

თემა 12: საერთაშორისო ბიზნესის არსი და ფორმები

მასალა ელექტრონული ფორმატით სწავლებისათვის. სილაბუსით გათვალისწინებული **თემა №12 (ნაწილი: პირველი და მეორე)**

თემის მასალა იხილეთ სახელმძღვანელოში: უ. სამადაშვილი. ბიზნესის საფუძვლები (მეექვსე გამოცემა, გადამუშავებული, დამატებებით). თეორია, დედააზრი ჩანართით, პრაქტიკუმი, სამეცნიერო-კვლევითი ნაშრომების თემატიკა. თბ. 2016. სილაბუსით გათვალისწინებული თემა №12- ის პირველი ნაწილი ნაწილი გვ.99-110; გვ. 374-376. მეორე ნაწილი გვ.110-118; გვ. 376-378.

12.1.საერთაშორისო ბიზნესის არსი, აუცილებლობა, მოტივები და ხელშემწყობი ფაქტორები

12.2. საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები

12.3.საერთაშორისო ბიზნესის ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურები

12.4. სახელმწიფოს როლი საერთაშორისო ბიზნესის რეგულირებაში

ნაწილი პირველი

12.1.საერთაშორისო ბიზნესის არსი, აუცილებლობა, მოტივები და ხელშემწყობი ფაქტორები

12.2. საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები

ამ თემის მიზანია

გადმოგეცეთ თანამედროვე ცოდნა და უნარები იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა აწარმოოთ ბიზნესი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ მეტი მოგების მიღების მიზნით განსხვავებულ პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სამართლებრივ და კულტურულ გარემოში, ასევე, განსხვავებული ვალუტის, საბაჟო და სავიზო რეჟიმის პირობებში.

12.1.საერთაშორისო ბიზნესის არსი, აუცილებლობა, მოტივები და ხელშემწყობი ფაქტორები

როგორც ყოველი ჯარისკაცი ოცნებობს გენერლობაზე, ისე ფირმების უმეტესობის სანუკვარი ოცნებაა წარმოებისა და მომსახურების გაგანა საზღვარგარეთ ანუ საერთაშორისო ბიზნესში ჩაბმა. აქ ისიც უნდა ითქვას, რომ სრულიად განსხვავებული კულტურის უცხოურ ქვეყანაში ბიზნესის წარმოება ბევრად ძნელია, ვიდრე მშობლიურ ქვეყანაში. სხვაგვარად, ეროვნული საწარმოები საკუთარ ქვეყანაში კონკურენტუპირაგესობით სარგებლობენ. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ საჭიროა საკმაოდ ძლიერი მოტივები, რომ კომპანიამ გადაწყვიტოს საზღვარგარეთ ბიზნესის წარმოება. გასათვალისწინებელია უპირაგესობა. გერმინი "აბსოლიტური უპირაგესობა" ნიშნავს ქვეყნის უნარს აწარმოოს საქონელი და მომსახურება კონკურენტზე ნაკლები დანახარჯებით. მაგალითად, პომიდვრის მოყვანაში საქართველოს აბსოლიტური უპირაგესობა აქვს შვედეთთან შედარებით, ვინაიდან საქართველოს კლიმატი შესაძლებელს ხდის მის მოყვანას ნაკლები რესურსების გამოყენებით ვიდრე შვედეთშია შესაძლებელი, სადაც მიზნის მისაღწევად სათბურების გაშენება იქნებოდა აუცილებელი. სხვა რესურსების (მაგ. მუშახელის, სასუქების) ღირებულებაც იმოქმედებდა აბსოლიტური უპირაგესობის ხარისხზე.

ფარდობითი უპირაგესობის განმარტება ოდნავ უფრო რთულია. დავუშვათ, რომ მსოფლიოში მხოლოდ ორი ქვეყანა (საქართველო და შვედეთი) და მხოლოდ ორი სახის საქონელი (პომიდორი და ფეხსაცმელი) არსებობს. იმის მიუხედავად, რომ საქართველოს შეიძლება აბსოლიტური უპირაგესობა გააჩნდეს ორივე ტიპის საქონლის წარმოებაში, ის მაინც მხოლოდ ერთი ტიპის საქონელს აწარმოებს—იმას, რომლის წარმოებაში აბსოლიტური უპირაგესობაც შედარებით დიდი აქვს, ანუ სხვა სიგყვებით რომ ვთქვათ, იმ პროდუქტს, რომლის წარმოებაშიც ფარდობითი უპირაგესობანი გააჩნია. თუ, მაგალითად, შვედეთს ორჯერ უფრო მეტი რესურსები ესაჭიროება პომიდვრის მოსაყვანად და სამჯერ უფრო მეტი – ფეხსაცმლის საწარმოებლად, მაშინ მარტივი ანგარიშით შეგვიძლია დავრწმუნდეთ, რომ ორივე ქვეყნისათვის ყველაზე სარფიანი იქნება შემდეგი დანაწილება: საქართველო აწარმოებს მხოლოდ ფეხსაცმელს, ხოლო შვედეთი მხოლოდ პომიდორს. ორივე ქვეყანა ამ შემთხვევაში მაქსიმალურ მოგებას ნახავს, თუ ვაჭრობა ამ ქვეყნებს შორის თავისუფალია.

ზემოთ მოყვანილი თეორიული მაგალითი შეიძლება განვავრცოთ რეალურ მსოფლიოზე. საერთაშორისო ბიზნესისა და თავისუფალი ვაჭრობის პირობებში ქვეყნები (რაიონები, ქალაქები, სოფლები) იმ საქმეში სპეციალდებიან, რაშიც მათ ფარდობითი უპირაგესობა გააჩნიათ.

საერთაშორისო ბიზნესი არის მოგების მიღების მიზნით ქვეყნის საზღვრებს გარეთ რესურსების და საქონლის (მომსახურების) გადაადგილებასთან დაკავშირებული საქმიანობა. სხვა სიგყვებით, საერთაშორისო ბიზნესში მოიაზრება ისეთი საქმიანი

ოპერაციები, რომლებიც ერთზე მეტი ქვეყნის წარმომადგენელ მხარეებს შორის ხორციელდება. ასეთია მაგალითად: ნელლეულის, მასალებისა და მაკომპლექტებლების შესყიდვა ერთ ქვეყანაში და მათი გადაზიდვა სხვა სახელმწიფოში შემდგომი გადამუშავებისა ან აწობისათვის; მზა პროდუქციის გრანსპორტირება ერთი ქვეყნიდან მეორეში საცალო ვაჭრობაში გაყიდვის მიზნით; ქარხნების მშენებლობა საზღვარგარეთის ქვეყნებში შედარებით იაფი სამუშაო ძალის გამოყენების საფუძველზე მაღალი შემოსავლების მიღებისათვის; კრედიტის მიღება ერთი ქვეყნის ბანკიდან საქმიანი ოპერაციების დაფინანსებისათვის მეორე ქვეყანაში და მრავალი სხვა. მგვარი საერთაშორისო საქმიანი ოპერაციების მონაწილე მხარეები (სუბიექტები) შეიძლება იყვნენ ფიზიკური პირები, ცალკეული კომპანიები, კომპანიათა ჯგუფები თუ სახელმწიფო ორგანიზაციები.

რითი განსხვავდება საერთაშორისო ბიზნესი ქვეყნის შინა საქმიანი ოპერაციებისაგან? მოკლედ თუ ვიცვით, საშინაო მეწარმეობაში იგულისხმება საქმიანი ოპერაცია, რომელიც არ სცდება ერთი სახელმწიფოს ფარგლებს. საერთაშორისო საქმიანი ოპერაცია კი ხორციელდება მოცემული ქვეყნის საზღვრებს გარეთ. ამას გარდა, ქვეყნის შინა საქმიანი ოპერაციებისაგან საერთაშორისო ბიზნესი განსხვავდება მასში ჩართული ქვეყნების სხვადასხვა ვალუტებით, სამართლებრივი სისტემებით, კულტურებითა და რესურსებზე ხელმისაწვდომობით. უფრო კონკრეტულად: საერთაშორისო ბიზნესში ჩართულ ქვეყნებში, როგორც წესი, სხვადასხვა ქვეყნის ვალუტა გამოიყენება, რაც მოითხოვს ვალუტის კონვერტირებას (გადაცვლას) სულ ცოცა ერთი ქვეყნის ვალუტაზე მაინც; სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული სამართლებრივი სისტემა არსებობს, რაც ერთ-ერთ მათგანს აიძულებს გარკვეული კორექტივები შეიგანოს თავის მოქმედებაში, რათა შესაბამისობაში მოიყვანოს ადგილობრივ კანონმდებლობასთან. ეს კი საერთაშორისო მენეჯერთა მიერ ერთ-ერთი ყველაზე ძნელად გადასაჭრელი პრობლემაა; არსებობს განსხვავება სხვადასხვა ქვეყნის კულტურებს შორისაც, რაც, ასევე, აიძულებს თითოეულ მათგანს თავისი ქცევების სტრატეგია ააგოს ისე, რომ შესაბამისობაში მოიყვანოს სხვა ქვეყნების ეროვნულ-კულტურულ თავისებურებებთან; ყოველი ქვეყნისათვის დამახასიათებელია რესურსების გარკვეული სახეობები და მოცულობა. ერთ ქვეყანას შეიძლება გააჩნდეს ბუნებრივი რესურსების დიდი მარაგები, მაგრამ არ ჰყავდეს კვალიფიციური სამუშაო ძალა. ეს მაშინ, როდესაც სხვა ფლობდეს მწარმოებლურ, მაღალკვალიფიციურ სამუშაო ძალას და ამავედროულად განიცდიდეს ბუნებრივი რესურსების დეფიციტს და სხვა.

