ლარისა ყორღანაშვილი

საერთაშორისო ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები

ლარისა ჟორჟანაშვილი

საერთაშორისო ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი საფუძვლები

გამომცემლობა „უნივერსალი"
თბილისი 2006

უაკ (V ჩ) 338.22
ყ 642

ნაშრომში განხილულია საერთაშორისო ბიზნესის არსი და სახეები, განვითარების ეტაპები და მახასიათებელი ნიშნები, დახასიათებულია ძირითადი ორგანიზაციული ფორმები და მათი ფუნქციონირების სამართლებრივი საფუძვლები, აგრეთვე საერთაშორისო ბიზნესის გარემო.

ნაშრომი განკუთვნილია სტუდენტებისა და საერთაშორისო ბიზნესის საკითხებით დაინტერესებული პირებისათვის.

რედაქტორი პროფ. გ. ბაბუნაშვილი
რეცენზენტი ემკ თ. ყანდაშვილი

© ლ. ყორღანაშვილი, 2006

გამომცემლობა „უნივერსალი", 2006

თბილისი, 0128, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 1, ☎: 29 09 60, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge

ISBN 99940-51-67-9

შ ე ს ა ვ ა ლ ი

სახელმწიფო სუვერენიტეტის მოპოვებისა და იდეოლოგიური დოგმებისაგან განთავისუფლების შემდეგ, საქართველო საბაზრო ეკონომიკის გზას დაადგა. ამან განაპირობა მრავალი ადამიანისათვის ბიზნესსა და მეწარმეობაში, წარმოშვა ბიზნესის დაუფლების აუცილებლობა. ამიტომ დაახლოებით ერთი საუკუნის წინ ამერიკელების მიერ გამოცხადებული და ამჟამად ცხოვრებაში წარმატებით გატარებული პრინციპი **"დაეუფლოთ ბიზნესს",** დღეს ჩვენი ქვეყნისთვისაა აქტუალური.

ამერიკული წარმოშობის სიტყვას **"ბიზნესი"** (Business) ინგლისურენოვან ქვეყნებში მრავალი მონათესავე, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში არსებითად განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს. იგი აღნიშნავს პროფესიას, საქმიანობას, მეწარმეობას, გარიგებას, საქმიან ცხოვრებას, შემოსავლის წყაროს და ა.შ. აღნიშნულის გამო, ამ ცნების გამოყენებისას საჭიროა მისი დაკონკრეტება. ჩვენს შემთხვევაში ცნება "ბიზნესი" გულისხმობს შემოსავლის (მოგების) მიღების მიზნით სხვადასხვა სფეროში (საქონლისა და მომსახურების წარმოება, ვაჭრობა, ტრანსპორტი, საბანკო, სადაზღვევო, ტურიზმის და სხვა სფეროები) განხორციელებულ საქმიანობას.

მეცნიერულ ბრუნვაში ტერმინი „ბიზნესი" პირველად ცნობილმა ინგლისელმა ბანკირმა და ეკონომისტმა რიჩარდ კანტილიონმა (1680-1734) შემოიტანა. იგი ბიზნესს განიხილავს როგორც მოთხოვნისა და მიწოდების ურთიერთშეთანხმების ეკონომიკურ პროცესს რისკის პირობებში.

ბიზნესი მატერიალური ფორმის პროდუქტის (სასარგებლო ნივთის) ან მომსახურებს (უხილავი სიკეთის) წარმოებასა და რეალიზაციასთან დაკავშირებული საქმიანობაა, რომელიც უზრუნველყოფს მოგებას. თავის მხრივ, საერთაშორისო ბიზნესი გულისხმობს ამ საქმიანობის განხორციელებას სახელმწიფო საზღვრების გადაკვეთით ანუ სხვადასხვა ქვეყნის მონაწილეობით.

ბიზნესის ერთადერთი ფუნქციაა მოგების უზრუნველყოფა, მისი ფორმულა მარტივია: ფ – ფ* , სადაც ფ საქმეში დაბანდებული ფულადი სახსრებია, ხოლო ფ* – საქმის ან განსაზღვრული საქმიანი ციკლის დასრულების შემდეგ მოგებასთან ერთად დაბრუნებული ფულადი სახსრები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბიზნესი ფულით ფულის კეთებაა.

ბიზნესით დასაქმებულ ადამიანს ბიზნესმენს უწოდებენ. ბიზნესის წარმოების პროცესში მის სუბიექტებს შორის მყარდება საქმიანი ურთიერთობა მომხმარებელთა მოთხოვნის დაკმაყოფილებისა და მოგების მიღების მიზნით. მართალია, ბიზნესის ფორმულა მარტივია, მაგრამ იგი საკმაოდ რთული და ამასთან, რისკიანი პროცესია. იგი ითვალისწინებს წარმოების, ეკონომიკური საქმიანობის და თვით ცხოვრების ორგანიზაციას. წარმოება ნებისმიერი ბიზნესის საფუძველია, რადგან იგი უზრუნველყოფს ბაზარზე საქონლის მიწოდებასა და თვით ბაზრის ორგანიზაციულ სტრუქტურას. **საქონელია ყველაფერი ის, რაც აკმაყოფილებს ადამიანის მოთხოვნილებას ან საჭიროებას და გატანილია ბაზარზე გასაყიდად.**

ტერმინი **"საქონელი"**, ჩვეულებრივ, ვიწრო და ფართო გაგებით გამოიყენება. **ვიწრო გაგებით საქონლის ცნება აღნიშნავს მხოლოდ მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმის საგნებს ანუ ისეთ საქონელს, რომელსაც აქვს წონა, მოცულობა და სხვა ფიზიკური პარამეტრები. ფართო გაგებით საქონელში იგულისხმება ნებისმიერი ფასეულობა (ობიექტი), რომელიც შეიძლება გაიცვალოს სხვა ობიექტებზე.** შესაბამისად, საქონლის ფართო გაგება მოიცავს როგორც მატერიალურ-ნივთობრივ საქონელს, ისე მომსახურებას, ინტელექტუალური საქმიანობის შედეგებს, ვალუტას, ფასიან ქაღალდებს.

"ბიზნესი" დისციპლინაა, რომელიც შეისწავლის ბიზნესის, ბაზრისა და მთლიანად ეკონომიკის კავშირურთიერთობებს მსოფლიო მეურნეობის მასშტაბით, ამ კავშირურთიერთობათა დამყარების საშუალებებსა და პროფესიულ ხერხებს.

ეკონომიკის მამოძრავებელი ძალა, მისი სული და გული ფასია, რომელიც დგინდება ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდე-ბის შესაბამისად და უზრუნველყოფს მოგებას (დადებითი და უარყოფითი მნიშვნელობით). **ფასი ეწოდება ფულის იმ თანხას, რომელიც მყიდველმა უნდა გადაიხადოს საქონლის შესაძენად.** ბიზნესის უმთავრესი კატეგორია – **მოგება შემოსავლებსა და დანახარჯებს შორის სხვაობაა.** აღსანიშნავია, რომ ფასწარმოქმნასა და ბიზნესს ტრადიციულად მიკროეკონომიკის სფეროს მიაკუთვნებენ, ხოლო ეკონომიკა ფართო გაგებითა და ბაზარზე დაყრდნობით, აგრეთვე არასაბაზრო ფაქტორების გათვალისწინებით (მაგალითად, სახელ-

მწიფო რეგულირების) ორგანულად აკავშირებს მათ და იძლევა როგორც მისი შემადგენელი ნაწილების კავშირურთიერთობათა, ისე მთლიანობაში აღქმის შესაძლებლობას და, შესაბამისად, მაკროეკონომიკის სფეროს მოიცავს. თაეის მხრივ, საერთაშორისო ბიზნესი საერთაშორისო მიკროეკონომიკის დონეზე ხორციელდება, მაგრამ ამასთან, მისი გლობალიზაციის შედეგად იგი მეგაეკონომიკის (მეტაეკონომიკის) სფეროს წარმოადგენს.

საერთაშორისო ბიზნესი მსოფლიო სამერნეო საქმიანობის მახასიათებელი ცნებაა, რომელიც უშუალოდაა დაკავშირებული ბაზართან. საბაზრო ეკონომიკის ევოლუციის პროცეს'ში იცვლება ბიზნეს-საქმიანობის ეკონომიკური პირობები და მისი ორგანიზაცია. მართალია, ბაზრის კანონი გულისხმობს ინტენსიურ კონკურენტულ ბრძოლას, მაგრამ ციველიზებული ბაზრების ანალიზი გვიჩვენებს, რომ მხოლოდ ფირმათა მცირე ნაწილი ცდილობს ბა'ხარზე მონოპოლიური მდგომარეობის მიღწევას თავისი კონკურენტების ლიკვიდაციის ხარჯზე. ამჟამად ფირმის კონკურენტუნარიანობის განმტკიცებაში მთავარ ხელოვნებად ითვლება მძაფრი და უაზრო კონკურენციის თავიდან აცილების უნარი.

თანამედროვე ეტაპზე საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის ძირითად პარამეტრებად ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიები გადაიქცნენ. ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების ბაზაზე ყალიბდება გლობალური ეკონომიკა, ვითარდება გლობალური ბიზნესი, კაცობრიობას გაუჩნდა პროგრესის პრინციპულად ახალი შესაძლებლობები, მსოფლიო ეკონომიკას – პროგრესის პარადიგმა, ახალი ტექნოლოგიები გარდაიქმნება „მეორე ბუნებად", რომელიც აყალიბებს პიროვნებისა და კაცობრიობის განვითარების პირობებს, ცელის ბაზარსა და საკუთრების უფლებას, ძირს უთხრის კონკურენციას, ხელს უწყობს გლობალური მონოპოლიების ბატონობას და ასუსტებს მათ საქმიანობაზე სახელმწიფოს ზემოქმედებას.

ფართო გაგებით საერთაშორისო ბიზნესის საგანი ორი და მეტი ქვეყნის (მათი სუბიექტების) მონაწილეობითა და მოგების მიღების მიზნით განხორციელებული ნებისმიერი ოპერაციაა, მაგრამ მიუხედავად ამისა, საერთაშორისო ბიზნესში, ჩვეულებრივ, ძირითადი ყურადღება საერთაშორისო ფირმების საქმიანობას ანუ დიდ ბიზნესს ეთმობა. ამასთან ერთად, დიდი მნიშვნელობა აქვს საერთაშორისო ბიზნესის

ახალ ფორმებს – სტრატეგიულ ალიანსებს, ერთობლივ საწარმოებს, ლიცენზირებას, ფრენშაიზინგს და ა. შ. აღნიშნულიდან გამომდინარე, საერთაშორისო ბიზნესის მთავარი სუბიექტის როლში გველინებიან განვითარებულ ქვეყნებში დაფუძნებული ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რომელთა საქმიანობა მსოფლიო მასშტაბით ხორციელდება. მათ საქმიანობაზე მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახდენს სპეციფიკური (პოლიტიკური, ეკონომიკური, ფინანსური, სამართლებრივი და ა. შ.) გარემო.

"საერთაშორისო ბიზნესის", როგორც სასწავლო დისციპლინის მეთოდია საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში მიმდინარე მოვლენებისა და პროცესების შეცნობის ზოგადსამეცნიერო ხერხები. ყველა მოვლენა და პროცესი განიხილება თანამედროვე ეკონომიკური თეორიის თვალსაზრისით და საბაზრო კონცეფციაზე დაყრდნობით, ლოგიკურ და ისტორიულ კავშირურთიერთობაში. საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე საბაზრო კონცეფცია გულისხმობს გრძელვადიანი რენტაბელობის პრინციპზე ორიენტაციას, რომელიც მიღებული მოგების ნორმის ნაცვლად, პრიორიტეტს მოგების მასას ანიჭებს.

ბიზნეს-საქმიანობა საბჭოთა პერიოდში აკრძალული იყო, ამიტომ საქართველოში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის თეორიისა და პრაქტიკის, განსაკუთრებით კი საერთაშორისო ბიზნესის საკითხების შესწავლას. ნაშრომში წარმოდგენილი საკითხების ათვისება აუცილებელია არა მარტო სტუდენტებისათვის, არამედ ბიზნესით დაინტერესებული ნებისმიერი პირისათვის.

წიგნი უცხოელი ავტორების ნაშრომებზე დაყრდნობითაა დაწერილი (იხ. ლიტერატურის სია). რა თქმა უნდა, იგი არაა დაზღვეული გარკვეული ხარვეზებისაგან. ავტორი მადლიერებით მიიღებს ყველა საქმიან შენიშვნას მისამართზე: korganashvili@mail.ru.

I თავი. საერთაშორისო ბიზნესის არსი და განვითარების ეტაპები

I. 1. საერთაშორისო ბიზნესის ცნება და სახეები

საერთაშორისო ბიზნესი თანამედროვე ცივილიზაციის ყოველისმომცველი ფენომენია. იგი უშუალოდაა დაკავშირებული მსოფლიო ბაზართან, რომლის ევოლუციის შესაბამისად იცვლება საერთაშორისო ბიზნეს-საქმიანობის ეკონომიკური პირობები და ორგანიზაციული ფორმები.

საერთაშორისო ბიზნესი ორი და მეტი ქვეყნის სუბიექტების მონაწილეობით (სახელმწიფო საზღვრების გადაკვეთით ანუ უცხოეთში აქტივების გატანით) და მოგების მიღების მიზნით განხორციელებული ნებისმიერი სამეურნეო საქმიანობაა. საერთაშორისო ბიზნესის წარმოების პროცესში სამეურნეო ურთიერთობა მყარდება როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო ორგანიზაციებს შორის, მაგრამ სახელმწიფო ორგანიზაციების საქმიანობა მუდამ არაა გამიზნული მოგების მიღებაზე. ამასთან, საერთაშორისო ბიზნესი, უპირველესად, კერძო ფირმებისა და სხვადასხვა ქვეყანაში მყოფი მათი ქვედანაყოფების საქმიანი ურთიერთმოქმედებაა.

საერთაშორისო ბიზნესი მოიცავს სამეურნეო საქმიანობის ნებისმიერ სფეროს. მისი მთავარი მიზანია სარგებლის მიღება ქვეყანათაშორისი საქმიანი ოპერაციების უპირატესობათა გამოყენების საფუძველზე.

საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება დაკავშირებულია სხვადასხვა ფაქტორთან, რომელთაგან აღსანიშნავია შემდეგი:

- გასაღების სფეროს გაფართოება;
- რესურსების შეძენა;
- მომარაგებისა და გასაღების წყაროების დივერსიფიკაცია.

თანამედროვე მსოფლიო მეურნეობისათვის დამახასიათებელია მსხვილი მანქანური წარმოება, რომელიც საქონლის მასობრივ წარმოებას გულისხმობს. ასეთ სიტუაციაში **ვიწრო შიდა ბაზრებზე შეუძლებელია ქვეყანაში წარმოებული საქონლის მთლიანად რეალიზაცია და აუცილებელი ხდება მისი სხვა ქვეყანაში გატანა.** საქონლის რეალიზაცია სხვა ქვეყნების ბაზრებზე გასვლით, საბოლოოდ, მოგების ზრდას განაპირობებს. აღნიშნულის გამო, გასაღების ბაზრე-

ბის გაფართოება საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მოტივია.

სამეურნეო საქმიანობის პროცესში, **ადგილობრივი რესურსების შეზღუდულობის გამო, ფირმებს სჭირდებათ სხვადასხვა ქვეყნის ნედლეულის, საქონლისა და მომსახურების შესყიდვა.** ამასთან, ხშირად სხვა ქვეყნებში რესურსების შეძენა უფრო იაფად შეიძლება. აღნიშნული გარემოება კი იძლევა იაფი საქონლისა და მომსახურების წარმოებისა და დამატებითი მოგების მიღების შესაძლებლობას.

ყოველი ფირმა ცდილობს არ დაუშვას მკვეთრი მერყეობა გაყიდვების მოცულობასა და მოგების დონეებში. ამ მიზნით **ფირმები ახორციელებენ მომარაგებისა და გასაღების წყაროების დივერსიფიკაციას, რომელიც გულისხმობს სამეურნეო საქმიანობის მრავალი, ერთმანეთთან დაუკავშირებელი სახეების გამოყენებას.** დივერსიფიკაცია კაპიტალის კონცენტრაციის ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც აფართოებს სამეურნეო საქმიანობის მასშტაბებს და, შესაბამისად, დამატებით მოგებას უზრუნველყოფს.

საერთაშორისო ბიზნესის მიზნების მისაღწევად ოპერაციული და ფუნქციური საშუალებები გამოიყენება. **ოპერაციულ საშუალებებს მიეკუთვნება: ექსპორტი, იმპორტი, ტრანსპორტირება, ლიცენზირება, ფრენშაიზინგი, სამმართველო კონტრაქტები, კონტრაქტები „გასაღების ჩაბარებით“, პირდაპირი და საპორტფელო ინვესტიციები; ფუნქციურს – წარმოება, მარკეტინგი, ბუღალტრული აღრიცხვა, ფინანსები და საკადრო მუშაობა.** საერთაშორისო ბიზნესი ძირითადად ხორციელდება შემდეგი სახით:

- საქონლის ექსპორტი და იმპორტი;
- მომსახურების ექსპორტი და იმპორტი;
- ინვესტიციები.

საერთაშორისო ბიზნესის სახეებიდან ყველაზე ფართოდ გავრცელებული და საყოველთაოდ აღიარებული სახეა ***საქონლის ექსპორტი და იმპორტი,*** რომელიც, ჩვეულებრივ, ნებისმიერი ქვეყნის საერთაშორისო გარიგების საკვანძო მუხლია. საქონლის ექსპორტი მრავალი ქვეყნის შემოსავლის წყაროა, ხოლო იმპორტი ქვეყნის დანახარჯებს ზრდის. გარდა ამისა, საერთაშორისო ბიზნესის ეს სახე მინიმალურ ვალდებულებებს ითვალისწინებს და ნაკლებად სარისკოა, ამიტომ იგი ნებისმიერი კომპანიის პირველი საერთაშორისო

ოპერაციაა და მას საერთაშორისო ბიზნესის დიეერსიფიკაციის შემთხვევაშიც იყენებენ.

საქონლის ექსპორტი გულისხმობს მატერიალურ-ნივთობრივი ფორმის საქონლის გატანას უცხოეთში, ხოლო იმპორტი – მის შემოტანას. საქონლის ექსპორტი და იმპორტი თვალსაჩინოა, ამიტომ მას ხშირად **„ხილულ“ ექსპორტსა და იმპორტს უწოდებენ.** თავის მხრივ, **მომსახურება გარკვეული ჯგუფის დარგთა ან კონკრეტული სახის შრომითი საქმიანობის პროდუქტია, რომელიც აკმაყოფილებს ადამიანის გარკვეულ მოთხოვნილებას ან საჭიროებას. ე.ი. ისიც საქონელია, მაგრამ საქონლის სამყაროდან გამოყოფილია წმინდა ფორმალური მიზეზით: მისთვის დამახასიათებელია არანივთობრივი ფორმა და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ინდივიდუალიზებული ტიპი. მომსახურება ითვლება „უხილავ სიკეთედ“.** ამასთან, მომსახურების ექსპორტისა და იმპორტის დროს უცხოეთიდან მიღებული შემოსავალი განსხვავდება საქონლის ექსპორტირებისა და იმპორტირების შედეგად მიღებული შემოსაველებისაგან.

უკანასკნელ პერიოდში, სამეურნეო ცხოვრების ინტერნაციონალიზაციის შედეგად, დიდი ყურადღება ეთმობა უცხოურ ინვესტიციებს, რომლებიც ითვალისწინებენ უცხოეთში აქტივების (საკუთრების) ფლობას (ჩვეულებრივ, კომპანიის ჩარჩოში) ფინანსური მოგების მიღების მიზნით. **უცხოური ინვესტიციების დროს კაპიტალი გადის ქვეყნის საზღვრებს გარეთ.** ეს პროცესი არსებითად განსხვავდება საქონლის გადაადგილებისაგან, რომელიც სხვადასხვა სიძნელეებთანაა დაკავშირებული. მაგალითად, საბაჟო ფორმალობათა შესრულება, ტრანსპორტირება და ა. შ. აღნიშნულის გამო, უცხოური ინვესტიციები საერთაშორისო პრაქტიკაში სულ უფრო აქტიურად გამოიყენება.

კაპიტალის გატანა გულისხმობს ეროვნული საზღვრების გარეთ კაპიტალის წრებრუნვის ყველა სტადიის გატანას. იგი ჩვეულებრივ, ხორციელდება მოგების მაღალი ნორმის ქვეყანაში. მისი ზომა დამოკიდებულია კაპიტალის გამტანი (საბაზისო, ანუ დონორი, ანუ ექსპორტიორი) და მისი მიმღები (რეციპიენტი ანუ იმპორტიორი) ქვეყნების ეკონომიკური განვითარების დონეზე, მსოფლიო ბაზრის კონიუნქტურაზე, დარგის სპეციფიკაზე და ა. შ.

კაპიტალის გატანის, როგორც საერთაშორისო ბიზნესის ერთ-ერთი სფეროს განვითარება დაიწყო განვითარებულ

ქვეყნებში კაპიტალის დაგროვებისა და მისი სიჭარბის პირობებში. დასაწყისში კაპიტალის გატანა წარმოებდა ეკონომიკურად განუვითარებელ ქვეყნებში, უკანასკნელ პერიოდში კი გაძლიერდა მისი მოძრაობა განვითარებულ ქვეყნებს შორის. ამის მიზეზია წარმოებისა და კაპიტალის ინტერნაციონალიზაციის გაძლიერება. კაპიტალის გატანა განვითარებულ ქვეყნებში ახალი ტექნოლოგიების, წარმოებისა და გასაღების ორგანიზაციისა და მართვის მოწინავე მეთოდების გამოყენების საშუალებაა.

თანამედროვე ეტაპზე ტნკ-ის საქმიანობის შედეგად კაპიტალის გამტან და რეციპიენტ ქვეყნებს შორის საზღვრები პირობით ხასი- ათს იღებს. ამჟამად თითქმის ყოველი ქვეყანა ერთდროულად გამო- დის კაპიტალის ექსპორტიორისა და იმპორტიორის როლში, ამიტომ კაპიტალის მოძრაობის ამ ახალი მოვლენის აღსანიშნავად გამოიყე- ნება **ტერმინი „კაპიტალის მიგრაცია“, რომელიც გულისხმობს სხვა- დასხვა ქვეყნის კაპიტალის ურთიერთშეღწევას.** კაპიტალის გატანა მისი მფლობელის შესაბამისად კლასიფიცირებულია სამ სახედ:

1. **კაპიტალის კერძო გატანა,** რომელიც ძირითადად ხორციელდება უმსხვილესი კომპანიებისა და ბანკების მიერ;
2. **კაპიტალის სახელმწიფო გატანა,** რომელიც წარმოებს მთავრობის მიერ სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯზე ან სახელმწიფო ორგანიზაციებისა და კომპანიების მიერ;
3. **კაპიტალის გატანა საერთაშორისო საკრედიტო-საფინანსო კომპანიებისა და ორგანიზაციების მიერ.**

კაპიტალის გატანა უცხოეთში ღირებულების ცალმხრივი გადაადგილებაა, რომელიც ხორციელდება ფულადი ან სასაქონლო ფორმითა და პროცენტების ან სამეწარმეო მოგების მიღების მიზნით. აღნიშნულის შედეგად კაპიტალის გატანა წარმოებს სასესხო და სამეწარმეო კაპიტალის ფორმებით.

სამეწარმეო კაპიტალი იყოფა პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებად და საპორტფელო ინვესტიციებად. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კერძო სამეწარმეო კაპიტალის ექსპორტის ძირითადი ფორმაა. იგი უზრუნველყოფს ტნკ-ის მიერ უცხოეთში საზღვარგარეთული ფილიალების საქმიანობის ეფექტიანი კონტროლის შესაძლებლობას. შესაბამისად, **პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ეწოდება საზღვარგარეთის საწარმოებში განხორციელებულ კაპიტალდაბანდებებს,**

რომლებიც უზრუნველყოფენ ინვესტორის მხრიდან მათზე კონტროლის განხორციელების შესაძლებლობას. საერთაშორისო სტატისტიკაში ამ ჯგუფს მიაკუთვნებენ იმ ინვესტიციებს, რომლებშიც უცხოელი ინვესტორის ხელშია კომპანიის სააქციო კაპიტალის არანაკლებ 25 %.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ტნკ-ების უცხოეთში საქმიანობის საფუძველია. თვით ტნკ-ების წარმოქმნა და სწრაფი განვითარება შესაძლებელი გახდა პირდაპირი ინვესტიციების ფართომასშტაბიანი ექსპორტისა და ამის საფუძველზე საერთაშორისო წარმოების აღმოცენების შედეგად. პირდაპირი ინვესტიციები რეციპიენტ ქვეყნებში გამოიყენება ახალი საწარმოების ასაშენებლად და არსებულის შესასყიდად ან შთანთქმისათვის.

XX საუკუნის 80-იანი წლებიდან სწრაფი ტემპებით ვითარდება **საპორტფელო ინვესტიციები – კაპიტალდაბანდებები უცხოურ ობლიგაციებში, საზღვარგარეთის საწარმოთა აქციებსა და სხვა ფასიან ქაღალდებში.** საპორტფელო ინვესტიციები ისეთი კაპიტალდაბანდებებია, რომელთა წილი ფირმის კაპიტალში უფრო დაბალია პირდაპირი ინვესტიციებისათვის დადგენილ ზღვართან შედარებით. ამის გამო, ისინი ვერ უზრუნველყოფენ უცხოურ კომპანიებზე კონტროლს. ზოგიერთ შემთხვევაში ტნკ-ები საპორტფელო ინვესტიციების პირობებში, აქციების დიდი გაფანტულობის ან სხვა დამატებითი სახელშეკრულებო ვალდებულებების (მაგალითად, სალიცენზიო, მარკეტინგული და სხვა ხელშეკრულებები) გამო, საწარმოთა საქმიანობას მაინც აკონტროლებენ.

უკანასკნელ პერიოდში საპორტფელო ინვესტიციების როლის ამაღლება დაკავშირებულია სპეციალური ოპერაციების განხორციელების შესაძლებლობასთან, რაც განსაკუთრებით ხელსაყრელია არასტაბილური ეკონომიკური კონიუნქტურის პირობებში. კორპორაციების ფასიან ქაღალდებში (აქციები, ობლიგაციები) სახსრების დაბანდებით ინვესტორები მართვაში მონაწილეობისაკენ კი არ ისწრაფვიან, არამედ იფარგლებიან სააქციო შემოსავლის მიღებით. ე. ი. ისინი გამოდიან რანტიეს როლში. საპორტფელო ინვესტიციების სპეკულაციური ოპერაციების მასშტაბების ზრდის ხელშემწყობი ფაქტორებია: საფონდო ბირჟების ინტერნაციონალიზაცია; მრავალ ქვეყანაში უცხოური ფირმების საქმიანობაზე შეზღუდვების გაუქმება; ბანკების, საპენსიო

ფონდების და სხვა შემნახველი დაწესებულებების მიერ ფასიან ქაღალდებთან დაკავშირებული საერთაშორისო ოპერაციების გაფართოება.

საპორტფელო ინვესტიციები ფართოდ გამოიყენება ფინანსური ამოცანების გადასაწყვეტად. კომპანიების ფულადი სახსრები გადაიგზავნება ერთი ქვეყნიდან მეორეში, მოკლევადიანი ინვესტიციებისაგან უფრო მაღალი მოგების მიღების მიზნით. ანალოგიური მიზნით ხდება სხვადასხვა ქვეყანაში სესხის აღება.

სასესხო კაპიტალის გატანაში შედის: სესხი, კრედიტი, საბანკო დეპოზიტები და სხვა საფინანსო ინსტიტუტების ანგარიშებზე არსებული სახსრები (დეპოზიტები, საკრედიტო დაწესებულებებისათვის შესანახად გადაცემული ფასიანი ქაღალდები). საერთაშორისო სესხი შეიძლება იყოს:

- მოკლევადიანი (1 წლამდე);
- საშუალოვადიანი (3 – 5 წელი);
- გრძელვადიანი (5 წელზე მეტი).

ამჟამად სასესხო კაპიტალის ექსპორტი თავისი ტემპებითა და მასშტაბებით აღემატება სამეწარმეო კაპიტალის გატანასა და საერთაშორისო ვაჭრობას. საშუალო- და გრძელვადიანი საერთაშორისო კრედიტები გამოიყენება ძირითადი კაპიტალის შესავსებად, უცხოური საწარმოების მშენებლობისა და გაფართოების დასაფინანსებლად, ახალი ფირმების შესასყიდად. სესხს ძირითადად იღებენ ტნკ-ები. საერთაშორისო კრედიტს სულ უფრო ხშირად მიმართავენ საგადასახდელო ბალანსის დიდი დეფიციტის მქონე ქვეყნები.

I. 2. საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების ეტაპები და მახასიათებელი ნიშნები

საერთაშორისო ბიზნესმა განვითარების რთული და გრძელი გზა გაიარა. იგი დაკავშირებულია ცივილიზაციის და მისი ეკონომიკური შემადგენლის განვითარებასთან. ამერიკელი მკვლევარის რ. რობინსონის მიერ უკანასკნელი 5 საუკუნე დაყოფილია საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების შემდეგ 4 ეტაპად:

1. კომერციის ერა (1500 – 1850 წწ.);
2. ექსპანსიის ერა (1850 – 1914 წწ.);
3. კონცესიების ერა (1914 – 1945 წწ.);

4. ეროვნული სახელმწიფოების ერა (1945 – 1970 წწ.).

კომერციის ერა იწყება დიდი გეოგრაფიული აღმოჩენებით, რომლებმაც დაარქარეს კაპიტალისტური ურთიერთობების ჩამოყალიბება. იგი XIX საუკუნის შუა ხანებში მთავრდება. კომერციის ერაში განსაკუთრებით განვითარდა საერთაშორისო ბიზნესის ყველაზე უძველესი ნაწილი – საერთაშორისო ვაჭრობა. მისი განვითარების უმნიშვნელოვანეს მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენდა უზარმაზარი პირადი სარგებლის მიღება. ამის შესაძლებლობას, უპირველესად, ევროპაში კოლონიური საქონლის გაყიდვა იძლეოდა. 3 საუკუნის განმავლობაში სწორედ ეს მოტივი განსაზღვრავდა საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებას და იძლეოდა ამ ბიზნესში მეწარმეთა ახალი თაობების ჩართვის შესაძლებლობას. საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებასთან ერთად, ყალიბდებოდა და ვითარდებოდა ისეთი ახალი სფერო, როგორიცაა ბიზნეს-სერვისი. კერძოდ, საინვესტიციო, სადაზღვევო, სასაწყობო, სატრანსპორტო და სხვა სახის მომსახურება. ამასთან ერთად ვითარდებოდა მრეწველობა, დაწყებული გემთმშენებლობით და დამთავრებული კოლონიური ნედლეულის გადამამუშავებელი დარგებით.

მრეწველობის განვითარების შედეგად საქონელი გამრავალფეროვნდა, ხოლო საქონელბრუნვა მნიშვნელოვნად გაიზარდა. შეიცვალა საერთაშორისო ვაჭრობის ხასიათი და გაფართოვდა მისი სფეროები, რის შედეგად საქონლის ფასები მთელი რიგი ფაქტორების ზემოქმედებას განიცდიდნენ. გაიზარდა ფასები მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის პროდუქციაზე. აგრეთვე გაიზარდა მათი მერყეობის საზღვრები და ამან განაპირობა სპეკულაციის მასშტაბების ზრდა.

კომერციის ერამ შექმნა მეორე ეტაპის – **ექსპანსიის ერის** წინაპირობები. ექსპანსიის ერაში მოხდა კოლონიური იმპერიების საბოლოო გაფორმება და სტრუქტურიზაცია. ეს პროცესები მიმდინარეობდა სამრეწველო რევოლუციისა და შემდგომი ტექნიკურ-ტექნოლოგიური მიღწევების საფუძველზე, რომლებმაც განაპირობეს ჯერ ევროპული ქვეყნების, შემდგომ კი აშშ-ის ინდუსტრიული განვითარება. სამრეწველო რევოლუციამ საფუძველი ჩაუყარა მასობრივ წარმოებას და კოლონიებს განსაკუთრებული დატვირთვა მისცა. კოლონიების მიმართ მეტროპოლიების მოქმედებები გამოიხატა შემდეგში:

- კოლონიებიდან ნედლეულის გატანის ნაცვლად მისი გადამამუშავებელი წარმოების განვითარება;
- კოლონიების სოფლის მეურნეობასა და წარმოებაში ინვესტიციების განხორციელება;
- კოლონიების დაცვა გარე საშიშროებისაგან;
- მეტროპოლიების და კოლონიების ხელისუფლების შეთანხმებული მოქმედება;
- კოლონიების მოსახლეობის კულტურულ თავისებურებებსა და ინტერესებზე ყურადღების მიქცევა (თანდათან გამოიკვეთა ამ გარემოებების გათვალისწინების აუცილებლობა).

ექსპანსიის ერაში გამოიკვეთა საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი მოტივები:

- სხვა ქვეყნების იაფი და ეფექტიანი წარმოების ფაქტორების გამოყენება;
- გასაღების ბაზრების გაფართოება;
- თავისუფალი ფინანსური რესურსებისათვის გამოყენების ახალი სფეროების გამოძებნა;
- სარგებლის მიღება ადგილობრივი კანონმდებლობის (საბაჟო, საგადასახადო და ა.შ.) შესაძლებლობების გამოყენების საფუძველზე.

კონცესიების ერა უმნიშვნელოვანესი ისტორიული თავისებურებებით ხასიათდება. **კონცესია (ნებართვა, დათმობა) სახელმწიფოს მიერ კერძო მრეწველთან, უცხოეთის ფირმასთან დადებული ხელშეკრულებაა, რომლის მიხედვითაც მრეწველი (ფირმა) იღებს გარკვეულ საწარმოთა, მადნეულისა და მისთანათა ექსპლოატაციის უფლებას.** ამ ერამ ახალი დატვირთვა შესძინა კოლონიების ბაზრებზე მოქმედ უმსხვილეს კომპანიებს. კონცესიონერი კომპანიები გადაიქცნენ ავტონომიურ ეკონომიკურ სახელმწიფოებად, რომელთაც იკისრეს საწარმოო, სავაჭრო, საგანმანათლებლო, სამედიცინო, სატრანსპორტო და სხვა (ზოგიერთ შემთხვევაში პოლიციის) ფუნქციები არა მარტო თავიანთი თანამშრომლებისათვის, არამედ, აგრეთვე, მათი კონცესიის ტერიტორიაზე მცხოვრები მოსახლეობისათვის. ამ კომპანიებში ჩამოყალიბდა მკვიდრი მოსახლეობის ფენიდან გამოსული მენეჯერების საშუალო რგოლი. მათი სპეციალური მომზადება ძირითადად მეტროპოლიების სასწავლებლებსა და საწარმოებში ხდებოდა. ერთდროულად დაიწყო ადგილობრივი მოსახლეო-

ბის თვითგამორკვევის პროცესი, რომელთა შორის ლიდერების როლს სწორედ კონცესიონერების მიერ მომზადებული სპეციალისტები თამაშობდნენ.

