

ავერსის მონოპოლია

ქეთევან გაბუნია, ნინო ჯანჯალაშვილი, დავით ტაბატაძე / Kethevan Gabunia, Nino Janjalashvili, Davit Tabadze

### *მონოპოლია და ფარმაცევტული ბაზარი*

სიტყვა მონოპოლისტი მომდინარეობს ბერძნული სიტყვებიდან მონო - „ერთი“ და პოლისტი - „გამყიდველი“. სამეურნეო ერთეულთა ჰორიზონტალური ინტეგრირების ანუ დარგობრივი მონოპოლიების ძირითადი ორგანიზაციული ფორმებია: კარტელი, სინდიკატი, ტრესტი და კონცერნი.

*კარტელი* მონოპოლიის ყველაზე მარტივი ფორმაა. ის არის მოცემულ დარგში ფუნქციონირებადი დამოუკიდებელი მეწარმეებისა თუ სხვა სამეურნეო ერთეულების შეთანხმება ანუ ორგანიზაციულად გაფორმებული კავშირი, რომლის მონაწილენიც გარკვეულ ვალდებულებებს კისრულობენ, კერძოდ თანხმდებიან გასაღების ბაზრების, საქონლის და მომსახურების ფასების, პატენტების გაცვლისა და საქმიანობის სხვა მხარეების შესახებ.

*სინდიკატი* მონოპოლიის შედარებით მაღალი ფორმაა, მაგრამ მსგავსად კარტელისა, მისი მონაწილენიც ინარჩუნებენ საწარმოო და იურიდიულ დამოუკიდებულებას. ისინი აერთიანებენ მხოლოდ კომერციულ საქმიანობას, რაც იმით გამოიხატება, რომ საქონლის ტრანსპორტირების, შეფუთვის, შენახვის, ფასების დადგენის, რეალიზაციის და საბოლოო შემოსავლებში ანუ მოგებაში თითოეულის წილის განსაზღვრის მიზნით ქმნიან საერთო სამსახურს.

დარგობრივი მონოპოლიის უფრო მაღალი ორგანიზაციის ფორმაა *ტრესტი*, რომელიც დარგში გაბატონებულ პოზიციებს იკავებს და დომინირებს მის განვითარებაზე. ტრესტის მონაწილენი კარგავენ როგორც საწარმოო-ეკონომიკურ, ისე იურიდიულ დამოუკიდებლობას და ფაქტობრივად მის მეპაიეებად იქცევიან. ტრესტში ურთიერთშეთანხმებით გაერთიანებულ ობიექტებს თავიდან ბოლომდე მისი გამგეობა ამოქმედებს და მიღებულ

მოგებაში თითოეული მესაკუთრის წილი მისი პაის შესაბამისად განისაზღვრება.

მონოპოლიის უმაღლესი ფორმაა *კონცერნი*, რომელიც აერთიანებს როგორც მოცემულ ქვეყანაში, ისე მის ფარგლებს გარეთ ფუნქციონირებად მრეწველობის სხვადასხვა დარგის ტექნიკურ-ტექნოლოგიურად ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოებს, სატრანსპორტო, სავაჭრო და მომსახურების ობიექტებს, საფინანსო დაწესებულებებსა და სხვა სამეურნეო ერთეულებს. კონცერნი არის სამრეწველო მონოპოლიის პოზიტიური და ხელსაყრელი ფორმა, რომელიც ქმნის მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარებას რესურსების რაციონალურად განაწილება- გამოყენების, ბაზარზე მართული რეაგირებისა და მთელი სამეურნეო საქმიანობის ეფექტიანად წარმართვის დიდ შესაძლებლობას.

წმინდა მონოპოლიები თანამედროვე პერიოდში იშვიათად გვხვდებიან. ისინი შეიძლება სახელმწიფოს ამა თუ იმ მეურნეობაში არსებობდნენ. მაგალითად: თუ ფარმაცევტული კომპანია ახალ სამეურნეო პრეპარატს ქმნის, იგი პატენტს მიიღებს, რაც მას ამ პრეპარატის გაყიდვის განსაკუთრებულ უფლებას აძლევს რამდენიმე წლის მანძილზე.

