საერთაშორისობიზნესის არსი და ფორმები

1. საერთაშორისო ბიზნესის არსი

საერთაშორისო ბიზნესი გულისხმობს სხვადასხვა ქვეყნის პარტნიორების მიერ საქმიანი ოპერაციების განხორციელებას. ასეთ გარიგებაში მონაწილე მხარეები შეიძლება წარმოადგენდნენ ფიზიკურ პირებს, ცალკეულ ფირმებს, მათ გაერთიანებებს ან სახელმწიფო ორგანიზაციებს.

ბუნებრივია, როდესაც ეკონომიკური საქმიანობა სცდება ქვეყნის საზღვრებს წარმოიშვება დამატებითი გარემოებები, რომელთა არსებობა განასხვავებს კიდეც ბიზნესს საერთაშორისო ბიზნესისაგან:

- საერთაშორისო ბიზნესში ჩაბმა შეიძლება უკავშირდებოდეს სხვადასხვა ქვეყნის ვალუტის გამოყენებას, რაც იწვევს ვალუტის კონვერტირების აუცილებლობას სულ მცირე ერთ-ერთი მონაწილის მხროდან;
- სხვადასხვა ქვეყნის სამართლებრივი სისტემები შეიძლება განსხვავდებოდეს ერთმანეთისაგან, რაც საჭიროებს ერთი მხარის ან რამდენიმეს მიერ თავის მოქმედებაში კორექტივების შეტანას, რათა შესაბამისობაში მოიყვანოს ის ადგილობრივ კანონმდებლობასთან.
- კულტურული განსხვავება, რომელიც არსებობს ქვეყნებს შორის, ხშირად საჭიროებს ქცევის სტრატეგიის კორექტირებას მეორე მხარის მოლოდინებთან შესაბამისობაში მოსაყვანად;

საერთაშორისო ბიზნესი ამა თუ იმ ფორმით ხორციელდება იმდენივე ხანია, რამდენსაც სახელმწიფოების ისტორია ითვლის. შესაბამისად, სავარაუდოა, რომ არსებობს კიდევ სხვა ფაქტორებიც, რომლებიც მუდმივად მოქმედებენ ბიზნესზე და უბიძგებენ მას გასცდეს ეროვნული სახელმწიფოს საზღვრებს. შეიძლება გამოვყოთ ასეთი ძალების სამი არე:

- ✓ **შიდა ბაზრის ამრეკლავი ზემოქმედება** (არეკვლა ნიშნავს რაღაცის რაღაცისგან განზიდვას. ამრეკლავი ზამოქმედება განმზიდველია თავისი არსით. ის განიზიდავს ბიზნესს შიდა ბაზრისაგან) _ ეს არის იმ ფაქტორთა ერთობლიობა, რომელიც ართულებს საწარმოს საქმიანობას ადგილობრივ ბაზარზე და ქვეყნის გარეთ გაფართოებას აიძულებს. კერძოდ: მწვავე კონკურენცია ადგილობრივ ბაზარზე; დაბალი მოგება; მომაკვდავი ბაზარი; შემზღუდველი კანონმდებლობა; არაკავალიფიციური, უმოტივაციო სამუშაო ძალა; დიდი დანახარჯები შრომაზე; მაღალი გადასახადები; ნედლეულის და მასალების დეფიციტი; არადემოკრატიული, არასტაბილური მთავრობა; პოლიტიკური დესტაბილიზაციის სხვა ფაქტორები, მაგალითად, სამოქალაქო ომი, სახელმწიფო გადატრიალება.
- ✓ **საგარეო ბაზრის მიმზიდავი ზემოქმედება** - ესაა საგარეო ბაზრის ხელსაყრელი ფაქტორები, რომელიც ახალ შესაძლებლობებს ხსნის ბიზნესის წინაშე და ასტიმულირებს მის საზღვრებს გარეთ გაფართოებას. ეს ძალები ამრეკლავის საპირისპიროა, კერძოდ: სტაბილური ან მზარდი ბაზარი; მაღალი მოგება; სუსტი კონკურენტები; ბიზნესის ხელშემწყობი კანონმდებლობა; მაღალკვალიფიციური და მოტივირებული სამუშაო ძალა; იაფი სამუშაო ძალა; ხარისხიანი ნედლეულის და მასალების სიჭარბე; დაბალი გადასახადები; სტაბილური, დემოკრატიული მთავრობა.
- ✓ **დივერსიფიკაცია** - მრავალი, ერთმანეთთან დაკავშირებული ეკონომიკური საქმანობის სახეების წარმართვა რმდენიმე ქვეყანაში. თუ ფირმა მხოლოდ ერთი დასახელების საქონლით ვაჭრობს და უცებ ამ საქონელზე მოთხოვნა გაქრა, მისი თავმოყვარეობა შელახული აღმოჩნდება. იგივე მსჯელობა მიესადაგება ბიზნესის გეოგრაფიულ კონცენტრაციასაც. ქვეყნები განსხვავდებიან ბაზრების სტრუქტურით, გაფართოების შესაძლებლობებით, ნედლეულზე ხელმისაწვდომობით და ა.შ. თუ ფირმა მოღვაწეობას ავითარებს ერთდროულად რამდენიმე ქვეყანაში, ცალკეულ ბაზარზე მარცხი მას ნაკლებად დააზარალებს, რადგან იგი