საერთაშორისო ბიზნესზე კონცესიის ერის გაელენა განპირობებული იყო იმ პერიოდის ისეთი უმნიშვნელოვანესი მოვლენებით, როგორებიცაა:

- გერმანიის დამარცხება პირველ მსოფლიო ომში;
- ორი ტოტალიტარული რეჟიმის (სსრკ და გერმანია) ჩამოყალიბება;
- 1929-1932 წწ. დიდი დეპრესია.

ამ უკანასკნელმა მთელი სიმწვავით დააყენა საერთაშორისო ბიზნესის ეფექტიანობის საკითხი, განსაკუთრებით კი ადამიანისეული რესურსების გამოყენების თვალსაზრისით. სწორედ ამ პერიოდისათვისაა დამახასიათებელი დასავლეთის საწარმოებში მუშახელის მასობრივი მოდინება აზიის, აფრიკის და ლათინური ამერიკის ქვეყნებიდან. თავის მხრივ, ტოტალიტარულმა რეჟიმებმა წარმოაჩინა საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სახელმწიფო მართვის შესაძლებლობები, მათ შორის მისი ნაკლოვანებები. კონცესიის ერის მნიშვნელობა გამოიხატება შემდეგი გარემოებებით:

- მომზადდა კოლონიური და ნახევარკოლონიური ქვეყნების თვითგამორკვევის პირობები, რომელთაც საბოლოო იმპულსი მეორე მსოფლიო ომმა მისცა;
- საფუძველი ჩაეყარა შრომის ბაზრის ინტერნაციონალიზაციას;
- გამძაფრდა კონკურენცია ნედლეულის, ნახევარფაბრიკატებისა და მზა ნაწარმის ბაზრებზე, რის შედეგად მკაფიოდ გამოიკვეთა ქვეყანათაშორისი უპირატესობების გამოყენების აუცილებლობა.

ეროვნული სახელმწიფოების ერა დაიწყო მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ, როდესაც ათეულობით ახალი სახელმწიფო ჩამოყალიბდა. მათ კონცესიის ერისაგან მიიღეს, ერთი მხრივ, გარკვეული ეკონომიკური ბაზისი და საკადრო-ტექნოლოგიური სტრუქტურა და, მეორე მხრივ, კოლონიური მეურნეობის ყველა ნაკლოვანება (ერთი პროდუქტის ეკონომიკა, ფინანსური პრობლემები და ა.შ.).თავის მხრივ, ამ ორმა გარემოებამ სერიოზული ბიძგი მისცა საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებას და ახალი სახელმწიფოების, როგორც ბაზრის დამოუკიდებელი სუბიექტების სახით წარმოჩენას. ამ სუბიექტების ფინანსური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილე-

ბის აუცილებლობამ ხელი შეუწყო კაპიტალის მსოფლიო ბაზრის ჩამოყალიბებას, ახალი ფინანსური ინსტრუმენტების გაჩენას, საერთაშორისო აუდიტისა და კონსალტინგის სფეროს განვითარებას.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ დომინირებული მდგომარეობა ამერიკულ კომპანიებს ჰქონდათ, ამიტომ მათ პირველებმა მიაღწიეს საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების თვისებრივად ახალ დონეს, რომელმაც მულტინაციონალური ხასიათი მიიღო, ხოლო საერთაშორისო ფირმების კონკურენტული ბრძოლის არენად მთელი მსოფლიო იქცა. XX საუკუნის 60-70-იან წლებში ამერიკული მულტინაციონალური კომპანიების გვერდით გამოჩნდნენ ევროპული და იაპონური კომპანიები, რომელთაგან ზოგიერთი არამარტო დაეწია ამერიკულ კომპანიებს, არამედ მათზე წარმატებულიც აღმოჩნდა. ასეთ სიტუაციაში ჩამოყალიბდა საერთაშორისო ბიზნესის სამფენოვანი სტრუქტურა, რომლის ჩარჩოში ფირმის კონკურენტული ბრძოლა მიმდინარეობს: ერთი მხრივ, რომელიმე ქვეყნის ბაზარზე მოქმედ ადგილობრივ ფირმებთან; მეორე მხრივ, ამავე ბაზარზე მომუშავე მულტინაციონალურ კორპორაციებთან, და ბოლოს, ადგილობრივ ფირმებსა და მულტინაციონალურ კორპორაციებს შორის. ასეთ პირობებში ბიზნესის ზრდა საჭიროებს **"განვითარების პაკეტს"** (ს. რონენი), რომელიც ითვალისწინებს **"ერთბაშად და ერთად"** მთელი კომპლექსის (ტექნოლოგია, კაპიტალი, ინფორმაცია, პერსონალის კვალიფიკაცია და კომპეტენტურობა, კონსალტინგური მხარდაჭერა და ა. შ.) მიღებას.

დასაწყისში **მულტინაციონალური ბიზნესი** ვითარდებოდა მრავალნაციონალური კორპორაციების (მნკ) რიცხვის უბრალო ზრდით, მაგრამ XX საუკუნის 70-80-იან წლებში ადგილი ჰქონდა ინტენსიურ ხარისხობრივ ცვლილებას – უმსხვილესი მნკ-ის რიცხვში შეეიდნენ სამხრეთ კორეის, ტაივანის, ინდოეთის და სხვა ქვეყნების კორპორაციები. ამ პროცესებმა განაპირობა საერთაშორისო ბიზნესის გადასვლა მისი განვითარების ახალ ეტაპზე, რომელმაც გლობალიზაციის სახელწოდება მიიღო. შესაბამისად, **ეროვნული სახელმწიფოების ერამ საფუძველი ჩაუყარა საერთაშორისო ბიზნესის გლობალიზაციას**, რომლის გლობალური ამოცანები ს. რონენის მიერ ჩამოყალიბებულია, როგორც მულტინაციონალური მომსახურების ქსელის შექმნა და ამოქმედება, რომელიც მოიცავს გლობალურ კომპიუტერიზაციაზე დამყა-

რებულ ბანკებს, სარეკლამო სააგენტოებს, კონსალტინგურ ფირმებს, უნივერსიტეტებს, ჯანმრთელობის დაცვის დაწესებულებებს და ა. შ. ამ შემთხვევაში მნიშვნელობა არ გააჩნია იმ ფაქტს, თუ რომელ ქვეყანას ეკუთვნის სერვისის ესა თუ ის ელემენტი. გლობალური ბიზნესის მთავარი მიზანია გლობალური ეფექტიანობა, რომელიც დაკავშირებულია ორ ფაქტორთან:

1. საქმიანობის ფორმის შერჩევის აბსოლუტური თავისუფლება ნებისმიერ ქვეყანაში;
2. აბსოლუტური თავისუფლება საქმიანობის ადგილის – ქვეყნის შერჩევაში.

გლობალიზაცია საერთაშორისო ბიზნესის და, საერთოდ, მსოფლიო მეურნეობის განვითარების ახალი ეტაპია. 1994 წლის თებერვალში აშშ-ს კონგრესის ბიბლიოთეკის კატალოგში 34 ნაშრომი იყო, სადაც ნახსენები იყო ეს ცნება, XXI საუკუნის დასაწყისში კი მათი რიცხვი რამდენიმე ათასს ითვლის. გლობალიზაცია შრომის საერთაშორისო დანაწილების (შსდ) პროცესის გაგრძელებაა, რომელიც, თავის მხრივ, მისი უმნიშვნელოვანესი შემადგენელი ნაწილია. XX საუკუნის დასასრულს შსდ-მ მიაღწია ისეთ მასშტაბებს (მსოფლიო საექსპორტო კვოტა დაახლოებით 25 %-ია), რომ გარე ფაქტორები სერიოზულად ზემოქმედებენ შიდა კვლავწარმოებაზე.

გლობალიზაცია გულისხმობს მსოფლიო ეკონომიკის გარდაქმნას ერთიან საწარმოო ზონად და ერთიან ბაზრად, რომელიც წარმოდგენილია საქონლისა და კაპიტალის ნაკადებით დაკავშირებული ეროვნული ეკონომიკების სახით და სადაც თავისუფლად მოძრაობს კაპიტალი, საქონელი და მომსახურება. ამას ხშირად ემატება კიდევ ორი მაჩვენებელი – ინსტიტუციონალიზაცია (საკანონმდებლო დებულებების უნიფიკაცია) და სულიერ-ინტელექტუალური (ერთიანი კულტურულ-საგანმანათლებლო) სივრცე.

გლობალიზაციას ერთნი წარმოადგენენ როგორც ერთიანი გლობალური მთავრობის (global government) მყოფ მსოფლიოს, მეორენი – უფრო მოქნილი კოორდინირებული მართვის სისტემის პირობებში (global governance), მესამენი – ერთი სუპერსახელმწიფოს ხელმძღვანელობით, მეოთხენი ამტკიცებენ, რომ მსოფლიო უნდა მართოს მოდიფიცირებულმა გაერომ და ა.შ.

გლობალიზაციის მამოძრავებელი ძალებია:

- ტექნოლოგიური ცვლილებები;
- ბარიერების შემცირება საერთაშორისო ვაჭრობაში;
- სამეურნეო საქმიანობის ინტერნაციონალიზაცია.

გლობალიზაციის შედეგად მრავალი სფეროს მასშტაბები სახელმწიფოთა საზღვრებში ვეღარ ეტევა. ამის გამო ყალიბდება **"გლობალური საწარმოო სისტემა"** (global factory) და კომპანიების ბიზნესის ორგანიზაცია გლობალური მასშტაბით ხორციელდება.

გლობალიზაციის პროცესი შეიძლება გაიზომოს საქონლითა და მომსახურებით საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების, კაპიტალისა და სამუშაო ძალის მოძრაობის მახასიათებელი მაჩვენებლებით. სტატისტიკით დადასტურებულია, რომ საერთაშორისო ვაჭრობის და კაპიტალის მიგრაციის გაფართოებას, ჩვეულებრივ, თან ახლავს სტაბილური ეკონომიკური ზრდა, განსაკუთრებით კი იმ ქვეყნებში, რომლებიც ამ პროცესებში არიან ჩართულნი.

გლობალიზაციის პროცესების გაქლენით თანამედროვე საერთაშორისო ბიზნესი ახალ ნიშნებსა და თვისებებს იძენს. მისი ძირითადი მახასიათებელი ნიშნებია:

- **ხელმისაწვდომობა და საყოველთაო ხასიათი.** თანამედროვე პირობებში ფაქტობრივად ნებისმიერი ქვეყნის ნებისმიერ ფირმას შეუძლია სერთაშორისო ბიზნესში ჩართვა და თავისი საქმიანი აქტივობის გაზრდა.
- **საფეხუროვანი განვითარება.** ჩვეულებრივ, ფირმების საერთაშორისო ბიზნესი მარტივი ფორმებით (ექსპორტი და ა. შ.) იწყება და თანდათან – განვითარების შესაბამისი საფეხურების გაელით მულტინაციონალურ დონეს აღწევს.
- **ტექნოლოგიური გლობალიზაცია.** ახალმა ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა არსებითად შეცვალეს საერთაშორისო ბიზნესი, რომლის დასახასიათებლად შემდეგ 3 ნიშანს გამოყოფენ:

  – იგი შეიძლება ეფექტიანად განხორციელდეს "ოფისიდან გაუსვლელად";

  – იგი შეიძლება განხორციელდეს რეალური დროის რეჟიმში;

  – ტელეკომუნიკაციების მეშვეობით მან შეიძლება მოიცვას ყველა ბაზარი (საქონლის, მომსახურების, კაპიტალის, შრომის, ინფორმაციის და ა. შ.).

ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების სტრატე-

ძირითად პარამეტრებად გადაიქცნენ. მათ ბაზაზე ყალიბდება გლობალური ეკონომიკა, ვითარდება გლობალური ბიზნესი, კაცობრიობას გაუჩნდა პროგრესის პრინციპულად ახალი შესაძლებლობები, მსოფლიო ეკონომიკას – პროგრესის პარადიგმა, ახალი ტექნოლოგიები გარდაიქმნა "მეორე ბუნებად", რომელიც აყალიბებს პიროვნებისა და კაცობრიობის განვითარების პირობებს, ცვლის ბაზარსა და საკუთრების უფლებას, ძირს უთხრის კონკურენციას, ხელს უწყობს გლობალური მონოპოლიების ბატონობას და ასუსტებს მათ საქმიანობაზე სახელმწიფო რეგულირების შესაძლებლობას.

თანამედროვე ეტაპზე გამოიკვეთა ტექნოლოგიური განვითარების შემდეგი კანონზომიერებები:

- ახალი ტექნოლოგიები ჩნდებიან სხვებთან ერთად ანუ ნაკრების სახით;
- ტექნოლოგიების ყოველი ნაკრები შედგება ურთიერთ დაკავშირებული საბაზო ტექნოლოგიების რიგისაგან;
- ყოველი საბაზო ტექნოლოგია მრავალი გამოყენებითი ტექნოლოგიის ბირთვია;
- გამოყენებითი ტექნოლოგიები განკუთვნილია არსებული წარმოებების მოდერნიზაციისათვის. ამასთან, ახალი ტექნოლოგიის გამოყენებაში ჩამორჩენა ადრე თუ გვიან იწვევს ფირმის ხელმძღვანელობის შეცვლას.

- **ფინანსიარიზაცია.** ეს ტერმინი შემოთავაზებულია ჯ.პ. შერვან-შრაიბერის მიერ და ახასიათებს საერთაშორისო ბიზნესის ფი-ნანსურ შემადგენელს, რომელიც არსებით როლს თამაშობს გლობალურ ეკონომიკაში. ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების, ახალი ფინანსური ინსტრუმენტების, ფინანსური მენეჯმენტის მიღწევების გამოყენებით გაჩნდა საერთაშორისო ბიზნესის ზრდის ახალი შესაძლებლობები, ხოლო ფინანსიარიზაცია იქცა მისი სრულყოფის საზომად.
- **ეროვნულისა და ინტერნაციონალურის რთული ურთიერთმოქმედება.** ინტერნაციონალიზაციის პროცესში მეტნაკლები ზომით ყველა ქვეყანა მონაწილეობს, ხოლო ზოგიერთი მათგანი ინტეგრაციულ გაერთიანებებშია ჩართული. ინტეგრაციული პროცესების ზემოქმედებით ყალიბდება მულტინაციონალური საქმიანი კულტურა, მაგრამ ამასთან, ადგილი აქვს ეროვნულ და კულტუ-

რულ დიფერენციაციას. ასეთ სიტუაციაში ეროვნულისა და ინტერნაციონალურის ურთიერთმოქმედება სირთულეებთანაა დაკავშირებული. პრობლემების თავიდან აცილების მიზნით, საერთაშორისო ბიზნესის წარმოების პროცესში აუცილებელია ეროვნული ფაქტორების გათვალისწინება.

- **ინტელექტუალური კაპიტალის როლის ამაღლება.** დღეს ეკონომიკის ზრდის მთავარ წყაროდ და მისი მართვის ინსტრუმენტად ინტელექტუალური კაპიტალი გეეველინება.

ინტელექტუალური კაპიტალი აბსრაქტული და სინთეზური კატეგორიაა, რომელიც ბევრად უფრო რთული და წინააღმდეგობრივი შინაარსისაა, ვიდრე მატერიალური და ფულადი კაპიტალი. აღსანიშნაია, რომ დასავლეთში ინტელექტუალური კაპიტალის არსი ცოდნის სისტემაზე კი არა, ძირითადად მისი მატერიალიზაციისა და კაპიტალად გარდაქმნის ფორმებსა და ხერხებზეა დაყვანილი (ესაა ფართოდ ცნობილი **"ცოდნის ეკონომიკა"**). ასეთი სიტუაცია აიხსნება იმით, რომ მატერიალური და ფინანსური რესურსები არა მარტო გამოიდევნება ინტელექტუალური კაპიტალით, არამედ ისინი მისი ზეგაელენით არსებითად გარდაიქმნებიან. დღეს ეკონომიკის ზრდის მთავარ წყაროდ და მისი მართვის ინსტრუმენტად ინტელექტუალური კაპიტალი გეეველინება. შესაბამისად, ეკონომიკურ აღმავლობას ადგილი აქვს იქ, სადაც მაღალია ინტელექტუალური დონე და ინოვაციური უნარი.

ათასწლეულების მიჯნაზე ბიზნესის წარმოების სამრეწველო ლოგიკა (იგი ადამიანისა და მანქანის ერთობლივ ეფექტიან მუშაობას ეფუძნებოდა) ახალი მიდგომით იცვლება: საქონლისა და მომსახურების წარმოებაში მთავარ ადგილს არამატერიალური რესურსები (ინტელექტუალური შემადგენელი) იკავებენ. ამის გამო, **"ტრადიციული ფირმის"** ცნება **"ახალი ფირმის"** ცნებით იცვლება. ახალი ფირმისათვის დამახასიათებელია:

- არამატერიალური აქტივების (ბრენდები, პატენტები, წარმოების ორგანიზაციის ნოუ-ჰაუ და ა. შ.) წილის მკვეთრი ზრდა და მათი მნიშვნელობის ამაღლება მატერიალურ აქტივებთან შედარებით. ამასთან, ტრადიციული ფირმის მარგინალური ხარჯები იზრდება წარმოების მოცულობის ზრდის შესაბამისად, ხოლო ახალ ფირმაში

ყველაფერი პირიქითაა – არა მატერიალური აქტივების უკუგება იზრდება მარგინალური ხარჯების შემცირების პირობებში;

- ადამიანისეული კაპიტალის განსაკუთრებული როლი, რომელიც ამჟამად ფირმის აქტივების ძირითადი ელემენტი და მისი განვითარების საკვანძო რესურსია;
- ფირმის ცვალებადი და ბუნდოვანი საზღვრები, სივრცობრივი განვითარების ტექნოლოგიები მრავალცენტრიანი მოდელებით, რომლებშიც ეკონომიკური აქტიურობის ცენტრები გადაადგილდება;
- პარტნიორებთან და სხვა სტრუქტურულ დანაყოფებთან თანამშრომლობის მოქნილი სისტემა და უკუკავშირის ეფექტი;
- კარდინალური ცვლილებები ინვესტიციური რესურსების კორპორაციულ მართვასა და კორპორაციულ სტრატეგიაში.

გლობალურ ეკონომიკაში საბაზრო პოზიციების შესანარჩუნებლად ფირმებს სჭირდებათ ძლიერი ტექნოლოგიური პოლიტიკა, რომელიც უზრუნველყოფს ახალი პროდუქტების შერჩევას, დამუშავებასა და დანერგვას, აგრეთვე ემსახურება რისკების შემცირებასა და ეფექტიანობის (მომგებიანობის) ამაღლებას.

II თავი. საერთაშორისო ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები

II. 1. საერთაშორისო ბიზნესის სუბიექტები და მათი სამართლებრივი რეგულირება

ნებისმიერი ბიზნეს-საქმიანობა ხორციელდება გარკვეული ორგანიზაციული ფორმით, რომლის შერჩევა წარმოებს მეწარმეთა პირადი სურვილის, საქმიანობის სფეროს, ფინანსური საშუალებების ფლობის, პასუხისმგებლობის, კონტროლის დონის, გადასახადების მოცულობისა და ზოგიერთი სხვა ფაქტორის გათვალისწინებით.

ბიზნეს-საქმიანობის ძირითადი სუბიექტია საწარმო, რომელშიც იგულისხმება საქონლის ან მომსახურების წარმოებისა და რეალიზაციის ერთი ან რამდენიმე ფუნქციის შესრულებაზე გამიზნული დაწესებულება. ე.ი. საწარმო ქონებრივად განცალკევებული და რაიმე სამეურნეო მიზნის განსახორციელებლად ორგანიზებული ერთეულია. საწარმოთა მფლობელ ორგანიზაციას, რომელიც ახორციელებს მათ საქმიანობას, ფირმა ეწოდება. ფირმის შემადგენლობაში შეიძლება იყოს ერთი ან რამდენიმე საწარმო. ფირმები უმეტესწილად მრავალსაწარმოიანია.

მრავალსაწარმოიანი ფირმები შეიძლება იყოს ვერტიკალური, ჰორიზონტალური და კონგლომერატული ტიპის. საწარმოთა **ვერტიკალური კომბინირება გულისხმობს ფირმის შემადგენლობაში საწარმოო პროცესის სხვადასხვა სტადიაზე მყოფი საწარმოების გაერთიანებას. ჰორიზონტალური კომბინირების დროს ყველა საწარმო წარმოების ერთ სტადიაზე იმყოფება, ხოლო კონგლომერატული ფირმები მოიცავენ სხვადასხვა დარგებსა და ბაზრებზე მოქმედ საწარმოებს.**

ფირმები (საწარმოები) მოქმედებენ სხვადასხვა ორგანიზაციული ფორმით. მათი კლასიფიკაციის ძირითად ნიშნებად მიღებულია:

- სამართლებრიეი მდგომარეობა ანუ იურიდიული სტატუსი:
- სამეურნეო საქმიანობის სახე;
- საკუთრების ხასიათი;
- კაპიტალის კუთვნილება და კონტროლის უფლება;
- საქმიანობის სფერო.

ფირმების სამართლებრივი მდგომარეობა ანუ მისი იურიდიული სტატუსი განისაზღვრება ფირმის ქალდებულებებზე პასუხისმგებლობის ზომით, აგრეთვე იმით, თუ ვის ხელშია ფირმის სამეურნეო საქმიანობის საკითხებზე გადაწყვეტილების მიღების უფლება.

ფირმის სამართლებრივი მდგომარეობა დამოკიდებულია სახელმწიფოში მოქმედ სამოქალაქო და სავაჭრო სამართალზე. სამართლის დამოუკიდებელი სუბიექტის როლში გვევლინებიან ფირმები, რომლებიც, როგორც წესი, რეგისტრირებულნი არიან ქვეყნის საეაჭრო (სამეწარმეო) რეესტრში და აქვთ იურიდიული პირის უფლება. **იურიდიული პირი ეწოდება ქონებრივად განცალკევებულ და გარკვეული უფლება-მოვალეობების მქონე პირს.** იურიდიული პირის ქონება განცალკევებულია მისი წევრების ქონებისაგან. მისი საკუთარი ქონება იძლევა ვალდებულებებზე დამოუკიდებელი ქონებრივი პასუხისმგებლობის შესაძლებლობას.

საერთაშორისო ბიზნესის სუბიექტები არიან ფიზიკური და იურიდიული პირები, რომელთაც ეროვნული კანონმდებლობით მინიჭებული აქვთ საერთაშორისო ბიზნეს-საქმიანობის განხორციელების უფლება.

პრაქტიკულად, ყველა ქვეყნის კანონმდებლობით, უცხო ქვეყნის ფიზიკურ პირებს ბიზნესის წარმოებისათვის ეძლევათ მოცემული სახელმწიფოს მოქალაქეების ანალოგიური უფლებები (პოლიტიკური უფლებებისაგან განსხვავებით). მხოლოდ ზოგიერთ შემთხვევაში (გარკვეული სახის გარიგებებისათვის) მათთვის განსაზღვრულია განსაკუთრებული პირობები. აღსანიშნავია, რომ ერთჯერადი საერთაშორისო სავაჭრო გარიგებებისათვის, ჩვეულებრივ, რაიმე ფორმალობათა დაცვა არაა საჭირო, ხოლო ფიზიკურ პირს მისთვის უცხო ქვეყნის ტერიტორიაზე საქმიანობის განხორციელებისათვის, მრავალი ქვეყნის კანონმდებლობის თანახმად, მოეთხოვება მოცემულ ქვეყანაში ბინადრობის მიღება და კომერსანტის სახით რეგისტრაცია.

კერძო მეწარმე ანუ ვაჭარი, კომერსანტი მეწარმეობით დასაქმებული სუბიექტების პირველი ისტორიული ფორმაა. მრავალი საუკუნის განმავლობაში ვაჭრობის ერთადერთი სუბიექტის როლში გამოდიოდნენ ვაჭრები, რომლებიც საკუთარი სახელით ახორციელებდნენ სამეწარმეო საქმიანობას. ამასთან, შუა საუკუნეებში საეაჭრო საქმიანობის გან-

ხორციელების უფლება მხოლოდ ვაჭართა ფენის წარმომადგენლებს ჰქონდათ.

მრავალი ქვეყნის (ევროპის სახელმწიფოთა უმეტესობის) კანონმდებლობით ფიზიკური პირის მიერ სავაჭრო საქმიანობის განხორციელებისათვის აუცილებელია მისი რეგისტრაცია სავაჭრო რეესტრში ვაჭრის (კომერსანტის) სახით. ამასთან საჭიროა, აგრეთვე, ფირმის (სავაჭრო დასახელების) და მისი საქმიანობის სახის რეგისტრაცია. აშშ-ს კანონმდებლობით ასეთი რეგისტრაცია არაა საჭირო. ღეგისტრაცია აუცილებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც ფიზიკური პირი ლიცენზირებული სახის საქმიანობას აპირებს ან სავაჭრო ბრუნვაში უნდა გამოეიდეს თავისი გვარისაგან განსხვავებული გვარით.

კერძო მეწარმის საქმიანობა დაკავშირებული არ არის სამართლის ახალი სუბიექტის წარმოქმნასთან, ამიტომ მისი სამართალუნარიანობის მოცულობა შეესაბამება ფიზიკური პირისათვის განსაზღვრულ სამართალუნარიანობის მოცულობას (იმ ქვეყნის ეროვნული კანონმდებლობის შესაბამისად, რომელშიც იგი თავის სამეწარმეო საქმიანობას ახორციელებს).

კერძო მეწარმის (ვაჭრის, კომერსანტის) სახელით გარიგების განხორციელების უფლება აქვს თვით კომერსანტს, რომელსაც ეკისრება შეუზღუდავი პასუხისმგებლობა აღებულ ვალდებულებებზე. კერძო მეწარმეს საკუთარი ვალდებულებების შესრულება ეკისრება იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც იგი ამორიცხულია სავაჭრო რეესტრიდან.

იმ შემთხვევაში, როდესაც კერძო მეწარმის საწარმო საკმაოდ დიდია, სავაჭრო რეესტრში შეაქვთ, აგრეთვე, ცნობები პროკურისტების შესახებ. **პროკურისტი ის პირია, რომელსაც სპეციალური უფლებების გარეშე შეუძლია გარიგებათა განხორციელება მეწარმის სახელით.**

საერთაშორისო ბიზნესში მონაწილეობენ როგორც საჯარო სამართლის იურიდიული პირები, ისე კერძო სამართლის იურიდიული პირები. **საჯარო სამართლის იურიდიული პირები არიან:**

- სახელმწიფო (მისი ორგანოები, დაწესებულებები და ორგანიზაციები);
- სავაჭრო და სამრეწველო პალატები;
- მეწარმეთა კავშირები, რომლებიც სამეწარმეო საქმიანობას არ ახორციელებენ.

მართალია, სახელმწიფო ტრადიციულად განიხილება საჯარო სამართლის სუბიექტის როლში, მაგრამ ამასთან ერთად, იგი ერთდროულად შეიძლება იყოს კერძო სამართლის სუბიექტი. ე.ი. ესაა პირი, რომელიც შეიძლება გახდეს ქონებრივი და, შესაბამისად, სავაჭრო ურთიერთობის მონაწილე.

სახელმწიფო საერთაშორისო ბაზარზე გამოდის თავისი ორგანოების (სამინისტროებისა და უწყებების) მეშვეობით. საერთაშორისო ვაჭრობაში იგი ყველაზე ხშირად მონაწილეობს შემდეგ ურთიერთობებში: სახელმწიფო სესხი, მათ შორის სახელმწიფო ფასიანი ქაღალდების გამოშვება; მოცემული სახელმწიფოს სუბიექტების სესხზე სახელმწიფო გარანტია, საინვესტიციო ხელშეკრულებები, საქონლის საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებები (როგორც წესი, ეს ხდება საგარეო ვაჭრობაზე მონოპოლიის დაწესების ან შეზღუდვის შემთხვევაში).

სავაჭრო და სამრეწველო პალატები, მეწარმეთა კავშირები მეწარმეთა ცალკეული ჯგუფების გაერთიანებებია. ისინი შექმნილია მეწარმეთა ინტერესების დასაცავად და საერთაშორისო საქმიანობაში მათი დახმარებისა და ხელშეწყობისათვის. მათი უმეტესი ნაწილი საერთაშორისო კომერციულ ოპერაციებში უშუალოდ არ მონაწილეობს, მაგრამ ზოგიერთ ქვეყანაში (განსაკუთრებით სკანდინავიის ქვეყნებში) მეწარმეთა დარგობრივ კავშირებზე მოდის საერთაშორისო კომერციული ოპერაციების უდიდესი ნაწილი ან ისინი საერთოდ მონოპოლისტები არიან. მაგალითად, ფინეთში ტყე-ქაღალდის მრეწველობის პროდუქციის ექსპორტის მონოპოლიური უფლებით სარგებლობს ოთხი მეწარმეთა კავშირი: ქაღალდისა და მუყაოს დამამუშავებელი ფინური ფაბრიკების კავშირი, ფინური მუყაოს ფაბრიკების კავშირი, ფინური ტყესახერხი ქარხნების მფლობელთა კავშირი და ყუ-თების კომპლექტების დამამზადებელი საწარმოების მფლობელთა კავშირი.

კერძო სამართლის იურიდიული პირები არიან ფირმის სახით რეგისტრირებული პირებისა და კაპიტალის გაერთიანებები (ამხანაგობები). ამ შემთხვევაში მნიშვნელობა არა აქვს საქმიანობისა და საკუთრების ხასიათს, კაპიტალის კუთვნილებასა და კონტროლის უფლებას. ამხანაგობები შეიძლება იყოს: პირთა გაერთიანებები და კაპიტალის

გაერთიანებები, ხელშეკრულებითი და საწესდებო, იურიდიული და არაიურიდიული პირების სახით შექმნილი.

ამხანაგობები კერძო მეწარმეობის (ერთპიროვნული მფლობელობის) ბუნებრივი განვითარების შედეგია. ისინი ითვალისწინებენ კოლექტიურ საქმიანობას ორი და მეტი პირის გაერთიანების საფუძველზე. ამხანაგობის ყველაზე გავრცელებული ფორმებია: სრული ამხანაგობა ანუ პარტნიორობა (შეუზღუდავი პასუხისმგებლობის საზოგადოება), კომანდიტური საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება და სააქციო საზოგადოება (კორპორაცია).

პირთა გაერთიანებებს მიეკუთვნება სრული ამხანაგობა და კომანდიტური საზოგადოება, კაპიტალის გაეროთიანებებს – შეზღუდული პასუხისმგებლობის და სააქციო საზოგადოებები.

ხელშეკრულებით და საწესდებო ამხანაგობებად გაერთიანებების დაყოფის საფუძველია მათი შექმნის ხასიათი. **ხელშეკრულებითი ამხანაგობები** იქმნება ხელშეკრულების საფუძველზე, რომელიც, ერთი მხრივ, განსაზღვრავს მისი წევრების ურთიერთობას, ხოლო, მეორე მხრივ, ამხანაგობის მონაწილეებსა და თვით ამხანაგობას შორის ურთიერთობას. ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, საფრანგეთში) დაუშვებელია ხელშეკრულებითი გაერთიანების არსებობა ერთი პირის ხელში მისი ყველა წილის კონცენტრაციის შემთხვევაში. **საწესდებო ამხანაგობები** იქმნება წესდების საფუძველზე, მაგრამ ეს არ გამორიცხავს მისი დამფუძნებლების ხელშეკრულებით ურთიერთობებს. წესდებაში, ჩვეულებრივ, დათქმულია გაერთიანების სტრუქტურა, მმართველი ორგანოების უფლებამოსილებანი, დებულება არბიტრაჟის შესახებ და ა. შ. გაერთიანებების წესდება შეთანხმებული უნდა იყოს ქვეყანაში არსებულ საკანონმდებლო ნორმებთან. ხელშეკრულებით გაერთიანებებს მიეკუთვნება სრული და კომანდიტური საზოგადოებები, ხოლო საწესდებოს – შეზღუდული პასუხისმგებლობისა და სააქციო საზოგადოებები.

სრული ამხანაგობა ანუ შეუზღუდავი პასუხისმგებლობის საზოგადოება ყველა პარტნიორის პირად მონაწილეობაზე დაფუძნებული საწარმოს (ფირმის) ორგანიზაციული ფორმაა. მართალია, იგი ითვალისწინებს ყველა წევრის მიერ საქმის წარმოებასა და გარიგებებში წარმომადგენლობის უფლებას, მაგრამ წესდებით ან ხელშეკრუ-

ლების საფუძველზე აღნიშნული უფლებები შეიძლება ამხანაგობის ერთ-ერთ ან რამდენიმე წევრს ჩამოერთვას.

ზოგიერთი ქვეყნის კანონმდებლობით სრული ამხანაგობის წევრს არ გააჩნია საკუთარი წილის გაყიდვის უფლება სხვა წევრთა თანხმობის გარეშე. სრული ამხანაგობის ერთ-ერთი წევრის სიკვდილი, ან ამხანაგობიდან ერთ-ერთი წევრის გასვლა, ჩვეულებრივ, საჭიროებს ახალი ხელშეკრულების გაფორმებას ამხანაგობის შექმნის შესახებ. თუ დაფუძნების დოკუმენტებით სხვა რამ არაა გათვალისწინებული, სრული ამხანაგობა სამეურნეო და ფინანსური საქმიანობის მონაცემების გამოქვეყნებას არ ითვალისწინებს.

სრული ამხანაგობის ფორმით, ჩვეულებრივ, იქმნება კოოპერატიული (საწარმოო, საკრედიტო, გამსაღებელი) გაერთიანებები, მაგრამ ამ შემთხვევაში იცვლება წევრთა რაოდენობა და, შესაბამისად, თვით კაპიტალი, რომელიც იქმნება საპაიო შენატანებისაგან. საპაიო შენატანების ზომა განისაზღვრება კოოპერატივის წესდებით. იგი ყველა წევრისათვის ერთნაირია.