საქართველოს ფარმაცევტული ბაზარი ხასიათდება ეფექტიანი მართვის ნაკლებობითა და საბაზრო ძალაუფლების მკაფიო კონცენტრირებით რამდენიმე მსხვილი კომპანიის ხელში. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში სამმა კომპანიამ - „ავერსმა“ „პე-ეს-პემ“ და „ჯიპისიმ“ იმგვარ მდგომარეობას მიაღწია, რომ მათ ფარმაცევტული ბაზრის იმპორტ-დისტრიბუციის, საცალო გაყიდვებისა და წარმოების სექტორებში დომინირება შეუძლიათ.

### ***ფარმაცევტული ბაზრის განვითარების ეტაპები***

გასული საუკუნის 90-ან წლებში საქართველოში ფარმაცევტული ბაზარზე წარმოდგენილი იყო მრავალი იმპორტიორი, საბითუმო ბაზები და საცალო ავთიაქები. მედიკამენტების საბითუმო და საცალო ფასნამატი განისაზღვრებოდა მოთხოვნა-მიწოდების საფუძველზე თავისუფალი კონკურენციის პირობებში.

90-იანი წლების მე-2 ნახევარში ბაზრის მონაწილეთა გამსხვილების პროცესის შედეგად გაჩნდა მსხვილი იმპორტიორები („ავერსი“, „პსპ“ და „კრისტალი“), რომლებიც მედიკამენტების საბითუმო ბაზებსაც

ფლობდნენ. მათ შორის კარტელური შეთანხმების საფუძველზე განაწილდა მედიკამენტების იმპორტი მწარმოებელ კომპანიებთან კონტრაქტების მიხედვით, რის შედეგადაც ეს კომპანიები თვითონვე აწესებდნენ ფასებს იმპორტირებულ მედიკამენტებზე. მოგვიანებით ამ შეთანხმებას შეუერთდა „სახალხო აფთიაქი“. დღესდღეობით კარტელის ორი წევრის, ფარმაცევტული კომპანიების „ავერსის“ და „პსპ“-ს საქმიანობა გარდა ფარმაცევტულისა მოიცავს ადგილობრივ წარმოებას ("ავერსი რაციონალი" და "ჯი-ემ-პი"), სადაც იმპორტირებული სუბსტანციების დაფასობა ხდება. ასევე „ავერსი“ და „პსპ“ სადაზღვევო კომპანიების მფლობელებიც გახდნენ. პარალელურად, ბაზარზე ფუნქციონირებდნენ და მის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენდნენ საცალო, მსხვილი საბითუმო ბაზების ასორტიმენტის მომხმარებელი აფთიაქები. საცალო აფთიაქების დღიური მაქსიმალური ბრუნვა 1000 ლარს არ აღემატებოდა. ამიტომ ბაზარზე მათი საქმიანობა ფასებზე გავლენას ვერ ახდენდა.

2005 წლამდე ფარმაცევტულ საქმიანობასთან და საცალო გაყიდვის ქსელში რეალიზაციასთან დაკავშირებული სამართლებრივი ნორმები – აფთიაქებში მედიკამენტების რეალიზაცია, ტექნიკური მოთხოვნები და ა.შ მკაცრი სტანდარტებით რეგულირდებოდა.

2005 წელს ფარმაცევტული საქმიანობის კანონში ცვლილების შეტანის შედეგად, საცალო რეალიზაციის სივრცე გაფართოვდა და მოიცვა სავაჭრო ობიექტები და მეტრო სადგურებიც კი. ამ გარემოებამ ხელი შეუწყო ბარზის შედარებით ახალი მონაწილის "სუპერფარმა"-ს აფთიაქთა ქსელის სწრაფ განვითარებას.