ადვილად გადაერთვება სხვა ქვეყნის ბაზარზე, სადაც მის პროდუქციაზე მომატებული მოთხოვნაა.

XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის პროცესის დაჩქარებას ხელი მრავალმა ფაქტორმა შეუწყო. მათ შორის აღსანიშნავია:

- ტექნოლოგიური გარემოს ცვლილება. ახალმა ტექნოლოგიებმა (კერძოდ კავშირგაბმულობის, სატრანსპორტო საშუალებების და ინფორმაციის დამუშავების სფეროში) საერთაშორისო ბიზნესი ადვილად განხორციელებადი და უფრო მეტად მიმზიდველი გახადა. შეიძლება წარმოვიდგინოთ რამდენად რთული იყო ბიზნესის საერთაშორისო მასშტაბით წარმართვა, როცა ძირითად სატრანსპორტო საშუალებას წარმოადგენდა იალქნიანი გემი. მონაცემთა დამუშავების ძირითად ფორმას _ ფანქარი და ქაღალდი, ხოლო ინფორმაციის გადაცემა ძირითადად ფოსტალიონის მეშვეობით გაგზავნილი წერილით ხდებოდა. სამეცნიერო-ტექნიკურმა რევოლუციამ დააჩქარა საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება და მისი ახალი მიმართულებების წარმოქმნას. სწრაფად განვითარდა საერთაშორისო ტურიზმი, საინფორმაციო ბიზნესი, ახალი ტექნოლოგიების გაცვლა, მუდმივად იზრდება ტრანსნაციონალური კორპორაციების სიმძლავრეები, ინფორმაციული ტექნოლოგიების სფეროში წარმატებებმა _ ფაქსის შექმნამ, ელექტრონული ფოსტის და ინტერნეტის განვითარებამ ხელი შეუწყო, მათი ოფისებისა და საწარმოო სიმძლავრეების განლაგებას მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაში. უახლესი ტექნოლოგიების გამოჩენა კიდევ უფრო ზრდის ფირმების აქტივობას საგარეო ბაზარზე.
- პოლიტიკური გარემოს ცვლილება. ეროვნული მთავრობების მიერ პოლიტიკაში გატარებულმა ცვლილებებმა გააქტიურა საეთაშორისო საქმიანი ოპერაციები. მეოცე საუკუნის პირველ ნახევარში საგარეო ბაზარზე გასვლას აბრკოლებდა საერთაშორისო ვაჭრობის გზაზე არსებული ბარიერები. პირველი მსოფლიო ომის შემდეგ ბევრი ქვეყანა აქტიურად მიმართავდა პროტექციონისტულ ზომებს, რაც მკვეთრად ამცირებდა საქონლისა და წარმოების ფაქტორების საერთაშორისო გადაადგილებას. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ეს პრაქტიკა მთლიანად გადაისინჯა. ვაჭრობით დაკავებულ ძირითად ქვეყნებს შორის გააქტიურდა მოლაპარაკებები საბაჟო ტარიფებისა და კვოტების შემცირებაზე, აგრეთვე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ხელშეწყობაზე. შეიქმნა საერთაშორისო ორგანიზაციები, რამლებიც მოწოდებულნი არიან ხელი შეუწყონ საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების სტაბილურ განვითარებას. ასეთი ინსტიტუტების მაგალითებია: ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი. გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის შექმნამ გაზარდა ნდობა სახელმწიფოებს შორის და შეამცირა შეიარაღებული კონფლიქტების წარმოქმნის ალბათობა.

2. საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის მეწარმეთა შორის ეკონომიკური ურთიერთობების ჩასახვა და განვითარება, ისტორიული თვალსაზრისით, ექსპორტ-იმპორტის ფორმით დაიწყო. შემდგომში კი მსოფლიოში ფართოდ გავრცელდა საერთაშორისო ბიზნესის სხვა ფორმებიც. მოკლედ განვიხილოდ ზოგიერთი მათგანი:

საქონლის ექსპორტი გულისხმობს მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმის საქონლის გატანას უცხოეთში, ხოლო იმპორტი მის შემოტანას. საქონლის ექსპორტი და იმპორტი თვალსაჩინოა, ამიტომაც ხშირად ხილულ ეხსპორტსა და იმპორტს უწოდებენ. თავის მხრივ, მომსახურება შრომითი საქმიანობის პროდუქტია, რომელიც აკმაყოფილებს ადამიანის მოთხოვნილებას. საქონლის და მომსახურების ექსპორტი ქვეყნის შემოსავლის წყაროა, ხოლო იმპორტი ზრდის დანახარჯებს.

საქონლის და მომსახურების საერთაშორისო გადაადგილება სხვადასხვა სიძნელეებთანაა დაკავშირებული (ტრანსპორტირება, საბაჟო ფორმალობების დაცვა, სავიზო რეჟიმები), რის გამოც პრაქტიკაში სულ უფრო აქტიურად გამოიყენება უცხოური ინვესტიციები, რომელიც იყოფა პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებად და საპორტფელო ინვესტიციებად.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ეწოდება საზღვარგარეთის ქვეყნებში განხორციელებულ კაპიტალდაბანდებებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ინვესტორის მხრიდან მათზე კონტროლის განხორციელებას. საპორტფელო ინვესტიციები - კაპიტალდაბანდებებია უცხოურ ობლიგაციებში, საზღვარგარეთის საწარმოთა აქციებსა და სხვა ფასიან ქაღალდებში. საპორტფელო ინვესტიციებს მიეკუთვნება ისეთი კაპიტალდაბანდებები, რომელთა წილი ფირმის კაპიტალში უფრო დაბალია პირდაპირი ინვესტიციებისათვის განსაზღვრულ ზღვართან შედარებით.

საერთაშორისო საქმიანი ოპერაციების სხვა ფორმებიდან აღსანიშნავია ლიცენზირება, ფრანჩაიზინგი და მმართველობითი კონტრაქტები. ლიცენზირება საერთაშორისო ბიზნესში გვთავაზობს ხელშეკრულების დადებას, რომლის თანახმადაც ერთ ქვეყანაში არსებული კომპანია გასცემს ლიცენზიას სხვა ქვეყნებში არსებულ კომპანიებზე თავისი არამატერიალური აქტივების (პატენტის, სავაჭრო მარკის, საფირმო სახელწოდების, საავტორო უფლებამოცილების, წარმოების საიდუმლოების) გამოყენებაზე, გარკვეული თანხის გადახდის სანაცვლოდ. საერთოდ ლიცენზია ნიშნავს ნების დართვას, ანუ ესაა ნებართვა, რომელსაც გასცემს სათანადო სახელმწიფო ორგანო საქონლის ექსპორტზე, იმპორტზე ან სხვა სამეწარმეო საქმიანობაზე. იგი არის ამ ნებართვის დამადასტურებელი საბუთი, რომელშიც აღნიშნულია სხვადასხვა რეკვიზიტები.

ფრანჩაიზინგი არის ლიცენზირების განსაკუთრებული ფორმა, რომლის არსი მდგომარეობს იმაში, რომ ერთ ქვეყანაში არსებული კომპანია (ფრანჩაიზერი) გადასცემს სხვა ქვეყანაში არსებულ კომპანიაზე (ფრანჩაიზი) ნებართვას თავისი წარმოების ტექნოლოგიის, აგრეთვე ბრენდის, სავაჭრო მარკის და ლოგოტიპის გამოყენებაზე, რისთვისაც ახდევინებს შესაბამის თანხას.

