

საერთაშორისო ბიზნესის არსი და ბანკოთმარხვის ეტაპები

როგორც ყოველი ჯარისკაცი ოცნებობს გენერლობაზე, ისე ფირმების უმეტესობის სასაქონლო ოცნებაა საქონლის (მომსახურების), ან წარმოების საზღვარგარეთ გატანა და საერთაშორისო ბიზნესში აქტიურად ჩაბმვა. თუმცა, ბიზნესის წარმოება სრულად განსხვავებული ენის, ვალუტის, სამართლებრივი სივრცისა და კულტურის სახელმწიფოში ბევრად რთულია, ვიდრე სამშობლოში, რაც იმას ნიშნავს, რომ საზღვარგარეთ ბიზნესის წარმოებისთვის საკმაოდ ძლიერი მოტივებია აუცილებელი. იბადება კითხვა - რა არის საერთაშორისო ბიზნესი, როდის წარმოიშვა იგი და რა აპირობებს მასში ფირმების აქტიურ მონაწილეობას?

დავიწყოთ იმით, რომ საერთაშორისო და ქვეყნის შიდა ბიზნესი ორივე საქმიანი ოპერაციაა და მოგების მიზნით ხორციელდება. სამაჟისტროსგან განსხვავებით კი, საერთაშორისო ბიზნესის პარტნიორებად მოგჯერ კერძო ფირმები და სხვადასხვა ქვეყნის სახელმწიფო ორგანიზაციებიც გვევლინებიან. აღნიშნულის გამო, ხშირად საერთაშორისო ბიზნესს განიხილავენ, როგორც ქვეყნებს შორის (და არა ფირმებს შორის) საქმიან ურთიერთობებს. მიუხედავად ამისა, უფრო მნიშვნელოვანი და გავრცელებულია ფირმებს, ან ფირმისშიდა განყოფილებებს შორის საერთაშორისო ოპერაციები. **სწორედ ამიტომ, საერთაშორისო ბიზნესი, უწინარეს ყოვლისა, სხვადასხვა ქვეყანაში მდებარე კერძო ფირმებსა, ან მათ ქვედანაყოფებს შორის საქმიანი ურთიერთობაა.**

ისმება კითხვა – რით არის განპირობებული საერთაშორისო ბიზნესის აუცილებლობა? იმით, რომ საერთაშორისო საქმიანი ოპერაციებიდან, ანუ, მოცემული საქონლის სხვა ქვეყანაში გაყიდვებიდან, მონაწილე მხარეები უფრო მეტ სარგებელს ღებულობენ, ვიდრე, ქვეყნისშიდა ბიზნესიდან. სწორედ ეს არის საერთაშორისო ბიზნესის ბუნებისა და სპეციფიკის საკვანძო მომენტი.

თანამედროვე პირობებში საერთაშორისო ბიზნესის, როგორც მსოფლიო ეკონომიკასთან ქვეყნის ინტეგრირებისა და გლობალიზაციის მძლავრი ინსტრუმენტის, ნიშნებია: **ხელმისაწვდომობა და საყოველთაობა; განვითარების საფეხურებრიობა; ფინანსიზაცია და ნაციონალურისა და ინტერნაციონალურის რთული ურთიერთქმედება.** გლობალიზაციის ეპოქაში ნებისმიერი ფირმის ეფექტიანი სტრატეგია უნდა ასახავდეს ეროვნულის მაქსიმალურ გამოყენებას ყველგან, სადაც ეს შესაძლებელია და ინტერნაციონალურს, სადაც ამისი საჭიროებაა.

კონკრეტულად რა მოტივები უბიძგებს ბიზნესს, რომ გახდეს საერთაშორისო, ანუ რა განსაზღვრავს, მის საერთაშორისო კონკურენტუპირაგესობას? **საერთაშორისო ბიზნესში კომპანიების მონაწილეობის ძირითადი მოტივებია: გასაღების ბაზრის გაფართოება; რესურსების, მაკომპლექტებლების, ნახევარფაბრიკატებისა და სხვათა საზღვარგარეთ უფრო იაფად შექმნა; მომარაგება გასაღების დივერსიფიკაცია ეკონომიკური ციკლის სხვადასხვა ფაზაზე მყოფი ქვეყნების მიხედვით.**

უნდა ითქვას ისიც, რომ რესურსების არათანაბარი განაწილების პირობებში არც ერთ



უშანგი სამადაშვილი,
ეკონომიკურ მეცნიერებათა
დოქტორი, თსუ-ის პროფესორი

ქვეყანას არ ძალუძს საკუთარი ეკონომიკისა და მოსახლეობის უზრუნველყოფა ყველა აუცილებელი ნელეულითა და სასურსათო, თუ არასასურსათო პროდუქტით. ამიტომ, **რაციონალურია ქვეყანამ საზღვარგარეთიდან შემოიტანოს ის საქონელი, რისი წარმოებაც მას არ შეუძლია, ან, ძვირი უჯდება, ანუ, განახორციელოს იმპორტი და გაიტანოს ის პროდუქტი, რისი წარმოებაც იაფი უჯდება და ჭარბად აქვს, ანუ, განახორციელოს ექსპორტი.** მოკლედ, როგორც ქვეყნის შიდა ბიზნესს (ვაჭრობას) აპირობებს შრომის საზოგადოებრივი დანაწილება, ისე, საერთაშორისო ბიზნესს (ვაჭრობას)-შრომის საერთაშორისო დანაწილება (სპეციალიზაცია).

შრომის საერთაშორისო დანაწილება, ანუ, სპეციალიზაცია ხდება აბსოლუტური და შეფარდებითი უპირაგესობის გათვალისწინებით. გერმინი “აბსოლუტური უპირაგესობა” ნიშნავს ქვეყნის უნარს აწარმოოს საქონელი და მომსახურება კონკურენტებზე ნაკლები რესურსების დანახარჯებით. მაგალითად, პომიდვრის მოყვანაში საქართველოს აბსოლუტური უპირაგესობა აქვს შევლეთთან შედარებით, ვინაიდან საქართველოს კლიმატი შესაძლებელს ხდის მის

მოყვანას ნაკლები რესურსების გამოყენებით, ვიდრე შევლეთშია შესაძლებელი, სადაც მიზნის მისაღწევად სათბურების გაშენება იქნებოდა აუცილებელი. სხვა რესურსების (მაგ. მუშახელის, სასუქების) ღირებულებაც იმოქმედებდა აბსოლუტური უპირატესობის ხარისხზე.

შეფარდებითი უპირატესობის განმარტება ოდნავ უფრო რთულია. „შეფარდებითი უპირატესობა“ ნიშნავს ქვეყნის უნარს აწარმოოს საქონელი და მომსახურება კონკურენტებზე ნაკლები ალგენრატიული დანახარჯებით. დავეუშვათ, რომ მსოფლიოში მხოლოდ ორი ქვეყანა (საქართველო და შევლეთი) და მხოლოდ ორი სახის საქონელი (პომიდორი და ფეხსაცმელი) არსებობს. იმის მიუხედავად, რომ საქართველოს შეიძლება აბსოლუტური უპირატესობა გააჩნდეს ორივე გიპის საქონლის წარმოებაში, ის მაინც მხოლოდ ერთი გიპის საქონელს აწარმოებს—იმას, რომლის წარმოებაში აბსოლუტური უპირატესობაც შედარებით დიდი აქვს, ანუ, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, იმ პროდუქტს, რომლის წარმოებაშიც ფარდობითი უპირატესობანი გააჩნია. თუ, მაგალითად, შევლეთს ორჯერ უფრო მეტი რესურსები ესაჭიროება პომიდორის მოსაყვანად და სამჯერ უფრო მეტი – ფეხსაცმლის საწარმოებლად, მაშინ მარტივი ანგარიშით

შეგვიძლია დავრწმუნდეთ, რომ ორივე ქვეყნისათვის ყველაზე სარფიანი იქნება შემდეგი დანაწილება: საქართველო აწარმოებს მხოლოდ ფეხსაცმელს, ხოლო შევლეთი მხოლოდ პომიდორს. ორივე ქვეყანა ამ შემთხვევაში მაქსიმალურ მოგებას ნახავს, თუ ვაჭრობა ამ ქვეყნებს შორის თავისუფალია.

ზემოთ მოყვანილი თეორიული მაგალითი შეიძლება განვავრცოთ რეალურ მსოფლიოზე. საერთაშორისო ბიზნესის პირობებში ქვეყნები (რაიონები, ქალაქები, სოფლები) იმ საქმეში სპეციალდებიან, რაშიც მათ აბსოლუტური და შეფარდებითი უპირატესობა გააჩნიათ. ამ პრინციპით, ბრაზილია აწარმოებს ყავას, გონდურასი-ბანანებს, ავსტრალია-მაგყლს, შვეიცარია-მედიკამენტებს, საფრანგეთი-ღვინოებსა და პარფიუმერიას, კუვეიტი-ნავთობს, იაპონია-მუსგ ხელსაწყოებს, კვიპროსი-გურისგულ მომსახურებას, საქართველო-მინერალურ წყლებს, ღვინოს, ხილს, ციტრუსებსა და ა.შ.