ხშირ შემთხვევაში საერთაშორისო და შინა ბიზნეს-ოპერაციებში ჩართულ მენეჯერთა საბაზო ცოდნა და უნარ-ჩვევები მნიშვნელოვნად არ განსხვავდება ერთმანეთისგან. ასე მაგალითად, მარკეტინგის მენეჯერთა მიერ აუცილებლად უნდა ჩაგარდეს მიზნობრივი მომხმარებლების მოთხოვნილებებისა და სურვილების ანალიზი, მიუხედავად იმისა ისინი დაკავებული არიან საერთაშორისო თუ სამამულო ბიზნესით. ბიზნესის წარმართვის ზოგადი მიდგომების ერთიანობის მიუხედავად საერთაშორისო ბიზნესით დაკავებულ მენეჯერთა შრომა ბევრად უფრო რთულია, ვიდრე ქვეყნის შიგნით განხორციელებული ანალოგიური საქმიანობა. ასე მაგალითად, საერთაშორისო ბიზნესით დაკავებული სპეციალისტები კარგად უნდა ერკვეოდნენ ქვეყნების კულტურულ, კანონმდებლურ, პოლიტიკურ და სოციალურ თავისებურებებში. მათი მოვალეობაა სწორად შეარჩიონ მიზნობრივი ქვეყანა, გაარკვიონ ის, თუ რომელ ქვეყანაში შეიძლება საჭირო რესურსების შეძენა და სად შეიძლება კომპანიის

პროდუქციის გაყიდვა. საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯერთა ფუნქციაა, აგრეთვე, კომპანიის საზღვარგარეთ მოქმედი ქალიშვილი საწარმოების საქმიანობის კოორდინაცია იმ სამართლებრივი ნორმების შესაბამისად, რომლებიც მიღებულია შესაბამისი ქვეყნების საგადასახადო და მაკონტროლებელი ორგანოების მიერ.

რა აუცილებლობით არის განპირობებული საერთაშორისო ბიზნესის შესწავლა და რა სარგებლობის მოგანა შეუძლია მას? არსებობს რიგი მიზეზები, რის გამოც თანამედროვე სტუდენტები და სპეციალისტები უნდა ფლობდნენ საერთაშორისო ბიზნესს: პრაქტიკულად ყველა მსხვილი კომპანია, სადაც სტუდენტებს მოუწევთ მუშაობა მომავალში, ან ანხორციელებს საერთაშორისო საქმიან ოპერაციებს, ან ამათუიმ ფორმით ჩართულია ეკონომიკის გლობალიზაციის პროცესებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, იმისათვის, რომ მომავალმა სპეციალისტებმა იქონიონ კარიერული მრდის კარგი შესაძლებლობა და დაამყარონ სასარგებლო კომუნიკაციები სხვა მენეჯერებთან, ისინი კარგად უნდა ერკვეოდნენ საერთაშორისო კომერციული საქმიანობის საკითხებში. მაგალითად, მომავალი მენეჯერისათვის პირველი სამუშაო დავალება შეიძლება იყოს იმ გუნდის მუშაობაში მონაწილეობა, რომელიც დაკავებულია ერთ-ერთი საერთაშორისო ბიზნეს-პროექტის რეალიზაციით. ამ გუნდის შემადგენლობაში შეიძლება იყვნენ სპეციალისტები რუსეთიდან, თურქეთიდან, გერმანიიდან, აშშ-დან და ა. შ. საერთაშორისო ბიზნესის საფუძვლების ცოდნა კი დაეხმარება მათ უფრო ღრმად გაერკვნენ ამ გუნდის ჩამოყალიბების მიზეზებში და მათ წინაშე მდგარ პრობლემებში, ასევე, კოლეგებთან ეფექტიანი ურთიერთქმედების ხერხების გამოძებნაში;

შესაძლებელია მომავალ სპეციალისტს მუშაობა მოუწიოს იმ კორპორაციის კუთვნილ ფირმაში, რომლის შტაბ-ბინა მდებარეობს სხვა ქვეყანაში. მაგალითად, 6,5 მლნ ამერიკელი მუშაობს უცხოურ კომპანიაში, რომელთა ქალიშვილი საწარმოები მდებარეობენ აშშ-ის გერიგორიაზე. თავის მხრივ, ამერიკული კომპანიების საზღვარგარეთულ ქალიშვილ საწარმოებში დაკავებულია 8,1 მილიონი ადამიანი მცხოვრები ევროპაში, აზიაში, აფრიკაში, ავსტრალიაში, ლათინური ამერიკის ქვეყნებში, ასევე, კანადაში;

საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში, ასევე, სულ უფრო მეტად ერთვებიან მცირე კომპანიები. ასე მაგალითად, ახალი მცირე კომპანიის გახსნის შემთხვევაში მეწარმე შეიძლება წააწყდეს საღვარგარეთული მასალების ან მოწყობილობის გამოყენების აუცილებლობას, უცხოურ კომპანიებთან კონკურენციას, უცხოურ ბაზარზე საკუთარი პროდუქციის გასაღების შესაძლებლობას და სხვას. ვაჭრობის ელვისებურმა განვითარებამ კომუნიკაციის ელექტრონული საშუალებების გამოყენებით ახალი შესაძლებლობა გახსნა მცირე კომპანიებისათვის. წინათ საგარეო ბაზარზე გასვლისათვის, კომპანიებს რუდუნებით მუშაობა უწევდათ პროდუქციის განაწილების ცენტრების ქსელის ჩამოყალიბებაზე, ასევე, უცხოურ ქვეყნებში საკუთარი სავაჭრო ნიშნის ცნობადობის უზრუნველყოფაზე. ამ პროცესების რეალიზაცია ბევრად ხელსაყრელ პირობებში აყენებდა მსხვილ კომპანიებს მცირე ფირმებთან შედარებით. თანამედროვე პირობებში კარგად დამუშავებული ვებ-საიტი კი შესაძლებლობას იძლევა ნებისმიერმა კომპანიამ, მისი სიდიდის მიუხედავად, გააფართოოს თავის ბიზნესი იმ სეგმენტზე, რომელიც მოიცავს მომხმარებლებს მთელ მსოფლიოში, ამ ქვეყნებში ფიზიკურად ყოფნის გარეშე. ასეთი შესაძლებლობა მნიშვნელოვნად აიოლებს მცირე კომპანიების მსოფლიო ბაზარზე გასვლას. ამას გარდა, ინფორმაციული ტექნოლოგიების, კერძოდ, ინტერნეტის გამოყენება, მცირე ფირმებს შესაძლებლობას

აძლევს ხარჯების შემცირებისა და შედარებით მსხვილ კომპანიებთან პაექრობისა. მაგალითის სახით შეიძლება მოვიხმოთ კომპანია LEE HUNG GARMENT FACTORY განსაცმლის საოჯახო სამკერვალო საწარმო, რომელიც არსებობს ჰონკონგში. ამ საწარმოს შესაძლებლობა მიეცა სამჯერ შეემცირებინა დამკვეთებთან კონტაქტების დამყარებისათვის ხარჯები ფაქსებისა და სატელეფონო ზარების მაგიერ ინტერნეტის გამოყენებით. დამკვეთებისათვის საკუთარი პროდუქციის ნიმუშების ფოტოსურათების გადაგზავნისათვის ექსპრეს-ფოსტის მაგიერ ახლა გამოიყენება ინტერნეტი. საანალიზო კომპანიის მენეჯერთა შეფასებით, მოდელის შექმნაზე ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებამ კომპანიას საშუალება მისცა ხარჯები შეემცირებინა 15-20%-ით;

მენეჯერებმა არ უნდა დაუშვან თავიანთი მომავალი კონკურენტებისაგან ჩამორჩენა. საქმე ისაა, რომ ევროპული ბიზნეს-სკოლების სტუდენტები, რომლებიც ბიზნესს ეუფლებიან იქ, ჩვეულებრივ, რამდენიმე ენას სწავლობენ, ასევე, მდიდარ გამოცდილებას იძენენ უცხოურ ქვეყნებში მუშაობითა და მოგზაურობით. მრავალ ევროპულ უნივერსიტეტში მენეჯერების სწავლების საგანმანათლებლო პროგრამებით სტუდენტებმა არა ნაკლებ ერთი სემესტრი უნდა გააგარონ სხვა ქვეყანაში. სტუდენტები, რომლებიც განათლებას ეუფლებიან ამიის ქვეყნებში, ასევე, ენერგიულად მუშაობენ, რომ ღრმად შეისწავლონ სხვა ქვეყნების, განსაკუთრებით, ჩრდილო ამერიკისა და ევროპის ქვეყნების ბაზრები და კულტურები. ეს სტუდენტები, რომლებიც ემზადებიან მენეჯერობისათვის, ძალიან მალე გახდებიან მოცემული წიგნის მკითხველების კონკურენტები, რომლებიც იმუშავენ კონკურენტ, ან იმავე კომპანიაში, სადაც დასაქმდება ამ წიგნის მკითხველი. ეს იმას ნიშნავს, რომ სტუდენტებმა თავიანთ კარიერაზე უნდა იმზუნონ ჯერ კიდევ სწავლის პროცესში, მაქსიმალურად განავითრონ საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში თავიანთი ცოდნა და უნარ ჩვევები. ეჭვი არ არის, რომ ამგვარი ცოდნისა და ჩვევების უქონლობა შესაძლებელია სერიოზული ბარიერი აღმოჩნდეს კარიერული ზრდის გზაზე;

ყოველივე ზემოთქმულის გარდა საერთაშორისო ბიზნესის დაუფლება აუცილებელია იმიტომაც, რომ საქმის კურსში იყოს თუ რა ბოლო მიღწევებია მართვის ტექნოლოგიების სფეროში, რომელთაგან ბევრი შემუშავდა, ვთქვათ, საქართველოს ფარგლებს გარეთ. მაგალითად, იაპონიაში შემუშავდა და პრაქტიკაში გამოყენებული იქნა მაგერიალური მარაგების მართვის პროგრესული მეთოდები, რომელმაც მიიღო სახელწოდება “ზუსტად დროში”. “ზუსტად დროში” სისტემის მიხედვით მუშაობისას, მომწოდებლები ვალდებული

არიან საჭიროების შემთხვევაში ამოსავალი რესურსებით უზრუნველყონ კომპანია. ისეთი კომპანიები, როგორცაა “ვოლვო” (მდებარე ევროპაში) და “ჰონდა” (არსებული იაპონიაში), პირველნი იყვნენ, რომლებმაც გამოცადეს შრომის ორგანიზაციის ისეთი ახლებური მეთოდები, როგორცაა უფლებამოსილებათა დელეგირება, ხარისხის წრეები და ავტონომიური და მრავალფუნქციური მუშა ჯგუფები. აღნიშნული მეთოდების დანერგვის მიზანი იყო მუშაკთა შრომის მწარმოებლურობის და სამუშაოთი კმაყოფილების ხარისხის ამაღლება. კომპანიები, რომელთა მენეჯერები ჩამორჩებიან კონკურენტ კომპანიებში მუშაობის ნოვატორულ მეთოდებს, უცილობლად განიცდიან წარუმატებლობას მსოფლიო ბაზარზე;