მართველობითი კონტრაქტი - ესაა შეთანხმება, რომლის თანახმად ერთი ქვეყნის კომპანია აძლევს სხვა ქვეყანაში არსებულ ფირმას თანხმობას თავსი კომპანიის საწარმოო სიმძლავრეთა მართვაზე ან სხვა სახის მმართველობით მომსახურებაზე განსაზღვრული თანხის გადახდის სანაცვლოდ, რომლის სიდიდეც მიეთითება კონტრაქტში. მმართველობითმა კონტრაქტმა ფართო გავრცელება ჰპოვა იმ შედარებით უფრო მსხვილ კომპანიებში, რომლებიც ფუნქციონირებენ სასტუმროების ბიზნესში.

კომპანიას, რომელიც ახორციელებს ზემოთ ჩამოთვლილ საქმიან ოპერაციებს, შეიძლება ეწოდოს საერთაშორისო კომპანია.

1.3. ტრანსნაციონალური კორპორაციები

ფართო გაგებით საერთასორისო ბიზნესი ორი ან მეტი ქვეყნის სუბიექტების მონაწილეობითა და შემოსავლის მიღების მიზნით განხორციელებული ნებისმიერი ოპერაციაა, მაგრამ მიუხედავად ამისა, საერთაშორისო ბიზნესში, ჩვეულებრივ, ძირითადი ყურადღება ტრანსნაციონალური კორპორაციების საქმიანობას ანუ დიდ ბიზნესს ეთმობა.

ტერმინი „ტრანსნაციონალური კორპორაცია“, შემოკლებით ტნკ, გამოიყენება საერთაშორისო ბიზნესში აქტიურად ჩართული ფირმის აღსანიშნავად. უფრო ზუსტად კი, ესაა ფირმა, რომელიც ანხორციელებს ინვესტიციებს, აგრეთვე ფლობს საწარმოო სიმძლავრეებს და აკონტროლებს ფასეულობათა შექმნას საზღვარგარეთ. აღნიშნულის გარდა, ტნკ მსოფლიოს სხვადასხვა ნაწილში ნაყიდი ნედლეულით წარმოებულ საქონელსა და მომსახურებას ყიდის სხვადასხვა ქვეყნის მომხმარებელზე.

აღსანიშნავია, რომ ინგლისურ ტერმინს „ტრანსნატიონალ“ სხვადასხვა თარგმანი გააჩნია და ამიტომ, ეკონომიკურ ლიტერატურაში საერთაშორისო ბიზნესში აქტიურად ჩართული ყველა საწარმო ხშირად ტრანსნაციონალურ კორპორაციად მოიხსენება. ტერმინი „ტრანსნაციონალური კორპორაცია“ განსაკუთრებით ფართოდ გამოიყენება გაეროს ჩარჩოში. გაეროს მიერ შემუსავებული ტრანსნაციონალური კორპორაციების კოდექსის თანახმად, ტნკ-ის მახასიათებელი ნიშნებია:

- ✓ წლიური ბრუნვა (გაყიდვების მოცულობა) 1 მლრდ აშშ დოლარზე მეტი;
- ✓ ფილიალები არანაკლებ 6 ქვეყანაში;
- ✓ უცხოური აქტივების წილი ყველა აქტივის მთლიან ღირებულებაში არა ნაკლებ 25-30%;

- ✓ საგარეო ოპერაციების მოცულობა საქონელბრუნვის მთლიან მოცულობაში ანუ რეალიზაცია რეზიდენტი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ – არა ნაკლებ 1/5-1/3.

ტნკ-ში სახვდასხვა ფირმების საქმიანობის მაკონტროლებელ ფირმას ჩვეულებრივ დედა-კომპანიას ან მეთაურ კომპანიას უწოდებენ. დედა-კომპანიის კუთვნილი კაპიტალის ზომით, მასზე დაქვემდებარების დონითა და სამართლებრივი მდგომარეობით ტნკ-ში შემავალი საწარმოები იყოფა შემდეგ სახეებად: ფილიალები, ქალიშვილი-კომპანიები და ასოცირებული კომპანიები.