**2010 წელი მნიშვნელოვანი მოვლენებით გამოირჩევა:** პირველი იანვრიდან ძალაში შევიდა საქართველოს კანონში "წამლისა და ფარმაცევტული საქმიანობის შესახებ" მორიგი ცვლილებები, რომელთა საფუძველზე ქვეყანაში დაიშვა პარალელური იმპორტი და შემსუბუქდა საქართველოს ტერიტორიაზე იმპორტირებული წამლის სარეგისტრაციო რეჟიმი. ამ პირობებში არა მარტო კარტელის წევრებს არამედ მესამე მხარეს – კარტელისმიღმა არსებულ აფთიაქებსა და სხვა იმპორტიორებსაც გაუჩნდათ იგივე დასახელების მედიკამენტების ან მათი ანალოგების უფრო დაბალ ფასად შემოტანის შესაძლებლობა. თუმცა 2010 წლის ცვლილებების გავლენა ფარმაცევტულ ბაზარზე სამწუხაროდ არ შესწავლილა და ამ

ეტაპზე შედეგის შეფასება შეუძლებელია სტატისტიკური მონაცემების არარსებობის გამო.

### **ფარმაცევტული ბაზრის ძირითადი მაჩვენებლები და კომპანიები**

საქართველოს ფარმაცევტული ბაზარი ყოველწლიურად სწრაფი ტემპით იზრდება და, როგორც ჩანს, მომგებიან სფეროს წარმოადგენს.

ფარმაცევტული პროდუქტების საცალო ვაჭრობის ბრუნვა 2006 წელს 196,6 მილიონ ლარს შეადგენდა, 2010 წელს კი მან 543,3 მილიონ ლარს მიაღწია.

ფარმაცევტული პროდუქტების საბითუმო ვაჭრობის ბრუნვა 2006–2010 წლებში 502–დან 896,5 მილიონ ლარამდე გაიზარდა, წარმოების მთლიანმა ღირებულებამ კი იმავე პერიოდში 22,1 მილიონი ლარიდან 90,2 მილიონ ლარამდე იმატა.

ფარმაცევტული პროდუქტებზე არსებული მოთხოვნა 2005–2010 წლებში საშუალოდ წელიწადში 17 პროცენტით იზრდებოდა. 2010 წელს საქართველოში საშუალო ოჯახი მისი სუფთა შემოსავლის 34 პროცენტს ჯანდაცვაზე ხარჯავდა, მაშინ როდესაც 2002 წელს ეს მაჩვენებელი 15 პროცენტს შეადგენდა. საშუალო ოჯახი 2007 წელს ჯანდაცვაზე დახარჯული თანხის 50 პროცენტს ფარმაცევტულ პროდუქტებზე ხარჯავდა, 2010 წელს კი ამ მაჩვენებელმა 60 პროცენტს მიაღწია.

ფარმაცევტულ პროდუქტებზე გაწეული დანახარჯები 2007–2010 წლებში ყოველწლიურად საშუალოდ 23,7 პროცენტით იზრდებოდა. ფარმაცევტულ პროდუქტებზე გაწეული დანახარჯების ამ მნიშვნელოვან ზრდას ხშირად ამ პროდუქტების ფასების ზრდით ხსნიან, რაც საქართველოში სხვა საერთო მოხმარების საქონლისა და მომსახურების ფასების ზრდას ბევრად აჭარბებს.

ფარმაცევტული კომპანიები „ავერსი“ და „პე-ეს-პე“ ამავდროულად ყველაზე დიდი კომპანიები არიან იმპორტისა და დისტრიბუციის სექტორში, სადაც მათი ერთობლივი წილი 48%-ს შეადგენს.

