

საღიგეციო თემა #10

თემა: საერთაშორისო ბიზნესის საფუძვლები

1. საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება

ფირმების უმეტესობის საბოლოო მიზანს წარმოადგენს წარმოებისა და მომსახურების გატანა საზღვარგარეთ. ამასთან, საერთაშორისო ბიზნესი უნდა შეესაბამებოდეს ქვეყნების პოლიტიკურ ინტერესებს. აქ დიდ როლს თამაშობს ამ საკითხების გააზრება არა მარტო კონკრეტული კორპორაციის, არამედ მოცემული ქვეყნების ნაციონალური ინტერესებიდან გამომდინარე. წარსულში მიჩნეული იყო, რომ მოცემული ქვეყნის ეროვნული ინტერესები ყოველთვის შეესაბამება კორპორაციათა ინტერესებს. ცნობილია ლოზუნგი – „რაც კარგია ამერიკისათვის ის არის კარგი ჯენერალ მოტორისათვის“, მაგრამ თანამედროვე პირობებში ეს ლოზუნგი მოძველდა. საკითხი გაცილებით უფრო რთულად დგას, ანუ როგორი უნდა იყოს ეროვნული მიზანსწრაფვა საერთაშორისო ბიზნესში? უნდა დაიცვან თუ არა ქვეყნებმა ადგილობრივი კომპანიები გარე კონკურენტებისაგან?

ცნობილი ამერიკული კომპანია – „ჯენერალ მოტორი“ თავისი მოგების 70%-ს ქვეყნის გარედან იღებს. უკანასკნელ წლებში ყველაზე პოპულარული მანქანა გახდა „ჰონდა აკორდი“, რომელიც იწარმოება იაპონური კორპორაციის მიერ. რამდენად სასარგებლო იქნება აშშ-სთვის დაიცვას „ჯენერალ მოტორის“ ინტერესები კონკურენტ კომპანია „ჰონდასაგან“? რას მისცემს ეს ქვეყანას? როგორ იმოქმედებს ეს დასაქმების პრობლემებზე? ყველა ეს საკითხი შეიძლება განხილული იქნეს საერთაშორისო ბიზნესის კონტექსტში.

ზოგადად, საერთაშორისო ბიზნესის წამყვანი სფერო - ვაჭრობა არსებობს იმიტომ, რომ ერთსა და იმავე ქვეყანას არ შეუძლია, აწარმოოს ყველა მისთვის აუცილებელი საქონელი და მომსახურება. მოცემული ქვეყნის მასშტაბებში საქონელის წარმოება დამოკიდებულია იმ დანახარჯებზე, რომლის გაწევა მოუხდება მას მომავალში, რადგანაც რესურსები, რომელსაც ქვეყანა იყენებს პროდუქციის საწარმოებლად, შეზღუდულია, ანუ ამ რესურსებს ჩვენ ვერ გამოვიყენებთ სხვა პროდუქციის საწარმოებლად. აღნიშნულიდან გამომდინარე, აუცილებელი ხდება, უარი ვთქვათ ერთი სახეობის პროდუქციის წარმოებაზე იმისათვის, რათა ვაწარმოოთ სხვა პროდუქცია. ამდენად, მათი გამოყენების ფასი ამ შემთხვევაში განისაზღვრება რესურსების გამოყენების საუკეთესო ალტერნატივით, ალტერნატიული დანახარჯების სახით. მაგალითად, ირანი ახდენს დაუმუშავებელი ნავთობის ექსპორტირებას. მას შეეძლო, ეწარმოებინა ხორბალი, მაგრამ ამისათვის მას არ გააჩნია რესურსები (მიწა, წყალი, კლიმატი). იმისათვის, რომ ირანმა აწარმოოს ხორბალი, მან მთელი თავისი რესურსები უნდა გამოიყენოს ნავთობის მოპოვების სანაცვლოდ ამ პროდუქციის შესაქმნელად. ამგვარად, მას გააჩნია ალტერნატიული დანახარჯებიდან მისთვის ყველაზე ეფექტიანი მიმართულების შერჩევის შესაძლებლობა. ირჩევს რა ნავთობის წარმოებას, ის ფაქტობრივად იყენებს თავის რესურსებს ყველაზე ეფექტიანად. კანადა აწარმოებს, როგორც ხორბალს, ასევე დაუმუშავებელ ნავთობს. იმასთან დაკავშირებით, რომ კანადას ირანთან შედარებით გააჩნია ნავთობის შეზღუდული რაოდენობა, ის იძულებულია, ხორბლის წარმოებასთან შედარებით უფრო დაბალი ტემპებით მოიპოვოს ნავთობი.

ამდენად, ხორბლის წარმოებაში კანადას გააჩნია შეფარდებითი უპირატესობა, ანუ მას შეუძლია აწარმოოს ეს პროდუქტი უფრო დაბალი ალტერნატიული ღირებულებებით. ალტერნატიულ ღირებულებას არაფერი აქვს საერთო საქონლის ღირებულებასთან. ის არის დაკავშირებული ერთი სახეობის საქონლის წარმოების ნაცვლად სხვა საქონლის საწარმოებლად რესურსების გამოყენებასთან. ამდენად, აბსოლუტური უპირატესობა არის ქვეყნის შესაძლებლობა, აწარმოოს ესა თუ ის საქონელი, რესურსების უფრო მცირე ოდენობით, ვიდრე ეს დაუჯდებოდა სხვა ერს. შესაძლებელია იმის თეორიული დაშვება, რომ ირანს შეიძლება გააჩნდეს აბსოლუტური უპირატესობა ხორბლის მოყვანაში, მაგრამ ეს ვერ მოახდენდა ზეგავლენას კანადის აბსოლუტურ უპირატესობაზე, რადგანაც ცალკეულმა ქვეყნებმა თავიანთი აბსოლუტური უპირატესობა უნდა გამოიყენონ სხვა ქვეყნებისაგან დამოუკიდებლად. [119, კპ.856-857].

ცალკეული ქვეყნები სპეციალიზდებიან იმის წარმოებაში, რაც მათთვის განსაკუთრებით მომგებიანია. ცვლიან იმ საქონელს, რომელსაც ყველაზე ეფექტიანად აწარმოებენ. ამდენად, სპეციალიზაცია ზრდის საქონლის ჯამურ მიწოდებას და ამცირებს მათ საერთო ფასს. ამასთან ერთად, პოლიტიკური მოსახრებებით, ქვეყნები ცდილობენ, გონიერ ფარგლებში ამა თუ იმ მასშტაბით შეინარჩუნონ იმ საქონლის წარმოება, რომელიც აუცილებელია მათი მოსახლეობის მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ასე მაგალითად, კანადა ხორბლის მოყვანასთან ერთად ცდილობს, მოიპოვოს საკუთარი ნავთობი, რათა არ იყოს მთლიანად მიჯაჭვული უცხოურ ნავთობზე.

აღსანიშნავია, რომ ერთი სახეობის რესურსი შეიძლება ჩაენაცვლოს მეორეს. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ არც ერთ ქვეყანას არ მოუხდენია ამის ისეთი მკაფიო დემონსტრირება, როგორც ეს მოახერხა იაპონიამ. მან ომის შემდეგ დაიწყო ბუნებრივი ნედლეულის პლასტიკური მასებით ჩანაცვლება, რამაც მას იმდენად დიდი მოგება მისცა, რომ ქვეყანაში გაიზარდა კვალიფიციური საინჟინრო კადრები, გადიდდა საინვესტიციო კაპიტალი, რის გამოც მან შეიძინა ახალი შეფარდებითი უპირატესობა. ის დღეისათვის სპეციალიზდება მანქანათმშენებლობაზე, სამრეწველო ელექტრონიკაზე, ზუსტი ინსტრუმენტების წარმოებაზე და სხვა.