კომანდიტური საზოგადოება მის წევრთა პირად მონაწილეობასა და კაპიტალის გაერთიანებაზეა დაფუძნებული. მისთვის დამახასიათებელია ორი ტიპის მონაწილეთა – კომანდიტებისა და სრული პარტნიორების არსებობა. **კომანდიტები** საწარმოს ვალდებულებებზე პასუხისმგებელნი არიან მხოლოდ თავიანთი შენატანების საზღვრებში, ხოლო **სრული პარტნიორები** – მთელი ქონებით. საწარმოს წარმომადგენლობისა და საკუთარი სახელით გარიგებათა განხორციელების უფლება აქვთ მხოლოდ სრულ პარტნიორებს. ზოგიერთი ქვეყნის კანონმდებლობით კომანდიტურ საზოგადოებას იურიდიული პირის უფლება არ გააჩნია. კომანდიტური საზოგადოების მოქმედების ვადა, ჩვეულებრივ, კონტრაქტშია დათქმული.

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს) საწარმოს (ფირმის) ორგანიზაციის ფორმაა, რომელიც ითვალისწინებს მის მონაწილეთა მიერ საწესდებო ფონდში გარკვეულ საპაიო შენატანებს და თავიანთი შენატანების ფარგლებში შეზღუდულ პასუხისმგებლობას. ე. ი. ამ შემთხვევაში იქმნება **საპაიო კაპიტალი.** საპაიო შენატანების სრული გადახდის შემდეგ საზოგადოების წევრები იღებენ **საპაიო მოწმობას,** რომელიც აქციებისაგან განსხვავებით, ფასიან ქაღალდს არ წარმოადგენს. ამ მოწმობით მის მფლო-

ბელს შეუძლია დაკიდებულების მიღება, აგრეთვე, საზოგადოების ქონების წილის მიღება მისი ლიკვიდაციის შემთხვევაში. საზოგადოების წევრებს არ შეუძლიათ საკუთარი წილის გაყიდვა სხვა წევრთა თანხმობის გარეშე.

სხვა ამხანაგობისაგან განსხვავებით, **შპს-ისათვის დამახასიათებელია ფიქსირებული საწესდებო კაპიტალი (ფონდი) – ქონების მინიმალური ზომა მისი კრედიტორების ინტერესების საგარანტიოდ.** თუ მეორე ან ნებისმიერი შემდგომი საფინანსო წლის ბოლოსათვის შპს-ს აქტივების ღირებულება აღმოჩნდება საწესდებო კაპიტალზე ნაკლები, საზოგადოება ვალდებულია გამოაცხადოს მისი შემცირების შესახებ, ხოლო იმ შემთხვევაში, როდესაც საწესდებო კაპიტალის ზომა იქნება კანონით განსაზღვრულ ზომაზე ნაკლები, ასეთი საზოგადოება ლიკვიდირებული უნდა იქნეს.

შპს არ ითვალისწინებს საჯარო ანგარიშგებას, აგრეთვე წესდების, საბალანსო მონაცემების, კაპიტალის ცვლილებებისა და დირექტორატის შემადგენლობაში გადაადგილების შესახებ ინფორმაციის გამოქვეყნებას. აღნიშნულის გამო, იგი მოხერხებულია მეწარმეთათვის და იძლევა საჯაროობის გარეშე და შეზღუდული ვალდებულებების პირობებში ყოველგვარი ოპერაციის წარმოების შესაძლებლობას.

სააქციო საზოგადოება მეწარმეთა გაერთიანების განსაკუთრებული ფორმაა. მისი კაპიტალი იქმნება აქციების გამოშვებისა და განთავსების გზით, ხოლო მეწარმეთა პასუხისმგებლობა ანაბრების მოცულობით განისაზღვრება. აშშ-ში იგი ცნობილია კორპორაციის (corporation) სახელწოდებით, გერმანიაში – Aktiengesellschaft, ინგლისში – company limited by shares და ა.შ. მრავალ ქვეყანაში ამ საწარმოთა დასახელებასთან ერთად აუცილებელია მისი სააქციო ბუნების მითითება. მაგალითად, შვეიცარიასა და გერმანიაში – AG, იაპონიაში - KK , აშშ-ში - Ink., რომანული ჯგუფის ქვეყნებში - SA და ა.შ.

სააქციო საზოგადოებისათვის დამახასიათებელია ოპერაციათა ფართო მასშტაბები, ვინაიდან იგი, უპირველესად, კაპიტალის გაერთიანებას გულისხმობს. **ფულადი სახსრების მოზიდვის საკითხში სააქციო საზოგადოება ბიზნესის ორგანიზაციის ყველაზე ეფექტიანი ფორმაა. მასში გამოიყენება დაფინანსების უნიკალური ხერხი, რომელიც ითვალისწინებს ოჯახური მეურნეობების დანაზოგების მიზიდვას ობლიგაციებისა და აქციების გაყიდვის გზით.** გარდა ამისა,

მისთვის დამახასიათებელია შეზღუდული პასუხისმგებლობა, ვინაიდან **აქციონერები სააქციო საზოგადოების მესაკუთრენი კი არიან, მაგრამ მათ ქონებრივი პასუხისმგებლობა არ გააჩნიათ.** ე. ი. სააქციო საზოგადოება მოქმედებს და ვითარდება მისი მფლობელისაგან დამოუკიდებლად. საკუთრებისაგან მართვის განცალკევების გამო, სააქციო საზოგადოების მფლობელთა კოლექტიური გადაწყვეტილებით შეიძლება თანამდებობის პირთა შეცელა. ამასთან, ვინაიდან აქციები იყიდება ან მემკვიდრეობით გადადის, დროთა განმავლობაში იცვლება მისი მფლობელების შემადგენლობა, მაგრამ თვით საწარმო და მართვის სტრუქტურა უცვლელი რჩება მანამ, სანამ მისი არსებობა ეკონომიკურად მიზანშეწონილია. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სააქციო საზოგადოება, სხვა საწარმოებისაგან განსხვავებით, გარკვეული მუდმივობით ხასიათდება და ამიტომ მას ზრდის დიდი პერსპექტივა გააჩნია. ამას ხელს უწყობს, აგრეთვე, აქციებისა და ობლიგაციების გაყიდვის გზით ფინანსური რესურსების მოზიდვის შესაძლებლობა და კაპიტალის გაერთიანების უპირატესობათა რეალიზაცია. ეს უკანასკნელი, თავის მხრივ, იძლევა მასობრივი წარმოების ტექნოლოგიების ფართო გამოყენების შესაძლებლობას.

სააქციო საზოგადოება იქმნება სხვადასხვა პირთა (პირი შეიძლება იყოს როგორც ფიზიკური, ისე იურიდიული) ნებაყოფლობითი გაერთიანების საფუძველზე და აქციონერთა კუთვნილებას წარმოადგენს. აქციონერები თეორიულად სააქციო საზოგადოების მმართველები არიან, მაგრამ მის მართვაში პრაქტიკულად იშვიათად მონაწილეობენ (განსაკუთრებით დია კორპორაციებში, რომელთა აქციები დია ბაზარზე თავისუფლად იყიდება). რაც უფრო დიდია აქციონერთა რიცხვი, მით უფრო ნაკლებია კორპორაციაის მართვაზე მათი ზემოქმედება.

სააქციო საზოგადოების მართვისათვის იქმნება სამრგოლიანი ან ორრგოლიანი სისტემის მართვის ორგანოები. **სამრგოლიან სისტემაში** შედის აქციონერთა კრება, **სამეთვალყურეო** საბჭო და გამგეობა, **ორ რგოლიანში** – აქციონერთა კრება და დირექტორთა საბჭო. სამრგოლიან სისტემაში, როგორც წესი, აქციონერთა კრებასა და სამეთვალყურეო საბჭოს არ გააჩნია გარე ურთიერთობებში წარმომადგენლობის უფლება. ამ ფუნქციას ასრულებენ აღმასრულებელი ორგანოს წევრები. ინგლისსა და აშშ-ში აღმასრუ-

ლებელი ორგანოა დირექტორთა საბჭო, გერმანიაში – გამგეობა, საფრანგეთში – ადმინისტრაციული საბჭო.

საერთაშორისო ბიზნესში მონაწილე სუბიექტთა წრე განისაზღვრება ეროვნული კანონმდებლობით, ამიტომ მათი სახეები განსხვავდება ქვეყანათა მიხედვით და საკმაოდ მრავალფეროვანია. აღნიშნულის გამო, დახასიათებულია სუბიექტთა ის სახეები, რომლებიც ამა თუ იმ განსხვავებით სახელმწიფოთა უმრავლესობის ეროვნულ კანონმდებლობაშია წარმოდგენილი.

ევროკავშირის ქვეყნებში ფირმების შექმნისა და მათი საქმიანობის სამართლებრივი რეგულირების უნიფიკაციის მიზნით, შემოღებულია ფირმების ერთიანი კლასიფიკაცია, რომელიც მათ იურიდიულ სტატუსს ეფუძნება. ამ კლასიფიკაციით განასხვავებენ ორი სახის – საჯარო და კერძო კომპანიებს. ამასთან, ორივე სახის კომპანიები შეზღუდული პასუხისმგებლობისაა.

საჯარო კომპანიები სამართლებრივი მდგომარეობით სააქციო საზოგადოებების შესაბამისია. მათი კაპიტალი იქმნება აქციებზე საჯარო ხელმოწერით. ეს კომპანიები არ იზღუდებიან წევრთა და აქციებზე ხელმომწერთა რიცხვით. დაშვებულია აქციების თავისუფალი გადაცემა, აგრეთვე საფონდო ბირჟებზე მათი თავისუფალი მიმოქცევა, მხოლოდ ამ შემთხვევაში კომპანია საფონდო ბირჟაზე უნდა იყოს რეგისტრირებული.

კერძო კომპანიები თავიანთი სამართლებრივი მდგომარეობით შეესაბამებიან შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებებს. ისინი იზღუდებიან ასოციაციის შესახებ არსებული მუხლებით, რომელთა თანახმად დადგენილია პაიების (აქციების) გადაცემის განსაკუთრებული წესი და მონაწილეთა განსაზღვრული რაოდენობა. აკრძალულია, აგრეთვე, ინფორმაციის გამოქვეყნება და განსაზღვრულია საჯარო ანგარიშგების წარდგენის განსაკუთრებული წესი.

აშშ-ში მიღებულია მეწარმეთა გაერთიანების ორი სახე: პარტნიორობა და კორპორაცია. პარტნიორობა, თავის მხრივ, შეიძლება იყოს საერთო (Gegeneral partership) და შეზღუდული (limited partership).

საერთო პარტნიორობა ორი და მეტი პირის გაერთიანებაა საქმის წარმოების და მოგების მიღების მიზნით. იგი იქმნება აშშ-ის შტატების უმეტესობათა მიერ მიღებული კანონის საფუძველზე, რომლითაც საერთო პარტნიორობას

აქვს სამართლებრივი სუბიექტის ზოგიერთი უფლება. თანაბრად ნაწილდება, აგრეთვე, მოგება და ზარალი (თუ პარტნიორობის ხელშეკრულებაში სხვა წესი არაა გათვალისწინებული). იურიდიული პირის უქონლობის გამო, საერთო პარტნიორობის ყოველი მონაწილე გადასახადებს იხდის, როგორც ფიზიკური პირი, მიღებული შემოსავლის შესაბამისად.

შეზღუდული პარტნიორობა აშშ-ში ცნობილია სახელწოდებით **"პარტნიორობა რწმენით"**. იგი, თავისი არსით, კომანდიტურ საზოგადოებას შეესაბამება. ამ სახის პარტნიორობაში გამოყოფენ ერთ ან რამდენიმე **გენერალურ პარტნიორს**, რომელიც აკონტროლებს ფირმის საქმიანობას. ამასთან, მას ეკისრება შეუზღუდავი პასუხისმგებლობა ყველა ვალდებულებაზე. ყველა დანარჩენი მონაწილე კი შეზღუდული პასუხისმგებლობის (ფირმის კაპიტალში პირადი წვლილის შესაბამისად) უფლებითაა.

აშშ-ში არ არსებობს კორპორაციის შექმნის ერთიანი კანონი – ყოველ შტატს აქვს საკუთარი კანონი. აღნიშნულის გამო, კორპორაციები იქმნება მათი ფუნქციონირებისათვის ყველაზე ხელსაყრელი პირობების მქონე შტატებში. სააქციო საზოგადოების ცნებას აშშ-ში შეესაბამება **სამეწარმეო კორპორაცია** (Corp., Inc.). ამ კორპორაციების გარდა, არსებობენ **საჯარო და სამეწარმეო კორპორაციები**, რომელთა საქმიანობა მოგების მიღებაზე არაა გათვალისწინებული. ამასთან ერთად, ამერიკული კორპორაცია გარკვეულწილად განსხვავდება ევროპული სააქციო საზოგადოებისაგან (კორპორაციის შექმნის, კაპიტალის წარმოქმნის წესის, მართვისა და ზოგიერთი სხვა ნიშნით).

კორპორაციაში კაპიტალდაბანდებანი ხორციელდება აქციებისა და სხვა ფასიანი ქაღალდების სახით. საერთაშორისო ბიზნესის სუბიექტები ძირითადად კორპორაციული (სააქციო საზოგადოების) სახისაა და ისინი ტრანსნაციონალური (მრავალნაციონალური) კორპორაციების სახელწოდებითაა ცნობილი.

საერთაშორისო ბიზნესის სპეციფიკური სუბიექტების როლში გამოდიან **ოფშორული კომპანიები**. **"ოფშორული კომპანია"** არაა იურიდიული ტერმინი. **ოფშორული კომპანიები ოფშორულ ცენტრებში შექმნილი კომერციული საწარმოებია, მაგრამ მათი ცნება და სტატუსი სპეციალური კანონით ან სხვა ანალოგიური ნორმატიული აქტებით გან-**

საზღვრება. გავრცელებული აზრით, ოფშორული კომპანია მხოლოდ ქაღალდზე არსებული საწარმოა და იგი წარმოადგენს ანგარიშს ბანკში. ამ ანგარიშს ელექტრონული საშუალებებით მართავს ცრუმაგიერი პირი, რომლის სახელზეა რეგისტრირებული კომპანია. მისი დოკუმენტები ინახება სეკრეტარულ კომპანიაში რეგისტრაციის ადგილზე. ზემოაღნიშნულ აზრს აქვს გარკვეული საფუძველი, რადგან ზოგიერთი ოფშორული კომპანია მხოლოდ ქაღალდზე არსებობს. მიუხედავად ამისა, ხშირ შემთხვევაში ოფშორული კომპანიები ჩვეულებრივი წესით მუშაობენ და სხვა კომპანიებისაგან მხოლოდ თავიანთი საქმიანობის დაბეგვრის პრინციპებით განსხვავდებიან. ამასთან, ოფშორულ კომპანიას შეიძლება ჰქონდეს ფილიალი სხვა ქვეყანაში, რომელშიც იგი რეალურ საქმიანობას განახორციელებს. მაგალითად, მშენებლობას, საზღვაო გადაზიდვებს, სხვადასხვა სახის მომსახურებას, სამეცნიერო კვლევებს, უძრავი ქონების მართვას და სხვა.

ოფშორული კომპანიები იქმნება სხვადასხვა მიზნით, რომელთაგან აღსანიშნავია:

- გადასახადების მინიმუმამდე დაყვანა;
- პროფესიული ორიენტაციის სპეციალური ბიზნეს-ფუნქციების განხორციელება (მაგალითად, მოხერხებული დროშის გამოყენება);
- ჰოლდინგური კომპანიის ორგანიზაცია;
- ეროვნული ან საერთაშორისო იმიჯის შექმნა;
- ოფშორული კომპანიის სახელით უძრავი ქონების შეძენა და შენახვა;
- ოფშორული კომპანიის შექმნის (მფლობელის სახელის, საბანკო ანგარიშების და ა. შ.) კონფიდენციალობის უზრუნველყოფა;
- სხვადასხვა ორგანიზაციისა და ცალკეული სახის საქმიანობაზე ან საქონელზე ემბარგოს შემოვლით გზებთან დაკავშირებული კომერციული საჭიროება;
- ფინანსური და სავაჭრო ოპერაციების ეფექტიანობის ამაღლება.

ოფშორული კომპანიები იქმნება სხვადასხვა სფეროში: საბანკო და სადაზღვეო ბიზნესი, საერთაშორისო გადაზიდვები, სალიცენზიო და სამეცნიერო საქმიანობა, წარმოება და ა. შ.

ოფშორული კომპანიების ნამდვილი მფლობელების (ბენეფიციარების) სახელები, აგრეთვე ოფშორული კომპანიების საბანკო ანგარიშები მკაცრადაა გასაიდუმლოებული. კონფიდენციალობა გარანტირებულია კანონით, რომელიც ითვალისწინებს სისხლის სამართლის პასუხისმგებლობას კონფიდენციალური ინფორმაციის გამჟღავნებაზე. კონფიდენციალობის უზრუნველყოფა ხდება წარდგენითი აქციების გამოშვებით ან ოფშორული კომპანიის ნდობით აღჭურვილი (რწმუნებული) მმართველის, ე. წ. ნომინალური მფლობელის გამოყენებით. ნდობით აღჭურვილი მმართველი (ნომინალური მფლობელი, ნომინალური პარტნიორი), ფაქტობრივად, ფირმის მფლობელთა შემადგენლობაში შეყვანილი ცრუმაგიერი პირია, რომელიც იკავებს დირექტორის პოსტს, მაგრამ დაფუძნების ხელშეკრულებისა და წესდების თანახმად, მას პრაქტიკულად არავითარი უფლება არ გააჩნია.

საიდუმლო ინფორმაციის (მათ შორის ნამდვილი მფლობელის ვინაობის) გამჟღავნება დასაშვებია მხოლოდ რეგისტრაციის ქვეყნის სასამართლო გადაწყვეტილებით. ეს შეიძლება იყოს მხოლოდ სასამართლო გარჩევის კონკრეტული სახეები – თაღლითობა, ნარკოტიკებით და იარაღით ვაჭრობა და ა. შ. ამასთან აღსანიშნავია, რომ მრავალ ოფშორულ იურისდიქციაში, აგრეთვე შვეიცარიაში, გადასახადებისა და ბაჟებისაგან თავის არიდება სისხლის სამართლის საქმედ არ განიხილება.

ოფშორული კომპანიების შესაქმნელად გამოიყენება ამჟამად ცნობილი ყველა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა, მაგრამ მათი რეგისტრაციის ფორმა განისაზღვრება მსოფლიოში არსებული ორი გლობალური სამართლებრივი სისტემით: ინგლისურ-საქსონური (კუნძულოვანი) და ფრანკო-გერმანული (კონტინენტური). კუნძულოვანი კანონმდებლობისთვის დამახასიათებელია ზოგადსამართლებრივი ორიენტაცია, ხოლო კონტინენტურისათვის – განშტოებული კანონების კოდექსი. შესაბამისად, ოფშორულ იურისდიქციებში ბიზნესის წარმოების ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების თავისებურებანი დამოკიდებულია იქ მიღებულ სამართლებრივ სისტემაზე, რომელიც განსაზღვრულია ისტორიული და გეოგრაფიული წანამძღვრებით.

კომპანიის ოფშორული სტატუსი, როგორც წესი, განისაზღვრება არარეზიდენტი (nonresident) ან განთავისუფლებული (exempt) კომპანიის სახით რეგისტრაციის გზით. შესა-

ბამისად, შეიძლება გამოიყოს ოფშორული კომპანიების სამი სახე:

- არარეზიდენტი კომპანია (nonresident);
- გადასახადებისაგან განთავისუფლებული კომპანია (exempt);
- საერთაშორისო ბიზნესის კომპანია (International Business Company).

არარეზიდენტია არარეზიდენტი მფლობელის კომპანია. ამ კომპანიის მთავარი (სათავო, ცენტრალური) ოფისი ოფიციალურად სხვა ქვეყანაშია რეგისტრირებული. ასეთი კომპანიისთვის განსაზღვრულია შეღავათები. არარეზიდენტი კომპანია ყოველწლიურად ატარებს აუდიტორულ შემოწმებას და მისი შედეგების საფუძველზე იხდის გადასახადებს.

გადასახადებისაგან განთავისუფლებული კომპანია შეღავათიანი დაბეგვრის მქონე (ან გადასახადებისაგან მთლიანად განთავისუფლებული, ან მოგებაზე მცირე საპროცენტო განაკვეთიანი გადასახადის გადამხდელი) არარეზიდენტი კომპანიაა, რომელიც ვალდებულია ყოველწლიურად ჩაატაროს აუდიტორული შემოწმება.

საერთაშორისო ბიზნესის კომპანია გადასახადებისაგან მთლიანად გათავისუფლებული, მაგრამ ყოველწლიურად ფიქსირებული ბაჟის გადამხდელი არარეზიდენტი კომპანიაა. საერთაშორისო ბიზნესის კომპანიის ძირითადი მახასიათებელი ნიშნებია:

- დამფუძნებელთა შეზღუდული პასუხისმგებლობა;
- მინიმალური შეზღუდვები საქმიანობის სახეებზე;
- შექმნის სიმარტივე და სისწრაფე;
- რეგისტრაციის იურისდიქციაში ფინანსურ-სამეურნეო საქმიანობის წარმოების შეუძლებლობა;
- ნომინალური მფლობელობის ინსტიტუტის გამოყენებით, IBC-ის შექმნა შეუძლია ერთ დამფუძნებელსაც;
- IBC-ის დამფუძნებლები შეიძლება იყვნენ როგორც ფიზიკური, ისე იურიდიული პირები;
- შესაძლებელია სახელობითი აქციებისა და წარდგენითი აქციების გამოშვება;
- გადასახადების ნაცვლად ყოველწლიური ბაჟის გადახდა, რომლის ზომა დამოკიდებულია საწესდებო კაპიტალის ზომაზე;

- ინფორმაცია IBC-ის აქციონერებისა და დირექტორების შესახებ დახურულია;
- სხვა იურისდიქციაში უკვე დაფუძნებული კომპანიის IBC-ში ხელახალი რეგისტრაცია, ოფშორულ იურისდიქციაში მისი იურიდიული მისამართის გადატანის გზით.

იურიდიული თვალსაზრისით ოფშორული კომპანია სამეურნეო სამართალურთიერთობათა სრულფასოვანი სუბიექტია. მას სხვა იურიდიული პირის მსგავსად, შეუძლია ნებისმიერი გარიგების განხორციელება.

ამხანაგობების იურიდიულ და არაიურიდიულ პირებად დაყოფის საფუძველია მათში იურიდიული პირის აღიარების პრინციპი. იურიდიული პირის მახასიათებელი ნიშნებია:

- კანონის თანახმად დაფუძნება;
- სტრუქტურული გაფორმება;
- საჭირო ქონების ფლობა;
- დამოუკიდებელი ქონებრივი პასუხისმგებლობა;
- საკუთარი სახელით მოქმედება.

კაპიტალის გაერთიანებები, როგორც წესი, იურიდიული პირები არიან, ხოლო პირთა გაერთიანებების სამართლებრივი სუბიექტის საკითხს სხვადასხვა ქვეყნის კანონმდებლობაში სხვადასხვა მიდგომა აქვს. აღსანიშნავია, რომ ამხანაგობას შეიძლება ჰქონდეს სამართლის სუბიექტის ძირითადი ნიშნები, მაგრამ არ იყოს იურიდიული პირი.

ფირმის მიერ სამართლებრივი ანუ იურიდიული პირის უფლების მისაღებად ხდება მისი რეგისტრაცია საჯარო (სამეწარმეო) რეესტრში. **საჯარო რეესტრი სამართლებრივი მნიშვნელობის მონაცემების ჩასაწერად განკუთვნილი მკაცრი აღრიცხვის წიგნია.** საჯარო რეესტრებს აწარმოებენ სასამართლოები ან ადმინისტრაციული ორგანოები. მაგალითად, ინგლისში საჯარო რეესტრებს აწარმოებს ვაჭრობის სამინისტრო, აშშ-ში – შტატის ადმინისტრაციული ან სასამართლო ორგანო. საჯარო (სამეწარმეო) რეესტრების წარმოების ძირითადი მიზნებია:

- ბიზნეს-სუბიექტების – საზოგადოებების (ამხანაგობების) რეგისტრაცია;
- ბიზნეს-საქმიანობის, ფირმების (საჯარო დასახელებების), აგრეთვე საქმიანობის იმ სახეების რეგისტრაცია, რომელთა განხორციელების უფლება მოცემულ სუბიექტებს გააჩნიათ;

- ბიზნეს-საქმიანობის (სავაჭრო ბრუნვის) ყველა მონაწილისათვის რეგისტრირებული სუბიექტის შესახებ მონაცემების (საწესდებო ფონდის ზომა, ადგილსამყოფელი, მართვის ორგანოები, მოცემული სუბიექტის სახელით გარიგების განხორციელებაზე უფლებამოსილი პირები) მიწოდება.

სავაჭრო რეესტრში არსებული მონაცემების გაცნობისა და დამოწმებული ასლების მიღების უფლება აქვს ნებისმიერ პირს (სათანადო თანხის გადახდით). ამასთან, **სახელმწიფოთა უმეტესობაში მოქმედებს სავაჭრო (სამეწარმეო) რეესტრში მითითებულილი მონაცემების ცოდნის, აგრეთვე, მათი უტყუარობის პრეზუმფციის პრინციპი**. ეს ნიშნავს, რომ არც ერთ პირს არ შეუძლია გამოიყენოს ის გარემოება, რომ მას არ ჰქონდა ინფორმაცია სავაჭრო რეესტრში არსებული მონაცემების შესახებ, ხოლო სავაჭრო რეესტრის სუბიექტს არა აქვს იმის მითითების უფლება, რომ სავაჭრო რეესტრში შეტანილი მონაცემები არასწორია.

საერთაშორისო სავაჭრო სამართალში საერთაშორისო ბიზნეს-სუბიექტების რეგულირება ფაქტობრივად არაა გათვალისწინებული. ეროვნული კანონმდებლობის უნიფიკაცია სამეწარმეო სუბიექტების მიმართ განხორციელებულია მხოლოდ ზოგიერთი რეგიონული ორგანიზაციის (მაგალითად, ევროკავშირის) ჩარჩოში.

სახელმწიფოთა უმეტესი ნაწილის ეროვნული კანონმდებლობა, აღიარებს რა პირს სავაჭრო სამართლის სუბიექტად, ავტომატურად აძლევს მას საერთაშორისო სავაჭრო გარიგებების განხორციელების უფლებას. მაგრამ ამასთან, სხვა სახელმწიფოს სუბიექტებთან გარიგების განსახორციელებად საჭიროა მოცემული სახელმწიფოს მიერ მათი სამართალუნარიანობის, აგრეთვე ამ სახელმწიფოს ტერიტორიაზე საქმიანობის განხორციელების უფლების აღიარება. უცხო იურიდიული პირების აღიარების პრობლემა სხვადასხვა ქვეყნის ეროვნულ კანონმდებლობაში სხვადასხვანაირადაა წარმოდგენილი. ამ თვალსაზრისით სახელმწიფოები დაყოფილია სამ ჯგუფად:

პირველი ჯგუფის სახელმწიფოებში (აშშ, ინგლისი და სხვ.) უცხო იურიდულ პირს აღიარებენ იმ შემთხვევაში, თუ მას იურიდიული პირის უფლება მიღებული აქვს იმ სახელმწიფოში, რომელსაც ეს სახელმწიფო ოფიციალურად აღიარებს.

მეორე ჯგუფის სახელმწიფოები (საფრანგეთი და სხვ.) უცხო სახელმწიფოთა იურიდიულ პირებს აღიარებენ ამ სახელმწიფოსთან საერთაშორისო ხელშეკრულების დადების შემთხვევაში.

მესამე ჯგუფის სახელმწიფოებში უცხო იურიდიული პირების აღიარება ხდება ნაცვალგების პრინციპით. ამასთან, ნაცვალგება ეხება არა მარტო იურიდიული პირების აღიარების ფაქტს, არამედ, აგრეთვე, ორიენ სახელმწიფოში მოცემული სახის იურიდიული პირებისათვის სამართალუნარიანობის მოცულობის დამთხვევას.

ზოგიერთ შემთხვევაში ერთი ქვეყნის იურიდიულ პირს მეორე ქვეყნის ტერიტორიაზე სურს საქმიანობის განხორციელება ამ უკანასკნელში იურიდიული პირის შექმნის გარეშე. ასეთი შემთხვევები სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვანაირად რეგულირდება. აღსანიშნავია, რომ **უცხო იურიდიულ პირთა სამართალუნარიანობის აღიარების საკითხი განსხვავდება გარკვეული სახელმწიფოს ტერიტორიაზე საქმეურნეო საქმიანობისათვის დაშვების საკითხისაგან.** უკანასკნელისათვის შემუშავებულია სხვადასხვა კანონი. მაგალითად, ინგლისში უცხო იურიდიული პირების დაშვება საქმეურნეო საქმიანობისათვის რეგულირდება კომპანიების შესახებ მიღებული კანონით. ამ ქვეყანაში უცხო კომპანიად ითვლება ის კომპანია, რომელსაც იურიდიული პირის უფლება მიღებული აქვს დიდი ბრიტანეთის ფარგლებს გარეთ. აშშ-ის ყოველ შტატს მიღებული აქვს საკუთარი კანონი კორპორაციების შესახებ, ამიტომ ამ ქვეყანაში უცხო იურიდიულ პირად ანუ უცხო კორპორაციად ითვლება როგორც აშშ-ს ფარგლებს გარეთ რეგისტრირებული, ასევე სხვა შტატებში რეგისტრირებული იურიდიული პირები.

უცხო იურიდიული პირებისათვის დადგენილ შეზღუდვებსა და პირობებს იყენებენ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მათი საქმიანობა სცილდება ერთჯერადი ოპერაციის ჩარჩოებს. ამასთან ერთად აღსანიშნავია, რომ ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, ინგლისსა და აშშ-ში) განასხვავებენ ხელშეკრულებათა ჩვეულებრივ დადებასა და ინტერესების წარმოებას. იმისათვის, რომ უცხო იურიდიულ პირზე გავრცელდეს ნორმები სამეურნეო საქმიანობისათვის უცხო კომპანიების (კორპორაციების) დაშვების შესახებ, საჭიროა, მას დიდი ბრიტანეთისა და აშშ-ის ტერიტორიაზე ჰქონდეს: ინტერესების წარმოების ადგილი – საქმიანი საწარმო და

ინტერესების წარმოების ხერხი, რომლის შესაბამისად იგი მოქმედებს.

ინგლისში ინტერესების წარმოების შემთხვევაში, უცხო კომპანიამ ასეთი საქმიანობის დაწყების მომენტიდან ერთი თვის ვადაში სავაჭრო რეესტრში უნდა წარადგინოს კომპანიის ლეგალიზებული დოკუმენტები და მიუთითოს დიდი ბრიტანეთის ტერიტორიაზე უფლებამოსილი პირი, ოფიციალური და პროცესუალური დოკუმენტების მისაღებად. გარდა ამისა, მოცემულმა კომპანიამ უნდა წარადგინოს საგადასახადო ანგარიშები და ბალანსები ინგლისის ტერიტორიაზე განხორციელებული საქმიანობის შესახებ.

აშშ-ში საქმიანობის განხორციელებისათვის უცხო კორპორაციების დასაშვებად გამოიყენება კვალიფიკაციის სპეციალური პროცედურა, რომლის თანახმად უცხო კორპორაციამ შტატის მდივანს უნდა წარუდგინოს გარკვეული დოკუმენტები (ისინი უნდა შეიცავდნენ მონაცემებს მოცემული კორპორაციის შესახებ) და მიუთითოს შტატის ტერიტორიაზე პასუხისმგებელი პირი. წარდგენილი დოკუმენტების საფუძველზე შტატის მდივანი გასცემს ნებართვას შტატის ტერიტორიაზე ინტერესების წარმოებაზე. აღნიშნული პროცედურის დაუცველობის შემთხვევაში უცხოური კორპორაციის მიერ დადებული გარიგებები უმოქმედოდ ითვლება.

გერმანიის ტერიტორიაზე სამეურნეო საქმიანობისათვის უცხო კომპანიის დასაშვებად გათვალისწინებულია ნებართვების მთელი სისტემა. უცხო იურიდიულმა პირმა სპეციალური ნებართვა უნდა მიიღოს გფრ-ის იმ მიწის მეურნეობის სამინისტროში, რომლის ტერიტორიაზე ნავარაუდევია საქმიანობა. ნებართვაში მიეთითება საქმიანობის მხოლოდ გარკვეული სახე. უცხო კომპანიამ შეიძლება უარი მიიღოს ნებართვაზე, თუ მის სახელმწიფოში არ აღიარებენ გფრ-ში შექმნილი იურიდიული პირების უფლებებს.

უცხო იურიდიული პირის მიერ გერმანიის ტერიტორიაზე განყოფილების გახსნის შემთხვევაში საჭიროა მისი რეგისტრაცია სავაჭრო რეესტრში, გერმანული სამეურნეო საზოგადოებებისა და ამხანაგობებისათვის დადგენილი წესის შესაბამისად.

უცხო იურიდიული პირების მიერ სავაჭრო საქმიანობა საფრანგეთის ტერიტორიაზე რეგულირდება 1967 წელს მიღებული დეკრეტით სავაჭრო რეესტრის შესახებ. ამ დეკ-

რეტით გათვალისწინებულია გარკვეული ფორმალობების დაცვა, რომელშიც შედის უცხო იურიდიული პირის განყოფილების, სააგენტოს და ა. შ. რეგისტრაცია სავაჭრო რეესტრში, ფრანგული საეჭრო საზოგადოებებისა და ამხანაგობებისათვის დადგენილი წესების შესაბამისად.

საერთაშორისო ბიზნეს-საქმიანობაში ამა თუ იმ სახელმწიფოს უცხო იურიდიული პირებისადმი განსხვავებული მიდგომა აქვს, ამიტომ მათი აღიარებისა და სახელმწიფოს ტერიტორიაზე საქმიანობისათვის დაშვების პრობლემების გარდა, დიდი მნიშვნელობა აქვს, აგრეთვე, მოცემული იურიდიული პირის "ეროვნულობის" გარკვევის საკითხსაც. "ეროვნულობის" დადგენა ანუ იმის დადგენა, თუ რომელი სახელმწიფოს სუბიექტია მოცემული იურიდიული პირი, საჭიროა ბაჟებისა და მოსაკრებლების, საგადასახადო განაკვეთებისა და ა. შ. სწორი განსაზღვრისათვის.