### **ცხრილი 1. ფარმაცევტული პროდუქტების იმპორტების წილი (2011 წელი)**

აფთიაქი	პროცენტული წილი
---------	-----------------

"ავერსი"	<b>24%</b>
"პე-ეს-პე"	<b>23%</b>
"ჯი-პი-სი"	<b>12%</b>
"ეიზისი ფარმაცია"	<b>11%</b>
<b>სხვა</b>	<b>30%</b>

ფარმაცევტული კომპანიების დომინირებამ გამოიწვია მედიკამენტების ფასების ზრდა. საქართველოში ფარმაცევტული პროდუქტების ფასები ევროპული ქვეყნების საშუალო მაჩვენებელზე გაცილებით მაღალია. ხშირად ექიმი პაციენტს მედიკამენტს დიდი ფარმაცევტული კომპანიების შეთავაზებებით უნიშნავს.

აშკარაა, რომ ფარმაცევტულ ბაზარზე საქმე გვაქვს არაჯანსაღ კონკურენციასთან, რაც მონოპოლიებს შესაძლებლობას აძლევს პროდუქციაზე ფასები სურვილისამებრ დააწესონ. იმას, რაც დღეს საქართველოს ფარმაცევტულ ბაზარზე ხდება, ეკონომისტების ენაზე ოლიგოპოლია ჰქვია, ანუ, საქმე გვაქვს ფარმაცევტული პროდუქციის რამდენიმე მიმწოდებელთან, რომლებსაც ბაზარი პრაქტიკულად გაყოფილი აქვთ, ძირითადად, ურთიერთშეთანხმებით. ამას კი სხვა არაფერი ჰქვია, თუ არა კარტელური შეთანხმება. ასეთ ვითარებაში მოხმარებელს დიდი არჩევანი არ აქვს, ვრცელი სადისტიბუციო ქსელების არსებობიდან გამომდინარე, სამი კომპანიიდან რომელიმეს უნდა მიაკითხოს და ბუნებრივია, ისინი ფასწარმოქმნის მეტ-ნაკლებად ერთიან პოლიტიკას ატარებენ.

*დომინირებულ კომპანიებს შორის კონკურენცია მიდის ავთიაქების რაოდენობაზე და არა მედიკამენტების ფასზე და ხარისხზე.*

**ცრილი 2. ავთიაქების რაოდენობა თბილისსა და რეგიონებში, 2012 წლის მონაცემები**

ავთიაქი	თბილისი	რეგიონები	სულ
---------	---------	-----------	-----

	(რაოდენობა)	(რაოდენობა)	
"ავერსი"	108	115	223
"პე-ეს-პე"	83	60	143
"ჯიპისი"	28	17	45
"წითელი "ა"	52	39	91
"ნეოფარმი"	29	15	44

### **ფარმაცევტული კომპანია "ავერსი"**

ფარმაცევტული კომპანია „ავერსი“ 1994 წელს დაფუძნდა და თავდაპირველად საქმიანობა იმპორტისა და დისტრიბუციის სექტორში დაიწყო. 1998 წელს კომპანია საცალო გაყიდვების სექტორშიც დამკვიდრდა. 2002 წელს კომპანიამ ფარმაცევტული საწარმოების მშენებლობა დაიწყო და პირველი მედიკამენტები ბაზარზე „ავერსი-რაციონალის“ ბრენდით 2005 წელს გამოუშვა.

„ავერსი-რაციონალი“ წარმოების პროცესის მხოლოდ ბოლო ეტაპზეა ჩართული, სადაც უკვე დამზადებული ფარმაცევტული პროდუქტების შეფუთვა ხდება. "ავერსი-რაციონალი" 118 სახეობის წამალს აწარმოებს.

საქართველოს ადგილობრივი საწარმოო სექტორი 70 მწარმოებლისგან შედგება და ამ სექტორის თითქმის 90% -ს "ავერსი-რაციონალი" და "ჯი-ემ-პი" ფლობს. საქართველოში წარმოებული მედიკამენტების ადგილობრივი გაყიდვების მოცულობა წელიწადში საშუალოდ 38%-ით იზრდება. საქართველოში წამოებული ფარმაცევტული პროდუქციის 60% სხვა ქვეყნებში იყიდება. სამი ყველაზე მსხვილი შემსყიდველი აზერბაიჯანი, სომხეთი და უზბეკეთია.