ამჟამად ეკონომიკურად განვითარებულ სახელმწიფოებში შეინიშნება სამუშაო ძალის დეფიციტი და საქონლის, კაპიტალისა და ტექნოლოგიების სიუხვე. განვითარებად ქვეყნებში კი—სამუშაო ძალის, რესურსების სიჭარბე და კაპიტალის სიმწირე, საქონლის დეფიციტი, შეზღუდული ეროვნული ბაზრები, საბაზრო

ეკონომიკისა და დემოკრატიული ინსტიტუტების განვითარებლობა და მრავალი სხვა. ასეთ პირობებში, აბსოლუტური და შეფარდებითი უპირატესობის თეორიის საფუძველზე, არსებობს ობიექტური აუცილებლობა იმისა, რომ განვითარებული ქვეყნებიდან განვითარებადისაკენ იდინოს საქონლის, კაპიტალისა და ტექნოლოგიების ნაკადმა, ხოლო, პირიქით—სამუშაო ძალისა და რესურსების ნაკადმა.

საერთაშორისო ბიზნესის სიღრმისეული შეცნობისათვის საჭიროა ვიცოდეთ ისიც, თუ როდის წარმოიშვა ეს მოვლენა, რა ეტაპები გამოიარა და როგორ მოვიდა იგი დღევანდლამდე. ამასთან დაკავშირებით, საერთაშორისო ბიზნესის გენეზისის (წარმოშობა-განვითარების) საინტერესო პერიოდიზაციას გეთავაზობს ამერიკელი მეცნიერი რ. რობინსონი. მან საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება დაყო ხუთ ეტაპად (ერაღ): 1. კომერციული ერა (1500–1850წწ); 2. ექსპანსიის ერა (1850–1914წწ); 3. კონცესიის ერა (1914–1945წწ); 4. ნაციონალური სახელმწიფოების ერა (1945–1970წწ); 5. გლობალიზაციის ერა (XX ს-ის 70–იანი წლებიდან დღემდე).

ჩვეულებრივ, საერთაშორისო ბიზნესში ჩართული ყველა ქვეყანა (მათ შორის საქართველოც), მეგ-ნაკლებად ღია ეკონომიკის მქონე ქვეყანაა, სადაც ქვეყნის შიგნით საქმიან ოპერაციებთან ერთად საერთაშორისო ოპერაციებიც ხორციელდება. აღნიშნულ ოპერაციებზე ანგარიშსწორება კი ხდება, როგორც ეროვნული, ისე მსოფლიო ფულით.

ღიასაგან განსხვავებით, დახურულ (ავტარკიულ) ეკონომიკაში საქმიანი გარიგებები და ოპერაციები ხორციელდება მოცემული ქვეყნის შიგნით, ხოლო, მათზე ანგარიშსწორება მხოლოდ ქვეყნის ეროვნული ვალუტით ხდება. სხვაგვარად, ავტარკია ერთი, ან რამდენიმე ქვეყნის ეკონომიკური თვითმზრუნველყოფაა, გამოცალკევებაა სხვა ქვეყნების ეკონომიკებისგან. ასეთ ქვეყანაში



თუ ქვეყნებში არ არსებობს საქონლის, სამუშაო ძალის, კაპიტალისა და სამეცნიერო-ტექნიკური პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი. შესაბამისად, გამოირიცხვია, სავალუტო კურსი, საბაჟოები და სხვა. ხატოვანი ალევორიული შედარებით – ძლიერი ქარის შემთხვევაში, კარჩაკეტილი (ავტარკიული) ქვეყნები აშენებენ ქარსაცავ მოლს (ჯებირს), რათა ქარი არ შემოუშვან. ღია ეკონომიკის ქვეყნები კი ამ ქარს გონივრულად იყენებენ ელენერჯის გამომუშავებისა და ქარის წისქვილის ასამოქმედებლად. ხაზგასასმელია, რომ ღღეს ყველა ქვეყანა გლობალურ გარემოში ცხოვრობს და, ბუნებრივია, რომ ნებისმიერი მათგანი ცდილობს ამ სისტემასთან კავშირი იქონიოს. ქვეყნის მონაწილეობის გააქტიურებას მსოფლიო მეურნეობაში ეკონომიკის ინტერნაციონალიზაცია ეწოდება. თუმცა, ეკონომიკური კარგახსნილობა შეიძლება იყოს კარგიც და ცუდიც. ასე მაგალითად, საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დეფიციტი დაახლოებით მილიარდ ნახევარი დოლარია. რომ არა ესოდენ დიდი უარყოფითი სავაჭრო სალდო, საქართველოს ორჯერ მეტი ბიუჯეტი

ექნებოდა. საქმე ისაა, რომ სავაჭრო დეფიციტი იფარება ადგიური ვალით. ამ უკანასკნელის მომსახურება კი ბიუჯეტის მიერ ხდება, რაც ზრდის მის დეფიციტს. ამასთან, ქვეყანაში იმპორტის სახით უპირატესად მზა პროდუქტი შემოედინება და არა რესურსები. ექსპორტის სახით კი უპირატესად რესურსები გაედინება, რაც ახალი და მაღალანაზღაურებადი სამუშაო ადგილების მულტიპლიკაციის (გამრავლების) შემაფერხებელია. მრავალი ჩვეულებრივი სამომხმარებლო საქონელიც კი გარედან შემოგვაქვს, მაშინ, როდესაც მოსახლეობის ნახევარი სოფლის მეურნეობაშია დასაქმებული. აღნიშნული ნეგატიური მოვლენების მიწვევისათვის, ამრიგად, საჭიროა: ექსპორტის ზრდა და პარალელურად იმპორტჩამნაცვლებელი სამართლებრივი პროდუქციის წარმოება; ეროვნული ინტერესებიდან გამომდინარე ექსპორტისა და იმპორტის ოპტიმიზება; სულ უფრო აქტიური მონაწილეობა მსოფლიო ვაჭრობაში; თავის არიდება შიდა ბაზრის ზომამზე მეტად დაცვისაგან და იმ ფირმების წახალისება, რომლებიც მსოფლიო ბაზრისათვის კონკურენტუნარიან პროდუქციას აწარმოებენ. ასევე, მნიშვნელოვანია

ფასი, ხარისხი, ლარის ბუნებრივი კურსი და სტაბილური მიწოდება. ციკრუსების, ხილისა და სხვათა მიწოდების სტაბილურობა და ხარისხი კი შეუძლებელია მიღწეული იქნას სასაწყობო და სამაცივრო მეურნეობის გარეშე, ე. ი. აუცილებელია ამ სფეროებში ინვესტიციების განხორციელება, რათა შესაძლებელი გახდეს წელიწადის ნებისმიერ დროს ბაზრის მოთხოვნების დაკმაყოფილება. ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, საერთაშორისო ბიზნესში ფუნქციონირებადი ფირმის მართვა გაცილებით რთულია, ვინაიდან, მისი მეწვერები კარგად უნდა ერკვეოდნენ მსოფლიო ეკონომიკურ პირობებსა და ტენდენციებში. ამასთან, თვალი უნდა ადევნონ მიზნობრივ ქვეყანაში პოლიტიკურ და სოციალურ-ეკონომიკურ პროცესებს, სადაც ისინი ეწევიან, ან აპირებენ ბიზნესს, შესწავლონ მათი ენა, ეროვნული კულტურა, ტრადიციები, მეურნეობის გაძლიერების მეთოდებში განსხვავება, ფულადი სისტემა, გადასახადები, სამეურნეო კანონმდებლობა და თავიანთი ეკონომიკური, კომერციული და ფინანსური ქცევები პარტნიორთა ქცევის სტილს მიუსადაგონ.

ANNOTATION

ESSENCE, MOTIVATION AND PROMOTING FACTORS THAT DEVELOPED INTERNATIONAL BUSINESS

Ushangi Samadashvili, Doctor of Economic Science, Professor of Tbilisi State University

For International business, as for business in the country, the main goal is to receive profit. Leading business in far-away countries with almost different culture is more difficult, than in your native country. National firms have competition advantage in their countries. This means, that very strong motivations are needed for company to decide making business out of country. The main motivations that stimulate international business: using more efficient resources; widening market of profit, diversification. History of development of the international business can be divided to 5 eras: 1) Commercial era (1500-1850 years); 2) Expansion era (1850-1914 years); 3) Concessi-

on era (1914-1945 years); 4) Era of national states (1945-1970 years); 5) Globalization era (form 70-s of XX century). Characteristics of modern international business: accessibility and generality; gradualness of development; technological globalization; financing; complicated interaction of national and international. The promoting factors of development of the international business: economy from producing scale; creating local industries sometimes is the only way of getting access on national market, when trade barriers limit access on international markets or resist him; a lot of companies change export of production to export of factories and so on.