ამჟამად **იურიდიული პირის "ეროვნულობა"** განისაზღვრება სამი მიდგომის (დოქტრინის) საფუძველზე:

- ინკორპორაციის დოქტრინა;
- ადგილსამყოფელის დოქტრინა;
- კონტროლის დოქტრინა.

პირველი დოქტრინის - **ინკორპორაციის დოქტრინის თანახმად, იურიდიული პირის ეროვნულობა მისი რეგისტრაციის ადგილით განისაზღვრება.** ამ დოქტრინას აღიარებენ აშშ, ინგლისი, დსთ.

მეორე დოქტრინის თანახმად, იურიდიული პირის ეროვნულობა განისაზღვრება მისი ადგილსამყოფელით. იურიდიული პირის ადგილსამყოფელი, ჩვეულებრივ, განისაზღვრება მისი მართვის აღმასრულებელი ორგანოს ადგილსამყოფელით. ამასთან, იურიდიული პირის აღმასრულებელი ორგანოს ადგილსამყოფელად ითვლება არა დამფუძნებელ დოკუმენტებში მითითებული ადგილი, არამედ ის ადგილი, სადაც რეალურად იმყოფება მისი მართვის ორგანო. ამ დოქტრინის მხარდამჭერი სახელმწიფოების (კონტინენტური ევროპის ქვეყნების უმეტესობა) კანონმდებლობა მოითხოვს, რომ იურიდიული პირი რეგისტრირებული იყოს მისი მართვის აღმასრულებელი ორგანოს ადგილსამყოფელის სახელმწიფოში. ასეთი მიდგომიდან გამომდინარეობს, რომ თუ იურიდიულ პირს დასაწყისში თავისი მართვის ორგანო ჰქონდა სხვა ქვეყნის ტერიტორიაზე და არა მისი რეგისტრაციის სახელმწიფოში, ან მისი მართვის ორგანო შემდგომ გადაი-

ტანა რეგისტრაციის სახელმწიფოში, მეორე დოქტრინის მხარდამჭერი სახელმწიფოები მას იურიდიულ პირად არ აღიარებენ. აღნიშნულის გამო, ეს პრინციპი შეიზღუდა წესით, რომლის თანახმად მოთხოვნა იურიდიული პირის მართვის ორგანოს ადგილსამყოფელში მისი რეგისტრაციის შესახებ გამოიყენება იმ შემთხვევაში, როდესაც ანალოგიურ მოთხოვნას შეიცავს მართვის ორგანოს ადგილსამყოფელი სახელმწიფოს ეროვნული კანონმდებლობა.

კონტროლის დოქტრინის თანახმად, იურიდიული პირის ეროვნულობა განისაზღვრება იმ სახელმწიფოთი, რომლის სუბიექტთა კაპიტალით ხდება მოცემული იურიდიული პირის კონტროლი.

სამეურნეო საქმიანობის სახით განასხვავებენ სამრეწველო, სავაჭრო, სატრანსპორტო, სადაზღვევო, სატრანსპორტო-საექსპედიციო, საინჟინირინგო და ა. შ. ფირმებს.

სამრეწველო ფირმების საფუძველია საქონლის წარმოება. ამასთან, სამრეწველო საქონლის წარმოება ფირმის მთლიანი ბრუნვის 50 %-ს უნდა აღემატებოდეს. უმსხვილესი საერთაშორისო სამრეწველო ფირმები საკმაოდ რთული, მრავალდარგოვანი კომპლექსების სახითაა წარმოდგენილი. ისინი, როგორც წესი, საქონლის ექსპორტთან ერთად კაპიტალის გატანასაც ახორციელებენ.

სავაჭრო ფირმების საქმიანობაში ძირითადი ადგილი საქონლის ყიდვა-გაყიდვას უკავია. ისინი შეიძლება იყოს უნივერსალური და სპეციალიზებული. ამჟამად ცალკეული საქონლით საერთაშორისო ვაჭრობა (მაგალითად, შაქრით, მარცვლეულით, ბამბით და ა.შ.) უმსხვილესი სავაჭრო ფირმების ხელშია მოქცეული. თავის მხრივ, უნივერსალური სავაჭრო ფირმები თავიანთი საქმიანობის მასშტაბებითა და ფინანსური სიძლიერით სამრეწველო ფირმების დონეზე არიან.

სატრანსპორტო ფირმები დასაქმებულნი არიან ტვირთების საერთაშორისო გადაზიდვებსა და მგზავრების გადაყვანაზე. მათი სპეციალიზაციის შესაბამისად განასხვავებენ სანაოსნო (სამდინარო და საზღვაო), საავტომობილო, საავიაციო და სარკინიგზო ფირმებს.

სადაზღვევო ფირმები აწარმოებენ სხვადასხვა სახის ტრანსპორტით საერთაშორისო გადაზიდვების დროს მოსალოდნელი რისკებისაგან ტვირთების დაზღვევას.

სატრანსპორტო-საექსპედიციო ფირმების საქმიანობა საკმაოდ მრავალფეროვანია. ჩვეულებრივ, ისინი სპეციალიზდებიან სხვადასხვა ოპერაციაზე: მყიდველთათვის საქონლის მიწოდება, სამრეწველო, საეჭრო და სხვა ფირმების დავალებათა შესრულება და ა. შ. ისინი აფორმებენ სხვადასხვა სახის დოკუმენტებს, ახორციელებენ ჩატვირთვა-გადმოტვირთვის ოპერაციებს და ა. შ.

საინჟინირინგო ფირმების ფუნქციაში შედის სხვადასხვა სახის საინჟინრო-ტექნიკური მომსახურება, პროექტების დამუშავება და მათი ექსპერტიზა, სამშენებლო სამუშაოები, ახალი ტექნოლოგიების შემუშავება და მათი დანერგვა და ა. შ.

საკუთრების ფორმით ფირმები შეიძლება იყოს კერძო, სახელმწიფო და კოოპერაციული.

კერძო ფირმები მოქმედებენ ან დამოუკიდებლად, ან ისინი ერთიანდებიან მონაწილეობის სისტემის ან ხელშეკრულების საფუძველზე. გაერთიანების ფორმის შესაბამისად ფირმა ან იურიდიულად დამოუკიდებელია, ან იგი კარგავს სამეურნეო და იურიდიულ დამოუკიდებლობას. უკანასკნელ შემთხვევაში სამეურნეო საქმიანობის საკითხებზე გადაწყვეტილებას იღებს მეთაური (დედა ანუ მშობელი) კომპანია.

სახელმწიფოა ისეთი ფირმა, რომელიც მთლიანად ან ნაწილობრივ სახელმწიფოს კუთვნილებაა. *წმინდა სახელმწიფო საწარმოებში* სააქციო კაპიტალი მთლიანად სახელმწიფოს კუთვნილებაა, *შერეულ სახელმწიფო საწარმოებში* კი სახელმწიფო (სამინისტროების ან მფლობელთა კომპანების სახით) ფლობს აქციების მნიშვნელოვან (50 %-ზე მეტს) ნაწილს და აკონტროლებს მათ საქმიანობას. ზოგიერთ შემთხვევაში შერეულ საწარმოებში წამყვანი როლი კერძო კომპანიებს უკავიათ.

კოოპერაციული ფირმები (კავშირები) კომერციული მიზნით შექმნილი მომხმარებელთა, ფერმერთა ან წვრილ მწარმოებელთა საპაიო გაერთიანებებია. მათი ძირითადი ამოცანაა შუალედური რგოლების გაუქმება.

კაპიტალის კუთვნილებითა და კონტროლის უფლებით განასხვავებენ ეროვნულ, უცხოურ და შერეულ ფირმებს.

ეროვნულ ფირმებში კაპიტალი საკუთარი ქვეყნის მეწარმეთა კუთვნილებაა. ეროვნულ კუთვნილებას განსაზღვრავს, აგრეთვე, ფირმის ადგილმდებარეობა და მისი რეგისტრაციის ადგილი. მაგალითად, ფრანგული „რენო“ და

„პეპო“, გერმანული „ფოლკსვაგენი“, ამერიკული „ჯენერალ მოტორსი“ და „ფორდ მოტორი“, შვედური „ვოლვო“ და ა. შ., საქმიანობის საერთაშორისო ხასიათის მიუხედავად, ეროვნულია.

უცხოურია ისეთი ფირმა, რომლის კაპიტალი მთლიანად ან ნაწილობრივ (იგი უნდა უზრუნველყოფდეს კონტროლის შესაძლებლობას) უცხოელ მეწარმეთა კუთვნილებაა. უცხოური ფირმები იქმნება მშობელი (მეთაური) ფირმების ქალი'შვილ-კომპანიებისა და ასოცირებული კომპანიების ფილიალების სახით. მათი რეგისტრაცია წარმოებს მიმღებ ქვეყანაში და, შესაბამისად, მათზე ვრცელდება ამ ქვეყნის კანონმდებლობა.

შერეულია ფირმები, რომელთა კაპიტალი ორი ან მეტი ქვეყნის კუთვნილებაა. მათი რეგისტრაცია წარმოებს ერთ-ერთი დამფუძნებლის ქვეყანაში. ასეთი ფირმები კაპიტალის საერთაშორისო გადახლართვის ერთ-ერთი ნაირსახეობაა. ერთობლივი სამეწარმეო საქმიანობის მიზნით შექმნილ-შერე'ულ კომპანიებს ერთობლივი საწარმოები ეწოდება.

რამდენიმე ქვეყნის მეწარმეთა კუთვნილი კაპიტალის საფუძველზე შექმნილი ფირმები ცნობილია მრავალსაციონალური ფირმების სახელწოდებით. მაგალითად, „ფილიპსი“ ბელგია-საფრანგეთი-ამერიკა-შვეიცარიის კონცერნია..

საქმიანობის სფეროთი ფირმები შეიძლება იყოს ადგილობრივი და საერთაშორისო. **ადგილობრივი ფირმების** საქმიანობა ქვეყნის'შიდა ბაზარზე ხორციელდება, ხოლო **საერთაშორისო ფირმების** საწარმოო და კომერციული საქმიანობა საზღვარგარეთის ქვეყნებს მოიცავს.

II. 2. ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები საქართველოში

საქართველოში საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრების შედეგად ბიზნესი ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი გახდა, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, საქართველოს კანონმდებლობაში ბიზნესის ცნება არ გვხვდება. მის ნაცვლად გამოიყენება ტერმინი "მეწარმეობა". აღსანიშნავია, რომ **ბიზნესი, თავისი არსით, უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე მეწარმეობა (სამეწარმეო საქმიანობა), რადგან ბიზნესს მიეკუთვნება, აგრეთვე, მოგების მიღების მიზნით გან-**

ხორციელებული ნებისმიერი, ცალკეული, ერთჯერადი კომერციული გარიგება საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში. შესაბამისად, მეწარმეობა კაპიტალის მართვის სისტემატური, დამოუკიდებელი და ინოვაციური საქმიანობაა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, რისკისა და განუსაზღვრელობის პირობებში, აგრეთვე კონკრეტული ისტორიული სიტუაციისათვის ბიზნესის წარმოების საყოველთაოდ მიღებული ნორმების ჩარჩოებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მეწარმეობას მიეკუთვნება საქმიანობის ის სახეები, რომლებიც აკმაყოფილებენ შემდეგ კრიტერიუმებს:

- კაპიტალის მართვა მოგების მიღების მიზნით;
- სამეწარმეო საქმიანობის სუბიექტების აქტიურობა. ამ კრიტერიუმით სამეწარმეო საქმიანობიდან გამოირიცხება კაპიტალის, მიწის, წარმოების საშუალებების ფლობიდან გამომდინარე შემოსავლის მიღების პასიური ფორმები, თუმცა ისინი ბიზნესის ცნებას აკმაყოფილებენ. ასეთი მიდგომით უბრალო მაეახშეობა არ შეიძლება ჩაითვალოს მეწარმეობად, მაგრამ მეეახშეთა მიერ განხორციელებული მიზანმიმართული საინვესტიციო საქმიანობა მეწარმეობაა;
- სამეწარმეო საქმიანობის სისტემატური ხასიათი. სწორედ ამ კრიტერიუმით სამეწარმეო საქმიანობიდან გამოირიცხება შემთხვევითი, ერთჯერადი, ეპიზოდური გარიგებები, რომელთაც მისი სუბიექტისათვის მოგება მოაქვთ;
- საქმიანობის ინოვაციური ხასიათი, რომელიც ორიენტირებულია წარმოების ფაქტორების ახალი, უფრო ეფექტიანი კომბინაციების ფორმირებაზე.
- შესაბამისად, მეწარმეობა მხოლოდ სისტემატური ხასიათის ინოვაციური ბიზნესია.

ბიზნესი და მეწარმეობა, თავისი არსით, მოგებაზე გამიზნული საქმიანობაა, რის გამოც ზოგიერთ ქვეყანაში (მაგალითად, გერმანია, რუსეთი და სხვა) ეს ორი ტერმინი გაიგივებულია. ანალოგიურ სიტუაციად უნდა მივიჩნიოთ საქართველოს კანონმდებლობაც, რადგან მასში არ ფიგურირებს "ბიზნესის" ცნება.

მეწარმეობა, როგორც საქმიანობის განსაკუთრებული სახე, საჭიროებს მისი სუბიექტების განსაკუთრებულ ნიჭს – სამეწარმეო უნარს. იგი გამოიხატება მეწარმის მიერ შესასრულებელ შემდეგ ოთხ ფუნქციაში:

1. მეწარმე კისრულობს ყველა დანარჩენი ეკონომიკური რესურსის შეერთების ინიციატივას საქონლისა და მომსახურების წარმოების პროცესში;
2. მეწარმე კისრულობს ბიზნესის წარმოების პროცესში ყველა გადაწყვეტილების მიღების რთულ ამოცანას და საწარმოს საქმიანობის კურსის განსაზღვრას;
3. მეწარმე ისწრაფვის ახალი პროდუქტების, ახალი ტექნოლოგიების ან ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი ფორმების დასანერგად;
4. მეწარმე საკუთარ თავზე იღებს ბიზნესის წარმოების პროცესთან დაკავშირებულ რისკს, რადგან საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში მისი მოგება არაა გარანტირებული. მეწარმე რისკავს როგორც საკუთარი დროით, შრომითა და საქმიანი რეპუტაციით, ისე დაბანდებული სახსრებითაც. დინამიკურ ეკონომიკაში მან შეიძლება იზარალოს ან საერთოდ გაკოტრდეს.

ბიზნესის სუბიექტების – ფიზიკური და იურიდიული პირების საქმიანობა რეგულირდება საქართველოს კონსტიტუციით, საქართველოს სამოქალაქო კოდექსით (სსკ), კანონით მეწარმეთა შესახებ, სხვა კანონებითა და ნორმატიული დოკუმენტებით (კანონები საკურორების შესახებ, მიწის შესახებ, მშრომელთა უფლებების შესახებ, შრომის შესახებ, გარემოს დაცვის შესახებ, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ, იჯარის შესახებ, ფასებისა და ფასწარმოქმნის შესახებ, აუდიტორული საქმიანობის შესახებ, დაზღვევის შესახებ, საინვესტიციო საქმიანობის შესახებ, გაკოტრების შესახებ, საგადასახადო სისტემისა და გადასახადების შესახებ, საგადასახადო კოდექსი, საბაჟო კოდექსი და სხვა).

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის მე-11 მუხლის თანახმად, **"ფიზიკური პირის უფლებაუნარიანობა – უნარი, ჰქონდეს სამოქალაქო უფლებები და მოვალეობები, წარმოიშობა დაბადების მომენტიდან"**. მე-12 მუხლის თანახმად **"ფიზიკური პირის უნარი, თავისი ნებითა და მოქმედებით სრულიად მოცულობით შეიძინოს და განახორციელოს სამოქალაქო უფლებები და მოვალეობები (ქმედუნარიანობა) წარმოიშობა სრულწლოვანების მიღწევისთანავე"**.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 24-ე მუხლში განსაზღვრულია იურიდიული პირის ცნება: **"იურიდიული პირი არის განსაზღვრული მიზნის მისაღწევად შექმნილი**

საკუთარი ქონების მქონე ორგანიზებული წარმონაქმნი, რომელიც თავისი ქონებით დამოუკიდებლად აგებს პასუხს და საკუთარი სახელით იძენს უფლებებსა და მოვალეობებს, დებს გარიგებებს და შეუძლია სასამართლოში გამოვიდეს მოსარჩელედ და მოპასუხედ. იურიდიული პირი შეიძლება იყოს კორპორაციულად ორგანიზებული, წევრობაზე დაფუძნებული, წევრთა მდგომარეობაზე დამოკიდებული ან მისგან დამოუკიდებელი და მისდევდეს ან არ მისდევდეს მეწარმეობას".

იურიდიული პირის ქონება განცალკევებულია მისი წევრების ქონებისაგან. მისი საკუთარი ქონება იძლევა ვალდებულებებზე დამოუკიდებელი პასუხისმგებლობის შესაძლებლობას.

საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 24-ე მუხლის თანახმად, **კერძო სამართლის იურიდიულ პირს (სამეწარმეოსა და არასამეწარმეოს) უფლება აქვს განახორციელოს კანონით აუკრძალავი საქმიანობა მიუხედავად იმისა, არის თუ არა ეს საქმიანობა წესდებაში გათვალისწინებული.**

ზოგიერთი საქმიანობა, რომელთა ჩამონათვალსაც განსაზღვრავს კანონი, იურიდიულ პირს შეუძლია განახორციელოს მხოლოდ სპეციალური ნებართვის საფუძველზე. ამ საქმიანობის განხორციელების უფლება იურიდიულ პირს წარმოეშვება ნებართვის მიღების მომენტიდან.

იურიდიული პირის უფლებაუნარიანობა წარმოიშობა მისი რეგისტრაციის მომენტიდან და წყდება მისი ლიკვიდაციის დამთავრების შესახებ რეგისტრაციის მომენტიდან.

ბიზნესში მთავარია, რომ მის სუბიექტს თავის განკარგულებაში ჰქონდეს კაპიტალი, რომელიც ბრუნვაში იქნება ჩართული. ამასთან, არაა აუცილებელი, რომ ეს კაპიტალი მხოლოდ ფულის სახით ბრუნავდეს: იგი შეიძლება იყოს საქონლური ფორმით, აგრეთვე მომსახურების ფორმით. ბიზნესის სუბიექტების როლში შეიძლება იყვნენ კაპიტალის მსესხებლები, რომელთაც ბანკში აიღეს სესხი ან კრედიტი სამეურნეო საქმიანობის განხორციელებისათვის, აგრეთვე არასამეწარმეო ორგანიზაციები და დაწესებულებები, რომლებიც ეპიზოდურად ახორციელებენ გარიგებებს საქონლურ ან ფულად ფორმაში.

საბოლოოდ, **ბიზნესი მუდამ ვარაუდობს საქონლის ან მომსახურების გაცვლის კომერციული ოპერაციების განხორციელებას, რომელთა შედეგად მოგებას ან ზარალს**

აქვს ადგილი. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 29-ე მუხლის თანახმად, **იურიდიული პირი, რომლის მიზანსაც შეადგენს სამეწარმეო (კომერციული) საქმიანობა, უნდა შეიქმნას მეწარმეთა შესახებ კანონის შესაბამისად.**

საქართველოს კანონით მეწარმეთა შესახებ, **"სამეწარმეო საქმიანობად მიიჩნევა მართლზომიერი და არაერთჯერადი საქმიანობა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიზნით დამოუკიდებლად და ორგანიზებულად".**

საქართველოს კონსტიტუციის (მიღებულია 1995 წლის 25 აგვისტოს) 30/2 მუხლის მიხედვით **"სახელმწიფო ვალდებულია ხელი შეუწყოს თავისუფალი მეწარმეობისა და კონკურენციის განვითარებას. აკრძალულია მონოპოლიური საქმიანობა, გარდა დაშვებული შემთხვევებისა. მომხმარებელთა უფლებები დაცულია კანონით".**

ბიზნეს-საქმიანობის მონაწილეთა მოწყობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები განსაზღვრულია **კანონით მეწარმეთა შესახებ.** ამ კანონის თანახმად, საწარმოთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია: ინდივიდუალური საწარმო, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს), კომანდიტური საზოგადოება (კს), შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), სააქციო საზოგადოება (სს) და კოოპერატივი.

ინდივიდუალური მეწარმე, როგორც ინდივიდუალური საწარმოს მფლობელი, არის ფიზიკური პირი, რომლის სამეწარმეო საქმიანობისათვის აუცილებელია სამეწარმეო წესით მოწყობილი ორგანიზაცია, მოწესრიგებული საკასო და საბუღალტრო საქმე, სამართლებრივ ურთიერთობებში იგი გამოდის თავისი სახელით (სსკ, მუხლი 2).

ინდივიდუალური მეწარმე საფირმო სახელწოდებად იყენებს თავის სახელსა და გვარს. საფირმო სახელწოდებას არ უნდა ერთვოდეს რაიმე ისეთი დამატება, რომელმაც შეიძლება შეცდომაში შეიყვანოს მესამე პირი ანდა გამოიწვიოს შეცდომა ან გაუგებრობა საწარმოს ფორმისა თუ საქმიანობის მოცულობის ანდა პარტნიორთა ურთიერთობების გამო. საფირმო სახელწოდებას დაერთვება დამატებები, თუ ეს საჭიროა სხვა ფირმებისაგან განსასხვავებლად (სსკ, მუხლი 6).

სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება არის საზოგადოება, რომელშიც რამდენიმე ფიზიკური პირი ერთობლივად ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა არა-

ერთჯერად და დამოუკიდებელ მეწარმეობას და პარტნიორები საზოგადოების ვალდებულებებისათვის კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებენ როგორც სოლიდარული მოვალეები – უშუალოდ, პირდაპირ, მთელ ვალდებულებებზე, შეუზღუდავად მთელი თავისი ქონებით. პარტნიორები შეიძლება იყვნენ მხოლოდ ფიზიკური პირები (სსკ, მუხლი 20).

საზოგადოება, რომელშიც რამდენიმე პირი ერთობლივად ერთიანი საფირმო სახელწოდებით ეწევა არაერთჯერად და დამოუკიდებელ მეწარმეობას, არის კომანდიტური საზოგადოება თუ ერთი ან რამდენიმე პარტნიორის პასუხისმგებლობა საზოგადოების კრედიტორების წინაშე განსაზღვრული საგარანტიო თანხის გადახდით შემოიფარგლება (კომანდიტები), ხოლო სხვა პარტნიორების პასუხისმგებლობა შეზღუდული არ არის (პერსონალურად პასუხისმგებელი პარტნიორები).

კომანდიტური საზოგადოების მიმართ ზოგადი ნაწილის წესებთან ერთად გამოიყენება სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოების შესაბამისი წესები, თუ ამ თავით სხვა რამ არ არის გათვალისწინებული. პერსონალურად პასუხისმგებელი პარტნიორები (კომპლემენტარები) შეიძლება იყვნენ მხოლოდ ფიზიკური პირები (სსკ, მუხლი 34).

შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება არის საზოგადოება, რომლის პასუხისმგებლობა მისი კრედიტორების წინაშე შემოიფარგლება მთელი მისი ქონებით. საზოგადოების პარტნიორი არ არის პასუხისმგებელი საზოგადოების ვალდებულებებზე, მაგრამ შპს-ს დაფუძნება შეუძლია ერთ პირსაც (სსკ, მუხლი 44).

საზოგადოების საწესდებო კაპიტალი უნდა შეადგენდეს სულ ცოტა ორი ათას ლარს. შესატანის ოდენობა თითოეული პარტნიორისათვის შეიძლება განსხვავებულად განისაზღვროს, მაგრამ იგი ათზე უნაშთოდ უნდა იყოფოდეს (სსკ, მუხლი 45).

სააქციო საზოგადოება არის საზოგადოება, რომლის საწესდებო კაპიტალი დაყოფილია ერთი და იმავე ნომინალური ღირებულების მქონე აქციებად. აქცია არის ფასიანი ქაღალდი, რომელიც ადასტურებს სააქციო საზოგადოების ვალდებულებებს პარტნიორის (აქციონერის) მიმართ და აქციონერის უფლებებს სააქციო საზოგადოებაში. სააქციო საზოგადოების პასუხისმგებლობა კრედიტორების წინაშე შემოიფარგლება მთელი მისი ქონებით. სააქციო საზოგადო-

ების აქციონერი პასუხს არ აგებს სააქციო-საზოგადოების ვალდებულებებზე. სააქციო საზოგადოების საწესდებო კაპიტალი უნდა შეადგენდეს სულ მცირე თხუთმეტ ათას ლარს.

აქციონერის საკუთრების უფლება აქციაზე დასტურდება სააქციო საზოგადოების აქციათა რეესტრში ჩანაწერით ან კანონით გათვალისწინებული სხვა ფორმით. კანონის შესაბამისად, აქციონერს უნდა მიეცეს აქციათა სერტიფიკატი ან ამონაწერი საზოგადოების აქციათა რეესტრიდან, ანდა კანონით გათვალისწინებული სხვა დოკუმენტი (სსკ, მუხლი 51).

სააქციო საზოგადოება გასცემს ჩვეულებრივ და პრივილეგირებულ აქციებს მხოლოდ სახელობითი ფორმით. ერთი ჩვეულებრივი აქცია უზრუნველყოფს ერთი ხმის უფლებას აქციონერთა საერთო კრებაზე. ჩვეულებრივი აქციის მფლობელის უფლებები, რომლებიც დაკავშირებულია დივიდენდების ან ლიკვიდირებული საზოგადოების ქონების განაწილებასთან, განხორციელდება მხოლოდ პრივილეგირებული აქციების მფლობელთა ანალოგიური უფლებების დაკმაყოფილების შემდეგ. ბათილია დივიდენდების უცილობლად გაცემის შეპირება (სსკ, მუხლი 52).

კოოპერატივი არის წევრთა შრომით საქმიანობაზე დაფუძნებული ან წევრთა მეურნეობის განვითარებისა და შემოსავლის გადიდების მიზნით შექმნილი საზოგადოება, რომლის ამოცანაა წევრთა ინტერესების დაკმაყოფილება და იგი მიმართული არ არის უპირატესად მოგების მიღებაზე. კოოპერატივებს მიეკუთვნება:

- ნედლეულის მომპოვებელი კოოპერატივები, რომლებიც ამ ფორმით ნედლეულს მოიპოვებენ საკუთარი წევრებისათვის;
- სასოფლო-სამეურნეო ან სარეწაო პროდუქციის ერთობლივი გასაღების კოოპერატივები;
- სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მწარმოებელი და სხვადასხვა საგნების დამამზადებელი და ერთობლივი ხარჯებით მათი რეალიზაციის კოოპერატივები (სასოფლო-სამეურნეო და საწარმოო კოოპერატივები);
- მასობრივი მოხმარების საქონლის საბითუმო წესით შემძენი და საცალო ვაჭრობით მათი სარეალიზაციო კოოპერატივები;
- სასოფლო-სამეურნეო წარმოების ან სარეწებისთვის აუცილებელი მატერიალურ-ტექნიკური რესურსების

შეძენა-წარმოებისა და მათი ერთობლივი გამოყენების კოოპერატივები;

- სასოფლო-საკრედიტო კოოპერატივები;
- სამომხმარებლო (მრავალდარგოვანი) კოოპერატივები, რომელთა სამართლებრივი, ეკონომიკური და სოციალური საფუძვლები რეგულირდება „სამომხმარებლო კოოპერაციის შესახებ" საქართველოს კანონით.

კოოპერატივის წევრს აქვს უფლება მონაწილეობა მიიღოს სხვა კოოპერატივებში, თუ ეს უკანასკნელი მოწოდებულია ემსახუროს პირველი კოოპერატივის წევრთა შემოსავლის მიღების ან მათი მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობას.

კოოპერატივი თავისი ვალდებულებების გამო კრედიტორების წინაშე პასუხს აგებს მხოლოდ თავისი ქონებით (სსკ, მუხლი 60).

კოოპერატივის წევრის მინიმალური პაის ოდენობა განისაზღვრება დამფუძნებლების მიერ. ყოველი პაი უნაშთოდ უნდა იყოფოდეს ორმოცდაათზე. კოოპერატივის ერთ წევრს შეიძლება ჰქონდეს რამდენიმე პაი (სსკ, მუხლი 61).

II. 3. ტრანსნაციონალური კორპორაცია როგორც საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი სუბიექტი

საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი სუბიექტები არიან საერთაშორისო კორპორაციები – მსხვილი საფინანსო-საწარმოო, სამეცნიერო-ტექნოლოგიური, სავაჭრო-სერვისული გაერთიანებები. პრაქტიკაში განასხვავებენ 3 ძირითადი ტიპის საერთაშორისო კორპორაციას:

- **ტრანსნაციონალური კორპორაციები (ტნკ).** ამ ტიპს მიეკუთვნებიან კომპანიები, რომლებიც შექმნილია ერთი ქვეყნის კაპიტალითა და მმართველობითი კონტროლით, საქმიანობის ინტერნაციონალური სფეროთი. ტნკ-ის მეთაური კომპანია განლაგებულია ბაზირების ქვეყანაში, ხოლო შვილობილი კომპანიები და ფილიალები – მთელ მსოფლიოში. ამის ტიპური წარმომადგენლები არიან "ფორდი", "ექსონი", "ნესტლე"
- **მულტინაციონალური (მრავალეროვნული) კორპორაციები (მნკ).** ეს კორპორაციები ინტერნაციონალურია კაპიტალით, კონტროლითა და საქმიანობის სფეროთი. მნკ

აერთიანებს ორი და მეტი ქვეყნის ეროვნულ კომპანიებს. ამ ჯგუფის ტიპური წარმომადგენლები არიან "ფიატი-სიტროენი", "იუნილეევერი", "როიალ დატჩ-შელი".

- **საერთაშორისო კორპორაციული კავშირები.** ესაა სამრეწველო, საბანკო და სხვა კონცერნების გაერთიანებები, რომლებიც იქმნება მსხვილი ეკონომიკური ამოცანების გადასაწყვეტად. ასეთი კავშირები ძირითადად დამახასიათებელია ელექტრონული, ელექტროტექნიკური, ქიმიური, ნავთობის, ავტომობილ- და ავიამშენებელი, ინფორმატიკის სფეროებისათვის. მისი მაგალითია დასავლეთ-ევროპული კონცერნი "ეირბას ინდასტრი".

უკანასკნელ პერიოდში ეკონომიკურ ლიტერატურაში გამოიყენება ტერმინი **"გლობალური კორპორაცია".** მასში იგულისხმება ისეთი კორპორაცია, რომელიც თავის საქმიანობას მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ახორციელებს, მაგრამ რეალურად არ არსებობს ისეთი კორპორაცია, რომელიც ყველა ქვეყანაში მოქმედებს. საერთაშორისო კორპორაციების ყველა ზემოთ განხილული ტიპი მეტ-ნაკლები ზომით გლობალურია. მაგალითად, "კოკა-კოლას" თავისი ფილიალები 190-ზე მეტ ქვეყანაში აქვს, "ექსონს" – 100-ზე მეტში და ა.შ.

აღსანიშნავია, რომ ინგლისურ ტერმინს "transnational" სხვადასხვა თარგმანი გააჩნია და ამიტომ ხშირად ეკონომიკურ ლიტერატურაში საერთაშორისო კორპორაციის ყველა ტიპი ტრანსნაციონალურ კორპორაციად მოიხსენება. ტერმინი "ტრანსნაციონალური კორპორაცია" განსაკუთრებით ფართოდ გამოიყენება გაეროს ჩარჩოში. გაეროს მიერ შემუშავებული ***ტრანსნაციონალური კორპორაციების კოდექსის*** თანახმად, ტნკ-ის მახასიათებელი ნიშნებია:

- წლიური ბრუნვა (გაყიდვების მოცულობა) 1 მლრდ 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-ები იქმნებიან მთელი რიგი ფაქტორების ზემოქმედებით. მათ შორის აღსანიშნავია:

- წარმოებისა და კაპიტალის ინტერნაციონალიზაცია საწარმოო ძალების განყოთარების შედეგად;
- კაპიტალის ექსპანსია უცხოეთში და საკუთარი ფილიალების შექმნა;
- სწრაფვა ზემოგების მისაღებად;
- მკაცრი კონკურენცია, რომელიც იწვევს წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაციას მრავალეროვნული მასშტაბით;
- გეოეკონომიკური საზღვრების მნიშვნელობის შემცირება.

XIX საუკუნე'ში ჩასახულმა ტნკ-ებმა თავისი არსებობის პერიოდ'ში სერიოზული ევოლუცია განიცადეს.

პირველი თაობის ტნკ-ები მოქმედებდნენ XIX საუკუნის ბოლოსა და XX საუკუნის დასაწყისში. ისინი კოლონიურ-სანედლეულო ხასიათის იყვნენ და კარტელების, სინდიკატების, პირველი ტრესტების ფორმას ატარებდნენ. მათი მთავარი მიზანი იყო ნედლეულის იაფი წყაროების ხელ'ში ჩაგდება.

მეორე თაობის ტნკ-ები I და II მსოფლიო ომებს შორის მოქმედებდნენ და სამხედრო-ტექნიკურ ხასიათს ატარებდნენ. ისინი შეიარაღების, საბრძოლო მასალების, ამუნიციების წარმოებას ახორციელებდნენ.

მესამე თაობის ტნკ-ები გაჩნდნენ XX საუკუნის 60-იანი წლების დასაწყის'ში. ისინი მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის განვითარებისა და მოთხოვნის ზრდის შედეგია. მათი მიზნებია გასაღების ბაზრების, ნედლეულის წყაროების და კაპიტალის გამოყენების სფეროების დაპყრობა. მათი ჩამოყალიბება ხდებოდა საერთაშორისო კონკურენციის გამძაფრებისა და დასავლეთ ევროპის ინტეგრაციის დაწყების, ცხოვრების დონის მკვეთრი ამაღლებისა და ქვეყანათა შორისი კოოპერაციის განვითარების პირობებ'ში. მესამე თაობის კორპორაციების საქმიანობა მასობრივ სამომხმარებლო ბაზარზეა გამიზნული და ისინი ტექნიკურ-სამომხმარებლო ხასიათისაა.