იცვლება აშშ-ის როლი საერთაშორისო ბიზნესში. ამ ქვეყნის როლი მსოფლიო ეკონომიკაში ბევრად განსაზღვრა იმ ისტორიულმა რელობამ, რომელიც ამ ქვეყნის წინაშე მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ წარმოიშვა. მაშინ, როდესაც იაპონია და ევროპა მთელ თავის რესურსებს წარმართავდა ომის შემდეგ დანგრეული ეკონომიკის აღდგენაზე, აშშ ამ ომიდან ეკონომიკური აღმავლობის მაჩვენებლებით გამოვიდა. ომის დროს აშშ-ს ეკონომიკა ორიენტირებული იყო სამხედრო საჭიროებებზე.

ამ მიზნობრივი ორიენტირის გამოთავისუფლების შემდეგ ამ ქვეყანამ სწრაფად დაიწყო ახალი ეკონომიკური მიდგომის განსაზღვრა. ევროპასა და იაპონიაში ომის შემდგომ წლებში რესურსების დიდი დეფიციტი იგრძნობოდა. ეს ადგილი მსოფლიო ბაზარზე დაიკავეს ამერიკულმა კორპორაციებმა. ამდენად, მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ, ჩრდილოეთ ამერიკა საერთაშორისო ბიზნესში წამყვანი მოთამაშის ადგილს იკავებს.

ომის შემდგომ ევროპაში ჩრდილოეთ ამერიკა ორმაგ როლს თამაშობს: ის, ერთის მხრივ, ეხმარება მოკავშირეებს ეკონომიკის აღდგენაში, ხოლო მეორეს მხრივ ასტიმულირებს საკუთარ კორპორაციებს დამატებითი მოგების მიღებაში. „მარშალის გეგმის“ მიხედვით, იმ 12 მილიარდი დოლარიდან, რომელიც ომის

შემდგომ გამოყოფა ევროპას და იაპონიას, თანხების დიდი ნაწილი ამერიკული საქონლის შესყიდვას მოხმარდა, ხოლო 2,5 მილიარდი გადაეცა იაპონიას სუბსიდიებისა და სავაჭრო კრედიტების სახით. ომის შემდგომ პერიოდში, თავიანთი საგარეო სტრატეგიის პირველ ეტაპზე, ამერიკული კომპანიების ნაწილი პროდუქციას აწარმოებდა მსოფლიოს ქვეყნებისათვის, ხოლო მეორე ეტაპზე სატრანსპორტო ხარჯების შემცირების აუცილებლობამ, გამოიწვია კომპანიების ფილიალების განთავსება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. ასე წარმოიშვა პირველი მრავალეროვნული კორპორაციები.

ომისათვის, რომ გადავწყვიტოთ, თუ სად განვითავსოთ ბიზნესი, აუცილებელია, გავითვალისწინოთ ქვეყნების შეფარდებითი უპირატესობა. აქედან გამომდინარე, ბიზნესი უნდა განთავსდეს იქ, სადაც არის იაფი მუშახელი, ნედლეული და კარგად განვითარებული სატრანსპორტო სისტემა. ამდენად, საერთაშორისო ბიზნესის დარგში გადაწყვეტილებებს საფუძვლად უდევს ის ეკონომიკური მოსაზრებანი, რომლებიც შეიძლება არ ემთხვეოდეს ქვეყნის პოლიტიკურ ინტერესებს.

ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის სისტემაში დიდი მნიშვნელობა აქვს სავაჭრო ბალანსის მაჩვენებელს. სავაჭრო ბალანსი ეს არის ქვეყნის მიერ ექსპორტირებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულების სხვაობა, იმპორტირებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულებასთან. იმ შემთხვევაში, თუ ექსპორტის მოცულობა აღემატება იმპორტის მოცულობას, სავაჭრო ბალანსის სალდო არის დადებითი ანუ მოცემული ქვეყანა სხვა ქვეყნებისაგან ყიდულობს უფრო ნაკლებ საქონელს, ვიდრე ისინი მისგან. მაშინ, როდესაც იმპორტი აღემატება ექსპორტს, სავაჭრო ბალანსის სალდო არის უარყოფითი, ანუ ფულადი ნაკადები მიდის უკუმიმართულებით. სავაჭრო ბალანსში დეფიციტი არ ნიშნავს, რომ კომპანიები კარგავენ კონკურენ-ტუნარიანობას. ასე მაგალითად, აშშ-ის კომპანიების ფილიალები საზღვარგარეთ ყოველწლიურად აწარმოებენ 700 მილიარდი დოლარის საქონელს, რომელიც არ გაითვალისწინება აშშ-ის ექსპორტის მაჩვენებლებში. ამდენად, ამ მაჩვენებლების გათვალისწინება მნიშვნელოვნად გაზრდიდა სავაჭრო ბალანსის დადებით სალდოს. მეორე და არანაკლებ მნიშვნელოვანი ფაქტორი არის ის, რომ იმპორტის მნიშვნელოვანი ზრდა განპირობებულია საზღვარგარეთ განლაგებული იმ ამერიკული კომპანიების საქმიანობით, რომლებიც ყოველთვის ურად ამ ქვეყანაში აგზავნიან მაკომპლექტებელ ნაწილებს. ასეთებია: „თთ“ – ტაივანში, „ჯენერალ ელექტრიკი“ – სინგაპურში და სხვა. ამდენად, კომპანიების მიერ ამერიკაში გაგზავნილი მაკომპლექტებელი ნაკეთობანი მიეკუთვნება იმპორტის მაჩვენებლებს. იმპორტ-ექსპორტის მაჩვენებლების ასეთი არსებობა განსაზღვრავს სავაჭრო ბალანსის მაჩვენებლების დაბალი სიზუსტის ხარისხს.

შედარებით ზუსტი მაჩვენებელი არის საგადამხდელო ბალანსი, რომელსაც აგრეთვე უწოდებენ ბალანსს მიმდინარე ოპერაციებზე. ეს არის საერთაშორისო ვაჭრობის განმაზოგადებელი მაჩვენებელი, რომელიც ახასიათებს ერთი წლის განმავლობაში რეზიდენტების მიერ მის არარეზიდენტებთან განხორციელებულ ყველა გარიგებას. ის ფაქტობრივად გვიჩვენებს ქვეყანაში ფულის საერთო ნაკადის შემოდინებას მისი გადინების გამორიცხვით. საგადამხდელო ბალანსში შედის სავაჭრო ბალანსი, და აგრეთვე ის სახსრები, რომლებიც მიეწოდება მეორე სახელმწიფოს დახმარების სახით და ძირითად კაპიტალში - პირდაპირი ინვესტიციები. ასე მაგალითად, როდესაც კომპანია ყიდულობს საზღვარგარეთის ფირმას ეს გაითვალისწინება საგადამხდელო ბალანსში, მაგრამ არ გაითვალისწინება სავაჭრო ბალანსში, ანალოგიურად ამისა, როდესაც უცხოელები ყიდულობენ ადგილობრივი კომპანიების, აქციებს, ობლიგაციებს, ან უძრავობას, ეს გარიგებე-

ბი აისახება საგადამხდელო ბალანსში.

