა ეწოდება რესურსების განაწილების თვისებას, მიაღწიოს საზოგადოების ყველა წევრის მიერ მიღებული საერთო დანაზოგის მაქსიმალურ დონეს. საბაზრო წონასწორობის პირობებში მწარმოებლის დანაზოგი და სამომხმარებლო დანაზოგი ერთმანეთის ტოლია.



ნახ.13.3.

მთლიანი დანაზოგი სამომხმარებლო და მწარმოებლის დანაზოგის ჯამი, წონასწორობის წერტილამდე მრუდებს შორის მდებარე არის ტოლია. (იხ. ნახ.13.3)

ბოლოს ბატონი მენჭიუ ხატოვნად მიუთითებს ბაზრის მნიშვნელობაზე და მას ბაზრის სასწაულს უწოდებს. იგი აღნიშნავს, რომ მადლიერების დღესასწაულზე ჩვენს სუფრას ინდაური რომ ამშვენებდეს, ამისათვის უამრავი ადამიანის შრომაა საჭირო: ფერმერებისა, რომლებმაც ინდაურები გაზარდეს; ფრინველის საკვების მწარმოებელი ფირმებისა;

სატრანსპორტო ფირმებისა, რომლებმაც ეს საკვები ფერმებს მიაწოდეს: არქიტექტორებისა, რომლებმაც ფერმა დააპროექტეს; მუშებისა, რომლებმაც იგი ააშენეს; გაზრდილ ფრინველს კი დაკვლა და გასაყიდად გამზადება, დაფასოება სჭირდებოდა და სხვა. ამგვარი, ერთმანეთისაგან ხშირად ძალზე დაშორებული, მრავალი ადამიანის შრომის მართვა და კოორდინაცია ძალზე რთულია, თუმცა ამას მხოლოდ ბაზარი აკეთებს. ამ ადამიანებს არავინ აიძულებს, იმუშაონ იმისათვის, რომ თქვენ ისარგებლოთ და ინდაური შეიძინოთ უპრობლემოდ. ადამ სმითმა ამ მოვლენას "უხილავი ხელი" უწოდა, იდუმალი ძალა, რომელიც ისე წარმართავს ადამიანთა საქმიანობას, რომ ეს არა მარტო მათთვის, არამედ სხვებისათვისაც მომგებიანია. მილიონობით სუბიექტის დამოუკიდებელი მოქმედების ქაოსი საბოლოო ჯამში მოწესრიგებულ ბაზრად ყალიბდება.

თავისუფლების სოციალური წესრიგი, ჯანმრთელობისა და პროგრესის მსგავსად, რომელსაც ის საბოლოოდ განაპირობებს, ღმერთის მიერ ბოძებული საჩუქარია და ჩვენ მისი მადლიერნი უნდა ვიყოთ არა მხოლოდ მადლიერების დღესასწაულზე, არამედ ყოველ დღე. თავისუფალი ბაზრის პირობებში თავისუფალი ადამიანები თავისუფლად ურთიერთობენ, ხოლო რაც უფრო მეტად არის ეკონომიკა დაგეგმილი, მით მეტია მასში საქონლის უკმარისობა, არასწორი გადანაწილება და წარუმატებლობა - წერს გ. მენქიუ.

- სავარჯიშოები

№1. დავითი მინერალური წყლის საქაჩის მფლობელია. რადგანაც წყლის დიდი რაოდენობის ამოქაჩვა უფრო ძნელია, ვიდრე მცირე რაოდენობისა, ერთი ბოთლი წყლის წარმოების დანახარჯი იზრდება ამოქაჩული წყლის რაოდენობის ზრდასთან ერთად. ერთი ბოთლი წყლის წარმოების დანახარჯს ასეთი სახე აქვს:

პირველი ბოთლის დანახარჯი $1; მეორე ბოთლის დანახარჯი $3

მესამე ბოთლის დანახარჯი $5; მეოთხე ბოთლის დანახარჯი $7

ა) ამ ინფორმაციის საფუძველზე ააგეთ წყლის მიწოდების განრიგი და მიწოდების მრუდი წყლის ბოთლებისათვის.

ბ) თუ ერთი ბოთლი წყლის ფასია $4, რამდენ ბოთლს აწარმოებს და გაყიდის დავითი? როგორი იქნება მისი მწარმოებლის დანაზოგი? აჩვენეთ გრაფიკზე.

გ) თუ ფასი $6 –მდე გაიზრდება, როგორ შეიცვლება მიწოდების რაოდენობა? როგორ შეიცვლება მწარმოებლის დანაზოგი. აჩვენეთ გრაფიკზე.

№ 2. განვიხილოთ ბაზარი, სადაც ბესო მყიდველია, ხოლო დავითი –გამყიდველი.

ა) გამოიყენეთ დავითის მიწოდების და ბესოს მოთხოვნის განრიგები იმის დასადგენად, თუ რა რაოდენობა იქნება მიწოდებული და მოთხოვნილი, როდესაც ფასი $2–ის, $4–ის, $6–ის ტოლია. ამ ფასებიდან რომელს მიჰყავს ბაზარი წონასწორობამდე?

ბ) როგორია სამომხმარებლო დანაზოგი, მწარმოებლის დანაზოგი და მთლიანი დანაზოგი ამ ბაზარზე?

№3. ოთხი მომხმარებელი მზადაა, ვარცხნილობაში გადაიხადოს:

ჯენი $7 ; ოლგა $2; ელენე $8; ფატიმა $5.

არის ოთხი საპარიკმახერო შემდეგი დანახარჯებით: A: $3; B: $6; C : $4; D:$2;

დავუშვათ, თითოეულ საპარიკმახეროს მხოლოდ ერთი მომხმარებლის მომსახურება შეუძლია. ეფექტიანობისათვის რამდენი ვარცხნილობა უნდა გაკეთდეს? რომელი საპარიკმახერო მოემსახურება მომხმარებლებს და რომლები მიიღებენ მომსახურებას? გამოიანგარიშეთ მაქსიმალური მთლიანი დანაზოგი.

№ 4. გაარკვიეთ, როგორ მოქმედებს სამედიცინო დაზღვევა სამედიცინო მომსახურების რაოდენობაზე. ვთქვათ, ტიპური სამედიცინო პროცედურის დანახარჯებია $100, მაგრამ დაზღვევის მქონე პიროვნება მხოლოდ $20–ს იხდის. დარჩენილ $80 –ს ანაზღაურებს სადაზღვევო კომპანია.

ა) ააგეთ მოთხოვნის მრუდი სამედიცინო მომსახურების ბაზრისათვის (ჰორიზონტალურ ღერძზე გამოსახეთ სამედიცინო პროცედურების რაოდენობა). აჩვენეთ მოთხოვნილი პროცედურების რაოდენობა, თუ თითოეული პროცედურის ფასია $100.

ბ) თქვენს დიაგრამაზე აჩვენეთ მოთხოვნილი პროცედურების რაოდენობა, თუ მომხმარებელი თითოეულ პროცედურაში მხოლოდ $20 –ს იხდის. ახდენს თუ არა ჩატარებული პროცედურების რაოდენობა მთლიანი დანაზოგის მაქსიმიზაციას?

№5. სტაფილოს მოთხოვნისა და მიწოდებისათვის მოცემულია შემდეგი განტოლებები:

მიწოდება: Qs= 4P-80

მოთხოვნა: Qd = 100 – 2P

სადაც Q არის რაოდენობა, გაზომილი კილოგრამებით, ხოლო P-ერთი ბუშელის ფასი ლარებში.

ა) დახაზეთ მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდები. რა იქნება წონასწორული ფასი და რაოდენობა?

ბ) გამოთვალეთ სამომხმარებლო, მწარმოებლის და მთლიანი დანაზოგები წონასწორობის დროს.

თემა 14. მომხმარებლის არჩევანის თეორია

14.1. შემოსავლების გავლენა მომხმარებლის არჩევანზე. განურჩევლობის მრუდები.

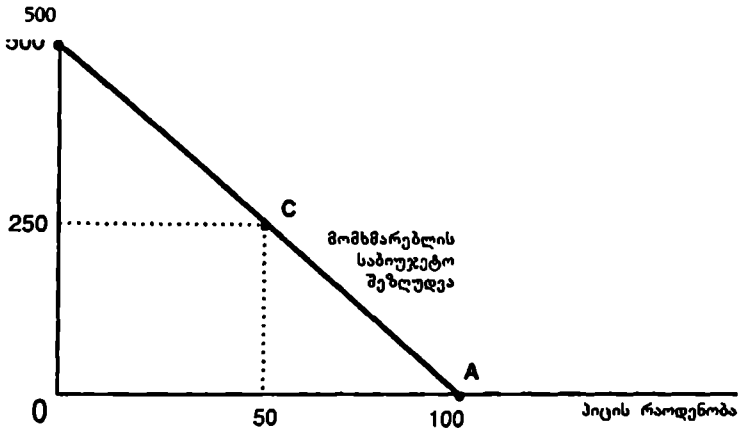
მომხმარებლის არჩევანის თეორია აღწერს ადამიანების მიერ გადაწყვეტილების მიღებას. ამ თეორიას ფართო გამოყენება აქვს. მას შეუძლია იმის ახსნა, თუ როგორ არჩევანს აკეთებს ადამიანი სხვადასხვა საქონლის შეძენისას, ასევე შრომასა და დასვენებას შორის, მოხმარებასა და დაზოგვას შორის და ა.შ. ეს თეორია მოდელია მომხმარებლის მიერ გადაწყვეტილების მიღებისათვის, რადგან მომხმარებლებმა იციან, რომ მათი არჩევანი შეზღუდულია მათივე ფინანსური რესურსებით. ამ შეზღუდვების პირობებში თითოეული მომხმარებელი მაქსიმალურად ცდილობს მიაღწიოს კმაყოფილების უმაღლეს დონეს. მომხმარებლის არჩევანის თეორია სწორედ ამ ფსიქოლოგიური პროცესის ეკონომიკური ანალიზის საშუალებას იძლევა. ანუ აღნიშნული თეორია აღწერს, როგორ იღებენ მომხმარებლები გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, რა იყიდონ.

ეკონომიკის 1–ლი პრინციპის თანახმად, ადამიანები დგანან ალტერნატივების წინაშე. როდესაც მომხმარებელი ერთი სახეობის საქონელს ბევრს ყიდულობს, სხვა საქონელი უფრო ნაკლები უნდა იყიდოს, რათა ჩაეტიოს თავის ბიუჯეტში. თუ ადამიანი მეტ დროს დასვენებაზე ხარჯავს და ნაკლებს – შრომაზე, მისი შემოსავალი შემცირდება და მას ნაკლები მოხმარება შეეძლება. ასევე თუ შემოსავლის მეტ ნაწილს დღეს დახარჯავს და სამომავლოდ არაფერს შეინახავს, მომავალში მოხმარების უფრო დაბალ დონეს უნდა დაჰყაბულდეს.

მომხმარებლის არჩევანის თეორია გვასწავლის, როგორ იღებენ გადაწყვეტილებებს ამ ალტერნატივათა წინაშე მდგარი მომხმარებლები და როგორ რეაგირებენ გარემო პირობების ცვლილებებზე.