მეოთხე თაობის კორპორაციებმა XX საუკუნის 80-იან წლებში დაიწყეს ჩამოყალიბება და მათმა საქმიანობამ გლობალური ხასიათი მიიღო. მათი მახასიათებელი ნიშნებია:

- ბაზრებისა და კონკურენციის პლანეტარული ხედვა;

- მსოფლიო ბაზრის დაყოფა რამდენიმე ტნკ-ის მიერ და, შესაბამისად, მისი ოლიგოპოლიური სტრუქტურის ჩამოყალიბება;
- საერთაშორისო ოპერაციების მართვა ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების ბაზაზე, მოქნილი და ადაპტირებული ორგანიზაციული სტრუქტურების ჩამოყალიბება, ბუღალტრული აღრიცხვისა (ეკაუტინგის) და აუდიტის ერთიანი წესების გამოყენება;
- ტნკ-ების ინტეგრირება მართვის ერთიან მსოფლიო ქსელში;
- ტნკ-ების ქსელის ადგილსამყოფელ სახელმწიფოებზე ეკონომიკური და პოლიტიკური ზეგავლენა.
- გლობალური კოპორაციების სტრატეგიისათვის დამახასიათებელია ინოვაციური აგრესიულობა და დინამიკურობა, დარგობრივი საზღვრების წაშლა, შიდაკორპორაციული სტრუქტურების მუდმივი სრულყოფა, ბაზრის არა ცალკეული სეგმენტების, არამედ პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის მსოფლიო საკვანძო პოზიციების დაპყრობა, შერწყმებისა და შთანთქმების პროცესების გაძლიერება, სტრატეგიული ალიანსების განვითარება.

ამჟამად ვითარდებიან **მეხუთე თაობის ტნკ-ები,** რომლებიც არა მარტო მსოფლიო მეურნეობის დამოუკიდებელი სუბიექტები არიან, არამედ, აგრეთვე, სახელმწიფოსაგან დამოუკიდებლად მოქმედებენ. მათთვის დამახასიათებელია განსაკუთრებული ეკონომიკური სიმძლავრე და ტექნოლოგიური აგრესიულობა, ბიზნეს-სისტემების ვირტუალიზაცია.

თანამედროვე ტნკ-ების მახასიათებელი თვისებურებებია:

- ქვეყანათაშორისი უპირატესობების გამოყენება;
- კაპიტალის მოძრაობა კორპორაციის ბაზირების ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებისაგან დამოუკიდებლად;
- მაღალტექნოლოგიურ და მეცნიერებატევად დარგებში შეღწევა, რომლებიც დიდ ინვესტიციებსა და მაღალკვალიფიციურ პერსონალს საჭიროებენ;
- მძლავრი საწარმოო ბაზის შექმნა;
- გლობალური საწარმოო-სავაჭრო პოლიტიკა;
- საქმიანობის დივერსიფიკაცია;
- ბაზრების მონოპოლიზაცია;

- სტრატეგიული დაგეგმვა;
- ფირმისშიდა ვაჭრობის გაძლიერება.

მსოფლიოში მრავალი ტნკ არსებობს, მაგრამ ექსპერტები ჩვეულებრივ, 1 მლრდ დოლარზე მეტი საქონლისა და მომსახურების მწარმოებელ კორპორაციებს იკვლევენ. ასეთი მილიარდერი კორპორაციები აწესებენ კონტროლსა და ზღუდავენ კონკურენციას მსოფლიო ბაზარზე. ტნკ-ის ინტერესები კოსმოპოლიტურია, ამიტომ ისინი ახორციელებენ საგარეო ეკონომიკური ექსპანსიის პოლიტიკას და ცდილობენ ყოველგვარი შეზღუდვების გაუქმებას იმისდა მიუხედავად, აკნებს ეს ეროვნულ ეკონომიკას თუ არა.

ავტორიტეტული გაზეთის „Financial Times" (იგი ყოველწლიურად აქვეყნებს მსოფლიოს უმსხვილესი 500 კორპორაციის რეიტინგს) 2004 წლის რეიტინგში პირველ ადგილზეა General Electric-ი, რომელმაც გაუსწრო 2003 წლის ლიდერს Microsoft-ს. მრეწველობის გიგანტის General Electric-ის საბაზრო კაპიტალიზაცია შეადგენს 299,3 მლრდ აშშ დოლარს, ბრუნვა – 133,6 მლრდ დოლარს, ერთი აქციის ფასი – 29,7 დოლარს. შესაბამისად, მეორე ადგილზე მყოფი Microsoft-ის კაპიტალიზაცია შეადგენს 271,9 მლრდ დოლარს, ბრუნვა - 32,2 მლრდ დოლარს, ერთი აქციის ფასი - 25,2 დოლარს. რეიტინგში მესამე ადგილი უკავია ნავთობისა და გაზის სექტორის გიგანტს Exxon Mobil-ს, რომლის საბაზრო კაპიტალიზაციაა 263,9 მლრდ დოლარი, ბრუნვა - 237 მლრდ დოლარი, ერთი აქციის ფასი - 40,3 დოლარი. რეიტინგის ბოლო, მეხუთასე ადგილზეა ავტომობილების მარაგნაწილების მწარმოებელი Johnson Controls-ი, რომლის კაპიტალიზაციაა 10,97 მლრდ აშშ დოლარი, ბრუნვა – 22,6 მლრდ დოლარი, ერთი აქციის ფასი – 58,2 დოლარი.

ტნკ-ების საქმიანობა დივერსიფიცირებულია. მათი მეთაური კომპანია ახორციელებს საზღვარგარეთული ფილიალების ფინანსურ მართვას, აკონტროლებს მაჩვენებლებს (პროდუქციის რაოდენობასა და ასორტიმენტს, მის შესაბამისობას ხარისხის სტანდარტებთან, წარმოების ხარჯებს), ანაწილებს რესურსებსა და განსაზღვრავს ბაზრებს. ტნკ-ის ცენტრი, ჩვეულებრივ, სრულ ინფორმაციას ფლობს მსოფლიოში ფირმის მიერ წარმოებული საქონლის გასაღების ბაზრების, სხვადასხვა ქვეყნის ვალუტების კურსების, ბანკების სესხის განაკვეთების, ახალი ტექნოლოგიებისა და ა.შ.

შესახებ, რის საფუძველზე საბაზრო სტრატეგიასა და ტაქტიკას ამუშავებს.

ტნკ-ის საგარეო ექსპანსიის მთავარი ფორმაა კაპიტალის გატანა. სხვადასხვა ქვეყანაში ინვესტიციების განხორციელება კაპიტალის შემხვედრ ნაკადებს განაპირობებს. ასეთ სიტუაციაში ყველა ქვეყანა ერთდროულად ხდება კაპიტალის ექსპორტიორი და იმპორტიორი.

ეროვნული და უცხოელი აქციონერების კაპიტალის გაერთიანებითა და თავიანთი ფილიალების, შვილობილი კომპანიების მეშვეობით ტნკ-ები სხვადასხვა ქვეყანაში მოქმედებენ. ასეთი სახით მათ ეძლევათ დამატებითი შესაძლებლობა სხვა ქვეყნების ეკონომიკურ სტრუქტურებში შესაღწევად. მათ შეუძლიათ საკუთარ ინტერესებში გამოიყენონ სხვა ქვეყნების ბუნებრივი, საწარმოო, ტექნოლოგიური და შრომითი რესურსები, გააღრმავონ შრომის ფირმისშიდა დანაწილება უცხოეთში უკვე არსებული ან ახლად შესაქმნელი ეიწროსპეციალიზებული წარმოების ბაზაზე.

ტნკ-ები დასაწყისში, ჩვეულებრივ, საქონლის ექსპორტს აფართოებენ, შემდეგ გადადიან წარმოებისათვის საჭირო მოწყობილობის ექსპორტზე და, ბოლოს, ქმნიან ფილიალებს, რის შედეგად **საგარეო ვაჭრობა ფირმისშიდა ვაჭრობით იცვლება.** ე. ი. სასაქონლო ნაკადები მართალია, კვეთენ სახელმწიფოთა საზღვრებს, მაგრამ მათი მოძრაობა ერთი და იმავე კომპანიის ფარგლებში ხორციელდება ანუ საქონლის მფლობელის შეცვლა არ ხდება. აღნიშნულის გამო, **იქმნება ე. წ. ჩაკეტილი ბაზრები, სადაც ოპერაციათა მნიშვნელოვანი ნაწილი ტრანსფერული გარიგებების ხასიათისაა ან შეზღუდული რაოდენობის ფირმათა მონაწილეობით ხორციელდება.** ფართოდ გამოიყენება ტრანსფერული ფასები, რომლებიც მოგების მაქსიმიზაციას უზრუნველყოფენ. საგარეო ეკონომიკური ოპერაციების შეცვლა ფირმისშიდა ოპერაციებით იძლევა ახალ ტექნოლოგიებსა და ნოუჰაუზე მონოპოლიის შენარჩუნების, საბაჟო ბარიერების აცილების, საერთაშორისო კონკურენციის შესუსტების, პროდუქციის თვითღირებულების შემცირების და სხვა შესაძლებლობას, რადგან ტრანსფერული ფასები მსოფლიო ფასებზე 3-4-ჯერ დაბალია.

ტნკ-ების საგარეო ვაჭრობა და მისი ორგანიზაციული ფორმები ვითარდება კაპიტალის გატანის ზემოქმედებით. ამის გამო, მათი საგარეო ვაჭრობის დასახასიათებლად,

ექსპორტის ნაცვლად, გამოიყენება „უცხოური ოპერაციების“ ცნება. **უცხოურ ოპერაციებში, სამრეწველო ფირმის მეთაური კომპანიის საბაზისო ქვეყნიდან განხორციელებულ ექსპორტთან ერთად, იგულისხმება მის კუთვნილებაში მყოფი უცხოური საწარმოების მიერ წარმოებული პროდუქციის გაყიდვა.**

ტრანსნაციონალიზაციის პროცესებში მონაწილეობს ტნკ და მინიმუმ ორი ქვეყანა: **ბაზირების (დონორი) ქვეყანა,** რომელშიც განლაგებულია მეთაური კომპანია და **მიმღები (რეციპიენტი) ქვეყანა,** რომელშიც მოქმედებენ მისი ფილიალები და შვილობილი კომპანიები.

ტნკ-ის საბაზისო ქვეყნის როლში, ჩვეულებრივ, ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნები გამოდიან, ამიტომ მათი კაპიტალი უშუალოდ მოქმედებს მიმღები ქვეყნის ეკონომიკასა და პოლიტიკაზე, რომელთა როლში უმეტესწილად განვითარებადი ქვეყნები არიან. ტნკ ეძებენ იაფი შრომის, ეკოლოგიურად მავნე წარმოებებზე დაბალი საჯარიმო სანქციების, სახელმწიფო რეგულირების ნაკლები მასშტაბებისა და სტაბილური პოლიტიკური მდგომარეობის მქონე ქვეყნებს. უცხოური წარმოება ტნკ-ებს აძლევს ბაზირების და რეციპიენტი ქვეყნების განსხვავებებით განპირობებული ისეთი უპირატესობების გამოყენების შესაძლებლობას, როგორებიცაა: ბუნებრივი რესურსებით უზრუნველყოფა და ღირებულება, ხელფასის განაკვეთები, დაბეგვრა, საამორტიზაციო ნორმები, ანტიტრესტული და შრომითი კანონმდებლობა, სამუშაო ძალის კვალიფიკაცია, ვალუტის კურსი, ეკოლოგიური სტანდარტები და სხვა.

დონორი ქვეყნები, ჩვეულებრივ, ცდილობენ საკუთარი ქვეყნების კანონების გავრცელებას უცხოურ ფილიალებზე (ასეთი სიტუაცია ცნობილია **ექსტერიტორიალობის** სახელწოდებით), ხოლო რეციპიენტი ქვეყნები კი უარყოფითად აღიქვამენ დონორი ქვეყნის ასეთ მოქმედებას, რადგან ამ შემთხვევაში ისინი კარგავენ უცხოურ საწარმოებზე კონტროლის შესაძლებლობას. ამასთან ერთად, გართულებულია თვით დონორი ქვეყნის მიერ უცხოური ფილიალების კონტროლი. აღნიშნულის მიუხედავად, ტნკ-ის საქმიანობისაგან რეციპიენტ ქვეყნებს სარგებელი აქვთ, ამიტომ ისინი ხელს უწყობენ მათ: აძლევენ შეღავათებს გადასახადებსა და კრედიტებში, უზრუნველყოფენ სახელმწიფო შეკვეთებით, გამოდიან კერძო კაპიტალის გარანტის როლში, როდესაც

ექსპორტირება ხდება არასტაბილური პოლიტიკური მდგომარეობის ქვეყნებში და ა.შ. ქვეყანაში არაჯანსაღი ეკონომიკური და პოლიტიკური პირობების შემთხვევაში, ტნკ-ებს შეუძლიათ თავიანთი კაპიტალის გატანა სხვა ქვეყნებში, რაც გამოიწვევს სახელმწიფო ბიუჯეტში საგადასახადო შემოსავლების შემცირებას, უმუშევრობის ზრდას, ეროვნული ვალუტის კურსის დაწევას.

ტნკ-ების საქმიანობის შესაფასებლად ძირითადი მაჩვენებელია **ტრანსნაციონალიზაციის ინდექსი**, რომელიც გაიანგარიშება შემდეგი ფარდობითი მაჩვენებლების საშუალოს სახით: უცხოური აქტივების წილი აქტივების მთლიან მოცულობაში; უცხოეთში განხორციელებული გაყიდვების წილი გაყიდვების მთლიან მოცულობაში; უცხოურ ფილიალებში დასაქმებულთა წილი დასაქმებულთა მთლიან რაოდენობაში. რაც უფრო მაღალია ტრანსნაციონალიზაციის ინდექსი, მით უფრო დიდია უცხოური ფილიალების როლი ტნკ-ს საქმიანობაში.

ტნკ-ები თავიანთ საქმიანობაში ბიზნესის სხვადასხვა სახეებს იყენებენ. ზოგიერთი მათგანი ითვალისწინებს სხვა ფირმებთან ალიანსში შესვლას. ბიზნესის სხვადასხვა სახეებისა და საშუალებების გამოყენებით ტნკ-ები აფართოებენ თავიანთი საქმიანობის მასშტაბებს და, შესაბამისად, მეტ მოგებას იღებენ.

II. 4. ბიზნესის ორგანიზაციათაშორისი ფორმები

საერთაშორისო ბიზნეს-საქმიანობის პროცესში კაპიტალის ურთიერთშეღწევისა და ურთიერთმფლობელობის საფუძველზე იქმნება სხვადასხვა სახის ორგანიზაციათაშორისი ფორმები: კარტელი, სინდიკატი, პული, ტრესტი, კონცერნი, ჰოლდინგი, ფინანსური ჯგუფი, კონგლომერატი, კონსორციუმი, ასოციაცია.

კარტელი მონოპოლისტური გაერთიანების ფორმაა, რომელიც ითვალისწინებს ერთი დარგის ფირმების გაერთიანებას მონოპოლისტური მოგების მიღების მიზნით. კარტელში შემავალი ფირმები დაკავშირებულნი არიან ხელშეკრულებითი ურთიერთობებით. შეთანხმება შეიძლება ეხებოდეს ფასებს, გასაღების ბაზრებს, წარმოებისა და გაყიდვების მოცულობებს და ა.შ. აქედან უპირველესად, პროდუქციის გასაღება რეგულირდება. კარტელში შემავალი

ფირმები ინარჩუნებენ იურიდიულ და სამეურნეო დამოუკიდებლობას. ისინი აერთიანებენ შესყიდვებისა და გაყიდვების ფუნქციებს და ათანხმებენ მათ მიზნებსა და პირობებს – ვადებს, ფასებს, ბაზრებს და ა. შ.

კარტელების მახასიათებელ ნიშნებს მიეკუთვნება:

- გაერთიანების შეთანხმებითი ფორმა;
- მწარმოებელთა ჯგუფის მორიგება მათ შორის კონკურენციის ნაწილობრივი ან სრული აღმოფხვრისა და მონოპოლისტური მოგების მიღების მიზნით;
- კარტელის მონაწილე კომპანიების სამეურნეო, ფინანსური და იურიდიული დამოუკიდებლობა;
- როგორც წესი, ერთი დარგის კომპანიათა გაერთიანება;
- პროდუქციის ერთობლიური რეალიზაცია;
- იძულებითი სისტემა, რომელიც ითვალისწინებს დარღვევების გამოვლენასა და დამრღვევთა მიმართ სანქციების გატარებას.

მსოფლიო პრაქტიკაში არსებობს კარტელების შემდეგი სახეები:

- ***ფასის კარტელი,*** რომელიც აწესებს უნიფიცირებულ ფასებს მიწოდებისა და გადახდის თანაბარ პირობებში.
- ***წილობრივი კარტელი,*** რომელიც შეიძლება იყოს კვოტური და ტერიტორიული. **კვოტურ კარტელში** ყოველ მონაწილეს გამოეყოფა პროდუქციის გაყიდვის კვოტები საწარმოო სიმძლავრეების შესაბამისად და ამის გამო, მათ შეუძლიათ ფასების რეგულირება სასაქონლო ბაზრებზე. **ტერიტორიული კარტელი** ითვალისწინებს მისი მონაწილეებისათვის გასაღების ტერიტორიების გამოყოფას.
- ***შესყიდვების კარტელი,*** რომელიც წარმოადგენს რამდენიმე ფირმის მონოპოლისტურ შეთანხმებას ნედლეულისა და გარკვეული საქონლის შესყიდვის შესახებ, მისი მონაწილეების ინტერესების დაცვისა და შესყიდვების ფასების დაწევის მიზნით.
- ***საკალკულაციო კარტელი,*** რომლის მონაწილენი რიგდებიან ანგარიშსწორების ერთნაირ სტრუქტურასა და შინაარსზე.
- ***საკონდიციო კარტელი,*** რომელიც განსაზღვრავს საქონლის რეალიზაციის პირობებს.

- ***კონტინგენტირებული კარტელი,*** რომელიც ითვალისწინებს მისი მონაწილეებისათვის შესაბამისი კონტინგენტების დადგენას.
- ***კრიზისული კარტელი,*** რომელიც იქმნება კონკურენციის შესუსტების მიზნით, მოთხოვნის მდგრადი შემცირების ან გასაღების დროებითი შეწყვეტის შემთხვევაში.
- ***საპატენტო კარტელი,*** რომელიც განსაზღვრავს რაიმე ტექნიკური გამოგონების ერთობლივი გამოყენების მიმართულებებს;
- ***საწარმოო კარტელი,*** რომელიც ყოველ მონაწილეს წარმოების მოცულობას განუსაზღვრავს.
- ***რეგიონული კარტელი,*** რომელიც გასაღების სფეროს განსაზღვრავს.
- ***ფასების კარტელი,*** რომელიც მონაწილეებს საქონლის გასაყიდ ფასებს განუსაზღვრავს.

საქმიანობის სფეროსა და მონაწილეთა შემადგენლობით განასხვავებენ ეროვნულ და საერთაშორისო კარტელებს. ***ეროვნული კარტელები*** იქმნებიან ერთი ქვეყნის მეწარმეთა გაერთიანებით, ხოლო ***საერთაშორისო კარტელები*** – სხვადასხვა ქვეყნის მეწარმეთა გაერთიანებით.

შესასრულებელი ფუნქციებით ეროვნული კარტელები იყოფა შიდა, საექსპორტო და საიმპორტო კარტელებად. ***შიდა კარტელები*** მოქმედებენ ქვეყნის შიდა (ეროვნულ) ბაზრებზე და პროტექციონისტულ ფუნქციას ასრულებენ. ***საექსპორტო კარტელები*** ეროვნულ მეწარმეებსა და ტნკ-ის ქალიშვილ-კომპანიებს აერთიანებენ. ისინი კონკრეტულ ბაზრებზე მოქმედებენ. საექსპორტო კარტელებში ტნკ-ის ქალიშვილ-კომპანიები წამყვან როლს თამაშობენ. ***საიმპორტო კარტელებს*** ქმნიან მსხვილი იმპორტიორები ექსპორტიორთათვის (უწინარესად, განვითარებადი ქვეყნებიდან) წინააღმდეგობის გაწევის მიზნით. საიმპორტო კარტელი, რომელსაც აქვს კონკრეტული სახის საქონლის შეტანაზე მონოპოლიური უფლება ან ცალკეული ექსპორტიორისათვის წინააღმდეგობის გაწევის უფლება, ცნობილია გლობალურის სახელწოდებით. საიმპორტო კარტელებში, საექსპორტოს ანალოგიურად, ეროვნულ ფირმებთან ერთად, ტნკ-ის ქალიშვილ-კომპანიები მონაწილეობენ.

კარტელის საქმიანობის ეფექტიანობა, უპირველესად, დამოკიდებულია მასში მოცემული საქონლის მწარმოებელ-

თა მონაწილეობასა და მათ მიერ კარტელის პოლიტიკის მოწონებაზე.

კარტელის სრული ეერსია ითვალისწინებს არა მარტო ერთიან ფასებსა და ერთობლივ გასაღებას, არამედ, აგრეთვე, წარმოების შეზღუდვას, რომელიც ხორციელდება ცალკეული მეწარმეებისათვის კვოტების დადგენითა და საწარმოო სიმძლავრეების რეგულირებით. ზოგიერთ შემთხვევაში კარტელური შეთანხმება წერილობითი ხელშეკრულების ნაცვლად სიტყვიერი ფორმით, ე. წ. **„ჯენტლმენური შეთანხმების"** სახით არსებობს.

სახელმწიფო, ჩვეულებრივ, ზღუდავს მონოპოლისტური გაერთიანებების საქმიანობის სფეროსა და მასშტაბებს, ამიტომ მონოპოლიური პრაქტიკის შემზღუდავი კანონმდებლობებით კარტელების შექმნა ან საერთოდ აკრძალულია, ან მათზე მკაცრი კონტროლია დაწესებული. გარკვეული ზომის თავისუფლებით სარგებლობენ საექსპორტო კარტელები, რომლებიც ნაწილობრივ ან მთლიანად არიან განთავისუფლებულნი კონტროლისაგან და ზოგიერთ შემთხვევაში დამატებითი შეღავათებითაც კი სარგებლობენ. დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში კარტელები „სასურველ" და „მავნე" კარტელებად იყოფიან. აშშ-ში კარტელები კანონითაა აკრძალული. მათ ფუნქციებს ასრულებენ სავაჭრო-სამრეწველო ასოციაციები (მეწარმეთა გა ერთიანებები), რომელთა ფუნქციაში შედის ბაზრის რეგულირება დარგის მასშტაბით.

კარტელური შეთანხმებების ფორმების განვითარება დაკავშირებულია კომერციული ინფორმაციის გაცვლაზე, აღრიცხვის უნიფიკაციაზე, საპატენტო პულების ორგანიზაციაზე, პატენტების ერთობლივი შესყიდვისა და გამოყენების მიზნით.

სინდიკატი კარტელური შეთანხმების ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც ძირითადად აერთიანებს ერთგვაროვან სამრეწველო საწარმოებს და იქმნება გასაღების საერთო კანტორით განხორციელებული გაყიდვების ორგანიზაციისა და მონოპოლიათა კონკურენციის აღმოფხვრის მიზნით. გასაღების (სარეალიზაციო) კანტორები იქმნება განსაკუთრებული სავაჭრო საზოგადოების ან ამხანაგობის (სააქციო საზოგადოება, შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება და ა.შ.) ფორმით. კანტორებში ხდება ყველა შეკვეთის კონცენტრაცია და მონოპოლიათა შორის საქონლის განაწილება წინასწარ დათქმული კვოტების საფუძველზე. გასა-

ღების კანტორასთან სინდიკატის წევრები აფორმებენ ხელშეკრულებებს ერთნაირი პირობებით. ისინი თავიანთ საქონელს აბარებენ განსაზღვრული, წინასწარ დადგენილი ფასებით. სინდიკატები გაურცელებულია ერთგაროვანი პროდუქციის მწარმოებელ დარგებში. მაგალითად, ქიმიური, მეტალურგიული და სხვა. სინდიკატის მონაწილენი ინარჩუნებენ საწარმოო და იურიდიულ დამოუკიდებლობას, მაგრამ კარტელისაგან განსხვავებით, ისინი კარგავენ კომერციულ დამოუკიდებლობას. შესაბამისად, სინდიკატების ძირითადი მახასიათებელი ნიშნებია:

- გასაღების ცენტრალიზაცია ერთიანი სარეალიზაციო ორგანოს – გასაღების კანტორების შექმნით ან ზოგიერთ შემთხვევაში სინდიკატის რომელიმე წევრისათვის ამ ფუნქციის დაკისრებით;
- სინდიკატის მონაწილეთა მიერ იურიდიული და საწარმოო დამოუკიდებლობის შენარჩუნება და მათი კომერციული დამოუკიდებლობის შეზღუდვა;
- სინდიკატის მონაწილეთა შორის კონკურენციის აღმოფხვრა;
- სინდიკატის მონაწილეთათვის ნედლეულის შესყიდვა გასაღების კანტორების მეშვეობით.

სინდიკატის ყოველი მონაწილე იბრძვის გამოყოფილი კვოტების და მათი მიღების სასურველი პირობებისათვის (მაგალითად, პროდუქციისა და ნედლეულის სასურველი ფასებისათვის), ამიტომ მათ შორის წინააღმდეგობა არაა გამორიცხული. სინდიკატის საქმიანობა თავის მნიშვნელობას კარგავს მის მონაწილეთა წარმოების დიეერსიფიკაციის პირობებში. სინდიკატი, როგორც ერთი დარგის კომპანიათა მონოპოლისტური გაერთიანების ფორმა, კარგავს თავის მნიშვნელობას და ადგილს უთმობს სხვა უფრო რთულ და მოქნილ ფორმებს. ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში სინდიკატების საქმიანობა იზღუდება ანტიტრესტული კანონმდებლობით, რომელიც მიმართულია ჰორიზონტალური (დარგობრივი) კონცენტრაციის წინააღმდეგ.

პული კარტელური გაერთიანების ფორმაა, რომელიც ითვალისწინებს კომპანიათა გაერთიანებასა და მოგების გარკვეული წესით განაწილებას. პულის მონაწილეთა მოგება საერთო ფონდში გროვდება და შემდეგ იგი წინასწარ დადგენილი პროპორციით ნაწილდება. პულისთვის დამახასიათებელია შემდეგი ნიშნები:

- იგი კარტელის ნაირსახეობაა;
- კომპანიების გაერთიანება, ჩვეულებრივ, დროებით ხასიათს ატარებს;
- პულის მონაწილეთათვის დგინდება საერთო ხარჯებისა და მოგების განაწილების წესები.

პრაქტიკაში ცნობილია პულის შემდეგი სახეები:

- ***საბირჟო პული,*** რომელიც აერთიანებს ფინანსურ სახსრებს აქციების კურსის ასაწევად ან დასაწევად.
- ***„კონკრეტული პული“,*** რომელიც აერთიანებს კონკრეტულ ობიექტებში კაპიტალდამბანდებელ ინვესტორებს.
- ***საპატენტო პული,*** რომელიც წარმოადგენს ორზე მეტი კომპანიის შეთანხმებას პატენტების ურთიერთგამოყენების შესახებ. ამ სახის პულის მონაწილენი იღებენ შემოსავალს პულში შესვლისას დადგენილი კვოტის ზომით იმ მოგებიდან, რომელსაც პატენტის გამოყენება იძლევა.
- ***საეჭვო პული,*** რომლის მონაწილენი თანხმდებიან საწყობში გარკვეული სახის საქონლის დაგროვებასა და დაყოვნებაზე ხელოვნური დეფიციტის შექმნისა და მაღალ ფასში მისი გაყიდვის მიზნით.

ტრესტი მონოპოლისტური გაერთიანების ფორმაა, რომლის დროსაც ერთიან საწარმოო კომპლექსში შემავალი ყველა საწარმო კარგავს თავის იურიდიულ, საწარმოო და კომერციულ დამოუკიდებლობას და ერთიანი ცენტრიდან მართვას ექვემდებარება. ტრესტის სამშობლოა აშშ. იურიდიულად ტრესტის შექმნა ნიშნავს ადრე დამოუკიდებელ საწარმოებზე კონტროლის გადაცემას (აქციების საკონტროლო პაკეტის ან განსაკუთრებული რწმუნების სერტიფიკატის ფორმით) ე. წ. რწმუნებულთა საბჭოში გაერთიანებული ჯგუფისათვის. ტრესტის ძირითადი მახასიათებელი ნიშნებია:

- კომპანიათა ინტეგრაციის მკაცრი ფორმა;
- საწარმოთა სამეურნეო საქმიანობის ყველა მხარის გაერთიანება;
- საქმიანობის საკმაოდ მაღალი საწარმოო ერთგვაროვნება, რომელიც ვლინდება ერთ ან რამდენიმე ანალოგიური სახის პროდუქციის წარმოებაზე სპეციალიზაციაში;
- ერთიანი მართვის პრინციპი, რომელიც უზრუნველყოფს ცენტრალური კომპანიიდან როგორც მთელი საწარმოო

კომპლექსის, ისე მასთან დაკავშირებული მომსახურე და საკაჭრო საწარმოების ოპერატიულ ხელმძღვანელობას;

- ტრესტის საწარმოების მიერ ერთიანი ტექნიკური და ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელება;
- მიღებული საერთო მოგების განაწილება საწარმოთა წილობრივი მონაწილეობის საფუძველზე.

მოგების აუცილებელი განაწილების შედეგად ტრესტში კაპიტალის კონცენტრაციის პროცესი დაუმთავრებელია. ამ მხრივ უფრო მჭიდრო მონოპოლისტური გაერთიანებებია კონცერნი და ჰოლდინგური კომპანია.

დასაწყისში ტრესტსა და კონცერნს შორის განსხვავება წმინდა ტერმინოლოგიურ ხასიათს ატარებდა (აშშ-ში „ტრესტი", ევროპაში – „კონცერნი"), ან იგი ასახავდა გაერთიანებაში შემავალი საწარმოების გაერთიანების ხასიათს: ტრესტი, როგორც წესი, აერთიანებს ერთი დარგის საწარმოებს, ხოლო კონცერნი – სხვადასხვა დარგის საწარმოებს. შემდგომში კონცენტრაციის პროცესში არსებული ეს განსხვავება კიდევ უფრო გაღრმავდა. ტრესტები ვითარდებოდნენ მათში შემავალი საწარმოების ურთიერთკავშირებისა და ვერტიკალური კონცენტრაციის (წინა და შემდგომი ეკონომიკური რგოლების მიერთების) გზით. ტრესტისაგან განსხვავებით, კონცერნში კონცენტრაცია საწარმოო პროცესების კომბინირებას ითვალისწინებს. კომბინატების გაერთიანებამ ვერტიკალური და ჰორიზონტალური კონცენტრაციის ზრდა გამოიწვია. ამასთან ერთად აუცილებელი გახდა ცენტრალიზებული კონტროლის განხორციელება.

კონცერნი საწარმოო პროცესების კომბინირების ფორმაა, რომელშიც დამოუკიდებელი საწარმოები გაერთიანებულნი არიან მონაწილეობის სისტემის, ფინანსური კავშირების, ერთობლივი ინტერესების ხელშეკრულებების, პირადი უნიების, საპატენტო-სალიცენზიო შეთანხმებების, მჭიდრო საწარმოო თანამშრომლობის საფუძველზე. კონცერნი ხასიათდება შემდეგი ძირითადი თავისებურებებით:

- კონცერნი კომპანიათა ინტეგრაციის ყველაზე მკაცრი (ტრესტის გარდა) და განვითარებული ფორმაა, რადგან მასში შემავალი დამოუკიდებელი კომპანიები ერთმანეთთან მჭიდროდ არიან დაკავშირებულნი;
- კონცერნში შემავალი კომპანიები სააქციო ან ამხანაგობის სხვა ფორმით შექმნილ დამოუკიდებელ იურიდი-

ულ პირებად ითელებიან, ფაქტობრივად კი ისინი ერთიან სამეურნეო ხელმძღვანელობას ექვემდებარებიან;

- კონცერნი გამოირჩევა საკუთრებისა და კონტროლის ერთიანობით. მასში შემავალი კომპანიები ექვემდებარებიან მის ხელმძღვანელ მეთაურ კომპანიას, რომელიც, როგორც წესი, ჰოლდინგური კომპანიის სახითაა შექმნილი.
- გაერთიანება, ჩვეულებრივ, საწარმოო ხასიათისაა (კონცერნის საქმიანობა ძირითადად წარმოებაზეა ორიენტირებული), ამიტომ მისი მშობელი კომპანიის როლს, როგორც წესი, საწარმოო კომპანია ასრულებს. იგი ფლობს შვილობილი კომპანიების აქციების საკონტროლო პაკეტებს;
- კონცერნის ჩარჩოში ცენტრალიზებულია საფინანსო-ეკონომიკური მართვა, სამეცნიერო-ტექნიკური და საკადრო პოლიტიკა, ფასწარმოქმნა, საწარმოო სიმძლავრეების გამოყენება, მთლიანად კონტროლირდება მისი შემქმნელი კომპანიების საქმიანობა.

კომპანიათა ინტეგრაციული კავშირების ხასიათით განასხვავებენ ვერტიკალურ და ჰორიზონტალურ კონცერნებს. **ვერტიკალური კონცერნი** აერთიანებს მზა პროდუქციის წარმოების ტექნოლოგიურ პროცესთან თანამიმდევრულად დაკავშირებული სხვადასხვა დარგების კომპანიებს, ხოლო **ჰორიზონტალური კონცერნი** – ერთი დარგის კომპანიებს, რომლებიც აწარმოებენ ერთგვაროვან პროდუქციას ან ახორციელებენ წარმოების ერთსა და იმავე სტადიებს. კონცერნები, ჩვეულებრივ, გავრცელებულია იმ დარგებში, რომლებისთვისაც დამახასიათებელია მსხვილი მასობრივი წარმოება და მაღალი ტექნოლოგიების გამოყენება.