აღსანიშნავია, რომ უკანასკნელ წლებში საქართველოს ეკონომიკაში სულ უფრო გააქტიურდა უცხოური ინვესტიციების როლი. ეს იწვევს მოსახლეობის მხრიდან ორმხრივ მიდგომას. მოსახლეობის ერთი ნაწილი მიიჩნევს, რომ ეს პროცესი დაკავშირებულია ქვეყნის ეკონომიკური დამოუკიდებლობის ფუძემდებლური პრინციპების ნგრევასთან. მეორე ნაწილს მიაჩნია, რომ ინვესტიციების შემოდინება არის მოტივირებული ქართული ბაზრის შესაძლებლობებით. ჭეშმარიტება მდგომარეობს იმაში, რომ ეს ინვესტიციები ხელს უწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდას.

თანამედროვე მსოფლიოში დღეს უკვე თამამად შეიძლება ითქვას, რომ მოხდა ინტეგრაციის და გლობალიზაციის თეორიების გადაფასება, სულ უფრო დომინირებს სახელმწიფოებრივი ინტეგრაციის კონცეფციები. ბუნებრივია ისიც, რომ საქართველო მისწრაფვის მსოფლიო ინტეგრაციული პროცესებისაკენ. მიუხედავად საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების გაფართოებისა, საქართველოსათვის კვლავინდებურად მნიშვნელოვანია საექსპორტო წარმოების ზრდა. ეს ნათლად ჩანს სავაჭრო ბალანსის დეფიციტში, უარყოფითია ექსპორტ-იმპორტის საღდო.

გარდამავალ პერიოდში ქვეყნის მოთხოვნილების დაკმაყოფილება სავალუტო ნაკადებში შეიძლება მხოლოდ ინვესტიციური აქტივობის სტიმულირებით. ამ მხრივაც ქვეყანამ ვერ მიაღწია მნიშვნელოვან გარღვევას.

2. ხელისუფლების როლი საერთაშორისო ბიზნესის რეგულირების დარგში

საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობათა მსვლელობა დამოკიდებულია მთავრობის იმ გადაწყვეტილებებზე, რომლებიც დაკავშირებულია საერთაშორისო ვაჭრობასთან, უცხოურ კაპიტალდაბანდებებთან და ვალუტის კურსთან. ამ დარგში ხელისუფლების ძირითადი ფუნქცია ისეთი სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავებაა, რომელიც გააწონასწორებს კომპანიების, მუშაკების და მომხმარებლების ინტერესებს. ყველა მონაწილე სუბიექტს საერთაშორისო ვაჭრობაში განსხვავებული მიზანი გააჩნია. ამის გამო, ხელისუფლება ვალდებულია, განახორციელოს კონტროლი საკუთარ რესურსებზე, წინ აღუდგეს გარედან სავაჭრო ექსპანსიას და დაიცვას ადგილობრივი მეწარმეების ინტერესები, რაც მიიღწევა პროტექციონიზმის პოლიტიკით. პროტექციონიზმი¹ – ეს არის სა-ხელმწიფოს პოლიტიკა, რომელიც ორიენტირებულია ადგილობრივი კომპანიების დაცვაზე.

ექსპერტების შეფასებით, მსოფლიო ვაჭრობის ნახევარზე მეტი ექვემდებარება ადგილობრივი ბაზრების დაცვაზე ორიენტირებულ სხვადასხვა ტიპის შეზღუდვებს. სახელმწიფოს მიერ გატარებული პროტექციონიზმის ძირითად სახეებს მიეკუთვნება: ტარიფები, კვოტები, სუბსიდიები, პროდუქციის შემზღუდველი სტანდარტიზაცია და დამსჯელი ღონისძიებანი.

ტარიფები – ეს არის გადასახადები, რომლებიც ვრცელდება იმპორტირებულ საქონელზე. ახლო წარსულში ეს გადასახადები ქვეყნის მიერ გამოიყენებოდა, როგორც სახელმწიფო შემოსავლების შევსების წყარო. დღეისათვის ტარიფების უმეტესი ნაწილი პროტექციონისტული ხასიათისაა. ისინი ზრდიან ფასებს იმპორტირებულ საქონელზე და ამით ასტიმულირებენ ადგილობრივ წარმოებას. დიდი დეპრესიის წლებში მრავალი ქვეყანა ცდილობდა, შეენარჩუნებინა სამუ-

შაო ადგილების რაოდენობა ქვეყნის შიგნით, უფრო მაღალი ტარიფების შემოღების გზით, მაგრამ ასეთი ტარიფები ზღუდავდა საერთაშორისო ვაჭრობას, რამაც გამოიწვია მსოფლიოს ეკონომიკის დაცემა. იმისათვის, რომ ეს პრობლემა დაძლეულიყო, და არ გაჩენილიყო მისი გამეორების შესაძლებლობა, მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ წლებში, რიგმა ქვეყნებმა საფუძველი ჩაუყარეს გადასახადების შემცირების მოძრაობას. მსოფლიოში ამ გადაწყვეტილებას ხელი მოაწერა 11 ქვეყანამ. ეს ხელშეკრულება ისტორიაში შევიდა „ტარიფებისა და ვაჭრობის გენერალური შეთანხმების“ სახით.

ტარიფებთან ერთად, იმპორტის შემცირების მიზნით, მრავალი ქვეყანა ირჩევს სხვა ტაქტიკას. ერთ-ერთ ყველაზე გავრცელებული მეთოდია კვოტების დაწესება. კვოტები ზღუდავენ ქვეყანაში იმპორტირებული პროდუქციის მოცულობას. კვოტები შეიძლება დაწესდეს მხოლოდ ორმხრივი მოლაპარაკების შედეგად. ასე მაგალითად, ასეთი მოლაპარაკების შედეგად, იაპონია იძულებული გახდა, ხელშეკრულებით შეემცირებინა ავტომობილების კვოტების მოცულობა აშშ-ის ბაზარზე.

კვოტირების უკიდურესი ფორმა არის ემბარგო. ცალკეული სახეობის პროდუქტებით, ან მთლიანად ქვეყანასთან ვაჭრობის აკრძალვა. ასე მაგალითად, ერაყის, კუვეითში შეჭრის შედეგად გაეროს უშიშროების საბჭოს გადაწყვეტილებით, აიკრძალა ერაყის ნავთობის ექსპორტი გაეროს წევრ ქვეყნებში. მიუხედავად იმისა, რომ ემბარგოს საფუძველად უდევს პოლიტიკური მოტივები, ისინი ასევე გამოიყენება ქვეყნის შინა ბაზრის დაცვის მიზნით. ასე მაგალითად, იმისათვის, რომ დაიცვას თავისი რძის პროდუქტები, კანადა კრძალავს ოდნო მარგარინის იმპორტს. აშშ კრძალავს იმ სათამაშოების იმპორტს, რომლებიც შეიცავენ ტყვიის შემცველ საღებავებს, რასაც მოტივად უდევს მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვაზე ზრუნვა.