### **ცხრილი 3. ფარმაცევტული კომპანიების წილები ადგილობრივ წარმოებაში(2010წ.-“საერთაშორისო გამჭვირვალობა-საქართველო“)**

ფარმაცევტული კომპანია	პროცენტული წილი
-----------------------	-----------------

"ავერსი-რაციონალი"	59,4
"ჯი-ემ-პი"	28,8
"ბათფარმა"	3,2
'ბიოფარმა"	2,3
სხვა	6,3

„ავერსი“ საქართველოში გადასახადების ერთ–ერთი ყველაზე მსხვილი გადამხდელია და ყოველწლიურად სახელმწიფო ბიუჯეტში ათობით მილიონი ლარი შეაქვს.

კომპანია საქართველოს მასშტაბით ცხრა კლინიკას ფლობს.

საავადმყოფოების პრივატიზაციის გეგმის ფარგლებში, „ავერსი“ ამენებს და მართავს სახელმწიფოსაგან შესყიდულ საავადმყოფოებს. „ავერსის“ ასევე აქვს საკუთარი სადაზღვევო კომპანია „ალფა“, რომელიც ქვეყნის ტერიტორიის მნიშვნელოვან ნაწილზე სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებული სოციალური დაზღვევის მიმწოდებელია. კომპანიის ძირითადი სეგმენტი ჯანმრთელობის დაზღვევაა, თუმცა „ალფა“ მომხმარებელს სხვადასხვა სადაზღვევო პროდუქტსაც სთავაზობს: სამოგზაურო დაზღვევა, სიცოცხლის დაზღვევა. „ალფა“-ს უპირატესობაა პროვაიდერი კლინიკების ფართო ქსელი და ისიც, რომ დაზღვეულებს შეუძლიათ ისარგებლონ „ავერსის კლინიკის“ უმაღლესი დონის სამედიცინო მომსახურებით. კომპანია „ალფაში“ დაზღვეულებს საქართველოში კარგად განვითარებული სააფთიაქო ქსელი ემსახურება. „ავერსის“ აფთიაქები ხელმისაწვდომია ყველა რაიონისა და, მითუფრო, თბილისის მოსახლეობისთვის.

ამ ყველაფრის საშუალებით „ავერსმა“ მომხმარებელი ერთგვარ მოჯადოებულ წრეში მოაქცია: დაზღვევა-ექიმი-წამალი, რაც კომპანიას სამედიცინო ბიზნესში უპირატეს ძალაუფლებას ანიჭებს.

მიუხედავად ამისა, 2012 წლის საფხულში „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს“ მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, უამრავი დარღვევა

გამოვლინდა. კვლევაში განსაკუთრებული ადგილი დაეთმო სადაზღვევო კომპანია "ალფა"-ს, რომელზედაც ბენეფიციართა უფლებების დარღვევის ყველაზე მეტი შემთხვევა მოდის. აღნიშნული კვლევის მიხედვით მედიაციის სამსახურში შეტანილი 15 განაცხადიდან 14 ეხებოდა ავერსის შვილობილ კომპანია „ალფა“-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ სხვა სადაზღვევო კომპანიებს "იმედი -ელს", "აი - სი გრუპს" და "ჯი-პი-აი" ჰოლდინგს გაცილებით მეტი ბენეფიციარი ჰყავთ, მედიაციის სამსახურში შესული განცხადებების 93% სწორედ "ალფაზე" მოდის.

იგივე სადაზღვევო კომპანია სხვადასხვა მიზეზებით უარს ამბობს გართულებული ორსულობების მკურნალობაზე მაშინაც კი, როდესაც ამას სადაზღვევო პაკეტი ფარავს. "ალფა"-ს სადაზღვევო პაკეტით მოსარგებლებს თვეობით უწევთ ლოდინი არა მარტო ქირურგიული ოპერაციების, არამედ ულტრასონოგრაფიული გამოკვლევების ჩასატარებლადაც კი. პრობლემები ექმნებათ არა მარტო სახელმწიფო დაზღვევის ბენეფიციარებს, არამედ ინდივიდუალურ და კორპორატიულ კლიენტებსაც.