კაპიტალში მონაწილეობის სისტემით კონცერნები-დაქვემდებარების და კოორდინაციის სახისაა. ***დაქვემდებარების კონცერნები*** იქმნება დედა და ქალიშვილ-კომპანიების სახით და წარმოების ტექნოლოგიური ჯაჭვის გაერთიანების მიზნით, ***კოორდინაციის კონცერნები*** – დობილი საზოგადოებების სახით, რომელთა შემადგენლობაში მყოფი კომპანიები არიან აქციების ურთიერთმფლობელები და ასეთი სახით ისინი კონცერნის პოლიტიკაზე ერთობლივად ზემოქმედებენ. ამასთან, კოორდინაციის კონცერნების მიზანია საქმიანობის ისეთი სახეების ინტეგრაცია, როგორებიცაა: ერთიანი ფინანსური,სამეცნიერო-ტექნიკური, საკადრო პოლიტიკის განხორციელება, კომპანიის შეთანხმებული საწარმოო განვითარება

და ა.შ. კოორდინაციის კონცერნი, რომელშიც გაერთიანებულია ტექნოლოგიურად ნაკლებად დაკავშირებული კომპანიები, თავისი არსით, **კონგლომერატს** უახლოვდება.

კონცერნის უპირატესობანი განპირობებულია კომბინირებული წარმოების ფართო მასშტაბებით, წარმოებაში ახალი ტექნიკისა და ტექნოლოგიების დანერგვის შესაძლებლობებით, თვითდაფინანსების განვითარებით და ა.შ.

ცენტრალიზებული კონტროლის გაძლიერების მიზნით, დედა კომპანია ყიდულობს სხვა ქალიშვილ-კომპანიების საკონტროლო პაკეტებს, რომლებიც, თავის მხრივ, იქვემდებარებენ „შვილიშვილ" საზოგადოებებს. შიდა ორგანიზაციულ სტრუქტურაში ქალიშვილ-კომპანიათა კონტროლისა და ხელმძღვანელობის მიზნით, ტრესტები და კონცერნები იყენებენ **ჰოლდინგურ კომპანიებს.** ზოგიერთი მათგანს, განსაკუთრებით კი ტნკ-ებს, ხელმძღვანელობს ჰოლდინგური კომპანიების მთელი სისტემა. ჰოლდინგური სტრუქტურები ნებისმიერი ბიზნესის გლობალური სტრატეგიის განუყოფელი ნაწილია.

ფინანსური ჯგუფი სხვადასხვა დარგის იურიდიულად და მეურნეობრივად დამოუკიდებელი საწარმოების გაერთიანების ფორმაა. კონცერნებისაგან განსხვავებით, მის სათავეშია ერთი ან რამდენიმე ბანკი, რომელიც განკარგავს მასში შემავალი კომპანიების ფულად სახსრებს (კაპიტალს) და კოორდინაციას უწევს მათ საქმიანობას. ფინანსური ჯგუფის საქმიანობის სფერო იგივეა, რაც კარტელის (ბაზრების დანაწილება, ფასებზე შეთანხმება და ა. შ.). განსხვავება ისაა, რომ კარტელის საქმიანობა ხორციელდება გარკვეული ვადით დადებული ფორმალური და არაფორმალური შეთანხმებების საფუძველზე, ხოლო ფინანსურ ჯგუფში ეს ყოველდღიური, ჩვეულებრივი წესია.

კონგლომერატი კომპანიათა ინტეგრაციის ორგანიზაციული ფორმაა, რომელიც ერთიანი ფინანსური კონტროლის ქვეშ აერთიანებს სხვადასხვა ფირმების შერწყმის შედეგად წარმოქმნილ არაერთგვაროვან საწარმოებს, მათი საწარმოო ერთიანობის არარსებობის, ჰორიზონტალური და ვერტიკალური ინტეგრაციის მიუხედავად. კონგლომერატები ძირითადად იქმნება შერწყმებისა და შთანთქმების საფეძველზე. კონგლომერატული შერწყმებისა და შთანთქმების ძირითადი მოტივებია:

- სინერგიული ეფექტის მიღება;

- ბიზნესის უფრო ფართო ეკონომიკური საფუძვლის უზრუნველყოფა;
- „იაფად ყიდვისა და ძვირად გაყიდვის“ შესაძლებლობის მიღება;
- ბაზრების ან დარგების სტრუქტურის ცვლილებების პროგნოზირება;
- კომპანიის ხელმძღვანელობის იმიჯის ამაღლების სურვილი;
- უმაღლესი მმართველობითი პერსონალის სწრაფვა შემოსავლების ამაღლებისაკენ და გრძელვადიანი წახალისების საშუალებად ოფციონების გამოყენების შესაძლებლობის გათვალისწინება;
- ახალი მნიშვნელოვანი რესურსებისა და ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობა.

კონგლომერატების მახასიათებელი ნიშნებია:

- სხვადასხვა დარგის საწარმოთა გაერთიანება მათი საწარმოო არაერთგვაროვნების მიუხედავად;
- ერთი მხრივ, კონგლომერატში შემავალი კომპანიების მიერ იურიდიული და საწარმოო-სამეურნეო დამოუკიდებლობის შენარჩუნება და, მეორე მხრივ, ფინანსურად დედა კომპანიაზე სრული დამოკიდებულობა;
- მართვის დეცენტრალიზაციის საკმაოდ მაღალი დონე;
- კონგლომერატის მართვაში ძირითადად ფინანსურ-ეკონომიკური მეთოდების გამოყენება;
- მართვის ორგანიზაცია ჰოლდინგური, მსხვილი საფინანსო და საინვესტიციო კომპანიების გამოყენებით.

სხვადასხვა ქვეყნის კონგლომერატებისათვის დამახასიათებელია გარკვეული თავისებურებანი. მაგალითად, დასავლეთ ევროპის ქვეყანათა საწარმოები წარმოების პროცესში ურთიერთდაკავშირებულნი უნდა იყვნენ, ხოლო აშშ-ში რაიმე საწარმოო ერთგვაროვნება არაა გათვალისწინებული. კონგლომერატებისათვის დამახასიათებელია გარკვეული ნაკლოვანებები:

- დივერსიფიკაციის მაღალი დონე;
- სუბოპტიმიზაცია – კონგლომერატში შემავალი კომპანიები ცდილობენ შიდაჯგუფური კოოპერაციული კავშირების განმტკიცებას მათ შორის სუსტი ტექნოლოგიური ერთგვაროვნების მიუხედავად;

- შთანთქმის შედეგად კონგლომერატში გაერთიანებული კომპანიების მმართველობითი პერსონალის მოტივაციის ცელილებები;
- კომპანიების შთანთქმაში სახსრების დიდი მოცულობის დაბანდების აუცილებლობა.

კონგლომერატის სიცოცხლისუნარიანობა მნიშვნელოვნადა დამოკიდებული მისი უმაღლესი მმართველობითი პერსონალის კვალიფიკაციაზე.

კონსორციუმი მეურნეობრივად დამოუკიდებელი ფორმების დროებითი კაეშირია, რომელიც იქმნება მათი კოორდინირებული სამეწარმეო საქმიანობის მიზნით (მაგალითად, ერთობლივი მოქმედება შეკვეთების მისაღებად და მათი ერთობლივად შესრულება). კონსორციუმების შექმნით შესაძლებელია სახსრების მოზიდვა ძვირადღირებული პროექტების რეალიზაციისათვის.

კონსორციუმის მახასიათებელი ნიშნებია:

- მისი ორგანიზაციის ხელშეკრულებითი ფორმა;
- კონსორციუმის მონაწილეთა ძალისხმევის გაერთიანება კონკრეტული პროექტის რეალიზაციისათვის;
- სხვადასხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის იურიდიული პირის სახით დაფუძნების შესაძლებლობა, რომელიც, ამასთან, არაა საეალდებულო;
- კონსორმციუმში შემავალი კომპანიების მიერ ეკონომიკური და იურიდიული დამოუკიდებლობის შენარჩუნება (კონსორციუმის მიზნებიდან გამომდინარე საქმიანობის გარდა);
- ერთდროულად რამდენიმე კონსორციუმის და, შესაბამისად, პროექტში მონაწილეობის შესაძლებლობა;
- მცირე მმართველობითი აპარატის გარდა (მაგალითად, კონსორციუმის დირექტორთა საბჭო), რაიმე ორგანიზაციული სტრუქტურის შექმნის აუცილებლობის გამორიცხვა.

კონსორციუმები იქმნება ბანკების, სამეცნიერო ცენტრების, სამრეწველო კომპანიების, სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ, დახურული და ღია სახით. **დახურულ კონსორციუმებში** შემკვეთი ყველა მონაწილესთან ცალკე ხელშეკრულებას დებს, **ღია კონსორციუმებში** – კონსორციუმის ლიდერთან, რომელიც ერთპიროვნულადაა მთელ პროექტზე პასუხისმგებელი. ლიდერის ფუნქციაში შედის კონსორციუმის მონაწილეთა საქმიანობის კოორდინაცია, შემკვეთისა და

მესამე პირების წინაშე კონსორციუმის ინტერესების წარმოდგენა მონაწილეთა მიერ მინიჭებული უფლებამოსილებების ფარგლებში, ხელშეკრულებით ვალდებულებებზე კი პასუხისმგებელნი არიან კონსორციუმის წევრები, საქმიანობის მთლიან მოცულობაში თავიანთი წილის ფარგლებში. შესაძლებელია, აგრეთვე, სოლიდარული პასუხისმგებლობა. კონსორციუმის ყოველი მონაწილე აფინანსებს სამუშაოს თავის წილს და კისრულობს შესაბამის კომერციულ და ტექნიკურ რისკებს. მსოფლიო პრაქტიკაში გავრცელებულია შემდეგი სახის კონსორციუმები:

- ***საბანკო კონსორციუმი*** – ერთი უმსხვილესი ბანკის მეთაურობითა და ბანკების ჯგუფის სახით დროებით შექმნილი კონსორციუმი, რომლის მიზანია საკრედიტო, საგარანტიო ან სხვა საბანკო ოპერაციების განხორციელება, საქმიანობის სფეროების გაფართოება ან ახალ ბაზრებზე გასვლა.
- ***კონსორციუმი-გარანტი*** – ლიდერი ბანკის მეთაურობით შექმნილი საბანკო ჯგუფი, რომელიც გამოდის მიღებული კრედიტის გარანტის როლში.
- ***საგარანტიო კონსორციუმი*** – საქმიანობის სხვადასხვა სფეროს რამდენიმე კომპანიას შორის დადებული შეთანხმება, რომლის შესაბამისად მონაწილეთა შორის ნაწილდება ნაკისრი რისკები და მათი ანაზღაურების უზრუნველყოფა.
- ***ხელმოწერითი კონსორციუმი*** – სესხის რელიზაციის ან ახალი ფასიანი ქაღალდების განთავსების გარანტირების მიზნით შექმნილი კონსორციუმი.
- ***ფინანსური კონსორციუმი*** – რამდენიმე ბანკის მიერ დადებული დროებითი ხელშეკრულება მსხვილი ფინანსური ოპერაციების განხორციელების მიზნით, მაგალითად, სესხის განთავსებისათვის.
- ***საექსპორტო კონსორციუმი*** – საგარეო საეჭრო გაერთიანება, რომელიც შექმნილია საექსპორტო ოპერაციების ხელშესაწყობად და სხვადასხვა ქვეყნის კომპანიების მონაწილეობით.

ფინანსური და ხელმოწერითი კონსორციუმები დროებითი ან მუდმივი ხასიათისაა. ***დროებითი კონსორციუმები,*** ჩვეულებრივ, იქმნება შედარებით მცირე თანხის ერთჯერული და უცხოური სესხის ობლიგაციების განთავსების ან მოკლევადიანი გარიგებების განხორციელების მიზნით, ხოლო

მუდმივი კონსორციუმები – ამა თუ იმ ქვეყანაში ან ქვეყანათა ჯგუფში სესხის განთავსების, კორპორაციების ფასიან ქაღალდებთან დაკავშირებული ოპერაციების, აგრეთვე მსხვილი ფინანსური, საინვესტიციო და კომერციული ოპერაციების განსახორციელებლად.

ფინანსური კონსორციუმების მეთაური უმსხვილესი ბანკების (საბანკო მონოპოლიების) მიერ ხდება შეთანხმების მონაწილეთა – **კონსორტების** შერჩევა. ისინი ამუშავებენ იურიდიულ დოკუმენტაციას, სესხების პირობებს და ა. შ. კონსორციუმის წევრებს აქვთ საკომისიო ანაზღაურების მიღების უფლება, რომლის ზომა განისაზღვრება ამა თუ იმ ოპერაციაში მონაწილეობის წილით ან კონსორციუმის მიერ რეალიზებული აქციებისა და სხვა ფასიანი ქაღალდების რეალიზაციის თანხის პროპორციულად.

ასოციაცია საერთო სამეურნეო, სამეცნიერო, კულტურული ან სხვა, როგორც წესი, არაკომერციული მიზნით შექმნილი იურიდიული და ფიზიკური პირების ნებაყოფლობითი გაერთიანება. ასოციაციაში შემავალი საწარმოები ინარჩუნებენ საკუთრების ფორმას, სამეურნეო და იურიდიულ დამოუკიდებლობას. ასოციაცია, როგორც ნებაყოფლობითი გაერთიანება, მასში შემავალი საწარმოებისათვის ზემდგომ ორგანოს არ წარმოადგენს. იგი ასრულებს იმ ფუნქციებს და გააჩნია ის უფლებამოსილებანი, რომლებიც მას მონაწილეთა მიერ ნებაყოფლობით აქვს დელეგირებული. ასოციაციის მახასიათებელი ნიშნებია:

- საწარმოთა ყველაზე "რბილი"ინტეგრაცია;
- მონაწილეთა სამეურნეო და იურიდიული დამოუკიდებლობა;
- კოოპერაცია სარეკომენდაციო ხასიათის საქმიანობის მიზნით;
- დასაშვებია გარკვეული ფუნქციების (ძირითადად ინფორმაციული ხასიათის) ცენტრალიზაცია;
- ასოციაცია თავისი წევრების ვალდებულებებზე პასუხს არ აგებს;
- ასოციაციის წევრებს გააჩნიათ სუბსიდიარული პასუხისმგებლობა მის ვალდებულებებზე, სადამფუძნებლო დოკუმენტებით განსაზღვრული მოცულობითა და წესით;
- ასოციაციის წევრებს აქვთ მისი მომსახურებით უფასოდ სარგებლობის უფლება;

- ასოციაციის წევრებს თავისი შეხედულებისამებრ შეუძლიათ მისი შემადგენლობიდან (ფინანსური წლის დამთავრებისას) გამოსვლა;
- ასოციაციის წევრი შეიძლება გაირიცხოს მისი შემადგენლობიდან (სადამფუძნებლო დოკუმენტებით განსაზღვრული წესით);
- ასოციაციის წევრთა თანხმობით შესაძლებელია ახალი წევრების მიღება.

ბიზნესის ორგანიზაციათაშორის ფორმებში განსაკუთრებული ადგილი სტრატეგიულ ალიანსებს უკავიათ.

II. 5. სტრატეგიული ალიანსები

სტრატეგიული ალიანსი მსხვილი დამოუკიდებელი ფირმების თანამშრომლობის თანამედროვე ფორმაა, რომელიც იქმნება გარკვეული კომერციული მიზნების მისაღწევად და სინერგიული ეფექტის მისაღებად, კომპანიათა სტრატეგიული რესურსების გაერთიანებისა და ურთიერთდამატების საფუძველზე. კომპანიათა ძალების გაერთიანება იძლევა ბაზარზე პოზიციების განმტკიცებისა და სხვა კომპანიებთან კონკურენტულ ბრძოლაში უპირატესობის მიღების შესაძლებლობას.

სტრატეგიული ალიანსი აკავშირებს ორ ან მეტ კომპანიას, რომლებიც ერთიანდებიან სტრატეგიული მიზნების მისაღწევად. სტრატეგიული ალიანსები მოიცავენ კონტროლის მთელ გამას საწარმოს სრული კონტროლიდან კონტრაქტით განსაზღვრული კონტროლის დონემდე. ისინი უზრუნველყოფენ ფინანსურ ზრდას, მაგრამ, ამასთან, მათ უფრო დიდი მნიშვნელობა აქვთ. გადაწყვეტილება სტრატეგიული ალიანსის შესახებ საწარმოს კონტროლირებადი ნაწილის შემცირებასთანაა დაკავშირებული და ეს ხდება რისკის შემცირების, ანაზღაურების პოტენციური ზომის გადიდების და (ან) რესურსებში ინვესტიციების სანაცვლოდ. ე.ი. საწარმოზე კონტროლის მოცულობის შემცირება კომპრომისია, რომლის სანაცვლოდ კომპანია უნდა ეცადოს უფრო დიდი ფასეულობების მიღებას. სტრატეგიული ალიანსი ხასიათდება შემდეგი თავისებურებებით:

- ესაა შეთანხმება თანამშრომლობის შესახებ, რომელიც სცილდება ჩვეულებრივ სავაჭრო ოპერაციებს, მაგრამ კომპანიათა შერწყმას არ გულისხმობს;
- სტატეგიული ალიანსის საფუძველია საშუალო- და გრძელვადიანი, ორმხრივი და მრავალმხრივი შეთანხმებები;
- სტრატეგიული ალიანსი, როგორც წესი, არაა დამოუკიდებელი იურიდიული პირი;
- სტრატეგიულ ალიანსში შესვლა შეუძლიათ როგორც მიმწოდებლებსა და კლიენტებს, ისე კონკურენტებს. ასეთი სახით ხდება უაზრო კონკურენციის თავიდან აცილება;
- სტრატეგიული ალიანსის ჩარჩოში ხდება სტრატეგიული დაგეგმვისა და მართვის კოორდინაცია, რის შედეგად მის მონაწილეებს შეუძლიათ თავიანთი გრძელვადიანი პარტნიორული ურთიერთობების შეთანხმება და სარგებლის მიღება;
- ალიანსები იქმნება კომპანიების მიერ ჰორიზონტალური ფირმათაშორისი კოოპერაციის საფუძველზე, აგრეთვე საქმიანობის მომიჯნავე სფეროებში დასაქმებული კომპანიების მიერ, რომლებიც იყენებენ ურთიერთდაკავშირებულ ტექნოლოგიებსა და გამოცდილებას;
- კომპანიებს შეუძლიათ მრავალ სტრატეგიულ ალიანსში მონაწილეობა;
- სტრატეგიული ალიანსი იქმნება გარკვეული ვადით და ერთობლივი თანამშრომლობის შეწყვეტის შემთხვევაში იგი იშლება;
- სტრატეგიულ ალიანსს ადვილად შეუძლია ბაზრის დაპყრობა, რადგან მისი საქმიანობა კანონმდებლობით ნაკლებადაა შეზღუდული.

სტრატეგიულ ალიანსში კომპანიების გაერთიანების მოტივებია:

- სტრატეგიული რესურსების გაერთიანება და მათი ერთობლივი გამოყენება;
- სინერგიული ეფექტის მიღება;
- წარმოების მასშტაბზე და/ან მის რაციონალიზაციაზე ეკონომიის მიღება;
- განუსაზღვრელობის რისკის შემცირება და კომპანიის მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა;

- კონკურენტუნარიანობის ამაღლება;
- მსოფლიო ბაზრებზე პოზიციების განმტკიცება და განვითარებული საბაზრო სტრუქტურის მქონე ბაზრებზე შეღწევა;
- ერთმანეთის პროდუქციის გაერცელებაში ხელშეწყობა;
- ტექნოლოგიების, ცოდნის, ნოუ-ჰაუს გადაცემა, ერთობლივი კვლევების განხორციელება, პერსონალის სწავლება;
- ტექნოლოგიურად რთულ ნაკეთობათა ერთობლივი დამუშავება და წარმოება;
- ურთიერთკონკურენციის აღმოფხვრა და სხვა კომპანიებთან კონკურენტულ ბრძოლაში უპირატესობის მოპოვება.

ამერიკელი მკვლევარები უ. ოუინო და უ. რანგანი გამოყოფენ პარტნიორი ფირმების ოთხ სტრატეგიულ მიზანს:

1. ღირებულების გაზრდა;
2. ცოდნის გაზრდა;
3. მოქნილობის შენარჩუნება;
4. ძირითადი კომპეტენციების დაცვა.

ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორი რ. კანტერი გამოყოფს სტრატეგიული ალიანსების განვითარების 5 ძირითად ეტაპსა და ფორმას:

- ***"სტრატეგიული ინტეგრაცია"***, რომელიც გულისხმობს პარტნიორთა უმაღლესი ხელმძღვანელობის მუდმივ კონტაქტს სტრატეგიული საკითხების გადასაწყვეტად;
- ***"პრაქტიკული ინტეგრაცია"***, რომელიც ეფუძნება მენეჯერთა საშუალო რგოლის ურთიერთმოქმედებას ერთობლივი საქმიანობის პრობლემების მიხედვით;
- ***"ოპერატიული ინტეგრაცია"***, რომელიც უზრუნველყოფს რიგითი თანამშრომლების ურთიერთდაშვებას საერთო ინფორმაციულ რესურსებთან;
- ***"პიროვნებათა შორისი ინტეგრაცია"***;
- ***"კულტურული ინტეგრაცია"***, რომელიც ითვალისწინებს პარტნიორთა სწრაფვას გამოძებნონ გზები ტრადიციებში, ენებში და ა. შ. განსხვაებათა დასაძლევად.

თანამედროვე ეტაპისათვის დამახასიათებელია სტრატეგიული ალიანსების რაოდენობის ზრდა. მათი ეფექტიანობის აუცილებელი პირობაა გრძელვადიანი დაგეგმვა და პარტნიორთა ნდობის განმტკიცებაზე გამიზნული პოლიტიკის

კოორდინაცია, აგრეთვე პარტნიორი კომპანიების უმაღლესი და საშუალო მენეჯმენტის სწრაფვა თანამშრომლობისაკენ.

სტრატეგიული ალიანსის შექმნის საკითხის განხილვისას კომპანიამ უნდა ჩამოაყალიბოს საკუთარი სტრატეგიული ბირთვი და განსაზღვროს ის ელემენტები, რომლებიც დაცული იქნება სხვისი ჩარევისაგან. ამისათვის კი საჭიროა სუსტი და ძლიერი მხარეების შეფასება და ალიანსის მისაღები სახისა და პარტნიორების შერჩევა. პარტნიორმა, როგორც წესი, კომპანიის სუსტი მხარეები უნდა გააძლიეროს. სტრატეგიული ალიანსები შეიძლება განხორციელდეს შემდეგი ფორმებით: ლიცენზირება, ფრანშიზინგი (ფრენჩაიზინგი), კონტრაქტები მართვაზე, ერთობლივი საწარმოები და სხვა.

ლიცენზირება ტნკ-ს აძლევს არამატერიალური აქტივებისაგან მოგების მიღების შესაძლებლობას. საერთაშორისო საქმიანობის ეს ხერხი გულისხმობს სალიცენზიო შეთანხმების გაფორმებას, რომლის საფუძველზე ტნკ (იგი გამოდის ლიცენზიარის როლში) სხვა ფირმას აძლევს გარკვეული ვადის განმავლობაში და შეთანხმებული ანაზღაურების საფუძველზე მისი მატერიალური საკუთრების გამოყენების უფლებას. სალიცენზიო შეთანხმება შეიძლება უკუმიმართულების იყოს. ამ შემთხვევაში ტნკ გამოდის ლიცენზიატის როლში, ხოლო უცხოური კომპანია ლიცენზიარია. ამასთან აღსანიშნავია, რომ სალიცენზიო შეთანხმება არ განეკუთვნება სტრატეგიულ ალიანსს, თუ იგი არ ითვალისწინებს პარტნიორთა შორის ტექნოლოგიის, პროდუქციის ან გამოცდილების ხანგრძლივვადიან გადაცემას.

აშშ-ის საგადასახადო სამმართველოს მიერ არამატერიალური აქტივები დაყოფილია შემდეგ კატეგორიებად:

- პატენტები, გამოგონებები, ფორმულები, კონსტრუქციები, სქემები;
- საავტორო უფლებები, ლიტერატურული, მუსიკალური ან ფერწერული კომპოზიციები;
- სავაჭრო მარკები, საფირმო დასახელებები, საფაბრიკო მარკები;
- ფრანშიზები, ლიცენზიები, კონტრაქტები;
- მეთოდები, პროგრამები, პროცედურები, სისტემები და ა. შ.

სალიცენზიო შეთანხმების საფუძველზე არამატერიალური აქტივების გამოყენების ძირითად დადებით მხარეებს

მიეკუთვნება ლიცენზიატის მიერ დაფინანსების უზრუნველყოფა და გარიგების კომერციული რისკის საკუთარ თავზე აღება.

სალიცენზიო შეთანხმების გაფორმებისას მთავარი ყურადღება უნდა დაეთმოს ხარისხისა და გაღასახადების საკითხებს. ლიცენზიარის მხრიდან საჭიროა ხარისხზე სათანადო კონტროლის განხორციელება, რადგან დაბალი ხარისხის პროდუქციამ შეიძლება ზიანი მიაყენოს არამარტო არამატერიალური აქტივების მფლობელის რეპუტაციას, არამედ, აგრეთვე, ინტელექტუალურ საკუთრებაზე არსებულ ზოგიერთ უფლებას. ლიცენზიარს გარკვეული სიძნელეები შეიძლება შეექმნას გადასახადების გამო. მათი გადახდა ხდება უცხო (შემოსავლის მიღების) ქვეყანაში, ამიტომ შესაძლებელია ადგილობრივი ხელისუფლების მხრიდან ლიცენზიარის საზიანო ზემოქმედების განხორციელება.

ლიცენზიის გაცემისას (განსაკუთრებით კი თუ მისი გადაცემა განვითარებად ქვეყანაში ხდება) ტექნოლოგიის გადაცემა უნდა იყოს კანონმდებლობის დებულებებთან შესაბამისობაში. თვით ეს კანონმდებლობა გამიზნულია სალიცენზიო გარიგებაში ლიცენზიარსა და ლიცენზიატს შორის უთანასწორობის აღმოფხვრაზე.

ხშირ შემთხვევაში ლიცენზიის გადაცემა წარმოებს კომპანიის მიერ კონტროლირებად საწარმოებში. საერთაშორისო პრაქტიკაში ლიცენზიის ასეთი გაყიდვა საყოველთაოდ მიღებული წესია და იგი განპირობებულია შემდეგი მიზეზებით:

- უცხო ქვეყანაში განლაგებული საწარმოები (იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც ისინი ტნკ-ის კუთვნილებაა) დამოუკიდებელი იურიდიული პირები არიან;
- საწარმოთა წილობრივი ფლობის შემთხვევაში უზრუნველყოფილია ინტელექტუალურ საკუთრებაზე უფლებების დაცვა;
- არამატერიალური აქტივების გამოყენება დაბალი გადასახადების მქონე ქვეყანაში იძლევა მეტი მოგების მიღების შესაძლებლობას.

კომპანიაში ლიცენზიებთან დაკავშირებული სამუშაოების ორგანიზაციაზე პასუხისმგებლობა განისაზღვრება ლიცენზირების მოტივებით. აქ შესაძლებელია შემდეგი ვარიანტები:

1. სალიცენზიო სამუშაოები კომპანიის სტრატეგიული მიზნების (მისი ზრდისა და დივერსიფიკაციის) შემადგენელი ნაწილია. ამ შემთხვევაში მიზანშეწონილია დამოუკიდებელი სალიცენზიო განყოფილების შექმნა (იგი ჩვეულებრივ, შესყიდვებისა და გასაღების განყოფილებას ექვემდებარება). ამასთან, მრავალგანყოფილებიან ფირმებში ასეთი განყოფილებები შეიძლება რამდენიმე იყოს.
2. ლიცენზირება ხელს უწყობს საქმიანობის არსებული მიმართულებების შენარჩუნებას, ამიტომ იგი იურიდიული ან საპატენტო განყოფილების ფუნქციაში შედის.
3. ორივე ზემოაღნიშნული სტრატეგიული მიზანი ურთიერთშეხამებულია. ასეთ სიტუაციაში ლიცენზირების ფუნქცია ეკისრება სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოთა განყოფილებას.

ფრანშიზინგი საქმიანობის ხერხია, რომელიც ითვალისწინებს ფრანშიზერის (გამყიდველის) მიერ ფრანშიზიათვის (მყიდველისათვის) სავაჭრო მარკის გამოყენების უფლების გადაცემას. ფაქტობრივად ფრანშიზინგი ლიცენზირების სპეციალური ფორმაა, რომლის დროსაც ლიცენზიატი ფუნქციონირებს ლიცენზიარის საფირმო სახელწოდებით. არსებობს ფრანშიზინგის სამი სახე:

1. ფრანშიზინგის მზა საქონლის გაყიდვაზე;
2. ფრანშიზინგი საქონლის წარმოებაზე;
3. ფრანშიზინგი საქმიანობის სახეზე.

პირველ შემთხვევაში ფრანშიზი ყიდულობს ფრანშიზერის სასაქონლო მარკით საქონლის გაყიდვის უფლებას (თვით საქონელსაც ფრანშიზერისაგან ყიდულობს). მეორე შემთხვევაში ხდება დედა-კომპანიისაგან საქონლის წარმოებისა და გასაღების უფლების ყიდვა. ამასთან, ფრანშიზი იყენებს ამ კომპანიისაგან ნაყიდ ნედლეულსა და მასალებს. მესამე შემთხვევაში ფრანშიზი ყიდულობს საკუთარი ფირმის გახსნის უფლებას, რომელიც მოქმედებს კორპორაციის სახელით. ასეთი ალიანსის შემთხვევაში ფრანშიზის საწარმომ უნდა შეინარჩუნოს ძირითადი კომპანიის სახე. ერთადერთი განსხვავება, ამასთან, არსებითი მნიშვნელობის, გამოიხატება შემდეგში: ფრანშიზი ფლობს გასაღების ბაზარსა და რისკავს საკუთარი კაპიტალით. აღნიშნულის გამო, იგი უფრო მეტადაა დაინტერესებული საკუთარი საქმის წარმატებაში.

ფრანშიზული შეთანხმებები ფორმდება რამდენიმე წლის ვადით. ამ ხნის განმავლობაში ფრანშიზი ვარაუდობს დაბანდებული კაპიტალის ანაზღაურებასა და მოგების მიღებას. ფრანშიზული შეთანხმების ერთ-ერთი მთავარი პრობლემაა ფრანშიზერის ქვეყანაში შემუშავებული მეთოდების უცხო ქვეყანაში გამოყენების სირთულე. ხშირ შემთხვევაში უცხო ქვეყნის ბაზარზე დასამკვიდრებლად საჭირო ხდება ოპერაციათა წარმოების ხერხების მოდიფიკაცია უცხოელი მომხმარებლების მოთხოვნილებებისა და გემოვნების გათვალისწინებით. ამაზე კი ყველა ფირმა არ თანხმდება.

ტნკ-ების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი აქტივია მაღალკვალიფიციური მენეჯერები, რომლებიც განვითარებად ქვეყნებში დიდი მოთხოვნით სარგებლობენ. ასეთ სიტუაციაში საქონლის როლში გამოდის მართვის ხელოვნება, რომლის გადაცემა წარმოებს შესაბამისი გარიგებების საფუძველზე. ასეთი გარგებების შედეგად ფორმდება **კონტრაქტები მართვაზე.** ისინი ითვალისწინებენ სამმართველო აპარატის გაგზავნას სხვა ქვეყნის ფირმის დასახმარებლად ან დაკმაყოფილებული ვადაში შესაბამისი ანაზღაურების საფუძველზე სპეციალური მმართველობითი ფუნქციების შესრულებას. კონტრაქტები მართვაზე იდება შემდეგ სიტუაციებში:

- ფირმის საწარმო სხვა ქვეყანაში ექსპროპრიირებულია;
- იხსნება ახალი საწარმო და მისი ფუნქციონირებისათვის არაა სათანადო კადრები;
- საწარმო იმყოფება მძიმე მდგომარეობაში და ეფექტიან მართვას საჭიროებს.

თანამედროვე პირობებში ფართოდ გამოიყენება ერთობლივი საქმიანობის სხვადასხვა ფორმა, რომელიც გულისხმობს **საწარმოს ფლობას წილობრივ საფუძველზე.** საკუთრების ასეთი განაწილება ხდება შემდეგი მიზეზებით:

- სინერგიული ეფექტის გაძლიერება (სინერგიული ეფექტი ეწოდება ორი და მეტი ობიექტის ურთიერთშეთანხმებულ მოქმედებას, რომლის ერთობლივი შედეგი მნიშვნელოვნად აღემატება ამ ობიექტების ცალკეული მოქმედებების შედეგების ჯამს);
- გეოგრაფიულ ასპექტში კომპანიის გაფართოების პროცესის დაჩქარება;
- სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოთა ბაზის გაფართოება;
- დამატებითი რესურსების მიზიდვის შესაძლებლობა;

- ზოგიერთი ქვეყნის მთავრობა უცხო კომპანიათა საქმიანობის დასაშვებად ადგილობრივი კაპიტალის გამოყენებას მოითხოვს.

ფირმები, ჩვეულებრივ, თანხმდებიან საწარმოთა ერთობლივ ფლობაზე და, როგორც წესი, წინასწარ განსაზღვრავენ აქციების საკონტროლო პაკეტის კუთვნილების საკითხს.

ტნკ-ების საქმიანობაში განსაკუთრებით პოპულარულია საქმიანი თანამშრომლობის ისეთი ფორმა, როგორიცაა **ერთობლივი საწარმოები.** ისინი იქმნება ორი ან მეტი მფლობელის მონაწილეობით და ემსახურება კონკრეტული კომერციული, ფინანსური ან ტექნიკური ხასიათის მიზნების მიღწევას. ხშირ შემთხვევაში ერთობლივი საწარმოები იქმნება პარიტეტულ საფუძველზე, მაგრამ მათი შექმნა შესაძლებელია ორზე მეტი მფლობელის მონაწილეობითაც. მასთან, ერთი მფლობელი შეიძლება იყოს ერთობლივი საწარმოს 50 %-ზე მეტი აქციების მფლობელი. თუ ერთობლივ საწარმოთა მუშაობაში მონაწილეობს ორზე მეტი ორგანიზაცია, ზოგიერთ შემთხვევაში ასეთ საწარმოებს კონსორციუმებს უწოდებენ.

ერთობლივი საწარმოები განსხვავდებიან მთელი რიგი ნიშნებით. მათგან შეიძლება გამოიყოს შედეგი 5 ძირითადი ნიშანი:

1. ***ერთობლივი საწარმოებისა და მათი დამფუძნებლების ადგილმდებარეობა.*** ერთობლივი საწარმოები იქმნება როგორც ერთი, ისე რამდენიმე ქვეყნის კაპიტალის მონაწილეობით.
2. ***ერთობლივი საწარმოების საკუთრების ფორმა.*** ერთობლივი საწარმოები შეიძლება იყოს: კერძო კაპიტალით, კერძო და სახელმწიფო კაპიტალით, ეროვნული და საერთაშორისო ორგანიზაციების მონაწილეობით.
3. ***ერთობლივი საწარმოს კაპიტალში პარტნიორთა წილი.*** ერთობლივი საწარმოები იქმნება პარიტეტულ საფუძველზე, აგრეთვე რამდენიმე პარტნიორის მონაწილეობით. ყოველი პარტნიორის წილი საწარმოს კაპიტალში შეთანხმებით განისაზღვრება.
4. ***საქმიანობის სფერო.*** ერთობლივი საწარმოები შეიძლება შეიქმნას საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში, თუ მასზე რაიმე შეზღუდვა არ არსებობს.