საერთაშორისო ბიზნესის შესწავლის აუცილებლობის ბოლო ასპექტი, რომელსაც, ასევე, აქვს არანაკლები მნიშვნელობა, ესაა მომავალი მენეჯერების კომპეტენტურობის ამაღლება კულტურის საკითხებში. იმის კვალობაზე, რომ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის კულტურული ცხოვრება და პოლიტიკური სისტემები,

სულ უფრო ურთიერთდაკავშირებული ხდება, სხვადასხვა ხალხებს შორის საერთო და განმასხვავებელი მახასიათებლების ღრმა გაგება სულ უფრო მეტ აქტუალობას იძენს. მენეჯერები სულ უფრო ხშირად ამყარებენ კონტაქტებს განსხვავებული კულტურული მემკვიდრეობის ქვეყნების მომხმარებლებთან, მომწოდებლებთან და კონკურენტ ფირმებთან. ომავალი მენეჯერი უნდა ფლობდეს ინფორმაციას პარტნიორი ქვეყნის ბიზნეს-ქცევის ეროვნული და კულტურული თავისებურებების შესახებ და თავის ქცევებს მიუსადაგებდეს მათ. ამგვარი ინფორმაცია სპეციალისტს დაეხმარება დაიმსახუროს პატივისცემა და ნდობა ამ კომპანიებისა, უზრუნველყოს თავისი კომპანიის კონკურენტული უპირატესობა მათთან პაექრობისა და თანამშრომლობის პროცესში. და პირიქით, თუ მენეჯერმა ძალიან ცოცხა იცის ან საერთოდ არაფერი იცის თანამედროვე მსოფლიოს შესახებ, მაშინ მას მოეკიდებიან, როგორც საშუალო, გამოუსადეგარ სპეციალისტს, რომელიც არ არის მზად მასზე დაკისრებული მოვალეობების შესრულებისათვის. ეს მტკიცება ჭეშმარიტია მიუხედავად იმისა, თუ ვინ არის იგი-მენეჯერი, მომხმარებელი თუ მსოფლიო ამბების მიმომხილველი.

ეკონომიკის გლობალიზაციისა და ლიბერალიზაციის თანამედროვე პირობებში, როდესაც კომპანიებისათვის ხელმისაწვდომი ხდება მათგან დაშორებით მყოფი ქვეყნის რესურსებისა (აღამიანური, ბუნებრივი, კაპიტალური და ინტელექტუალური) და საქონლის გასაღების ბაზრები, საერთაშორისო ბიზნესი განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს.

საერთაშორისო ბიზნესში კომპანიების მონაწილეობის ძირითადი მოტივებია: 1. საქონლის (მომსახურების) გასაღების ბაზრის გაფართოება; 2. რესურსების (მუშახელი, მიწა, ნედლეული და მასალები), მაკომპლექტებლების, ნახევარფაბრიკატებისა და სხვათა საღვარგარეთ უფრო იაფად შექმნა; 3. მომარაგებაგასაღების წყაროების დივერსიფიკაცია ეკონომიკური ციკლის სხვადასხვა ფაზაზე მყოფი ქვეყნების მიხედვით. 4. საკვანძო კომპეტენციის უფრო ფართო გამოყენება, რომლის განვითარება კომპანიამ შეძლო საშინაო ბაზარზე. მაგალითად, კომპანია “ნოკიაში” შემუშავებული იქნა ფიჭური გელეფონის წარმოების უახლესი ტექნოლოგია, რომელიც ხალისით მიიღო მომხმარებელმა ფინეთის საშინაო ბაზარზე. “ნოკიას” მენეჯერებმა უცებ გაიგეს, რომ კომპანიას შეეძლო გაეზარდა თავისი შემოსავლები და მოგება, წარმოებისა და გაყიდვის მოცულობის გაფართოებით სხვა ქვეყნებში.

ბოლო პერიოდში საერთაშორისო ბიზნესის მასშტაბების გაფართოებას ხელი შეუწყო რიგმა ფაქტორებმა, ესენია:

- კავშირგაბმულობის საერთაშორისო ხაზების მომრავლების გამო ინფორმაციის სწრაფი გადაცემის შესაძლებლობა;
- საგრანსპორტო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების შედეგად საქონლის, მომსახურებისა და მუშახელის გადაადგილების დაჩქარება;
- მსოფლიო ფულის (ვალუტის) გაცვლითი კურსის სტაბილურობის გამო საგარეო ეკონომიკური კავშირების გაფართოება და გაიოლება;
- საერთაშორისო ფინანსური, სავაჭრო და ეკონომიკური ორგანიზაციების საქმიანობის გააქტიურების საფუძველზე განვითარების

სხვადასხვა დონის მქონე ქვეყნებს შორის კავშირების დამყარება;

- გაჯერებული ან მცირე და ნაკლებ მიმზიდველი შიდა ბაზრისაგან განზიდულობა;
- ღივერსიფიკაცია. სხვადასხვა ქვეყანაში ბიზნესის გაშლა—გაფართოებით რისკის ხარისხის ანუ შესაძლებელი დანაკარგების შემცირება;
- ბევრ ქვეყანაში მასობრივად მიმდინარე პრივატიზაცია.

საზღვარგარეთ ბიზნესის წამოებაზე შესაძლოა გავლენა იქონიონ შემდეგმა ეკონომიკურმა ფაქტორებმა: მოსახლეობის შემოსავლების დონე, გაცვლითი კურსი, ტარიფი, ქვოტა, ემბარგო, სუბსიდიები ექსპორტის წახალისებისათვის, დემპინგური ფასები, ინფლაცია, საკრედიტო საპროცენტო განაკვეთი, საგადასახადო-საბაჟო სისტემა და სხვა. ანგარიშგასაწევია არაწმინდა ეკონომიკური ხასიათის ფაქტორებიც: პოლიტიკური სტაბილურობა, რესურსების რაოდენობა, კულტურა, კანონები, ტექნოლოგიური განვითარების დონე და სხვა.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, საერთაშორისო ბიზნესში ფუნქციონირებადი ფირმის მართვა გაცილებით რთულია, ვინაიდან მისი მენეჯერები კარგად უნდა გაერკვნენ ეკონომიკურ პირობებსა და ტენდენციებში, ამასთან, თვალი უნდა ადევნონ იმ ქვეყნის ეკონომიკურ პროცესებს, სადაც ისინი ეწევიან ბიზნესს ან აპირებენ ამას.

12.2. საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები

საერთაშორისო ბიზნესის (ბიზნესზე გასვლის) ფორმებია: ექსპორტი, ლიცენზირება, პირდაპირი ინვესტიცია უცხოეთში, ერთობლივი (მრავალეროვნული) საწარმო და ტრანსეროვნული კორპორაცია. განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

ექსპორტი. აღსანიშნავია, რომ კომპანიების უმრავლესობა საერთაშორისო ბიზნესს ექსპორტით იწყებს, ვინაიდან იგი საგარეო ბაზარზე გასვლის (შელწევის) ყველაზე იაფი და ეფექტიანი გზაა. ამ მიზნით იქმნება დამოუკიდებელი სავაჭრო კომპანია, რომელიც აადვილებს უცხოელ მყიდველებთან დაკავშირებას.

საქართველოდან ექსპორტი იმას ნიშნავს, რომ ხდება ქართული საქონლის გაგზავნა საზღვარგარეთელ მომხმარებლებთან და იმათგან მიიღება უცხოური ვალუტა. ქართული საექსპორტო პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა, ხარისხთან და ფასთან ერთად, დიდადაა დამოკიდებული ლარის კურსზე სხვა ქვეყნების ვალუტის მიმართ. ლარის სისუსტე, მიუხედავად იმისა, რომ დიდი ნაკლია ცხოვრების მრავალ სფეროში, ექსპორტიორებისათვის ხელსაყრელია, რადგან ქართულ საქონელს აიაფებს სხვა ქვეყნების საქონელთან შედარებით. ლარის გაძვირება კი - საპირისპირო შედეგს იძლევა.

ლიცენზირება. ფრანჩაიზის მსგავსად ლიცენზირება ნებაართვის შეძენაა. ასე მაგალითად, მსხვილ კომპანიას შეუძლია სპეციალური შეთანხმების საფუძველზე საკუთარი მარკის გამოყენების ან პროდუქციის წარმოების ლიცენზია (ნებაართვა) მიჰყიდოს უცხოურ კომპანიას ან სახელმწიფოს.

ამ შეთანხმების საფუძველზე უცხოური კომპანია ან სახელმწიფო იყენებს ლიცენზიის გამყიდველი ფირმის პატენტს, მარკას, ტექნოლოგიას და ავითარებს საერთაშორისო ბიზნესს.

სანაცვლოდ ლიცენზიის გამყიდველი იღებს სალიცენზიო გადასახდელს. როგორც ხელავეთ, ლიცენზიის გამცემი თავისი სავაჭრო მარკის საერთაშორისო ბაზარზე გამოყენებიდან შემოსავალს იღებს ყოველგვარი ინვესტირების გარეშე.

პირდაპირი ინვესტიციები უცხოეთში. როგორც დასახელებიდან ჩანს, იგი გულისხმობს ინვესტიციების (კაპიტალის) განთავსებას უცხოურ სახელმწიფოში.

რა აპირობებს კაპიტალის გაგანას საზღვარგარეთ და ვინ შეიძლება მოახდინოს იგი? ქვეყნიდან კაპიტალის გაგანის ძირითადი მიზეზია მისი სიჭარბე, რის გამოც მასზე მოგება დაბალია. სწორედ ამიტომ კაპიტალი მიემართება იქ, სადაც მასზე დიდი მოთხოვნაა და რჩება იქ, სადაც მას კარგად ეპყრობიან ანუ სადაც არის ხელსაყრელი საინვესტიციო კლიმატი (ინვესტიორისათვის მისაღები პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამართლებრივი და იდეოლოგიური პირობები).

