

ეკონომიქსი

ლექცია 6

კარტელები

- *კარტელი* არის მიმწოდებელთა ჯგუფი, რომლებიც ცდილობენ იმოქმედონ ისე, როგორც იმოქმედებდა მონოპოლისტი.
- ამ მიმწოდებელთა მიზანი არის თანამშრომლობა მიწოდების შემცირების, ფასების გაზრდისა და მეტი მოგების მიღებისათვის.

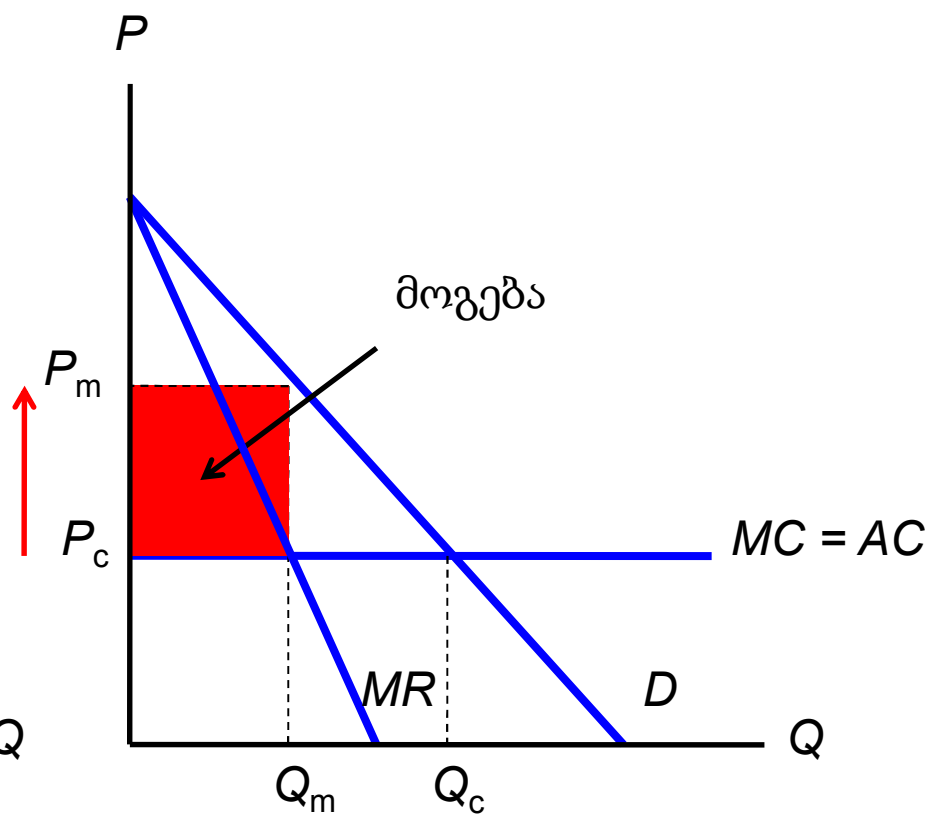
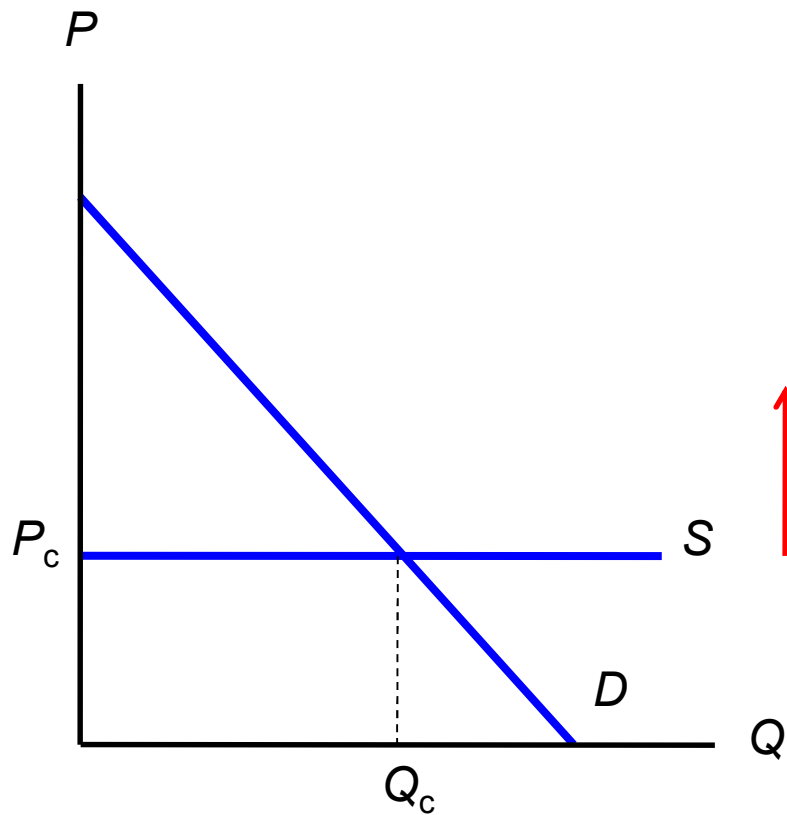
კარტელები

