



კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

ავთანდილ ხოზრევანიძე

გლობალიზაცია, დეგლობალიზაცია და საერთაშორისო
ბიზნესის განვითარების ტენდენციები (კომპანიის
მაგალითზე)

საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტის სამაგისტრო პროგრამა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია საერთაშორისო ბიზნესის
მენეჯმენტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ეკონომიკის დოქტორი

ემირ ეთერია

თბილისი, 2021 წ

სარჩევი

| | |
|--|----|
| ანოტაცია..... | 3 |
| Anotation..... | 4 |
| შესვალი..... | 5 |
| თავი 1. გლობალიზაციის ეკონომიკური განზომილება და დეგლობალიზაცია | |
| §1. ეკონომიკური გლობალიზაციის არსი და ძირითადი კონცეფციები..... | 9 |
| §2. დეგლობალიზაციის ტენდენციები მსოფლიო ეკონომიკაში..... | 16 |
| თავი 2. საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების თავისებურებები გლობალიზაციისა და დეგლობალიზაციის პირობებში | |
| §1. საერთაშორისო ვაჭრობის ძირითადი ტენდენციები..... | 26 |
| §2. კაპიტალის მოძრაობის თავისებურებები..... | 33 |
| თავი 3. ტრანსნაციონალური კორპორაციების სტრატეგიები გლობალიზაციის პირობებში | |
| §1. სტრატეგიული ალიანსები საერთაშორისო ბიზნესში..... | 41 |
| §2. ტრანსნაციონალური კორპორაციების ვაჭრობის სტრატეგიები..... | 46 |
| §3. ტრანსნაციონალური კორპორაციების საინვესტიციო სტრატეგიები..... | 52 |
| §4. საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი გამოწვევები..... | 57 |
| დასკვნა..... | 63 |
| გამოყენებული ლიტერატურა..... | 66 |
| დანართი..... | 70 |

ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომში განხილულია გლობალიზაციის პროცესები. განსაკუთრებით ყურადღება გამახვილებულია ეკონომიკურ გლობალიზაციაზე და დეგლობალიზაციაზე, რომელიც ბოლო პერიოდის თანამედროვე მსოფლიოში საკმაოდ ხშირად გამოიყენება გლობალიზაციის კრიზისის ფონზე.

გლობალიზაცია შეუქცევადი და ისტორიული პროცესია, რომელიც კომპლექსურად ეხება ბევრ სფეროს. გლობალიზაციისადმი მიდგომა არაერთგვაროვანია და მისი აღქმა საზოგადოებაშისხვადასხვაგვარია. ის წარმოადგენს ქვეყნებისა და რეგიონების დაახლოების პროცესს, რომელიც გვაძლევს კულტურულ-ცივილიზებული ერთიანობისაკენ მიმართულებას. გლობალიზაციის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პოზიტიური თვისება არის ის, რომ ქვეყნებს შორის მანძილი თითქმის არ არსებობს. ის ყველა ქვეყნის ეკონომიკაზე ახდენს გავლენას.

თანამედროვე მსოფლიოში ქვეყანათა სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობები მნიშვნელოვნადაა ინტეგრირებული და ურთიერთდამოკიდებული. რაც უფრო მაღალგანვითარებულია ქვეყანა, მით უფრო აქტუალურია მისთვის საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების აუცილებლობა. საერთაშორისო ვაჭრობას დიდი წვლილი მიუძღვის გლობალიზაციის მასშტაბების ზრდაში.

ნაშრომის ბოლო თავში ვიხილავთ საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების თავისებურებებს. კერძოდ განხილული იქნება სტრატეგიული ალიანსების და ტრანსნაციონალური კორპორაციების არსი და ტენდენციები კონკრეტული კომპანიების მაგალითზე. სწორედ ტრანსნაციონალური კორპორაციები ასრულებენ მნიშვნელოვან როლს, როგორც მთლიანად მსოფლიო ეკონომიკაში, ასევე გარდამავალი ქვეყნების ეკონომიკაშიც.

Anotation

The master's work discusses the processes of globalization. In particular, attention is paid to economic globalization and deglobalization, which is quite often used in the modern world in the content of the crisis of globalization.

Globalization is an inconvertible and historical process that refers to many areas. The approach to globalization as well as its concepts are various in the society. It shows the process of approaching between countries and regions. That shows the way to the cultural-civilized unity. One of the most important positive features of globalization is that there is almost no distance between countries. It affects the economies of all regions.

In the modern world trade and economic relations between countries are significantly integrated and interdependent. The more developed a country is, the more urgent it is to develop international trade. International trade is making a big contribution to the scale of globalization.

The last chapter of the thesis considers the peculiarities of international business development. In particular, there will be discussed the essence and trends of strategic alliances and transnational corporations on the example of specific companies. These transnational corporations play an important role both in the world economy and in the economies of transition countries.

შესავალი

თემის აქტუალობა: გლობალიზაცია არის მსოფლიო მასშტაბით ეკონომიკური, კულტურული და სხვა მიღწევების გაცვლის და გაზიარების პროცესი, რომელიც აახლოებს ქვეყნებს და კონტინენტებსაც კი. ესაა პროცესი რომელიც ასახავს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების წინაშე წამოჭრილი პრობლემების გადაჭრის ერთიანი გზების ძიებას, რომელიც თითქმის ყველა სფეროს მოიცავს, თუმცა ყველაზე ნათლად თავი მაინც ეკონომიკურ პროცესებში იჩინა.

გლობალიზაცია თითოეულ სახელმწიფოს იძულებულს ხდის და ამასთანავე აძლევს საშუალებას ბიზნესის განხორციელება მოხდეს საერთაშორისო ბაზარზე. კომპანიებიც აღარ ჯერდებიან მხოლოდ შიდა ბაზარს, ცდილობენ მაქსიმალურად გამოიყენონ მოცემული შესაძლებლობები და პროდუქცია მხოლოდ შიდა ბაზრის ნაცვლად ქვეყნის გარეთაც აწარმოონ. საერთაშორისო ბიზნესი განვითარების ყველაზე მაღალ დონეს აღწევს განსაკუთრებით იმ კომპანიებში, რომლებიც მოიცავენ საერთაშორისო ვაჭრობის თითქმის ყველა ფორმას, რომელშიც იგულისხმება საერთაშორისო ვაჭრობა, პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები და ა.შ. კომპანიებს, რომლებიც საერთაშორისო ბაზარზე გადიან ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს უწოდებენ. ისინი ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ გლობალიზაციის პროცესში, ისინი გლობალური პროცესების მამოძრავებელ ძალადაც კი მიიჩნევა. დღევანდელი გლობალიზაციის პროცესები მუდმივი განხილვის საკითხს წარმოადგენს, განსაკუთრებით კი ეკონომიკური გლობალიზაცია და მის გარშემო განვითარებული პროცესები.

ეკონომიკური გლობალიზაცია ეს არის ქვეყნებს შორის კომერციული, პროდუქტიული და ფინანსური საქმიანობის ინტეგრაციის ადაურთიერთდამოკიდებულების პროცესი. ის ხსნის მთელს მსოფლიოში ფინანსურ ბაზრებს, საქონლის ადამომსახურების გაცვლას და პროდუქციის მრავალფეროვნების გაზრდას, რაც კლანტის ყველა ნაწილში აშესაძლებელი.

ეკონომიკის გლობალიზაცია დინამიური და შეუქცევადი მსოფლიო პროცესია. ის პირველ რიგში მზარდი ეკონომიკური ინტეგრაციის პროცესს, საერთაშორისო

ვაჭრობისა და კაპიტალის გადაადგილების ლიბერალიზაციას, დაჩქარებულ ტექნოლოგიურ პროგრესს, ინფორმაციული საზოგადოების ჩამოყალიბებას გულისხმობს. გლობალიზაციის ძირითადი თავისებურება ცალკეული სახის პროდუქციის, საქონლის თუ მომსახურეობის მსოფლიო ბაზრის განუწყვეტელი გაფართოებაა, რის გამოც ნაკლებად რჩება სივრცე ადამიანური, საზოგადოებრივი თუ ბუნებრივი ღირებულებების გასავითარებლად. ეკონომიკის გლობალიზაციის ერთ-ერთ დადებით მხარეს წარმოადგენს საერთაშორისო ვაჭრობის წახალისება, რაც თითოეულ ქვეყანას აძლევს საშუალებას დასპეციალდეს იმ საქონლისა და მომსახურეობის წარმოებაზე, რომელსაც ის უფრო ეფექტურად აწარმოებს არსებული რესურსების რაციონალურად გამოყენების პირობებში. ბიზნეს ორგანიზაციები თავიანთ ეკონომიკურ საქმიანობას ახორციელებენ სხვადასხვა სახელმწიფოებში. იქმნება ე.წ ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რომლებშიც დასაქმებული არიან სხვადასხვა კულტურის, ეროვნების, ღირებულების და მენტალობის მატარებელი ადამიანები. ეკონომიკური გლობალიზაციის ინტენსივობა მსოფლიოს სხვადასხვა ნაწილში არათანაბარია და დაკავშირებულია ქვეყნების ეკონომიკური განვითარების დონესთან. ეკონომიკურად ძლიერ ქვეყნებში ის ბევრად უკეთეს შედეგებს იძლევა.

თავისუფალი ვაჭრობა საშუალებას იძლევა გათანაბრდეს სხვადასხვა მწარმოებლებისა და ქვეყნების შესაძლებლობები, რათა მათ თავისუფლად შექმნან ის საქონელი და მომსახურეობა, რომელსაც ბაზარზე გაიტანენ. ტრანსნაციონალური კორპორაციები ამ უპირატესობებს კარგად იყენებენ. მათი ეფექტურობის საფუძველია – წარმოების რესურსების მთელ მსოფლიოში ფლობის და ხელმისაწვდომობის უპირატესობა, ჰორიზონტალური დივერსიფიკაცია სხვადასხვა დარგებში, ეკონომია წარმოების მასშტაბში, არჩევანის შესაძლებლობა კომპანიის საწარმოების განთავსებისას სხვადასხვა ქვეყანაში, მათი ეროვნული ბაზრების სიდიდის გათვალისწინება, ეკონომიკური ზრდის ტემპების, ფასების, ეკონომიკური რესურსების მისაწვდომობის, აგრეთვე პოლიტიკური რესურსების წინასწარ გათვლა.

ნაშრომში განხილულია ისეთი ტრანსნაციონალური კომპანიები როგორცაა: SAMSUNG და McDonald's, რომელთა ცნობადობა მსოფლიოს მასშტაბით ძალიან დიდია. ვისაუბრებთ იმაზე, თუ როგორ ვითარდებოდნენ გლობალიზაციის პერიოდში, როგორ იქცნენ გიგანტ კომპანიებად და რა გავლენა იქონია კრიზისმა მათ განვითარებაზე.

ასევე როგორია მათი სავაჭრო და საინვესტიციო სტრატეგიები და რა წარმოადგენს საერთაშორისო ბიზნესში მათ თანამედროვე გამოწვევებს.

XXI საუკუნეში გლობალიზაციის იდეა,
როგორც გლობალური ეკონომიკური ბრუნვა და ადრეული ეკონომიკური განვითარება,
უფრო სპეციფიკური ხასიათის იქნება,
რაც ხელს უწყობს ხალხთა კავშირს და საერთო მიზნების მიღწევას.

კვლევის მიზნები და ამოცანები: აღნიშნული ნაშრომის ძირითადი მიზანია გლობალიზაციისა და დეგლობალიზაციის ფონზე საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების ძირითადი ტენდენციების გამოვლენა. ნაშრომის ამოცანაა განვიხილოთ გლობალიზაციის არსი, მისი პროცესის დროს მიმდინარე მოვლენები. როგორ მიმდინარეობს საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება გლობალიზაციის და დეგლობალიზაციის პირობებში, რა ძირითადი თავისებურებებით ხასიათდება ეკონომიკური გლობალიზაციის პირობებში კაპიტალი და საერთაშორისო ვაჭრობა. რა როლს ასრულებენ და როგორ ფუნქციონირებენ ტრანსნაციონალური კომპანიები და ზოგადად რა ტენდენციებით ხასიათდება საერთაშორისო ბიზნესი, როგორია მისი თანამედროვე გამოწვევები.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი: ნაშრომი წარმოადგენს სამაგიდო კვლევას, რომელშიც გაანალიზებულია საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების ტენდენციები. ყურადღება გამახვილებულია კომპანიების სამსუნგი და მაკროეკონომიკური სტრატეგიებზე. ნაშრომი შემუშავდა სინთეზისა და სისტემური მიდგომის საშუალებით, ასევე გამოყენებულია აღწრითი სტატისტიკა და ეკონომიკურ-სტატისტიკური მეთოდი. ნაშრომში გამოყენებული და გაანალიზებულია სხვადასხვა დროის ქართველი და

უცხოელი ავტორების თეორიული ნაშრომები ეკონომიკური გლობალიზაციის არსისა და განვითარების შესახებ, რომელმაც საშუალება მოგვცა მეტი ინფორმაცია მიგველო და დაგვემუშაებინა საკვლევი თემა.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა: ნაშრომი შედგება ანოტაციის, შესავლის, სამი თავის, რვა ქვეთავის, დასკვნის, ბიბლიოგრაფიისა და დანართისაგან.

თავი 1. გლობალიზაციის ეკონომიკური განზომილება და დეგლობალიზაცია

§1. ეკონომიკური გლობალიზაციის არსი და ძირითადი კონცეფციები

ტერმინი გლობალიზაცია მომდინარეობს ინგლისური სიტყვისგან „globe” და ითარგმნება, როგორც გლობუსი ან დედამიწა. გლობალიზაცია ტერმინი კინიშნავს დედამიწაზე არსებული ქვეყნების ერთიან ურთიერთობას. თავდაპირველად ეს ურთიერთობა იყო ფინანსური ხასიათის თუმცა თანამედროვე მსოფლიოს გლობალიზაცია ყველა სფეროს შეეხო.¹

გლობალიზაცია მრავალმხრივ განვითარებული პროცესია, მის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ეტაპს ეკონომიკური გლობალიზაცია წარმოადგენს, რომელიც ფინანსური გლობალიზაციის სახით ბრუნდება. ეკონომიკურ გლობალიზაციაში განისაზღვრება როგორც საქონლის, მომსახურების, კაპიტალის საზღვარგარეთ გატანის მასშტაბები, ასევე განისაზღვრება საგარეო ვაჭრობაში ჩართულობა, უცხოური ინვესტიციების ქვეყანაში შემოდინების მოცულობა, საიმპორტო ბარიერები და საბაჟო პოლიტიკის ხარისხი. ეკონომიკური გლობალიზაციის პროცესი საკმაოდ მნიშვნელოვანია თითოეული ქვეყნისთვის, რადგან ხელს უწყობს და აძლიერებს ქვეყნებს შორის ურთიერთობებს.

ეკონომიკური გლობალიზაციის საფუძველია წარმოების ზრდა და მისი ინტერნაციონალიზაცია, რამაც თავის მხრივ საკმაოდ დიდი როლი ითამაშა ეროვნული კაპიტალის დაბანდებაში და რა თქმა უნდა კაპიტალის ინტერნაციონალიზაციაში.²

ეკონომიკური გლობალიზაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პროცესს წარმოადგენს ოფშორული ცენტრების წარმოქმნა, სადაც ინვესტორი იღებს საკმაოდ დაბალ გადასახადს გამარტივებული მომსახურების სანაცვლოდ. თითოეული ქვეყნის ბაზარზე დიდ ადგილს იკავებს სხვადასხვა ქვეყნის

¹მექვაბიშვილი ე. - გლობალიზაციის ეპოქის ფინანსური კრიზისები და საქართველოს ეკონომიკა, თბილისი, 2018, გვ. 19

²მესხია ი.—გლობალური კრიზისი და საქართველოს ეკონომიკა. ჟურნალი სოციალურ ეკონომიკა №2. თბილისი. 2009

პროდუქცია რომელიც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოვლინებაა ეკონომიკური გლობალიზაციის.³

ეკონომიკური გლობალიზაცია საკმაოდ რთული ტიპის პრობლემაა, რომლის საფუძველსაც წარმოების ზრდა წარმოადგენს. მისი მიზანი ქვეყნებს შორის საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის დამყარება, საწარმოო პროცესების გამყარება და წარმოებული პროდუქციის რეალიზება წარმოადგენს. წარმოების ინტერნაციონალიზაცია თავის მხრივ იწვევს ერთიანი ეროვნული კაპიტალის ერთმანეთთან დაკავშირებას, რომელიც შემდეგ ეროვნულ კომპანიებში გამოვლინდება, სადაც არსებული კომპანიები უმსხვილეს კომპანიებად გარდაიქმნება.⁴

ბევრი მეცნიერის აზრით, მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაცია მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ იწყება და პირდაპირ უკავშირდება ბრეტონ-ვუდის ინსტიტუტებს. მსოფლიო ბანკი და საერთაშორისო სავალუტო ფონდი საფინანსო სფეროში, ხოლო გატი - სავაჭრო სფეროში, ახალი ეკონომიკური წესრიგის ქვაკუთხედს წარმოადგენდნენ. მსოფლიო ბანკის და საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მიზანი იყო შეენარჩუნებინათ ვალუტის სტაბილური კურსი, ხელი შეეწყოთ ომისაგან დასუსტებული ევროპის სახელმწიფოების ეკონომიკური გამოჯანსაღებისათვის, ფინანსური დახმარება აღმოეჩინათ ყველა იმ სახელმწიფოსათვის, რომელსაც ეს ესაჭიროებოდა.

ზურაბ დავითაშვილი აღნიშნავს: დღევანდელ პირობებში სახელმწიფოები ისე არიან ერთმანეთზე ურთიერთდამოკიდებული, რომ არც ერთი ეროვნული ეკონომიკა არ შეიძლება ჩაითვალოს „საშინაოდ“. ეს არის მსოფლიო, სადაც ერთ ქვეყანაში შეგიძლია შეიძინო ნედლეული, მეორე ქვეყანაში გადაამუშავო იგი, მესამეში - შექმნა მისგან პროდუქტი, მეოთხეში - შეფუთო, მეხუთეში - გაყიდო, ხოლო მეექვსეში - გაუწიო ყველაფერ ამას კოორდინაცია. ეს არის წარმოების პროცესი საზღვრებს გარეშე, როგორც მას მეცნიერები უწოდებენ. წარმოების ასეთ პროცესს ბევრი უპირატესობა აქვს. მათგან აღსანიშნავია:

³აბრალავა ა. - „ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია“ გვ.155

⁴<https://ged-project.de/globalization/globalization-report-2018-who-benefits-most-from-globalization/?cn-reloaded=1>

- წარმოების ეკონომიურობა, რომელიც განპირობებულია დიდი მასშტაბებით;
- არჩევანის მრავალფეროვნება, რაც გულისხმობს იმას, რომ წარმოების პროცესში შესაძლებელია შეირჩეს ნედლეული, დანადგარები, ადამიანური რესურსები და სხვ.
- მობილურობა, რაც გულისხმობს მოგების გაზრდის მიზნით საწარმოს გადატანას მსოფლიოს ერთი კუთხიდან მეორეში;
- ეფექტურობა, რომელიც მიიღწევა პროცესის ასეთი დანაწილების შედეგად დაზოგილი დროით.⁵

ეკონომიკური გლობალიზაცია არის გლობალური ინტეგრაციის გაზრდა, არა მარტო ბაზარზე არამედ ფინანსურ სისტემაში, სავაჭრო, საკომუნიკაციო და ტექნოლოგიურ სისტემაში, კანონებში. თუმცა არ არსებობს ეფექტური გლობალური მარეგულირებელი სისტემა რომელიც გააკონტროლებს ეკონომიკურ გლობალიზაციას. დადგენილი ეკონომიკური გლობალიზაციის წესები შეიქმნა სავაჭრო შეთანხმებების, საერთაშორისო სამართლის და დომინირებული ქვეყნების მიერ. ეს წესები აუმჯობესებს კაპიტალის კონტროლს, ინტელექტუალური საკუთრების უფლებას, საჯარო მომსახურებას და იმ სუსტ კანონებს, რომელიც იცავს შრომის, ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და გარემოს დაცვის წესებს.⁶

XXI საუკუნის დასაწყისში კაცობრიობა შევიდა მსოფლიო ეკონომიკის ინტენსიური გლობალიზაციის ეპოქაში. ის პირველ რიგში წარმოადგენს, ტრანსნაციონალური კორპორაციების ოპერაციების გავრცელების გზით, უფრო ინტეგრირებული გლობალური ეკონომიკური სისტემის ტენდენციების გამოვლინებას და მის რეალიზაციას მთელ მსოფლიოში.⁷

⁵ ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბილისი, 2006, გვ. 40-41

⁶ საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია - გლობალიზაცია, საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების ტენდენციები, თბ. 2012

https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/Konferenciis_Masalebi_Gascorebuli.pdf გვ. 147-148

⁷ ტრანსნაციონალური კორპორაციების გავლენა რეციპიენტი ქვეყნების ეკონომიკაზე, გვ:93 <https://dspace.tsu.ge/bitstream/handle/123456789/499/The%20impact%20of%20transnational%20corporations%20on%20the%20economy%20of%20recipient%20countries.pdf?sequence=1&isAllowed=y> -

ბაზარზე ტრანსნაციონალური კორპორაციების შემოსვლას და საქმიანობის განხორციელებას დადებითი ეფექტი გააჩნია. განვიხილოთ ისეთი ტრანსნაციონალური კომპანიები როგორცაა: SAMSUNG და Mcdonald's.

1938 წელსლიუანგ-ჩულმა, სუ-დონგში, ქალაქდაეგუსთანახლოსსამსუნგიდააფუძნა. კომპანიაშიმხოლოდ 40 თანამშრომელიმუშაობდადამისიძირითადიბიზნესისაკვებპროდუქტებისდისტრიბუციადაწარმოებაყო.

1947 წელსკომპანიასწრაფიტემპითდაიწყოზრდადამისიოფისისეულშიგადავიდა. მალე, ლიმშაქრისგადამამუშავებელიქარხანაგახსნა. ახალმაქარხანამსაკმაოდკარგიშედეგებიმოუტანასამსუნგს.

1960 წელსსამსუნგისჯგუფიელექტრომოწყობილობებისბაზარზეცშევიდა. კომპანიამდიდიკაპიტალიინოვაციურიტექნოლოგიებისგანვითარებაშიდააბანდა. პირველადსამსუნგამისიპირველიპროდუქტიშავთეთრიტელევიზორიგამოუშვა.

1980 წელსსამსუნგმატელეკომუნიკაციისგიგანტი Hanguk Jeonja Tongsin შეიძინადა Samsung Electronics სახელითტელეფონების, ფაქსისაპარატებისდაკომუნიკატორებისწარმოებადაიწყო.

სამსუნგმაასევედიდიყურადღებადაუთმომისჯგუფშიშემავალსამშენებლოკომპანიას. მათგანახორციელესისეთიდიდიპროექტები, როგორცარის Burj Khalifa მსოფლიოშიყველაზემაღალიშენობადა Petronas Towers მალაიზიაში. 1990 წელსმათიპრიორიტეტიყოელექტრონიკა, სამშენებლობიზნესიდაქიმიურიწარმოება.

სამსუნგისწარმატებისსაიდუმლოახალითაობისტექნოლოგიებისშექმნასადაგანვითარებაშია. 1938

წელსკვებისპროდუქტებითწარმოებითადადისტრიბუციითდაწყებულბიზნესი, დღესმსოფლიოსსხვადასხვანდუსტრისწამყვანიკომპანიაა.

სამსუნგიმუდმივადფიქრობსსაკუთარმომხმარებელზედაინოვაციურიმიდგომისშედეგადდღესმსოფლიობაზრისერთ-ერთგიგანტადგვევლინება.⁸

⁸Insource - სამსუნგის ისტორია, თბ. 2016

კომპანია სამსუნგი გლობალურ ბაზარზე 1970-იანი წლების ბოლოსა და 1980-იანი წლების დასწყისში გავიდა. კომპანიის ხელმძღვანელის გარდაცვალების შემდეგ მისი ადგილი მისმა ვაჟმა დაიკავა, რომელმაც გადაწყვიტა მოეხდინა ბიზნესის რესტრუქტურირება. მის მიზანს წარმოადგენდა ელექტრონული კომპანიების მსოფლიო ტოპ ხუთეულში შესულიყო.

მას შემდეგ რაც კომპანიებმა დაიწყეს შერწყმა, კოალიციების ჩამოყალიბება და ბიზნესის საზღვრებს მიღმა გატანა, სამსუნგმა ეს შესაძლებლობა მაქსიმალურად გამოიყენა, რადგან უკეთ გაცნობოდა მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნებს.

მსოფლიო ბაზარზე გასვლის შემდეგ გასული საუკუნის 90-იანი წლების შუა პერიოდში მსოფლიო კლასის პროდუქციის და მაღალი ხარისხის დამზადებით მან მოახდინა რევოლუცია თავის საქმიანობაში. ამ პერიოდის განმავლობაში მისი წარმოებული 17 პროდუქცია მოწინავე ხუთეულში შედიოდა მსოფლიო ბაზარზე.

კომპანია ასევე აქტიურად მონაწილეობდა სპორტულ მარკეტინგში, რამაც ხელი შეუწყო კომპანიის იმიჯის გაძლიერებას.

გასული საუკუნის ბოლოს კრიზისის ფონზე სამსუნგ ელექტრონიკსი იყო ერთ-ერთი იმ კომპანიებიდან, რომელიც ზრდას განაგრძობდა.

ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისში კომპანია აღიარებულია და შედის მსოფლიო ტოპ 10 ბრენდს შორის ელექტრონიკის ბიზნესის წარმატების წყალობით.⁹

გლობალიზაციამ კომპანია სამსუნგს გზა გაუხსნა მსოფლიო ბაზარზე გასვლისთვის და შესაბამისად სამსუნგმა ყველაფერი გააკეთა იმისთვის, რომ ქცეულიყო მსოფლიო ბაზრის ერთ-ერთ გიგანტ კომპანიად. სწორედ გლობალიზაციამ მისცა შესაძლებლობა მას გაცნობოდა მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნილებებს, შეესწავლა ის და შემდეგ ემოქმედა იმ მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, რომელიც გლობალურ საჭიროებებს წარმოადგენდა.

ჩვენს მიერ განხილული მეორე ტრანსნაციონალური კომპანია „McDonald’s“ წარმოადგენს სწრაფი კვების ობიექტს. კომპანია მოქმედებს 119 ქვეყანაში. კომპანიის ისტორია იწყება 1940-იანების ბოლოს, როდესაც ძმებმა რიჩარდმა და

⁹კომპანია სამსუნგის ისტორია - <https://www.samsung.com/us/aboutsamsung/company/history/>

მორისმა დაარსეს გზისპირა სწრაფი კვების ობიექტი. კომპანიის მომდევნო განვითარებაში დიდი წვლილი აქვს შეტანილი რეი კროკს, რომელსაც ქონდა გახსნილი ბარის ინვენტარის კომპანია. კროკის ისტორია მაკდონალდში იწყება მაშინ, როდესაც ძმებმა მისგან 10 მიქსერის შეძენა გადაწყვიტეს. დაინტერესებულმა კროკმა გადაწყვიტა ჩასულიყო სან-ბერნარდინოში, ჩასვლისას მას დახვდა უზარმაზარი რიგი მაკდონალდის შენობასთან. თავდაპირველად მან გადაწყვიტა ძმების ფრანჩაიზინგის ექსკლუზიური აგენტი გამხდარიყო. 1955 წელს კროკმა დააფუძნა კომპანია “McDonald’s Systems Inc”, რომელსაც 5 წელიწადში გადაარქვეს სახელი და მას ეწოდა “McDonald’s Corporation”.¹⁰

მაკდონალდის გლობალური გაფართოება 1968 წელს დაიწყო, როდესაც პირველი კანადის რესტორანი გაიხსნა. 12 წლის შემდეგ კომპანია გადავიდა ოკეანეში და გადავიდა ევროპაში, აზიაში, ავსტრალიაში, ლათინურ ამერიკაში და შემდეგ აფრიკაში. ახლა მსოფლიოში 31 ათასი მაკდონალდის რესტორნია, რომელიმაც დასაქმებულია 1.5 მილიონი ადამიანი. რიცხვი მუდმივად იზრდება: 8-მდე სწრაფი კვების რესტორანი ყოველდღე იხსნება. საშუალოდ, თითოეული დაწესებულების წლიური ბრუნვა \$ 1.5 მილიონია, ხოლო კომპანიის წმინდა მოგება აღემატება 3 მილიარდ დოლარს. მას როგორც საერთაშორისო ბიზნესის მქონე კომპანიას ფილიალები მთელი მსოფლიოს ტერიტორიაზე აქვს. მაკდონალდს აქვს "დიდი ექვსი" ფილიალი მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებში და იქიდან იმყარებს პოზიციებს. ეს ქვეყნებია; კანადა (1000 რესტორნები), იაპონია (2500), გერმანია (700), ავსტრალია (700), საფრანგეთი (600) და გაერთიანებული სამეფო (600). ეს რესტორნები კორპორაციის უცხოური შემოსავლების დაახლოებით 80% -ს შეადგენს. მისი სოციალური პასუხისმგებლობა მუდმივად გამოკვეთილია და მორგებულია იმ ქვეყანას, რომელშიც არის განთავსებული.¹¹

მაკდონალდის ბაზარზე ხანგრძლივი მოღვაწეობა ძალიან ბევრი ცოდნით მიღებულ, გამოცდილებით დადასტურებულ მაგალითებსა და არგუმენტებს შეიცვს. ყველაზე მარტივით, რომ დავიწყოთ, ბრენდის ისტორიაში ძალიან ბევრი

¹⁰"მაკდონალდის" ისტორია - <http://intermedia.ge/სტატია/23526-მაკდონალდის-ისტორია/27/>

¹¹<http://www.ceo.ru/news/business/brand/mcdonalds-istoria-sozdania>

რებრენდინგის შემთხვევა, მოიძებნება, მაგალითად, 1940-2007 წლებში კომპანია სულ რებრენდინგს განიცდიდა.

ასევე, საყურადღებოა, მისი დიდი წვლილი ბუნების დაცვაში. ის უკვე მრავალი წელია პოლიეთილენის პარკებს უგულვებელყოფს და ქაღალდის შეფუთვებით სარგებლობს, რომელიც ბუნებისთვის საერთოდ არ არის მავნე და ძალიან მარტივი გადასამუშავებელია.

შემოქმედობა და მკვლევრობა კი ძალიან ნათელია, თუნდაც მის პროდუქციაში ბრენდი სულ ცდილობს, რომ მომხმარებელს სიახლე არ მოაკლოს.

ისინი 80 წლის განმავლობაში არ შეჩერებულან და სულ ორიენტირებული იყვნენ წინსვლასა და წარმატებაზე.¹²

უნდა აღინიშნოს რომ ჩვენს მიერ ნაშრომში განხილული ორი გიგანტი ტრანსნაციონალური კომპანია კარგად მოერგო და შეეთვისა მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნებს, რის შედეგადაც მიაღწიეს უდიდეს წარმატებებს საკუთარი ქვეყნის გარეთ და დიდი პოპულარობით სარგებლობენ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. ისინი მუდმივად ცდილობენ სიახლეები შეიტანონ საკუთარ პროდუქციაში და მოერგონ მომხმარებლის ინტერესებს.

¹²https://www.marketinghouse.ge/macdonalds/?fbclid=IwAR2ovnHFRBhJmAWuo5W97liH9AgmqMqRi_Mm8P8Xb8kkqIPt0PxiC8ghuqk

§2. დეგლობალიზაციის ტენდენციები მსოფლიო ეკონომიკაში

მიუხედავად გლობალიზაციის ასეთი შედეგებისა, იმ კრიზისის ფონზე, რაც ამ ეტაპზე ქვეყნებს თავს დაატყდა მეცნიერები ალაპარაკდნენ დეგლობალიზაციის პროცესის დაწყების თაობაზე. გლობალიზაციის უპირატესობები ქვეყნის ეკონომიკაში სადავო საკითხს წარმოადგენს არა მხოლოდ მთელ საზოგადოებაში, ასევე მსოფლიო ეკონომიკის აკადემიკოსებსა და პროფესიონალებშიც. უმეტეს შემთხვევაში დეგლობალიზაცია განიხილება, როგორც ეკონომიკის ურთიერთდამოუკიდებულებისა და ინტეგრაციის შემცირების პროცესი ქვეყნებს შორის. შესაბამისად, ტერმინი ფართოდ არის გამოყენებული რამდენიმე ისტორიული პერიოდის აღსაწერად, როდესაც პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადი და საერთაშორისო ვაჭრობის შესაძლებლობები იკლებს რეგიონალური ან გლობალური ეკონომიკური კრიზისის გამო.