ფილიალს არ გააჩნია იურიდიული და სამეურნეო დამოუკიდებლობა, საკუთარი ბალანსი და წესდება, ამიტომ იგი მოქმედებს დედა კომპანიის სახელწოდებითა და დავალებით. საქმიან საკითხებზე გადაწყვეტილებას იღებს დედა-კომპანია. ფილიალის სააქციო კაპიტალი თითქმის მთლიანად მეთაური კომპანიის კუთვნილებაა.

ქალიშვილი-კომპანიები იურიდიულად დამოუკიდებლები არიან, მაგრამ მეურნეობრივად ისინი დედა-კომპანიაზე არიან დამოკიდებულნი. ქალიშვილი-კომპანიები თვითონ აწარმოებენ გარიგებებს, აქვთ საკუთარი სახსრები და ქონება, მათი დოკუმენტაცია განცალკევებულია დედა-კომპანიისაგან. ამასთან, მეთაური კომპანია არაა პასუხისმგებელი თავისი ქალიშვილი-კომპანიის ვალდებულებებზე, ანუ მის კრედიტორებს არ შეუძლიათ დედა-კომპანიის აქტივებზე პრეტენზიის წაყენება.

ქალიშვილი კომპანიები ჩვეულებრივ ფლობენ სხვა კომპანიათა აქციებს. ეს უკანასკნელნი, თავის მხრივ, დედა-კომპანიისათვის `შვილიშვილი-კომპანიებია~. შვილიშვილ-კომპანიებს აგრეთვე შეუძლიათ სხვა ფირმების აქციების ფლობა და ა.შ. შესაბამისად ასეთი სახით იქმნება კომპანიათა მთელი ჯაჭვი.

ასოცირებული კომპანია იურიდიულად და მეურნეობრივად დამოუკიდებელია და არ ექვემდებარება მისი აქციების მფლობელი ფირმის კონტროლს.

ბოლო წლებში ტნკ-ების საქმიანობის შეფასების ერთ-ერთი ძირითადი მაჩვენებელია კომპანიათა ტრანსნაციონალიზაციის ინდექსი. იგი შედგება სამი მაჩვენებლისაგან: 1) კომპანიის საკუთრება საზღვარგარეთ, 2) კომპანიის თანამშრომელთა რაოდენობა საზღვარგარეთ და 3) რეალიზაცია საზღვარგარეთ. ინდექსი გაიანგარიშება აღნიშნული სამი მაჩვენებლის საფუძველზე. უცხოური აქტივების წილი მთლიან აქტივებში. უცხოეთში განხორციელებული გაყიდვები წილი კომპანიის მთლიან გაყიდვებთან. კომპანიის უცხოურ ფილიალებში დასაქმებულთა წილი თანამშრომელთა მთლიან რაოდენობასთან. აღნიშნულთა შორის დიდი ყურადღება ექცევა კომპანიის საკუთრებას საზღვარგარეთ.

ტნკ-ების საქმიანობა ძლიერ დივერსიფიცირებულია. აშშ-ს 500 უდიდეს ტნკ-ს აქვს განყოფილებები საშუალოდ 11 დარგში, ხოლო მათგან ყველაზე ძლიერნი მოიცავენ 30-50 დარგს. 100 წამყვანი სამრეწველო კომპანიიდან დიდ ბრიტანეთში მრავალდარგოვანია 96, გერმანიაში _ 78, საფრანგეთში - 84, იტალიაში - 90. ტნკ-ები სულ უფრო დიდ გავლენას ახდენენ მსოფლიო ეკონომიკაზე. ისინი აკონტროლებენ მსოფლიო სამრეწველო წარმოების თითქმის ნახევარს, საგარეო ვაჭრობის 65%, ახალ ტექნიკაზე და ტექნოლოგიებზე პატენტებისა და ლიცენზიების 80%-ს. ამასთან ტნკ-ის მიერ წარმოებული პროდუქციის 30-35% მოდის საზღვარგარეთის ფილიალებზე. მსოფლიოს ასი უმსხვილესი ეკონომიკური სტრუქტურიდან ნახევარზე მეტს ქვეყნები კი არა კორპორაციები წარმოადგენენ. მაგ. „ჯენერალ მოტორსის“ გაყიდვათა ჯამი აჭარბებს დანიის მშპ-ს, „ფორდისა“ - სამხრეთ აფრიკისას, ხოლო „ტოიოტასი“ - ნორვეგიისას.