მომხმარებლის არჩევანის შესწავლას დავიწყებთ შემოსავალსა და ხარჯებს შორის არსებული კავშირის შესწავლით. სიმარტივისთვის დავუშვათ, რომ მომხმარებელი მხოლოდ

ორი სახის საქონელს A და B საქონელს ყიდულობს. A საქონელი $2 ღირს, B კი – 10$. ვთქვათ, მომხმარებლის შემოსავალია 1000$ მას შეუძლია 500 ცალი A საქონელი ან 100 ცალი B საქონელი შეიძინოს, ან 250A + 50B=1000$. გრაფიკულად ასე წარმოგვიდგება. იხ. ნახ. 14.1.



ნახ. 14.1.

ბიუჯეტის მრუდის დახრილობა ამ ორი საქონლის ფარდობითი ფასის ტოლია, ანუ ერთი საქონლის ფასის მეორის ფასთან შედარებისა.

საბიუჯეტო შეზღუდვა გვიჩვენებს, რა საქონლის და რა რაოდენობით შეძენა შეუძლია მომხმარებელს თავისი შემოსავლისა და საქონლის მოცემული ფასების პირობებში. მომხმარებლის არჩევანი დამოკიდებულია არა მხოლოდ მის საბიუჯეტო შეზღუდვაზე, არამედ იმ უპირატესობებზე, რომელსაც ის ამა თუ იმ საქონელს ანიჭებს. თუ მომხმარებელს ორ სხვადასხვა კალათას შევთავაზებთ, ის აირჩევს იმ კალათას, რომელიც მის გემოვნებას უფრო შეეფერება. თუ მის გემოვნებას ორივე კალათა თანაბრად შეეფერება, ვამბობთ რომ მომხმარებელი განურჩეველია ამ ორი კალათის მიმართ. განურჩევლობის მრუდი ეწოდება მრუდს, რომელიც შეიცავს სამომხმარებლო კალათებს, რომლებიც მომხმარებელს ერთნაირად აკმაყოფილებს. ჩვენს შემთხვევაში განურჩევლობის მრუდი გვიჩვენებს A და B საქონლის იმ კომბინაციებს, რომელთა შეძენაც მომხმარებელს ერთნაირად აკმაყოფილებს.

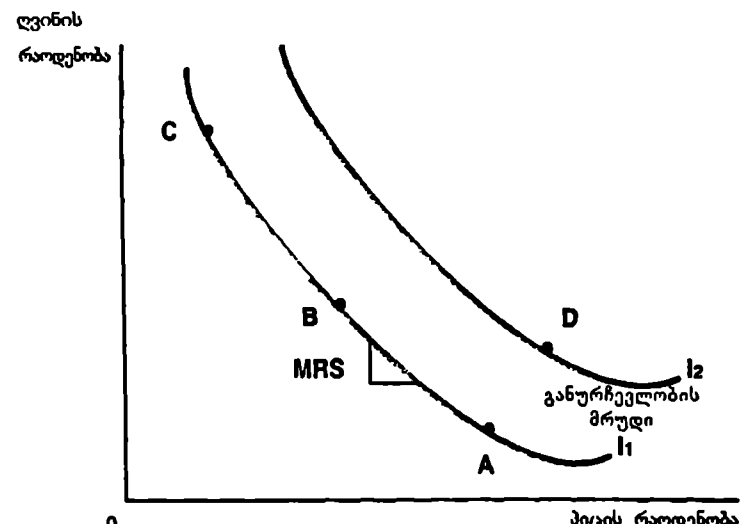
განურჩევლობის მრუდს გააჩნია ოთხი თვისება:

1. განურჩევლობის მაღლა მდებარე მრუდებს უპირატესობა ენიჭებათ დაბლა მდებარე მრუდებთან შედარებით. ამის მიზეზი კი ისაა, რომ მომხმარებელს მეტი საქონელი ურჩევნია ნაკლებ საქონელს. უფრო დიდი რაოდენობა უფრო მაღლა მდებარე მრუდზე აისახება. ანუ რაც უფრო მაღლა მდებარეობს განურჩევლობის მრუდი, საქონლის მით მეტ რაოდენობას შეიცავს ამ მრუდზე მდებარე სამომხმარებლო კალათები.

2. განურჩევლობის მრუდები დაღმავალია. განურჩევლობის მრუდის დახრილობა ასახავს იმ პროპორციას, რომლითაც მომხმარებელი მზადაა ერთი საქონელი მეორით ჩაანაცვლოს. თუ ერთ–ერთი საქონლის რაოდენობა გაიზარდა, მეორე საქონლის რაოდენობა აუცილებლად უნდა შემცირდეს, რათა მომხმარებელი თავის თანხაში ჩაეტიოს. ამის გამო განურჩევლობის მრუდი კლებადია.

3. განურჩევლობის მრუდები ერთმანეთს არ კვეთს, ერთმანეთის პარალელურია.

4. განურჩევლობის მრუდები ჩაზნექილია. მრუდის ჩაზნექილობა ასახავს მომხმარებლის მზადყოფნას, გასცეს ის საქონელი, რომელიც ბევრი აქვს.



ნახ. 14.2.

ნებისმიერ წერტილში განურჩევლობის მრუდის დახრილობა იმ პროპორციის ტოლია, რომლითაც მომხმარებელი მზადაა ერთი საქონელი მეორეში გაცვალოს.

მომხმარებლის უპირატესობები წარმოდგენილი განურჩევლობის მრუდებით, სადაც წარმოდგენილი ხაჭაპურისა და ღვინოს კომბინაციები მომხმარებელს ერთნაირად აკმაყოფილებს. რადგან მომხმარებელი უპირატესობას ანიჭებს საქონლის მეტ რაოდენობას, ამიტომ განურჩევლობის მაღლა მდებარე მრუდის წერტილებს უპირატესობა ენიჭებათ განურჩევლობის დაბლა მდებარე მრუდის წერტილებთან შედარებით. ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა (MRS) ასახავს იმ პროპორციას, რომლითაც მომხმარებელი მზადაა ერთი საქონელი მეორეთი ჩაანაცვლოს. ამ პროპორციას ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ეწოდება. (Marginal Rate of Substitution-MRS).

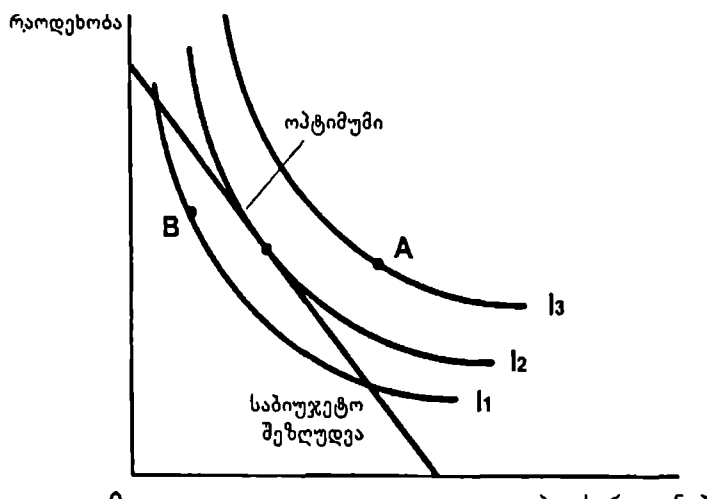
ამგვარად, ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ეწოდება პროპორციას, რომლითაც მომხმარებელი მზადაა ერთი საქონელი მეორეში გაცვალოს.

ჩვენს მაგალითში A წერტილში მომხმარებელს ბევრი პიცა და ცოტა ღვინო აქვს, ამიტომ ერთი პიცის სანაცვლოდ ბევრ დამატებით ღვინოს მოითხოვს. C – წერტილში მომხმარებელს ბევრი ღვინო და ცოტა პიცა აქვს, ამიტომ ერთი პიცის სანაცვლოდ ცოტა ღვინოს მოითხოვს.

განურჩევლობის მრუდები და სარგებლიანობა ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია. განურჩევლობის მრუდი შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც თანაბარი სარგებლიანობის მრუდი. საქონელთა უმეტესობას კლებადი ზღვრული სარგებლიანობა ახასიათებს. ეს იმას ნიშნავს, რომ საქონლის ყოველი მომდევნო ერთეული მომხმარებელს ნაკლებს ზღვრულ სარგებლიანობას ანიჭებს. ორი საქონლის ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა მათ ზღვრულ სარგებლიანობაზეა დამოკიდებული. თუკი X–საქონლის ზღვრული სარგებლიანობა ორჯერ მეტია, ვიდრე Y საქონლისა, მაშინ მომხმარებელს X–საქონლის ყოველი ერთეულის დაკარგვის ასანაზღაურებლად Y საქონლის ორი ერთეული დასჭირდება, შესაბამისად ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ორის ტოლი იქნება. ანუ ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ერთი საქონლის ზღვრული სარგებლიანობის მეორის ზღვრულ სარგებლიანობასთან შეფარდების ტოლია. აქედან გამომდინარე, ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ფასების შეფარდების ტოლია MRS=Px/Py სადაც MRS – ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა, Px და Py კი – X და Y - საქონელთა ფასები. როდესაც ორი ეკონომისტი მომხმარებლის არჩევანის თეორიაზე საუბრობს, მათ შესაძლოა ეს სხვადასხვანაირად გადმოსცენ. ერთმა შეიძლება თქვას, რომ მომხმარებლის მიზანია სარგებლიანობის მაქსიმიზაცია. მეორემ შეიძლება განაცხადოს, რომ მომხმარებლის მიზანია მიაღწიოს შესაძლო განურჩევლობის მრუდებიდან ყველაზე მაღალს, ოპტიმალურ არჩევანს, რაც ერთი და იგივეა.

14.2. მომხმარებლის ოპტიმალური არჩევანი.

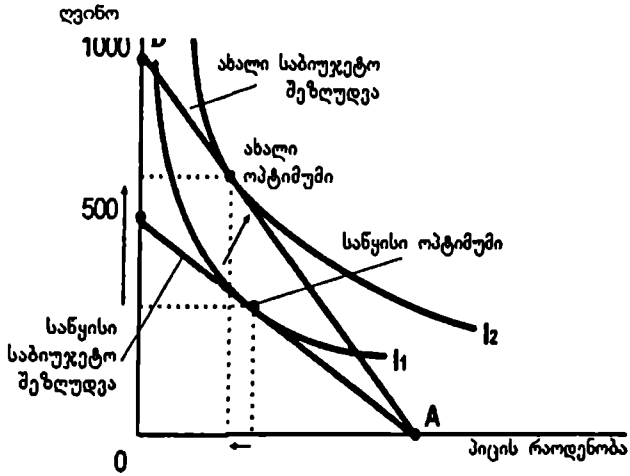
მომხმარებლის ოპტიმალურ არჩევანზე გავლენას ახდენს შემოსავლების და ფასების ცვლილება. გაზრდილი შემოსავლით მომხმარებელს შეუძლია მეტი რაოდენობით საქონლის შეძენა. ამ შემთხვევაში ბიუჯეტის მრუდი მარჯვნივ გადაადგილდება. იხ. ნახ. 14.3.



ნახ. 14.3. შემოსავლის ზრდა.