მსოფლიოს ქვეყნები ადგილობრივი მეწარმეების სტიმულირებისათვის იყენებენ სუბსიდიებს, რაც აძლევს მათ იმის შესაძლებლობას, რომ ადგილობრივმა მეწარმეებმა აწარმოონ პროდუქცია უფრო დაბალი ღირებულებით, ვიდრე მათმა უცხოელმა კონკურენტებმა. სუბსიდიები გაიცემა მზარდ დარგებზე იმ დრომდე, სანამ ადგილობრივ კომპანიებს არ ექნებათ კონკურენტუნარიანი პროდუქციის გამოშვების შესაძლებლობა. ასე მაგალითად, ერთობლივი საწარმო „იუროპიენ ეირბასი“, რომელიც აწარმოებს თვითმფრინავებს, მხარდაჭერილია გერმანიის საფრანგეთის, ინგლისის, ესპანეთის მთავრობების მიერ. მსოფლიოში ყველაზე დიდი რაოდენობით სუბსიდიებს გამოყოფენ სოფლის მეურნეობისათვის. განვითარებული ქვეყნები ყოველწლიურად ახდენენ საკუთარი ფერმერების 240 მილიონ დოლარამდე სუბსიდირებას. ევროპულმა თანამეგობრობამ მარტო 2018 წელს ამ ქვეყნების ფერმერების მხარდაჭერისათვის დახარჯა 120 მლნ. დოლარი. მომხმარებლები აშშ-ში შაქარზე მსოფლიოს ფასთან შედარებით იხდიან ორჯერ მეტ თანხას, ხოლო იაპონელები ყიდულობენ ქვეყნებში წარმოებულ ბრინჯს მსოფლიო ფასზე 7-8-ჯერ უფრო ძვირად.

იმპორტის შეზღუდვის კიდევ ერთი გზა არის იმ, სტანდარტების შემოღება, რომლებიც ადგილობრივ მეწარმეებს უფრო ხელსაყრელ პირობებში აყენებენ. მსოფლიოს ქვეყნები აწარმოებენ ლიცენზიების უცხოელებისადმი მიყიდვას საქმიანობის მთელ რიგ სფეროებში. მსოფლიოს იმპორტის 90 პროცენტისათვის ეს ღონისძიება არის მნიშვნელოვანი ზღუდე. სხვა ქვეყნები მოითხოვენ საიმპორტი საქონლის სპეციალურ ტესტირებას. ასე მაგალითად, იაპონიამ დაადგინა საზღვარგარეთიდან შემოტანილი ბრინჯის საკუთარი სტანდარტი, ამ სტანდარტმა

მთლიანად გამოაძევა ბრინჯის ექსპორტიორები ადგილობრივი ბაზრებიდან.

მიუხედავად იმისა, რომ მსოფლიოში ვითარდება თავისუფალი ვაჭრობა და ქვეყნები ცდილობენ ამ თვალსაზრისით ერთმანეთს არ შეუქმნან ბარიერები, რიგ შემთხვევაში, სახელმწიფოები იძულებული ხდებიან, დააწესონ შეზღუდვები იმ ქვეყნებისათვის, რომლებიც საერთაშორისო ვაჭრობაში უკანონო მეთოდებს მიმართავენ. ასე მაგალითად, 1988 წელს აშშ-ში მიღებული „ვაჭრობის შესახებ“ კანონის 301 მუხლში ნათქვამია, რომ პრეზიდენტი ვალდებულია, მიიღოს დამსჯელი ზომები იმ უცხოელი მწარმოებლების მიმართ, რომლებიც იყენებენ ამერიკის ბაზარზე შეღწევის საეჭვო მეთოდებს. ქვეყნები ცდილობენ, შეზღუდონ თავიანთ ბაზარზე იმ სახელმწიფოების შეღწევა, რომლებიც ამას ცდილობენ ადგილობრივ ბაზარზე ფასების ხელოვნური დაწევის ანუ დემპინგური ფასების დაწესების გზით. დემპინგი ეს არის საზღვარგარეთ გასაყიდ საქონელზე უფრო დაბალი ფასების დაწესება, ვიდრე ამ ქვეყანაშია. ამ მავნე 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.

მიუხედავად იმისა, რომ იაპონია იყენებს ყველაზე მეტ შეზღუდვას მსოფლიოში, ამ ქვეყნის ეკონომიკა დინამიურად ვითარდება. მრავალი განვითარებადი ქვეყანა, თავისი აღორძინებადი ეკონომიკის დაჩქარების მიზნით, დღეისათვის ხსნის საკუთარ ბაზრებს, რადგანაც სავაჭრო ბარიერები ზღუდავენ ეკონომიკურ განვითარებას. დსთ-ს სივრცის ქვეყნები დღეს უარს ამბობენ საბჭოთა პოლიტიკაზე, რომელიც მათ უქმნიდა ხელოვნურ ბარიერს სხვა დანარჩენ სამყაროსთან კავშირში.

აღსანიშნავია, რომ პროტექციონიზმის წინააღმდეგ სერიოზული არგუმენტები არ არსებობს. გამოკვლევები ცხადყოფს, რომ ხანგრძლივ პერსპექტივაზე ორიენტირებული პროტექციონიზმი ზღუდავს საერთაშორისო ვაჭრობაში მონაწილე ყველა მხარის ინტერესს. თანამედროვეობაში პროტექციონიზმის წინააღმდეგ არსებობს რამდენიმე არგუმენტი:

1. პროტექციონიზმის ძირითადი ტვირთი მოდის მომხმარებლებზე. როგორც აღინიშნა, სასოფლო-სამეურნეო სუბსიდირება ამ დარგის პროდუქციაზე ზრდის ფასს. მეცნიერთა გაანგარიშებით, სავაჭრო ბარიერების არსებობის გამო, მომხმარებლები მხოლოდ აშშ-ში წელიწადში დამატებით 80 მლარდ დოლარზე მეტს იხდიან.

2. ის მეწარმეები, რომლებიც დაკავებული არიან იმპორტირებული საქონლის გაყიდვით, პროტექციონიზმის პოლიტიკის გამო, რთულ მდგომარეობაში იმყოფებიან, რადგან ცვლილებები ამ პოლიტიკაში იწვევს გაუთვალისწინებელ ზარალს.

3. პროტექციონიზმი სერიოზულ ზარალს აყენებს წარმოების სფეროში დასაქმებულ იმ კომპანიებს, რომელთა ბიზნესის ცალკეული სახე არის დამოკიდებული იმპორტირებულ მაკომპლექტებულ ნაკეთობებზე და მოწყობილობებზე. ასე მაგალითად, „ჯენერალ მოტორზი“ და „ჯენერალ ელექტრიკი“ საკუთარი უცხოური ქარხნებიდან ახდენს 80 მილიარდ დოლარის მაკომპლექტებელი ნაკეთობების და დეტალების იმპორტირებას, ამიტომაც ამ კომპანიებისათვის წამგებიანია ტარიფებისა და კვოტირების შემოტანა.

არსებობს პროტექციონიზმის დაძლევის სხვადასხვა ხელოვნური გზა. ასე მაგალითად, როდესაც აშშ-მა აკრძალა სუფთა შალის შემოზიდვა ჩინეთიდან, ამ

ქვეყნის მეწარმეებმა ეს ბარიერი გადალახეს იმით, რომ მათ დაიწყეს შალხარევი ტილოების წარმოება და რეალიზაცია აშშ-ს ბაზარზე.