კაპიტალის გაგანა შეიძლება მოხდეს პორთფელური და პირდაპირი ინვესტიციების ფორმით სახელმწიფოს, საერთაშორისო ორგანიზაციების, კორპორაციებისა და კერძო პირების მიერ. ვინაიდან პირდაპირ და პორთფელურ ინვესტიციებად დაყოფა ხდება ძირითადად ინვესტირების მიზნიდან გამომდინარე, თავად მიზანი კი შეიძლება შეიცვალოს, ამდენად, მათ შორის აბსოლიტურად მკაფიო გამყოფი ბღვარის გავლება ძნელია. მაგალითად, ერთ საწარმოს შეუძლია იყიდოს მეორის აქციები მასზე კონტროლის მიზნით და, მალე შეცვლილი სიტუაციიდან და მიზნებიდან გამომდინარე, ხელსაყრელად გაყიდოს ეს აქციები. ან პირიქით, თავდაპირველად იყიდოს აქციები სპეკულიაციური მიზნებით, ხოლო შემდეგ მათი საშუალებით დაადგინოს რეალური კონტროლი ინვესტირების ობიექტზე. სწორედ ამიტომ, პირდაპირ და პორთფელურ ინვესტიციებად დაყოფა ხდება თავდაპირველი ინვესტირების მიზნიდან გამომდინარე.

აღსანიშნავია, რომ პორთფელური ინვესტიციისაგან განსხვავებით პირდაპირი ინვესტიცია, როგორც წესი, საინვესტიციო ობიექტზე კონტროლისა და მართვის უფლებას იძლევა. პორთფელური ინვესტიციები ხშირად მოკლევადიანია, ხოლო პირდაპირი ინვესტიციები გრძელვადიანი.

პირდაპირი ინვესტიციები, ერთი მხრივ, ფრანჩაიზისა და ლიცენზირების საწინააღმდეგო აქტია, როდესაც ინვესტირება, როგორც ასეთი, არ ხდება და მეორე მხრივ, ექსპორტის ბუნებრივი გაფართოებაა, რადგან როდესაც ექსპორტის მოცულობა იზრდება, შესაბამისად მაგულობს გრანსპორტირების ხარჯები, რისკები, საბაჟო გადასახადები და ა. შ. და ეკონომიკურად მიზანშეწონილი ხდება პირდაპირი ინვესტირება.

პირდაპირი ინვესტირება უცხოეთში ორი ფორმით ხდება: 1. კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ უკვე მზა ბიზნესის, ან მისი ნაწილის შეძენა; 2. მზა კომპანიის შესყიდვის შეუძლებლობის შემთხვევაში, კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ მიწის შეძენა თავისი პროფილის საწარმოს აშენების მიზნით.

რას იგებს ინვესტიციების (კაპიტალის) ექსპორტიორი და რას იგებს მისი მიმღები? უცხოეთში პირდაპირი ინვესტირებისას კაპიტალის ექსპორტიორი იგებს მოგებას, იმპორტიორი კი – ეკონომიკის განვითარებას, რიგი დადებითი ეფექტებით. ესაა:

- ახალი საქონელი და ბაზარი;
- ახალი და მაღალანაზღაურებადი სამუშაო ადგილები;
- კონკურენციის ახალი სტანდარტები;
- შრომის ახალი კულტურა;
- მოწინავე ტექნიკა–ტექნოლოგია, მენეჯმენტი, მარკეტინგი, აღრიცხვის ახალი სტანდარტები;
- მდგრადი და პროგნოზირებადი სტაბილურობა და სხვა.

ცხადია, პირდაპირ ინვესტიციებს მიმღები ქვეყნისათვის გარკვეული ურაცოფითი ეფექტებიც ახლავს. კერძოდ:

- ქვეყანაში შემოდის არა მხოლოდ უცხოური კაპიტალი, არამედ უცხოელი მესაკუთრეც;
- მოსალოდნელია „ჭუჭყიანი დარგების“ კონცენტრაცია, რადგან მსოფლიოში ცალსახად შეიმჩნევა განვითარებული ქვეყნებიდან ჭუჭყიანი წარმოებების გატანის ტენდენცია განვითარებად ქვეყნებში.

სწორედ ამიტომ, საჭიროა შემუშავდეს სახელმწიფო რეგულირების ქმედითი მექანიზმი, რომელიც სასურველი უცხოური კაპიტალის მოზიდვას წაახალისებს და არასასურველის ქვეყანაში შემოღწევას შეაკავებს. ხატოვნად, სასურველ კაპიტალს ფიანდაბი უნდა გაეფინოს, არასასურველს კი „წითელი შუქი“ აენთოს.

თავად ინვესტიორისათვის პირდაპირ ინვესტირებას ახასიათებს გარკვეული უარყოფითი ასპექტებიც, რომელთა გათვალისწინება საქმიანობის პროგნოზირებისას აუცილებელია, კერძოდ:

- ფირმა აღიქმება, როგორც უცხოური, რაც მომხმარებელთა გარკვეული ჯგუფის, კონკურენტი ეროვნული კომპანიებისა და სახელმწიფო მოხელეების მხრიდან მისდამი მგრულ დამოკიდებულებას ბაღებს. ისინი ხშირად დედა უცხოურ კომპანიას ნდობით არ ეკიდებიან;
- ოპერაციების საზღვარგარეთ განხორციელებისას ყველაფერი შგაბ–ბინიდან ძალიან შორს მიმდინარეობს, რაც აძნელებს ინფორმაციის შეგროვებას და გადაცემას, კონტროლსა და მართვას;
- ორგანიზაციული მშენებლობისა და საკადრო პოლიტიკის წარმოებისას საჭირო ხდება კულტურული განსხვავებულობის გათვალისწინება;
- ფინანსური დაგეგმვა და პოლიტიკა ექვემდებარება საგადასახადო კანონებისა და სამართლებრივი შემღუღვების ახალ (განსხვავებულ) ნაკრებს;

- ოპერაციების წარმოება უცხოურ ვალუტაში მრდის ფულადი ნაკადების გაურკვეველობას და ხდება რისკის ახალი არსებითი კომპონენტი;
- კომპანია მოქმედებს უცხო პოლიტიკურ გარემოში. ამ გარემოსა და შესაბამისი კანონების არ ცოდანას, ასევე, საკუთარი ქვეყნის კანონებთან კონფლიქტს, შესაძლოა მოჰყვეს საკმაოდ „მკაცრი სასჯელი.“

საერთაშორისო ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი სახეობაა საერთაშორისო კომპანიები, რომლებიც ბიზნესს ახორციელებენ საერთაშორისო მასშტაბით. საერთაშორისო კომპანიები, ერთი მხრივ, სწრაფად განვითარებადი საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების შედეგია, მეორე მხრივ კი—თვითონ წარმოადგენს მასზე ბემოქმედების მძლავრ მექანიზმს. მიმდინარე საუკუნის დასაწყისში მსოფლიოში ფუნქციონირებდა დაახლოებით 83 ათასი საერთაშორისო კომპანია. აღნიშნული კორპორაციების მიერ საზღვარგარეთ წარმაგების მისაღწევად აუცილებელია მოცემული ქვეყნის ენის, კულტურისა და გარემოს შესწავლა.

საერთაშორისო კორპორაციების დაყოფას ახდენენ მათი რესურსების ფორმირების წყაროებისა (ეროვნებათაშორისი ანუ მრავალეროვნული, გრანსეროვნული ანუ ერთი ქვეყნის ეროვნული კაპიტალის ბაზაზე შექმნილი კორპორაცია) და წესდების განსხვავებულობის მიხედვით (კარგელი, სინდიკატი, გრესტი, კონცერნი).

მრავალეროვნულ კორპორაციაში სათაო კომპანია ეკუთვნის ორი ან მეტი ქვეყნის კაპიტალს, ხოლო პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მთელ მსოფლიოში ვრცელდება. ერთობლივი ანუ რამდენიმე ქვეყნის ეროვნული კაპიტალით ჩამოყალიბებული საერთაშორისო საწარმოს (კორპორაციის) მოცივი ისაა, რომ პარტნიორებმა კონკურენციის ნაცვლად მომავალში ერთობლივად მიაღწიონ მიზანს. ასეთი საქმიანი ორგანიზაცია სიმბიოზურია ანუ პარტნიორებისათვის ურთიერთსასარგებლოა. სიმბიოზურ კავშირს კი სინერჯიამდე მიყვავართ. პარტნიორები, საბოლოო ანგარიშში, იღებენ იმაზე მეტს, ვიდრე ერთმანეთის მეგობრობისას, ცალ—ცალკე მუშაობით მიიღებდნენ.

ერთობლივი ანუ მრავალეროვნული კორპორაციის მაგალითია “ფოლკსვაგენის” (გერმანია) მიერ ახალი მოდელის მსუბუქი ავტომანქანის გამოშვება “შკოდის” ქარხნების (ჩეხეთი) ბაზაზე; ასევე, ამერიკული “ფორდის” მიერ ახალი მოდელის მანქანების აწყობა ევროპის ხუთ სახელმწიფოში (დიდი ბრიტანეთი, ესპანეთი, გერმანია, საფრანგეთი, ირლანდია).

გრანსეროვნული კორპორაცია არის მასშტაბური გაერთიანება ბიზნესის სფეროში, რომელიც კაპიტალის წარმომავლობის მიხედვით ეროვნულია, ხოლო საქმიანობის არეალით—საერთაშორისო. სხვაგვარად, გრანსეროვნული კორპორაციაში სათაო კომპანია ეკუთვნის ერთ ქვეყანას, ხოლო პირდაპირი ინვესტიციები ხორციელდება მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში. სხვა ქვეყნებში ასეთი კორპორაცია ბიზნესს ახორციელებს ე.წ. შვილობილი კომპანიების ფართო ქსელით.

გრანსეროვნული კორპორაცია (გეკ) არის სამეურნეო სტრუქტურა, რომელიც მოიცავს დედა—კომპანიას და მის საზღვარგარეთულ ფილიალებს. დედა—კომპანია ეწოდება კომპანიას, რომელიც ნაწილობრივ ან მთლიანად აკონტროლებს სხვა მასში შემავალი ფირმების აქტივებს საზღვარგარეთ, რისთვისაც მას ესაჭიროება მათი საწესდებო კაპიტალის არა ნაკლებ 10 %-ისა.

ტეკ უცხოური კაპიტალით ქმნის საწარმოებს შემდეგი ფორმებით:

ა) ფილიალი-საწარმო, რომელიც მთლიანად ეკუთვნის დედა-კომპანიას;

ბ) შვილობილი ანუ ქალიშვილი კომპანია, რომელშიც დედა-კომპანია ფლობს 50%-ზე მეტ კაპიტალს;

გ) ასოცირებული კომპანია, რომელშიც დედა-კომპანია ფლობს 10-დან 50%-მდე კაპიტალს.