კარტელი ცდილობს ბაზარი გადააქციოს
“კონკურენციულიდან” “თითქოს მონოპოლისტის
მიერ კონტროლირებადად”

კონკურენცია



მონოპოლისტის მიერ კონტროლირებადის
მსგავსი



კარტელები

- რეალობაში რამდენიმე კარტელი ახერხებს ბაზარზე ფასის კონტროლს, თუმცა უმეტეს შემთხვევაში კარტელები იშლება.
- კარტელების დაშლის მიზეზები:
 1. ურთიერთმოტყუება კარტელის წევრების მიერ.
 2. ახალი შემომსვლელი ბაზარზე და მოთხოვნის პასუხი.
 3. სახელმწიფოს წნეხი.

კარტელები

- წარმატებულ კარტელში თითოეული წევრი, გამოიმუშავებს დიდ მოგებას მისი პროდუქტით.
- იგივე სურვილი მეტი მოგების მიღებისა, უბიძგებს კარტელის წევრებს, რომ უღალატონ შეთანხმებას და კერძო ინტერესით იმოქმედონ.
 - თუ ყველა დანარჩენი ასრულებს პირობას, კარტელის წევრს შეუძლია მოიტყუოს და გააფართოვოს წარმოება მეტი მოგების მისაღებად.
 - რაც უფრო მეტი წევრი იტყუება, წარმოების შემცირება ნაკლებმომგებიანი ხდება, რაც დანარჩენ წევრებსაც უბიძგებს შეთანხმების დარღვევისაკენ.

კარტელები

- წარმოიდგინეთ მსოფლიო საწვავის ბაზარი, სადაც 10 ქვეყანა აწარმოებს 10 მილიონ ბარელ ნავთობს დღეში. ჯამში 100 მილიონი ბარელი დღეში.
- ჩავთვალოთ, რომ ამ რაოდენობაზე მსოფლიო ფასი არის ბარელი- \$36. შედეგად თითოეული ქვეყანა გამოიმუშავებს \$360 მილიონს დღეში.

Countries	Output per Country	Output	Revenue per Country (per day)
10	10 MBD	100 MBD	\$360 million
	World Output	100 MBD	
	World Price	\$36	

კარტელები

- ახალა წარმოიდგინეთ, რომ ქვეყნები ქმნიან კარტელს ამცირებენ წარმოებას 8 მილიონ ბარელამდე დღეში. ჯამში 80 მილიონი ბარელი დღეში.
- ამ რაოდენობაზე მსოფლიო ფასი აიწევს ბარელი- \$50-მდე. ყოველი ქვეყანა გამოიმუშავებს \$400 მილიონს დღეში.

Countries	Output per Country	Output	Revenue per Country (per day)
10	8 MBD	80 MBD	\$400 million
	World Output	80 MBD	
	World Price	\$50	

კარტელები

- წარმოიდგინეთ, რომ კარტელის ერთი წევრი მოიტყუებს და გაზრდის წარმოებას ისევ 10 მილიონი ბარელი დღეში.
- ეს ზრდის მსოფლიო წარმოებას- 82 მილიონი ბარელი დღეში და წევს მსოფლიო ფასს ბარელი- \$47.50-მდე.
- მთლიანი შემოსავალი “მატყუარა” ქვეყნისათვის გაიზრდება იქამდე სანამ სხვა ქვეყნების მთლიანი შემოსავალი არ დავარდება.

TABLE 13.3 Cartel with One Cheater

Countries	Output per Country	Output	Revenue per Country (per day)
9	8 MBD	72 MBD	\$380 million
1	10 MBD	10 MBD	\$475 million
	World Output	82 MBD	
	World Price	\$47.50	

კარტელები

- ნავთობის კარტელის მონაწილე თითოეულ ქვეყანას შეუძლია გამოიმუშაოს მეტი შეთანხმების დარღვევით, ვიდრე მისი შესრულებით.
- ასე რომ, ყველა არღვევს და კარტელი იშლება!
- დარღვევა ასევე მომგებიანია როცა სხვა წევრები არ ასრულებენ პირობას შეამცირონ წარმოება.
 - კარტელის ერთ კონკრეტულ წევრს არ აქვს მნიშვნელოვანი მონოპოლიური ძალა.
 - შედეგად, წარმოების შემცირება ვერ გაზრდის მსოფლიო ფასს იმდენად, რომ აანაზღაუროს გაყიდვების შემცირებით გამოწვეული დანაკარგი.

კარტელები

- წარმოიდგინეთ, რომ 9 ქვეყანა არღვევს შეთანხმებას და აწარმოებს 10 მილიონ ბარელს დღეში. მხოლოდ ერთი აწარმოებს შეთანხმებისამებრს 8 მილიონს ბარელს დღეში. ჯამში- 98 მილიონი ბარელი დღეში.
- ფასი ბაზარზე დაეცემა ბარელი-\$37.50-მდე.
- ამ ფასზე ყველა დამრღვევი გამოიმუშავებს \$375 მილიონს დღეში. მაშინ როცა მე-10 ქვეყანა გამოიმუშავებს \$300 მილიონს დღეში.

Cartel with Nine Cheaters and One Non-Cheater			
Countries	Output per Country	Total Output	Profit per Country (per day)
1	8 mbd	8 mbd	\$300 million
9	10 mbd	90 mbd	\$375 million
World Output		98 mbd	
World Price		\$37.50	

კარტელები

- მოყვანილი მაგალითი უჩვენებს, რომ დარღვევას აზრი აქვს მაშინ, როცა კარტელის სხვა წევრები ასრულებენ შეთანხმებას ან როცა კარტელის სხვა წევრები არღვევენ შეთანხმებას
- კარტელის წევრი და მონოპოლისტი განსხვავებულ გადაწყვეტილებებს იღებენ.
 - როცა მონოპოლისტი ზრდის რაოდენობას მოგების მაქსიმიზაციის რაოდენობის დონის ზევით, მონოპოლისტი საკუთარ თავს აზიანებს.
 - მაგრამ როცა კარტელის დამრღვევი ზრდის რაოდენობას- დამრღვევი სარგებლობს ხოლო კარტელის სხვა წევრები ზარალდებიან.

კარტელები

- სხვა მიდგომა შეთანხმების დარღვევისათვის არსებული სტიმულების საჩვენებლად არის ამონაგებთა მატრიცა.
- წარმოდგინეთ სიტუაცია, სადაც მსოფლიო ნავთობის ბაზარზე დომინირებს ორი დიდი ქვეყანა საუდის არაბეთი და რუსეთი.
- თითოეულ ქვეყანას აქვს ორი არჩევანი/სტრატეგია:
 - ითანამშრომლონ- შეამცირონ წარმოების რაოდენობა და იმოქმედონ, როგორც მონოპოლისტებმა.
 - მოიტყუონ და გააფართოვონ წარმოება.

კარტელები

დარღვევის დილემა			
		რუსეთი	
		თანამშრომლობა	დარღვევა
საუდის არებეთი	თანამშრომლობა	(\$400, \$400)	(\$200, \$500)
	დარღვევა	(\$500, \$200)	(\$300, \$300)

კარტელები

- **დომინანტური სტრატეგია** არის სტრატეგია, რომლის არჩევის შემთხვევაშიც ამონაგები მეტია ვიდრე ნებისმიერი სხვა სტრატეგიის არჩევის შემთხვევაში. განურჩევლად იმისა თუ რას ირჩევს მეორე მოთამაშე.
- საუდის არაბეთის დომინანტური სტრატეგია დარღვევაა:
 - თუ რუსეთი თანამშრომლობს, საუდის არაბეთის საუკეთესო სტრატეგია დარღვევაა.
 - დარღვევის შემთხვევაში ამონაგები არის- \$500 , ხოლო თანამშრომლობის- \$400.
 - თუ რუსეთი არღვევს საუდის არაბეთის საუკეთესო სტრატეგია მაინც დარღვევაა.
 - დარღვევა- \$300; თანამშრომლობა- \$200.

კარტელები

- რუსეთის დომინანტური სტრატეგია დარღვევაა:
 - თუ საუდის არაბეთი თანამშრომლობს, რუსეთის საუკეთესო სტრატეგია დარღვევაა.
 - დარღვევით მიღებული ამონაგები არის \$500, ხოლო თანამშრომლობით- \$400.
 - თუ საუდის არაბეთი არღვევს, რუსეთის საუკეთესო სტრატეგიაც დარღვევაა.
 - დარღვევით მიღებული ამონაგები- \$300, ხოლო თანამშრომლობით მიღებული- \$200.

კარტელები

- თამაშის წონასწორული შედეგი არის შემთხვევა, როცა ორივე მოთამაშე არღვევს შეთანხმებას.
- თითოეული კომპანიის სტრატეგია განპირობებულია კერძო ინტერესით, თუმცა მიღებული შედეგი არც ერთის ინტერესში არ არის.
 - თანამშრომლობა ორივე კომპანიას მეტ ამონაგებს მოუტანდა.
- *კატიმრის დილემა* აღწერს სიტუაციას, როცა ინდივიდუალური ინტერესით ნაკარნახევ გადაწყვეტილებებს მივყავართ შედეგამდე, რომელიც არავის ინტერესში არ შედის.

ახალი შემომსვლელები და მიწოდება

- კარტელით გამოწვეული მაღალი ფასები ბაზარზე მოიზიდავს ახალ შემომსვლელებს, რომლებიც არ არიან შეზღუდულნი წარმოებაზე კარტელური შეთანხმებით.
 - რადგანაც ახალი კომპანიები შემოდიან ბაზარზე, მიწოდება იზრდება, რაც პროდუქტზე ფასის დაწევას გამოიწვევს.

ახალი შემომსვლელები და მიწოდება

- დროთა განმავლობაში მომხმარებლები შეცვლიან თავიანთ ქცევას მაღალ კარტელურ ფასებზე პასუხად.
 - გრძელვადიან პერსპექტივაში მეტი შემცვლელები გახდება ხელმისაწვდომი.
 - ეს ხდის მოთხოვნის მრუდს უფრო ელასტიურს და ზღუდავს კარტელის ფასზე ზემოქმედების უნარს.
- კარტელები, რომლებიც იქმნება ბუნებრივ რესურსებთან დაკავშირებით, რომელთა დუბლირება რთულია, ირიდებენ ამ პრობლემას და როგორც წესი, უფრო წარმატებულნი არიან.

ახალი შემომსვლელები და მიწოდება

- კარტელთა უმრავლესობა აშშ-ში არალეგალურია.
- **The Sherman Antitrust Act of 1890.**
 - ეს კანონი ავალდებულებს სახელმწიფოს, რომ გამოავლინოს საიდუმლო გარიგებები და დასაჯოს მასში მონაწილენი.

კარტელი

- სახელმწიფო ყოველთვის არ სჯის კარტელებს, და ხშირად მხარს უჭერს კიდეც მათ.
- წარმატებულ კარტელთა უმეტესობა, მთავრობის აშკარა მხარდაჭერით მოქმედებს, რადგან მთავრობებს აქვთ შესაძლებლობა უზრუნველყონ კარტელური შეთანხმების აღსრულება.

ქსელური პროდუქტი

- *ქსელური პროდუქტი* არის პროდუქტი, რომლის ღირებულებაც ერთი მომხმარებლისათვის იზრდება იმის მიხედვით იყენებს თუ არა სხვა მომხმარებელი ამ პროდუქტს.
- ქსელური პროდუქტის ნიშნები:
 - ქსელურ პროდუქტს, როგორც წესი, ყიდიან მონოპოლიები ან ოლიგოპოლიები;
 - როდესაც ქსელი მნიშვნელოვანია “საუკეთესო” პროდუქტმა ყოველთვის შეიძლება ვერ გაიმარჯვოს;
 - სტანდარტებს შორის “ბრძოლა” ტიპურია ქსელური პროდუქტებისთვის;
 - ქსელურ პროდუქტთან დაკავშირებული კონკურენცია ხორციელდება ბაზრისთვის და არა ბაზრის შიგნით

ქსელური პროდუქტი

- როგორც წესი ქსელური პროდუქტის წარმოებისას არსებობს ერთი კომპანია, რომელიც მიაწოდებს დომინანტ სტანდარტს მაღალ ფასად.
- ბაზრები ხშირად მოიცავენ სხვა კომპანიებს, რომლებიც სთავაზობენ ოდნავ განსხვავებულ პროდუქტს.
 - ეს კომპანიები ოპერირებენ მცირე სეგმენტში ბაზარზე.

ოლიგოპოლია არის ბაზარი, რომელზეც დომინატური კოზიციია უჭირავს მცირე რაოდენობის კომპანიებს.

ქსელური პროდუქტი

- მთავარი საკითხი ქსელურ პროდუქტთან დაკავშირებით არის ის რომ, მომხმარებლები მეტად სარგებლობენ, როცა სხვებიც იმავე პროდუქტს იყენებენ.
- წარმოვიდგინოთ, რომ Alex და Tyler ირჩევენ გამოიყენონ Apple თუ Microsoft თავის textbook-ში საწერად.
- მათი არჩევანი შეიძლება გამოვხატოთ ამონაგებთა მატრიცაში.

კოორდინაციის თამაში			
		ტაილერი	
		Apple	Microsoft
ალექსი	Apple	(11, 11)	(3, 3)
	Microsoft	(3, 3)	(10, 10)

ქსელური პროდუქტი

- თუ ალექსი ირჩევს Microsoft, და ტაილერი ირჩევს Apple, მათ გაუჭირდებათ ერთად მუშაობა და მათი ამონაგები დაბალი იქნება (3,3).
- ალექსს და ტაილერს ყველაზე მაღალი ამონაგები აქვთ, როცა ისინი ერთსა და იმავე პროგრამას იყენებენ.
 - თუ ალექსი ირჩევს Apple, მაშინ ტაილერმა უნდა აირჩიოს Apple. რამდენადაც ამონაგები დიდია (11,11).
- თუ ალექსი და ტაილერი ორივე აირჩევს Apple, არც ერთს არ ექნება თავისი სტრატეგიის შეცვლის სტიმული.
 - ეს არის თამაშის წონასწორული შედეგი.
- *ნეშის წონასწორობა* არის მდგომარეობა, როცა არც ერთ მოთამაშეს არ აქვს სტიმული შეცვალონ თავიანთი სტრატეგია ცალმხრივად.

ქსელური პროდუქტი

- Microsoft არჩევაც ნემის წონასწორობაა.
 - თუ ალექსი ირჩევს Microsoft, ტაილერმა უნდა აირჩიოს ასევე Microsoft.
- ესეც წონასწორობაა თუმცა, უფრო დაბალ ამონაგებს გვამლევს (10,10) ვიდრე Apple შემთხვევაში (11,11).
- ამგვარად შესაძლებელია, რომ შედარებით დაბალი ხარისხის პროდუქტი იქცეს დომინანტ სტანდარტად ბაზარზე.

ქსელური პროდუქტი

- იმ შემთხვევაში თუ არსებობს ორი წონასწორობა, მომხმარებლები ხშირად ვერ თანხმდებიან, რომელი პროდუქტი არის უკეთესი.
- როცა მოთამაშეები ვერ თანხმდებიან, რომელი წონასწორობა ჯობია, სტანდარტული ბრძოლა იწყება.
- ორი მწარმოებელი იბრძოდა მაღალი ხარისხის DVD დისკებთან დაკავშირებით.
 - ჯგუფი 1, Toshiba, მხარს უჭერდა HD-DVD.
 - ჯგუფი 2, Sony, მხარს უჭერდა Blu-Ray.

ქსელური პროდუქტი

- ეს ბრძოლა შეიძლება გამოიხატოს მატრიცაში.

		Sony	
		<i>HD-DVD</i>	<i>Blu-Ray</i>
Toshiba	<i>HD-DVD</i>	(10, 8)	(0, 0)
	<i>Blu-Ray</i>	(0, 0)	(8, 10)

Network Goods

- Toshiba გაიმარჯვებს თუ HD-DVD სტანდარტი დამკვიდრდება ბაზრის სტანდარტად.
- Sony გაიმარჯვებს თუ Blu-Ray სტანდარტი დამკვიდრდება ბაზრის სტანდარტად.
- ვერც ერთი ჯგუფი ვერ გაიმარჯვებს თუ იარსებებს ორი კონკურენტული სტანდარტი.
- Sony ჯგუფმა მოიგო სტანდარტზე ბრძოლა, როცა Blu-Ray ტექნოლოგია ჩაიძო Sony PlayStation 3-ში, და მოიპოვა მეტი მომხმარებელი ამ სტანდარტისთვის.