3. საერთაშორისო ორგანიზაციები

იმისათვის, რომ ავიცილოთ სავაჭრო დისკრიმინაცია და ამ დარგში ომები, უზრუნველყოთ საერთაშორისო ოპერაციების კეთილსინდისიერ და პატიოსან საფუძველზე აგება, მსოფლიოს ქვეყნების მიერ შექმნილია საერთაშორისო ორგანიზაციები, რომლებიც არეგულირებენ საერთაშორისო ვაჭრობას. მსოფლიოს ქვეყნების დიდი ნაწილი იცავს თავისუფალი ვაჭრობის პრინციპებს. თავისუფალი ვაჭრობა ეს არის საერთაშორისო ვაჭრობის ისეთი სახეობა, როდესაც ცალკეულ ქვეყნებს შორის არ არსებობს ამ სფეროში შეზღუდვები. იმისათვის, რომ ქვეყნებმა თავისუფლად ივაჭრონ მსოფლიოში, შექმნილია ორგანიზაციები, რომლებიც არეგულირებენ ამ პროცესს. ნიშანდობლივია ამ თვალსაზრისით მიღებული შეთანხმებების როლი. ასეთია ტარიფებისა და ვაჭრობის გენერალური შეთანხმება (ტვგშ). ეს არის საერთაშორისო აქტი, რომელსაც მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ხელი მოაწერა 11 ქვეყანამ. ტვგშ-ს შტაბბინა მდებარეობს ვენევაში და მისი აპარატი შედგება 300 კაცისაგან. მსოფლიოს ცალკეული ქვეყნების დელეგატები კოორდინირებულად წყვეტენ ტვგშ-ს ფარგლებში სავაჭრო შეთანხმებისა თუ საერთაშორისო ვაჭრობის საკითხებს. ტვგშ-ს ძირითადი პრინციპია – ბრძოლა სავაჭრო დისკრიმინაციასთან. ყველა სავაჭრო უპირატესობა, რომელიც შეიძლება გავრცელდეს შეთანხმებაში მონაწილე ქვეყანაზე, აუცილებელია ასევე შეეხოს სხვა ქვეყნებსაც. ამ ორგანიზაციამ დაფუძნებისთანავე საბაჟო ტარიფები 40 დან 5 პროცენტამდე შეამცირა.

ტვგშ-ს ფარგლებში გამართული შეხვედრების მერვე რაუნდზე მოიხსნა სხვა მნიშვნელოვანი შეზღუდვებიც. მნიშვნელოვანია ის, რომ შეღავათები შეეხო სასოფლო-სამეურნეო სუბსიდიებს, მომსახურების ექსპორტს, განისაზღვრა ტექნოლოგიური მეკობრეობის შეზღუდვის პოლიტიკა და სხვა.

რეგიონალურ ჭრილში ქვეყნები ქმნიან რეგიონულ სავაჭრო ბლოკებს. ეს ბლოკები მათი ინდივიდუალობის მიუხედავად, საერთო ნიშნებით ხასიათდებიან: ისინი ბლოკის წევრებისათვის აუქმებენ სპეციფიურ გადასახადებს; იმ ქვეყნებისათვის, რომლებიც არ შედიან ბლოკში აწესებენ საგადასახადო შეზღუდვებს და სხვა.

ევროპაში ერთ-ერთი უძველესი ბლოკი არის ევროპის ეკონომიკური თანამეგობრობა (ეეთ), რომელიც აერთიანებს დასავლეთ ევროპის 12 ქვეყანას. ეს ორგანიზაცია დაარსდა 1957 წელს. ეეთ წარმოადგენს თავისუფალი პარტნიორების გაერთიანებას, რომელშიც შედის: ბელგია, დიდი ბრიტანეთი, დანია, საფრანგეთი, გერმანია, საბერძნეთი, ირლანდია, იტალია, ლუქსენბურგი, ნიდერლანდები, პორტუგალია და ესპანეთი. ეს ქვეყნები ცდილობენ, მიაღწიონ ერთმანეთის შემზღუდავი ბარიერების მოხსნას საერთაშორისო ვაჭრობის გზაზე. ამ შეზღუდვების მოხსნით ეეთ-ის ქვეყნებში ყალიბდება ერთიანი ბაზარი, რასაც ხელს უწყობს ერთიანი ვალუტის – ევროს შემოღება.

ექსპერტთა აზრით, პერსპექტივაში ეს გაერთიანება საერთაშორისო ეკონომიკაში აშშ-სთან და იაპონიასთან ერთად ერთ-ერთი წამყვანი ძალა გახდება. ეეთ-ის

როლი მნიშვნელოვნად გაიზარდა ბოლო წლებში, როდესაც მას შეუერთდა ავსტრია, ისლანდია, ლიხტენშტაინი, ნორვეგია, შვეცია და შვეიცარია, რომლებიც შედიოდნენ თავისუფალი ვაჭრობის ევროპულ ასოციაციაში (თვეა). სავაჭრო ბლოკებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებში არის წარმოდგენილი ცდა ერთიანი ევროპული ბაზრის მოთხოვნათა შესაბამისად შესაბამისობაში მოიყვანონ ეეთ-ს და თვეა-ს გეგმები. მიუხედავად იმისა, რომ ორივე ბლოკი ფუნქციონირებს დამოუკიდებლად, მათ შორის დადებული ურთიერთთანამშრომლობის მრავალი დოკუმენტი მათ ავალდებულებს საერთაშორისო ვაჭრობაში საერთო პრინციპების დაცვას. [111, პ. 12].

იმ შემთხვევაში, თუ სავაჭრო ბარიერები ევროპის საბჭოს ქვეყნებს შორის მოიხსნება, ისინი გამკაცრდება აშშ-ს და იაპონიის მიმართ. ამის გამო იაპონური და ამერიკული კომპანიები ცდილობენ, დაიმკვიდრონ თავიანთი ადგილი ევროპის ბაზარზე მანამ, სანამ წარმოიქმნება ეს სირთულეები.

გასული საუკუნის ოთხმოცდაათიან წლებში ჩამოყალიბდა კიდევ ერთი სავაჭრო ბლოკი ამერიკის კონტინენტზე. აშშ-მა და კანადამ 1999 წლიდან მოხსნეს ამ ორ ქვეყანას შორის ყველა კვოტა და ტარიფი, ამ მიმართულებით მიმდინარეობს მოლაპარაკება მექსიკასთან. ამდენად, გაჩნდა ჩრდილო ამერიკული სავაჭრო გაერთიანების შექმნის პერსპექტივა. აზიაში, სადაც შეიმჩნევა რეგიონული ეკონომიკის განვითარების მაღალი ტემპი, იაპონია აძლიერებს თავის კავშირს ჰონკონგთან, კორეასთან, ტაილანდთან, სინგაპურთან.

ეკონომისტთა ნაწილი მიიჩნევს, რომ რეგიონული სავაჭრო ბლოკების წარმოქმნა მსოფლიოს სამ ნაწილად გაყოფამდე მიგვიყვანს – აშშ-ს, ევროპის კავშირის და ჩინეთის ირგვლივ. მათ მიაჩნიათ, რომ ამით შეიზღუდება მსოფლიო ვაჭრობა, განსაკუთრებით გადარიბდება ის ქვეყნები, რომლებიც არ იქნებიან ამ ბლოკებში გაერთიანებული, რაც ნიშანდობლივია საქართველოსათვის, რომელიც ცდილობს დამკვიდრდეს ევროპის კავშირში.

4. საერთაშორისო სავალუტო ფონდის და მსოფლიო ბანკის როლი ბიზნესის განვითარებაში

მთელი რიგი ქვეყნების სიღარიბე მსოფლიოს ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემაა. მსოფლიო ეკონომიკაში ამ ქვეყნების დახმარების მიზნით არსებობს ისეთი ორგანიზაციები, როგორცაა საერთაშორისო სავალუტო ფონდი და მსოფლიო ბანკი. საერთაშორისო სავალუტო ფონდი დაფუძნდა 1954 წელს, შემდგომში ის ჩამოყალიბდა, როგორც გაეროს სპეციალური ორგანიზაცია, რომელიც ეხმარება იმ ქვეყნებს, რომელთაც გააჩნიათ საგადასახადო ბალანსთან დაკავშირებული პრობლემები. მსოფლიო ბანკის ოფიციალური დასახელება არის რეკონსტრუქციის და განვითარების ბანკი (ის შეიქმნა ომის შემდგომი ეკონომიკის დაფინანსებისათვის). ეს ორგანიზაცია კონკრეტული საერთაშორისო მნიშვნელობის პროექტების დასაფინანსებლად იძლევა კრედიტებს დაბალი პროცენტებით. საერთაშორისო სავალუტო ფონდის და მსოფლიო ბანკის სახსრების ფორმირება ხდება გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის 135 ქვეყნის საწევროების ხარჯზე. ამ შენატანების ყველაზე დიდი წილი მოდის დასავლეთ ევროპაზე, აშშ-ზე და იაპონიაზე.