ტეკ-ის ფილიალები ეროვნულ საზღვრებს გარეთ აყალიბებენ მოცემული ქვეყნის ე. წ. “მეორე ეკონომიკას”. მაგ. აშშ-ს ფილიალები საზღვარგარეთ აწარმოებენ აშშ-ში შექმნილი დოვლათის ღირებულების გოლ სიმდიდრეს. დედა-კომპანიები უპირატესად გაადგილებულია განვითარებულ ქვეყნებში, შედარებით ნაკლებად-განვითარებად და კიდევ უფრო ნაკლებად-გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში. თითქმის ყველა უმსხვილესი ტეკ-ი “ეროვნების“ მიხედვით განეკუთვნება ჩვენი პლანეტის სამ ეკონომიკურ ცენტრს: 1. აშშ-ს; 2. ევროგაერთიანებას; 3. იაპონიას.

ტეკ-ის საქმიანობა მოიცავს სამეურნეო საქმიანობის ყველა სფეროს-პროდუქციის და კაპიტალის საზღვარგარეთ გაგანიდან დაწყებული, მიმდებ ქვეყანაში წარმოების ორგანიზების ჩათვლით. გრანსეროვნული კომპანიებია: “კოკა-კოლა“, “მაკდონალდსი“, “ფილიპ-მორისი” (აშშ); “ გოიოგა-მოგორსი” (იაპონია), „ნესტლე“ შვეიცარია; „ვოლვო“ შვედეთი; “ლუკოილი“, “გაბპრომი“, ავგოვაში” რუსეთი და სხვა.

ნაწილი მეორე

12.3. საერთაშორისო ბიზნესის ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურები

12.4. სახელმწიფოს როლი საერთაშორისო ბიზნესის რეგულირებაში

12.3. საერთაშორისო ბიზნესის ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურები.

მსხვილმასშტაბიანი ბიზნესის ორგანიზაციული ფორმები განსხვავდება მეტწილად მცირე მასშტაბიანი ბიზნესისათვის დამახასიათებელი ფორმებისაგან. ესენი არიან ასოციაციური ფორმები, რომლებშიც, როგორც ერთობლივ სტრუქტურაში, გაერთიანებულია საწარმოები და ფირმები.

განვიხილოთ საერთაშორისო ბიზნესში მოქმედი ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურების ცალკეული ტიპები, რომლებიც შედარებით გავრცელებულია

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში და რომლებიც ფესვს იდგამენ საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ საქართველოში.

კორპორაცია არის აქციონერული საზოგადოება, რომელიც აერთიანებს რამდენიმე ფირმის საქმიანობას მათი საერთო მიზნის მიღწევისა ან პრივილეგიების დაცვისათვის. კორპორაცია, როგორც იურიდიული პირი, პასუხს აგებს მასში შემაჯავალი ყველა საწარმოს ვალებზე და გადასახადებზე და გამოდის სამეწარმეო საქმიანობის დამოუკიდებელი სუბიექტის როლში. აშშ-ში არც ისე დიდი ბიზნესისათვის იქმნება სპეციალური კორპორაციები, რომელთაც ეწოდებათ S-კორპორაცია. ეს არის შედარებით მცირემასშტაბიანი კორპორაცია, რომელიც ისეთივე საგადასახადო შედეგებით სარგელობს, როგორითაც მცირე საწარმოები. არსებობს მსხვილმასშტაბიანი სახელმწიფო კორპორაციებიც. **კომპანიებს, რომლებიც ბიზნესს ახორციელებენ საერთაშორისო მასშტაბით, ეწოდებათ საერთაშორისო კომპანიები.**

საერთაშორისო კარგელი არის ხელშეკრულების საფუძველზე შექმნილი იურიდიულად დამოუკიდებელი საწარმოების გაერთიანება, რომლებიც ერთმანეთში თანხმდებიან გასაყიდ საქონელზე ფასების დაწესებაში და ბაზრების გაყოფაში გერიგორიული პრინციპით ქვოტირების საფუძველზე. ფასების შეთანხმება შეიძლება განხორციელდეს, როგორც მკაცრი ფიქსირებით, ისე საბაზისო ფასების დადგენით. ფასებზე შეთანხმების დარღვევის შემთხვევაში კარგელის წევრი იხდის ჯარიმას. კომერციული ოპერაციების ცენტრალიზაცია კარგელების ორგანიზების ყველაზე მკაცრი პრინციპია.

კარგელის მიზანია ბაზარზე გაბატონებული მდგომარეობის დაკავება და ამის საფუძველზე მონოპოლიური მოგების მიღება.

საერთაშორისო სინდიკატი სხვადასხვა ქვეყნის იურიდიულად დამოუკიდებელი კორპორაციების გაერთიანებაა, ჩამოყალიბებული მისი წევრების მომარაგებისა და მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის გასაღების ცენტრალიზაციის მიზნით, რაც შესაძლებლობას იძლევა თავიდან აცილებული იქნას მის მონაწილეებს შორის კონკურენცია ნედლეულის შესყიდვისა და პროდუქციის გასაღების სფეროში.

საერთაშორისო გრესტი არის იურიდიულ, საწარმოო და კომერციულ დამოუკიდებლობას მოკლებული საწარმოთა გაერთიანება, რომელშიც გაერთიანებულია მასში შემაჯავალი ყველა საწარმოს საკუთრება. მესაკუთრეები, როგორც მეპაიეები, იღებენ მოგებას—დაბანდებული კაპიტალის შესაბამისად და ემორჩილებიან ერთიან მმართველობას.

საერთაშორისო კონცერნი სხვადასხვა ქვეყნების სხვადასხვა დარგების: მრეწველობის, გრანსპორტის, ვაჭრობის, ბანკების, საღებავთა კომპანიების გაერთიანებაა. ხშირად ასეთი გაერთიანება ხორციელდება მთავარი საწარმოს (დედა-კომპანიის, ჰოლდინგის) გარშემო, რომელსაც ხელთ უპყრია ამ საწარმოთა აქციების საკონტროლო პაკეტი, ანუ კონტროლის უფლება. ხშირად კონცერნის მეთაური საწარმოს როლში გამოდიან ბანკები და ჰოლდინგური კომპანიები.

კონცერნის შექმნას სხვადასხვა მიზნები აქვს: სემონური დარგობრივი მერყეობის გამოსწორება; კაპიტალის გადანაცვლება ნაკლებ პერსპექტიულიდან უფრო პერსპექტიულ დარგებში; მოგების უდიდესი ნაწილის აკუმულირება იმ ქვეყნებში, სადაც შედარებით ნაკლებია გადასახადები.

კონსორციუმი არის დამოუკიდებელი ფორმების (საწარმოების) ღროებითი ნებაყოფილობითი გაერთიანება, რომლის მიზანია მათი საქმიანობის კოორდინირება. კონსორციუმის ორგანიზაცია ფორმდება ხელშეკრულებით. მონაწილეების კოორდინაციას ახდენს ლიდერი. კონსორციუმი იქმნება კონკრეტული ამოცანებისა და პრობლემების გადაწყვეტის, მსხვილი საინვესტიციო, მეცნიერულ-ტექნიკური, სოციალური და ეკოლოგიური პროექტების განხორციელებისათვის. კონსორციუმში შეიძლება გაერთიანდნენ როგორც მსხვილი, ასევე წვრილი საწარმოები, რომელთაც სურთ მიიღონ მომნაწილეობა სამეწარმეო ან სხვა საპროექტო განზრახვაში, მაგრამ არ გააჩნიათ მისი დამოუკიდებელი განხორციელების შესაძლებლობები. კონსორციუმი წარმოადგენს კადრების, სიმძლავრეების, მაგერიალური და ფინანსური რესურსების ღროებითი ინტეგრაციის ეფექტიანი ორგანიზაციული სრუქტურული პოტენციალის შექმნის წესს. ფორმებს შეუძლიათ გაერთიანდნენ კონსორციუმში მიმზიდველი, საინტერესო და მაღალი მოგების მომგანი პროექტის განხორციელებისათვის, რომელიც მოითხოვს დიდ კაპდაბანდებას ხანგრძლივი ვადით რისკის მაღალი ხარისხის პირობებში. კონსორციუმი ყალიბდება სახელშეკრულებო საფუძველზე. კონცერნში შესვლისას, ერთჯერადობის პრინციპისაგან განსხვავებით, საწარმოებს შეუძლიათ იყვნენ ერთდროულად რამდენიმე კონსორციუმის წევრი. კონსორციუმის მაგალითია –ბაქო–თბილისი– ჯეიჰანის ნავთობსადენის მშენებლობასთან დაკავშირებით ჩამოყალიბებული 12 მსხვილი ნავთობ კომპანიის (დიდი ბრიტანეთის „ბრიტიშ პეტროლიუმი“, აშშ–ის „ამოკო“ და „ექსონი“, რუსეთის „ლუკოილი“ და სხვები) გაერთიანება.

ჰოლდინგური კომპანია ფლობს იურიდიულად დამოუკიდებელი ბანკებისა და ფორმების აქციების საკონტროლო პაკეტს, მათი კონტროლისა და მართვის მიზნით. ჰოლდინგ-კომპანიაში, როგორც წესი, შედიან მსხვილი ბანკები, სადაზღვევო კომპანიები და ფორმები. არსებობს ორი ტიპის ჰოლდინგ-კომპანია: **სუფთა**, რომელიც იქმნება ზემოთ ჩამოთვლილი ფუნქციების შესასრულებლად და **შერეული**, რომელიც ასევე ეწევა გარკვეულ სამეწარმეო საქმიანობას. თანამედროვე პირობებში, ნებისმიერი მსხვილი კომპანია ან ბანკი შეიძლება განხილული იქნას, როგორც ჰოლდინგი.

კონგლომერატი არის საწარმოებისა და ორგანიზაციების მრავალდარგობრივი კომპლექსი, რომლის სტრუქტურულ რგოლებს ერთმანეთთან არა აქვთ ფუნქციონალური კავშირები. პასუხისმგებლობა გადაწყვეტილების მიღებაზე და მომგებიანობის უზრუნველყოფაზე ეკისრებათ თვით საწარმოებს და ორგანიზაციებს. კონგლომერატის სამმართველო შეიქმნავენ მხოლოდ განვითარების სტრატეგიას და ანაწილებს ფინანსურ რესურსებს. კონგლომერატის მართვა რთულია. ეს არის სამეწარმეო საქმიანობის არა მყარი ფორმაო.