5. ***ერთობლივი საწარმოს მართვაში მონაწილეობის ხასიათი.*** ერთობლივი საწარმოების მართვა'ში პარტნიორები იღებენ აქტიურ ან პასიურ მონაწილეობას. პირველ შემთხვევა'ში ისინი უ'შუალოდ ახორციელებენ საწარმოს მართვას, მეორე შემთხვევა'ში კი მართვას დაქირავებული მენეჯერები ახორციელებენ.

ერთობლივი მეწარმეობის მიზნები შეიძლება სხვადასხვა იყოს. მათ შორის ძირითადია:

- სინერგიული ეფექტის გაძლიერება პარტნიორთა ძალისხმევის გაერთიანებისა და რესურსების ერთობლივი გამოყენების შედეგად;
- თანამედროვე უცხოური ტექნოლოგიების მიღება, ტექნოლოგიების საერთაშორისო გადაცემაში არსებული პროტექციონისტული ბარიერების გადალახვა;
- პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება და მისი ექსპორტის გაფართოება, აგრეთვე ახალ ბაზრებზე გასვლა უცხოური ბაზრების სპეციფიკური მოთხოვნილებების შესწავლის საფუძველზე;
- ტრანსფერული ფასების გამოყენების შესაძლებლობა და ამის საფუძველზე ხარჯების შემცირება.

საერთაშორისო პრაქტიკა'ში არ არსებობს ერთობლივი საწარმოების შექმნის მარეგულირებელი სამართლის რაიმე სპეციალური ნორმები. ამ საკითხებს ჩვეულებრივ არეგულირებს ეროვნული კანონმდებლობა ან უცხოური ინვესტიციების შესახებ მიღებული კანონები. გარდა ამისა, ცალკეულ ქვეყანაში ისინი ექვემდებარება ანტიტრესტულ (ანტიმონოპოლიურ) კანონმდებლობას ან კონკურენციის დაცვის კანონებს.

ერთობლივი საწარმოები იქმნება ქვეყნის კანონმდებლობით განსაზღვრული ფორმით. მაგალითად, ამხანაგობა, კორპორაცია. ამა თუ იმ ფორმის შერჩევისას ითვალისწინებენ საქმიანობის მიზნებს, საწესდებო კაპიტალის ზომას, დამფუძნებელთა რაოდენობას.

ერთონლიეი საწარმოები იქმნება ხელშეკრულების (წერილობითი ან სიტყვიერი) საფუძველზე, რომელიც განსაზღვრავს პარტნიორთა უფლება-მოვალეობებს როგორც ერთმანეთის, ისე მესამე პირთა მიმართ.

ერთობლივ საწარმოებს (ფირმებს) სხვა ერთობლივი სამეწარმეო საქმიანობისაგან განასხვავებენ ერთობლივ პროდუქტზე საკუთრებით. ეს ნიშანი განსაზღვრავს, აგრეთ-

ვე, პარტნიორთა შორის ანგარიშსწორების წესს. საერთაშორისო პრაქტიკაში გამოყენებული ხელშეკრულებები ერთობლივი საწარმოების (ფირმების) ან ერთობლივი საქმიანობის შესახებ ითვალისწინებენ:

- ახალი იურიდიული პირის საწარმოს შექმნასა და რეგისტრაციას, რომელსაც აქვს ერთობლივი საქმიანობის შედეგად მიღებულ საბოლოო პროდუქტზე საკუთრების უფლება;
- ახალი იურიდიული პირის შექმნის გარეშე პარტნიორთა შეთანხმებულ მოქმედებას საერთო მიზნის მისაღწევად. ამ შემთხვევაში ხელშეკრულების ყოველი მხარე სამართლის დამოუკიდებელი სუბიექტია;
- სამართლის ახალი სუბიექტის უფლების გადაცემას მესამე პირზე – შეთანხმება ტრასტის შესახებ. ხელშეკრულების მონაწილეებისათვის ესაა ე. წ. რწმუნებლის საკუთრება. ამ შემთხვევაში მხარეები ერთმანეთს შორის ერთობლივ საქმიანობას არ აფართოებენ.

შეთანხმება ტრასტის შესახებ სამოქალაქო-სამართლებრივი ხელშეკრულების სპეციფიკური სახეა. მისი მონაწილენი საკუთარი ფინანსური სახსრების ან სხვა ქონების საფუძველზე დაფინანსებული ან შექმნილი საწარმოს მართვის უფლებას გადასცემენ ნდობით აღჭურვილ მესამე პირს, რომლის როლს ხშირად ასრულებს მსხვილი ბანკი ან სპეციალური მმართველობითი კომპანია. ეს მესამე პირი ტრასტის ხელშეკრულების საფუძველზე შექმნილი საწარმოს ნდობით აღჭურვილი მესაკუთრეა, ხოლო თვით ხელშეკრულების მონაწილეებს კი ფორმალურად არ გააჩნიათ საწარმოს მართვაში მონაწილეობის ან მის მართვაზე ზემოქმედების რაიმე უფლება და კანონიერი შესაძლებლობა. აღნიშნულის მიუხედავად, პრაქტიკაში ხელშეკრულების მონაწილენი ხშირად თვითონ წყვეტენ საწარმოს მართვის საკითხებს. მათ მიერ ხდება, აგრეთვე, ნდობით აღჭურვილი მესაკუთრის შერჩევა.

III თავი. საერთაშორისო ბიზნესის გარემო

III. 1. საერთაშორისო ბიზნესის გარემოს ცნება

საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში ნებისმიერი ფირმა (საწარმო) განიცდის სხვადასხვა ფაქტორისა და პირობის ზემოქმედებას. ეს ზემოქმედება მით უფრო ძლიერია, რაც უფრო დიდია ფირმის საქმიანობის მასშტაბები და სფეროები. **საერთაშორისო ბიზნესის გარემოში იგულისხმება ფირმის საქმიანობაზე მოქმედი ფაქტორებისა და პირობების ერთობლიობა.** სხვადასხვა საბაზრო სიტუაციაში ამა თუ იმ ფაქტორის ზემოქმედების დონე არსებითად იცვლება. დროთა განმავლობაში ზოგიერთი ძირითადი ფაქტორი შეიძლება გახდეს მეორეხარისხოვანი, ან პირიქით. განასხვავებენ ბიზნესის შიდა და გარე გარემოს.

შიდა გარემოში იგულისხმება ფირმის სამეურნეო მექანიზმი, რომელიც მოიცავს მის ყველა სტრუქტურულ ქვედანაყოფს ადგილმდებარეობისა და საქმიანობის სფეროს მიუხედავად, თავისი მიზნებითა და ამოცანებით, წარმოების ტექნოლოგიით, მასში მომუშავე ადამიანებს მათი უნარით, მოთხოვნილებებითა და კვალიფიკაციით. შიდა გარემოს ელემენტებია: ადამიანისეული, მატერიალური და ფინანსური რესურსები, წარმოების ტექნოლოგია და ორგანიზაცია, საქონლისა და მომსახურების რეალიზაცია, წარმოება-გასაღების საქმიანობის შედეგები.

შიდა ფაქტორების ცენტრია ფირმის მიზნები, რადგან ისინი განსაზღვრავენ ფირმის კოლექტივის მიერ მისაღწევ კონკრეტულ შედეგებს. მიზნებით განსაზღვრული ორიენტაცია ფირმის ხელმძღვანელობის ყველა მოქმედების საფუძველია. ძირითადი მიზნებიდან გამომდინარე, ისახება მთელი ფირმისა და ყველა მისი სტრუქტურული ქვედანაყოფის ამოცანები.

ფირმის დასახული მიზნების წარმატებას უზრუნველყოფენ ადამიანები, რომელთა ინტერესები და ფასეულობები, მოტივები და განწყობა, სტიმულები და სოციალური შეზღუდვები განაპირობებენ მათ აქტივობასა და წვლილს საქმიანობის საბოლოო შედეგებში.

ფირმის ირგვლივ მოქმედი ყველა ფაქტორი და პირობა, რომელიც მოქმედებს მის საქმიანობაზე და განაპირობებს მასზე რეაგირების აუცილებლობას, ბიზნესის გარე გარემოს წარმოადგენს. მას ახასიათებს გარკვეული თვისებები: უროი-

ერთდამოკიდებულება, მრავალსახეობა, დინამიკურობა და განუსაზღვრელობა.

ბიზნესის გარე გარემოში გამოყოფენ ორი ჯგუფის ფაქტორებს:

1. **პირდაპირი ზემოქმედების ფაქტორები,** რომლებიც უშუალოდ ზემოქმედებენ ბიზნესზე. მაგალითად, სახელმწიფო რეგულირების კანონები და დაწესებულებები, ადამიანისეული რესურსები, მიმწოდებლები, მომხმარებლები და კონკურენტები;
2. **არაპირდაპირი ზემოქმედების ფაქტორები,** რომლებიც, მართალია, უშუალოდ ბიზნესზე არ არიან გამიზნულნი, მაგრამ მასზე ზემოქმედებენ. მაგალითად, ეკონომიკის მდგომარეობა, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი, სოციალურ-კულტურული და პოლიტიკური ცვლილებები საზოგადოებაში, ბუნებრივ-გეოგრაფიული და დემოგრაფიული მაჩვენებლები.

ბიზნესის გარემოში მოქმედი ფაქტორები და პირობები შეიძლება იყოს კონტროლირებადი და არაკონტროლირებადი. კონტროლირებადია ის ფაქტორები და პირობები, რომელთა მართვა ფირმას შეუძლია (მაგალითად, ბიზნესის დაგეგმვა, მართვის სტრუქტურა, წარმოებისა და რეალიზაციის ფორმების შერჩევა, რეკლამა და ა.შ.). არაკონტროლირებადია ის ფაქტორები და პირობები, რომლებიც ფირმის მხრიდან რეგულირებას არ ექვემდებარებიან. ასეთებია: მომხმარებლები, ეკონომიკა, პოლიტიკა, სახელმწიფო მმართველობა, კონკურენტები, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი და სხვა.საერთოდ, ბიზნესის გარემოში მოქმედი ყველა ფაქტორი და პირობა უნდა განიხილებოდეს მუდმივ მოძრაობასა და ურთიერთკავშირში. მხოლოდ ამ შემთხვევაშია შესაძლებელი ბიზნესის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა.

საერთაშორისო ბიზნესზე მოქმედი გარე ფაქტორები და პირობები მრავალფეროვანია, მაგრამ ჩვეულებრივ, უმთავრესი ყურადღება ექცევა სამართლებრივი, პოლიტიკური, ეკონომიკური, ადამიანისეული და კულტურული გარემოს შესწავლას.

III. 2. საერთაშორისო ბიზნესის სამართლებრივი გარემო

სამართლებრივი გარემო ფირმის საქმიანობაზე მოქმედი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, რადგან მისი შესწავლით შესაძლებელია ქვეყანათა სამართლებრივი ურთიერთობის, ბიზნესისა და საზოგადოების კავშირურთიერთობათა და ურთიერთდამოკიდებულებათა შეცნობა. **სამართალი ემსახურება საზოგადოებაში ადამიანთა თანაარსებობის მოწესრიგებას ნებადამრთავი და ამკრძალავი ნორმატივების გამოყენებით.** ცალკეულ სახელმწიფოთა სამართლებრივი ორგანიზაცია გარკვეულწილად განიცდის პოლიტიკური წყობის ზემოქმედებას და არსებითად განსხვავდება ქვეყანათა მიხედვით, ამიტომ საერთაშორისო ბიზნესი დამოკიდებულია ამა თუ იმ სახელმწიფოში მოქმედ სამართლებრივ სისტემაზე. სამართლებრივ სისტემებს ჩვეულებრივ ყოფენ სამ ტიპად:

- ჩვეულებითი (ტრადიციული) სამართლის სისტემა (Common Law);
- სამოქალაქო სამართლის სისტემა (Civil Law System);
- თეოკრატიული სამართლის სისტემა (Theocratic Law).

ჩვეულებითი (ტრადიციული) სამართლის სისტემა დაფუძნებულია ტრადიციებზე, პრეცენდენტზე, ზნე-ჩვეულებებსა და წეს-ჩვეულებებზე. სამართლის ამ სისტემაში კანონი განიმარტება სასამართლოს მიერ და ეს უკანასკნელი უმთავრეს როლს თამაშობს. ჩვეულებითი სამართლის ფუძემდებელია ინგლისი და იგი ფართოდ გამოიყენება ბრიტანეთის ყოფილ კოლონიებში. ჩვეულებითი სამართლის ნიმუშია აგრეთვე აშშ, თუმცა აქ აგრეთვე მოქმედებს სამეწარმეო საქმიანობის მარეგულირებელი ერთიანი კომერციული კოდექსი (Uniform Commercial Code), რომლისთვისაც დამხასიათებელია სამოქალაქო სამართლის სისტემის თვისებები.

სამოქალაქო სამართლის სისტემა ანუ კოდიფიცირებული სამართლის სისტემა ეფუძნება დეტალურად დამუშავებულ და კოდექსში თავმოყრილ კანონების კომპლექსს. ამ სამართლის სისტემაში მთავარია ფაქტები და კანონთან მათი შესაბამისობა. სწორედ ამ კანონების საფუძველზე ხორციელდება ბიზნესი. სამოქალაქო სამართლის სისტემა მოქმედებს მსოფლიოს 70-ზე მეტ ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოშიც.

ჩვეულებითი და სამოქალაქო სამართლის სისტემების განმასხვავებელი თავისებურებების მკაფიო ნიმუშია ამ ორ სისტემაში მოქმედი **ხელშეკრულებითი სამართალი (ჩონტრაცტ აწ)**. ჩვეულებითი სამართლის სისტემის თანახმად, კონტრაქტები მუშავდება დეტალურად, სხვადასხვა შესაძლებელი სიტუაციების მითითებით, ხოლო სამოქალაქო სამართლის სისტემის თანახმად, ასეთი დეტალიზაცია არაა აუცილებელი, ვინაიდან ხელშეკრულებაში მითითებული საკითხები ჩამოყალიბებულია სამოქალაქო კოდექსში, რომელსაც იყენებენ დავის წამოჭრისას და სასამართლოში მისი გარჩევისას.

თეოკრატიული სამართლის სისტემა ეფუძნება რელიგიურ მცნებებს. მისი ერთ-ერთი საუკეთესო მაგალითია მუსულმანური სამართალი, რომელსაც იყენებენ მუსულმანური ქვეყნების მნიშვნელოვანი ნაწილი. მუსულმანური სამართლის საფუძველია ისლამი, რომელიც არეგულირებს ცხოვრების ყველა მხარეს, მათ შორის რელიგიასთან ნაკლებად დაკავშირებულ სამართლებრივ საკითხებსაც კი. მუსულმანურ ქვეყნებში მოქმედი სამართლებრივი სისტემები, როგორც წესი, მოიცავს ისლამურ და ჩვეულებით ან სამოქალაქო სამართალს.

სამართლებრივი წესების ანალიზის დროს მთავარია კონსტიტუციური სამართალი, რომლითაც განისაზღვრება კანონებისა და სხვა საკანონმდებლო წესების შემქმნელი და გამაუქმებელი ორგანო, აგრეთვე კანონის მოქმედების წესი და ყოველი ცალკეული პიროვნებისათვის მიცემული ძირითადი უფლებები.

თანამედროვე სამართლებრივ სახელმწიფოში გამიჯნულია კანონშემოქმედებითი, სახელმწიფო მართვისა და იურისდიქციის ფუნქციები. კანონშემოქმედება რეგლამენტირებულია საკონსტუტიციო უფლებებით, სახელმწიფოს მართვა – ადმინისტრაციული სამართლითა და მის ახსნა-განმარტებასთან დაკავშირებული პროცესუალურ-სამართლებრივი მითითებებით.

ცალკეულ პირთა სამოქალაქო სამართლებრივი პრეტენზიებისა დასჯადი ქმედებების სამართალწარმოება ხორციელდება საკონსტიტუციო სამართლის საფუძველზე, რომელიც ყოველ სამართალს აძლევს დამოუკიდებლობასა და გადაწყვეტილებათა მიღების თავისუფლების გარანტიას. სამართალწარმოების პროცესში გამოიყენება კანონში დაფი-

ქსირებული უფლებები, ხოლო თვით სამართალწარმოება რეგლამენტირებულია პროცესუალურ-სამართლებრივი მიწერილობებით (მითითებებით).

ცალკეულ სახელმწიფოთა ეროვნული კანონები უშუალოდ მოქმედებენ ბიზნესის წარმოების პროცესზე როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე სხვა ქვეყნებთან საქმიანი ურთიერთობების დროს. საერთაშორისო ბიზნესის წარმოების პროცესში გასათვალისწინებულია სამართლებრივი ზემოქმედების შემდეგი სფეროები: კომერციული (სავაჭრო) ან სახელშეკრულებო სამართალი, ზოგადსამართლებრივი გარემო (კანონი გარემოს დაცვის შესახებ, სანიტარიულ-ჰიგიენური ნორმები და უსაფრთხოების ტექნიკის წესები, კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ და სხვა); ახალი ბიზნესის წამოწყება; შრომითი კანონმდებლობა; ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა; ფასწარმოქმნა; დაბეგვრა.

ზემოაღნიშნულ სფეროებში სხვადასხვა სახელმწიფოს ეროვნული კანონმდებლობა განსხვავებულია, ამიტომ საერთაშორისო ბიზნესში ფართოდ იყენებენ საერთაშორისო სამართალს, რომელიც არეგულირებს საერთაშორისო სუვერენულ სახელმწიფოთა ურთიერთობებს საქონლის, წარმოების ფაქტორებისა და კაპიტალის მოძრაობის საკითხებში. საერთაშორისო სამართლის გამოყენების დონეზე უშუალოდ მოქმედებს ეროვნული კანონმდებლობა და საერთაშორისო (ორმხრივი და მრავალმხრივი) ხელშეკრულებები.

საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის უნიფიკაციასა და ჰარმონიზაციაში განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ საერთაშორისო სავაჭრო პალატა, გაეროს საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის კომისია და ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია.

საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული საერთაშორისო კოდექსები ხელს უწყობენ საერთაშორისო ბიზნესში ერთიანი წესების, აგრეთვე საქმიანი ურთიერთობის გარკვეული სტანდარტებისა და ნორმების დამკვიდრებას. კეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის განმსაზღვრელი საერთაშორისო კოდექსების შინაარსი დისპოზიტიური ხასიათისაა. მიუხედავად ამისა, ეროვნული სპეციალიზებული ორგანიზაციების მიერ მათი აღიარების შემთხვევაში ხდება ამ კოდექსების პრაქტიკული გამოყენება.

ბიზნესში საერთაშორისო კოდექსების გამოყენებით იზრდება ბიზნესმენთა პასუხისმგებლობა მომხმარებელთა

და მთლიანად საზოგადოების წინაშე, გამოირიცხება კონკურენციის არაკეთილსინდისიერი მეთოდები, კანონიერ ფარგლებში რეგულირდება ბიზნეს-საქმიანობა. გარდა ამისა, საერთაშორისო სავაჭრო პალატის საერთაშორისო კოდექსები საქმიანი აქტივობის თვითრეგულირების მნიშვნელოვანი ელემენტია, ვინაიდან ამ დოკუმენტებით დადგენილი წესები შემუშავებულია თვით მეწარმეთა მიერ და ბიზნეს-საქმიანობის ინტერესებს ემსახურება.

საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული დოკუმენტებიდან განსაკუთრებით ფასდაუდებელია **„საერთაშორისო კომერციული ტერმინები"** (INCOTERMS), რომელიც გამოიყენება ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებების გაფორმებისას.

საერთაშორისო სამართლის უნიფიკაციაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს გაეროს საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის კომისიას. მის მიერ შემუშავებული დოკუმენტებიდან აღსანიშნავია: კონვენცია საქონლის საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვაში სასარჩელო ხანდაზმულობის შესახებ, UNCITRAL-ის საარბიტრაჟო რეგლამენტი, კონვენცია ტვირთების საზღვაო გადაზიდვების შესახებ, კონვენცია საქონლის საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებათა შესახებ, საერთაშორისო გადასაპირებელი და საერთაშორისო საერთაშორისო უბრალო თამასუქების შესახებ და სხვა.

მთლიანობაში სამართლებრივი გარემოს ანალიზის დროს გასათვალისწინებელია შემდეგი გარემოებანი:

1. ქვეყნის სამართლებლივი სისტემის შესაბამისობა საერთაშორისო სამართლის ძირითად დებულებებთან;
2. ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციების რეგულირება, მათ შორის საერთაშორისო გადაზიდვების;
3. კერძო პირების შესყიდვა-გამოსყიდის რეგულირება;
4. საკუთრებისა და პიროვნების უფლებების დაცულობა;
5. კაპიტალის გადაადგილების, მოგების ექსპორტის, სხვა ფინანსური ოპერაციების მიგრაციის რეგულირება;
6. ფირმისათვის საინტერესო კომერციული სამართლის ელემენტების შეფასება;
7. ბიზნესის შექმნისა და ტრანსფორმაციის რეგულირება;
8. შრომითი ურთიერთობების რეგულირება;
9. ფასების რეგულირება;

10. ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის ელემენტები, რომლებიც შეიძლება ფირმას შეეხოს;
11. დაწვრილებით: ფირმებისა და კერძო პირების დაბეგვრის, მათ შორის საერთაშორისო დაბეგვრის საკითხები;
12. ქვეყნის სამართლებრივი სისტემის სტაბილურობის შეფასება (სასურველია აგრეთვე ამ მხარის საშიშროების პროგნოზი).

III. 3. საერთაშორისო ბიზნესის პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემო

საერთაშორისო ბიზნესზე მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახდენენ პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემები, რომლებიც ნებიმიერი საზოგადოებისათვისაა დამახასიათებელი, **პოლიტიკური სისტემა ემსახურება საზოგადოების ინტეგრაციას, ხოლო ეკონომიკური სისტემა – შეზღუდული რესურსების განაწილებასა და მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას.** როგორც პოლიტიკური, ისე ეკონომიკური სისტემები განსხვავდებიან ქვეყანათა მიხედვით. ამასთან, თანამედროვე პირობებში ეს სისტემები იმდენად მჭიდროდ არიან ურთიერთდაკავშირებულნი, რომ საკმაოდ რთულია ან საეროდ შეუძლებელია მათი განცალკევება. მიუხედავად ამისა, საერთაშორისო ბიზნესში მიზანშეწონილია ყოველი მათგანის როლის ცალ-ცალკე გამოკვეთა.

პოლიტიკურ სისტემას განსაზღვრავს იდეოლოგია. **იდეოლოგია შეხედულებებისა და იდეების, თეორიებისა და მიზნების ერთობლიობაა, რომელიც აღიქმება და ფასდება ადამიანის მიერ, განსაზღვრავს ქვეყნის მართვის ფორმასა და, საბოლოოდ, აყალიბებს სახელმწიფოს სოციალურ-პოლიტიკურ პროგრამას.**

თანამედროვე მსოფლიო ხასიათდება პოლიტიკურ იდეოლოგიათა მრავალფეროვნებით, რომელთა შორის ჩვეულებრივ გამოყოფენ ორ ურთიერთსაწინააღმდეგო იდეოლოგიასა და, შესაბამისად, პოლიტიკურ სისტემას: ტოტალიტარულსა და დემოკრატიულს.

ტოტალიტარული სისტემა ემყარება სახელმწიფო დირექტივებს. ამ სისტემაში ყველა პოლიტიკურ და ეკონომიკურ საკითხზე გადაწყვეტილებას იღებს სახელმწიფო. ტოტალიტარიზმის კლასიკურ მაგალითად, მიჩნეულია ყო-

ფილი საბჭოთა კავშირი, რომლის იდეოლოგია კომუნიზმი იყო. კომუნიზმის გარდა, დასავლეთში აღიარებულია აგრეთვე ტოტალიტარიზმის სხვა ფორმებიც: თეოკრატიული ტოტალიტარიზმი – ახლო აღმოსავლეთის ზოგიერთ ქვეყანაში, საერო ტოტალიტარიზმი – ლათინური ამერიკის ზოგიერთ ქვეყანაში, ტაივანში და ა.შ.

დემოკრატიულ სისტემაში უმაღლესი ხელისუფლება ხალხს ეკუთვნის, ე.ი. მოქალაქენი მონაწილეობენ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. რეალურ პირობებში ასეთი მონაწილეობა ფაქტობრივად შეუძლებელია, ამიტომ დემოკრატიის მიმდევარი ქვეყნების უმეტესობა იყენებს წარმომადგენლობითი დემოკრატიის სხვადასხვა ფორმას. წარმომადგენლობითი დემოკრატია გულისხმობს უმეტესობის მართვის პრინციპის განხორციელებას პერიოდული არჩევნების ჩატარების გზით. დემოკრატიული პოლიტიკური სისტემა აღიარებს პლურალიზმს (სახელმწიფო მმართველობის მრავალპარტიულ სისტემას). მისთვის დამახასიათებელია სიტყვის, პრესის, რწმენის, აგრეთვე სხვადასხვა ორგანიზაციაში გაერთიანების თავისუფლება, თავისუფალი არჩევნები და არჩეულ თანამდებობაზე ყოფნის დადგენილი (შეზღუდული) ვადა, დეპოლიტიზებული ბიუროკრატიული სახელმწიფო აპარატი და ღია სახელმწიფო (შეფარდებითი გაგებით).

ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური სიტუაციის შესაფასებლად გამოიყენება შემდეგი კრიტერიუმები: პოლიტიკური სიტუაციის სტაბილურობა, გლობალური პოლიტიკური პროცესების ტენდენცია (ლოკალური კონფლიქტები, იდეოლოგიური ორიენტაცია და ა.შ.), ქვეყნის პარტიულ-პოლიტიკური განვითარება, ეკონომიკური პოლიტიკის ტენდენციები, ტენდენციები შრომით კანონმდებლობაში, პროფკავშირების გაელენა, მეწარმეობის თავისუფლების დონე, მართვაში შემსრულებელ და წარმომადგენლობით ხელისუფლებას შორის თანაფარდობა, ინტეგრაცია შრომის საერთაშორისო ბაზარზე და ეკონომიკური ინტეგრაცია, სახელმწიფო სტრუქტურების სტაბილურობა.

საერთაშორისო ბიზნესში პოლიტიკური სისტემის ანალიზი უნდა განხორციელდეს შემდეგი სქემის მიხედვით:

1. პოლიტიკური რეჟიმი ქვეყანაში და მისი ურთიერთობა სხვა ქვეყნებთან;
2. სახელმწიფოთაშორისი (რეგიონთაშორისი, ქალაქთაშორისი) შეთანხმებები, რომლებიც აინტერესებს ფირმას;

3. ქვეყნის მონაწილეობა პოლიტიკურ ბლოკებსა და საერთაშორისო ეკონომიკურ კავშირებში (შესაძლო გავლენა მომავალ ბიზნესზე: შესაძლებლობები, საშიშროებები);
4. პოლიტიკური პარტიები და საზოგადოებრივი ორგანიზაციები ქვეყანაში, რომლებსაც აქვთ მჭიდრო კონტაქტები ქვეყნის ხელისუფლებასთან, პოლიტიკურ პარტიებთან და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან;
5. ყველაზე ცნობილი პოლიტიკური ლიდერები (მოკლე ბიოგრაფიული მონაცემები).
6. ძირითადი პოლიტიკური პარტიები და ყველაზე გავლენიანი საზოგადოებრივი ორგანიზაციები ქვეყანაში;
7. ძირითადი პოლიტიკური მოწინააღმდეგეები, რომლებიც იბრძვიან ძალაუფლებისათვის ქვეყანაში, მათი არსებითი და პრინციპული პოზიციები ეკონომიკურ, სოციალურ და სამართლებრივ საკითხებში;
8. რგოლის „ბიზნესი-პოლიტიკა" დახასიათება (ფირმები, პარტიები, ლიდერები);
9. პარლამენტისა და პრეზიდენტის უახლოესი არჩევნები (ან მათი ანალოგები ქვეყანაში), მათი მოსალოდნელი შედეგები და სავარაუდო გავლენა ბიზნესსა და სხვა ქვეყნებთან ურთიერთობებზე;
10. რეგიონული ხელისუფლების როლი და გავლენა (რეგიონში ფირმის შელწევის გათვალისწინებით);
11. პოლიტიკური მდგომარეობა ფირმის შელწევის რეგიონებში;
12. ქვეყანაში პოლიტიკური სტაბილურობის ზოგადი შეფასება.

ეკონომიკური სისტემები, პოლიტიკურის მსგავსად, მრავალფეროვანია. მსოფლიო ეკონომიკურ ლიტერატურაში მათი კლასიფიკაციის ნიშნებად მიღებულია:

1. საკუთრების ფორმა წარმოების საშუალებებზე;
2. ეკონომიკური საქმინობის კოორდინაციისა და მართვის ხერხი.

ამ ნიშნებით განასხვაევებენ:

- მბრძანებლურ ანუ ცენტრალიზებულ ეკონომიკას;
- საბაზრო ეკონომიკას ანუ თავისუფალი კონკურენციის ეპოქის კაპიტალიზმს;
- შერეულ ეკონომიკას.

მბრძანებლური ანუ ცენტრალიზებული ეკონომიკა პირობებში საწარმოთა უმეტესი ნაწილი სახელმწიფო (საზოგა-

დოებრივ) საკუთრება'შია. ეს ეკონომიკური სისტემა საქართველო'ში გაბატონებული იყო დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე. **საბაზრო ეკონომიკისათვის** დამახასიათებელია კერძო საკუთრება, საბაზრო სისტემა და თავისუფალი ფასები. ამ ეკონომიკურ სისტემა'ში რესურსების განაწილება წარმოებს სახელმწიფოს მონაწილეობის გარეშე, საბაზრო ურთიერთობებში მონაწილე სუბიექტების მიერ, რომლებიც ხელმძღვანელობენ პირადი ინტერესებით, მაგრამ მათ საქმიანობას წარმართავს "უხილავი ხელი". ამ უკანასკნელის მეშვეობით ხდება კერძო (პირადი) და საზოგადოებრივი ინტერესების შეხამება.

თანამედროვე პირობებში არც ცენტრალიზებული და არც საბაზრო ეკონომიკა წმინდა სახით არ არსებობს. იგი ფაქტობრივად ორივე მათგანის კომბინაციაა, ე.ი. **შერეულია**. ამასთან, ეს შეხამება განსხვავებულია ქვეყანათა მიხედვით. ქვეყნის ეკონომიკა'ში სახელმწიფოს როლის შეფასების მაჩვენებლად მიღებულია მთლიანი ეროვნული პროდუქტის მიმართ პროცენტებში გაანგარიშებული ცენტრალიზებული სახელმწიფო დანახარჯები და შემოსავლები.

ყოველი ქვეყნის ეკონომიკური სისტემა ასახავს მის ისტორიას, ტრადიციებს, იმედებსა და პოლიტიკას. ის, რაც მნიშვნელოვანია ერთი კულტურისათვის, სრულიად მიუღებელია მეორისათვის და პირიქით. ამასთან, ყოველ ქვეყანას აქვს თავისი პრობლემები, მათი გადაჭრის საკუთარი ხერხები, მეთოდები და საშუალებები. განსაკუთრებით დიდი პრობლემების წინაშე არიან განვითარებადი ქვეყნები, რომელთაც აქვთ ეკონომიკური ზრდის დიდი პერსპექტივები, მაგრამ სუსტი ვალუტა და ინფლაცია, საგარეო ვალი, ეკონომიკური და პოლიტიკური არასტაბილურობა, სიღარიბე და ზოგიერთი სხვა პრობლემა ხელს უშლის მათ განვითარებას. სწორედ ამიტომ უცხო ქვეყანაში ბიზნესის განხორციელებისას საჭიროა აღგილობრივი პოლიტიკური სიტუაციის შესწავლა და გათვალისწინება.

ქვეყნის ეკონომიკური სისტემის შეფასება წარმოებს შემდეგი კრიტერიუმებით: ეროვნული შემოსავლის ფორმირების ტენდენციები, კოოპერაციული კავშირები, ინფლაცია, კაპიტალის ბაზრის მდგომარეობა, კონიუნქტურის მოსალოდნელი ცვლილებები, საინვესტიციო პოლიტიკა, პრიორიტეტები ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სექტორების განვითარება'ში, ფასების სტაბილურობა, მომხმარებელთა და მწარმოე-

ბელთა ბაზრების განვითარების ტენდენციები, კონკურენციის სიმძაფრე, ეკოლოგიური მდგომარეობა და მასთან დაკავშირებული საკითხები, საწარმოო ტექნოლოგიები და ა.შ.

საერთაშორისო ბიზნესში ეკონომიკური გარემოს ანალიზი ხორციელდება შემდეგი სქემით:

1. ქვეყნის ადგილი მაჩვენებლებით: მეპ (მშპ); მეპ (მშპ) მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით, ეკონომიკური ზრდის ტემპები, ინვესტიციების ზრდის ტემპები, საგარეო სავაჭრო ბრუნვა, საქონლისა და მომსახურების იმპორტი (იგივე – ხვედრით მაჩვენებლებში);
2. ქვეყნის მოსახლეობა მთლიანად და რეგიონების მიხედვით, მოსახლეობის სქესობრივ-ასაკობრივი სტრუქტურა დინამიკაში;
3. საზოგადოების სტრუქტურა და ცალკეული სოციალური ჯგუფების ხვედრითი წონა, მათი სულადობრივი და ოჯახების შემოსავლების დახასიათებით; ამ მაჩვენებლების დინამიკა;
4. ფირმისათვის საინტერესო რესურსების ძირითადი სახეები რანგირებით:
   - არსებობა ქვეყანასა და რეგიონში;
   - ღირებულებითი შეფასება;
   - დეფიციტურობის შეფასება.