გარდა ამ ორგანიზაციებისა, არსებობს ის რეგიონალური ბანკები, რომლებიც ემსახურებიან მოცემული რეგიონის განვითარებას. ასეთებია: განვითარებისა და რეკონსტრუქციის ევროპული ბანკი, რომელიც წარმართავს სესხებს დასავლეთიდან აღმოსავლეთ ევროპაში, მილანში არსებული განვითარების აზიური ბანკი, რომლის სახსრების ფორმირება ხდება იაპონიის ხარჯზე, განვითარების ამერიკათშორისი ბანკი, რომელსაც უპირატესად აფინანსებს აშშ და ეს სახსრები ხმარდება ამერიკის კონტინენტზე არსებული სუსტი სახელმწიფოების განვითარებას.

ფორმალურ ორგანიზაციებთან მოლაპარაკებაში მონაწილეობის გარდა სხვადასხვა ქვეყნები თავიანთ ძირითად სავაჭრო პარტნიორებთან ატარებენ ეკონომიკური ხასიათის შეხვედრებს. ამ ტიპის შეხვედრებში, როგორც წესი, მონაწილეობენ ფინანსთა მინისტრები. მათში აისახება სავალუტო კურსების, სავაჭრო ურთიერთობათა დაბალანსებულობის და სხვა მსოფლიო მნიშვნელობის საკითხები. ამ ტიპის შეხვედრებზე მიმდინარეობს დიდი ხუთეულის (აშშ, დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, გერმანია, იაპონია) შვიდეულის, (ხუთეულს მიმატებული კანადა და იტალია) ან ათეულის ქვეყნების ჯგუფის (შვიდეულს მიმატებული ბელგია, შვეიცია, შვეიცარია) ფარგლებში კონსულტაციები საერთაშორისო ვაჭრობის საკითხებზე.

იმდენად, რამდენადაც ყველა ქვეყანას გააჩნია საკუთარი სავალუტო ერთეული, საერთაშორისო ვაჭრობის პროცესში მიმდინარეობს ამ ვალუტების გაცვლა. მაშინ, როდესაც ერთი ქვეყნის კომპანია ყიდის საქონელს მეორე ქვეყანაში აუცილებელი ხდება ვალუტების გაცვლა. ასე მაგალითად, იმისათვის, რომ იაპონურმა კომპანიამ შეისყიდოს აშშ-ს ხორბალი, აუცილებელია იაპონური იენის გაცვლა დოლარზე. ის პროპორციები, რომლითაც იენი, ფუნტი ან ფრანკი იცვლება დოლარზე, მარკაზე ან ლარზე ქმნიან სავალუტო (გაცვლით) კურსს. საერთაშორისო ვაჭრობაში მოქმედებს მცურავი სავალუტო კურსები. მცურავ სავალუტო სისტემაში ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს მოთხოვნა-მიწოდების კანონი. იმდენად, რამდენადაც მოთხოვნა-მიწოდება არის მუდმივად ცვალებადი სიდიდე, იცვლება ვალუტის კურსებიც. ვალუტის კურსებს შორის თანაფარდობა არის განსაზღვრული. მოცემული ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეო-

ბით (ვთქვათ, თუ ესპანეთის ეკონომიკაში არის ძლიერი ინფლაციური პროცესები), იზრდება უმუშევრობის დონე (ესპანური ვალუტის დონე ეცემა სტაბილური ეკონომიკის მქონე ქვეყნებთან შედარებით). როდესაც აშშ-ს დოლარი არის ძლიერი, ანუ მისი ღირებულება არის შეფარდებით მაღალი, საჭიროა უფრო მეტი უცხოური ვალუტა დოლარის შესასყიდად. ამის შედეგად ამერიკული ექსპორტის დონე მცირდება, ხოლო იმპორტის დონე იზრდება, სუსტი დოლარი ასტიმულირებს ექსპორტს და ამცირებს იმპორტს. იგივე როლს თამაშობს ექსპორტ-იმპორტის სტიმულირების თვალსაზრისით ქართული ლარი ან სხვა ნებისმიერი სახეობის ვალუტა.

იმისათვის, რომ განვსაზღვროთ, თუ რა როლს თამაშობს ბიზნესის აქტივობაში ვალუტის კურსი და როგორ ზემოქმედებს ის სავაჭრო ბალანსზე, განვიხილოთ შემდეგი მაგალითი: 2010-2015 წლებში დოლარის ღირებულება მკვეთრად ამაღლდა. აშშ-ს სავაჭრო პარტნიორებისათვის ეს გახდა ექსპორტის საფუძველი. აშშ-მა, დაიწყო საინვესტიციო კაპიტალის ამოღება იმ ქვეყნებიდან, რომლებიც ცდილობდნენ ამერიკული დოლარის შექმნას მაღალი საპროცენტო განაკვეთით. დოლარის მაღალი განაკვეთის გამო, ამერიკულ კომპანიებს წარმოექმნათ სიძნელებები თავიანთი საქონლის გაყიდვის პროცესში, რის გამოც შეიქმნა საგადასახადო ბალანსის დეფიციტი. მთავრობა იძულებული გახდა, შეეჩერებინა დოლარის გამყარების პროცესი. ვალუტის გაცვლითი კურსი ეცემა, როდესაც იზრდება მისი მოწოდება და მცირდება მოთხოვნა. ამის გამო, მთავრობამ გაზარდა დოლარის მიწოდება. დოლარის კურსმა დაიწყო დაცემა და სავაჭრო ბალანსი მნიშვნელოვნად დარეგულირდა.

5. საერთაშორისო ურთიერთობების ბიზნესზე მოქმედების სფერო

საერთაშორისო ბიზნესი მოიცავს ქვეყნებს შორის ნებისმიერი ტიპის სამეურნეო ოპერაციებს. ასეთი საქმიანი ურთიერთობანი შეიძლება წარმოებდეს, როგორც კერძო პირების, ასევე სახელმწიფო ორგანიზაციების დონეზე. კერძო კომპანიების საქმიანობა საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში შეიძლება განხორციელდეს მხოლოდ მოგების მიღების მიზნით, ხოლო ფირმების საქმიანობა, რომლებსაც საერთაშორისო ბიზნესში გამოეყოფათ სუბსიდიები, არ არის მოგებაზე ორიენტირებული.

თავისი საერთაშორისო მიზნების მისაღწევად, კომპანიამ უნდა დაადგინოს საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციების წარმოების ის ფორმები, რომლებიც განსხვავდებიან ქვეყნის შიგნით ვაჭრობისაგან. საერთაშორისო ვაჭრობის ფორმების შერჩევაზე ზეგავლენას ახდენს არა მარტო წინასწარ დაგეგმილი მიზანი, არამედ ის გარემო, რომელშიც კომპანიას უხდება ფუნქციონირება. კომპანია, რომელიც აწარმოებს თავის საქმიანობას საერთაშორისო დონეზე თითქმის არ ზემოქმედებს იმ საქმიან გარემოზე, რომელშიც მას უხდება ფუნქციონირება. ყველა ეს ურთიერთკავშირი აისახება შემდეგ ნახატზე (იხ. ნახ №9).