ოფშორული კომპანია ეწოდება უცხოურ კომპანიას, რომელიც რეგისტრირებულია ოფშორულ ზონაში. **ოფშორული ზონა** არის გერიგორია, რომელსაც მინიჭებული აქვს იურიდიული პირების რეგისტრაციისა და ფუნქციონირების შეღავათიანი პირობები (საგადასახადო, საბაჟო და სხვა). სახელმწიფოები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან მოგების მიღებით ოფშორული ბიზნესიდან, იძლევიან ნებართვას ქვეყანაში ოფშორული ზონების შექმნისა და ამ ზონებში უცხოური კომპანიებისათვის

შეღავათების დაწესების შესახებ. ასეთი შეღავათების არსებობა ასტიმულირებს ოფშორების ჩამოყალიბებას მხოლოდ საზღვარგარეთ მუშაობის უფლებით.

და ბოლოს, იმისათვის, რომ საერთაშორისო ბაზარზე კომპანიამ წარმატებას მიაღწიოს, მეწარმეებმა უნდა გაითვალისწინონ მათთვის საინტერესო ქვეყნის ეროვნული, კულტურული, ეკონომიკური და საკანონმდებლო თავისებურებანი, ასევე ამ ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური ვითარება, ვინაიდან ქვეყანაში, სადაც არასტაბილური პოლიტიკური ვითარებაა, არა მარტო უცხოური ინვესტორების მოზიდვა, არამედ სამამულო მეწარმეთა დამაგრებაც კი ჭირს.

12.4. სახელმწიფოს როლი საერთაშორისო ბიზნესის რეგულირებაში

საერთაშორისო ბიზნესში სახელმწიფო მონაწილეობს ქვეყნის ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესების დაცვისათვის. ამ მიზნით იგი პროტექციონისტულ პოლიტიკას მიმართავს, რათა სამამულო წარმოება დაიცვას იმპორტული საქონლის კონკურენციისაგან. პროტექციონისტული პოლიტიკის გაგარების ინსტრუმენტებია: საბაჟო ტარიფები, კვოტა, ემბარგო, სუბსიდიები, სტანდარტების შემოღება და ანტიდემპინგური გადასახადი. განვიხილოთ თითოეული დეტალურად.

საბაჟო ტარიფი არის გადასახადი, რომელიც წესდება საექსპორტო, საიმპორტო და სატრანზიტო საქონელზე, რომელსაც უწევს ქვეყნის საზღვრების გადალახვა. მას იხდის ყველა, ვინც კი ახორციელებს საგარეო საქონლბრუნვასთან დაკავშირებულ ოპერაციებს უპირატესად იმპორტულ საქონელზე შემოსავლის მიღებისა და სამამულო მწარმოებელთა დაცვის მიზნით. განასხვავებენ ფისკალურ, პროტექციონისტულ, პრეფერენციულ და ანტიდემპინგურ გადასახადებს: ფისკალური საბაჟო გადასახადის უმთავრესი ფუნქციაა სახელმწიფო ბიუჯეტის შემოსავლების გაზრდა. ეს გადასახადი ჩვეულებრივ დიდი არ არის. იგი წესდება იმ საქონელზე, რომელიც მოცემულ ქვეყანაში არ იწარმოება; პროტექციონისტული საბაჟო გადასახადები გულისხმობს სამამულო წარმოების დაცვას. თუმცა, ამ სახის ბაჟი იმდენად მაღალი არ არის, რომ უცხოური საქონლის იმპორტი შეწყდეს. მაგრამ უცხოელ მწარმოებლებს საშინაო ბაზარზე არახელსაყრელ მდგომარეობაში აყენებს; პრეფერენციული საბაჟო გადასახადები ანუ შეღავათიანი საბაჟო გადასახადები წესდება იმ საქონელზე, რომლის შემოტანით დაინტერესებულია ქვეყანა. ეს პირველ რიგში შეეხება უახლეს ტექნიკასა და ტექნოლოგიას, ან ისეთ პროდუქციას, რომელიც ქვეყნის შიგნით საერთოდ არ იწარმოება. პრეფერენციული გადასახადები მიმართულია ქვეყნისათვის სასურველი იმპორტის წახალისებისაკენ. მაგალითად, საქართველოში კომპიუტერული ტექნიკის შემოტანის წახალისებისათვის; პრეფერენციული დაბეგვრა შეიძლება დაკავშირებული იყოს პოლიტიკურ მიზნებთან—რომელიმე ქვეყანასთან კავშირ-ურთიერთობის გაფართოებასთან.

დემპინგი ნიშნავს უცხოურ ბაზარზე საქონლის ხელოვნურად დაბალ ფასებში გაყიდვას იმ მიზნით, რომ კონკურენტები გააკოტროს და შემდეგ გაზრდილ ფასებში საქონლის რეალიზაციით მეტი მოგება მიიღოს. აი, ამგვარი ქმედების წინასწარ გამომრიცხველ საშუალებად იყენებენ ანტიდემპინგურ ბაჟებს. სუბსიდიის საკითხთან დაკავშირებულია დემპინგი. დემპინგს მაშინ აქვს ადგილი, როდესაც საზღვარგარეთ კონკრეტული საქონელი შიდა ბაზრის ფასზე გაცილებით ნაკლებად იყიდება. დემპინგი,

ჩვეულებრივ, ეკონომიკური დაცემის ფაზაში წარმოიშობა, როცა საწარმო ქვეყნის საშინაო ბაზარზე თავის პროდუქციას ვერ ასაღებს და მათ სამზღვარგარეთ ყიდის. დემპინგს მაშინაც მიმართავენ, როცა უცხოური ბაზრის დაპყრობა და საექსპორტო შემოსავლის გადიდება სურთ. გრძელვდიან პერიოდში დემპინგზე დაყრდნობა შეუძლებელია, რადგან კერძო საწარმოებს საექსპორტო პროდუქცია მის დანახარჯებზე დაბალ ფასში მუდმივად არ შეუძლიათ გაყიდონ. თანაც გასათვალისწინებელია, რომ მრავალ ქვეყანას ანტიდემპინგური სავაჭრო კანონმდებლობა აქვს შემოღებული, რომლითაც ზღუდავს ასეთ საქმიანობას. ანტიდემპინგური გადასახადი მიმართულია იქითკენ, რომ იმპორტიორმა თავისი ჭარბი პროდუქცია არ გაყიდოს იმაზე ნაკლებ ფასში, ანალოგიური სამამულო პროდუქცია ღირს. მაგალითად, საქართველოში, ღვინო, ლუდი, თამბაქო და ა.შ.

როგორც ითქვა, საბაჟო გარიფი ქვეყანაში იმპორტირებული საქონლისადმი გამოყენებული გადასახადია, როდესაც, ხორბლის იმპორტიორმა მიმღებ სახელმწიფოს, ვთქვათ, საქართველოს ხორბლის ფასის რაღაც წილი უნდა გადაუხადოს. მაგალითად, თუ ერთი ტონა ხორბალზე საგარიფო განაკვეთი 10 %-ის ტოლია, ხოლო 1 ტონა ხორბლის მსოფლიო ფასი 500 ლარია, მაშინ საბაჟო გარიფი ხორბალზე უდრის 50 ლარს. ამ შემთხვევაში იმპორტიორი ხორბლის მსოფლიო ფასს (500 ლარს), საბაჟო გარიფს (50ლ.) უმატებს, რომლის გამო საქართველოს ერთ ტონა ხორბალზე იმპორტული ხორბლის მსოფლიო ფასი 500 ლარიდან 550 ლარამდე გაიზრდება.

ასეთი სიგუაცია ქართველი ფერმერებისათვის მეტად ხელსაყრელია, რადგან ქართული ხორბლის კონკურენტუნარიანობა ხელოვნურად მაღლდება. სამაგიეროდ, ქართველ მომხმარებელთა ინტერესები ილახება, რადგან მათ 1 ტონა ხორბალში მეტი ფასის გადახდა მოუწევთ. სამაგიეროდ, იგი ქართული ხორბლის წარმოების მოცულობის გასაზღვრებლად წამახალისებელია, რადგან ახალი ფასი (550ლ) დამატებით მოგების მიღებას (550-500ლ) უზრუნველყოფს. შესაბამისად, გაიზრდება სამამულო წარმოება და მისი ზღვრული ფასი 550 ლარს გაუტოლდება, რაც მსოფლიო ფასს 50 ლარით გადაამეტებს.

მაშასადამე, წარმოების თვალსაზრისით, გარიფი სხვა არაფერია, თუ არა ქართველ მწარმოებელთა სასარგებლოდ უცხოური საქონლის დისკრიმინაცია.

განსხვავებული სიგუაცია ყალიბდება მომხმარებლის თვალსაზრისით: უცხოურ ხორბალზე უფრო მაღალი ფასი ხორბლის იმპორტზე ქართველ მომხმარებელთა მოთხოვნას ზღუდავს. სამაგიეროდ, ქართულ ხორბალზე მსოფლიო ფასის (500ლარი) შენარჩუნების შემთხვევაში, მოთხოვნა იზრდება. როცა გარიფი ხორბლის ფასს აამაღლებს, მაშინ მომხმარებელთა ბელმეტი დანახარჯები ქართველი ფერმერების შემოსავალს ზრდის, ხოლო სახელმწიფო იღებს საგარიფო შემოსავალს. ამრიგად, საგარიფო შემოსავალი მომხმარებლის შემოსავლის ნაწილის სახელმწიფოზე გადაცემაა.

გარიფთან ერთად გამოიყენება კვოტაც. კვოტები ზღუდავენ ქვეყანაში იმპორტირებული პროდუქციის მოცულობას. მაგალითად სახელმწიფოს შეუძლია საქართველოში ხორბლის იმპორტი შეზღუდოს 1 მლნ ტონამდე. კვოტები, ჩვეულებრივ ორმხრივი მოლაპარაკების საფუძველზე წესდება. ასე მაგალითად, ასეთი მოლაპარაკების შედეგად, იაპონია იძულებული გახდა, ხელოვნურად შეემცირებინა ავტომობილების კვოტების მოცულობა აშშ-ის ბაზარზე.

სამამულო წარმოების დაცვა-სტიმულირებისათვის იყენენ სუბსიდიასაც, რაც მათ შესაძლებლობას აძლევს, რომ ადგილობრივმა მეწარმეებმა პროდუქცია აწარმოონ უფრო დაბალი ღირებულებით, ვიდრე მათმა უცხოელმა კონკურენტებმა. ჩვეულებრივ, ყველაზე დიდი რაოდენობით სუბსიდიებს გამოყოფენ სოფლის მეურნეობისათვის. სახელმწიფო მოგჯერ სამამულო წარმოების მხარდაჭერას სუბსიდიებით ახორციელებს, რაც საქონლის ექსპორტიორებს თავიანთ პროდუქციაზე უფრო დაბალი ანუ დემპინგური ფასების დაწესების საშუალებას აძლევს. ეს მსოფლიო ბაზარზე ამ საქონლის კონკურენტუნარიანობას ზრდის. სამაგიეროდ, სამამულო წარმოების საქონლის კონკურენტუნარიანობა ქვეითდება.

იმპორტის შეზღუდვის კიდევ ერთი გზაა **სტანდარტების** (ლიცენზიების) შემოღება, რომლებიც ადგილობრივ მეწარმეებს უფრო ხელსაყრელ პირობებში აყენებს. მსოფლიოს ქვეყნები აწარმოებენ ლიცენზიების უცხოელებისადმი მიყიდვას საქმიანობის მთელ რიგ სფეროებში. მსოფლიოს იმპორტის 90 პროცენტისათვის ეს ღონისძიება არის მნიშვნელოვანი ბლუდე. მიმღები ქვეყნები მოითხოვენ საიმპორტო საქონლის სპეციალურ ტესტირებას. ასე მაგალითად, იაპონიამ დაადგინა საზღვარგარეთიდან შემოგანილი ბრინჯის საკუთარი სტანდარტი, ამ სტანდარტებმა საერთოდ გამოაძევა ბრინჯის იმპორტიორები ადგილობრივი ბაზრიდან.

ქვეყნები ცდილობენ შეზღუდონ თავიანთ ბაზარზე იმ სახელმწიფოების შეღწევა, რომლებიც ამას ცდილობენ ადგილობრივ ბაზარზე ფასების ხელოვნური დაწვევის ანუ დემპინგის გზით. დემპინგი ეს არის საზღვარგარეთ გასაყიდ საქონელზე უფრო დაბალი ფასების დაწესება, ვიდრე ამ ქვეყანაშია. ამ მაგნიე მოვლენის აღმოფხვრის მიზნით სახელმწიფოები იყენებენ ანტიდემპინგურ გადასახადს, რის გამოც იმპორტირებული საქონლის ფასი იზრდება. ასეთ პოლიტიკას გააჩნია ორმაგი ბუნება – ერთის მხრივ ის იცავს ადგილობრივ ბაზარს, ხოლო მეორეს მხრივ-ზრდის პროდუქციაზე ფასებს.

ემბარგო – არის კვოტის უკიდურესი ფორმა, როცა კვოტა ნულს უტოლდება. მაგალითად, უკვე მრავალი წელია აშშ-ს კუბისათვის ემბარგო აქვს დაწესებული. მსოფლიო ქვეყნების დიდ ნაწილს ემბარგო აქვს გამოცხადებული თვითგამოცხადებული აფხაზეთის რესპუბლიკის მიმართ.

თემა 12: საერთაშორისო ბიზნესის არსი და ფორმები

დელაბრი

საშინაო (სამამულო) და საერთაშორისო ბიზნესს შორის საერთოა ის, რომ ორივე საქმიანი ოპერაციაა და მოგების მიზნით ხორციელდება. განსხვავება ისაა, რომ საშინაო მეწარმეობა არ სცილდება ერთი სახელმწიფოს ფარგლებს. საერთაშორისო ბიზნესი კი ხორციელდება ქვეყნის საზღვრებს გარეთ, სხვადასხვა სახელმწიფოს ვალუტების, სამართლებრივი სისტემების, კულტურებისა და რესურსების პირობებში, რაც საერთაშორისო მეწარმეებისა და მენეჯერების მხრიდან მოითხოვს სათანადო მომზადება-სწავლებას.

ნათქვამის გარდა, არსებობს რიგი მიზეზები, რომლებიც მოითხოვენ საერთაშორისო ბიზნესის შესწავლის აუცილებლობას: პირველი, ნებისმიერი კომპანია, სადაც მუშაობს ესა თუ ის სპეციალისტი (მაშინაც კი, როცა ეს კომპანია

არც ისე დიდია) ანხორციელებს საერთაშორისო ოპერაციებს, ან ამა თუ იმ ზომით ჩართულია ეკონომიკის გლობალიზაციის პროცესებში; მეორე, ამჟამინდელი სტუდენტებიდან რომელიმე შეიძლება მომავალში იმუშაოს უცხოური მეპატრონის ან საკუთარ ერთ რომელიმე საერთაშორისო ფირმაში; მესამე, მენეჯერმა არ უნდა დაუშვას სხვა სპეციალისტებისაგან ჩამორჩენა, რომლებიც სპეციალურად ეუფლებიან საერთაშორისო ბიზნესს და ბოლოს, მეოთხე, ნებისმიერმა სპეციალისტმა უნდა აიმაღლოს თავისი კომპეტენცია თანამეროვე მსოფლიოს კულტურული მემკვიდრეობის საკითხებში.

საერთაშორისო ბიზნესში კომპანიების მონაწილეობის ძირითადი მოტივებია:

1) საქონლის (მომსახურების) გასაღების ბაზრის გაფართოება; 2) რესურსების (მუშახელი, მიწა, ნედლეული და მასალები) საღვარგარეთ უფრო იაფად შექენა; 3) მომარაგება-გასაღების წყაროების დივერსიფიკაცია; 4) საკვანძო კომპეტენციის უფრო ფართო გამოყენება, რომლის განვითარება კომპანიამ შეძლო საშინაო ბაზარზე. მაგალითად, კომპანია “ნოკიაში” შემუშავებული იქნა ფიჭური ტელეფონის წარმოების უახლესი ტექნოლოგია, რომელიც ხალისით მიიღო მომხმარებელმა ფინეთის საშინაო ბაზარზე. “ნოკიას” მენეჯერებმა უცებ გაიგეს, რომ კომპანიას შეეძლო გაეზარდა თავისი შემოსავლები და მოგება, წარმოებისა და გაყიდვის მოცულობის გაფართოებით სხვა ქვეყნებში.

საერთაშორისო ბიზნესში განასხვავებენ აბსოლუტურ და შეფარდებით უპირატესობას. გერმანი “აბსოლუტური უპირატესობა” ნიშნავს ქვეყნის უნარს აწარმოოს საქონელი და მომსახურება კონკურენტზე ნაკლები რესურსების დანახარჯებით. „ფარდობითი უპირატესობა“ კი ნიშნავს ქვეყნის უნარს აწარმოოს საქონელი და მომსახურება კონკურენტებზე ნაკლები ალტერნატიული დანახარჯებით. საერთაშორისო ვაჭრობის სარგებლიანობა ემყარება არა აბსოლუტურ, არამედ ფარდობით უპირატესობას.

საერთაშორისო ბიზნესის სუბიექტი შეიძლება იყოს: ცალკეული ადამიანი, კერძო საერთაშორისო კომპანია ან კომპანიათა ჯგუფი, რეგიონი, სახელმწიფო და საერთაშორისო ორგანიზაციები.

საერთაშორისო კომპანიები ბიზნესს ახორციელებენ საერთაშორისო მასშტაბით. საერთაშორისო კორპორაციების დაყოფას ახდენენ მათი რესურსების ფორმირების წყაროებისა (ეროვნებათაშორისი ანუ მრავალეროვნული, გრანსეროვნული ანუ ერთი ქვეყნის ეროვნული კაპიტალის ბაზაზე შექმნილი კორპორაცია) და წესდების განსხვავებულობის მიხედვით (კარგელი, სინდიკატი, ტრესტი, კონცერნი). მრავალეროვნულ კორპორაციაში სათაო კომპანია ეკუთვნის ორი ან მეტი ქვეყნის კაპიტალს, ხოლო პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მთელ მსოფლიოში ვრცელდება.

გრანსეროვნული კორპორაცია არის მასშტაბური გაერთიანება ბიზნესის სფეროში, რომელიც კაპიტალის წარმომავლობის მიხედვით ეროვნულია, ხოლო საქმიანობის არეალით-საერთაშორისო. გრანსეროვნული კორპორაცია (გეკ) მოიცავს დედა – კომპანიასა და მის საზღვარგარეთულ ფილიალებს. ქვეყანა, რომლის ტერიტორიაზე იმყოფება დედა-კომპანიის შტაბ-ბინა არის მშობლიური ქვეყანა, ხოლო ქვეყანა, რომლის ტერიტორიაზე ეს კომპანია აწარმოებს ბიზნესს-ესაა ინვესტიციების მიმღები ანუ მასპინძელი ქვეყანა. გეკ უცხოური კაპიტალით ქმნის საწარმოებს შემდეგი

ფორმებით: ა) ფილიალი–საწარმო, რომელიც მთლიანად ეკუთვნის დედა–კომპანიას; ბ) შვილობილი ანუ ქალიშვილი კომპანია, რომელშიც დედა–კომპანია ფლობს 50%–ზე მეტ კაპიტალს; გ) ასოცირებული კომპანია, რომელშიც დედა–კომპანია ფლობს 10–დან 50%–მდე კაპიტალს.

საერთაშორისო ბიზნესში შესვლის ფორმებია: ექსპორტი, ლიცენზირება, ფრანჩაიზინგი, პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია (კაპდაბანდება), ერთობლივი საწარმო და გრანსეროვნული კორპორაცია. კომპანიების უმრავლესობა საერთაშორისო ბიზნესს ექსპორტით იწყებს, ვინაიდან იგი საგარეო ბაზარში შესვლის (შელწევის) ყველაზე ძველი, იაფი და ეფექტიანი გზაა. **ექსპორტს ხშირად ხელს უშლის** გრანსპორტირების ღირებულებები და რისკები, სავაჭრო ბარიერები–გარიფები, კვოტები და სხვა.

ექსპორტის აღნიშნული ნაკლოვანებების გამო მაგულობს ლიცენზირების მიმზიდველობა. **ლიცენზირება არის ნებართვის შექმნა.** საერთაშორისო ლიცენზირებაში მონაწილეობს ლიცენზიარი და ლიცენზიატი. **ლიცენზიარი არის** კომპანია, რომელიც სხვა ქვეყნის კომპანიაზე ყიდის ინტელექტუალური საკუთრების გამოყენების უფლებას (ნებართვას). **ლიცენზიატი კი** კომპანიაა, რომელიც ყიდულობს სხვა კომპანიისაგან ინტელექტუალური საკუთრების გამოყენების უფლებას (ნებართვას). ასე მაგალითად, მსხვილ კომპანიას (**ლიცენზიარს**) შეუძლია სპეციალური შეთანხმების საფუძველზე საკუთარი მარკის გამოყენების ან პროდუქციის წარმოების **ლიცენზია (ნებართვა)** მიჰყიდოს უცხოურ კომპანიას ან სახელმწიფოს (**ლიცენზიატს**). ამ შეთანხმების საფუძველზე უცხოური კომპანია ან სახელმწიფო იყენებს ლიცენზიის გამყიდველი ფირმის პატენტს, მარკას, ტექნოლოგიას და ავითარებს საერთაშორისო ბიზნესს. სანაცვლოდ ლიცენზიის გამყიდველი იღებს სალიცენზიო გადასახდელს.