გარდა ზემოთ ჩამოთვლილისა სადაზღვევო კომპანია „ალფამ“ უხეშად დაარღვია მთავრობის 2009 წლის 9 დეკემბრის დადგენილება. კვლევის მიხედვით, სახელმწიფო დაზღვევის ბენეფიციარებს მხოლოდ „ავერსის“ აფთიაქებში შეუძლიათ გარანტირებული ლიმიტის ფარგლებში მედიკამენტების შეძენა რაც ზღუდავს მათ უფლებას წამლები მათთვის სასურველ აფთიაქში იყიდონ.

ამ დადგენილებით სახელმწიფო ბენეფიციარებს 50%-იან თანადაფინანსებას სთავაზობს 50 ლარამდე ღირებულების იმ წამლებზე, რომლებიც ჯანდაცვის სამინისტროს მიერ სამკურნალო საშუალებათა დამტკიცებულ ნუსხაშია შეტანილი. სადაზღვევო კომპანია "ალფა" ბენეფიციარებს ამ წამლების შეძენას მხოლოდ ავერსის აფთიაქებში სთავაზობს. ბენეფიციარი ვერასდროს იყიდის წამალს, რომელიც ავერსის სააფთიაქო ქსელში არ იქნება და გარდა ამისა, მას არ ეძლევა საშუალება იგივე წამალი სხვა აფთიაქში უფრო ხელსაყრელ ფასად შეიძინოს.

**ცხრილი 4. სადაზღვევო კომპანია "ალფას" მიერ დაზღვეულების რაოდენობა წლების მიხედვით.**

წლები	სიცოცხლის დაზღვევა	უბედური შემთხვევების დაზღვევა	ჯანმრთელობის დაზღვევა	მთლიანი ბაზრის % წილი	სიცოცხლის %	უბედ. შემთხვევის %
2009 წ. 4 კვარტალი	131 305	0	1 499 172	2,37%	1,37%	0%
2010 წ. 1 კვარტალი	35 688	26 838	6 084 876	14,3%	1,6%	2,9%
2010წ. 2 კვარტალი	27 500	0	918 003	1,9%	0,6%	0%
2010წ. 3 კვარტალი	3 139 004	152 330	28 082 377	21,7%	2,3%	6,5%
2010წ. 4 კვარტალი	4 518 656	219 188	17 026 811	2,41%	6,0%	8,2%
2011წ. 1 კვარტალი	1 556 046	46 844	8 553 588	34,9%	14,4%	5,4%
2011წ. 2 კვარტალი	2 691 199	88 828	31 317 977	35,1%	3,9%	5,2%
2011წ. 3 კვარტალი	30	0	0	0	0	0
2011წ. 4 კვარტალი	41 934 432	241 535	39 324 933	39,6%	11,8%	8,2%
2012წ. 1 კვარტალი	1 75 647	36 522	7 309 927	17,8%	5,5%	4,3%

2012წ კვარტალი	2183 066	47 122	12 380 465	14,8%	1,8%	2,8%
-------------------	----------	--------	------------	-------	------	------

ჩვენს მიერ ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, კერძოდ მოსახლეობის გამოკითხვა, რომელიც ეხებოდა შემდეგ საკითხს: ირჩევს თუ არა მოსახლეობა "ავერსის" აფთიაქებს და რამდენად კმაყოფილია მის მიერ არჩეული მომსახურებით. შემთხვევითობის პრინციპით შეირჩა ქ. თბილისში მცხოვრები 70 რესპონდენტი. კვლევა ჩატარდა 16/01/2013- დან 20/01/2013-მდე პერიოდში.