საერთაშორისო ბიზნესს გააჩნია თავისი მოტივაცია. არსებობს ამ მოტივაციის სამი ძირითადი ასპექტი. ესენია: გასაღების გაფართოება, რესურსების შექმნა და მომარაგებისა და გასაღების წყაროების დივერსიფიკაცია.

გასაღების გაფართოება – ბაზარი არის შეზღუდული იმ პირებით, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ფირმის პროდუქციითა და მომსახურებით. ამასთან, მოსახლეობის მსყიდველობითი უნარი იზრდება, თუ მას განვიხილავთ არა ადგი-

ლობრივ, არამედ საერთაშორისო მასშტაბებში. საერთაშორისო გასაღება არის ფირმების საერთაშორისო ბიზნესში ფუნქციონირების ძირითადი მოტივი. მრავალ მსხვილ ფირმას თავისი შემოსავლების ნახევარზე მეტი შემოსდის საზღვარგარეთ პროდუქციის გასაღებიდან. ასეთია მაგალითად, გერმანული ფირმა – „შ“¹, შვედური კომპანია – „ელექტროლუქსი“, ამერიკული – „3M“, ფრანგული – „მიშელინ“, შვეიცარული – „ნესტლე“, ჰოლანდიური – „ფილიპსი“, იაპონური – „სონი“.

რესურსების შექმნა. მწარმოებელი ფირმები და დისტრიბუტორები, როგორც წესი, სხვადასხვა ქვეყნებში ეძებენ მათთვის აუცილებელ ნაკეთობებს და მომსახურებას, ნახევარფაბრიკატებს, მაკომპლექტებელ ნაკეთობებს, აგრეთვე მზა პროდუქციას. როგორც წესი, ასეთი სავაჭრო ოპერაციების მიზანი დანახარჯების შემცირებაა. ასე მაგალითად, კომპანია „ლუკასფილმი“ თავის კინოებს იღებს ინგლისის კინოსტუდიაში, ხოლო ამ ფილმის სცენარის მიხედვით წარმოებულ სათამაშოებს მისი ფილიალი „კენერი“ აწარმოებს მაკაოში.

დივერსიფიკაცია – კომპანიები, როგორც წესი ცდილობენ, არ დაუშვან დიდი სხვაობა მის გასაღებასა და მოგებას შორის და ამ მიზნით საზღვარგარეთ ეძებენ მათი პროდუქციის გასაღებას შესაფერის ბაზრებს. ამ მიზნით, მრავალი კომპანია ორიენტაციას იღებს მსოფლიოს ქვეყნების ეკონომიკის ციკლურობაზე, რის გამოც ერთი ქვეყნის დაცემის პერიოდი, არ ემთხვევა მეორე ქვეყნის აღმავლობის პერიოდს. ამიტომ კომპანიები, რომლებიც ერთი და იგივე საქონლით ან მომსახურებით ვაჭრობენ, ახდენენ მის გადანაწილებას მსოფლიოს ქვეყნების ეკონომიკური ციკლის სტადიების მიხედვით, რაც უნარჩუნებს ამ კომპანიებს განვითარებისა და სტაბილური მოგების მიღების შესაძლებლობას.

6. საერთაშორისო საქმიანი ურთიერთობების ფორმები

თანამედროვე კომპანიებში შეიძლება არსებობდეს საერთაშორისო საქმიანი ურთიერთობის შემდეგი ფორმები: იმპორტი და ექსპორტი, ლიცენზირება, ფრენ-შაიზინგი, ერთობლივი საწარმოების შექმნა და საზღვარგარეთის ფირმის შესყიდვა სრული საკუთრებით.

საერთაშორისო საქმიანი ურთიერთობის ყველაზე გავრცელებული ფორმა არის საქონლის **იმპორტი** და **ექსპორტი**. საიმპორტო მანქანებლები ყველაზე უფრო დამოკიდებულია საცალო ვაჭრობაზე. თანამედროვე მსხვილ ფირმებში არის უამრავი აგენტი, რომელიც დასაქმებულია საზღვარგარეთ ამ ფირმებისათვის აუცილებელი იმ საქონლისა და მომსახურების მოძიებით, რომელიც განსაზღვრავს მათი პროდუქციის პროფილს.

კომპანიები, რომლებიც ეწევიან ექსპორტს, ამ პროცესს ახორციელებენ ან უშუალოდ საზღვარგარეთის პარტნიორებთან შეთანხმებით, ან სავაჭრო შუამავლების მეშვეობით. მთელ რიგ ქვეყნებში შექმნილია სავაჭრო პალატები, სპეციალური სააგენტოები, რომლებიც სპეციალიზდებიან სავაჭრო პარტნიორების ძებნასა და კონტრაქტების გაფორმებაზე.

საერთაშორისო ბიზნესში აგრეთვე გამოიყენება **ლიცენზირება**. ლიცენზირების შეთანხმება აძლევს შესაძლებლობას ერთ ფირმას, აწარმოოს ან გაყიდოს სხვა ფირმის საქონელი და მომსახურება ერთჯერადი ან პერიოდული გადასახადის ხარჯზე. „კოკა-კოლას“ რეცეპტურით საქართველოში ხდება ამ საწარმოს გამაგ-

რილებელი სასმელის ჩამოსხმა. ამის სანაცვლოდ კოკა-კოლას სათავო ოფისი ღებულობს სტაბილურ პროცენტს მოგებიდან. ლიცენზირებას წააგავს საქმიანი ურთიერთობის ისეთი ფორმა, როგორც არის ფრენჩაიზინგი. ფრენჩაიზინგის ობიექტი შეიძლება იყოს ნებისმიერი სამეწარმეო სფერო. ღებულობს რა ფრენჩაიზინგის ხელშეკრულებას, ფირმას მინიმუმამდე დაჰყავს და-ნახარჯები და ის რისკი, რომელიც არის დაკავშირებული საზღვარგარეთის ბაზარზე შესვლასთან.

ერთობლივი საწარმოები არის საერთაშორისო ბიზნესის ერთ-ერთი ეფექტიანი ფორმა. ერთობლივ საწარმოში იგულისხმება არა მარტო პროექტის რეალიზაციის პროცესში საერთო ინვესტიციების გაწევა, არამედ ხანგრძლივი პერსპექტივით სამეწარმეო საქმიანობა.

რიგ ქვეყნებში ინვესტიციების პირდაპირი დაბანდების თვალსაზრისით არსებობს შეზღუდვები. ამ მიზეზით ერთობლივი საწარმოები ხდება საერთო ბიზნესის წარმოების ძირითადი ფორმა. მიუხედავად ამისა, არის ისეთი ქვეყნებიც, რომლებიც არ კრძალავენ კაპიტალის ინდივიდუალურ დაბანდებას მოცემულ ქვეყანაში.

ადგილობრივი ნედლეულის და მუშახელის სიიაფის გამო, მნიშვნელოვანია **ინდივიდუალური საწარმოების საზღვარგარეთ დაარსება**. ამის საუკეთესო მაგალითია ამერიკული კომპანია „ლივაის სტრაუსი“, რომელიც მსოფლიოში ცნობილ ჯინსებს უშვებს. მისი მსოფლიოს ქსელი უზრუნველყოფს გაყიდვების 40 და მოგების 60 პროცენტს. ამ ფირმის საზღვარგარეთის წარმომადგენლებს შეაქვთ მნიშვნელოვანი წვლილი სან-ფრანცისკოში განთავსებული სათავო ოფისის განვითარებაში. ასე მაგალითად, ამ ფირმის პროდუქციის ბოლო მოდელები შემუშავდა არგენტინის და იაპონიის წარმომადგენლობებში და არა სათავო ოფისში.