ლიცენზიის მსგავსად, ინვესტირების გარეშე საზღვარგარეთის ბაზარში შეღწევის ეფექტიანი ფორმაა **საერთაშორისო ფრანჩაიზინგი.** საერთაშორისო ფრანჩაიზინგში მონაწილეობს **ფრანჩაიზერი** და **ფრანჩაიზი.** **ფრანჩაიზერი არის** კომპანია, რომელიც სხვა ქვეყნის დამოუკიდებელ მეწარმეს ან კომპანიას სთავაზობს ბიზნესის წარმოებას თავისი სახელით. **ფრანჩაიზი** კი არის დამოუკიდებელი მეწარმე ან კომპანია, რომელიც ბიზნესს აწარმოებს მეორე კომპანიის (ფრანჩაიზერის) სახელით. საერთაშორისო ფრანჩაიზინგი ლიცენზირების სპეციალური ფორმაა, რომელიც ფრანჩაიზერს სთავაზობს მეტ უფლებებს ლიცენზიის მიმღების საქმიანობაზე კონკრეტული თვალსაზრისით და ასევე ითვალისწინებს ლიცენზიატის უფრო დიდ მხარდაჭერას ლიცენზიარის მხრივ მმართველური, მარკეტინგული, ტექნოლოგიური და სხვა დახმარების სახით.

საზღვარგარეთის ბაზარში შესვლის კარგი ფორმაა **ერთობლივი საწარმო.** ერთობლივი საწარმო (კომპანია) არის ერთი ფირმა, რომელიც ორ ან ორზე მეტი ფირმის მფლობელობაში და მართვაშია. ასეთი კომპანიები უცხოურ ფირმებთან ერთად არსდება მათი კაპიტალისა და გამოცდილების მოზიდვა–გამოყენების საფუძველზე ერთობლივი ეკონომიკის აღმავლობის მიზნით.

კაპიტალის გატანა შეიძლება მოხდეს პორტფელური და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ფორმით სახელმწიფოს, საერთაშორისო ორგანიზაციების, კორპორაციებისა და კერძო პირების მიერ. პორტფელური ინვესტიციისაგან განსხვავებით პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია, როგორც წესი, საინვესტიციო

ობიექტზე კონტროლისა და მართვის უფლებას იძლევა. პორტფელური ინვესტიციები ხშირად მოკლევადიანია, ხოლო პირდაპირი ინვესტიციები გრძელვადიანი. პირველს ანხორციელებს ტაქტიკური, ხოლო მეორეს—სტრატეგიული ინვესტიორი. უცხოეთში პირდაპირი ინვესტირებისას კაპიტალის ექსპორტიორი იგებს მოგებას, იმპორტიორი კი – ეკონომიკის განვითარებას, რიგი დაღებითი ეფექტებით.

პირდაპირი ინვესტირება (კაპიტალის ინვესტირება) უცხოეთში ორი ფორმით ხდება: 1. კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ უკვე მზა ბიზნესის, ან მისი ნაწილის შეძენა; 2. მზა კომპანიის შესყიდვის შეუძლებლობის შემთხვევაში, კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ მიწის შეძენა თავისი პროფილის საწარმოს აშენების მიზნით. ორივე ფორმას ახასიათებს როგორც დაღებითი, ისე უარყოფითი მხარეები.

საერთაშორისო ბიზნესში სახელმწიფო მონაწილეობს ქვეყნის ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესების დაცვისათვის. ამ მიზნით იგი ზოგჯერ პროტექციონისტულ პოლიტიკას მიმართავს. **პროტექციონისტული პოლიტიკის გატარების ინსტრუმენტებია:** საბაჟო ტარიფები, კვოტა, ემბარგო, სუბსიდიები, სტანდარტების შემოღება და ანტიდემპინგური გადასახადი. პროტექციონიზმის პოლიტიკის დამცველთა აზრით, საბაჟო გადასახადები, კვოტები და სხვა სავაჭრო ბარიერები აუცილებელია იმისათვის, რომ დაეცვათ ახალი დარგები საზღვარგარეთული კონკურენციისაგან; გავზარდოთ ქვეყნის შიგნით დასაქმება და გავაძლიეროთ ქვეყნის თავდაცვა. პროტექციონისტული პოლიტიკის საპირისპიროა **ფრიტრედერობა ანუ თავისუფალი ვაჭრობის პოლიტიკა**, რომელიც ითვალისწინებს საბაჟო შემღებების გაუქმებასა და თავისუფალ ვაჭრობაზე გადასვლას.

კითხვები აუდიტორიაში განხილვისათვის და შემოწმებისათვის

1. განმარტეთ რა არის საერთაშორისო ბიზნესი.
2. საერთაშორისო ბიზნესის რომელი ასოციაციური ორგანიზაციული სტრუქტურები იცით და რა არის თითოეულის მიზანი?
3. რა ფაქტორებმა შეუწყო ხელი საერთაშორისო ბიზნესის მასშტაბების გაფართოებას?
4. რა ღირსებები ახასიათებს ლიცენზირებას?
5. რა არის პირდაპირი ინვესტიცია და რა ფორმებით ხორციელდება იგი?
6. პირდაპირი ინვესტიცია რითი განცხვავდება კაპიტალის სასესხო ფორმით გატარებისაგან?
7. რას იგებს კაპიტალის იმპორტიორი და ექსპორტიორი პირდაპირი ინვესტიციებიდან?
8. ინვესტიორისათვის რა უარყოფითი ასპექტები ახასიათებს პირდაპირ ინვესტირებას?
9. რა უარყოფითი ეფექტები აქვს პირდაპირ ინვესტიციას მიმღები ქვეყნისათვის?

10. რაში მდგომარეობს საერთაშორისო ბიზნესის არსი და რა ფორმებით ხორციელდება იგი?
11. გეკ რა ფორმით ქმნის საწარმოებს და რითი განსხვავდება იგი მრავალეროვნული კომპანიისაგან?

გაარკვეეთ, ჩამოთვლილი დებულებებიდან რომელია სწორი (ს) და რომელი არა (ა):

- 1. საერთაშორისო ბიზნესი არის მოგების მიღების მიზნით ქვეყნის საზღვრებს გარეთ რესურსების და საქონლის (მომსახურების) გადაადგილებასთან დაკავშირებული საქმიანობა.
- 2. საერთაშორისო ბიზნესის სახეობებია: ექსპორტი, ლიცენზირება, პირდაპირი ინვესტიციები, ერთობლივი საწარმოები და საერთაშორისო კომპანიები.
- 3. კაპიტალის გაგანა შეიძლება მოხდეს პორტფელური და პირდაპირი ინვესტიციების ფორმით სახელმწიფოს, საერთაშორისო ორგანიზაციების, კორპორაციებისა და კერძო პირების მიერ.
- 4. მრავალეროვნულ კორპორაციაში სათაო კომპანია ეკუთვნის ერთი ქვეყნის კაპიტალს, ხოლო პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მთელ მსოფლიოში ვრცელდება.
- 5. ასოცირებული კომპანიაში დედა-კომპანია ფლობს 100%-მდე კაპიტალს.
- 6. გრანსეროვნული კორპორაცია (გეკ) არის სამეურნეო სტრუქტურა, რომელიც მოიცავს მხოლოდ დედა-კომპანიას.
- 7. პორტფელური ინვესტიციისაგან განსხვავებით პირდაპირი ინვესტიცია, როგორც წესი, საინვესტიციო ობიექტზე კონტროლისა და მართვის უფლების დაკარგვას ნიშნავს.

ტესტები

შემოხაზეთ სწორი ვარიანტი (ვარიანტები)

1. პირდაპირი ინვესტირება უცხოეთში ხდება შემდეგი ფორმებით:
 - ა) კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ უკვე მზა ბიზნესის, ან მისი ნაწილის შეძენა;
 - ბ) მზა კომპანიის შესყიდვის შეუძლებლობის შემთხვევაში, კომპანიის მიერ საზღვარგარეთ მიწის შეძენა თავისი პროფილის საწარმოს აშენების მიზნით;
 - გ) სესხის გაცემა.
2. აშშ დოლარში ლარის კურსის შემცირება როგორ ზეგავლენას მოახდენს საქართველოს ექსპორტისა და იმპორტის მოცულობაზე?
 - ა) ექსპორტი და იმპორტი გაიზრდება;

- ბ) ექსპორტი გაიზარდა, ხოლო იმპორტი შემცირდა;
- გ) ექსპორტი შემცირდა, ხოლო იმპორტი გაიზარდა;
- დ) არსებით ზეგავლენას არ მოახდენს არც ექსპორტზე და არც იმპორტზე.

3. ქვემოთ ჩამოთვლილი საერთაშორისო ბიზნესის ასოცირებული ორგანიზაციული სტრუქტურებიდან, რომელში გაერთიანებული საწარმოები კარგავენ იურიდიულ დამოუკიდებლობას?

- ა) საერთაშორისო კარტელში;
- ბ) საერთაშორისო კონცერნში;
- გ) საერთაშორისო გრესტში.

4. ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი არა არის კაპიტალის გატანის მიზეზი?

- ა) მოგების მაქსიმიზება;
- ბ) შრომის საერთაშორისო დანაწილება;
- გ) ქვეყნის გარეთ „ჭუჭყიანი დარგების“ გატანა;
- დ) საბაჟო ბარიერები;
- ე) კაპიტალის დეფიციტი.

5. ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი არ გამოიწვევს ლარის გაცვლითი კურსის გაზრდას?

- ა) სხვა ქვეყნის მოქალაქეებს მეტი ფულის დაზოგვა სურთ ლარებში საქართველოში;
- ბ) სხვა ქვეყნის მოქალაქეებს მეტი ქართული საქონლისა და მომსახურების შეძენა სურთ;
- გ) საქართველოს მოქალაქეები სხვა ქვეყნებისაგან მეტი საქონლისა და მომსახურების შეძენას იწყებენ.