   განსაკუთრებული ცნობა – ამ რესურსების მიღების შესაძლებლობა მოსაზღვრე ქვეყნებიდან.
5. კავშირგაბმულობის შესაძლებლობათა ძირითადი მაჩვენებლები (ტელეფონების რიცხვი ათას მცხოვრებზე, ფოსტის სახესხვაობები და მუშაობის ეფექტიანობა; კომპიუტერულ-ქსელური მომსახურების ძირითადი მაჩვენებლები).
6. სატრანსპორტო კომუნიკაციების მაჩვენებლები (კონტექსტში "როგორ შეიძლება გადავზიდოთ?", "როგორ შეიძლება გავიტანოთ?").
7. შრომის ანაზღაურების დონე ინტერესის სფეროს ბიზნესში (დაქირავებული მუშაკების ძირითადი კატეგორიების ჭრილში); ქვეყანაში მიღებული შრომის ანაზღაურების ფორმები.
8. განვითარებულობისა და შესაძლებლობების ზოგადი შეფასება:
   - საგარეო კონკურენტი დარგების;
   - საგარეო მიმწოდებელი დარგების;

- საგარაუდო მომხმარებელი დარგების;

9. ქვეყანაში სავალუტო რეგულირების ძირითადი ელემენტები;
10. ქვეყანაში სავაჭრო და ექსპორტ-იმპორტის შეზღუდვების ძირითადი ელემენტები;
11. ქვეყანაში სამეცნიერო-ტექნიკური და საკონსულტაციო საქმიანობის განვითარებულობა (მიმართულებები, ფირმები, მოზიდვის შესაძლებლობები ;
12. ძირითადი ეკონომიკური პრობლემების დონე ქვეყანაში (ინფლაცია, უმუშევრობა, რეგიონული ან დარგობრივი დეპრესიული მოვლენები, სიღარიბე და ა. შ.);

სხვადასხვა ქვეყანას განვითარების სხვადასხვა დონე ახასიათებს. ქვეყანათა კლასიფიკაცია განვითარების დონის მიხედვით წარმოებს სახელმწიფოს პოლიტიკურ და ეკონომიკურ სისტემებში მიმდინარე ცვლილებების გათვალისწინებით. ასეთი კლასიფიკაციის შედეგები ყოველწლიურად ქვეყნდება **"მოხსენებაში მსოფლიო განვითარების შესახებ"** (World Development Report).

ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის ერთ-ერთ მაჩვენებლად ტრადიციულად მიღებულია **მთლიანი ეროვნული პროდუქტი** (მეპ) – ერთი წლის განმავლობაში ქვეყანაში წარმოებული პროდუქციისა და მომსახურების ღირებულება ფულად გამოსახულებაში. მეპ-ში არ შედის ქვეყანაში მოქმედი უცხოური კომპანიების შემოსავალი, სამაგიეროდ მას'ში შეტანილია ეროვნული კომპანიების მიერ უცხოეთში წარმოებული ოპერაციებისაგან მიღებული შემოსავალი.

უკანასკნელ პერიოდში ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების შესაფასებლად გამოიყენება **მთლიანი შიდა პროდუქტი** (მშპ), რომელშიც მეპ-ისაგან განსხვავებით შედის ქვეყანაში მოქმედი უცხოური კომპანიების შემოსავალი და გამორიცხულია ეროვნული კომპანიების მიერ უცხოეთში წარმოებული ოპერაციებისაგან მიღებული შემოსავალი. ამ ორი მაჩვენებლით, ჩვეულებრივ, ხდება ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის ტანდენციის დადგენა, აგრეთვე შესაძლებელია ინფლაციის დონისა და ვალუტის კურსის დადგენა. ხშირ შემთხვევაში უფრო მეტი თვალსაჩინოებისათვის გამოიყენება მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებული მეპ და მშპ.

III. 4. საერთაშორისო ბიზნესის ადამიანისეული და კულტურული გარემო

უცხო ქვეყნის სპეციფიკის გააზრებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ადამიანისეული და კულტურული გარემო, ამიტომ საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში მომუშავე მენეჯერი კარგად უნდა ფლობდეს ანთროპოლოგიას, რათა უკეთ აღიქვას ამა თუ იმ ქვეყნის მოსახლეობის სოციალურ-კულტურული ფასეულობები, მათი თუნდაც მცირე თავისებურებანი.

სხვადასხვა ეროვნების პირთათვის დამახასიათებელია გარკვეული ადამიანური თავისებურებანი, რომელთა შორის ყველაზე თვალსაჩინოა გარეგნობა. გარეგნულ თავისებურებათა მნიშვნელოვანი ნაწილი ადვილად აღიქმება, მაგრამ ეროვნების ზუსტი დადგენა შესაძლებელია მთელი რიგი ნიუანსების ცოდნით, რასაც უცხოელი ჩვეულებრივ ვერ ამჩნევს. მაგალითად, რუსეთში ფართოდაა გავრცელებული ცნება „კავკასიური ეროვნების პირი", ვინაიდან რუსები ვერ განასხვაებენ ქართველს, სომეხს, აზერბაიჯანელს, ჩეჩენს, ლეკს და ა. შ. დასავლეთში ასევე ძნელად განასხვაებენ აზიის მცხოვრებლებს: იაპონელებს ჩინელებისაგან, კორეელებს ტაილანდელებისაგან და ა. შ., რაც ყოველი მათგანის გულისწყრომას იწვევს.

სხვადასხვა ხალხის ფიზიკურ თავისებურებებზე აუცილებელია ყურადღების გამახვილება, ვინაიდან ამა თუ იმ ქვეყნის ბაზრისათვის განკუთვნილ პროდუქციას უნდა ჰქონდეს იქაური მომხმარებლისათვის მისაღები პარამეტრები. მაგალითად, მაგიდის, ჩარხის ზომა, რომელიც მისაღებია ევროპელისათვის, მიუღებელია იაპონელებისათვის. ცვივე შეიძლება ითქვას ტანსაცმელზე, ფეხსაცმელზე და ა. შ. აღნიშნულის გამო, ფიზიკური თავისებურებების გაუთვალისწინებლად შეუძლებელია საერთაშორისო ბიზნესის წარმატების უზრუნველყოფა.

ადამიანის ფიზიკურ თავისებურებებთან ერთად, მნიშვნელოვანია მისი **ეროვნული კულტურა – საზოგადოებისა და ადამიანის განვითარების ისტორიულად განსაზღვრული დონე, რომელიც გამოიხატება ადამიანთა ცხოვრებისა და საქმიანობის ორგანიზაციის ტიპებსა და ფორმებში, მათ მიერ შექმნილ მატერიალურ და სულიერ ფასეულობებში.** ყოველი ქვეყნის კულტურა კოლორიტულია და განსხვავ-

დება ფასეულობებითა და მრწამსით, სოციალური მიზანდასახულობით. შესაბამისად, კულტურა მრავალასპექტიანი ცნებაა და ამიტომ იგი უამრავ განსაზღვრებას მოიცავს. მისი თეორიული კონცეფციები ორი მიდგომითაა წარმოდგენილი:

- **იდეაციონიზმი,** რომელიც კულტურას განიხილავს სულიერი შემოქმედების სფეროს სახით (მეცნიერება, კულტურა);
- **ადაპტაციონიზმი,** რომელიც კულტურას მიიჩნევს გარემოსთან ადამიანის ურთიერთობის ხერხად. ეს მიდგომა ჩადებულია კულტურის ფუნქციური კონცეფციების საფუძველში, რომლებშიც კულტურა განიხილება, როგორც ადამიანის საქმიანობის საშუალებების, ხერხებისა და შედეგების განსახიერება.

კულტურის ორიგინალური განმარტება აქვს მოცემული გ. ჰოფსთედს, რომლის აზრით, **კულტურა გონების კოლექტიური პროგრამირების პროცესია, რომლითაც ერთი ჯგუფის წევრები განსხვავდებიან მეორისაგან.** ამ პროცესის ფუძემდებლური ელემენტი, კულტურის თაეისებური "ჩონჩხი" არის ფასეულობათა სისტემა. გ. ჰოფსთედი კულტურის განმარტების პრინციპულ მომენტებად მიიჩნევს შემდეგს:

- კულტურა მოიცავს ფასეულობათა სისტემას;
- ყოველი ჯგუფისათვის დამახასიათებელია თავისი კულტურა, რომელიც მას სხვა ჯგუფებისაგან განასხვავებს;
- კულტურა ყოველი ინდივიდისათვის შინაგანად არაა ჩვეული, იგი გადაეცემა ერთი თაობიდან მეორეს, იგი აითვისება მთელი ცხოვრების განმავლობაში, დაბოლოს, მას ასწავლიან;
- იგი ზემოქმედებს ჯგუფის წევრების ქცევაზე ერთგვაროვანი და წინასწარმეტყველური სახით.

კულტურის მრავალასპექტიანობის გამო, ბიზნეს-საქმიანობაში გასათვალისწინებელია ეროვნული, პროფესიული და კორპორაციის კულტურის მრავალსახეობანი. გლობალიზაციის და ინტერნაციონალიზაციის პროცესების მიუხედავად, ამჟამად არაა აღმოფხვრილი სხვადასხვა ქვეყნის კულტურათა წინააღმდეგობები. ეს იწვევს სოციოკულტურულ დიფერენციაციას და წარმოშობს ეთნიკურ კონფლიქტებს. კულტურულ განსხვავებას ყველგან აქვს ადგილი, ამიტომ ბიზნესის წარმოებისა და მისი მართვის პროცესში აუცილებელია ამ გარემოების გათვალისწინება.

ბიზნესში წარმატების უზრუნველსაყოფად ბიზნესმენებმა და მენეჯერებმა უნდა შეიმუშაონ საქმის წარმოებისა და საკუთარი ქცევის ტაქტიკა.

ბიზნესი გამიზნულია კონკრეტულ საზოგადოებაში მცხოვრები ადამიანების მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებაზე. საზოგადოება აყალიბებს მათ ძირითად შეხედულებებს, ფასეულობებსა და ქცევის ნორმებს, ამიტომ ბიზნესის წარმატებისათვის აუცილებელია ისეთი სოციალურ-კულტურული ფაქტორების გათვალისწინება, როგორებიცაა: ზნეობრივი და რელიგიური ნორმები (მსოფლმხედველობა, მორალი, რელიგიური და ათეისტური შეხედულებები, მრწამსი), კულტურული პრინციპები და ფასეულობები (ეროვნული კულტურა და ხელოვნება, წეს-ჩვეულებები, დამოკიდებულება კულტურულ-ისტორიული მემკვიდრეობის მიმართ) და ცხოვრების წესი (ცხოვრების მიზნები და ფასეულობები, ქცევა, ურთიერთობანი, სამომხმარებლო პრიორიტეტები).

ბიზნესის კროს-კულტურული ანალიზი ხორციელდება შემდეგი მაჩვენებლების გათვალისწინებით :

1. ქვეყნების კლასიფიკაცია კულტურული თავისებურებების საფუძველზე;
2. კულტურის დონეები: ეროვნული (საზოგადოება), ინსტიტუციური (პროფესია), ორგანიზაციული (კომპანია);
3. ვერბალური და არავერბალური ენები. ინფორმაციის გაცვლა და კომუნიკაციების პრობლემა;
4. ქვეყნის ისტორიულ-კულტურული წარსული და მემკვიდრეობა;
5. ქვეყნის წეს-ჩვეულებები და ტრადიციები, მათი შენარჩუნების პერსპექტივები გლობალიზაციის პირობებში;
6. აღქმა და სტერეოტიპები;
7. მორალი და ეთიკა;
8. რელიგია როგორც კულტურის შემადგენელი ნაწილი, რელიგია და განსხვავება საქმიან კულტურაში;
9. ეროვნული კულტურები: მსგავსება და განსხვავება (საბაზო ფასეულობები, კულტურული ცვლადები და მათი ვარიაციები სხვადასხვა კულტურაში);
10. კულტურის გავლენა ბიზნესზე („ხელისუფლების დისტანციის" მაჩვენებელი და მისი ვარიაციები, განუსაზღვრელობის თავიდან აცილება ან აღუქმელობა, ინდივიდუალიზმისა და კოლექტივიზმის თანაფარდობის მაჩვენებელი და მისი ვარიაციები, ვაჟკაცობისა და ქალუ-

რობის თანაფარდობის მაჩვენებელი და მისი ვარიაციები, ორიენტაციის გრძელვადიანობისა და მოკლევადიანობის თანაფარდობის მაჩვენებელი და მისი ვარიაციები;

11. ორგანიზაციული კულტურა. ეროვნული და ორგანიზაციული კულტურის ურთიერთქმედება;
12. კულტურა და მოტივაცია. კულტურა და ლიდერობა.

სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენლებს შეიძლება ერთი და იგივე მიზნები ჰქონდეთ, მაგრამ შეხედულება მათი მიღწევის ხერხების შესახებ განსხვავებული იყოს. ამის გამო ერთის ქცევა შეიძლება ჩაითვალოს ირაციონალურად ან უფრო მეტიც – იმის საწინააღმდეგოდ, რასაც მეორენი მისაღებად თვლიან. შესაბამისად, თუ ბიზნეს-საქმიანობა ასეთი მხარეების მონაწილეობთ ხორციელდება, მათი მოქმედებები ერთმანეთის დაჟინებული ყურადღების ქვეშ ხვდება.

მსოფლიო ვაჭრობის განუხრელი ზრდა, ახალი ბაზრების ათვისება აფართოებს ბიზნესის შესაძლებლობებს და ქმნის პრობლემებს, რადგან საქმიანობა მოცემული ქვეყნისათვის უცხო გარემოში გადადის. ასეთ სიტუაციაში იქმნება ისეთი ამოცანების გადაჭრის აუცილებლობა, რომლებიც უზრუნველყოფენ ადამიანების ნორმალურ ურთიერთობებს. საზღვრების გადაკვეთით ბიზნესის წარმოება მოითხოვს სხვა კულტურათა გაგებას. ბიზნესმენმა პატივი უნდა სცეს უცხო ქვეყნის კულტურას, გაითვალისწინოს მისი თავისებურებანი და არ დაუშვას მასთან წინააღმდეგობა. მაგალითად, ირანში მომუშავე ბიზნესმენმა უნდა იცოდეს, რომ მამაკაცს (რა ეროვნების ან ქვეყნის წარმომადგენელიც არ უნდა იყოს იგი) იქაური ტრადიციებით არ შეუძლია საზოგადოებაში მოკლესახელოებიანი პერანგით გამოჩენა. კიდევ უფრო მკაცრი წესებია ქალის ჩაცმულობაში. ამ თითქოსდა უმნიშვნელო ფაქტორების გაუთვალისწინებლობის შემთხვევაში შეუძლებელია არა თუ რაიმე ბიზნესის წარმოება, არამედ თვით ქვეყანაში ყოფნაც კი. სამაგიეროდ სრულიად სხვა მიდგომაა ამ საკითხებისადმი ირანის მეზობელ და ასევე მუსულმანურ თურქეთში. აქ მიღებულია ქალისა და მამაკაცის ევროპული ჩაცმულობა და ა. შ.

სხვასხვა კულტურათა შესწავლით ხდება განზოგადება, რომელიც მისაღებია ყველა კულტურისათვის. ამასთან, ხდება იმ თავისებურებებზე კონცენტრირება, რომლებიც იძლევიან სხვა კულტურათა აღქმისა და გაგების შესაძლებლობას.

ბიზნესის განვითარება'ში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს დემოგრაფული ხასიათის ცვლილებები, რადგან ისინი პირდაპირ ან ირიბად ზემოქმედებენ საქონლისა და მომსახურების წარმოებაზე, ბაზრის კონიუნქტურაზე და ა.შ. მაგალითად, მოსახლეობის რაოდენობის ზრდა იწვევს ბიზნესის გაფართოებას, ხოლო შემცირება კი – პირიქით. ურბანიზაცია ცვლის თანაფარდობას სასაქონლო და ნატურალურ მოხმარებათა შორის და ა.შ.

ყოველი ქვეყნის მოსახლეობა იყოფა **სოციალურ ჯგუფებად** და ყოველი ადამიანი ამა თუ იმ ჯგუფის წარმომადგენელია. ჯგუფის წევრობა შეიძლება იყოს შტამოგალობით, შეძენილი თვისებებით, რესურსების ფლობისა და საზოგადოებრივი მდგომარეობის ფაქტის საფუძველზე.

"ჯგუფის წევრობა შთამომავლობით" დაბადებიდანაა განსაზღვრული. ასეთი ჯგუფები იქმნება სქესის, ოჯახის, ასაკის, კასტის, რასის ან ეროვნული წარმოშობის ნიშნით.

სქესის ნიშნით ადამიანთა დაჯგუფება ითვალისწინებს ყოველ ქვეყანაში მამაკაცისა და ქალის მიმართ სპეციფიკური თავისებურებების გამოხატვას. მაგალითად, მთელ რიგ ქვეყნებში სამსახურში მიღებისას უპირატესობას მამაკაცებს ანიჭებენ და მათი ანაზღაურება ქალებთან შედარებით უფრო მაღალია. მუსულმანური წეს-ჩვეულებებით დაუშვებელია ერთ ოთახში ქალისა და მამაკაცის მუშაობა, ჩინეთში ნებადართულია მხოლოდ ერთი შვილის ყოლა, ამიტომ გვარის გასაგრძელებლად უპირატესობას ვაჟებს აძლევენ. ამის გამო, ჩინეთში ხშირია მდედრობითი სქესის ჩანასახის მოცილებისა და ახალშობილ გოგონათა მკვლელობის ფაქტები.

მთელ რიგ ქვეყნებში სამსახურში დაწინაურებისას ასაკს ითვალისწინებენ. საზოგადოებაში ამა თუ იმ პირის აღიარება ხდება ოჯახისადმი კუთვნილებით (თუ რამდენად რესპექტაბელურია იგი) და ა.შ. მნიშვნელობა აქვს აგრეთვე, ადამიანის რასას და ეროვნებას.

"ჯგუფის წევრობა შეძენილი თვისებებით" გულისხმობს რელიგიურ, პოლიტიკურ, პროფესიულ და სხვა სახის გაერთიანებებს. ხშირად წევრობის ტიპი განსაზღვრავს ადამიანის ადგილს სოციალურ სტრატიფიკაციაში, რომელიც გულისხმობს ინდივიდის კლასობრივ ან საზოგადოებრივ მდგომარეობას. სტრატიფიკაცია დამახასიათებელია ნების-

მიერი საზოგადოებისათვის. მაგალითად, ინჟინერი უფრო მეტად არის დაფასებული, ვიდრე მუშა და ა.შ.

ზოგიერთ ქვეყანაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პროფესიულ კომპეტენციას, რის გამოც სამუშაოზე ადამიანის მიღებისას მთავარ მნიშვნელობას ამ ფაქტორს ანიჭებენ. საერთოდ, რაც უფრო ნაკლები ყურადღება ექცევა შთამომაელობით განსაზღვრული ჯგუფის წევრობას. მიუხედავად ამისა, მუშაკთა დაქირავებისას მრავალნაციონალურ კომპანიებს ექმნებათ პრობლემების მთელი რიგი, რაც უცხო ქვეყნის წეს-ჩვეულებებითა და ქცევის ნორმებითაა განპირობებული. მაგალითად, აფრიკის ზოგიერთ ქვეყანაში დღესაც ძლიერია ტომური კავშირურთიერთობები, ამიტომ ამა თუ იმ ტომის წარმომადგენლის დაქირავებისას საჭიროა ბელადის თანხმობა და ა. შ.

მუშაკთა დაქირავებისას საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯერმა უნდა იცოდეს მოცემულ ქვეყანაში შრომისადმი ადამიანის დამოკიდებულება და მისი მოტივაცია. აგალითად, ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ადამიანთა უმეტესობისათვის, სხვა საქმიანობასთან შედარებით, მთავარი მნიშვნელობა შრომას გააჩნია და მასზე იხარჯება დროის უმეტესი ნაწილი. შრომისადმი დამოკიდებულებას განსაზღვრავს რელიგია, მოთხოვნილებათა კომპლექსი და სხვა ფაქტორები. გამოკვლევებით დადგენილია, რომ ყველაზე შრომისმოყვარენი არიან პროტესტანტული სარწმუნოების სახელმწიფოთა მცხოვრებლები. ამ რელიგიის თანახმად, შრომა განიხილება სულის გადარჩენის საშუალებად, ამიტომ მისი მიმდევრები დამატებით დასვენებას შრომას ამჯობინებენ.

ადამიანთა მოთხოვნიებათა კომპლექსი ა. მასლოუმ 5 კატეგორიად დაყო: ფიზიოლოგიური, უსაფრთხოების, სოციალური, აღიარებისა და თვითგამოხატვის მოთხოვნილებები. ყველაზე დაბალი მოთხოვნილებების ნაწილობრივი დაკმაყოფილების შემდეგ ადამიანი ესწრაფვის შემდეგი დონის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას. ა. მასლოუს აზრით, ადამიანი ცხოველია, რომელსაც მუდამ რაღაც სურს. სწორედ ეს სურვილები უბიძგებენ მას იშრომოს მეტი, რათა მიიღოს მეტი გასამრჯელო და დაიკმაყოფილოს მოთხოვნილებები.

საერთაშორისო ბიზნესის წარმოების პროცესში გასათვალისწინებელია დასვენებისადმი დამოკიდებულების დიფე-

რენციაცია ქვეყნების მიხედვით. ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ყველაზე ნაკლებს იაპონელები ისვენებენ. შრომისადმი დამოკიდებულებას განაპირობებს აგრეთვე, ანაზღაურება, მართვის სტილი, მიღწეული წარმატებები და ა. შ.

საერთაშორისო ბიზნესში განსაკუთრებულ როლს კომუნიკაციის საშუალებები თამაშობენ. უცხო ქვეყანაში მოღვაწეობისას ფირმას სჭირდება ადგილობრივი ენის ზედმიწევნით მცოდნე სპეციალისტები, რათა თავიდან აიცილოს სხვადასხვა უხერხული სიტუაცია. არასწორ თარგმანს ხშირად ტრაგიკული შედეგებიც მოჰყვება. მაგალითად, ცნობილია შემთხვევები, როდესაც თარჯიმნის შეცდომის გამო, მთელი რიგი ნაგებობები დაანგრიეს. ანგარიშგასაწევია, აგრეთვე, არავერბალური (მუნჯური) ენა, რომელიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება ქვეყანათა მიხედვით. მაგალითად, ჩვენთან თავის დაქნევა თანხმობას ნიშნავს, ბულგარელისათვის კი იგი უარყოფაა. ინფორმაციის ნიშანთა განსხვავების გამო, განსხვავებულია თვით ინფორმაციის აღქმაც. მაგალითად, მრავალ ქვეყანაში შაივი ფერი გლოვის ნიშანია, ზოგიერთ ქვეყანაში კი ამ როლს თეთრი ან მეწამული ფერი ასრულებს.

ქვეყანათა მნიშვნელოვანი განსხვავების მიუხედავად, არსებობს პრობლემათა გადაწყვეტის თანამიმდევრობის მარეგულირებელი ნორმები, რომელთა საფუძველზე იდეალიზმსა და პრაგმატიზმს განასხვავებენ. იდეალისტისათვის უპირველესია უმნიშვნელოვანესი პრინციპული საკითხების გადაწყვეტა, ხოლო პრაქტიკოსი მეტ ყურადღებას ნაკლებად მნიშვნელოვან საკითხებზე ამახვილებს და მიზნის მისაღწევად კონკრეტულ ზომვად შედეგებს იყენებს.

საერთაშორისო ბიზნესი უშუალოდაა დაკავშირებული ადამიანის ქცევის კულტურასთან. მსოფლიოში არ არსებობს უნიეერსალური, საყოველთაოდ მიღებული მორალი. ის, რაც მისაღებია ერთ ქვეყანაში, შეიძლება მეორეში სრულიად მიუღებელი იყოს. ეთიკა და ეთიკეტი იმდენად მრავალფეროვანია ქვეყნების მიხედვით, რომ მათი აღწერა სრულიად შეუძლებელია.

განსხვავებული კულტურის ქვეყანაში საქმის წამოწყებისას ბიზნესმენმა უნდა გადაწყვიტოს, როგორ გამოიყენებს თავის ქვეყანაში აპრობირებულ მეთოდებს: უცვლელი სახით თუ მოცემული ქვეყნის თავისებურებებთან ადაპტაციით.

უკანასკნელ შემთხვევაში გადასაწყვეტია, აგრეთვე, ადაპტაციის დონეც, რომელიც, თავის მხრივ, დამოკიდებულია საბაზისო და რეციპიენტი ქვეყნების განსხვავებაზე. ცნობილია, რომ მრავალ ქვეყანას ახასიათებს კულტურის მსგავსი ატრიბუტები: ენა, რელიგია, გეოგრაფიული მდებარეობა, ეკონომიკური განვითარების დონე და ა.შ. გარდა ამისა, ქვეყანათა შორის კონტაქების გაფართოების შედეგად, ზოგიერთ ასპექტში ისინი ერთმანეთს ემსგავსებიან. ასეთ სიტუაციაში უცხოელს ნაკლები ადაპტაცია სჭირდება, ვიდრე სრულიად განსხვავებული კულტურის მქონე ქვეყნებს (მაგალითად, ფინეთი და საუდის არაბეთი) შორის ბიზნესის წარმოებისას.

მნკ-ები უცხოეთში ოპერაციებს საკუთარი ან უცხო ქვეყნის ძალებით აწარმოებენ. უკანასკნელ შემთხვევაში უცხო გარემოთი განპირობებული რისკის დონე ნაკლებია, ვინაიდან რეციპიენტი ქვეყნის ძალებისათვის კარგადაა ცნობილი საკუთარი ქვეყნის თავისებურებანი.

ეროვნული თავისებურებებისადმი დამოკიდებულებით განასხვავებენ პოლიცენტრისტებსა და ეთნოცენტრისტებს. პოლიცენტრისტები ძლიერ აღიქვამენ ეროვნულ თავისებურებებს, ამიტომ მათ ჩვეულებრივ, უცხო ქვეყანაში არ სურთ მუშაობის საკუთარი ეფექტიანი მეთოდების დანერგვა. პოლიცენტრისტული ორგანიზაციებისათვის დამახასიათებელია დეცენტრალიზებული მართვა. აღნიშნულის გამო, უფლებამოსილებათა დელეგირებამ ან რეციპიენტი ქვეყნის მუშაობის მეთოდების გამოყენებამ შეიძლება ისეთ დონეს მიაღწიოს, რომ საერთოდ დაიკარგოს საკუთარი სიახლეები და უპირატესობები. შესაბამისად, ფირმა აღმოჩნდება არაკონკურენტუნარიანი და დაკარგავს მიღწეულ წარმატებებს.

ეთნოცენტრისტები, თავის მხრივ, საკუთარ ეთნიკურ ჯგუფს სხვა ჯგუფებზე მაღლა აყენებენ და უპირატესობას ანიჭებენ. ისინი უარყოფენ ყოველივე ადგილობრივსა და თვით უცხო გარემოს თავისებურებებს, დარწმუნებულნი არიან მუშაობის საკუთარი მეთოდების ეფექტიანობაში და მხოლოდ მათ იყენებენ. ეთნოცენტრისტები სხვადასხვა ტიპისანი არიან. მათ შორის გამოყოფენ სამ ტიპს:

- პირველი ტიპის ეთნოცენტრისტები თავიანთ ქვეყანაში მიჩვეულნი არიან მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებს, ამიტომ მათი მხედველობის არიდან გამოდის მრავალი ფაქტორი და უცხოური სპეციფიკა გაუთვალისწინებელი რჩება;

- მეორე ტიპის ეთნოცენტრისტები აღიარებენ უცხო გარემოს თავისებურებებსა და ცვლილებების აუცილებლობას, მაგრამ უცხოური ან საერთაშორისო მიზნების ნაცვლად, საკუთარ ეროვნულ მიზნებზე არიან კონცენტრირებულნი. აღნიშნულის გამო, დროთა განმავლობაში ისინი კონკურენტუნარიანობას კარგავენ;
- მესამე ტიპის ეთნოცენტრისტები აღიარებენ ქვეყანათა შორის არსებულ სხვაობას და ცვლილებათა გათვალისწინების აუცილებლობას, მაგრამ თვლიან, რომ ამ ცვლილებების განხორციელება ძალიან ადვილია. ასეთ თვითდარწმუნებას კი ხშირად უარყოფითი შედეგი მოაქვს.

პოლიცენტრიზმი და ეთნოცენტრიზმი ორი უკიდურესი მდგომარეობაა. თანამედროვე პირობებში ისინი წმინდა სახით ნაკლებად გამოიყენება. ჩვეულებრივ მნკ-ები იყენებენ ბიზნესის ჰიბრიდულ ფორმებს, რომლებიც განსხვავდებიან როგორც საბაზისო, ისე რეციპიენტი ქვეყნების ოპერაციებისაგან. აღნიშნულის გამო, უფრო ადვილია უცხო გარემოსთან ადაპტაცია და წარმატების უზრუნველყოფა.

ადამიანისეული და კულტურული გარემოს შესწავლა ხელს უწყობს სხვადასხვა ქვეყანაში ადამიანისეული რესურსების ეფექტიანი გამოყენების უზრუნველმყოფელი სტრუქტურისა და ორგანიზაციული სტრატეგიის შემუშავებას. არც ერთ ორგანიზაციას არ შეუძლია ეფექტიანი ფუნქციონირება თავისი გარემოს კულტურული ასპექტების გაგების გარეშე. ამასთან, კულტურული გარემოს სრულყოფილი აღქმა შეუძლებელია ბიზნესის პოლიტიკური, ეკონომიკური, ტექნოლოგიური და ორგანიზაციათაშორისი ასპექტების განხილვის გარეშე. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ამჟამად არსებობს მოსაზრება კულტურული ფაქტორის პირველ პლანზე წამოწევის შესახებ. ჩვენი აზრით, ბიზნესის რომელიმე გარემოს (პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამართლებრივი, კულტურული და ა.შ.) აბსოლუტიზაცია მიუღებელია, რადგან ყოველი მათგანის ცალკე სახით განხილვა სათანადო შედეგს არ იძლევა. ბიზნესზე მოქმედი ყველა ფაქტორი და პირობა უნდა განვიხილოთ ერთიანი სისტემის, კომპლექსის სახით, რომელშიც ისინი ცვლადების სახით გვევლინებიან. ამა თუ იმ ბიზნეს-გარემოში თითოეული მათგანის (ცვლადის) მნიშვნელობა განსხვავებულია. ამიტომ მთავარი უნდა იყოს იმის დადგენა, თუ რომელ მათგანზე უნდა იყოს აღებული ორიენტაცია.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ბიზნესის საფუძვლები. გ. ბაბუნაშვილისა და ლ. ყორღანაშვილის რედაქტორობით. თბ., 2004
2. ბიზნესის სამართლის საფუძვლები. თბ., 2003
3. ყორღანაშვილი ლ. საერთაშორისო ბიზნესი. თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1998
4. ყორღანაშვილი ლ., ვაჭრობის ეკონომიკა, თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1995
5. ყორღანაშვილი ლ. საერთაშორისო სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობები, თბ., თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1997
6. ყორღანაშვილი ლ. ოფშორული ბიზნესი. თბ., 2003
7. ყორღანაშვილი ლ. ინტელექტუალური კაპიტალი და ტექნოლოგიების საერთაშორისო გადაცემა. თბ., 2004
8. Акопова Е. С., Воронкова О. Н., Гаврилко Н. Н. Мировая экономика и международные экономические отношения. Ростов на Дону, 2000
9. Бусыгин А.В. Предпринимательство. М., 1997
10. Гарнер Д., Оуен Р., Конвей Р. Пособия Эрнст энд Янг. Привлечение капитала. М., 1995
11. Герчикова И.Н. Менеджмент. М., ЮНИТИ, 1995
12. Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело. М., 1996
13. Дюмелен И. И. Международная торговля услугами. М., 2003
14. Дэниельс Д.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес. М., 1994
15. Иванова Т. Ю., Приходько В. И. Теория организации. СПб, 2004
16. Международный менеджмент. Под редакцией Пивоварова С.Э. и др. СПб., 2000
17. Основы предпринимательского дела. Под ред. Осипова Ю.М. М.,1992
18. Попов В.М., Маршавин Р. А., Ляпунов С.И. Глобальный бизнес и информационные технологии: современная практика и рекомендации. М., 2001
19. Ричмен Д. и др. Современный бизнес. М., 1995, ч. I, II, М., 1995
20. Савченко В.Е. Современное предпринимательство. М., 1997
21. Смирнова Л. М., Стровский Л. Е. Крос-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве. М., 2003

22. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. М., 2000
23. Социально-экономическая эффективность: опыт США. Ориентир на глобализацию. М., 2002
24. Тамилов В.В. Культура предпринимательства. СПб, 2000
25. Fatechi, K. International Management: A Cross-Cultural and Functional Perspectives. Upper Saddle River (NJ),1996.
26. Hofstede G. Cultures and organizations. Harper colllins business. L., 1994
27. Perlitz. Internationales Management. Stuttgart: Lucins&Lucins, 1997

შ ი ნ ა ა რ ს ი

შესავალი ——————————————————— 3

I თავი. საერთაშორისო ბიზნესის არსი და განვითარების ეტაპები

I.1. საერთაშორისო ბიზნესის ცნება და სახეები——— 7
I.2. საერთაშორისო ბიზნესის განვითარები ეტაპები და მახასიათებელი ნიშნები ——————————— 12

II თავი. საერთაშორისო ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები

II.1. საერთაშორისო ბიზნესის სუბიექტები და მათი სამართლებრივი რეგულირება ——————————— 22
II.2. ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები საქართველოში ——————————— 42
II.3. ტრანსნაციონალური კორპორაცია როგორც საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი სუბიექტი—— 49
II.4. ბიზნესის ორგანიზაციათაშორისი ფორმები ——— 56
II.5. სტრატეგიული ალიანსები ——————————— 69

III თავი. საერთაშორისო ბიზნესის გარემო

III.1. საერთაშორისო ბიზნესის გარემოს ცნება——— 79
III.2. საერთაშორისო ბიზნესის სამართლებრივი გარემო——————————————— 81
III.3. საერთაშორისო ბიზნესის პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემო ——————————— 85
III.4. საერთაშორისო ბიზნესის ადამიანისეული და კულტურული გარემო ——————————— 91

გამოყენებული ლიტერატურა ——————————— 100

Лариса Дмитриевна Корганашвили

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

(на грузинском языке)

ТБИЛИСИ 2006

გამომცემლობა „უნივერსალი"
თბილისი, 0128, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 1, ☎: 29 09 60, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge