



ვაჭრობის ხელშეწყობის ცენტრი

მომზადებულია გაეროს განვითარების პროგრამის,
ფინეთის მთავრობის და აჭარის ავტონომიური
რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს
ინიციატივითა და ფინანსური მხარდაჭერით

ექსპორტი - იმპორტი

გზამკვლევი

WWW.BBI.GE

ვაჭრობის ხელშეწყობის ცენტრი
საქართველო, ბათუმი, ფარნავაზ მეფის 73

A b c d ...

სარჩევი

17

ექსპორტ-იმპორტის პროცედურები

ექსპორტ-იმპორტი, ტვირთის თანმხლები დოკუმენტაცია
იმპორტი - დროებითი შემოტანის რეჟიმები
საბაჟო დეკლარაცია - განმარტებები
ექსპორტ-იმპორტთან დაკავშირებული გადახდის მეთოდები
საბანკო გარანტიები, დაზღვევის მეთოდები

17

სავაჭრო პოლიტიკა - რეჟიმები და ფორმები

საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა
სავაჭრო ხელშეკრულებები და რეჟიმები
პრეფერენციულ განზოგადებული სისტემა
კანონი თავისუფალი ინდუსტრიული ზონების შესახებ

17

ორბანიზაციული და ბიზნეს საკითხები

საერთაშორისო ვაჭრობასთან დაკავშირებული რისკები
საერთაშორისო ვაჭრობაზე მოქმედი ფაქტორები
საერთაშორისო ვაჭრობის მონაწილეები
მიზნობრივი ბაზრების და პროდუქტების შერჩევა
ფასწარმოქმნა საერთაშორისო ვაჭრობაში
ელექტრონული კომერცია და გამოფენები
დავების წარმოშობა და მათი გადაჭრის გზები

17

გამოყენებული და სხვა სასარგებლო ინფორმაცია რესურსები და დანართები

მკვირვასო მკითხველო,

ექსპორტ-იმპორტის გზამკვლევი წარმოადგენს საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციების წარმოებასთან დაკავშირებული ინფორმაციის სისტემატიზაციას და ორგანიზებას ოთხ ძირითად ბლოკში:

1. ექსპორტ-იმპორტის პროცედურები;
2. სავაჭრო პოლიტიკა - რეჟიმები და ფორმები;
3. ორგანიზაციული და ბიზნეს საკითხები;
4. დანართები და სასარგებლო ინტერნეტ რესურსები

კომპანიების უმეტესობა, ხშირ შემთხვევაში, საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციებს ქაოსურად იწყებს. არ გააჩნია ჩამოყალიბებული მიზნები, მათი მიღწევის კრიტერიუმები და პროგრამა, რომელიც მოიცავს როგორც სტრატეგიულ ასევე საოპერაციო დონეზე მოქმედების დეტალურ გეგმას.

მნიშვნელოვანია საერთაშორისო ვაჭრობის დაწყებამდე შეფასდეს ექსპორტიორის მზადყოფნა. როგორც წესი, შეფასება მოიცავს კონკურენტუნარიანობის, მოტივაციის, კომპანიის მფლობელთა და კომპანიის მენეჯმენტის მზადყოფნის, პროდუქტის საგარეო ბაზრისთვის მზადყოფნის, რესურსების და სხვა შემდგენლების ანალიზს.

საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციებს საფუძვლად კონკრეტული მოტივები აქვს. ეს მოტივები განპირობებულია უცხო ბაზრების უპირატესობების გამოყენების პერსპექტივით. საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციებს, ასევე ყოველთვის ახლავს ახალი საფრთხეები და საშიშროებები. მოკლედ მათ შესახებ:

მოტივებს და შესაბამისად უპირატესობებს მიეკუთვნება: გაყიდვების ზრდა, ბაზრების დივერსიფიკაცია, გამოცდილების შეძენა და ხშირად შიდა ბაზართან შედარებით უფრო მაღალი სარგებელის მიღების პერსპექტივა. შიდა ბაზარზე გაყიდვების ზრდის შეჩერება ძლიერი სტიმულია კომპანიებისათვის დაიწყონ ახალი ბაზრების ძიება.

გაყიდვების დივერსიფიკაცია - ერთი ბაზარი ყოველთვის სარისკოა

გაყიდვებისთვის. ამის ნათელი მაგალითია რუსეთის ფედერაციის მხრიდან პოლიტიკური მოტივით ქართული ღვინის ემბარგო 2006 წელს, რამაც 2007 წელს გამოიწვია ღვინის ექსპორტის მკვეთრი ვარდნა.

საერთაშორისო გამოცდილების შეძენა - საერთაშორისო კონკურენცია აზიარებს მეწარმეს ყველაზე თანამედროვე მეთოდებს მენეჯმენტში, მარკეტინგში, სტრატეგიულ დაგეგმვაში. მძაფრ კონკურენტულ ბრძოლაში მიღებული გამოცდილება კომპანიას ფასდაუდებელ სამსახურს გაუწევს სამომავლოდ.

საექსპორტო ბაზრებზე შიდა ბაზართან შედარებით უფრო მაღალი ფასები ყოველთვის განიხილებოდა, როგორც სერიოზული არგუმენტი და სტიმული ექსპორტის დაწყებისათვის.

საფრთხეებზე და საშიშროებებზე საუბრისას, პირველ რიგში, მხედველობაშია მისაღები უფრო მაღალი რისკი, რომელიც ახასიათებს საერთაშორისო ოპერაციებს. ასევე ძალზე მძაფრი კონკურენცია. ახალ საექსპორტო ბაზარზე შესვლისას კომპანია ებმება კონკურენტულ ბრძოლაში ყველა არსებულ იმპორტიორთან. მხედველობაშია მისაღები სახელმწიფოებს შორის არსებული საკანონმდებლო განსხვავებები, მომხმარებელთა განსხვავებული დამოკიდებულება, კულტურული, სოციალური და სხვა განსხვავებები. რასაკვირველია ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორი განაპირობებს გაზრდილ სირთულეებს, მაგრამ ამავედროულად არსებობს ამ სირთულეების დაძლევის კონკრეტული გზები და მექანიზმები.

წარმატებული საერთაშორისო ვაჭრობისთვის ზუსტად ჩამოაყალიბეთ რა პროდუქტის გაყიდვას აპირებთ. გადაამოწმეთ თქვენი პროდუქტის სასაქონლო კოდი ჰარმონიზებული სისტემის მიხედვით. ამისთვის გამოიყენეთ საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის ვებ გვერდზე განთავსებული ინფორმაცია <http://www.geostat.ge>. იგივე საინფორმაციო რესურსის მეშვეობით გადაამოწმეთ ხდება თუ არა ამ პროდუქტის ექსპორტირება საქართველოდან ან იმპორტირება საქართველოში. ეს ინფორმაცია დაგეხმარებათ გაიზიაროთ სხვისი გამოცდილება და განსაზღვროთ საკუთარი პერსპექტივები.

ექსპორტ-იმპორტი პროცედურები

ექსპორტ-იმპორტი ტვირთის თანმხლები დოკუმენტაცია

მოგეხსენებათ, საერთაშორისო ვაჭრობა პროდუქტისა თუ მომსახურების ერთი ქვეყნის ტერიტორიიდან სხვა ქვეყნის ტერიტორიაზე შესვლას გულისხმობს. ამ პროცესის რეგულირება ხდება ტვირთის თანმხლები დოკუმენტაციის მეშვეობით. გაფორმების ეკონომიკურ ზონაში (გეზ) მოწმდება ტვირთის თანმხლები დოკუმენტაცია, რაც საბოლოოდ საბაჟო დეკლარაციაში აისახება. თანმხლები დოკუმენტაციის დაყოფა პირობითად შეიძლება სავალდებულოდ და არასავალდებულოდ.

სავალდებულო საექსპორტო დოკუმენტებში შედის: ხელშეკრულება, ინვოისი, სატრანსპორტო საბუთები, წარმოშობის სერტიფიკატი, ვეტერინალური სერტიფიკატი (ცხოველური წარმოშობის ტვირთებისთვის), ფიტოსანიტარული სერტიფიკატი (მცენარეული წარმოშობის ტვირთებისათვის) და ფუმიგაციის სერტიფიკატი (შეფუთვის საშუალებებზე).

არასავალდებულო დოკუმენტაციაში მოიაზრება ყველა ის საბუთი რომელიც არ მოითხოვება საბაჟოს მიერ ტვირთის ექსპორტისას, მაგრამ თან ახლავს მას იმპორტიორის მოთხოვნის საფუძველზე. ასეთი შეიძლება იყოს: ხარისის სერტიფიკატი, ტვირთის შეფუთვის ფურცელი, რადიოლოგიის ცნობა და ა.შ.

ექსპორტ/იმპორტის ხელშეკრულება.

საერთაშორისო ვაჭრობა წარმოდგენილია ექსპორტიორისა და იმპორტიორის მონაწილეობის გარეშე. ნებისმიერი ურთიერთობა პირველ რიგში უნდა ემყარებოდეს მხარეებს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებას. ხელშეკრულება განსაზღვრავს მხარეებს შორის ვაჭრობის სხვადასხვა მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორცაა ვაჭრობის ობიექტი, მის რაოდენობა, ფასი და მახასიათებლები, ტრანსპორტირების პირობები, თანმხლები დოკუმენტაცია და ა.შ.

სარკინიგზო ზედნადები სარკინიგზო ტრანსპორტით გადაზიდვის დოკუმენტია.

ზედნადებებში ტრანსპორტირების პირობების ასახვა ხდება ინკოტერმს 2010-ის თანხმად. აქვეა მითითებულია ტვირთის მიმდინარე მდგომარეობა (მაგ: საბაჟოზე ტვირთის დალუქვა).

ინკოტერმსი - საქონლის მიწოდების პირობები.

INCOTERMS (International Commercial Terms) კომერციული ტერმინების ერთობლიობაა, რომლებიც გამოიყენება საერთაშორისო ხელშეკრულებების დადებისას. იგი განიხილავს მყიდველისა და გამყიდველის უფლება მოვალეობებს და პასუხისმგებლობის საკითხებს დაკავშირებულს საქონლის ყიდვა-გაყიდვასთან, მიწოდებასთან, დაზღვევასთან, განბაჟებასთან, ტრანსპორტირებასთან და ა.შ. საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ 1936 წელს, ქ. პარიზში, მოხდა საერთაშორისო სავაჭრო ტერმინების კრებული უნიფიცირება და INCOTERMS-ის სახით გამოცემა. აღნიშნული გამოცემა ორიენტირებული იყო ტერმინებზე, რომელიც გამოიყენებოდა ტვირთის მხოლოდ საზღვაო გზით გადაზიდვისთვის. შემდგომი რედაქციები კი შეიცავდა ინფორმაციას საქონლის სხვა საშუალებებით გადაზიდვების შესახებაც (სარკინიგზო, საჰაერო, ავტოტრანსპორტი). 2010 წელს INCOTERMS ჩამოყალიბდა დღეს მოქმედი საბოლოო რედაქციის სახით. დამატებით უნდა აღინიშნოს, რომ INCOTERMS-ის თითოეული ტერმინის სათანადო შერჩევას დიდი მნიშვნელობა აქვს. მისმა არასწორმა გამოყენებამ შეიძლება მნიშვნელოვნად დააზარალოს ხელშეკრულების ორივე მხარე და წარმოიქმნას ისეთი გარემოებები, რომლებიც გამყიდველსა და მყიდველს შორის დავის საგანი გახდება. ქვემოთ მოვიყვანთ ძირითადი ტერმინების განმარტებებს.

EXW - ფრანკო ქარხანა. პროდუქტის ღირებულება წარმოების ადგილზე, მიწოდების ვალდებულების გარეშე.

FCA - ფრანკო გადამზიდავი. გადაზიდვაზე პასუხისმგებლობის გადაბარება. გამყიდველი გადასცემს პროდუქციას მყიდველის მიერ შერჩეულ გადამზიდავ კომპანიას საკუთარი ქარხნის/საწყობის ტერიტორიაზე ან წინასწარ შეთანხმებულ ადგილას. რისკების გადაბარება ხდება საქონლის იმ სატრანსპორტო საშუალებაზე დატვირთვისთანავე, რომელიც განახორციელებს გადაზიდვას. გამყიდველი უზრუნველყოფს საექსპორტო პროცედურების მოგვარებას.

FAS - თავისუფალი გემბანის გასწვრივ. გამოიყენება მხოლოდ საზღვაო და ხმელეთის წყლებზე ტრანსპორტირებისას. გამყიდველი ვალდებულია მიიტანოს ტვირთი პორტში და განალაგოს ის გემბანის გასწვრივ. ამ მომენტიდან მყიდველმა უნდა იზრუნოს გადაზიდვაზე და მისი პასუხისმგებლობა ნებისმიერი ზიანი თუ დანაკარგი. მაგ: FAS ფოთის ნავსადგური ნიშნავს, რომ გამყიდველი თავის მოვალეობას ამოწურულად თვლის, როცა საექსპორტო პროცედურების გავლის შემდეგ მიიტანს და განალაგებს ტვირთს ფოთის ნავსადგურში, ნაპირზე, დათქმული გემის გემბანის გასწვრივ. ამის შემდეგ მყიდველი უზრუნველყოფს ტვირთის ჩატვირთვას გემზე და ტრანსპორტირებას.

FOB - ფრანკო გემბანი. გადაზიდვაზე პასუხისმგებლობის გადაბარება. ტერმინი გამოიყენება მხოლოდ საზღვაო და ხმელეთის წყლებზე ტრანსპორტირებისთვის. გამყიდველმა უნდა უზრუნველყოს ტვირთის მიწოდება იმ ხომალდის გემბანზე რომელიც მიუთითა მყიდველმა. როდესაც ტვირთი გადაკვეთს გემის ბორტს, პასუხისმგებლობა გადადის მყიდველზე. მაგ: FOB-ფოთი ნიშნავს, რომ გამყიდველი თავის მოვალეობას ამოწურულად თვლის, როცა საექსპორტო პროცედურების გავლის შემდეგ ტვირთს თავისი ხარჯით დატვირთავს ფოთის ნავსადგურში მითითებულ გემზე.

CFR - ღირებულება და ფრახტი. გამყიდველი ვალდებულია თვითონ გასწიოს გადაზიდვის ხარჯი. როდესაც ტვირთი ხომალდზეა, გამყიდველი არაა პასუხისმგებელი ზიანზე ან დანაკარგებზე. მაგ: CFR-ოდესა ნიშნავს, რომ ექსპორტიორი საქართველოდან იხდის

გადაზიდვის ყველა ხარჯებს ოდესამდე, მაგრამ უარს ამბობს დაკარგვის, დაღუპვის, გაფუჭების რისკზე და წარმოქმნილ დამატებით ხარჯებზე იმ მომენტიდან როცა საქონელი გადაკვეთს დატვირთვის ნავსადგურში გემის მოაჯირს. ექსპორტიორი აგვარებს საექსპორტო პროცედურებს.

CIF - ღირებულება, დაზღვევა და ფრახტი. ამ დროს CFR ისგან განსხვავებით, ექსპორტიორი იხდის დაზღვევასაც. რისკების გადაცემა ხორციელდება იმ მომენტში, როცა საქონელი დატოვებს გემს მყიდველის მიერ დასახელებულ მიმღებ პორტში. CIF-ის მიხედვით, გამყიდველმა უნდა მოიპოვოს ტვირთის დაზღვევა საკუთარი ხარჯებით, რათა დაფაროს მყიდველის რისკები.

CIP - გადაზიდვა და დაზღვევა გადახდილია . . . მდე. CPT ისგან განსხვავებით გამყიდველი იხდის ასევე დაზღვევის ღირებულებასაც. რისკი მყიდველზე გადადის იმ მომენტში, როდესაც ტვირთი მიაღწევს შეთანხმებულ ადგილს.

CPT - გადაზიდვა გადახდილია . . . მდე. გამოიყენება ნებისმიერი ტრანსპორტით გადაზიდვისას. გამყიდველი იხდის ტრანსპორტირების ღირებულებას დანიშნულების ადგილამდე და იხნის პაუსიხმგებლობას, როგორც კი გადააბარებს ტვირთს გადამზიდვს. საექსპორტო პროცედურებს აგვარებს გამყიდველი. მყიდველზე გადადის რისკი მითითებულ ადგილზე ტვირთის განთავსების შემდეგ.

DAT - მიწოდება ტერმინალზე (...დანიშნულების ადგილის დასახელება). გამყიდველის მოვალეობა შესრულებულია როდესაც პროდუქცია მიტანილია მყიდველის მიერ დასახელებულ ტერმინალზე დანიშნულების ადგილზე ან პორტში. ეს მეთოდი გამოიყენება ყველა ტიპის სატრანსპორტო გადაზიდვისას. გამყიდველი იღებს ყველა რისკს ტვირთის ტრანსპორტირების პერიოდში ტერმინალში გადმოტვირთვის ჩათვლით. გამყიდველი ასევე აგვარებს ექსპორტთან დაკავშირებულ ყველა საბაჟო პროცედურას.

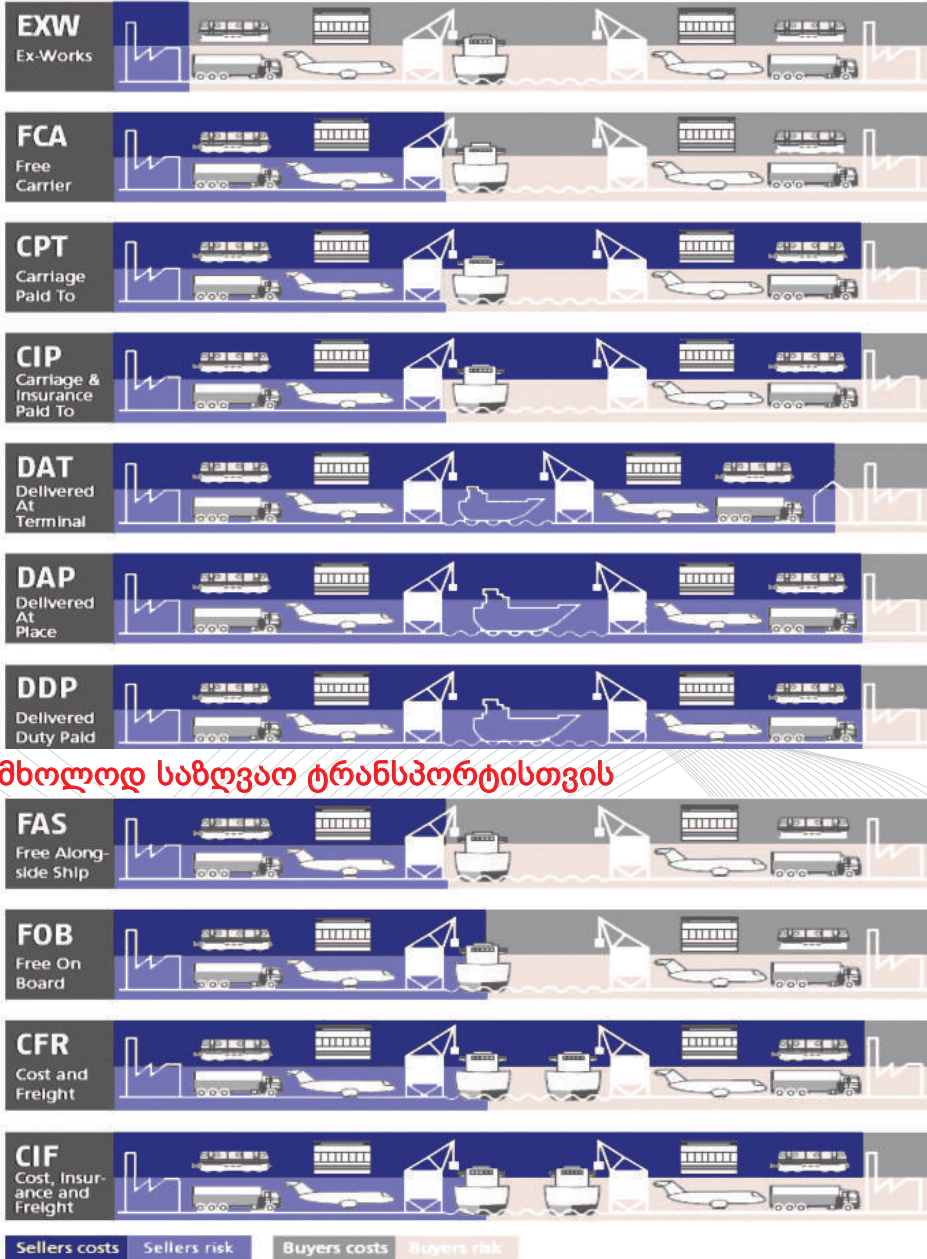
იმპორტთან დაკავშირებული საბაჟო პროცედურების მოგვარებას უზრუნველყოფს იმპორტიორი.

DAP - მიწოდება დანიშნულების პუნქტამდე (...დანიშნულების ადგილის დასახელება). DAT ისგან განსხვავებით გამყიდველის მოვალეობა შესრულებულია როდესაც ტვირთი შიდა ტრანსპორტით მიწოდებულია და გადმოტვირთულია მყიდველის დანიშნულების პუნქტში და არა მხოლოდ ტერმინალამდე (რომელიც შეიძლება პორტშიც იყოს განთავსებული). ეს მეთოდი გამოიყენება ყველა ტიპის სატრანსპორტო გადაზიდვისას. გამყიდველი იღებს ყველა რისკს ტრანსპორტირების პერიოდში ტერმინალში გადმოტვირთვის ჩათვლით. გამყიდველი ასევე აგვარებს ექსპორტთან დაკავშირებულ ყველა საბაჟო პროცედურას. იმპორტთან დაკავშირებული საბაჟო პროცედურების მოგვარებას უზრუნველყოფს იმპორტიორი.

DDP - მიწოდება საბაჟო გადასახდელების ჩათვლით. ნიშნავს, რომ გამყიდველმა თავის თავზე აიღო ყველა ხარჯი საქონლის დანიშნულების პუნქტამდე ჩატანის, ტრანსპორტირების დროს დაზღვევის და ყველა საბაჟო გადასახადების ჩათვლით.

შენიშვნა: ბოლო ორმა ჩაანაცვლა ადრე არსებული ოთხი ფორმა DAF,DES,DEQ,DDU

ინკოტერმს 2010-ის გრაფიკული გამოსახულება



მხოლოდ საზღვაო ტრანსპორტისთვის

წარმოშობის სერტიფიკატი

წარმოშობის სერტიფიკატი არის აღწერის დოკუმენტი, რომლითაც უფლებამოსილი ორგანო ადასტურებს, რომ საქონელი, რომელზეც გაცემულია ეს სერტიფიკატი, წარმოშობილია მოცემული ქვეყნიდან. საქართველოს ეკონომიკური ტერიტორიიდან საქონლის გატანის დროს წარმოშობის სერტიფიკატები გაიცემა 2010 წლის 29 დეკემბერის საქართველოს მთავრობის №420 დადგენილებით დამტკიცებული წესის შესაბამისად.

საქართველოდან ექსპორტირებულ პროდუქციაზე, გარდა ყურძნისეული წარმოშობის პროდუქტებისა, საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატებს გასცემს: 1) საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს უფლებამოსილი პირები, როგორც თბილისში, ასევე საქართველოს ყველა სხვა ტერიტორიულ ადმინისტრაციულ ერთეულში, 2) საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს სსიპ შემოსავლების სამსახური, 3) სსიპ საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა, 4) აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო.

ყურძნისეული წარმოშობის პროდუქტების ექსპორტისას წარმოშობის სერტიფიკატს გასცემს საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სახელმწიფო კონტროლს დაქვემდებარებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - ვაზისა და ღვინის დეპარტამენტი სამტრესტი, საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ განსაზღვრული წესის თანახმად.

იურიდიული პირის შემთხვევაში წარმოშობის სერტიფიკატის გაცემამდე ხდება იურიდიული პირის და მისი საქსპორტო პროდუქტის რეგისტრაცია საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურით, ხოლო ფიზიკურ პირებს მოეთხოვება სავაჭრო ხელშეკრულების ან/და შესყიდვის აქტების წარდგენა. გაიცემა შემდეგი ტიპის წარმოშობის სერტიფიკატები:

პრეფერენციული წარმოშობის GSP სერტიფიკატი - ფორმა A: გაიცემა საქართველოს საბაჟო ტერიტორიიდან განსაზღვრული საქონლის ისეთ ქვეყნებში ექსპორტირებისას, რომლებშიც მოქმედებს პრეფერენციების გენერალიზებული სისტემის (GSP) რეჟიმი. წარმოშობის ქვეყნის განსაზღვრის კრიტერიუმები და სერტიფიკატის გაცემისა და შევსების წესები განისაზღვრება პრეფერენციის მომნიჭებელი ქვეყნის დირექტივებით.

არაპრეფერენციული წარმოშობის საერთო ფორმის სერტიფიკატი: გაიცემა ყველა სხვა დანარჩენ ქვეყანაში საქონლის გატანის დროს, გარდა საქართველოს აერთაშორისო ხელშეკრულებებით გათვალისწინებულ შემთხვევებისა.

პრეფერენციული წარმოშობის სერტიფიკატი ფორმა CT1 გაიცემა დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის მეთაურთა საბჭოს 2000 წლის 30 ნოემბრის გადაწყვეტილების შესაბამისად საქონლის დსთ-ს ქვეყნებში ექსპორტის დროს.

EUR.-1: გამოიყენება ევროკავშირსა და იმ ქვეყნებს შორის ვაჭრობის დროს, რომლებთანაც ევროკავშირს გაფორმებული აქვს შეთანხმება თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ. საქართველოში საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატი EUR-1 გაიცემა საქართველოსა და თურქეთის რესპუბლიკას შორის თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ 2007 წლის 21 ნოემბრის შეთანხმების შესაბამისად.

წარმოშობის სერტიფიკატების მიღების წესი

წარმოშობის სერტიფიკატის მისაღებად წარსადგენი დოკუმენტაციის ჩამონათვალი შედის: ექსპორტიორის განცხადება (უნდა შეიცავდეს საქონლის ოდენობას, ექსპორტიორისა და იმპორტიორის დასახელებას, მისამართსა და ქვეყანას), დეკლარაცია საქონლის წარმოშობისა და კუთვნილების შესახებ, ხელშეკრულება (ასლი), ანგარიშ-ფაქტურა (ასლი). ალკოჰოლიანი საქონლის შემთხვევაში თითოეული დასახელების ნიმუში - თითო ბოთლი. წარმოშობის

სერტიფიკატი ივსება 3 ეგზემპლარად, რომელთაგან ერთი არის ფერადი, ხოლო დანარჩენი - თეთრი. ფერადი და ერთი თეთრი ეგზემპლარი გადაეცემა ექსპორტიორს, ხოლო ერთი თეთრი ეგზემპლარი რჩება გამცემ ორგანოს. წარმოშობის სერტიფიკატის ფერადი და თეთრი ეგზემპლარები წარმოადგენს ორიგინალს. საბაჟო ორგანო საქონლის ექსპორტის (რეექსპორტის) დროს იტოვებს თეთრი ფერის ეგზემპლარს, ხოლო იმპორტის დროს - შესაბამისი ქვეყნის გაცემულ ორიგინალს. სერტიფიკატის მიღება შესაძლებელია ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს საზოგადოების მომსახურების ცენტრში და რეგიონალურ სამმართველოებში. საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატები საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ გაიცემა უფასოდ, 3 დღის ვადაში, ხოლო შემოსავლების სამსახურის ან საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის მიერ მოსაკრებლის გადახდის შემდგომ. საექსპორტო საქონელზე საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატს აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში 2008 წლის 1 სექტემბრიდან გასცემს აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს ლიცენზირებისა და სერტიფიცირების დეპარტამენტის სერტიფიცირების განყოფილება.

იმპორტირებული საქონლის წარმოშობის დადასტურება

საქართველოს საბაჟო ტერიტორიაზე საქონლის შემოტანისას მისი წარმოშობის დასადასტურებლად წარდგენილი უნდა იქნეს შესაბამისი სერტიფიკატი. თუ საბაჟო ორგანო ეჭვს შეიტანს საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატის სინამდვილეში ან მასში აღნიშნული მონაცემების სისწორეში, მას შეუძლია თხოვნით მიმართოს სერტიფიკატის გამცემ ორგანოს ან სერტიფიკატის გამცემი ქვეყნის სხვა კომპეტენტურ უწყებას დამატებითი ან დაზუსტებული მონაცემების მისაღებად. თუ დეკლარანტს საბაჟო პროცედურები არა აქვს დასრულებული, მას საშუალება ეძლევა, საბაჟო ორგანოდან გაიტანოს საქონელი, თუ იგი გადაიხდის თავის მიერ წარდგენილი საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატის გათვალისწინებით გაანგარიშებულ საბაჟო გადასახდებებს და წარადგენს საბაჟო

გარანტიას, რომლის საგარანტიო თანხა ტოლია წარდგენილი საქონლის წარმოშობის სერტიფიკატის გაუთვალისწინებლად გაანგარიშებული დამატებით გადასახდელი საბაჟო გადასახდელების თანხისა. საქონლის შეღავათიანი (პრეფერენციული) ან შეღავათების გარეშე (არაპრეფერენციული) წარმოშობის დამადასტურებელი სერტიფიკატის ფორმა, მისი გაცემისა და შევსების წესი განისაზღვრება საქართველოს მთავრობის დადგენილებით.

ხარისხის დამადასტურებელი სერტიფიკატი

ადგილობრივ პროდუქციაზე ხარისხის სერტიფიკატი შეგიძლიათ აიღოთ საქართველოში მოქმედ აკრედიტირებულ ლაბორატორიებში.

ISO, OHSAS, HACCP ხარისხის მართვის სერტიფიკატები

საერთაშორისო ვაჭრობაში ფართოდ გამოიყენება ISO, OHSAS, HACCP ხარისხის სერტიფიკატები. სტანდარტების გამოყენება საშუალებას აძლევს მწარმოებლებს, გამყიდველებს თუ მომხმარებლებს ერთიანი ხარისხის მოთხოვნები წაუყენონ პროდუქციას. თუ პროდუქცია სერტიფიცირებულია ამ სისტემის მიხედვით, მაშინ მნიშვნელობა არა აქვს მისი წარმოების ადგილს. ერთიანი საერთაშორისო სტანდარტების გამოყენება აადვილებს საერთაშორისო ვაჭრობის პროცესს.

ISO წარმოდგენილია სხვადასხვა სერიებით, როგორცაა 9000, 14000, 22000, 25000 დეტალური ინფორმაცია შეგიძლიათ იხილოთ მისამართზე: www.iso.org/iso/home.html

ISO 9000 ხარისხის მენეჯმენტის სისტემაა. ისაა განმსაზღვრელი მთელი სერიისათვის და ფარავს ოთხ დანარჩენ სერიას: 9001, 9002, 9003, 9004. (ამჟამად მოქმედებს 9000 და 2005)

ISO9001 ხარისხის დამადასტურებელი სტანდარტი, რომელიც

წარმოაჩენს მომწოდებელთა უნარს ოპერირების ყველა ფაზაზე: დიზაინი, განვითარება, წარმოება, ინსტალირება და მომსახურება. (ამჟამად მოქმედებს 9001 : 2000)

ISO9002 ძირითადად იყენებენ მომსახურების სფეროში მოქმედი კომპანიები.

ISO9003 ეს სტანდარტი გამოიყენება იმ კომპანიებისათვის რომლებიც ჩართული არიან პროდუქციის საბოლოო ინსპექტირებასა და ტესტირებაში. (შენიშვნა ამჟამად 9002 და 9003 შეცვლილია 9001:2000 ით)

ISO9004 სპეციალური წესები ხარისხის მენეჯმენტის ეფექტური სისტემების დანერგვისათვის. (ამჟამად მოქმედებს 9004:2009)

OHSAS18000 ესაა შრომის, ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების მენეჯმენტის სისტემის სერტიფიცირება. მასში შედის ორი ნაწილი 18001 და 18002. დეტალური ინფორმაცია: <http://www.ohsas.org/>

HACCP მენეჯმენტის სისტემა, უზრუნველყოფს საკვები პროდუქტების უსაფრთხოებას ბიოლოგიური, ქიმიური ან ფიზიკური საფრთხის ანალიზის და კონტროლის ყველა ეტაპზე.

შეფუთვის ფურცელი (Packing list)

შეფუთვის ფურცელი წარმოადგენს ტრანსპორტირებული ტვირთის ჩამონათვალს რაოდენობის, ზომის, წონისა და შეფუთვის მეთოდების მითითებით. შეფუთვის სია არასავალდებულო დოკუმენტია, მაგრამ იგი მნიშვნელოვნად ამცირებს საბაჟო პროცედურების დროს.

საერთაშორისო ვაჭრობის სფეროში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის შეფუთვის, მარკირების და დაზღვევის მოთხოვნებს. მნიშვნელოვანია, რომ ექსპორტიორი დარწმუნდეს: პროდუქცია კარგადაა შეფუთული და მარკირება სწორადაა გაკეთებული. ეს ასევე

უზრუნველყოფს პროდუქციის ტრანსპორტირებას დანიშნულების ზუსტ ადგილზე. ბევრი ექსპორტიორი იყენებს საერთაშორისო გადამზიდავ კომპანიებს, რომლებიც ზემოთ აღნიშნული სერვისებს სთავაზობენ.

საერთაშორისო გადამზიდავები არის საერთაშორისო ტვირთების გადაზიდვის საკითხში აგენტი/შუამავალი კომპანიები. მათთვის კარგადაა ნაცნობი იმპორტ-ექსპორტის რეგულირების წესები საკუთარ და პარტნიორ ქვეყნებში, ტრანსპორტირების მეთოდები, საჭირო დოკუმენტაციის მომზადების წესები და ა.შ. გადამზიდავები ეხმარებიან ექსპორტიორებს პროდუქციაზე ფასის გაანგარიშებაში, გადაზიდვის ღირებულების, პორტის მოსაკრებლის, სპეციფიკური დოკუმენტაციის და დაზღვევის ღირებულების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებით. ისინი იძლევიან საჭირო რჩევებს პროდუქციის შეფუთვისასთან დაკავშირებით, ახდენენ სხვადასხვა სატრანსპორტო საშუალებების დაჯავშნას და ა.შ. მათთვის გადახდილი მომსახურების საფასური ითვლება საექსპორტო დანახარჯად და შეიძლება შეყვანილი იქნეს პროდუქციის საბოლოო ფასში, რომელსაც გადაიხდის მყიდველი.

შეფუთვა, მარკირება, შტრიხ კოდები, ჰოლოგრამები.

შეფუთვის მთავარი დანიშნულება არის პროდუქციის დაცვა დაზიანებისგან, ტრანსპორტირების გაიოლება და პროდუქტის შესახებ პირველადი ინფორმაციის მიწოდება.

მარკირება უმჯობესია გაკეთდეს ინგლისურად, წარმოშობის ქვეყანა უნდა ჩანდეს ნათლად (დიდი ზომის შრიფტი), მითითებული უნდა იყოს პროდუქციის რაოდენობა, წონა და საჭირო შემთხვევაში გამაფრთხილებელი წარწერები (მაგ: მსხვრევადია).

შტრიხ-კოდები გამოიყენება თითქმის ყველა ტიპის პროდუქტზე. იგი საუკეთესო საშუალებაა გაყიდვების მონაცემების ავტომატური მიღებისთვის და მარაგების მოწესრიგებისთვის.

დამცავი ჰოლოგრამები დამცავი და საიდენტიფიკაციო ჰოლოგრამები, უზრუნველყოფენ პროდუქტის გაყალბებისაგან დაცვის გარანტიას. საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის ჰოლოგრამები წარმოადგენენ საქართველოში წარმოებული პროდუქციის აუთენტურობის ყველაზე საიმედო საშუალებას.

ტვირთების დაზღვევა

ტვირთების დაზღვევა არის საერთაშორისო ვაჭრობის დაზღვევის ერთ-ერთი სახე. დაზღვევის პირობები განსხვავდება ტვირთის ტიპის, სატრანსპორტო საშუალებების გამოყენების, სადაზღვევო კომპანიების პოლიტიკის და ქვეყნების მიხედვით. ტვირთების დაზღვევა აუცილებელი კომპონენტია ტრანსპორტირების დროს, რამდენადაც ის საშუალებას იძლევა თავიდან ავიცილოთ შესაძლო ფინანსური დანაკარგები. ქვემოთ მოცემულია ტვირთების დაზღვევის რამდენიმე კატეგორია:

სატვირთო მანქანებით გადაზიდვა: მსგავსი ტვირთების დაზღვევა იცავს ქურდობისგან, ავარიისგან და სხვა ფიზიკური დაზიანების შემთხვევებისგან;

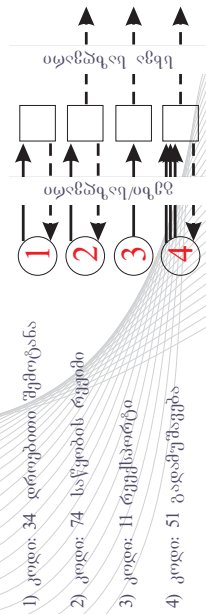
საზღვაო ტვირთების დაზღვევა: დაზღვევის ეს ტიპი გულისხმობს ტვირთის დაზღვევას ჩატვირთვა გადმოტვირთვის პროცესში დაზიანებისგან, ამინდის, მეკობრეობის და სხვა შემთხვევებისგან დაცვას;

ღია კარგის მეთოდი: გულისხმობს სახმელეთო ან საზღვაო გზით ტრანსპორტირებისას ტვირთის დაზღვევას, რომლის დროსაც მიეთითება მხოლოდ ტვირთის მთლიანი ღირებულება,

ტრანსპორტირების პერიოდი და არ ხდება ტვირთის სახეობის მითითება. გამოიყენება ძირითადად დიდი მოცულობის ტვირთების ტრანსპორტირების შემთხვევაში.

Voyage (მგზავრობის) მეთოდი: დაზღვევის ეს ტიპი მოიცავს სპეციფიკურ პირობებს - დაზღვევა ტვირთებისა, რომელსაც აქვს კონკრეტული მარშრუტი, გაგზავნის და მიმღების კონკრეტულად განსაზღვრული ადგილი. როგორც კი ტვირთი აღნიშნული მარშრუტით მიაღწევს დანიშნულების ადგილს დაზღვევის პაკეტის მოქმედება სრულდება.

დროებითი შემთავის რეჟიმები



- 1) კოდი: 34 დროებითი შემთავის რეჟიმები
- 2) კოდი: 74 საბაჟო რეჟიმები
- 3) კოდი: H რეგულაციები
- 4) კოდი: 51 გადაამუშავება

დროებითი შემთავის რეჟიმების (საქონლის შემთავის რეჟიმების) აღწერა:

კოდი 2 წელი, რეგულაციების შემთავის რეჟიმში 6 თვე
 საბაჟო კორდონში მყოფი ტვირთის შემთავის რეჟიმის თარიღები
 რეჟიმის შეცვლა შესაძლებელია სხვა რეჟიმზე ნებისმიერ დროს
 ტვირთის თანხლები დოკუმენტაცია იფარავს რაც
 სტანდარტული ქაბარტინორტის დროს
 საბაჟო კორდონში მყოფი ტვირთის შემთავის რეჟიმის აღწერა
 ტვირთი გადაადგილება საქონლურ საბაჟო კორდონში მოწოდებული
 ტვირთის შემთავის რეჟიმში ტვირთის მისაღების დროს
 დოკუმენტის მისაღებად დროებითი შემთავის რეჟიმის პროცედურები.

დროებითი შემთავის რეჟიმების აღწერა:

გადაამუშავება ითვლება პროცესს, როდესაც შემთავის რეჟიმის
 ნორმალური პროცესი ითვლება ერთი კორდონიდან კორდონში
 გადაამუშავება შემთავის რეჟიმის პროცედურები. თითოეული
 კოდიდან მისაღებად დროებითი შემთავის რეჟიმის პროცედურები.
 გადაამუშავება საქონლის უკან გატანის დროს, კომპონენტების ჩამოწმის,
 ანუ დეტალური დაზღვევის ზღვას გადაამუშავებული საქონლის
 გამოსვლის ნორმის მიხედვით
 ინფორმაცია, დეტალური დაზღვევის დროს იფარავს. ემატება გამოშვების
 სერვისის ნორმის.

საბაჟო კორდონები (ტვირთის კორდონში ანაწილებს პროგრამა)
 ა) წითელი - ტვირთის დეტალური დათვალვების პროცესი
 შესრულება, გაფორმების პროცესი
 ბ) ყვითელი - დოკუმენტაციის შესრულება, გაფორმების პროცესი
 გ) მწვანე - გაფორმების პროცესი
 დ) ლურჯი - ტვირთის დეტალური დათვალვების შემსრულებლობის პროცესი
 საბაჟო კორდონში მყოფი ტვირთის შემთავის რეჟიმის აღწერა (საქონლის უკან გატანა)
 დროებითი შემთავის რეჟიმის აღწერა
 დეტალური დათვალვების შემთავის რეჟიმის აღწერა
 შესაძლებელია დეტალური დათვალვების პროცესი
 შესრულება ახალი ინფორმაციის შემთავის რეჟიმის აღწერა
 შესაძლებელია ახალი ინფორმაციის შემთავის რეჟიმის აღწერა
 შესრულება ახალი ინფორმაციის შემთავის რეჟიმის აღწერა

დროებითი შემთავის რეჟიმის აღწერა
 საქონლის გადაადგილება საქონლურ საბაჟო კორდონში მოწოდებული
 ტვირთის შემთავის რეჟიმში ტვირთის მისაღების დროს
 დოკუმენტის მისაღებად დროებითი შემთავის რეჟიმის პროცედურები.

დროებითი შემთავის რეჟიმის აღწერა
 ტვირთის დეტალური დათვალვების პროცესი
 შესრულება, გაფორმების პროცესი
 20 დღის ვალდებულება იხსნება საბაჟო კორდონში
 საბაჟო კორდონში მყოფი ტვირთის შემთავის რეჟიმის აღწერა
 საქონლის გადაადგილება საქონლურ საბაჟო კორდონში მოწოდებული
 ტვირთის შემთავის რეჟიმში ტვირთის მისაღების დროს
 დოკუმენტის მისაღებად დროებითი შემთავის რეჟიმის პროცედურები.

დროებითი შემოტანის რეჟიმი გულისხმობს, ქვეყანაში ნებისმიერი საქონლის დროებით შემოტანას მისი უკან გატანის ვალდებულებით. სავალდებულოა მიეთითოს ტვირთის შემოტანა/გატანის ზუსტი თარიღი (დასაშვებია მაქსიმუმი 2 წელი). ნებისმიერ დროს შესაძლებელია რეჟიმის შეცვლა. ტვირთის თანმხლები დოკუმენტაციაზე მოთხოვნები იგივეა რაც სტანდარტული ექსპორტ/იმპორტის დროს. ტვირთი გადაადგილდება სპეციალური სააღრიცხვო მოწმობით. ტვირთი, გეზი-საზღვრის მონაკვეთში გონივრულ ვადებში უნდა მოძრაობდეს. ეს ვადები როგორც წესი მიეთითება საბაჟოს მიერ. დროებითი შემოტანის რეჟიმში, მეწარმე არ იხდის ბაჟს და დღგ-ს, არამედ წარადგენს საბაჟოზე ამ თანხის საბანკო ან სადაზღვევო გარანტიას. ყოველ თვეში კომპანია დამატებით იხდის საგარანტიო თანხის (მხოლოდ დღგ-ს ნაწილის) 3%-ს. ეს არ ეხება რე-ექსპორტის ან გადამუშავების რეჟიმებს.

დროებითი შემოტანის რეჟიმის რამოდენიმე სახეა: წმინდა დროებითი შემოტანა (კოდი - 34), საწყობის რეჟიმი (კოდი - 74), რე-ექსპორტი (კოდი-11), გადამუშავება (კოდი-51).

წმინდა დროებითი შემოტანა.

ტვირთი შემოდის ქვეყანაში მისი იმავე (საიდანაც შემოვიდა) ქვეყანაში გატანის ვალდებულებით. ნებისმიერ დროს შესაძლოა რეჟიმის შეცვლა ან ტვირთის „გაიმპორტება“- განბაჟება.

საწყობის რეჟიმი

კომპანიას შემოაქვს პროდუქცია, რომელიც ინახება სპეციალურ საბაჟო საწყობში. პროდუქციის განბაჟება ხდება მხოლოდ მაშინ, როდესაც კომპანიას პროდუქცია ან მისი ნაწილი გამოაქვს რეალიზაციისთვის. ეს საშუალებას აძლევს კომპანიას, განბაჟების თანხა გადაანაწილოს გარკვეულ პერიოდზე და შესაბამისად ამცირებს საოპერაციო რესურსების საჭიროებას.

რეექსპორტი

რეექსპორტის დროს, როგორც წესი, შემოსულ ტვირთზე იცვლება ინვოისი, შესაბამისად მიმღები და გამგზავნი, იცვლება ტვირთის საბუთები და ამის შემდეგ ტვირთი მიდის დანიშნულების ქვეყანაში.

გადამუშავების რეჟიმი

გადამუშავების პროცესი ითვლება შემდგარად თუ გადამუშავების პროცესში მონაწილე საქონელის სასაქონლო ნომენკლატურის პირველი ოთხი ციფრიდან ერთ-ერთი მაინც შეიცვლება. გადამუშავების რეჟიმი ეხება სიტაუციას, როდესაც იმპორტირებული ნედლეულის გადამუშავების შემდეგ ხდება საბოლოო პროდუქციის ექსპორტი. (აუცილებელი არ არის, გატანილი იქნეს იმ ქვეყანაში სადაინაც ნედლეულია შემოტანილი). ამ რეჟიმთან დაკავშირებული მთავარი სირთულე ნედლეულის გახარჯვა-ჩამოწერასთანაა დაკავშირებული. როგორც წესი ეს პროცესი რეგულირდება ნედლეულის გამოსავლიანობის ნორმის მიხედვით. ნედლეულის შემოტანის დეკლარაციის დახურვა ხდება თანმიმდევრობით, ანუ პირველად შემოსული ნედლეულის პარტიის გახარჯვისას იხურება შესაბამისი დეკლარაცია, ხოლო შემდგომ შემოსული პარტიის გახარჯვისას შემდგომი დეკლარაცია და ა.შ. ინვოისი დეკლარაციის დახურვის დროს იგივეა, ემატება მხოლოდ გამოშვებული პროდუქციის სერიის ნომერი.

უკან-გატანის პროცედურა (რეჟიმის დახურვა).

რეჟიმის დახურვისას შემოტანის დეკლარაციის საფუძველზე მზადდება ახალი დეკლარაცია. შესაბამისად მზადდება ახალი ინვოისი, სადაც, როგორც მინიმუმ ტვირთის გამგზავნი და მიმღები ადგილს ინაცვლებს. ასევე მზადდება ახალი სატრანსპორტო დოკუმენტაცია. არ არის საჭირო რამე სახის სერტიფიკატის დამზადება. სბოლოდ, როგორც კი ტვირთი დატოვებს საზღვარს და გეზ-ს, 20 დღეში ხდება გარანტიის მოხსნა.

ექსპორტი/იმპორტის დეკლარაცია - გრაფების განმარტება

ინფორმაცია იმპორტიორზე
 ინფორმაცია იმპორტიორზე
 დამატებითი ღირებულებები: სახელმძღვანელო
 მძღვანელო ხარჯის ჯამი, გარეგანი ინფორმაციის თანხის
 გამოძახება
 საქონლის წარმოშობის ქვეყანა
 მიმღებ ქვეყნის კოდი
 ტრანსპორტის კოდი რომლითაც საქონელი
 მოვიდა სახელმძღვანელო
 ტერიტორიის მიწოდების პირობა - Incoterms 2000
 ტერიტორიის კოდი რომლითაც საქონელი
 მოვიდა გეზში
 ვალუტის კოდი
 ვალუტის პროცენტული კენის
 ტერიტორიის სასაქონლო ნომენკლატურის კოდი
 ტერიტორიის ბრუნელო
 ტერიტორიის ნეტო წონა
 დამატებითი წონის ერთეული
 ტერიტორიის საინფორსო ღირებულება

ექსპორტი/იმპორტის დეკლარაცია

პრობლემად შეიძლება დაიყოს მარჯვენა და მარცხენა ნაწილებად. მარჯვენა ნაწილში განთავსებულია ფინანსური ნაწილი, ხოლო მარცხენა ნაწილში ინფორმაციული ნაწილი. დამატებითი ინფორმაციის შეტანა 54 გრაფისგან. დამატებითი კოდექსი ხალხურად შეიძლება დაამატებოდეს 3 საქონლის დეკლარაციაზე.

43 ტერიტორიის საბაჟო ღირებულების განსაზღვრის 6 მეთოდი
 1. ინფორმაციის თანხისგან
 2. ინფორმაციის საქონელზე ბოლო სამი თვის განმავლობაში გეზში
 დამატებითი ღირებულების ფასი
 3. მსგავსი საქონელზე ბოლო სამი თვის განმავლობაში გეზში
 დამატებითი ღირებულების ფასი
 4. ბაზარზე არსებული იგივე საქონლის ღირებულება განსაზღვრული
 საბაჟოზე მოსვლის დროს (დაახლოებით საბაჟო ღირებულების 60%)
 5. ტერიტორიის მწარმოებლის ღირებულების განსაზღვრის მეთოდი
 6. საბაჟოზე მეთოდი - გეზში ფაქტობრივად ფასების გამოყენებით

44 ტერიტორიის თანხისგან დამატებითი კოდექსი თანხისგან კლასიფიკაციის
 (მაგ: 001 - ინფორსი 002 - კონტრაქტი 027 - წარმოშობის სერტიფიკატი
 030 - ფიტოსანიტარული სერტიფიკატი 031 - კონტრაქტის სერტიფიკატი
 049 - შეტყუების ფურცელი)

45 კონტრაქტების კოდექსი: მოქმედებს "46" გრაფისგან გამოიყენება
 იმ შემთხვევაში, როდესაც საბაჟო არ კონსისტენტურად ტერიტორიის
 ღირებულების და აკორექტირებს მას გეზში დამატებითი
 სტატისტიკურ ღირებულებასთან

46 ტერიტორიის სტატისტიკური ღირებულება: "42" და "12" გრაფების ჯამი
 გაზიარებული პროცენტული ვალუტაში

47 გადასახელების მიქსაგება "46" გრაფის ციფრის და ზეგრაფის მას
 "33" გრაფისთვის განკუთვნილი გადასახელებით (მაგ. დღე - კოდექსი: 28,20)

"47" გრაფის დაანგარიშების წესი
 ტერიტორიის მატარებელი რომელიც მიქსაგებაზე ბაჟი და დღე-
 ("46" + "46" x 12%) + ("46" + "46" x 12%) x 18%

გადასახელების გადახდა
 დეკლარაციის დასრულების შემდეგ მქონე მქონე შეტყუების
 დეკლარაციაში გამოთვლილი გადასახელების რაოდენობისა და მათი
 გადასახელების გადახდის შესახებ

სასარგებლო რჩევები

1) ავტორიზაციისგან ტერიტორიის განსაზღვრა: ერთ
 დღეზე 10 ტონაზე მეტი დასაშვებ ნორმა; მანქანის
 ჯამური წონა არ უნდა აღემატებოდეს 44 ტონას.
 დარღვევის შემთხვევაში: კმპლექსურად ჯარიმის და
 მითხოვება ტერიტორიის ავტორიზაციისგან საშუალო-
 ბაჟი მოთხოვნის შესაბამისად გადასახელება
 2) სასაქონლო ნომენკლატურაში ბოლო ციფრების
 სწორად შენერვა სწორედ გადასახელების ანგეზს იმაზე თუ
 რა გადასახელებით დაიბეჭდა: მოცემული საქონელი.

საზღვარი და საბაჟო (გეზ - გაფორმების ეკონომიკური ზონა) არ არის ერთი და იგივე. საზღვარზე ხდება ტვირთების გადამისამართება და ნაწილობრივ საბაჟო გაფორმება. ხოლო საბაჟოზე (გეზ), ტვირთების დათვალაიერება, დოკუმენტაციის შესწავლა, გაფორმების პროცესი, ანუ ყველა ის პროცედურები, რასაც ითვალისწინებს გაფორმების ეკონომიკური ზონა.

საბაჟო დეკლარაციის თავფურცელი შედგება 54 გრაფისგან. პირობითად დეკლარაცია შეიძლება დაიყოს მარჯვენა და მარცხენა ნაწილებად. მარჯვენა ნაწილში მოთავსებულია ფინანსური ნაწილი, ხოლო მარცხენაში საინფორმაციო. საბაჟო დეკლარაციაში, თავფურცელზე დეკლარირდება მხოლოდ ერთი დასახელების პროდუქტი. ყოველ მომდევნო ფურცელზე შესაძლებელია 3 ტიპის პროდუქტის დეკლარირება.

დეკლარაციის დასრულების შემდეგ მეწარმეს ეგზავნება შეტყუბინება დეკლარაციაში გამოთვლილი გადასახელების რაოდენობის და მათი გადახდის ვადების შესახებ.

საქართველოში, პროდუქციის უმეტესობა თავისუფალია ბაჟისგან, ხოლო ის პროდუქტი რომელიც საიმპორტო ბაჟს ექვემდებარება იბეგრება 5% ან 12%-ით.

ექსპორტი/იმპორტთან დაკავშირებული სასარგებლო რჩევები.

- ა) სასაქონლო ნომენკლატურაში ბოლო ციფრების სწორად შერჩევა სერიოზულ გავლენას ახდენს იმაზე თუ რა გადასახელებით დაიბეგრება მოცემული საქონელი.
- ბ) საქართველოს კანონმდებლობით, ავტო ტრანსპორტზე, ერთ ღერძზე დასაშვებ ნორმა 10 ტონაა. მანქანის ჯამური წონა კი 44 ტონა. დარღვევის შემთხვევაში კომპანია ჯარიმდება ლიმიტს ზემოთ 1 კილოგრამზე 1 ლარით და მოეთხოვება ტვირთის გადანაწილება.

გ) იმპორტ-ექსპორტის დროს, მეწარმემ უმჯობესია დააზუსტოს მისთვის საჭირო პროდუქციის ჯგუფში არის თუ არა რომელიმე ურთიერთმემცვლელი კომპონენტი გათავისუფლებული დღგ-თი დაბეგვისგან. მაგ: გრანიტი იბეგრება ბაჟით და მარმარილო არა. ასევე შესაფუთი მასალის შემთხვევაში 50 გრამიანი მინის ბოთლები არ იბეგრება ხოლო 100 გრამიანი იბეგრება. შესაბამისად თუ ორი ურთიერთმემცვლელიდან ორივე მისაღებია მეწარმესთვის, შეუძლია შემოიტანოს ის, რომელიც არ ქვემდებარება განბაჟებას.

დ) იმპორტირებული საქონლის ღირებულება უნდა შეესაბამებოდეს მის საბაზრო ფასს ქვეყანაში. თუ დიდი სხვაობაა დაფიქსირებულ და რეალურ საბაზრო ფასს შორის, მებაჟეები ითვალისწინებენ საბაზრო ფასს. ე) საზღვარზე ხდება მხოლოდ 300-იდან 1500 ლარამდე ღირებულების პროდუქციის განბაჟება, ხოლო 1500 ლარს ზემოთ - გეზში). გეზში გაფორმება 24 საათიანი რეჟიმითაა. ტერმინალის მომსახურების საფასური არასამუშაო დროს ორმაგდება.

საბაჟო დერეფნები

გაფორმების ეკონომიკურ ზონაში შემოსული ნებისმიერი ტვირთი გეზ-ის პროგრამული უზრუნველყოფის მეშვეობით ავტომატურად ერთ-ერთ „საბაჟო დერეფნის“ რეჟიმში ხვდება:

წითელი დერეფანი - ამ დროს ხდება სატრანსპორტო საშუალების გახსნა და დოკუმენტაციის და ტვირთის დეტალური ფიზიკური შემოწმება.

ყვითელი დერეფანი - მებაჟე დეტალურად სწავლობს მხოლოდ დოკუმენტაციას და აფორმებს ტვირთს;

მწვანე დერეფანი - პირდაპირ ხდება ტვირთის გაფორმების პროცესი;

ლურჯი დერეფანი - ტვირთის დეკლარირება შესაძლებელია მის საზღვარზე მისვლამდე. ტვირთის გაფორმება შესაძლებელია პირდაპირ საზღვრიდან გეზში შესვლის გარეშე.

საერთაშორისო ვაჭრობაში გადახდის ძირითადი ფორმები

1. წინასწარი (საავანსო) ანგარიშსწორება;
2. ანგარიშსწორება ღია ანგარიშით;
3. დოკუმენტური აკრედიტივი;
4. დოკუმენტური ინკასო;
5. გაყიდვები კონსიგნაციის პირობით.

წინასწარი (საავანსო) ანგარიშსწორება.

წინასწარი ანგარიშსწორების გამოყენებით, ექსპორტიორმა შესაძლოა თავიდან აიცილოს საკრედიტო რისკები, რადგან გადახდა სრულდება საქონლის საკუთრებაში გადაცემამდე. ამ სიტუაციაში ექსპორტიორი თავისუფლდება თანხის ამოღების პრობლემებისგან და შეუძლია ფულის მყისიერი გამოყენება. წინასწარი გადახდა მყიდველისთვის ქმნის ფულის რეზერვის საჭიროებას და ასევე ზრდის რისკს. მყიდველები ხშირად წუხან, რომ წინასწარი გადახდის შემთხვევაში, საქონელი არ გაიგზავნება.

ექსპორტიორები, რომელთაც მიაჩნიათ, რომ გადახდის ეს მეთოდი ერთადერთია ბიზნესის წარმოებისას, შესაძლოა არაკონკურენტულ პოზიციაში აღმოჩნდნენ იმათთან შედარებით, რომლებიც გადახდის უფრო მოქნილ პირობებს გვთავაზობენ. წინასწარი ნაღდი ანგარიშსწორება მიზანშეწონილია გამოვიყენოთ შემდეგ შემთხვევებში: ა) მაღალი რისკის მქონე სავაჭრო ურთიერთობებში ან ბაზრებზე, აგრეთვე, იდეალურია ინერნეტ-ბიზნეს საქმიანობისთვის; ბ) იმპორტიორის კრედიტუნარიანობა თუ საეჭვოა გ) იმპორტიორის წარმომავალი ქვეყნის პოლიტიკური და კომერციული რისკები ძალიან მაღალია; დ) იმპორტიორი ოპერირებს ინერნეტ-ბიზნესში, სადაც საკრედიტო ბარათით ანგარიშსწორება უნდა იყოს კონკურენტის საგანი.

ანგარიშსწორება ღია ანგარიშით.

ღია ანგარიშით ბიზნეს საქმიანობისას ხდება საქონლის გადაზიდვა და მიწოდება ანგარიშსწორების ვადამდე, რომელიც ძირითადად 30 დან 90 დღემდეა. აქ ექსპორტიორი მნიშვნელოვანი რისკის ქვეშაა, რადგან საქონლის გადაზიდვის შემდეგ შესაძლოა მოხდეს გადახდის ვალდებულების შეუსრულებლობა. ღია ანგარიშის პირობები შესაძლოა შეთავაზებულ იქნას კონკურენტუნარიან ბაზრებზე ერთი ან რანდენიმე სავაჭრო საფინანსო მეთოდის გამოყენებით: (ა) ექსპორტის საბრუნავი კაპიტალის ფინანსირება; (ბ) მთავრობის მიერ გარანტირებული საბრუნავი კაპიტალის პროგრამები; (გ) საექსპორტო საფინანსო დაზღვევა; (დ) საექსპორტო ფაქტორინგი.

დოკუმენტური აკრედიტივი.

აკრედიტივის გავრცელებული ფორმებია: გამოთხოვადი, გამოუთხოვადი, დაუდასტურებელი და დადასტურებული:

გამოთხოვადი აკრედიტივი: ნებისმიერ დროს შეიძლება შეიცვალოს ან გაუქმდეს ემიტენტი ბანკის მიერ, ხშირ შემთხვევაში აპლიკანტის მითითებით და ბენეფიციარის გაფრთხილების გარეშე. ასეთი ფორმა იშვიათად გამოიყენება, ვინაიდან იგი ბენეფიციარს მხოლოდ მცირე დოზით სთავაზობს უსაფრთხოებას. **გამოუთხოვადი აკრედიტივი:** ბენეფიციარს აძლევს გარანტიას, რომ მის მიერ საქონლის მიწოდება ან მომსახურება ანაზღაურდება, როგორც კი იგი შეასრულებს აკრედიტივის პირობებს და წარმოადგენს აკრედიტივთან გარეგნული ნიშნებით შესაბამის დოკუმენტებს. გამოუთხოვადი აკრედიტივის ცალმხრივად გაუქმება ან შეცვლა არცერთ მხარეს არ შეუძლია. სხვა სიტყვებით, ასეთ აკრედიტივში ცვლილების შეტანა თუ მისი გაუქმება ნებადართულია მხოლოდ ყველა მონაწილე მხარის თანხმობის შემთხვევაში. **დადასტურებელი აკრედიტივი:** აკრედიტივის გამცემი ბანკის გარდა გადახდის შესახებ გარანტიას იძლევა მიმღები ბანკიც. აკრედიტივი ორივე ბანკის მხრიდან არის დადასტურებული. ეს იმას ნიშნავს, რომ დამადასტურებელი ბანკი იღებს დამოუკიდებელ

ვალდებულებას გადახდაზე იმისდა მიუხედავად, შეძლებს თუ არა ემიტენტი ბანკი მისთვის ანაზღაურების მიცემას. ამ შემთხვევაში ექსპორტიორი მაქსიმალურად დაცულია. **დაუდასტურებელი აკრედიტივი:** აკრედიტივი დამოწმებულია მხოლოდ მისი გამცემი ბანკის მიერ და არ არის დადასტურებული მიმღების ბანკის მიერ. შესაბამისად მიმღები (ექსპორტიორის) ბანკი არ იღებს ვალდებულებას გადახდაზე, და რისკიც შესაბამისად მეტია.

არსებობს აკრედიტივის სხვა სახეებიც, როგორცაა: რევილვერული აკრედიტივი, აკრედიტივი „სტენდბაი“ (სარეზერვო აკრედიტივი), ტრანსფერებელური აკრედიტივი.

დოკუმენტური აკრედიტივის უპირატესობები: გადახდის უნარიანობის დადასტურება; შესაბამისი დოკუმენტების მიღება-მყიდველს შეუძლია გამყიდველთან წინასწარ შეათანხმოს იმ საბუთების ჩამონათვალი, რომელიც თან უნდა ახლდეს მიღებულ საქონელს; მეტი სამართლებრივი დაცვა-აკრედიტივი წარმოადგენს გარანტიას გამყიდველისათვის, რომ თანხები გადმოირიცხება მის სასარგებლოდ, თუ ის შეასრულებს გარიგებით დაკისრებულ ყველა ვალდებულებას; სწრაფი ანაზღაურება - ექსპორტიორის მიერ თანხის მიღება ხდება მოკლე ვადაში პარტნიორი ბანკების საშუალებით; კონტროლი მიწოდების ვადებზე და დოკუმენტების მოწოდებაზე; მაღალ რისკიან ქვეყნებთან ურთიერთობის დროს შესაძლებელია რისკის გაბათილება დამოწმებული აკრედიტივის მოთხოვნით, რაც გულისხმობს, რომ გარანტი ხდება მსოფლიოს ერთ-ერთი პირველი კატეგორიის ბანკი.

იმპორტის ანგარიშსწორებისთვის აკრედიტივის გახსნა გულისხმობს: ექსპორტიორთან საერთაშორისო კონტრაქტის ხელმოწერას, განაცხადის ფორმის წარდგენას, აკრედიტივის გადახდის უზრუნველყოფას, აკრედიტივის გაცემას.

დოკუმენტური ინკასო

დოკუმენტური ინკასო წარმოადგენს ექსპორტიორის მიერ ბანკისათვის მიცემულ განკარგულებას მოახდინოს იმპორტიორისაგან გარკვეული თანხის ინკასირება კომერციული დოკუმენტების სანაცვლოდ. დოკუმენტური ინკასო აკრედიტივთან შედარებით საგრძნობლად იაფია და საერთაშორისო სავაჭრო პრაქტიკაში ძირითადად გამოიყენება პარტნიორებს შორის ნდობის არსებობის შემთხვევაში.

დოკუმენტური ინკასო მიზანშეწონილია, როდესაც: იმპორტიორსა და ექსპორტიორს აქვთ ნდობა და ერთად მუშაობის გამოცდილება; მყიდველის გადახდისუნარიანობა და გადახდის სურვილი არ არის საეჭვო; იმპორტიორის ქვეყანაში არის სტაბილური პოლიტიკური, ლეგალური და ეკონომიკური გარემო; არ არსებობს იმპორტის აკრძალვები იმპორტიორი მხარის ქვეყანაში და ყველა საჭირო ლიცენზია უკვე არსებობს.

დოკუმენტური ინკასოს უპირატესობებია: ექსპორტიორს აქვს საშუალება შეინარჩუნოს კონტროლი გადამხდელის მიერ გადახდის, ან თამასუქის მიღებამდე; ოპერაციის შესრულება მარტივი და იაფია; გადახდა ხშირად უფრო სწრაფად სრულდება ვიდრე ღია ანგარიშის შემთხვევაში.

გაყიდვები კონსიგნაციის სახით

საერთაშორისო კონსიგნაციით გაყიდვების დროს წარმოებს იგივე პროცედურები რაც ადგილობრივ ბაზარზე. მასალები ექსპორტიორის სახელით მიეწოდება უცხოელ დისტრიბუტორს გასაყიდად. ექსპორტიორი ინარჩუნებს საქონლის მფლობელის უფლებას, მანამ სანამ დისტრიბუტორი გაყიდის პროდუქციას. პროდუქციის გაყიდვისთანავე გადასახადი იგზავნება ექსპორტიორთან. ამ მეთოდის გამოყენებით ექსპორტიორი დიდი რისკის ქვეშაა.

საბანკო გარანტიები, დაზღვევის მეთოდები

ბიზნესის წარმოებისას, ადგილობრივ და საერთაშორისო პარტნიორებთან ურთიერთობა შეიძლება გარკვეული რისკების მატარებელი იყოს. ამ რისკების შემცირების ერთ-ერთი ეფექტური მექანიზმია საბანკო გარანტიები. ბანკები გასცემენ გარანტიებს ბენეფიციარის სასარგებლოდ კლიენტის მოთხოვნის საფუძველზე (პრინციპალი) და ახორციელებენ გადახდას ბენეფიციარის მიერ სათანადო მოთხოვნის დადგენილ ვადაში წარდგენისა და გარანტიის ყველა პირობა/დებულების შესრულების შესაბამისად.

საბანკო გარანტიის სტანდარტული და გავრცელებული ფორმებია: ხელშეკრულების შესრულების გარანტია; საავანსო გადახდის გარანტია; გადახდის გარანტია; საგარანტიო ვალდებულებების გარანტია; სარეზერვო (სტენდბაი) აკრედიტივი (SBLC).

ექსპორტის საკრედიტო დაზღვევა

ექსპორტის საკრედიტო დაზღვევა (ECI) იცავს ექსპორტიორს უცხოელი მყიდველის მიერ პროდუქციაზე და მომსახურებაზე გადაუხდელობის რისკისგან. ECI ზოგადად ფარავს კომერციულ რისკებს, რომელიც შეიძლება გამოიხატოს მყიდველის გადახდის უუნარობაში, გაკოტრებაში, გაჭიანურებულ დეფოლტში და გარკვეულ პოლიტიკური რისკებში, როგორცაა ომი, ტერორიზმი, მასობრივი არეულობები და რევოლუციები. ECI აგრეთვე მოიცავს ვალუტის კონვერტაციის შეუძლებლობას, ექსპროპრიაციას და ცვლილებებს ექსპორტის და იმპორტის წესებში. ECI სთავაზობს უზრუნველყოფას მოკლე ვადიანი (ერთ წლამდე) და საშუალო ვადიანი (ერთიდან ხუთ წლამდე) დაფარვის პერიოდისთვის. ECI საშუალებას აძლევს ექსპორტიორებს შესთავაზონ უცხოელ მყიდველებს კონკურენტუნარიანი ღია ანგარიშის პირობები გადაუხდელობის მინიმალური რისკით.

ვალუტის კურსების ცვლილებისადმი რისკების დაზღვევა

საერთაშორისო ვაჭრობაში ჩართულ კომპანიებზე განსაკუთრებულად მოქმედებს სავალუტო რისკი. ეს ართულებს კომპანიებისთვის ეკონომიკური დაგეგმვის პროცესს და საბოლოო ფინანსური შედეგის განსაზღვრას. ვინ დგას სავალუტო რისკის წინაშე?

ექსპორტიორები - ექსპორტირებული საქონლის ღირებულებას მომწოდებელს უხდის ეროვნული ვალუტით, ამონაგებს კი იღებენ უცხოური ვალუტით. ექსპორტიორისათვის, ეროვნული ვალუტის გამყარება ნიშნავს ნაკლები შემოსავლის მიღებას (პოტენციურად ნაკლები შემოსავალი ფულად ერთეულებში), რადგან ის ნაკლებ ღირს მისთვის ექსპორტირებული საქონლის სანაცვლოდ და პირიქით, მიიღებს მეტ ღირსს (პოტენციურად დამატებითი შემოსავალი ფულად ერთეულებში), თუ ეროვნული ვალუტა გაუფასურდება.

იმპორტიორები - იმპორტირებული საქონლის ღირებულებას იხდის უცხოური ვალუტით, ხოლო ამონაგებს იღებენ ეროვნული ვალუტით. ექსპორტიორებისგან განსხვავებით, ღირსის კურსის გაუფასურება წამგებიანი იქნება იმპორტიორი კომპანიებისთვის, ვინაიდან იმპორტიორს მოუწევს მეტი ღირსის გადახდა (პოტენციური დამატებითი ხარჯი), რათა გაისტუმროს უცხოური ვალუტით ნაკისრი ვალდებულება, ხოლო თუ ეროვნული ვალუტა გამყარდება, იმპორტიორს მოუწევს ნაკლები ღირსის გადახდა (პოტენციური დამატებითი შემოსავალი).

სავალუტო რისკის შემცირების საშუალება არის სავალუტო დაზღვევა, რომელიც შესაძლებელია განხორციელდეს ბიზნეს პროცესების შესაბამისი ორგანიზებით, ისე რომ კომპანიამ მაქსიმალურად აარიდოს თავი სავალუტო ან სხვადასხვა ფინანსურ რისკებს.

კომპანიები სავალუტო რისკის დაზღვევის სხვადასხვა ინსტრუმენტებს იყენებენ: სავალუტო კონტრაქტებს, რომლის

საშუალებით ისინი მომავალში იყიდის ან გაყიდის უცხოურ ვალუტას წინასწარ შეთანხმებული გაცვლითი კურსით წინასწარ შეთანხმებულ თარიღზე. სავალუტო ფინანსურ ინსტრუმენტებს განეკუთვნება: სავალუტო ფორვარდები, ოპციონები, სვოპები. აღნიშნული ინსტრუმენტების შეთავაზება ხდება ძირითადად ბანკების მიერ.

საგაჟრო პოლიტიკა რეჟიმები და ფორმები

საქართველოს საგაჟრო პოლიტიკა

საქართველოს საბაჟო კოდექსი აწესრიგებს საქართველოს საბაჟო ტერიტორიაზე საქონლის შემოტანასა და საქართველოს საბაჟო ტერიტორიიდან საქონლის გატანასთან დაკავშირებულ სამართლებრივ ურთიერთობებს, განსაზღვრავს საბაჟო ზედამხედველობის, საბაჟო კონტროლის და საბაჟო პროცედურების განხორციელებისას წარმოშობილ ურთიერთობებში მონაწილე პირებისა და საბაჟო ორგანოების სამართლებრივ მდგომარეობას, პასუხისმგებლობას საქართველოს საბაჟო კანონმდებლობის დარღვევისათვის, აგრეთვე საბაჟო ორგანოებისა და მათი უფლებამოსილი პირების არამართლზომიერ ქმედებათა გასაჩივრების წესსა და პირობებს, საბაჟო დავების გადაწყვეტის წესს.

საქართველოს საბაჟო კანონმდებლობა შედგება საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად ძალაში შესული საქართველოს საერთაშორისო ხელშეკრულებების, ამ კოდექსის, საბაჟო საქმის ორგანიზების მარეგულირებელი სხვა საკანონმდებლო აქტებისაგან და მათ შესაბამისად მიღებული კანონქვემდებარე ნორმატიული აქტებისაგან. საქართველოს საბაჟო კანონმდებლობის მოქმედება ვრცელდება საქართველოს მთელ საბაჟო ტერიტორიაზე.

საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა

საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა ხასიათდება გამარტივებული საგარეო ვაჭრობის რეჟიმებით და საბაჟო პროცედურებით, დაბალ საიმპორტო ტარიფებითა და მინიმალური არასატარიფო რეგულირებით:

დაბალი გადასახადები იმპორტზე: საბაჟო გადასახადები დაწესებულია მხოლოდ ზოგიერთი სახის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციაზე და სამშენებლო მასალებზე;

რაოდენობრივი შეზღუდვების არარსებობა: საქართველოს არ გააჩნია რაოდენობრივი შეზღუდვები (კვოტები, ან სატარიფო კვოტები);

თანაბარი დაბეგვრის პრინციპი: ადგილობრივი და იმპორტირებული პროდუქცია იბეგრება თანაბარი სააქციზო გადასახადითა და დღგ-თი;

იმპორტ/ექსპორტის ლიცენზიები: მხოლოდ ცეცხლსასროლი იარაღი და ასაფეთქებელი ნივთიერებები, რადიოაქტიული ნივთიერებები, სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული სამკურნალო საშუალებები და სამრეწველო ნარჩენები და სასოფლო-სამეურნეო ქიმიური პრეპარატების გარკვეული სახეობა ექვემდებარება იმპორტის/ექსპორტის ლიცენზირებას. 2005 წლიდან ნებართვების რაოდენობა საიმპორტო და საექსპორტო პროდუქციით ვაჭრობასთან დაკავშირებით 14 ძირითადი ჯგუფიდან 8 ჯგუფამდე შემცირდა.

გამარტივებული სატარიფო პოლიტიკა ექსპორტზე: საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად ექსპორტი ან რეექსპორტი საქართველოდან განთავისუფლებულია საბაჟო გადასახადისაგან. ექსპორტი საქართველოდან დღგ-თი არ იბეგრება.

რეგულირებადი იმპორტ/ექსპორტი: ა) რეგულირებადი იმპორტი: ფიტოსანიტარულ და ვეტერინარულ კონტროლს დაქვემდებარებული პროდუქცია, დაკვირვების ელექტრონული საშუალებები, შეზღუდულად ბრუნვადი მასალები, იარაღი და საბრძოლო მასალები, ორმაგი დანიშნულების პროდუქცია, სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული სამკურნალო საშუალებები, გადაშენების საფრთხის წინაშე მყოფი ველური ფლორის და ფაუნის სახეობები, არაიოდირებული მარილი. ბ) რეგულირებადი ექსპორტი: საქართველოს კულტურული ფასეულობები, დაკვირვების ელექტრონული საშუალებები, შეზღუდულად ბრუნვადი მასალები, იარაღი და საბრძოლო მასალები, ორმაგი დანიშნულების პროდუქცია, სპეციალურ კონტროლს დაქვემდებარებული სამკურნალო საშუალებები, გადაშენების საფრთხის წინაშე მყოფი ველური ფლორის და ფაუნის სახეობები.

სავაჭრო ხელშეკრულებები და რეჟიმები

სავაჭრო რეჟიმი არის ქვეყნებს შორის ორმხრივი და მრავალმხრივი საერთაშორისო ხელშეკრულებით დადგენილი სავაჭრო ურთიერთობა. სავაჭრო რეჟიმი ხელს უწყობს ან პირიქით ზღუდავს ორ ქვეყანას შორის ვაჭრობას. სავაჭრო რეჟიმების შემდეგი სახეებია:

ჩვეულებრივი ვაჭრობა: ანუ ქვეყნებს შორის არ არსებობს არანაირი სავაჭრო პრეფერენციები.

უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი. აღნიშნული რეჟიმი აწესებს ჩვეულებრივ ვაჭრობასთან შედარებით გარკვეულ უპირატესობებს.

პრეფერენციების განზოგადებული სავაჭრო რეჟიმი: რომელსაც ანიჭებენ განვითარებული ქვეყნები შედარებით ნაკლებად განვითარებულ ქვეყნებს ცალმხრივად და არ ითხოვენ სანაცვლოდ სავაჭრო შეღავათებს.

თავისუფალი ვაჭრობა: ორი ან მეტი ქვეყანა თანხმდება ურთიერთ ვაჭრობისას არ გამოიყენონ საბაჟო ტარიფები. გარკვეულ შემთხვევებში ქვეყნებს შორის ფორმდება ამოღების ოქმი, რომელიც განსაზღვრავს იმ პროდუქციის ჩამონათვალს, რომელსაც არ შეეხება თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი

საქართველოში მოქმედი სავაჭრო რეჟიმები და შეთანხმებები:

უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი (MFN Most Favoured Nation): საქართველოს სავაჭრო პარტნიორების უმეტესობა არის ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (ვმო) წევრი და შესაბამისად, ვმო-ს წევრ ქვეყნებთან (153 ქვეყანა) სავაჭრო ურთიერთობები ხორციელდება უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის (MFN) საფუძველზე. ეს ითვალისწინებს ვმო-ს წევრი ქვეყნებისთვის განსხვავებულ დაბალ ტარიფებს.

პრეფერენციების განზოგადებული სისტემა (GSP, Generalized System of Preferences). პრეფერენციების გენერალიზებული სისტემის ძირითადი არსია ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნის მხრიდან ეკონომიკურად შედარებით სუსტი ქვეყნების დახმარება ექსპორტის განვითარებაში. ამ მიზნით განვითარებული ქვეყნები პრეფერენციების გენერალიზებული სისტემის (GSP) ბენეფიციარებს ცალმხრივად (საპასუხო შეღავათების მიღების გარეშე) ანიჭებენ გარკვეულ შეღავათებს საგარეო ვაჭრობაში. კერძოდ, აწესებენ ბენეფიციარი ქვეყნებიდან ექსპორტირებულ საქონელზე საბაზო განაკვეთებთან შედარებით საიმპორტო ტარიფის შემცირებულ განაკვეთებს (ან მთლიანად აუქმებენ მათ), რაც აადვილებს განვითარებადი ქვეყნების საქონლის შეღწევას განვითარებული ქვეყნების ბაზარზე.

საქართველო არის შემდეგი ქვეყნების პრეფერენციათა განზოგადებული სისტემის რეჟიმის ბენეფიციარი: ევროკავშირი, აშშ, იაპონია, კანადა, შვეიცარია და ნორვეგია.

2005 წლის ივლისში საქართველო გახდა დსთ-ს სივრცეში ორიდან, მოლდოვასთან ერთად, ხოლო მსოფლიო მასშტაბით 15-დან ერთ-ერთი, GSP-ის ახალი სქემის EUGSP+ ბენეფიციარი. ეს ახალი მნიშვნელოვანი ფაქტორია საქართველოდან ექსპორტის ხელშეწყობის თვალსაზრისით. ძველი სქემით საქართველოს ეძლეოდა შესაძლებლობა ევროკავშირის ბაზარზე უბაჟოდ შეეტანა მხოლოდ 3300 დასახელების პროდუქცია და 6900 საქონელზე მოქმედებდა მხოლოდ გარკვეული შეღავათები, GSP+ ის ბენეფიციარის სტატუსის მიღების შემდეგ საქართველო ისარგებლებს უფლებით ევროკავშირში უბაჟოდ შეიტანოს 7200 სახეობის პროდუქცია. 2006 წლის 1 იანვრიდან, საქართველო უკვე თურქეთთანაც სარგებლობს GSP+ ის ბენეფიციარის სტატუსით.

აშშ-ის GSP სქემა (GSP, Generalized System of Preferences). აშშ-ს GSP სისტემა მოიცავს 3448 დასახელების საქონელს შეერთებული შტატების ჰარმონიზებული სატარიფო ცხრილის (Harmonized Tariff

Schedule of the United States) 8 ციფრიანი კლასიფიკაციის მიხედვით, რომელთა უმრავლესობა წარმოადგენს დასრულებულ სამრეწველო პროდუქციას და ნახევარფაბრიკატებს. აშშ-ს პრეფერენციული რეჟიმი ვრცელდება პროდუქციის საკმაოდ ფართო სპექტრზე, მათ შორის კაკალზე, ხილის ჩირზე, ხილის და ბოსტნეულის გადამამუშავების პროდუქტებზე, მწვანე ჩაიზე, ყველზე, დაფნაზე, სანელებლებზე, მინერალურ წყლებზე, ლუდზე, ღვინის გარკვეულ სახეობებზე, ეთერზეთებზე, ტყავზე და მის ნაწარმზე, სპილენძის და ტყვიის მადნებზე, ფეროშენადნობებზე, ქვის, კერამიკულ და მინის ნაწარმზე, ხელნაკეთი ტექსტილის 6 კატეგორიაზე და სხვა.

პროდუქცია სარგებლობს აშშ-ს პრეფერენციული რეჟიმით, თუ იგი მთლიანად წარმოებულია ბენეფიციარ ქვეყანაში, მაგრამ თუ პროდუქცია ბენეფიციარ ქვეყანაში იწარმოება საზღვარგარეთიდან იმპორტირებული მასალების გამოყენებით, ადგილობრივი პროდუქტების ღირებულება და გადამამუშავების ხარჯები უნდა აღემატებოდეს აშშ-ში იმპორტისას პროდუქციის ღირებულების 35%-ს

ვაჭრობაში ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ტექნიკური რეგულირების სისტემა. საქართველო შეუერთდა ევროსაბჭოს ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) და მისი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნების ვაჭრობის ტექნიკური რეგულირების სისტემას. შედეგად ბიზნესს გარემოს გაუმჯობესება და ვაჭრობაში ტექნიკური ბარიერების შემცირება მოსალოდნელი.

თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმება (FTA: Free Trade Agreement); ორმხრივი თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმები; მრავალმხრივი თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმები; თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი გულისხმობს შეთანხმების მონაწილე მხარეებს შორის ვაჭრობის გათავისუფლებას საბაჟო-საიმპორტო გადასახადისაგან, გარდა ურთიერთ შეთანხმებული გამონაკლისებისა.

საქართველოს, 1994 წლიდან, თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი აქვს დსთ-ს ქვეყნებთან, რაც ითვალისწინებს დამოუკიდებელ

თანამეგობრობის ქვეყნებს შორის ურთიერთ ვაჭრობაში საქონლისა და მომსახურების გათავისუფლებას საბაჟო საიმპორტო გადასახადისგან. საქართველოს ორმხრივი თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები გაფორმებული აქვს შემდეგ ქვეყნებთან: რუსეთის ფედერაცია, აზერბაიჯანი, სომხეთი, უკრაინა, მოლდოვა, ყაზახეთი, უზბეკეთი, თურქმენეთი, თურქეთი. ამასთან, რუსეთის ფედერაციასა და თურქეთთან არსებული თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი, სხვა ქვეყნებიდან განსხვავებით ითვალისწინებს გამონაკლისებს, კერძოდ, თავისუფალი სავაჭრო რეჟიმიდან გარკვეულ სახის საქონლის ამოღებას.

საქართველოსა და თურქეთს შორის თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმება 2008 წლის 1 ნოემბრიდან შევიდა ძალაში. შეთანხმების ძალაში შესვლის დღიდან სრულად გაუქმდა სამრეწველო პროდუქციის იმპორტზე დაწესებული საბაჟო ტარიფები. გარკვეული გამონაკლისები არის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციაზე.

საქართველო არის დემოკრატიისა და ეკონომიკური განვითარების ორგანიზაცია სუამ-ის ფარგლებში მოქმედი “თავისუფალი სავაჭრო ზონის შექმნის შესახებ” 2002 წლის მრავალმხრივი შეთანხმების მონაწილე ქვეყანა.

სავაჭრო ურთიერთობების თავისებურებები ევროკავშირთან:

ევროკავშირის ურთიერთობა წევრ ქვეყნებთან. 1957 წელს ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებს შორის დაიდო შეთანხმება ევროპის ეკონომიკური თანამეგობრობის შექმნის შესახებ. შეთანხმება ძალაში სრულად შევიდა 1968 წელს. 1985 წელს ევროკომისიამ შეიმუშავა წინადადება, რომლის მიხედვითაც მომავალი შვიდი წლის განმავლობაში ევროპის ეკონომიკურ თანამეგობრობაში უნდა გაუქმებულიყო ყველა ტექნიკური და საგადასახადო ბარიერი, რომელიც ადამიანთა და საქონლის თავისუფალ გადაადგილებას უკავშირდებოდა. ხსენებული ნაბიჯის მიზანი გახლდათ საწარმოო და

კომერციული საქმიანობის სტიმულირება. შედეგად:

- 1) ევროკავშირის ბაზრის ფარგლებში ყველა სახის საბაჟო-სასაზღვრო კონტროლი როგორც პროდუქციაზე, ისე ადამიანთა გადაადგილებაზე გაუქმებულია;
- 2) 1985 წელს დადებული ე.წ. შენგენის შეთანხმება არეგულირებს ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს შორის ადამიანთა გადაადგილებასთან დაკავშირებულ საპოლიციო და საემიგრაციო თანამშრომლობას. შესაბამისად, შესაძლებელი გახდა ევროკავშირის შიდა საკონტროლო-გამშვები პუნქტების სრულად გაუქმება;
- 3) პროდუქციის დიდი უმრავლესობისათვის ევროკავშირის წევრმა ქვეყნებმა შემოიღეს ეროვნულ კანონმდებლობათა ე.წ. ურთიერთ ცნობის პრინციპი, რომლის მიხედვითაც ნებისმიერი პროდუქციისათვის, რომელიც ლეგალურად არის წარმოებული ევროკავშირის სივრცეში და გაყიდვაშია ევროკავშირის წევრ ერთ-ერთ ქვეყანაში, ევროკავშირის წევრი ყველა დანარჩენი ქვეყნის ბაზრებზე ღიაა;
- 4) ეროვნულ კანონმდებლობათა ურთიერთცნობის შესახებ ანალოგიური შეთანხმების საფუძველზე ლიბერალიზირებულია ევროკავშირის მომსახურების სექტორიც. შედეგად, ევროკავშირის ნებისმიერი წევრი ქვეყნის მოქალაქისათვის ევროკავშირის სხვა წევრ ქვეყანაში საქმიანობისას, მოხსნილია ადგილსამყოფელი ქვეყნის მოქალაქეთათვის უპირატესობის მიმნიჭებელი შეზღუდვები ისეთ პროფესიულ სექტორებში, როგორებიცაა იურისპრუდენცია, მედიცინა, ტურიზმი, საბანკო და სადაზღვევო სფერო;
- 5) დასაქმების სფეროს განსამტკიცებლად ევროკავშირის წევრ ერთ ქვეყანაში გაცემული დიპლომი ან კვალიფიკაციის დამადასტურებელი სხვა დოკუმენტი სავალდებულო წესით გახლავთ აღიარებული ევროკავშირის წევრ ყველა დანარჩენ სახელმწიფოში;

6) შემცირებული იქნა საგადასახადო ბარიერები ევროკავშირის წევრი ქვეყნების დამატებითი ღირებულების გადასახადის ნაწილობრივი ჰარმონიზაციის გზით;

7) ევროკავშირის ერთიანი ბაზრის რეგულირების შემადგენელი ნაწილია ევროკავშირის მომხმარებელთა დაცვის პოლიტიკა.

ევროკავშირის ურთიერთობა მესამე (ანუ არაწევრ) ქვეყნებთან. მესამე ქვეყნებიდან ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტს ევროკავშირის სამი სახის საკანონმდებლო აქტი არეგულირებს, ესენია:

1) ევრორეგულაციები, რომელთაც პირდაპირი მოქმედება აქვთ და არ საჭიროებენ ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ეროვნულ კანონმდებლობებში ასახვას.

2) ევროდირექტივები, რომლებიც სავალდებულოა ევროკავშირის ყველა წევრი ქვეყნისათვის და მოითხოვენ ეროვნულ კანონმდებლობაში ასახვას. ამასთან, ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს ეძლევათ საშუალება, ეროვნული კანონმდებლობის საშუალებით თავად განსაზღვრონ ამ დირექტივებით გათვალისწინებული მიზნების შესრულების გზები;

3) ევროკავშირის საბჭოს გადაწყვეტილებები. ინდივიდუალური გადაწყვეტილებების მიღების გზით, ევროკავშირის ინსტიტუტებს ეძლევათ ბერკეტები, შესაბამისი ზომები გაატარონ კონკრეტული პირების, კომპანიების ან წევრი ქვეყნის მიმართ.

მესამე ქვეყნებთან ვაჭრობისას ევროკავშირისათვის პრიორიტეტულია მოქალაქეების ჯანმრთელობის მაქსიმალური დაცვა. ევროკავშირი ფართოდ იყენებს არასატარიფო ბარიერებს, კერძოდ კი ე.წ. ევროსტანდარტებს როგორც სამრეწველო, ასევე სასურსათო პროდუქციისათვის.

ევროკავშირთან ვაჭრობაში, მესამე ქვეყნები მეტნაკლები წარმატებით ახერხებენ ე.წ. სატარიფო, ანუ ადმინისტრაციული ბარიერების გადალახვას (როგორცაა საბაჟო და სხვა ადმინისტრაციული პროცედურები) და მნიშვნელოვანი წინააღმდეგობები ექმნებათ არასატარიფო ბარიერების დამლევის პროცესში. არასატარიფო ბარიერში იგულისხმება ის ტექნიკური (მათ შორის, სანიტარული თუ ფიტოსანიტარული) სტანდარტები, რომლებსაც პროდუქცია უნდა აკმაყოფილებდეს ევროკავშირის ბაზარზე შესაღწევად. მათში ასევე მოიაზრება სერტიფიცირებისა და პროდუქციის წარმოშობის მოთხოვნები. ევროკავშირის ერთიანი ბაზარზე შესაღწევად განვითარებად ქვეყნებს მეტად რთული მოთხოვნების დაკმაყოფილება უწევთ. ამ მოთხოვნათა სირთულე ნაკარნახევია ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოთა სურვილით: ა) ერთის მხრივ, მაქსიმალურად დაიცვან საკუთარი მოქალაქეების ინტერესები ბ) მეორეს მხრივ, ევროკავშირის შიდა ბაზარზე სამართლიანი კონკურენციის პირობები შექმნან, ანუ არ დაუშვან საკუთარ ბაზარზე ისეთ პირობებში და ისეთ ტექნოლოგიებით დამზადებული პროდუქციის შემოსვლა, რომელიც ევროკავშირის სტანდარტებს არ შეესაბამება (შესაბამისად დაბალი თვითღირებულება აქვს და ამით ბაზარზე გარკვეულ უპირატესობას ფლობს).

გადამუშავებული პროდუქციის მარკირება ნიშნით-CE მესამე ქვეყნებიდან ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტირებისათვის დაწესებული მოთხოვნაა. ის განსაზღვრავს ევროკავშირის ბაზარზე შემოტანილი პროდუქციის უსაფრთხოებას მომხმარებლის ჯანმრთელობისათვის. CE მარკირების მოთხოვნა სავალდებულოა გადამამუშავებული მრეწველობის პროდუქციის ფართო ჩამონათვალისათვის. არსებობს პროდუქციის სამი ჯგუფი, რომელსაც აუცილებლად უნდა გააჩნდეს CE მარკირება, ესენია:

1) ყველა ახალი პროდუქცია, წარმოებული როგორც ევროკავშირის წევრ, ასევე სხვა ქვეყნებში;

2) ევროკავშირში მესამე ქვეყნებიდან იმპორტირებული გამოყენებული და მეორადი მოხმარების პროდუქცია;

3) არსებითად მოდიფიცირებული პროდუქცია, რომელზეც ახალი პროდუქტების მსგავსად, შესაბამისი ევროდირექტივები ვრცელდება.

CE მარკირება არ გამოიყენება მაგალითად ავეჯის, ტყავისა დაზოგიერთ საფეიქრო ნაწარმზე. CE მარკირების გამოყენება შეუძლია როგორც ევროკავშირის, ისე მის არაწევრ ქვეყანას, თუ ამ უკანასკნელის “შესაბამისობის შეფასების სისტემა” შესაბამისი ევროდირექტივების მოთხოვნებს აკმაყოფილებს.

ევროკავშირში წარმატებით ფუნქციონირებს სურსათის უვნებლობის სპეციალური კონტროლის სისტემა - საფრთხის ანალიზი და კრიტიკული კონტროლის პუნქტები (Hazard Analysis and Critical Control Points HACCP). ეს არის პრევენციული სისტემა, რომელიც სურსათის წარმოებისა და რეალიზაციის ყველა ეტაპზე რისკების იდენტიფიცირებას და მათ აღმოფხვრას ემსახურება. ამ სისტემით ხდება როგორც ევროკავშირში წარმოებული სურსათის, ისე ევროკავშირის ბაზარზე სასურსათო პროდუქციის იმპორტის პროცესის კონტროლი.

ევროკავშირის ეტიკეტირებასთან დაკავშირებული კანონმდებლობა ავალდებულებს ადგილობრივ მწარმოებლებს და იმპორტიორებს, მკაცრად დაიცვან ხსენებული კანონმდებლობით დადგენილი წესები და მოთხოვნები. კერძოდ, სასურსათო პროდუქტების ეტიკეტებზე აუცილებლად უნდა იყოს მითითებული სხვადასხვა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია.

ზემოთაღნიშნულის გარდა, ევროკავშირის სასურსათო პროდუქტების ბაზარზე ექსპორტირებისათვის დაწესებულია სხვა მოთხოვნები, მაგალითად სასურსათო პროდუქტებში პესტიციდების დასაშვებ მაქსიმალურ ზღვართან, მძიმე ლითონების შემცველობის დასაშვებ

მაქსიმალურ ზღვართან, მიკრობიოლოგიური და რადიოაქტიური ელემენტების დონესთან დაკავშირებით და ა.შ.

განვითარებად ქვეყნებთან მრავალმხრივი და ორმხრივი სავაჭრო ურთიერთობების გაფართოების პარალელურად, ევროკავშირი ინტენსიურად ამუშავებს ბაზარზე შეღავათიანი შეღწევის ცალმხრივ სქემებს, ე.წ. პრეფერენციათა (შეღავათების) განზოგადებული სისტემის (GSP) ფარგლებში. ამ გზით ევროკავშირი განვითარებად ქვეყნებს საკუთარ ბაზარზე შეღწევის უპირატეს პირობებს ნებაყოფლობით უქმნის და განვითარებად ქვეყნებს მათი ექსპორტის ხელშეწყობაში ეხმარება.

GSP ევროკავშირმა 1971 წელს პირველმა შემოიღო. ევროკავშირის დღეისათვის მსოფლიოს 180-ზე მეტი ქვეყნისათვის აქვს მინიჭებული GSP-ით მოსარგებლე ქვეყნის სტატუსი, რაც ამ ქვეყნებს საშუალებას აძლევს ევროკავშირის ბაზარზე საქონელი შემცირებული ან ნულოვანი ტარიფით შეიტანონ.

2005 წლამდე ევროკავშირის GSP-ს სქემა შედგებოდა ხუთი ქვესქემისაგან:

1) ზოგადი სქემა. არსებულ სატარიფო განაკვეთს აკლდებოდა 3.5 პროცენტი.

2) სპეციალური სქემა შრომის უფლებათა დაცვისათვის. არსებულ სატარიფო განაკვეთს აკლდებოდა 8.5 პროცენტი.

3) სპეციალური სქემა გარემოს დაცვისათვის. არსებულ სატარიფო განაკვეთს აკლდებოდა 8.5 პროცენტი.

4) სპეციალური სქემა ნარკოტიკების და ტრეფიკინგის წინააღმდეგ ბრძოლისათვის. ითვალისწინებდა ევროკავშირის ბაზარზე ნულოვანი საბაჟო გადასახადით შეღწევას.

5) სპეციალური სქემა დაწესებული უღარიბესი, ანუ ე.წ. ყველაზე ნაკლებად განვითარებული (Least Developed Countries) ქვეყნებისთვის “ყველაფერი იარაღის გარდა”. ყველა პროდუქტი იარაღის და ამუნიციის გარდა სარგებლობდა ევროკავშირის ბაზარზე ნულოვანი საბაჟო განაკვეთით, ასევე მათ არ ეხებოდათ არანაირი რაოდენობრივი შეზღუდვები.

2005 წლიდან ევროკავშირმა კიდევ უფრო გააიოლა საკუთარი GSP და შესაბამისი ქვესქემების რაოდენობა სამამდე შეამცირა: 1) ზოგადი სქემა 2) სპეციალური სქემა დაწესებული უღარიბესი ქვეყნებისთვის “ყველაფერი იარაღის გარდა” შენარჩუნდა უცვლელად. 3) ახალი სპეციალური სქემა GSP+, მასში გაერთიანდა სპეციალური სქემა შრომის უფლებათა დაცვისათვის, სპეციალური სქემა გარემოს დაცვისათვის და სპეციალური სქემა ნარკოტიკების და ტრეფიკინგის წინააღმდეგ ბრძოლისათვის, რომლის მიმღები, ანუ ბენეფიციარი, ევროკავშირის გადაწყვეტილების მიხედვით, სხვა ქვეყანასთან ერთად საქართველოც არის. უნდა აღინიშნოს, რომ ევროკავშირის GSP ანალოგიურ სავაჭრო შეღავათებს შორის ყველაზე ფართოა. 2005 წელს ამოქმედებულმა ე.წ. GSP+ 7200 სახეობის პროდუქტია მოიცვა. ამასთანავე, უნდა აღინიშნოს ის გარემოება, რომ იმ საქონლის ჩამონათვალიდან, რომელიც ევროკავშირის ზოგად საბაჟო სატარიფო განაკვეთებშია მოცემული (სულ დაახლოებით 11000 სახეობა), 2100 მდე სახეობის პროდუქტს ევროკავშირი ისედაც ანიჭებს ნულოვან საბაჟო განაკვეთს. აქედან გამომდინარე, თუ ამ საქონლის ჩამონათვალს დავუმატებთ GSP+ სქემით მოცული საქონლის ჩამონათვალს, დავინახავთ, რომ ამ სქემის მიმღებ ქვეყნებში წარმოებულ 9300 დასახელების პროდუქტს ევროკავშირის ბაზარზე დღეისათვის ნულოვანი საბაჟო ტარიფით შეუძლია შეღწევა, რაც ამ ქვეყნებისათვის საკმაოდ მნიშვნელოვანი შეღავათია.

ევროკავშირის GSP განვითარებად ქვეყნებს მხოლოდ სატარიფო შეღავათებს სთავაზობს. არასატარიფო ბარიერებთან დაკავშირებით კი ევროკავშირის სავაჭრო შეღავათები არასოდეს შეუძლებელია.

საქართველოსა და ევროკავშირის შორის სავაჭრო ურთიერთობების საფუძველი.

საქართველოსა და ევროკავშირის შორის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების ძირითად სამართლებრივ საფუძველს მხარეებს შორის 1996 წელს გაფორმებული და 1999 წელს ძალაში შესული „პარტნიორობისა და თანამშრომლობის შესახებ შეთანხმება“ განსაზღვრავს. ხსენებული შეთანხმების გაფორმებით, მხარეებმა აიღეს ვალდებულება, ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის წესების და მიზნების შესაბამისად, განახორციელონ ერთმანეთთან ვაჭრობის ლიბერალიზაცია. „პარტნიორობისა და თანამშრომლობის შესახებ შეთანხმების“ ხელმოწერით ევროკავშირმა და საქართველომ ეკონომიკური ურთიერთობების განსახორციელებლად თვისობრივად ახალი, ვაჭრობაზე და ინვესტიციებზე ორიენტირებული გარემოს შექმნის ვალდებულება აიღეს.

2004 წლის 14 ივნისს საქართველოს ევროპულ სამეზობლო პოლიტიკაში ჩართვამ საქართველოსა და ევროკავშირის შორის არსებული სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარებას მნიშვნელოვანი ბიძგი მისცა. ხსენებული პოლიტიკა, მონაწილე ქვეყნებს ახალი სახის, ძალზე მჭიდრო პოლიტიკურ-ეკონომიკური ურთიერთობების ჩამოყალიბებას სთავაზობს. ევროკავშირის ამოცანაა, რომ ევროპულ სამეზობლო პოლიტიკაში ჩართულ ქვეყნებს ეკონომიკურ სფეროში თანამშრომლობის, კერძოდ კი ევროკავშირის შიდა ბაზარში ჩართვისა და ე.წ. „ოთხი თავისუფლების“ ადამიანების, საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალი გადაადგილების თანდათანობით გავრცელების გზით, ეკონომიკური ინტეგრაციის პერსპექტივა დაუახლოს. ევროკავშირთან სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარება თანამშრომლობის ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტად იქნა აღიარებული და შესაბამისად, საქართველოს ხელისუფლების საქმიანობა ორი ძირითადი მიმართულებით წარიმართა:

1) ევროკავშირთან ვაჭრობაში საბაჟო-სატარიფო შეღავათების უფრო ეფექტურად გამოყენება და არსებული ტარიფების კიდევ უფრო შემცირება;

2) კანონმდებლობის ჰარმონიზების, შესაბამისი ადმინისტრაციული რეფორმებისა და ევროპული სტანდარტების დანერგვის გზით, ქართული პროდუქციის მიერ ევროკავშირის არასატარიფო ბარიერების გადალახვის ხელშეწყობა;

ევროკავშირთან ვაჭრობაში საბაჟო ტარიფების გაუქმება-დაწევის მიმართულებით საქართველოს წინაშე ამჟამად მდგარი ამოცანებია:

1) ევროკავშირის პრეფერენციათა გენერალიზირებული სისტემით (GSP+) გათვალისწინებული სავაჭრო შეღავათების მეტად პოპულარიზება, რათა ქართველ ექსპორტიორთა შორის ამ შეღავათების მომხმარებელთა რიცხვმა იმატოს;

2) ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმების გაფორმება;

დამატებითი ინფორმაცია იმ ქვეყნების პრეფერენციების სისტემაზე, რომლითაც შეუძლია ისარგებლოს ექსპორტიორმა საქართველოდან შეგიძლიათ მოიძიოთ მისამართზე: www.ictplgeorgia.ge

თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა

თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა არის საქართველოს საბაჟო კოდექსით გათვალისწინებული თავისუფალი ზონის ნაირსახეობა, სადაც მოქმედებს დამატებითი პირობები და საგადასახადო შეღავათები. თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა განსაზღვრული ვადით გამოიყოფა ეკონომიკური საქმიანობისათვის და მის ფარგლებში პირები ექვემდებარებიან სპეციალურ ეკონომიკურ და სამართლებრივ რეჟიმს, რომელიც დადგენილია ამ კანონით. თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის მახასიათებლებია:

1. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში ანგარიშსწორება ხორციელდება ნებისმიერი ვალუტით;
2. გადასახადებთან დაკავშირებული საკითხები რეგულირდება საქართველოს საგადასახადო და საბაჟო კოდექსებით;
3. მოგების გადასახადისაგან გათავისუფლებულია მხოლოდ ის საწარმოები, რომლებსაც საქართველოს საგადასახადო კოდექსით განსაზღვრული წესით მინიჭებული აქვთ საერთაშორისო საწარმოს სტატუსი;
4. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში უცხოური საქონლის შეტანა არ იბეგრება დამატებული ღირებულების გადასახადით;
5. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში განხორციელებული ოპერაციები არ იბეგრება დამატებული ღირებულების გადასახადით;
6. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში არსებული ქონება გათავისუფლებულია ქონების გადასახადისაგან;
7. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში უცხოური საქონლის შეტანა გათავისუფლებულია საბაჟო გადასახადისაგან;
8. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში წარმოებული საქონლის, თავისუფალი ინდუსტრიული ზონიდან შეტანა (იმპორტი) საქართველოს სხვა ტერიტორიაზე (თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის გარეთ), გათავისუფლებულია საბაჟო გადასახადისაგან.
9. თავისუფალ ინდუსტრიულ ზონაში საქართველოს საქონლის შეტანა განიხილება, როგორც საქონლის ექსპორტი;
10. თავისუფალი ინდუსტრიული ზონიდან საქონლის სხვა ქვეყანაში გატანა განიხილება, როგორც საქონლის ექსპორტი.

ორგანიზაციული და ბიზნეს საკითხები

საერთაშორისო ვაჭრობასთან დაკავშირებული რისკები,
ფაქტორები, მონაწილეები

საერთაშორისო ვაჭრობის რისკები

საერთაშორისო ვაჭრობა დამატებით უპირატესობებთან ერთად ასევე დამატებით რისკებს შეიცავს. საერთაშორისო ვაჭრობასთან დაკავშირებული რისკებიდან ჩამოვთვლით რამოდენიმეს: სავალუტო კურსთან დაკავშირებული რისკები; გადახდის უნარიანობის რისკი; პროდუქციის ხარისხის რისკი; სატრანსპორტო რისკები; სამართლებრივი რისკები; პოლიტიკური რისკები; ფორს მაჟორი - სტიქიური უბედურება, ტერორისტული აქტი და.შ.

რისკების წარმატებული მართვისთვის მეწარმის მხრიდან დროულად უნდა იქნეს ჩამოყალიბებული რისკების მართვის გეგმა, რომელიც თავის მხრივ მოიცავს: რისკების გამოვლენას; მათი სავარაუდო შედეგების განსაზღვრას; ქვევის წესების შემუშავებას თითოეული გამოვლენილი საფრთხის მიხედვით. მნიშვნელოვანია მეწარმემ გაიაროს კონსულტაციები საერთაშორისო ვაჭრობის მონაწილე კომპეტენტურ მხარეებთან.

საერთაშორისო ვაჭრობაზე მოქმედი ფაქტორები

საერთაშორისო ვაჭრობაზე მოქმედი ფაქტორები შესაძლებელია დავყოთ შიდა - კონტროლირებად და გარე ანუ არაკონტროლირებად ფაქტორებად. ასე მაგალითად, კონტროლირებადი ფაქტორების მაგალითია: ორგანიზაციის კაპიტალი, ფინანსები, ნედლეული, პერსონალი, საწარმოო საშუალებები, მარკეტინგული საშუალებები და ა.შ. ხოლო არაკონტროლირებადი ფაქტორების მაგალითია: ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური პირობები, გეოგრაფიული მდებარეობა, ბუნებრივი რესურსები, პოლიტიკური და სამართლებრივი სტატუსი, ქვეყნის კულტურა, რელიგია, ენა და ასე შემდეგ.

ბიზნესის ორგანიზების ფორმები საერთაშორისო ვაჭრობაში

შეუძლებელია ითქვას, რომ საერთაშორისო ვაჭრობის წარმოებისათვის არსებობს რომელიმე ერთი, განსაზღვრული ბიზნეს ორგანიზების ფორმა, რომლის გამოყენებაც რეკომენდირებულია. მეწარმეთა შესახებ საქართველოს კანონი განიხილავს ექვს ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმას. ესენია: ინდივიდუალური საწარმო; სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს); კომანდიტური საზოგადოება (კს); შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს); სააქციო საზოგადოება (სს); და კოოპერატივი. განსხვავება ზემოთ ჩამოთვლილ სამეწარმეო ფორმებს შორის განპირობებულია როგორც დამფუძნებელთა რაოდენობის ასევე მათი პასუხისმგებლობის ხარისხით საწარმოს კრედიტორებისა და დებიტორების მიმართ.

საერთაშორისო ვაჭრობის მონაწილეები

განასხვავებენ საერთაშორისო ვაჭრობის ორ ფორმას - პირდაპირს და არაპირდაპირს. პირდაპირი, ექპორტიორსა და იმპორტიორს შორის უშუალო ურთიერთობას გულისხმობს, ხოლო არაპირდაპირი საერთაშორისო ვაჭრობის წარმოებაში მესამე მხარის მონაწილეობაზე მიუთითებს. შესაბამისად, მესამე მხარე შესაძლებელია გენტის ან დისტრიბუტორის სახით იყოს წარმოდგენილი.

დისტრიბუტორი არის შუამავალი, რომელიც ყიდულობს საქონელს მასზე საკუთრების უფლებით. ხოლო **აგენტი**, ერთმანეთთან აკავშირებს ორ მხარეს, მაგრამ არ აქვს საქონელზე საკუთრების უფლება. დისტრიბუტორი აგენტთან შედარებით მეტი რისკის ქვეშაა მოქცეული, მაგრამ იგი მეტ კონტროლსაც ინარჩუნებს ვაჭრობის ოპერაციებზე. იმისდა მიხედვით თუ როგორ და რა ტიპის სავაჭრო ოპერაციებში არიან ჩართული, განასხვავებენ როგორც აგენტის ასევე დისტრიბუტორის სხვადასხვა ტიპებს.

მიზნობრივი ბაზრების და პროდუქტების შესწავლა-შერჩევა

საექსპორტო ბაზრის არჩევა რთული, მრავალკომპონენტური პროცესია. მნიშვნელოვანწილად ის დამოკიდებულია თქვენი კომპანიის მიზნებზე, რისკის გაწვევის მართლზომიერებაზე, გამოცდილებაზე.

არსებობს საექსპორტო ბაზრების არჩევის უმარტივესი მეთოდები, მაგალითად თქვენ ირჩევთ თქვენი პროდუქციის 5 ყველაზე მსხვილ იმპორტიორ ქვეყანას. ეს ინფორმაცია ხელმისაწვდომია საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის საიტებზე. კერძოდ აირჩევთ სასქონლო პოზიციას და შემდეგ მოძებნით ყველაზე დიდ იმპორტიორებს. ძებნას იქყებთ ვებ გვერდიდან: www.intracen.org შემდეგ ახდენთ ამ ქვეყნების დიფერენცირებას ისეთი პარამეტრების მიხედვით როგორცაა მანძილი, საქართველოსთან არსებული სავაჭრო რეჟიმი, იმპორტის მოცულობა, კულტურული მსგავსება, ბაზრის ზრდის ტემპი, ეკონომიკის თავისუფლების მაჩვენებელი. ეს მოგცემთ წარმოდგენას არჩეული ქვეყნის დამოკიდებულებაზე იმპორტთან მიმართებაში. ინფორმაცია შეგიძლიათ ნახოთ შემდეგ ვებ გვერდზე: <http://www.heritage.org/index/>

რასაკვირველია პრიორიტეტების რანჟირება დამოკიდებული იქნება მრავალ ფაქტორზე, კომპანიის შესაძლებლობებზე, მენეჯმენტის ხედვაზე თუ როგორ უნდა განვითარდეს კომპანია.

შეიძლება ავირჩიოთ პრაქტიკაში საკმაოდ კარგად აპრობირებული მეთოდი, რომელსაც უახლოეს მეზობელს ეძახიან. ამ შემთხვევაში თქვენი არჩევანი შემოიფარგლება უშუალო სახმელეთო საზღვრის მქონე სახელმწიფოებით, ასევე შავი ზღვის ქვეყნებით. შესაძლებელია მოვახდინოთ უახლოესი მეზობლის ცნების გარკვეული ტრანსფორმაცია და განვიხილოთ ის რეგიონები, რომლებიც ერთის მხრივ გეოგრაფიულად ახლოა, ხოლო მეორე მხრივ მათი კულტურული თავისებურებები უცხო არაა ქართველი ექსპორტიორისათვის. ამ შემთხვევაში შეიძლება ვისაუბროთ ყოფილი სსრკ მოკავშირე რესპუბლიკებზე, მაგალითად ბალტიის

სახელმწიფოებზე, ან აღმოსავლეთ ევროპის სახელმწიფოებზე (უკრაინა, მოლდოვა, ბელარუსი), ან ცენტრალური აზიის სახელმწიფოებზე. მეორეს მხრივ შეიძლება ვისაუბროთ ახლო აღმოსავლეთის არაბულ სახელმწიფოებზე ან ისრაელზე.

შერჩევის მეთოდად შეიძლება გამოვიყენოთ საერთაშორისო ვაჭრობაში კარგად ცნობილი ნახევარსფეროების განსხვავების მეთოდი ანუ როდესაც ჩრდილოეთ ნახევარსფეროში ზაფხულია, სამხრეთ ნახევარსფეროში ზამთარია და პირიქით. შესაძლებელია გამოვიყენოთ ის მწარმოებელი და სავაჭრო კომპანიები, რომლებიც თავის მხრივ იყენებენ ამ მეთოდს. მაგალითად ჰოლანდიური სავაჭრო ფირმებისათვის საინტერესო იქნება პროდუქციის მიწოდება სამხრეთ ნახევარსფეროში მდებარე სახელმწიფოებისათვის მათთან ზამთრის პერიოდში, როდესაც ჩრდილოეთ ნახევარსფეროში ზაფხულია. სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის მწარმოებლები და სავაჭრო კომპანიები კი დაინტერესდებიან ევროპულ ბაზარს მიაწოდონ პროდუქცია, როდესაც მათთან ზამთრის პერიოდია, ხოლო ევროპაში ზაფხული.

ამ მეთოდის გამოყენება შეზღუდულია იმ პროდუქტებით რომელთა მოხმარებაც სეზონურ ხასიათს ატარებს. რეალურად ეს ძირითადად ეხება სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას.

საექსპორტო ბაზრის შერჩევისას უნდა გვახსოვდეს საგარეო ვაჭრობის "ოქროს წესი", რაც უფრო მეტია მანძილი სადაც პროდუქცია ვიყიდით და სადაც მისი გაყიდვა გვინდა მით უფრო მეტია ამ პროდუქციის ფასებს შორის სხვაობა.

ნებისმიერ შემთხვევაში ბაზრის შესწავლა პირველ რიგში გულისხმობს სასურველი ინფორმაციის შეგროვებას და ამ ინფორმაციის გამოყენებას მიზნობრივი ბაზრების შესაძლებლობების, სისუსტეების, ძლიერი მხარეებისა და საფრთხეების განსაზღვრისათვის. სავაჭრო ოპერაციების დაწყებამდე ჩატარებული წინასწარი კვლევები ამცირებს შესაძლო გართულებებსა და რისკებს მომავალში. კვლევის შედეგები

მიზნობრივი ბაზრის სწორად შერჩევის შესაზღვრებლობას იძლევა. არსებობს ბაზრის შესწავლის სხვადასხვა მეთოდები. როდესაც საქმე საერთაშორისო ვაჭრობას ეხება, ინფორმაციის მოგროვება რამოდენიმე ფაქტორის მიხედვით ხდება:

გეოგრაფიული ფაქტორები: ქვეყანა, რეგიონი, დრო, სატრანსპორტო ლოჯისტიკა და ა.შ.

ეკონომიკური, პოლიტიკური და სამართლებრივი გარემო ფაქტორები: შეფუთვის და მარკირების სტანდარტები, მომხმარებელთა დაცვის სტანდარტები და წესები, ბიზნეს გადასახადები და ა.შ.

დემოგრაფიული ფაქტორები: ასაკი და სქესი, შემოსავალი და ოჯახის სტრუქტურა, დასაქმება, კულტურული შეხედულებები და ა.შ.დ)

საბაზრო მახასიათებლები: მსხვილი კონკურენტები, მსგავსი პროდუქტები, ძირითადი ბრენდები, ბაზრის სიდიდე, შიდა მწარმოებლების არსებობა, აგენტები, მომწოდებლები და დისტრიბუტორები და ა.შ.

ბაზრის შერჩევის პროცესი მოითხოვს ინფორმაციის მოგროვებას იმ პროდუქტზე და მომსახურებაზე რითაც აპირებს მეწარმე საერთაშორისო სავაჭრო ოპერაციებში ჩართვას. ინფორმაცია აუცილებლად უნდა მოიცავდეს: მოთხოვნა/მიწოდებას პროდუქტზე ან მომსახურებაზე, მოცემული პროდუქტის/მომსახურების ბაზრის სეგმენტის აღწერას, მოცემული პროდუქტით/მომსახურებით საერთაშორისო ვაჭრობის საკანონმდებლო რეგულირებას, სადისტრიბუციო ქსელების მდგომარეობას ბაზარზე, ბიზნესის კეთების გარემოს: ენა, კულტურა, პოლიტიკა, ა.შ.

ექსპორტ/იმპორტის პროდუქტის შერჩევისას ყურადღება მიაქციეთ შემდეგს:

პროდუქტის წარმოებისა და მოწოდების ხარისხი უნდა იყოს თანამიმდევრული კონკურენტებთან შედარებით; ეცადეთ თავი აარიდეთ ისეთი პროდუქციის ექსპორტს, რომლებიც მონოპოლირებული არის ერთი ან რამდენიმე მომწოდებლის მიერ; ექსპორტირებული პროდუქციის ფასი არ უნდა მერყეობდეს და იცვლებოდეს ხშირად, ვინაიდან ეს საფრთხეს უქმნის ექსპორტის ბიზნესის მომგებიანობას; შეამოწმეთ სამთავრობო პროცედურები და მოთხოვნები პროდუქტთან დაკავშირებით; კარგად შეისწავლეთ ექსპორტის სამთავრობო წამახალისებელი სქემები; გაერკვიეთ უცხოური ბაზრების იმპორტის რეგულირების საკითხებში, განსაკუთრებით სატარიფო და არასატარიფო ბარიერებში; გაითვალისწინეთ პროდუქტის სეზონური მახასიათებლები; აუცილებლად იქონიეთ მხედველობაში მალფუჭებადი პროდუქციის ფაქტორი, შეფუთვისა და ეტიკეტის მოთხოვნები;

საექსპორტო ბაზრების შერჩევის დასრულების შემდეგ კომპანიამ უნდა განსაზღვროს საექსპორტო ბაზარზე შესვლის კონკრეტული გზა, ეს მნიშვნელოვნად განაპირობებს წარმატების მიღწევას.

საექსპორტო ბაზრებზე შესვლის სხვადასხვა ვარიანტები

საექსპორტო პროგრამის წარმატებისათვის ძალზე მნიშვნელოვანია სწორედ იქნას შერჩეული ბაზარზე შესვლის ვარიანტი. ზოგადად შესაძლებელია განვიხილოთ ორი მოდელი პირდაპირი და არაპირდაპირი ექსპორტი. არაპირდაპირი ექსპორტის დროს ექსპორტიორი თავის პროდუქციას აწვდის საკუთარ ქვეყანაში არსებულ მყიდველს. პირდაპირი ექსპორტის დროს ექსპორტიორი უკავშირდება იმპორტიორს ან მომხმარებელს რომელიც განლაგებულია სხვა ქვეყანაში.

თეორიულად შესაძლებელია არაპირდაპირი ექსპორტის შემთხვევაში ერთმანეთისაგან განვასხვავოთ ორგანიზაციები, რომლებიც თავისი სახელით ყიდულობენ და შემდეგ ყიდიან პროდუქციას და ისინი,

რომლებიც მონაწილეობენ სავაჭრო გარიგების შესრულებაში. ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს შუამავლებთან. საქართველოში ამ ფორმის განვითარება სამწუხაროდ შეზღუდულია ერთის მხრივ სავაჭრო კომპანიების სიმცირით, ხოლო მეორეს მხრივ ექსპორტიორის სურვილით კონტრაქტი გააფორმოს უშუალო მყიდველთან. ამავე ტიპს მიეკუთვნება საექსპორტო ალიანსების ფორმირება. ამ შემთხვევაში რამოდენიმე მწარმოებელი, გადამზიდავი და სხვა ტიპის კომპანიაც აერთიანებს ძალისხმევას რათა საექსპორტო პროდუქცია გატანილი იქნას საზღვარგარეთ. ამ ფორმის განვითარებას აქვს თავისი ობიექტური და სუბიექტური შეზღუდვები. ობიექტურს მიეკუთვნება გარკვეული საკანონმდებლო მოუწესრიგებლობა, სუბიექტურს კი ალიანსის პოტენციურ პარტნიორებს შორის ნდობის დაბალი ფაქტორი.

პირდაპირი ექსპორტის ფორმა საქართველოში უფრო გავრცელებულია. როგორც წესი, პარტნიორად გამოდიან სხვა ქვეყნის სავაჭრო იმპორტიორი ფირმები. ამ ტიპის კომპანიებთან დაკავშირებას გააჩნია მთელი რიგი უპირატესობები. სავაჭრო იმპორტიორი კომპანიები ფლობენ უნიკალურ საბაზრო ინფორმაციას. გარდა ამისა, ისინი ასრულებენ სპეციფიურ ფუნქციებს როგორცაა, სავაჭრო ასორტიმენტის ფორმირება, სასაქონლო პარტიის ზომის გარდაქმნა მცირე პარტიებად, დაფასოების, მარკირების ოპერაციები. ეს ფუნქციები ყველა შემთხვევაში შესასრულებელია, თუმცა სპეციალიზაციის გამო სავაჭრო იმპორტიორ კომპანიებს შეუძლიათ ამ ფუნქციების მინიმალური დანახარჯებით შესრულება, რაც წარმოადგენს მათთვის რეალურ კონკურენტულ უპირატესობას.

დამწყები ექსპორტიორი კომპანიებისათვის ასევე ძალზე საინტერესოა ჩაერთოს უკვე არსებულ მიწოდების ჯაჭვში. აქ როგორც წესი მოქმედებს მარტივი წესები. ექსპორტიორი არ ქმნის საბოლოო პროდუქტს, მან აუცილებლად უნდა მოუგოს სხვა კონკურენტებს საფასო კონკურენცია, დამკვეთს უნდა შესთავაზოს მიწოდების ძალზე ხელსაყრელი გრაფიკი. როგორც წესი, ამ შემთხვევაში ურთიერთობები

იწყება მინიმალური ზომის სასაქონლო პარტიების დაკვეთით, რაც ობიექტურად აძვირებს ერთეული პროდუქტის ფასს. ეს ობიექტური წინააღმდეგობაა, ვინაიდან როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ ასეთი ფორმით ექსპორტში ჩართვისათვის აუცილებელია ძალიან კონკურენტული ფასები. თუმცა მხედველობაში უნდა იქნას მიღებული ის ფაქტი, რომ საწყისი პარტიების წარმატებით მიწოდების შემთხვევაში, დამკვეთი გაზრდის პარტიების ზომებს, რაც არსებული ფასების პირობებშიც გამოიწვევს ერთეულის გაიაფებას და ამდენად გაზრდის მოგებას. ამდენად ექსპორტიორი კომპანიისათვის ძალიან მნიშვნელოვანია თავიდანვე სწორად ქონდეს განსაზღვრული თავისი მიზნები.

დამწყები ექსპორტიორებისათვის ძალიან მნიშვნელოვანია პირველი საექსპორტო ოპერაცია ჩაატარონ მაქსიმალურად დაცულად. ამ შემთხვევაში შესაძლებელია გამოყენებული იქნას ისეთი მოდელი, როდესაც დამწყები ექსპორტიორი პირველ პარტიას სთავაზობს უკვე გამოცდილ ექსპორტიორს. იდეალურ შემთხვევაში ექსპორტიორი იგივე ბაზარზე ყიდის, სადაც დამწყებს უნდა გაყიდოს და აქვს იგივე ბიზნესის გამოცდილება. შესაძლებელია მოიძებნოს ისეთი ვარიანტი, როდესაც დამწყები ექსპორტიორის პროდუქცია გამოცდილი ექსპორტიორის პროდუქციის თანმდევი ან შემავსებელია. ასეთ შემთხვევაში დამწყები ექსპორტიორი კარგად უნდა ფლობდეს ინფორმაციას უკვე არსებული ქართველი ექსპორტიორების შესახებ, რათა სწორად შეარჩიოს ეს თანმდევი ან შემავსებელი პროდუქტები. რასაკვირველია ამ ფორმის წარმატებით გამოყენებისათვის აუცილებელია ძალიან ბევრი პირობის დამთხვევა. თუმცა დამთხვევის შემთხვევაში ეს ფორმა ნაკლებად სარისკოა და დამწყებ ექსპორტიორს დაუზოგავს ექსპორტთან დაკავშირებულ აუცილებელ ხარჯებს.

ფასწარმოქმნა საერთაშორისო ვაჭრობაში

პროდუქტის ან მომსახურების სხვა ქვეყანაში გაყიდვის ოთხი მნიშვნელოვანი ელემენტია: სათანადო ფასწარმოქმნა, სრული და ზუსტი კვოტირება, გაყიდვის პირობების და გადახდის მეთოდის შერჩევა. ამ ოთხი ელემენტიდან, ფასწარმოქმნა ყველაზე უფრო პრობლემატურია გამოცდილი ექსპორტიორისთვისაც კი.

ფასწარმოქმნის ტრადიციული კომპონენტებია ხარჯები, ბაზრის მოთხოვნილება და კონკურენცია. ეს კომპონენტები უნდა შეესაბამებოდეს კომპანიის საერთაშორისო ბაზარზე შესვლის მიზნებს.

საერთაშორისო ვაჭრობის დროს ექსპორტიორმა ასევე უნდა გაითვალისწინოს დამატებითი ხარჯებიც, რაც უშუალოდ ექსპორტი-იმპორტის ოპერაციებს უკავშირდება ოპტიმალური საექსპორტო ფასის დადგენა გულისხმობს ხარჯების დაფარვას, გაყიდვების ზრდას და მაქსიმალური მოგების მიღებას.

საერთაშორისო ვაჭრობის დროს უნდა გამოვეყნოთ ორი განსხვავებული ვარიანტი: 1) ექსპორტიორი ერთჯერადად აკეთებს პროდუქციის ექსპორტს - ამ შემთხვევაში კომპანიას არ უწევს მრავალი სხვადასხვა ხარჯის გაწევა და 2) ექსპორტს გააჩნია რეგულარული ხასიათი - ამ შემთხვევაში ვაჭრობა შეიძლება ასევე ხორციელდებოდეს 2 გზით: ა) კომპანიას უშუალოდ ჩააქვს და უზრუნველყოფს პროდუქციის გაყიდვას საბოლოო მომხმარებელზე - შესაბამისად უწევს ყველა დამატებით ხარჯების გაწევა და რეალიზაციასთან დაკავშირებული რისკების საკუთარ თავზე აღება. ბ) კომპანიის პროდუქციის რეალიზაცია ხდება პარტნიორი დისტრიბუტორი კომპანიის მიერ.

საექსპორტო პროდუქციაზე ფასწარმოქმნის ძირითადი ელემენტებია:

ა) უცხოელი დისტრიბუტორის საკომისიო - დამოკიდებულია სადისტრიბუციო ქსელის სიგრძეზე (შუალედური რგოლების რაოდენობა); ბ) გადასახადები, ტარიფები და საბაჟო მოსაკრებლები, რომლებსაც შეხვდებით უცხოეთის ბაზრებთან ურთიერთობის დროს; გ) ინფლაციის ხარჯები - არ უნდა უგულებელყოთ ინფლაციის გავლენა საქონლის ღირებულებაზე; დ) გაცვლის კურსის ცვალებადობის დროს წარმოქნილი სავარაუდო ხარჯი; ე) ტვირთების, სავალუტო და საკრედიტო რისკების დაზღვევა; ვ) ტვირთის ტრანსპორტირება - არსებობს პროდუქციის მიწოდების სხვადასხვა მეთოდები, რომელიც რეგულირდება “INCOTERMS 2010“-ით; ზ) პროდუქტის ცვლილება და სპეციალური შეფუთვა უცხოური ბაზარზე ადაპტაციისთვის.

დამატებითი ხარჯები, როდესაც ექსპორტი ხორციელდება რეგულარულად:

ა) ბაზრის შესწავლა და უცხოური კომპანიების კრედიტუნარიანობის შემოწმება; ბ) საქმიანი მივლინება; გ) საერთაშორისო საფოსტო მომსახურება, საკაბელო და სატელეფონო ტარიფები; დ) საექსპორტო დოკუმენტაციის მომზადების და თარგმნის ხარჯები;

საექსპორტო ფასწარმოქმნის ძირითადი ფაქტორები:

- 1) უცხოეთის ბაზარზე საქმიანობის მიზნები. ფასების ანალიზის მნიშვნელოვანი ასპექტია ბაზარზე შესვლის მიზნების დადგენა. მაგალითად, კომპანიის მიზანია ახალ ბაზარზე შეღწევა, ბაზრის გრძელვადიანი გაზრდა, თუ ჭარბი ან მოძველებული (ძველმოდური) პროდუქციის გასაღება?
- 2) საბაზრო მოთხოვნა. ერთ სულ მოსახლეზე შემოსავალი ბაზრის

გადახდისუნარიანობის კარგი საზომია სამომხმარებლო საქონელთან მიმართებაში.

3) კონკურენცია. როდესაც უცხოეთის ბაზარზე მრავალი კონკურენტი არსებობს, ექსპორტიორს სხვა არჩევანი არ რჩება გარდა იმისა, რომ მისი პროდუქტის ფასი მიუსადაგოს საბაზრო ფასს, ან უფრო დაბალი ფასი დაადოს პროდუქტს ან მომსახურებას რათა მოიპოვოს უპირატესობა. მეორეს მხრივ, როდესაც კონკრეტული უცხოური ბაზრისთვის პროდუქტი ან მომსახურება ახალია, შეიძლება უფრო მაღალი ფასის დაწესება შიდა ბაზართან შედარებით.

4) ხარჯები. პროდუქტის დამზადების და ბაზარზე მიტანის ფაქტიური დანახარჯების გამოთვლა ძირითადი ელემენტია იმის დასადგენად, თუ რამდენად სიცოცხლისუნარიანია ექსპორტი.

5) სადისტრიბუციო ქსელის სიგრძე-შუალედური რგოლების რაოდენობა. სადისტრიბუციო ქსელის სიგრძეს მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს საბოლოო ფასზე. ხშირ შემთხვევაში, უცხოური საქონლისთვის შუალედური რგოლები უფრო მაღალ საბითუმო და საცალო მარჟებს იყენებენ, ვიდრე ანალოგიურ ადგილობრივ საქონელზე.

საექსპორტო პროდუქციის ფაქტიური დანახარჯების გამოთვლის შემდეგ, ექსპორტიორმა უნდა მოახდინოს სამომხმარებლო ფასის ფორმულირება უცხოური ბაზრისთვის.

საექსპორტო ფასწარმოქმნის სტრატეგიები

საექსპორტო ფასწარმოქმნასთან დაკავშირებით რამდენიმე მიდგომა არსებობს: ა) ზღვრული დანახარჯების მეთოდი; ბ) კონკურენტზე ორიენტირებული ფასწარმოქმნა. გადაწყვეტილება ფასწარმოქმნასთან დაკავშირებით დამოკიდებულია იმაზე, თუ რას აკეთებს კონკურენტი. გ) მოთხოვნაზე ორიენტირებული ფასწარმოქმნა. კომპანია ფასებს აწესებს პროდუქტზე არსებული მოთხოვნის ინტენსივობის მიხედვით. დ) ხარჯებზე ორიენტირებული ფასწარმოქმნა. ამ შემთხვევაში თქვენ უნდა გამოთვალოთ თქვენი ჯამური ერთეულის ფასი და მიუმატოთ მოგების მარჟა საექსპორტო ფასის მისაღებად.

ცხრილი გვიჩვენებს კალკულაციის ნიმუშს. ნათლად ჩანს რომ თუ საექსპორტო პროდუქტს იგივე საქარხნო ფასი აქვს, რაც საშინაო პროდუქტს, მისი საბოლოო სამომხმარებლო ფასი საგრძნობლად მაღალია საექსპორტო ხარჯების გამო.

“დანახარჯი + ფიქსირებული მოგება” მეთოდის ნიმუში		
	შიდა ბაზარზე რეალიზაცია	რეალიზაცია უცხოურ ბაზარზე (ექსპორტი)
ქარხნის ფასი	\$7.50	\$7.50
შიდა ტრანსპორტირება	0.70	0.70
ქვეჯამი	8.20	8.20
საექსპორტო დოკუმენტაცია		0.50
ქვეჯამი		8.70
საზღვაო ფრახტი, დაზღვევა		1.20
ქვეჯამი		9.90
იმპორტის მოსაკრებელი (12%)		1.19
ქვეჯამი		11.09
ბითუმად მოვაჭრის ფასნამატი (15%)	1.23	
ქვეჯამი	9.43	
იმპორტიორის/დისტიბუტორის ფასნამატი		2.44
ქვეჯამი		13.53
საცალო მოვაჭრის ფასნამატი (50%)	4.72	6.77
საბოლოო სამომხმარებლო ფასი	\$14.15	\$20.30

გამოფენის დროს ხდება უშუალო კომუნიკაცია პოტენციურ მყიდველებთან, ბიზნეს პარტნიორებთან და ასევე კომპანიის პროდუქციის პრეზენტაცია. ქვემოთ მოცემულია გერმანიაში საერთაშორისო სავაჭრო გამოფენების გამოკვლევა, რომელიც გვიჩვენებს მარკეტინგულ მიქსში სავაჭრო გამოფენების მნიშვნელობას სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით:

1. კომპანიის იმიჯის და ცნობადობის ზრდა - 85 %
2. არსებული კონტაქტების განახლება/გამლიერება - 70 %
3. ახალი კლიენტების მოძიება - 70%
4. ბაზარზე საკუთარი პოზიციების დემონსტრაცია - 63%
5. ახალი პროდუქციის პრეზენტაცია - 60%
6. პროდუქციის შესახებ ცნობადობის ზრდა - 58%
7. ინფორმაციის გაცვლა და მოგროვება - 50%
8. კლიენტების სურვილების იდენტიფიცირება - 50%
9. მყიდველის გადაწყვეტილებაზე გავლენა - 33%
10. თანამშრომლობის ან/და კონტრაქტების გაფორმება - 29%

სავაჭრო გამოფენაში მონაწილეობის მთავარი მიზნები

ახალი ბაზრების ან არსებულ ბაზარზე ახალი ნიშა სეგმენტების მოძიება;

დისტრიბუციის ქსელის გაფართოება, ახალი სავაჭრო აგენტების მოძიება;

საკუთარი კონკურენტუნარიანობის შეფასება, კონკურენტების შეფასება და მათი პროდუქციის, სიახლეების გაცნობა;

ახალი ბიზნეს პარტნიორების მოძიება და თანამშრომლობის დამყარება; ბიზნესის / ინდუსტრიის განვითარების ტენდენციების გაცნობა;

სავაჭრო გამოფენაში მონაწილეობის დაკავშირება / კომბინაცია სხვა

დონისძიებებთან (მაგ: იმავე ქალაქში ან ქვეყანაში - სემინარებზე დასწრება, ბიზნეს პარტნიორთან ან პოტენციური პარტნიორის ქარხანაში ვიზიტი და ა.შ.);

პროდუქციის პრეზენტაცია კომპანიის სტენდზე მყიდველებს ეხმარება მიიღონ დამატებითი ინფორმაცია პროდუქციაზე და აძლიერებს ბრენდის ცნობადობას;

მედიასთან ურთერთობა; პროტოტიპი პროდუქტების და ინოვაციების პრეზენტაცია;

სავაჭრო გამოფენა/ბაზრობებში კომპანიის მონაწილეობა

ევროპაში საერთაშორისო გამოფენაზე მონაწილეობისას ბიუჯეტის 20% საშუალოდ იხარჯება სტენდის არენდაზე, 40%-სტენდის აწყობა/დაშლა, დიზაინი, დეკორაცია, 12%-სტენდის სერვისი, კომუნიკაცია, 3% - ტრანსპორტი, ნაგვის გატანა, 21% - პერსონალი და სამოგზაურო ხარჯი და ა.შ.

სავაჭრო გამოფენაზე მონაწილეობისთვის საჭირო ხარჯების ნუსხა.

ქვემოთ მოცემულია სავაჭრო გამოფენაზე მონაწილეობისთვის საჭირო ხარჯების დეტალური ჩამონათვალი:

1. ძირითადი ხარჯები - სტენდის არენდა, ელექტროენერგია, კომუნალური მომსახურება, სხვა (ბეჯი, მანქანის პარკირების ქვითრები);
2. სტენდის აწყობის, დეკორაციის ხარჯები;
3. სტენდის სერვისი და კომუნიკაცია - აღჭურვილობა, თარჯიმნები, დროებითი მუშახელი, სტენდის ჰოსტისები; კომუნიკაცია - მოსაწვევები, უფასო საჩუქრები, გამოფენის კატალოგში კომპანიის ინფორმაცია (და სარეკლამო გვერდი), პრეს-ფოლდერები, რეკლამა, კომპანიისთვის საინტერესო ვიზიტორებისთვის გამოფენის საშვის შექმნა, ბეჭდვითი მასალები და ა.შ.;
4. სარეკლამო და PR ხარჯები, სარეკლამო-

5. ტრანსპორტირების და სხვა ხარჯები - ტრანსპორტირება, დაზღვევა/საბაჟო მოსაკრებლები;
6. პერსონალის მგზავრობის ხარჯები;
7. სხვა ხარჯები

დამწყებ ექსპორტიორს უნდა ახსოვდეს რამოდენიმე პირობა სავაჭრო გამოფენა ბაზრობაში წარმატებული მონაწილეობისათვის:

- ა) დაესწრებიან თუ არა გამოფენა-ბაზრობას იმ ქვეყნის იმპორტიორ კომპანიები, სადაც თქვენ გეგმავთ ექსპორტის განხორციელებას;
- ბ) ემთხვევა თუ არა სავაჭრო გამოფენა-ბაზრობის ჩატარების თარიღი თქვენს მიერ წარმოებული პროდუქციის მოხმარების სეზონს;
- გ) რამდენად შეგიძლიათ გამოფენა-ბაზრობაზე სავაჭრო სტენდის სწორად ორგანიზება;
- დ) ყველა თუ არა საკმარისი პერსონალი რათა ყველა დაინტერესებულ პირს კვალიფიციური პასუხი გასცენ;
- ე) მომზადებული გაქვთ თუ არა დაინტერესების შემთხვევაში ბიზნეს წინადადება;
- ვ) საკმარისია თუ არა თქვენს მიერ სტენდზე განსათავსებელი პრომო მასალები (ბროშურები, ბუკლეტები, პრაის-ლისტები) და როგორი ხარისხითაა ისინი დამზადებული;

ძალიან მნიშვნელოვანია დამწყები ექსპორტიორისათვის ქვეყნის შიგნით მოქმედი ბიზნეს ხელშემწყობი სტრუქტურებისაგან მიიღოს თანადაფინანსება გამოფენა-ბაზრობაში მონაწილეობისათვის. ასეთი სტრუქტურებია ეროვნული საინვესტიციო სააგენტო, სავაჭრო-სამრეწველო პალატა, ბიზნესმენტა ფედერაცია და ა.შ. ასევე ძალზე მნიშვნელოვანია მიიღოთ კვალიფიციური რჩევები სტენდის ორგანიზების შესახებ. ინფორმაცია სხვადასხვა გამოფენა-ბაზრობებზე ადვილად შეიძლება მოიძებნოს ინტერნეტის მეშვეობით, გარდა ამისა ზემოთ აღნიშნულ სტრუქტურებს როგორც წესი აქვთ ეს ინფორმაცია სისტემატიზებული სახით.

დამწყებ ექსპორტიორებს ასევე შეუძლიათ მონაწილეობა მიიღონ საქართველოს მთავრობის თანადაფინანსებით ორგანიზებულ

საქართველოს წარმომადგენლობით დღეებში სხვადასხვა ქვეყნებში.

საკმაოდ ეფექტური ფორმაა სავაჭრო მისიის ორგანიზება. სავაჭრო მისია შეიძლება იყოს როგორც გამყიდველთა (ექსპორტიორები ჩაღიან კონკრეტულ ქვეყანაში ან რეგიონში), ასევე მყიდველთა. (პოტენციური მყიდველების მოწვევა). როგორც წესი, ასეთი მისიების ორგანიზება კონკრეტული კომპანიისათვის ძალიან რთულია ობიექტური მიზნების გამო, ძნელია მოიძებნოს ერთდროულად რამოდენიმე დაინტერესებული პოტენციური მყიდველი, რომლებიც ერთი და იმავე დროს ჩამოვლენ საქართველოში. ამ შემთხვევებში ძალიან კარგია კოოპერირება სხვა დაინტერესებულ კომპანიებთან (ეს კომპანიები შეიძლება წარმოადგენდნენ სრულიად განსხვავებულ დარგებს და სექტორებს). ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია ბიზნეს ხელშემწყობი სტრუქტურების მონაწილეობა მისიის ორგანიზებაში. მათი მონაწილეობა ზრდის მყიდველების დაინტერესებას.

ასევე გათვალისწინებული უნდა იქნას აჭარის რეგიონის სპეციფიკა, ზაფხულის სეზონზე სავაჭრო მისიის ორგანიზება დადებითად იქნება აღქმული, როგორც მუშაობისა და დასვენების შეთავსების საუკეთესო საშუალება. ეს პრაქტიკა კარგად არის აპრობირებული აჭარის ანალოგიურ რეგიონებში.

რაც შეეხება გამყიდველის მისიებს, აქაც სავსებით დასაშვებია კოოპერირება სხვა კომპანიებთან, თუ თქვენს მიერ შერჩეული ბაზრები შედის მათი ინტერესების სფეროში. მსგავსი მისიის ორგანიზაციას სჭირდება ინტენსიური მუშაობა და მრავალი დეტალის გათვალისწინება. როგორც პრაქტიკა აჩვენებს ხშირად ორგანიზაციული ასპექტების დარეგულირებას ანდობენ ტურისტულ სააგენტოებს, რომლებიც პროფესიონალურად ასრულებენ ამ სამუშაოებს და დამკვეთებს შეღავათიან პირობებს სთავაზობენ.

სავაჭრო გამოფენების და ბაზრობების მონაცემთა ბაზები

AUMA, Germany www.auma.de - გერმანიის სავაჭრო გამოფენების ასოციაციის ინტერნეტ-გვერდი, სადაც მოცემულია ინფორმაცია გერმანიაში არსებული მრავალი გამოფენის შესახებ;

Biz Tradeshows www.biztradeshows.com - სავაჭრო გამოფენების და ბიზნეს შეხვედრების სია დალაგებული ქვეყნების, ბიზნეს სექტორების, ჩატარების პერიოდის მიხედვით;

Exhibition Industry information www.expo24-7.com საერთაშორისო სავაჭრო გამოფენების, ონლაინ ბაზრობების, ინდუსტრიული შოუების და ღონისძიებების ინტერნეტ პორტალი;

Expodatabase www.expodatabase.com მოიცავს ინფორმაციას 24000 სავაჭრო გამოფენის შესახებ, 5000 გამოფენის ორგანიზატორი კომპანიის და 2500 საგამოფენო/კონგრეს ცენტრის შესახებ;

ExpoWorld www.expoworld.net საიტზე მოცემულია დამაკავშირებელი ბმულები 500-ზე მეტ მნიშვნელოვან ინტერნეტ-საიტთან, რომლებზეც განთავსებულია ინფორმაცია გამოფენების და ბაზრობების შესახებ;

Expolink www.expolink.com სავაჭრო გამოფენების/ბაზრობების სია ქვეყნების მიხედვით;

www.tradeshowtraining.com საიტზე მოცემული საინტერესო ინფორმაცია, რომელიც ეხმარება კომპანიებს უკეთ დაგეგმონ სავაჭრო გამოფენებზე მონაწილეობა;

www.trade-show-advisor.com მარკეტინგული რჩევები და იდეები საერთაშორისო სავაჭრო გამოფენებზე მონაწილეობისთვის;

ელექტრონული კომერცია საერთაშორისო ვაჭრობაში. ელექტრონული კომერციის უპირატესობები:

ა) არ არსებობს გეოგრაფიული ლიმიტი . გააჩნია დაბალი დანახარჯები
 ბ) ახალი კლიენტურის მოზიდვა ინტერნეტის საძიებო სისტემებზე
 ორიენტირებული ინტერნეტ მარკეტინგის მეშვეობით; გ) პროდუქციის მოძება უფრო სწრაფად ხდება, ყიდვის პროცესიც უფრო კომფორტულია და ნაკლებ დროს მოითხოვს; დ) კონკურენტი პროდუქტების ფასების შედარების შესაძლებლობა ინტერნეტ სავაჭრო პორტალების მეშვეობით; ე) ამომწურავი ინფორმაციის მიწოდება პროდუქციაზე, მიწოდების პირობებზე და ყველა იმ საკითხზე რაც საინტერესოა მომხმარებლისთვის; ვ) მიზნობრივი კომუნიკაციის წარმოება და კონცენტრაცია მიზნობრივ აუდიტორიაზე; ზ) მუდმივი სამუშაო რეჟიმი: 24საათი/7 დღე კვირაში

ვირტუალური ბაზარი (E-markets) წარმოადგენს ერთგვარ პლატფორმას სადაც თავს იყრის პროდუქციის და სერვისის მყიდველები და გამყიდველები. ელექტრონული კომერციის რამდენიმე ტიპი შეიძლება გამოვყოთ:

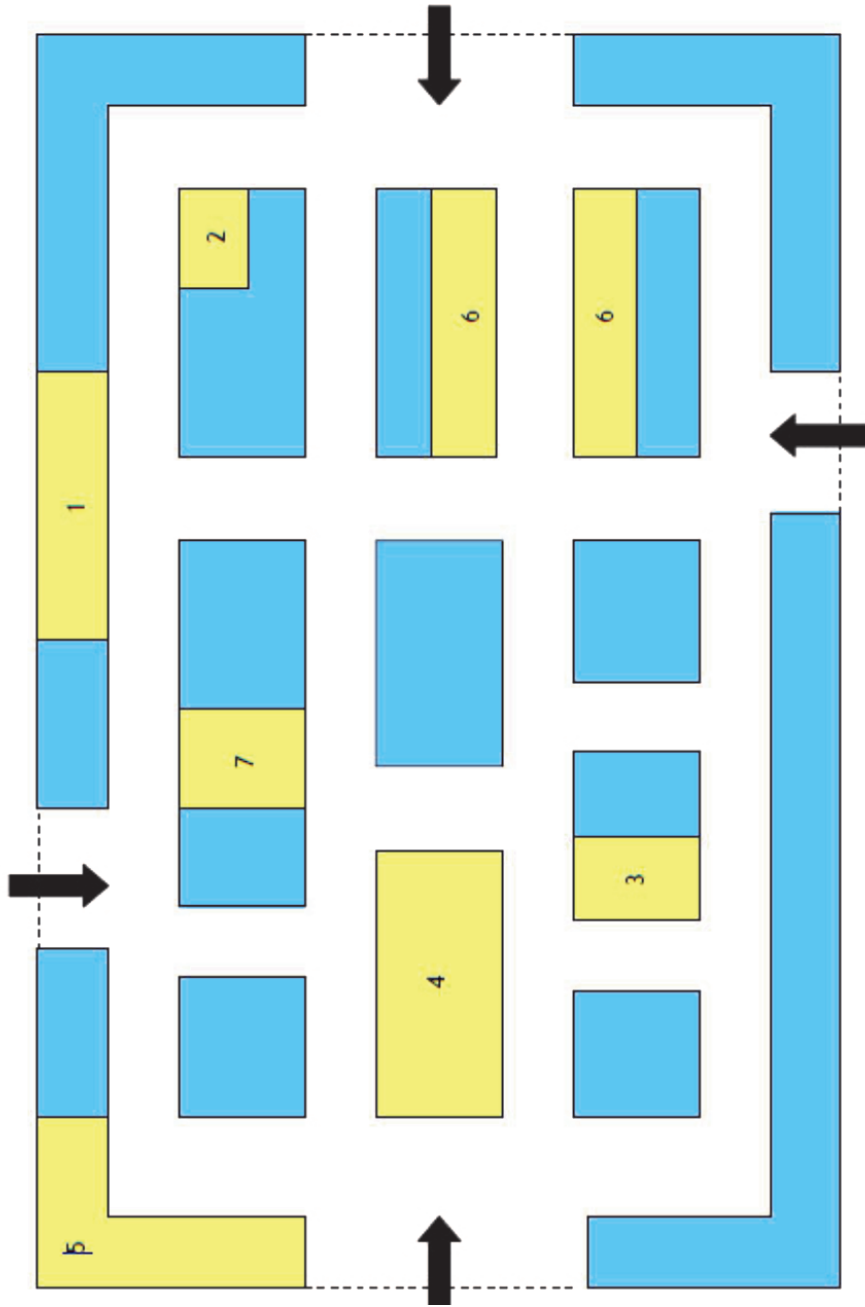
ინტერნეტ შოფინგი. ამ შემთხვევაში კომპანიას აქვს ინტერნეტ მაღაზია, (მაგ: www.amazon.com). ინტერნეტ მაღაზია არის მართვადი ინტერაქტიული ვებსაიტი, რომელზეც მოთავსებულია ინფორმაცია კონკრეტული პროდუქტების შესახებ, შესაძლებელია ამ პროდუქტების შერჩევა, ვირტუალურ კალათაში მოთავსება შემდგომი შეკვეთისათვის, თანხის გადახდა საკრედიტო ბარათით ან სხვა რაიმე ელექტრონული საგადახდებლო სისტემით. სახლიდან გაუსვლელად პროდუქტის მიღება.

ინტერნეტ აუქციონები. აქ წარმოდგენილი მყიდველი და გამყიდველი სავაჭრო ოპერაციებს აუქციონის პრინციპით ახორციელებს. (მაგ: www.ebay.com, www.bidz.com)

Online Ticketing. ავიაბილეთების, მატარებლის, ავტობუსის ბილეთების, სხვადასხვა ტიპის ღონისძიების ბილეთების (კონცერტი, სპორტული ღონისძიება) ინტერნეტ-საიტებზე რეალიზაცია .

ელექტრონული კომერციის კატეგორიზაცია ასევე შეიძლება მონაწილე მხარეების მიხედვით: **Business to Business (B2B)**, მხოლოდ ბიზნეს კომპანიებისთვის განკუთვნილი. გამყიდველებიც და მყიდველებიც წარმოადგენენ ბიზნეს ორგანიზაციებს. გამყიდველების სახით ძირითადად გამოდიან საბითუმოდ (დიდი მოცულობის) მოვაჭრე კომპანიები; **Business to Consumer (B2C)**, ამ შემთხვევაში ბიზნეს კომპანიები პროდუქციას ყიდიან უშუალოდ მომხმარებელზე. ამ კატეგორიას განეკუთვნება ძირითადად საცალო მოვაჭრეები.

სავაჭრო გამოფენაზე კომპანიის პრეზენტაციის მაგალითი



საერთაშორისო ბიზნეს ოპერაციების განხორციელება დაკავშირებულია გაზრდილ რისკებთან. ამ რისკის ერთ-ერთი უმთავრესი შემადგენელი ნაწილია დავების გარჩევის წესი და მეთოდები. პასუხი უნდა გაეცეს შემდეგ კითხვებს: რომელმა სასამართლომ უნდა გარჩიოს დავა? როგორ აღსრულდება სასამართლოს გადაწყვეტილება? რომელი ქვეყნის კანონმდებლობა უნდა გამოვიყენოთ? არსებობს თუ არა სპეციალური შეთანხმება რომელიც შიძლება მარტივად გამოვიყენოთ მოდავე მხარეების მიმართ?

ამ კითხვებზე პასუხი, რა თქმა უნდა, უნდა ვეძებოთ საერთაშორისო კერძო სამართალში. ასევე უნდა გავითვალისწინოთ რეგიონალურ გაერთიანებებში არსებული საკანონმდებლო პრაქტიკა. ევროკავშირში მოქმედებს რეგულაცია სასამართლო გადაწყვეტილებისა და აღსრულების შესახებ კომერციული და სამოქალაქო დავების შემთხვევებში. ასევე მოქმედებს ევროკავშირის კონვენცია საკონტრაქტო ვალდებულებების შესრულებაზე. აღსანიშნავია გაერთიანებული ერების კონვენცია საერთაშორისო ვაჭრობაზე,

შესაძლებელია ისეთი გავრცელებული მეთოდის გამოყენება როგორცაა არბიტრაჟი. არბიტრაჟი ნიშნავს მხარეების შეთანხმებას დავის წარმოშობის შემთხვევაში საკითხი განიხილოს წინასწარ შეთანხმებულმა მესამე მხარემ. ეს მეთოდი რასაკვირველია ვერ ააცილებს დამწყებ ექსპორტიორს ხარჯებს, მაგრამ აძლევს საშუალებას, რომ საკითხი სამართლიანად და სწრაფად გაირჩევა.

დასასრულს კიდევ ერთხელ შევნიშნოთ, რომ ყოველთვის მიზანშეწონილია კვალიფიციური იურიდიული კონსულტაციის მიღება. მიუხედავად დანახარჯებისა, დაცულობის თვალსაზრისით ეს ყოველთვის გამართლებულია.

გამოყენებული და სხვა სასარგებლო ინტერნეტ რესურსები და დანართები

სახელმწიფო სტრუქტურები

საქართველოს მთავრობა <http://www.government.gov.ge>
აჭარი ავტონომიური რესპუბლიკის მთავრობა
<http://www.ajara.gov.ge>
ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების
სამინისტრო <http://www.economy.ge>
საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო
<http://www.mof.ge/en/home>
აჭარის ეკონომიკის და ფინანსთა სამინისტრო <http://mofea.ge/>
საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო
<http://www.mfa.gov.ge>
სსიპ შემოსავლების სამსახური
http://www.mof.ge/tax_customs
საქართველოს სოფლის მეურნეობის
სამინისტრო <http://www.moa.gov.ge>
აჭარის არ სოფლის მეურნეობის სამინისტრო <http://mofea.ge/>
სურსათის უვნებლობის, ვეტერინარიის და მცენარეთა
დაცვის ეროვნული სამსახური <http://fvp.ge/eng/nlinks.php>
საქართველოს ეროვნული სტატისტიკის სამსახური -
სტატისტიკური ინფორმაცია საგარეო ვაჭრობის შესახებ
http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=136&lang=geo

ბიზნეს გაერთიანებები საერთაშორისო ორგანიზაციები

საქართველოს დამსაქმებელთა ასოციაცია
<http://employer.ge>
საქართველოს ბიზნეს ასოციაცია <http://www.bag.ge>
საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა
<http://www.gcci.ge>
საერთაშორისო სამრეწველო
პალატა http://www.icc.ge/index_geo.html
ევროკავშირი-საქართველოს ბიზნეს საბჭო EUGBC
<http://www.eugbc.net>

ამერიკის სავაჭრო პალატა AMCHAM <http://www.amcham.ge>
 გერმანიის ეკონომიკური გაერთიანება საქართველოში DWVG <http://dwvg.ge/?lang=KA>
 საფრანგეთის ბიზნეს საბჭო FBC <http://fbc.ge/>
 ბიომეურნეობათა გაერთიანება ელკანა <http://www.elkana.org.ge>
 გერმანიის ტექნიკური თანამშრომლობის საზოგადოება GIZ <http://giz.de/>
 აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტო USAID <http://georgia.usaid.gov>
 სურსათის დაცვის საერთაშორისო ასოციაცია <http://www.foodprotection.org>
 ევროკავშირის სურსათის უვნებლობის ორგანო <http://www.efsa.eu.int>
 გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია <http://www.fao.org>
 მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია WTO http://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/sps_e.htm
 საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრი ITC <http://www.intracen.org>

სახელმწიფო სერტიფიცირების ორგანოები

საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრო (წარმოშობის სერტიფიკატი) <http://www.economy.ge>
 სსიპ შემოსავლების სამსახური, საბაჟო დეპარტამენტი წარმოშობის სერტიფიკატი www.mof.ge/tax_customs
 საქსტანდარტი <http://www.gnims.caucasus.net>
 სამტრესტი <http://www.samtresti.gov.ge>
 აკრედიტაციის ერთიანი ეროვნული ორგანო-აკრედიტაციის ცენტრი <http://gac.gov.ge>

არასახელმწიფო და საერთაშორისო მასერტიფიცირებელი ორგანოები

მენეჯმენტის სისტემები <http://www.managementsystems.ge>
 ღვინის ლაბორატორია <http://www.winelabor.ge/ge/index.php>
 ფონდი ქართული ხარისხი <http://geoquality.org/content.php?cat=9>
 სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია ISO <http://www.iso.org/iso/home.html>
 ბიოწარმოების სერტიფიცირების ორგანო <http://www.caucassert.ge>
 საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა (წარმოშობის სერტიფიკატი) <http://www.gcci.ge>
 სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის სერტიფიცირების სტანდარტები <http://www.globalgap.org>

სავაჭრო რეჟიმები

უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი (MFN Most Favorable Nations) - <http://www.wto.org/>
 პრეფერენციების გენერალიზებული სისტემის (GSP) - <http://www.exporthelp.europa.eu>
 აშშ-ის GSP-ს სქემა - <http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>;

სხვადასხვა გამოყენებული რესურსები

MOVEMENT CERTIFICATE			
1. Exporter (Name, full address, country)		EUR.1 No A 010088	
See notes overleaf before completing this form.			
2. Certificate used in preferential trade between			
And			
(Insert appropriate countries, groups of countries or territories)			
3. Consignee (Name, full address, country) (Optional)		4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating	5. Country, group of countries or territory of destination
6. Transport details (Optional)		7. Remarks	
8. Item number; Marks and numbers; Number and kind of packages ⁽¹⁾ ; Description of goods		9. Gross mass (kg) or other measure (litres, m ³ , etc.)	10. Invoices (Optional)
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declaration certified Export document ⁽²⁾ Form No Of Customs office Issuing country or territory Stamp Place and date (Signature)		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Place and date (Signature)	

⁽¹⁾ If goods are not packed, indicate number of articles or state « in bulk » as appropriate
⁽²⁾ Complete only where the regulations of the exporting country or territory require.

13. REQUEST FOR VERIFICATION, to	14. RESULT OF VERIFICATION
Verification of the authenticity and accuracy of this certificate is requested. (Place and date) (Signature)	Verification carried out shows that this certificate ⁽¹⁾ <input type="checkbox"/> was issued by the customs office indicated and that the information contained therein is accurate. <input type="checkbox"/> does not meet the requirements as to authenticity and accuracy (see remarks appended). (Place and date) Stamp (Signature)
(1) Insert X in the appropriate box.	

NOTES

1. Certificate must not contain erasures or words written over one another. Any alterations must be made by deleting the incorrect particulars and adding any necessary corrections. Any such alteration must be initialled by the person who completed the certificate and endorsed by the Customs authorities of the issuing country or territory.
2. No spaces must be left between the items entered on the certificate and each item must be preceded by an item number. A horizontal line must be drawn immediately below the last item. Any unused space must be struck through in such a manner as to make any later additions impossible.
3. Goods must be described in accordance with commercial practice and with sufficient detail to enable them to be identified.

Reference No **008039**

**GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES
CERTIFICATE OF ORIGIN**
(Combined declaration and certificate)

FORMAA

Issued in: _____
(country)

See notes overleaf

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country) _____

2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country) _____

3. Means of transport and route (as far as known) _____

4. For official use _____

5. Item number _____

6. Marks and numbers of packages _____

7. Number and kind of packages; description of goods _____

8. Origin criterion (see Notes overleaf) _____

9. Gross weight or other quantity _____

10. Number and date of invoices _____

11. Certification _____

12. Declaration by the exporter _____

(country)

and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalized System of Preferences for goods exported to _____

(importing country)

Reference No **008039**

NOTES (2007)

I. Countries which accept Form A for the purposes of the generalized system of preferences (GSP):

Australia*	European Union:	Finland	Netherlands
Belarus	Austria	France	Poland
Canada	Belgium	Hungary	Portugal
Japan	Bulgaria	Ireland	Romania
New Zealand**	Cyprus	Italy	Slovakia
Norway	Czech Republic	Latvia	Slovenia
Russian Federation	Denmark	Lithuania	Spain
Switzerland including Liechtenstein***	Estonia	Luxemburg	Sweden
Turkey	Germany	Malta	United Kingdom
United States of America****	Greece		

Full details of the conditions covering admission to the GSP in these countries are obtainable from the designated authorities in the exporting preference-receiving countries or from the customs authorities of the preference-giving countries listed above. An information note is also obtainable from the UNCTAD secretariat.

II. General conditions

To qualify for preference, products must:

- fall within a description of products eligible for preference in the country of destination. The description entered on the form must be sufficiently detailed to enable the products to be identified by the customs officer examining them;
- comply with the rules of origin of the country of destination. Each article in a consignment must qualify separately in its own right, and,
- comply with the consignment conditions specified by the country of destination. In general, products must be consigned direct from the country of exportation to the country of destination but most preference-giving countries accept passage through intermediate countries subject to certain conditions. (For Australia, direct consignment is not necessary).

III. Entries to be made in Box 8

Preference products must either be wholly obtained in accordance with the rules of the country of destination or sufficiently worked or processed to fulfil the requirements of that country's origin rules.

- Products wholly obtained: for export to all countries listed in Section I, enter the letter "P" in Box 8 (for Australia and New Zealand Box 8 may be left blank).
- Products sufficiently worked or processed: for export to the countries specified below, the entry in Box 8 should be as follows:
 - United States of America: for single country shipments, enter the letter "Y" in box 8, for shipments from recognized associations of countries, enter the letter "Z", followed by the sum of the cost or value of the domestic materials and the direct cost of processing, expressed as a percentage of the ex-factory price of the exported products, (example "Y 35 % or "Z 35 %).
 - Canada: for products which meet origin criteria from working or processing in more than one eligible least developed country, enter letter "G" in Box 8, otherwise "F".
 - The European Union, Japan, Norway, Switzerland including Liechtenstein, and Turkey; enter the letter "W" in Box 8 followed by the Harmonized Commodity Description and coding system (Harmonized System) Heading at the 4-digit level of the exported product (example "W 96.18).
 - Russian Federation: for products which include value added in the exporting preference-receiving country, enter the letter "Y" in Box 8 followed by the value of imported materials and components expressed as a percentage of the fob price of the exported products (example "Y 45 %); for products obtained in a preference-receiving country and worked or processed in one or more other such countries, enter "PK".
 - Australia and New Zealand: completion of Box 8 is not required. It is sufficient that a declaration be properly made in Box 12.

* For Australia, the main requirement is the exporter's declaration on the normal commercial invoice. Form A, accompanied by the normal commercial invoice, is an acceptable alternative, but official certification is not required.

** Official certification is not required.

*** The Principality of Liechtenstein forms, pursuant to the Treaty of 29 March 1923, a customs union with Switzerland.

**** The United States does not require GSP Form A. A declaration setting forth all pertinent detailed information concerning the production or manufacture of the merchandise is considered sufficient only if requested by the district collector of Customs.

Printed by LTD "Kabadoni" * 68 Kostava str. Tbilisi, Georgia

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОВАРНО-ТРАНСПОРТНАЯ НАКЛАДНАЯ
INTERNATIONAL CONSIGNMENT NOTE

CMR № 4896

Данная перевозка осуществляется на основе условий договора о перевозке товаров и перевозчика в соответствии с условиями Конвенции и договора международной дорожной перевозки грузов (МДПГ).
This carriage is effected, understanding any issues to the contrary, in the Contract for the International Carriage of Goods by Road (CMR).

1. Отправитель (наименование, адрес, страна)
DAREKAOU INDUSTRY
Китай

2. Получатель (наименование, адрес, страна)
ЦД-ИРИЛОГИС
г. Мариуполь, пр-т Строителей, 36

3. Место, где приняты грузы
Место, Место, Страна
г. Мариуполь

4. Место и дата погрузки груза
Место, Место, Страна, Дата
ИМТТ, 15/06/08

5. Упаковочные документы
Объемные единицы

6. Знаки и коды
AKLU 1400
6014896
110203040406/8/600834
CSCL Rotterdam от 26/05/08

7. Количество мест
1400

8. Вид упаковки
Паминат

9. Наименование груза
Паминат

10. Количество груза
21000

11. Описание груза
Объем в м³

12. Описание груза

13. Описание груза

14. Веса
Масса

15. Коммерческие сведения
Сведения об упаковке

16. Перевозчик (наименование, адрес, страна)
Сторона

17. Последующие перевозчики (наименование, адрес, страна)
Сторона

18. Описание и вывозные разрешения
Сторона

19. Подпись отправителя
Сторона

20. Подпись получателя
Сторона

21. Сделано в
Ильичевск

22. Подпись водителя
Ильичевск

23. Подпись водителя
Ильичевск

24. Подпись водителя
Ильичевск

25. Регистрационный номер
ВН8199

26. Дата

27. Дата

28. Таможенные тарифы

29. Таможенные тарифы

30. Таможенные тарифы

1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)		2. Reference No		
3. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		CERTIFICATE OF ORIGIN		
4. Means of transport and route (as far as known)		Issued in (country)		
Item number	5. Marks and numbers of packages. Number and kind of packages: description of goods	6. Gross weight or other quantity	7. Number and date of invoices	
8. Additional information for official use		9. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in (country)		
Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct	 (importing country)		
Place and date, signature and stamp of certifying authority		Place and date, signature of authorized signatory		