მომხმარებელს შეუძლია ორივე, A და B – საქონელი მეტი რაოდენობით შეიძინოს, რასაც ასახავს III – საბიუჯეტო შეზღუდვის წრფე. ანუ მომხმარებელს შეუძლია განურჩევლობის უფრო მაღალ მრუდს მიაღწიოს. თუ გავიხსენებთ, როცა მომხმარებელი შემოსავლის ზრდასთან ერთად საქონლის მოხმარებასაც ზრდის, ეკონომისტები ასეთ საქონელს ნორმალურ საქონელს ვუწოდებთ. ხოლო თუ მომხმარებელი საქონლის ნაკლებ რაოდენობას ყიდულობს შემოსავლის ზრდის დროს, ასეთ საქონელს მდარე საქონელს ვუწოდებთ. მაგ. მარგარინი მდარე საქონელია, რადგან შემოსავლის ზრდისას მას ადამიანები ნაკლებად იყენებენ და იწყებენ კარაქის მოხმარებას.

მომხმარებლის არჩევანზე ასევე ახდენს გავლენას საქონელთა ფასების ცვლილება. როდესაც პიცის ფასი მცირდება, მომხმარებელი მას უფრო მეტს მიირთმევს და პირიქით. ამგვარად, საქონლის ფასის შემცირება იწვევს ბიუჯეტის მრუდის მარჯვნივ გადაადგილებას. იხ. ნახ. 14.4.



ნახ. 14.4.

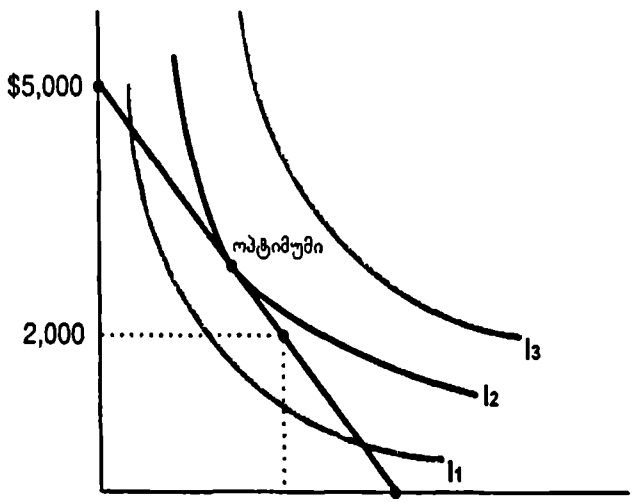
ამ შემთხვევაში პიცის რაოდენობა უცვლელია, ხოლო ღვინის რაოდენობა იზრდება, რადგანაც მისი ფასი შემცირდა. როგორც ვხედავთ, ბიუჯეტის მრუდის მარჯვნივ გადაადგილება მრუდის დახრილობას ცვლის, იგი უფრო დამრეცი გახდა.

მომხმარებელი ცდილობს აირჩიოს ორივე საქონლის საუკეთესო კომბინაცია, რომელიც განურჩევლობის მაქსიმალურად მაღლა მდებარე მრუდზე მდებარეობს. ამგვარად, მომხმარებელი ირჩევს თავისი საბიუჯეტო შეზღუდვის იმ წერტილს, რომელიც განურჩევლობის ყველაზე მაღლა მდებარე მრუდზეა. ამ წერტილში, რომელსაც ოპტიმუმი ეწოდება, ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ამ ორი საქონლის ფარდობითი ფასის ტოლია.

14.5. ნახაზზე განურჩევლობის ყველაზე მაღლა მდებარე მრუდი, რომლის მიღწევაც მომხმარებელს შეუძლია არის I_2. მომხმარებელი უპირატესობას ანიჭებს A წერტილს, რომელიც განურჩევლობის I_3 მრუდზე მდებარეობს, მაგრამ ამ მომხმარებელს არ შეუძლია ხაჭაპურისა და ღვინის ამ კომბინაციის ყიდვა. B წერტილი ხელმისაწვდომია, მაგრამ ვინაიდან ეს წერტილი განურჩევლობის დაბლა მდებარე მრუდზე მდებარეობს, მომხმარებელი მას უპირატესობას არ ანიჭებს.

განურჩევლობის მრუდის და ბიუჯეტის მრუდის შეხების წერტილს (C) ოპტიმუმი ეწოდება. ამ დროს საბიუჯეტო შეზღუდვის მრუდი განურჩევლობის მრუდის მხებია. (იხ. ნახ. 14.5). ამგვარად, მომხმარებელი ირჩევს ორი სახის საქონლის ისეთ კომბინაციას, როდესაც ჩანაცვლების ზღვრული ნორმა ფარდობითი ფასის ტოლია. ფარდობითი ფასი ის პროპორციაა, რომლითაც ბაზარი მზადაა ერთი საქონელი მეორეთი ჩაანაცვლოს. ოპტიმუმის

წერტილში მომხმარებლის მიერ ამ ორი საქონლის შეფასება (რაც ჩანაცვლების ზღვრული ნორმითაა გამოხატული), ბაზრის მიერ ამ ორი საქონლის შეფასების ტოლია (იგი ფარდობითი ფასითაა გამოხატული).



ნახ. 14.5.

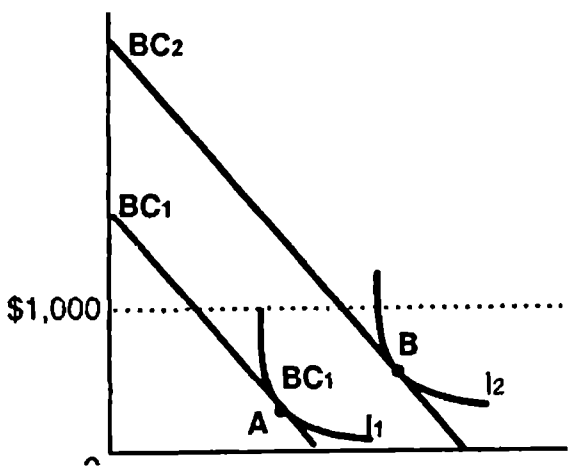
მომხმარებლის ოპტიმალური არჩევანის შედეგად საქონელთა საბაზრო ფასები მომხმარებლის შეფასებებს ემთხვევა.

14.3. შემოსავლის და ჩანაცვლების ეფექტები

შემოსავლებისა და ფასების ცვლილება გავლენას ახდენს მომხმარებლის არჩევანზე. მოხმარების ცვლილებას, რომელიც გამოწვეულია შემოსავლების ცვლილებით, ეწოდება შემოსავლის ეფექტი. ამ დროს ხდება განურჩევლობის მრუდის გადაადგილება. მოხმარების ცვლილებას, როდესაც ფასის ცვლილება იწვევს მომხმარებლის უპირატესობების გადანაცვლებას განურჩევლობის მრუდის გასწვრივ, ეწოდება ჩანაცვლების ეფექტი.

ამგვარად, შემოსავლის ეფექტი მოხმარების ისეთი ცვლილებაა, რომელიც განურჩევლობის უფრო მაღლამდებარე მრუდზე გადასვლის შედეგია. ჩანაცვლების ეფექტი კი მოხმარების ისეთი ცვლილებაა, რომელიც იგივე განურჩევლობის მრუდის სხვა წერტილში ყოფნის შედეგია, სადაც ჩანაცვლების ზღვრულ ნორმა განსხვავებულია.

შემოსავლის ეფექტი გამოსახულია 14.6 ნახაზზე.

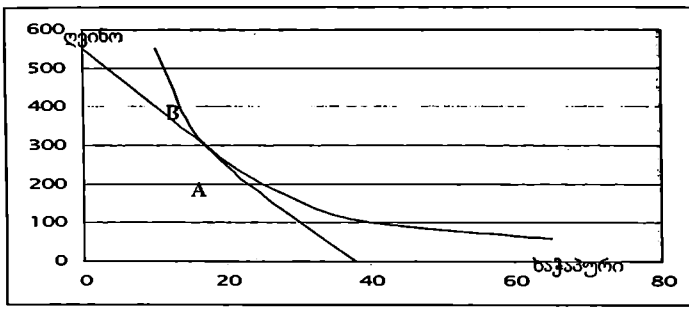


ნახ. 14.6.

შემოსავლის ეფექტი – მოხმარების ცვლილება, რომელსაც ადგილი აქვს მაშინ, როდესაც ფასების ცვლილება იწვევს მომხმარებლის გადაადგილებას განურჩევლობის უფრო მაღლა მდგომ მრუდზე.

შემოსავლის ეფექტი გამოწვეულია ახალი საბიუჯეტო შეზღუდვით, რომელიც მხებია ახალი განურჩევლობის მრუდისა **B** – წერტილში, რაც ახალ ოპტიმუმს წარმოადგენს. **A** – წერტილი გადაადგილდება **B** – წერტილში.

ნახ. 14.7–ზე გამოსახულია ჩანაცვლების ეფექტი. ფასის ცვლილების შედეგად ხდება მოძრაობა იგივე განურჩევლობის მრუდის გასწვრივ. ფასის გაზრდა იწვევს მოხმარებული საქონლის რაოდენობის შემცირებას და მის ჩანაცვლებას იაფი საქონლით. A წერტილიდან გადაადგილება ხდება B წერტილში.



ნახ. 14.7.

როგორც ნახაზიდან ჩანს, ხაჭაპურის ფასის გაზრდამ გამოიწვია მისი ყიდვის შემცირება და ღვინის რაოდენობის გაზრდა. A წერტილიდან B წერტილამდე მოძრაობა ჩანაცვლების ეფექტს გვიჩვენებს.

ჩვეულებრივ, როდესაც საქონლის ფასი იზრდება, ადამიანები ამ საქონელს ნაკლები რაოდენობით ყიდულობენ. ქცევის ამ წესს მოთხოვნის კანონი ვუწოდეთ და იგი გრაფიკულად მოთხოვნის კლებადი მრუდით გამოიხატება. თუმცა მომხმარებელი ზოგჯერ მოთხოვნის კანონს არღვევს და როდესაც საქონელი ძვირდება, მეტს ყიდულობს. ეკონომისტები ვიყენებთ ტერმინს გიფინის საქონელი იმ საქონლის დასახასიათებლად, რომელიც მოთხოვნის კანონს არღვევს. ასეთი საქონლის არსებობა პირველმა აღნიშნა ცნობილმა ეკონომისტმა რობერტ გიფინმა. გიფინის საქონელი მდარე საქონელია, რომლისთვისაც შემოსავლის ეფექტი ჩანაცვლების ეფექტზე ძლიერია. მაგალითისათვის თუ განვიხილავთ ხორცსა და კარტოფილს, ფასების გაძვირება მომხმარებელს კარტოფილის უფრო მეტი ყიდვისაკენ უბიძგებს. ამ დროს ფასის გადიდება იწვევს რეალური შემოსავლის შემცირებას, მომხმარებელი უფრო ღარიბი ხდება და შედეგად მეტ კარტოფილს ყიდულობს.

დასკვნის სახით უნდა ითქვას, რომ მომხმარებლის არჩევანის თეორია არის მოდელი, რომელიც გვიხსნის თუ როგორ აკეთებს არჩევანს ადამიანი საქონლის შეძენისას. მომხმარებელმა იცის, რომ იგი შეზღუდულია თავისი ფინანსური რესურსებით და ამ შეზღუდვების პირობებში იგი მაქსიმალურად ცდილობს მიაღწიოს კმაყოფილების უმაღლეს დონეს.

- სავარჯიშოები

№1. მომხმარებლის შემოსავალია $3 000. ერთი ჰიქა ღვინო $3 ღირს, ერთი ფუნტი ყველი კი – $6. ააგეთ ამ მომხმარებლის ბიუჯეტის მრუდი. რას უდრის ბიუჯეტის მრუდის დახრილობა?

№2. ადამიანი, რომელიც ღვინოსა და ყველს მოიხმარს, სამსახურში დააწინაურეს, ამიტომ მისი შემოსავალი გაიზარდა $3 000–დან $4 000–მდე. აჩვენეთ, რა მოხდება, თუ ღვინოცა და ყველიც ნორმალური საქონელია.

№3. ერთი ფუნტი ყველის ფასი $6–დან $10–მდე იზრდება, ერთი ჰიქა ღვინის ფასი კი ისევ $3–ია. მომხმარებლის მუდმივი შემოსავალია $3 000. აჩვენეთ, რა მოუვა ღვინისა და ყველის მოხმარებას. აჩვენეთ შემოსავლისა და ჩანაცვლების ეფექტები.

№4. გიორგი მხოლოდ რძესა და ფუნთუშას ყიდულობს. პირველ წელს ჯიმის ხელფასია $100. ერთი ლიტრი რძე $2 ღირს, ხოლო ერთი ფუნთუშა $0,4. ააგეთ გიორგის ბიუჯეტის მრუდი.

№5. დავუშვათ, თქვენი წლიური შემოსავალია $30 000 და ამ შემოსავლის ნაწილი ბანკში შეგაქვთ ანგარიშზე, რომლის წლიური სარგებლის განაკვეთია 5%. ააგეთ ბიუჯეტის მრუდი და განურჩევლობის მრუდები. ა) აჩვენეთ, როგორ შეიცვლება თქვენი მდგომარეობა თუ თქვენი შემოსავალი $40 000–მდე იზრდება. ბ) თუ სარგებლის განაკვეთი 8 პროცენტამდე იზრდება.

თემა 15. თეორიის პრაქტიკული გამოყენება: დაბეგვრის დანახარჯები

ნებისმიერ ცივილიზებულ ქვეყანაში არსებობს გადასახადები. თუმცა იგი მუდამ ცხარე დებატების საგანია. რონალდ რეიგანის საარჩევნო პოლიტიკური პლატფორმა სწორედ საშემოსავლო გადასახადების შემცირების გამო გახდა მიმზიდველი. მისი რვაწლიანი მმართველობის პერიოდში მაქსიმალური საშემოსავლო გადასახადი 70-დან

28 %-მდე შემცირდა. ხოლო ჯორჯ ბუშმა უფროსმა არ შეასრულა საარჩევნო კომპანიისადმი მიცემული სიტყვა, რომ არ შემოიღებდა არავითარ ახალ გადასახადებს. 1992 წელს ბილ კლინტონის პრეზიდენტად არჩევას, ნაწილობრივ ამ გარემოებამ შეუწყო ხელი. უმცროსმა ბუშმა კი პირიქით, მეტისმეტად შეამცირა გადასახადების განაკვეთი, რითაც მთავრობას წაართვა შესაძლებლობა, სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი პროგრამები დაეფინანსებინა. გადასახადები აუცილებელია, ვინაიდან მთავრობას თავისი ფუნქციების შესასრულებლად სჭირდება სახსრები, ეროვნული თავდაცვის და სოციალური პროგრამებისათვის. ამდენად, არც მეტისმეტად მაღალი გადასახადებია მიზანშეწონილი საზოგადოებისათვის, და არც მეტისმეტად მცირე გადასახადები – მთავრობის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის.

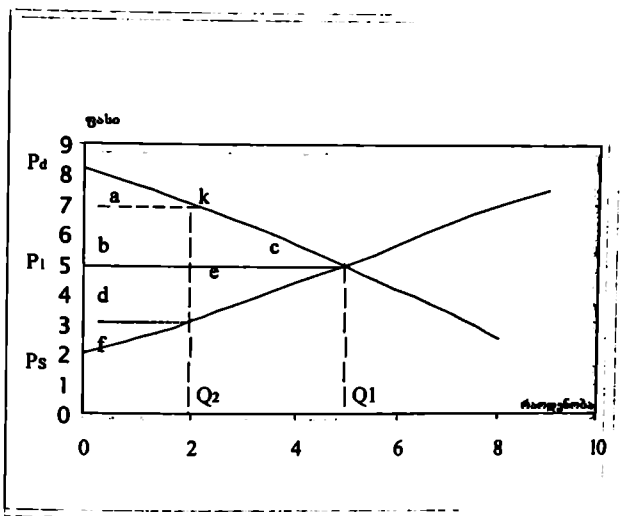
წინა თავში ვნახეთ, რომ მნიშვნელობა არა აქვს იმას, საქონელზე გადასახადის გადახდა მყიდველებს ევალება თუ გამყიდველებს. როცა გადასახადს მყიდველი იხდის, მოთხოვნის მრუდი გადაადგილდება ქვემოთ გადასახადის ოდენობით, მოთხოვნის შემცირების გამო. ხოლო როდესაც გადასახადს გამყიდველი იხდის, მიწოდების მრუდი გადაადგილდება ზემოთ დანახარჯების გაზრდის გამო. ორივე შემთხვევაში მყიდველების მიერ გადახდილი ფასი იზრდება, ხოლო გამყიდველების მიერ მიღებული ფასი კი მცირდება. საბოლოოდ კი მყიდველები და გამყიდველები ინაწილებენ გადასახადის სიმძიმეს იმის მიუხედავად, თუ ვის ეკისრება მისი გადახდა. ამგვარად, საქონლის დაბეგვრა ბაზრის ზომების შემცირებას იწვევს.

იმის გასარკვევად, როგორ მოქმედებს გადასახადი ბაზრის მონაწილეებზე, განვიხილოთ კეთილდღეობა გადასახადის გარეშე და გადასახადის პირობებში.

გადასახადის გარეშე ფასი და რაოდენობა შეესაბამება მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების გადაკვეთის წერტილს. ფასი P1-ის ხოლო გაყიდული საქონლის რაოდენობა Q1-ის ტოლია. (ნახ. 15.1). ვინაიდან მოთხოვნის მრუდი მყიდველების გადახდისათვის მზადყოფნას აღნიშნავს, სამომხმარებლო დანაზოგი იქნება მოთხოვნის მრუდსა და ფასს შორის მდებარე არე, a+b+c. ანალოგიურად, ვინაიდან მიწოდების მრუდი გამყიდველების დანახარჯებს ასახავს, მწარმოებლის დანაზოგი იქნება მიწოდების მრუდსა და ფასს შორის არე, d ამ შემთხვევაში, რაკი გადასახადი არ არსებობს, საგადასახადო შემოსავალი 0-ის ტოლია. მთლიანი დანაზოგი იქნება სამომხმარებლო და მწარმოებლის დანაზოგის ჯამი, a+b+c+d+e+f. საქონელზე გადასახადის დაწესების შემდეგ, მყიდველების მიერ გადახდილი ფასი იზრდება P1-დან Pd-მდე. ამიტომ სამომხმარებლო დანაზოგი მხოლოდ a ფართობის ტოლია. გამყიდველების მიერ მიღებული ფასი მცირდება P1-დან Ps-მდე. ამიტომ მწარმოებლის დანაზოგი მხოლოდ f ფართობის ტოლი იქნება. გაყიდული

საქონლის რაოდენობა მცირდება Q1-დან Q2-მდე. ხოლო მთავრობა გადასახადით მიიღებს b+d ფართობის ტოლ შემოსავალს. ამგვარად, გადასახადი ამცირებს სამომხმარებლო დანაზოგს b+c ფართობით. ხოლო მწარმოებლის დანაზოგს ამცირებს d+e ფართობით. ანუ მთელი დანაზოგი მცირდება b+c+d+e ფართობით.

იმის გამო, რომ სამომხმარებლო და მწარმოებლის დანაზოგის შემცირება აჭარბებს საგადასახადო შემოსავალს b+d-ს, გადასახადი იწვევს საერთო დანაკარგებს c+e ფართობით.



ნახ.15.1.

როგორც ვხედავთ, კეთილდღეობა გადასახადის დაწესების შემდეგ შემცირებულია. მთლიანი დანაზოგის შემცირებას, რომელიც გადასახადის დაწესების შედეგია, საერთო დანაკარგი ეწოდება. c+e ფართობი ჩვენს ნახაზზე საერთო დანაკარგის სიდიდეს ასახავს. ამგვარად, გადასახადები იწვევს ბაზრების მიერ რესურსების არაეფექტიან განაწილებას.

გადასახადის შედეგად წარმოქმნილი საერთო დანაკარგის სიდიდეს განსაზღვრავს მიწოდებისა და მოთხოვნის ელასტიკურობა. სწორედ ელასტიკურობა ასახავს, თუ რამდენად რეაგირებს მიწოდების რაოდენობა და მოთხოვნის რაოდენობა ფასის ცვლილებაზე. როდესაც მიწოდების მრუდი შედარებით არაელასტიკურია, ანუ მიწოდების რაოდენობა როცა მცირედით იცვლება ფასის ცვლილების შედეგად, საერთო დანაკარგი შედარებით მცირეა.

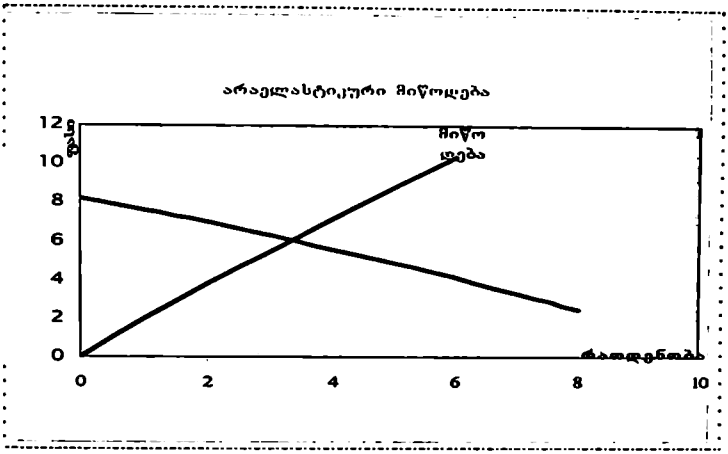
ყურადღება უნდა მივაქციოთ იმას, რომ საერთო დანაკარგი, ანუ მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდებს შორის არსებული სამკუთხედის ფართობი, უფრო დიდია, როდესაც მიწოდების მრუდი უფრო ელასტიკურია.

ანალოგიურად, როცა მოთხოვნის მრუდი არაელასტიკურია, საერთო დანაკარგის სიდიდე შედარებით მცირეა. ხოლო ელასტიკური მოთხოვნის შემთხვევაში საერთო დანაკარგიც უფრო დიდია. ეს იმას ნიშნავს, რომ გადასახადი აიძულებს მყიდველებს და გამყიდველებს შეცვალონ თავიანთი ქცევა. გადასახადი ზრდის მყიდველების მიერ გადახდილ ფასს, ამიტომ ისინი ნაკლებს მოიხმარენ. ამავე დროს, გადასახადი ამცირებს გამყიდველების მიერ მიღებულ ფასს, ამიტომ ისინი ნაკლებს აწარმოებენ. ქცევის ამ ცვლილებების გამო ბაზრის ზომები მცირდება ოპტიმალურთან შედარებით. ხოლო რაც მეტია მიწოდებისა და მოთხოვნის ელასტიკურობა, მით მეტია გადასახდის საერთო დანაკარგი.

15.1 დებატები საერთო დანაკარგის შესახებ

ხშირად ეკონომისტები კამათობენ იმის შესახებ, თუ რამდენად დიდია დაბეგვრის დანაკარგები. განვიხილოთ აშშ-ს ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი გადასახადი–შრომის გადასახადი. რომელსაც მიეკუთვნება სოციალური გადასახადი, მოხუცთა დაზღვევის გადსახადი, შემოსავლის ფედერალური გადასახადი. შრომის გადასახადი მნიშვნელოვან სხვაობას იძლევა ფირმის მიერ გადახდილ თანხასა და მომუშავეთა მიერ მიღებულ ხელფასს შორის. გადასახადის ყველა ფორმა საერთო ჯამში თითქმის 50 %-ს აღწევს.

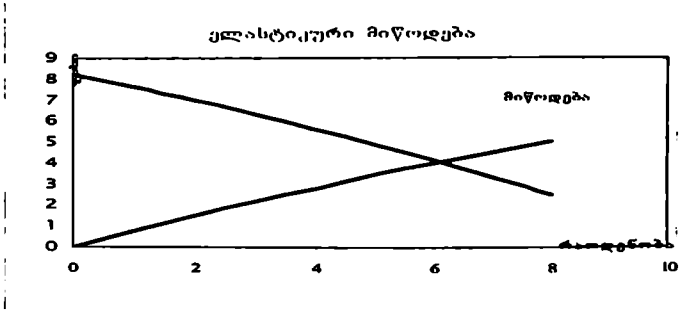
ეკონომისტები ვერ თანხმდებიან, შრომის გადასახადის ამ 50 %-ს დიდი საერთო დანაკარგი მოსდევს თუ მცირე. ეს უთანხმოება კი შრომის მიწოდების ელასტიკურობაზე არსებული განსხვავებული შეხედულებებიდან მოდის. ის ეკონომისტები, რომლებიც თვლიან, რომ შრომის გადასახადი დიდ დანაკარგს არ იწვევს, შრომის მიწოდებას არაელასტიკურად მიიჩნევენ. მათი აზრით, ადამიანები სრულ შრომით დატვირტვას ამჯობინებენ, იმისგან დამოუკიდებლად როგორია ხელფასი. ანუ შრომის მიწოდების მრუდი თითქმის ვერტიკალურია და შრომის გადასახადი მცირე დანაკარგს იწვევს.



ნახ.15.2.

ხოლო ის ეკონომისტები, რომლებიც თვლიან, რომ შრომის გადასახადი ძალიან ამიხინჯებს ბაზარს, შრომის მიწოდების მრუდს უფრო ელასტიკურად წარმოადგენენ. ისინი ამტკიცებენ, რომ მშრომელთა დიდი ჯგუფი მეტად რეაგირებს სტიმულებზე, რაც მეტია ხელფასი მით მეტ დროს უთმობენ შრომას და პირიქით. მაგ. პენსიაზე გასვლის შემდეგ ხელფასი განსაზღვრავს სტიმულს, რომელიც მათ არასრული დატვირთვით შრომისაკენ უბიძგებს. შემცირებული ხელფასის გამო კი მათი შრომის მიწოდება მცირდება.

15.3- ნახაზზე მოცემულია ელასტიკური მიწოდება, სადაც გადასახადები უფრო მეტ დანაკარგებს იწვევს. ანუ რაც უფრო ელასტიკურია მიწოდების მრუდი, მით მეტია გადასახადით გამოწვეული საერთო დანაკარგი.



ნახ. 15.3.

იგივე შედეგს, მივიღებთ, თუ გავიხილავთ მოთხოვნის ელასტიკურობას. რაც უფრო ელასტიკურია მოთხოვნის მრუდი, მით მეტია გადასახდით გამოწვეული საერთო დანაკარგი.

15.2. საერთო დანაკარგი და საგადასახადო შემოსავლები გადასახადების ცვლილებისას

გრაფიკული ანალიზი ცხადყოფს, რომ საერთო დანაკარგი – მთლიანი დანაზოგის შემცირება იმის შედეგია, რომ გადასახადი ამცირებს ბაზრის ზომებს ოპტიმუმთან შედარებით. რაც უფრო მეტად იზრდება გადასახადის სიდიდე, მით მეტია საერთო დანაკარგი. ამავე დროს გადასახადის საერთო დანაკარგი უფრო სწრაფად იზრდება, ვიდრე ამ გადასახადის სიდიდე.

ხოლო რაც შეეხება, საგადასახადო შემოსავლებს, რომელიც მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდებს შორის მდებარე მართკუთხედის ფართობის ტოლია, იგი იზრდება გადასახადის განაკვეთის ზრდასთან ერთად. მაგრამ თუ საგადასახადო განაკვეთი ძალიან გაიზარდა, შედეგად საგადასახადო შემოსავალი მცირდება, რადგან გაზრდილი გადასახადი მკვეთრად ამცირებს ბაზრის ზომებს.

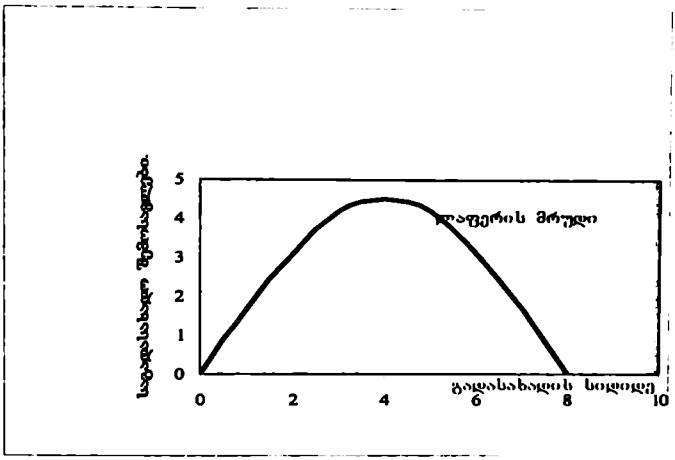
ძალიან დიდი გადასახადის შემთხვევაში მთავრობა არანაირ შემოსავალს არ მიიღებს, ვინაიდან ყველა მონაწილე ბაზარს დატოვებს.

გადასახადის პრობლემებს იკვლევდა გამოჩენილი ეკონომისტი ართურ ლაფერი. მან დაამტკიცა, რომ გადასახადების გადაჭარბებული განაკვეთი ამცირებს საგადასახადო შემოსავლებს. ერთხელ, იგი ცნობილ ჟურნალისტებთან და პოლიტიკოსებთან ერთად რესტორანში სადილობდა. საუბრისას მან ხელსახოცზე ააგო მრუდი, რათა ეჩვენებინა, თუ როგორ მოქმედებს გადასახადები საბიუჯეტო შემოსავლებზე. მრუდი ასეთი ფორმის გახლდათ:

იხ. (ნახ. 15.4)

ლაფერის მტკიცებით ოპტიმალური გადასახადის განაკვეთი ზრდის საგადასახადო შემოსავლებს, ხოლო ზედმეტად გაზრდილი გადასახადი ამცირებს მას. ლაფერი აცხადებდა, რომ აშშ- ეკონომიკა მოცემულ ეტაპზე დაღმავალ მრუდზე იმყოფებოდა და საჭირო იყო გადასახადების შემცირება შემოსავლების გასადიდებლად. ის იდეა, რომ გადასახადების შემცირებას საგადასახადო შემოსავლების გაზრდა შეეძლო, ძალიან

მოეწონა რონალდ რეიგანს. როდესაც რეიგანი 1980 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებში მონაწილეობდა, გდასახადის შემცირება მისი პოლიტიკური პლატფორმის ერთ–ერთი ნაწილი იყო.



ნახ.15. 4.

რეიგანის მტკიცებით, გადასახადების შემცირება ხალხს სათანადო სტიმულს მისცემდა შრომისათვის, რის შედეგადაც გაიზრდებოდა ეკონომიკური კეთილდღეობა. მართლაც, რაც უფრო იზრდება გადასახადი, მით მეტად ამახინჯებს სტიმულებს და მით მეტია საერთო დანაკარგი. საგადასახადო შემოსავალი ჯერ იზრდება გადასახადის სიდიდის ზრდისას, მაგრამ საბოლოოდ დიდი გადასახადი ამცირებს საგადასახადო შემოსავალს, ვინაიდან ამცირებს ბაზრის ზომებს, გადასახადის გადამხდელთა რიცხვიც მცირდება.

ლაფერის და რეიგანის ეს კონცეფცია ცნობილი გახდა, როგორც "მიწოდების ეკონომიკა". ეს შეხედულება მთლად მართალი არ აღმოჩნდა, რადგან ამ წლებში მთავრობა ბიუჯეტის ძალიან დიდ დეფიციტს განიცდიდა. მაგრამ ლაფერის არგუმენტს გარკვეული ღირსებებიც აქვს. 80-იან წლებში გადასახადების შემცირების შემდეგ გაიზარდა მდიდარი ამერიკელებისაგან ამოღებული საგადასახადო შემოსავალი. ამას გარდა, ლაფერის არგუმენტი შეიძლება უფრო დამაჯერებელი იყოს, თუ მას სხვა ქვეყნებთან მიმართებით განვიხილავთ. მაგალითად შვედეთში 1980-იან წლებში საშუალო მშრომელის გადასახადის ზღვრული განაკვეთი დაახლოებით 80-%-ს შეადგენდა. გადასახადებიდან მიღებული

შემოსავლები ხმარდებოდა უმუშევართა დახმარებებს და შეღავათებს, რომელსაც შვედეთის მთავრობა თავის მოქალაქეებს სთავაზობდა. მაგრამ მაღალი გადასახადი შრომის სტიმულების შემცირებას იწვევდა. გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ შვედეთი მართლაც მეტ საგადასახადო შემოსავალს მიიღებდა, გადასახადები რომ შეემცირებინა. ბევრი პოლიტიკური მოღვაწე შვედეთში აღიარებს მაღალი გადასახადების ნაკლოვან მხარეს და მოუწოდებს მათი შემცირებისაკენ. ბოლოს და ბოლოს შვედეთმა შეამცირა თავისი მაქსიმალური საგადასახადო განაკვეთი 60%-მდე. ხოლო იმ ადამიანებისათვის, რომელთა შემოსავალი არ აღემატება 26 ათას დოლარს, დაბეგვრის განაკვეთი 30%-მდე შემცირდა. როგორც ექსპერტები მიიჩნევენ, გადასახადების ასეთი შემცირების შედეგად შვედეთი გაცილებით ნაკლებ მაღალ შემოსავლიან ადამიანებს დაკარგავს და შეიძენს ეკონომიკური ზრდის უფრო მაღალ ტემპებს.

სავარჯიშოები

№1

ახალი ავტომობილების შეძენაზე დაწესებულია გადასახადი. დავუშვათ, მიმდინარე წლისათვის მთავრობა ავტომობილების გამყიდველებისაგან $100–ს იღებს თითოეული გაყიდული ავტომობილიდან და მომავალი წლიდან ამ გადასახადის $150 –მდე გაზრდას აპირებს.

ა) გრფიკულად აჩვენეთ გადასახადის ასეთი გაზრდის ეფექტი გაყიდული ავტომობილების რაოდენობაზე, მომხმარებლის მიერ გადახდილ ფასსა და მწარმოებლების მერ მიღებულ ფასზე.

ბ) ააგეთ ცხრილი, რომელიც გვიჩვენებს სამომხმარებლო დანაზოგს, მწარმოებლის დანაზოგს, მთავრობის შემოსავალს და მთლიან დანაზოგს გადასახადის დაწესებამდე და დაწესების სემდეგ. როგორის მთვრობის შემოსავლის ცვლილება? უარყოფითია თუ დადებითი?

№2.

ქალაქში სასტუმროს ნომრები $100 –ად ქირავდება. ჩვეულებრივ დღეში 1000 ნომერი ქირავდება.

ა) შემოსავლის გაზრდის მიზნით მერმა გადაწყვიტა, რომ ყოველ გაქირავებულ ოთახზე სასტუმროებს $10 –ით დაბეგრავს. შედეგად ნომრების ფასმა $108 –მდე აიწია, ხოლო გაქირავებული ნომრების რაოდენობამ 900–მდე იკლო. გამოითვალეთ შემოსავლის რაოდენობა და საერთო დანაკარგები, რომელიც ქალაქს გადასახადის შემოღების შედეგად გაუჩნდება. (მინიშნება: სამკუთხედის ფართობია ½ x ფუძე x სიმაღლეზე.

ბ) თუ მერმა $20–მდე გაზარდა გადასახადი და ნომრების ფასმა $116–მდე აიწია, გაქირავებული ბინების რაოდენობა 800–მდე მცირდება. გამოთვალეთ გაზრდილი გადასახადის შედეგად მიღებული შემოსავალი და გამოწვეული საერთო დანაკარგები. გაორმაგდა თუ არა ისინი? ახსენით.

№3.

ვთქვათ, ბაზარი აღიწერება მიწოდებისა და მოთხოვნის შემდეგი განტოლებებით:

$Q_s = 2P$; $Q_d=300 - P$

ა) იპოვეთ წონასწორული ფასი და წონასწორული რაოდენობა.

ბ) ვთქვათ, მყიდველებს T გადასახადის გადახდა დაეკისრათ, ხოლო მოთხოვნის განტოლებამ ასეთი სახე მიიღო: $Q_d=300 - (P + T)$. იპოვეთ ახალი წონასწორობა. რა მოუვა მყიდველების მიერ გადახდილ ფასს, გამყიდველების მიერ მიღებულ ფასს და გაყიდული საქონლის რაოდენობას?

ტესტები გამეორებისათვის

1. სამომხმარებლო დანაზოგი

   ა) ეს არის სხვაობა გამყიდველისათვის საქონელში გადახდილ თანხასა და გამყიდველის დანახარჯებს შორის.

   ბ) ეს არის სხვაობა იმ თანხას, რომლის გადახდისთვისაც მზადაა ადამიანი და იმ თანხას შორის, რომელსაც რეალურად იხდის.

   გ) არც ერთი წინა პასუხი არაა სწორი.

2. როგორ მოქმედებს ფასი სამომხმარებლო დანაზოგზე?

ა) ფასის გადიდება ზრდის სამომხმარებლო დანაზოგს.

ბ) სამომხმარებლო დანაზოგი არაა დამოკიდებული ფასის ცვლილებაზე.

გ) ფასის შემცირება ზრდის სამომხმარებლო დანაზოგს.

3. რომელი ფაქტორები იწვევენ მიწოდების მრუდის გადაადგილებას?

ა) ინგრედიენტების ფასები, ტექნოლოგია, მყიდველთა რაოდენობა

ბ) ინგრედიენტთა ფასები, ტექნოლოგია, მოლოდინი, გამყიდველთა რაოდენობა

გ) შემოსავალი, ურთიერთდაკავშირებული საქონლის ფასები.

4. რას იწვევს მომხმარებლის გემოვნების ცვლილება?

ა) მოთხოვნის მრუდის გასწვრივ მოძრაობას

ბ) მოთხოვნის მრუდის გადაადგილებას

გ) გავლენას ახდენს მხოლოდ მიწოდებაზე

5. ლუდი და პიცა ურთიერთშემავსებელ პროდუქტებად ითვლება, ვინაიდან მათ ხშირად მიირთმევენ ერთად. როდესაც ლუდის ფასი იზრდება რა მოსდის პიცის საბაზრო მოთხოვნას?

ა) იზრდება

ბ) მცირდება

გ) არავითარ გავლენას არ ახდენს.

6. დავუშვათ, რომ ტექნოლოგიურმა განვითარებამ ტელევიზორების წარმოების ხარჯების შემცირება გამოიწვია. რა მოხდება ტელევიზორების ბაზარზე?

ა) შემცირდება გაყიდვების მოცულობა

ბ) შემცირდება წარმოების მოცულობა

გ) გაიზრდება გაყიდვების მოცულობა და შემცირდება ტელევიზორების ფასები.

7. რომელი განცხადება შეეხება მიწოდების მრუდის გასწვრივ მოძრაობას?

ა) პოლიტიკური არასტაბილურობა საფრთხეს უქმნის ბინების მშენებლობას.

ბ) ბინების ფასების ზრდასთან ერთად მშენებლები სულ უფრო მეტ სახლებს აშენებენ.

გ) არც ერთი მათგანი არ შეეხება.

8. თუ მოთხოვნა ელასტიკურია როგორ შეცვლის მთლიან შემოსავალს ფასის გაზრდა?

ა) მთლიანი შემოსავალი შემცირდება.

ბ) მთლიანი შემოსავალი გაიზრდება.

გ) მთლიანი შემოსავალი უცვლელი დარჩება.

9. რომელ საქონელზე იქნება მოთხოვნა უფრო ელასტიკური:

ა) სავალდებულო სახელმძღვანელოებზე.

ბ) რომანებზე.

გ) ორივეს ერთაირად ელასტიკური მოთხოვნა ექნება.

10. რას იწვევს ფასის ქვედა ზღვარი

ა) საქონლის დეფიციტს

ბ) საქონლის სიჭარბეს

გ) საბაზრო წონასწორობას

11. ამოცანა: ფორთოხლის მოთხოვნის და მიწოდების რაოდენობა წარმოდგენილია შემდეგი განტოლებებით: $Q_d=300-P$; $Q_s=2P$.

სადაც Q_d –არის ფორთოხალზე მოთხოვნის რაოდენობა, ხოლო Q_s – ფორთოხლის მიწოდების რაოდენობა. P – ფასი.

ა) დახაზეთ მოთხოვნისა და მიწოდების მრუდები.

ბ) რა იქნება წონასწორული ფასი და რაოდენობა.

გ) გამოთვალეთ სამომხმარებლო დანაზოგი, მწარმოებლის დანაზოგი და მთლიანი დანაზოგი.

12. აახასიათეთ მოთხოვნის კანონი და მოთხოვნის მრუდი. მოთხოვნაზე მოქმედი არაფასობრივი ფაქტორები.

13. ფასის ზედა ზღვარი არის:

ა) კანონით დაწესებული ფასის მინიმუმი, რომლითაც საქონელი უნდა გაიყიდოს.

ბ) კანონით დაწესებული წონასწორული ფასი.

გ) კანონით დაწესებული ფასის მაქსიმუმი, რომლითაც საქონელი უნდა გაიყიდოს.

14. მთლიანი შემოსავალი არის:

ა) თანხა, რომელიც გადახდილია საქონლის მყიდველების და მიღებულია გამყიდველების მიერ.

ბ) თანხა, რომელიც გამოითვლება საქონლის ფასისა და გაყიდული საქონლის რაოდენობის ნამრავლით.

გ) სწორია ა) და ბ).

15. განმარტეთ მოთხოვნის ელასტიკურობა შემოსავლების მიხედვით:

ა) მოთხოვნის ან მიწოდების რომელიმე დეტერმინანტზე რეაგირების საზომი.

ბ) მოთხოვნის რაოდენობის პროცენტული ცვლილების შეფარდება ფასის პროცენტულ ცვლილებასთან

გ) მოთხოვნის რაოდენობის პროცენტული ცვლილების შეფარდება შემოსავლის პროცენტულ ცვლილებასთან

16. როგორ გამოითვლება მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით. ჩაწერეთ ფორმულა.

ა) მოთხოვნის რაოდენობის პროცენტული ცვლილების შეფარდება შემოსავლის პროცენტულ ცვლილებასთან

ბ) მოთხოვნის რაოდენობის პროცენტული ცვლილების შეფარდება ფასის პროცენტულ ცვლილებასთან

გ) სწორია ა) და ბ).

17. ყავა და ჩაი ურთიერთშემცვლელ პროდუქტებად ითვლება. როდესაც ყავის ფასი იზრდება, რა მოსდის ჩაის საბაზრო მოთხოვნას?

ა) მცირდება

ბ) იზრდება

გ) უცვლელი რჩება.

18. ადრეული ყინვები ლიმონის პლანტაციებს ანადგურებს. რა მოსდის სამომხმარებლო დანაზოგს ლიმონის ბაზარზე?

ა) იზრდება

ბ) მცირდება

გ) უცვლელი რჩება.

19. მოთხოვნა ლიტვურ პურზე იზრდება. რა მოსდის მწარმოებლის დანაზოგს ლიტვური პურის ბაზარზე?

ა) იზრდება

ბ) მცირდება

გ) უცვლელი რჩება.

20. დავუშვათ, მთავრობა აწესებს ყველის ბაზრის შემზღუდველ ფასის ზედა ზღვარს. ამ პოლიტიკის შედეგად ყველის ბაზარზე გაჩნდება

ა) სიჭარბე

ბ) დეფიციტი

გ) საბაზრო წონასწორობა

21. რას აკეთებს „უხილავი ხელი“ ?

ა) ხელს უწყობს მიმწოდებელთა ფასების ზრდას.

ბ) ზღუდავს მომხმარებელთა ინტერესებს.

გ) არეგულირებს ბაზარს.

22. ბაზრები რესურსებს ეფექტიანად ანაწილებენ, როცა

ა) არსებობს საბაზრო ძალაუფლება

ბ) არსებობს თავისუფალი კონკურენცია

გ) ფასები შეზღუდულია სამთავრობო პოლიტიკით.

11. ამოცანა: გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ თბილისიდან ანტალიამდე თვითმფრინავის ბილეთებზე მოთხოვნას ბიზნესმგზავრებისთვის და დამსვენებლებისთვის ასეთი სახე აქვს:

ფასი	ბიზნესმგზავრები	დამსვენებლები
$150	2100 ბილეთი	1000 ბილეთი
200	2000	800
250	1900	600
350	1800	400

ა) როდესაც ბილეთის ფასი იზრდება $250 –დან $ 350–მდე. როგორია ფასის მიხედვით მოთხოვნის ელასტიკურობა დამსვენებლებისათვის? ბიზნესმგზავრებისათვის? (გამოიყენეთ შუაწერტილის მეთოდი).

ბ) ააგეთ მოთხოვნის მრუდები ბიზნესმგზავრებისათვის და დამსვენებლებისათვის.

გ) რატომაა ელასტიკურობები განსხვავებული?

23. დაახასიათეთ როგორ მოქმედებს ფასის ზედა ზღვარი ბაზრის ფუნქციონირების შედეგებზე.

24. რა არის სრულყოფილად კონკურენტული ბაზარი?

ა) ბაზარი, რომელშიც რამოდენიმე გამყიდველია და მათ შორის ფასები შეთანხმებულია.

ბ) ბაზარი, რომელშიც მრავალი ფირმა ყიდის მსგავს, მაგრამ არა იდენტურ საქონელს.

გ) ბაზარი, რომელშიც მრავალი მყიდველი და გამყიდველია და თითოეული მათგანი უმნიშვნელო გავლენას ახდენს საბაზრო ფასზე.

25. მიწოდების ელასტიკურობა ფასის მიხედვით:

ა) სიდიდე, რომელიც გვიჩვენებს, თუ რა გავლენას ახდენს ფასის ცვლილება მიწოდების ცვლილებაზე.

ბ) გამოითვლება მიწოდების პროცენტული ცვლილების შეფარდებით ფასის პროცენტულ ცვლილებასთან.

გ) სწორია ა) და ბ)

26. წონასწორული ფასი

ა) მონოპოლიის მიერ დაწესებული ფასი

ბ) ფასი, რომელიც აწონასწორებს მიწოდებასა და მოთხოვნას.

გ) სწორია ა) და ბ).

27. მოთხოვნის კანონი

ა) საქონლის რაოდენობა, რომლის შეძენის სურვილი და შესაძლებლობაც აქვს მყიდველს.

ბ) ცხრილი, რომელიც გვიჩვენებს დამოკიდებულებას საქონლის ხარისხსა და ფასს შორის.

გ) დებულება, რომლის მიხედვით, სხვა თანაბარ პირობებში საქონელზე მოთხოვნა მცირდება ამ საქონლის ფასის ზრდასთან ერთად.

28. რას იწვევს წარმოების ტექნოლოგიის ცვლილება?

ა) მიწოდების მრუდის გასწვრივ მოძრაობას

ბ) მიწოდების მრუდის გადაადგილებას

გ) გავლენას ახდენს მხოლოდ მოთხოვნაზე.

29. ლუდი და პიცა ურთიერთშემავსებელ პროდუქტებად ითვლება, ვინაიდან მათ ხშირად მიირთმევენ ერთად. როდესაც ლუდის ფასი მცირდება რა მოსდის პიცის საბაზრო მოთხოვნას?

ა) იზრდება

ბ) მცირდება

გ) არავითარ გავლენას არ ახდენს.

30. რომელი განცხადება შეეხება მიწოდების მრუდის გადაადგილებას?

ა) პოლიტიკური არასტაბილურობა საფრთხეს უქმნის ბინების მშენებლობას.

ბ) ბინების ფასების ზრდასთან ერთად მშენებლები სულ უფრო მეტ სახლებს აშენებენ.

გ) არც ერთი პასუხი არაა სწორი.

31. თუ მოთხოვნა ელასტიკურია როგორ შეცვლის მთლიან შემოსავალს ფასის შემცირება?

ა) მთლიანი შემოსავალი შემცირდება.

ბ) მთლიანი შემოსავალი გაიზრდება.

გ) მთლიანი შემოსავალი უცვლელი დარჩება.

32. ორი მძღოლი დავითი და გიორგი ბენზინგასამართ სადგურთან მიდის. ფასის გაგებამდე თითოეული მათგანი გამყიდველს მიმართავს. დავითი ამბობს: მე 10 ლიტრი ბენზინი მინდა. გიორგი ამბობს: მე 10 ლარის ბენზინი მინდა. ვისთვის არის მოთხოვნა ელასტიკური?

ა) გიორგისთვის

ბ) დავითისთვის

გ) ორივესთვის ერთნაირია.

33. ფასის ზედა ზღვარი იწვევს

ა) საქონლის დეფიციტს

ბ) საქონლის სიჭარბეს

გ) საბაზრო წონასწორობას

34. ვთქვათ, კომპაქტ–დისკებზე სტუდენტის მოთხოვნის განრიგს ასეთი სახე აქვს:

ფასი	მოთხოვნის რაოდენობა
$ 8	50 დისკი
10	45
12	30
14	20
16	12

ა) შუაწერტილის მეთოდის გამოყენებით გამოთვალეთ თქვენი მოთხოვნის ელასტიკურობა ფასის მიხედვით, როცა კომპაქტ–დისკის ფასი იზრდება $ 14–დან $ 16–მდე.

ბ) ააგეთ მოთხოვნის მრუდი.

გ) როგორ შეიცვლება მოთხოვნის მრუდის მდებარეობა, თუკი შემოსავლების შემცირება გამოიწვევს მოთხოვნილი დისკების 10 ერთეულით შემცირებას თითოეული ფასისათვის? აჩვენეთ ნახაზზე.

35. დაახასიათეთ გადასახადების ზემოქმედება ბაზრის ფუნქციონირების შედეგებზე.

36. როდისაა კონკურენტული ფირმის პროდუქციის ფასი ზღვრული დანახარჯის ტოლი?

ა) მოკლევადიან პერიოდში

ბ) გრძელვადიან პერიოდში

გ) ორივე პერიოდში.

37 როდისაა კონკურენტული ფირმის პროდუქციის ფასი საშუალო მთლიანი

დანახარჯის ტოლი?

ა) მოკლევადიან პერიოდში

ბ) გრძელვადიან პერიოდში

გ) ორივე პერიოდში.

38. კონკურენტული ფირმის მიწოდების მრუდები როგორც წესი, უფრო ელასტიკურია

მოკლევადიან პერიოდში თუ გრძელვადიან პერიოდში?

ა) მოკლევადიან პერიოდში

ბ) გრძელვადიან პერიოდში

გ) ორივე პერიოდში ერთნაირია.

39. რომელი მრუდების გადაკვეთით არკვევს მონოპოლია პროდუქციის რაოდენობას,

რომელიც მაქსიმალურ მოგებას შეესაბამება?

ა) ზღვრული დანახარჯებისა და საბაზრო ფასის მრუდებით.

ბ) ზღვრული დანახარჯებისა და მოთხოვნის მრუდებით

გ) ზღვრული დანახარჯებისა და ზღვრული შემოსავლის მრუდებით.

40. რა უფლებით აკონტროლებს მთავრობა ფირმების შერწყმას?

ა) ასეთ უფლებას მთავრობას აძლევს საგადასახადო კოდექსი

ბ) ასეთ უფლებას მთავრობას აძლევს ანტიტრესტული კანონმდებლობა

გ) ასეთ უფლებას მთავრობას აძლევს ფინანსთა სამინისტრო.

41. ბაზრის რომელ ტიპს მიეკუთვნება საქართველოში კოკა–კოლას ბაზარი?

ა) მონოპოლიას

ბ) ოლიგოპოლიას

გ) სრულყოფილ კონკურენციას.

42. რატომ ცდილობენ OPEC–ის ქვეყნები წარმოების შემცირების შესახებ შეთანხმების მიღებას?

ა) კონკურენტების დასამარცხებლად

ბ) ნავთობზე ფასის შესამცირებლად

გ) ნავთობზე ფასის ასამაღლებლად.

42. ცნობილია, რომ გამყიდველ–ოლიგოპოლისტები თავიანთი საქონლის ფასის გაზრდას ცდილობენ. რა მიზანი ამოძრავებთ მყიდველ ოლიგოპოლისტებს?

ა) შესასყიდი საქონლის ფასის შემცირება

ბ) შესასყიდი საქონლის ფასის გაზრდა

გ) მათთვის შესასყიდი საქონლის ფასს მნიშვნელობა არა აქვს.

43. რას გულისხმობს ნეშის წონასწორობა?

ა) მიწოდებისა და მოთხოვნის წონასწორობას.

ბ) ზღვრული დანახარჯებისა და ფასის თოლობას.

გ) ისეთ სიტუაციას, როცა აგენტები ერთმანეთთან ურთიერთქმედებენ საუკეთესო სტრატეგიებით.

44. რა განსხვავებაა ნეშის წონასწორობებს შორის ორი მწარმოებლის და სამი მწარმოებლის შემთხვევაში?

ა) ორი მწარმოებლის შემთხვევაში ფასი უფრო ნაკლებია, ვიდრე სამი მწარმოებლის შემთხვევაში.

ბ) სამი მწარმოებლის შემთხვევაში ფასი უფრო ნაკლებია, ვიდრე ორი მწარმოებლის შემთხვევაში.

გ) ორივე შემთხვევაში ფასები უცვლელია.

45. ამოცანა

ქალაქში სასტუმროს ნომრები $100–ად ქირავდება. ჩვეულებრივ დღეში 1000 ნომერი ქირავდება.

ა) შემოსავლის გაზრდის მიზნით მერმა გადაწყვიტა, რომ ყოველ გაქირავებულ ოთახზე სასტუმროებს $10–ით დაბეგრავს. შედეგად ნომრების ფასმა $108 –მდე აიწია. ხოლო გაქირავებული ნომრების რაოდენობამ 900–მდე იკლო. გამოითვალეთ შემოსავლების რაოდენობა და საერთო დანაკარგები, რომელიც ქალაქს გადასახადის შემოღების შედეგად გაუჩნდება. (მინიშნება: სამკუთხედის ფართობი = ½ × ფუძე × სიმაღლე).

ბ) მერმა ახლა $20 –მდე გაორმაგა გადასახადი. ნომრების ფასმა $116–მდე აიწია. ხოლო გაქირავებული ნომრების რაოდენობა 800–მდე შემცირდა. გამოთვალეთ გაზრდილი გადასახადის შედეგად მიღებული შემოსავალი და გამოწვეული საერთო დანაკარგები.

46. დაახასიათეთ გადასახადების გავლენა სამომხმარებლო დანაზოგსა და მწარმოებლის დანაზოგზე. საერთო დანაკარგები.

47. როგორ იცვლება სამომხმარებლო და მწარმოებლის დანაზოგები, როცა საქონლის გაყიდვა იბეგრება?

ა) იზრდება

ბ) მცირდება

გ) უცვლელი რჩება

48. როგორ მოქმედებს მიწოდებისა და მოთხოვნის ელასტიკურობა გადასახადის საერთო დანაკარგზე?

ა) ელასტიკური მიწოდება და მოთხოვნა ამცირებს გადასახადით გამოწვეულ საერთო დანაკარგს.

ბ) მიწოდებისა და მოთხოვნის ელასტიკურობა გავლენას არ ახდენს საგადასახადო დანაკარგზე.

გ) ელასტიკური მიწოდება და მოთხოვნა ზრდის საგადასახადო დანაკარგებს.

49. რა მოსდის საერთო დანაკარგსა და საგადასახადო შემოსავალს, როდესაც გადასახადი იზრდება?

ა) საერთო დანაკარგი და საგადასახადო შემოსავალი მცირდება

ბ) საერთო დანაკარგი იზრდება ხოლო საგადასახადო შემოსავალი ჯერ იზრდება, ხოლო შემდეგ ისევ მცირდება

გ) საერთო დანაკარგი მცირდება, ხოლო საგადასახადო შემოსავალი იზრდება

50. რა დამოკიდებულებას ასახავს ლაფერის მრუდი?

ა) გადასახადის სიდიდესა და საგადასახადო შემოსავლებს შორის.

ბ) მიწოდებასა და ფასს შორის

გ) მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის.

51. განვიხილოთ სასკოლო სახელმძღვანელოების ბაზარი. ეს ბაზარი ძალიან ელასტიკური მიწოდებით და ძალიან არაელასტიკური მოთხოვნით ხასიათდება. როგორ განაწილდება სახელმძღვანელოებზე დაწესებული გადასახადი მომხმარებლებსა და მწარმოებლებს შორის?

ა) გადასახადის სიმძიმე უფრო მეტად აწვება მწარმოებლებს.

ბ) გადასახადის სიმძიმე უფრო მეტად აწვება მომხმარებლებს.

გ) გადასახადის სიმძიმე თანაბრად აწვება მომხმარებლებს და მწარმოებლებს.

52. დავუშვათ, რომ მთავრობა აწესებს მაღალ გადასახადს მაზუთზე. პირველ წელს უფრო დიდი იქნება ამ გადასახადის აკრეფით მიღებული შემოსავალი თუ მეხუთე წელს.

ა) მეხუთე წელს

ბ) ორივე შემთხვევაში უცვლელი იქნება.

გ) პირველ წელს.

53. რა არის კონკურენტული ბაზარი?

ა) ბაზარი, სადაც მრავალი ოლიგოპოლიური ფირმაა.

ბ) ბაზარი, სადაც თითოეული ფირმა გავლენას ვერ ახდენს ფასზე.

გ) ბაზარი, სადაც არსებობს მოცემული საქონლის მწარმოებელი ერთი ფირმა.

54. რა დამოკიდებულებაა ფირმის მთლიან შემოსავალს, მოგებასა და მთლიან დანახარჯს შორის?

ა) მოგება = მთლიან დანახარჯებს + მთლიანი შემოსავალი.

ბ) მთლიანი დანახარჯი = მოგებას + შემოსავლები

გ) მთლიანი შემოსავალი = მოგებას + მთლიანი დანახარჯები.

55. რა არის ზღვრული პროდუქტი?

ა) საბოლოოდ მიღებული მოგება

ბ) მთლიან შემოსავალს – მთლიანი დანახარჯები

გ) პროდუქტის ნამატი, რომელიც საწარმოო ფაქტორის დამატებითი ერთეულის გამოყენების შედეგია.

56. რა არის ზღვრული დანახარჯი?

ა) მუდმივი დანახარჯის განაყოფი პროდუქციის რაოდენობაზე.

ბ) მთლიანი დანახარჯის ნამატი, რომელიც დამატებითი ერთეულის წარმოების შედეგია.

გ) მთლიანი დანახარჯის განაყოფი პროდუქციის რაოდენობაზე.

57. ამოცანა

ნათიას წვენების ბარის დანახარჯების სქემას ასეთი სახე აქვს:

Q	VC	TC	FC	AVC	AFC	MC
0	$0	$30				
1	10	40				
2	25	55				
3	45	75				
4	70	100				
5	100	130				
6	135	165				

ა) გამოთვალეთ: FC , AVC, AFC, MC თითოეული რაოდენობისათვის.

ბ) ააგეთ AVC, AFC, MC მრუდები.

58. დაახასიათეთ მუდმივი და ცვალებადი დანახარჯი, საშუალო და ზღვრული დანახარჯი, დანახარჯები მოკლე და გრძელვადიან პერიოდებში.

59. რა არის ფირმის მუდმივი დანახარჯი?

ა) დანახარჯები, რომლებიც წარმოებული პროდუქციის რაოდენობასთან ერთად იზრდება.

ბ) მთლიანი დანახარჯის ნამატი, რომელიც დამატებითი ერთეულის წარმოების შედეგია.

გ) დანახარჯები, რომლებიც არ იცვლება წარმოების მოცულობის ცვლილებისას.

60. კომპანიისათვის მასშტაბის ეკონომიურობა ეწოდება

ა) გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი დანახარჯის ზრდას პროდუქციის რაოდენობის ზრდისას.

ბ) გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი დანახარჯის შემცირებას პროდუქციის რაოდენობის ზრდისას.

გ) გრძელვადიანი პერიოდის საშუალო მთლიანი დანახარჯის უცვლელობას პროდუქციის რაოდენობის ზრდისას.

61. რა დამოკიდებულებაა კომპანიის მთლიან შემოსავალს, მოგებასა და მთლიან დანახარჯს შორის?

ა) მოგება = მთლიან შემოსავალს + მთლიან დანახარჯი

ბ) მოგება = მთლიან შემოსავალი x მთლიან დანახარჯზე

გ) მოგება = მთლიან შემოსავალს – მთლიანი დანახარჯი

62. თუ ბიზნესმენი იყენებს საკუთარ ფართს, გაითვალისწინებს თუ არა ბუღალტერი ისეთ ალტერნატიულ დანახარჯს, როგორიცა საკუთარი ფართიდან მოსალოდნელი ქირა?

ა) დიახ

ბ) ბუღალტერს გააჩნია.

გ) არა.

63. რას ეწოდება ზღვრული პროდუქტის კლებადობა?

ა) საწარმოო ფაქტორის ზღვრული პროდუქტის შემცირება ამ ფაქტორის რაოდენობის ზრდასთან.

ბ) ბუღალტრული მოგების შემცირებას

გ) ეკონომიკური მოგების შემცირებას

64. არის თუ არა განსხვავება ფირმის საშუალო მთლიანი დანახარჯის ATC მრუდებს შორის მოკლევადიან და გრძელვადიან პერიოდებში?

ა) არა, რადგან გრძელვადიან პერიოდში ფირმა არ ცვლის მუდმივ დანახარჯებს.

ბ) არის, რადგან მოკლევადიანი პერიოდის მუდმივი დანახარჯები ცვალებადი დანახარჯებია გრძელვადიანი პერიოდისათვის.

გ) არც ერთი პასუხი არ არის სწორი.

65. ვთქვათ, მთავრობა იღებს 1 მლნ. ლარს ნემსის 0.01 ლარიანი გადასახადიდან და 1 მლნ ლარს ძაფის გადასახადიდან. თუ ნემსის გადასახადი გაორმაგდება, ხოლო ძაფის გადასახადი გაუქმდება, როგორ შეიცვლება საგადასახადო შემოსავალი?

ა) გაიზრდება

ბ) უცვლელი დარჩება

გ) შემცირდება.

66. როგორ ირჩევს კონკურენტული ფირმა წარმოების ისეთ დონეს, რომელზეც მოგება მაქსიმალურია.

ა) მაქსიმალური მოგების შესაბამისი წარმოების რაოდენობა მიიღება ფასის ჰორიზონტალური წრფისა და ზღვრული დანახარჯის მრუდის გადაკვეთით.

ბ) მაქსიმალური მოგების შესაბამისი წარმოების რაოდენობა მიიღება ზღვრული შემოსავლისა და ზღვრული დანახარჯის მრუდების გადაკვეთით.

გ) მაქსიმალური მოგების შესაბამისი წარმოების რაოდენობა მიიღება მიწოდებისა და მოთხოვნის მრუდების გადაკვეთით.

67. რა პირობებში დაიხურება ფირმა დროებით?

ა) ფირმა დროებით დაიხურება, როცა მიწოდება მეტია მოთხოვნაზე.

ბ) ფირმა დროებით დაიხურება, როცა მოთხოვნა მეტია მიწოდებაზე.

გ) ფირმა დროებით დაიხურება, როცა ფასი ნაკლებია საშუალო ცვალებად დანახარჯებზე.

68. რა პირობებში გავა ფირმა ბაზრიდან?

ა) ფირმა ბაზრიდან გავა, როცა ფასი ნაკლებია საშუალო ცვალებად დანახარჯებზე.

ბ) ფირმა ბაზრიდან გავა, როცა ფასი ნაკლებია საშუალო მთლიან დანახარჯებზე.

გ) ფირმა ბაზრიდან გავა, როცა ფასი ნაკლებია ზღვრულ დანახარჯებზე.

69. ამოცანა

ირაკლის ლიმონათის დახლის დადგმა სურს. დახლი $200–ღირს. ერთი ჭიქა ლიმონათის ინგრედიენტების ღირებულებაა $0,50.

ა) როგორია ამ საქმიანობაში ირაკლის მუდმივი დანახარჯი, როგორია ცვალებადი დანახარჯი ლიმონათის თითოეული ჭიქისათვის?

ბ) შეადგინეთ ცხრილი, სადაც მოცემული იქნება მთლიანი დანახარჯი და ზღვრული დანახარჯი წარმოების დონეებისათვის 0–დან 7 გალონამდე. (დახმარებისათვის: გალონში 16 ჭიქაა). ააგეთ AFC, ATC, MC მრუდები.

Q	AFC	ATC	TC	VC	MC
0					
1 (16 ვიტს)					
2 (32)					
3 (48)					
4 (64)					
5 (80)					
6 (96)					
7 (112)					

ლიტერატურა

1. ა. აბრალავა, გლობალიზაცია და საქართველო, თბ. 2005.
2. ბარათაშვილი ე., ჯოლია გ., ბულია ლ., მენჯმენტის ეროვნულ– კულტურული მოდელები, ჟ., ეკონომიკა 10, 2008
3. კ. ლურწკაია, ეკონომიკური თეორია, თბ., 2001.
4. კ. ლურწკაია, თ., ლურწკაია – ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2006.
5. თ. შენგელია, ბიზნესის ადმინისტრირება, თბ., 2010.
6. მ. ვანიშვილი, ეკონომიკური თეორია, თბ., 2006.
7. კ. მაკკონელი, ს. ბრიუ, ეკონომიკსი, 2 ტომად, თარგმანი ინგლისურიდან, თბ., 2010.
8. გრეგორი მენქიუ, ეკონომიკის პრინციპები, თარგმანი ინგლისურიდან, გამომცემლობა დიოგენე, თბილისი 2008.
9. პ. სამუელსონი, ვ. ნორდჰაუსი, ეკონომიკა 4 ტომად, თარგმანი, თბ., 2000.
10. ა. აბრალავა, პ. ლემონჯავა, ეკონომიკის პრინციპები, თბ., 2010.
11. დ. ბეგი, ს. ფიშერი, რ. დორნბუში. ეკონომიკა. თბ., 1999.
12. Karl E. Case, Ray C. Fair, Principles of Microeconomics, Prentice Hall , Seventh Edition
13. Robin Bade, Michael Parkin, Foundations of Microeconomics, Prentice Hall, Third edition.
14. Krister Alhersten, Microeconomics. Free e-book from www.BookBoon.com
15. Krister Alhersten, Microeconomics-Excersises. Free e-book from www.BookBoon.com