საზღვარგარეთ საერთაშორისო საქმიანობა დაკავშირებულია გარკვეულ სპეციფიკასთან, რომელიც გამომდინარეობს ამ ქვეყნების კულტურული, ეთიკური, რელიგიური თავისებურებებიდან. ისინი უნდა გათვალისწინებულ იქნას ბიზნესის წარმოების პროცესში. ხშირ შემთხვევაში ჩნდება პრობლემები მხოლოდ იმის გამო, რომ არ არის გათვალისწინებული ამა თუ იმ ქვეყნის ისტორიული თავისებურებანი, თუნდაც პროდუქციის შეფუთვის პროცესში. ზოგჯერ ვაჭრობა შეიძლება გააუმჯობესოს საქონლის შეფუთვის ფორმის ან ფასის შეცვლამ. ასე მაგალითად, თეთრი ფერი არის სიკვდილის სიმბოლო იაპონიასა და აზიის ქვეყნების უმეტეს ნაწილში, მწვანე ნიშნავს საფრთხეს ან ავადმყოფობას მაღალიზიაში. ამდენად, ამ ფერების გამოყენება იწვევს უარყოფით ასოციაციებს ამ ქვეყნების მომხმარებლებში. სხვადასხვა ქვეყანაში სიტყვები არაერთგვაროვნად უღერს, ასე მაგალითად, „ამერიკენ მოტორზის“ ავტომობილი „მოტოდორი“ არის ძლიერების და ძალის სიმბოლო ამერიკაში. ამასთან, პუერტო-რიკელების ენაზე სიტყვა „მოტოდორი“ ნიშნავს მკვლელს, რაც აშკარად ეწინააღმდეგება იმ ქვეყნის ინტერესებს, სადაც ისედაც ძალიან მაღალია ავტოკატასტროფების შედეგად სიკვდილიანობა. როდესაც ინგლისის ნავთობის მწარმოებელმა კომპანიამ აღმოაჩინა, რომ მისი ერთ-ერთი სახეობის ბენზინის დასახელება „ესსო“ იაპონურ ენაზე ნიშნავდა „გატეხილ მანქანას“, ის მიხვდა თავისი წარუმატებლობის მიზეზს ამ ბაზარზე. ხშირ შემთხვევაში ერთი და იგივე სიტყვები ინგლისურენოვან ქვეყნებში სხვადასხვანაირად უღერს. მაგალითად, ამერიკული კომპანია, რომელიც აწარმოებდა ხელსახოცებს რეკლამაში იყენებდა ფრაზას „ყოუ ცან უსე ნო ფინერ ნაკინ ატ ყოურ დინნერ ტაბლე“ (უკეთეს ხელსახოცებს თქვენი მაგიდისათვის თქვენ ვერ მოძებნით). ეს რეკლამა აშკარად წინააღმდეგობრივი აღმოჩნ-

ნდა ინგლისში, სადაც სიტყვა „ნაპკინ“ პამპერსებს ნიშნავს. სხვადასხვა ქვეყნებში საზოგადოებრივი ნორმები ძლიერ განსხვავებულია, ამიტომ საზღვარგარეთ ბიზნესის წარმოებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს ადგილობრივი პარტნიორების გამოცდილების შესწავლას. ასე მაგალითად, ტაილანდში ფრანგული ფირმის მიერ გამოიყენებოდა რეკლამა, სადაც ცხოველი მოიხმარდა სათვალეებს. ცხოველები ტაილანდში მიეკუთვნება უმდაბლეს არსებებს, ამიტომ, ადგილობრივი მცხოვრებლები ამ სათვალეებს ვერ მოიხმარდნენ. ბაზრების საფუძვლიანი შესწავლა იძლევა შესაძლებლობას, თავიდან ავიცილოთ მოსალოდნელი უარყოფითი შედეგები. ქვეყნების ტრადიციათა ცოდნა, ადგილობრივ მცხოვრებლებთან ურთიერთობა, მათი ჩვევებისადმი პატივისცემით მოპყრობა იძლევა შესაძლებლობას, წარმატებულად ვაწარმოოთ ბიზნესი.

იმისგან დამოუკიდებლად, თუ რომელ ქვეყანაში გვიხდება ბიზნესის წარმოება სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ამ ქვეყნის მოქალაქეებთან საქმიან ურთიერთობას. ფილოსოფიური თვალსაზრისით, ამის საუკეთესო ხერხი მდგომარეობს იმაში, რომ შევისწავლოთ და გავაანალიზოთ იმ ერების თავისებურებანი, რომლებიც მიეკუთვნებიან სხვა კულტურებს. სხვა კულტურების წარმომადგენლები შეიძლება განსხვავდებოდნენ მრავალი ნიშნით. ისეთი ნიშნებით როგორიცაა: რელიგიური მიკუთვნება, ღირებულებითი პრიორიტეტები, სამართლებრივი ნორმებისადმი დამოკიდებულება, უესტები, მანერები და სხვა. ამ განსხვავებათა გაუთვალისწინებლობამ საერთაშორისო ბიზნესში შეიძლება მიგვიყვანოს სირთულეებთან. აზიის მთელ რიგ ქვეყნებში ქალები ბიზნესში ვერ თამაშობენ წარმევან როლს. ამის გამო ქალ-პარტნიორს იქ უნდობლად ეპყრობიან.

სანამ ავითვისებთ საზღვარგარეთის ბაზარს, აუცილებელია, საფუძვლიანად შევისწავლოთ ამ ქვეყნის კულტურა, რელიგია, პოლიტიკა, ადათ-წესები, განსაკუთრებით, საქმიანი ურთიერთობების ტრადიციები.

არის ის ზოგადი წესები, რომელსაც ბიზნესმენები იყენებენ ამა თუ იმ ქვეყანაში, ესენია:

- აუცილებელია, შევინარჩუნოთ მიუკერძოებლობა. შეუძლებელია, სხვადასხვა ადამიანების მიმართ გამოვიყენოთ ერთი და იგივე სტერეოტიპები, წინასწარ დადგენილი სტანდარტები. ყოველი ადამიანი უნდა განვიხილოთ, როგორც ინდივიდი და ღრმად გავითავისოთ ის კულტურული სფერო, რომელსაც ეხება მისი ცხოვრება და მოღვაწეობა;
- უნდა გავითვალისწინოთ სხვა ერების ტრადიციები. მათ გააჩნიათ სხვადასხვა ღირებულებითი სისტემა, თვისებები, ქცევის მანერები;
- სხვადასხვა ქვეყნებში ერთი და იგივე უესტები და გამოთქმები განსხვავებული შინაარსის მატარებელია. ამის გამო, უფრო ხშირად უნდა გამოვიყენოთ სიტყვების ენა და არა ვერბალური ურთიერთობის ფორმები;
- მიზანშეწონილია, ჩვენი სტილის მისადაგება სხვა ადამიანებისადმი. თუ პარტნიორი პასუხობს პირდაპირ და არაორაზროვნად, აუცილებელია ამ სტილის მიბაძვა, სხვა შემთხვევაში, უნდა მივუსადაგოთ ქცევა და მსჯელობა პარტნიორისას.