**ცხრილი 5. გამოკითხვის შედეგები.**

**„ავერსი“**

ასაკი	გამოყენების სიხშირე			ფასების დონე		
	მაღალი	საშუალო	დაბალი	მაღალი	საშუალო	დაბალი
18-30	9	18		18	10	
31-50	2	3		4	1	
51-80	5	3		3	3	

**„პე-ეს-პე“**

ასაკი	გამოყენების სიხშირე			ფასების დონე		
	მაღალი	საშუალო	დაბალი	მაღალი	საშუალო	დაბალი
18-30	8	4		10	2	
31-50	1	1		2		
51-80	2			2		

## „ჯი-პი-სი“

ასაკი	გამოყენების სიხშირე			ფასების დონე		
	მაღალი	საშუალო	დაბალი	მაღალი	საშუალო	დაბალი
18-30	2	6		3	5	
31-50	2			2		
51-80	1	1		2		

## დასკვნა

თუ გადავხედავთ საქართველოში ფარმაცევტული ბაზრის განვითარების ეტაპებს 90-იანი წლებიდან დღემდე, ვნახავთ, რომ მისი განვითარება და ფარმაცევტულ პროდუქციაზე მოთხვნის ზრდა სწრაფად მოხდა. ამ განვითარებამ გამოიწვია ის რომ, ბაზარზე გაჩნდა რამდენიმე კომპანია, რომლებიც გახდნენ დომინანტები საქართველოს ფარმაცევტულ ბაზარზე. საკმაოდ დიდია მათი წილი როგორც ფარმაცევტული პროდუქტის იმპორტის, ასევე პროდუქციის წარმოებასა და აფთიაქების რაოდენობაში.

გამოკითხულთა დიდი ნაწილი არც თუ ისე იშვიათად მიმართავს სააფთიაქო ქსელებს, და ისინი ძირითადად უპირატესობას ანიჭებენ ფარმაცევტულ კომპანიებს "ავერსს"-ს და „პსპ“-ს, თუმცა, ამ ორ აფთიაქს შორის "ავერსი" ლიდერობს. მიუხედავად იმისა, რომ გამოკითხულთა 54% უპირატესობას "ავერს"-ს ანიჭებს, ისინი მაინც მიიჩნევენ, რომ მას მედიკამენტებზე მაღალი ფასები აქვს დაწესებული.

პროდუქციის წარმოებაში "ავერსი"-ს წილი არის 59,4% , იმპორტირებულ პროდუქციაში კი 24% , ხოლო აფთიაქების რაოდენობაში მთელი საქართველოს მასშტაბით არის დაახლოებით 40 %.

ამ მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2012 წლის ჩათვლით ფარმაცევტული კომპანია "ავერსი" პირველობას არავის უთმობდა.

ვინაიდან ეს დომინირებული ფარმაცევტული კომპანიები თითქმის ერთნაირ გარემო პირობებში არსებობს და ფუნქციონირებს, მსგავს მომსახურებებს სთავაზობენ მომხმარებლებს, მეტ-ნაკლებად ერთნაირ ხალხის კატეგორიაზეა ორივე მათგანი გათვლილი, თითოეულისთვის აუცილებელია:

- არ ჩამორჩენ ბაზრის ზრდის ტემპს;
- კონკურენტებისაგან განსხვავებული სერვისები შესთავაზონ მომხმარებლებს;
- მუდმივად ახორციელონ კადრების გადამზადება და მომსახურების ხარისხის კონტროლი .
- მიიღონ სახალხო პროექტებში მონაწილეობა, რაც მათ ცნობადობას გაზრდის. დღესდღეობით, ავერსი ამ მხრივ უფრო წინაა პსპ-სთან შედარებით;

#### გამოყენებული ლიტერატურა

- <http://www.palitratv.ge/akhali-ambebi/sazogadoeba/22668-monopoliuri-farmaceutuli-bazari-da-fasebis-regulirebis-meqanizmebi.html>
- <http://transparency.ge/http://nbg.gov.ge/>
- <http://nbg.gov.ge/>
- <http://www.aversi.ge/>
- <http://psp.ge/>
- <http://gpc.ge/>
- <http://netgazeti.ge/GE/105/News/13697/>
- <http://pirweli.com.ge/?menuid=8&id=17464>