გასული საუკუნის 1980 წლიდან დაწყებული, როდესაც გლობალიზაციის მესამე დიდი ტალღა გახდა ინტერესის საგანი, ზოგი ეკონომისტი და სოციოლოგი ექვემდებარებოდა გლობალიზაციის პოზიტიურ პოზიციას, იმის გათვალისწინებით, რომ ეს შეიძლება არ იყოს ისეთი ძლიერი და არ ჰქონდეს ისეთი გრძელვადიანი სიხშირე როგორც ჩანს. მკვლევარები და პრაქტიკოსები იძულებულნი გახდნენ შეესწავლათ გლობალური ეკონომიკის ზოგიერთი მნიშვნელოვანი საკითხი, როგორცაა სიღარიბე, უმუშევრობა, მთელი ეკონომიკური სექტორის განადგურება და ა.შ., რომლებიც მანამდე უწყვეტი ჩანდა. შესაბამისად, მათ სწრაფად განმარტეს და შემოიღეს ახალი ცნება, რომელსაც დეგლობალიზაცია უწოდეს.

დეგლობალიზაცია მომდინარეობს ტერმინ გლობალიზაციაზე „დე“ პრეფიქსის დამატებით. ეს არ არის საკმაოდ მკაფიო და საყოველთაოდ მიღებული განმარტება. ტერმინი მიღებულია დისკუსიების გარეშე და შეიძლება ჩაითვალოს ტერმინ გლობალიზაციის ანტონიმად. მიმდინარე გლობალურმა ეკონომიკურმა განვითარებამ განაცხადა, რომ გლობალიზაციის პროცესმა დაკარგა თავისი მამოძრავებელი ძალა, რომელიც ჰქონდა ფინანსურ-ეკონომიკურ კრიზისამდე.

ამგვარად, შედარებითი ვარდნის პერიოდები ზოგჯერ ხდება და შეიძლება ასოცირდეს დეგლობალიზაციის ტენდენციასთან. აქედან გამომდინარე, უკუქცევის პერიოდებმა შეიძლება გამოიწვიოს დეგლობალიზაციის ტენდენციები ეფექტურობისა და კონკურენტუნარიანობის ახალი წესებით.

ეს სიტუაცია გარკვეულწილად წარმოადგენს არჩევანს გადარჩენის და არ არის აუცილებელი ეკონომიკური პროტექციონიზმის ხანის გადახედვის მოთხოვნა. პერიოდები, როდესაც შემცირდა გლობალიზიის პროცესი ცნობილია მე-19 საუკუნის მეორე ნახევრიდან. ეს პერიოდები უფრო მეტად გვხვდება მე-20 საუკუნეში, განსაკუთრებით ორი სამყაროს ომების აფეთქების შემდგომი გაგრძელება, რომელმაც გლობალური ეკონომიკის დესტაბილიზაცია გამოიწვია. მას თან ახლდა დიდი დეპრესია 1929-1933 წლებში, რომლის ექო დიდი ხნის წინ მოკვდა, მაგრამ მისი ეფექტები დღესაც შენარჩუნებულია ამა თუ იმ ფორმით.¹³

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე კრიზისული მოვლენების ფონზე იქმნება შთაბეჭდილება გლობალიზაციის განვითარების ტემპების შენელებისა და დეგლობალიზაციის პროცესის დაწყების თაობაზე. ამავდროულად, გლობალიზაცია განიხილება როგორც გლობალური ეკონომიკური კრიზისის განმაპირობებელი ძირითადი ფაქტორი. განსაკუთრებულ აქტუალურობას იძენს გლობალიზაციის, დეგლობალიზაციისა და გლობალური რეგულირების ცალკეული ასპექტების ანალიზი. ამ ეტაპზე, გლობალიზაციის მკვლევართა მხრიდან აქტიურად განხილულ საკითხთა შორის გამოსაყოფია: პირველი - მოსაზრება გლობალიზაციის უპრეცედენტობის თაობაზე, მეორე - გლობალიზაციისა და ეროვნული სახელმწიფოს ურთიერთმიმართებისა და მესამე - საკითხი არსებული საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების გაფართოებისა თუ შემცირების თაობაზე. ამ ეტაპზე, მსოფლიო ეკონომიკა წარმოადგენს გლობალიზებად და არა გლობალიზებულ ეკონომიკას. მსოფლიო ეკონომიკა გლობალიზდება მე-20

¹³Cătălin Postelnicu, Vasile Dinu, Dan-Cristian Dabija - ECONOMIC DEGLOBALIZATION – FROM HYPOTHESIS TO REALITY , გვ: 4
https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/9102/EM_2_2015_1.pdf?sequence=1&fbclid=IwAR2Du3bW9xYyr3L7_59wODYxg-w67z0ohph7ydXY1D62rLYNmT92bMCWCok

საუკუნის 50-იანი წლებიდან, რომელიც ამავედროულად, შეიძლება მიჩნეულ იქნას „კლასიკური ეროვნული სახელმწიფოს“ როლის შემცირების საწყის წერტილად. უკანასკნელ წლებში მსოფლიო ვაჭრობისა და კაპიტალის საერთაშორისო მოძრაობის ტემპების შემცირების მიუხედავად, გადაჭარბებულია ცალკეული მეცნიერის მოსაზრება მსოფლიო ეკონომიკის დეგლობალიზაციის პროცესის დაწყების თაობაზე. დეგლობალიზაციის განხორციელების ინსტრუმენტებს ქვეყნების კარჩაკეტილობა, იზოლაციონიზმი, ეკონომიკური ნაციონალიზმი და ეკონომიკური პროტექციონიზმის აღორძინება წარმოადგენს. თუმცა, თანამედროვე ეტაპზე, ქვეყნებს შორის ეკონომიკურ-პოლიტიკური ურთიერთდამოკიდებულების უპრეცედენტოდ მაღალი ხარისხი, განვითარებული, ასევე გარკვეულწილად განვითარებადი ქვეყნების საგარეო-ეკონომიკურ პოლიტიკაში ლიბერალური მიდგომების დომინირება და საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების არსებული მასშტაბები არ იძლევა დეგლობალიზაციის პროცესის დაწყების დადასტურების შესაძლებლობას.¹⁴

ვლადიმერ პაპავა განიხილავს საკითხს - საქართველოს ევროპული გზა პანდემიური დეგლობალიზაციის პირობებში. მისი აზრით, COVID-19-ის პანდემიამ სერიოზული ზეგავლენა იქონია როგორც ცალკეული ადამიანების ცხოვრებაზე, ისე მსოფლიო ეკონომიკაზე, რის გამოც მთელი რიგი საკითხების ახლებურად არის გასააზრებელი. მათ შორის განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს გლობალიზაციის პრობლემა. კერძოდ კი, COVID-19-ის პანდემია ხომ არ გამოიწვევს გლობალიზაციის დასრულებას სრულად და ხომ არ ჩაანაცვლებს გლობალიზაციას დეგლობალიზაცია. მიუხედავად გრიპის პანდემიის მოახლოებული საფრთხის შესახებ სპეციალისტების გაფრთხილებისა მხედველობაში მიღებული არ იქნა ეს, რამაც პანდემიის ფართომასშტაბიანი გავრცელება გამოიწვია. თავის მხრივ, პანდემიამ კარგად წარმოაჩინა თანამედროვე გლობალიზაციის სუსტი მხარეები: ვირუსის სწრაფმა

¹⁴საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია - გლობალიზაცია, საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების ტენდენციები. თბ. 2012, გვ. 89-91 https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/Konfi.pdf?fbclid=IwAR3FlwMHu1rqW28z2HDGhYtYG6DyiFGeGjcbYtl8gSMVawCBHaemynXdxnU

გავრცელებამ ყველას დაანახა, რომ გლობალურ ინსტიტუციებსა დამსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციას რეალურად არ აღმოაჩნდათ სწრაფი რეაგირების ეფექტიანი მექანიზმები. თითოეულმა სახელმწიფომ პანდემიის წინააღმდეგ დამოუკიდებლად დაიწყო მოქმედება, რამაც გააძლიერა იმის განცდა, რომ საქმე გვაქვს დეგლობალიზაციის პროცესთან.

დეგლობალიზაცია სავსებით შესაძლებელია. ამისათვის ყველა სახელმწიფომ სავსებით შეგნებულად მეტ-ნაკლებად იზოლაციონისტური პოლიტიკა უნდა გაატაროს, თუმცა ამ შემთხვევაში ეს უარყოფითად აისახება, როგორც ეკონომიკურ ზრდაზე, ასევე სოციალურ, პოლიტიკურ და გარემოსდაცვით სფეროებზეც.

მაშასადამე, დეგლობალიზაცია კიდევ უფრო გაართულებს იმ პრობლემების გადაწყვეტას, რომლებიც აწუხებს კაცობრიობას. პაპავას აზრით, თანამედროვე მსოფლიოში უმთავრესად ადგილი აქვს ე.წ. „იძულებით დეგლობალიზაციას“, რაც იმითაა განპირობებული, რომ პანდემიის მასობრივი გავრცელება იყო მოულოდნელი და არავინ აღმოაჩნდა ამ პრობლემის წინააღმდეგ სამოქმედოდ მზად. რის გამოც ყველა სახელმწიფო მეტ-ნაკლებად იზოლირებულად მოქმედებდა. პრობლემის გლობალური ხასიათის გამო იზოლაციონიზმის პირობებში პანდემიის დაძლევა წარმოუდგენელია - აუცილებელია გლობალური მასშტაბის კოორდინირებული მოქმედება. ქვეყანა, რომელიც შეეწინააღმდეგება თავისუფალ ვაჭრობას, ეკონომიკურად უფრო მეტად იქნება დაზარალებული. მხოლოდ თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეწყობით შეძლებენ ქვეყნები მეტ-ნაკლებად წარმატებით გამოიყენონ საკუთარი შედარებითი უპირატესობა და პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის შედეგები ამით შეამსუბუქონ.

აღსანიშნავია გარემოება, რომ დეგლობალიზაციის პროცესი რომელიცაშშ-ის პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა დაიწყო და პანდემიის პირობებში კიდევ უფრო გაღრმავდა, სავარაუდოდ, იქნება მეტ-ნაკლებად „ტრენდული“ გარკვეული დროის განმავლობაში და ამ ვითარებაში აუცილებელია ქვეყნები მაქსიმალურად მოემზადონ განახლებული გლობალიზაციის უფრო მაღალ საფეხურზე გადასასვლელად. შეცდომა იქნება, თუ ქვეყნები ყურად არ იღებენ

დეგლობალიზაციისათვის დამახასიათებელ რეალიებს. სწორედ დეგლობალიზაციის პირობებშია ახლებურად გასააზრებელი მთელი რიგი პრობლემების გადაწყვეტა, განსაკუთრებით კი ისეთის, როგორცაა სასურსათო უსაფრთხოება.

საქართველოსთვისაც აუცილებელია თანამედროვე დეგლობალიზაციის თავისებურებების გათვალისწინება. ქვეყნისთვის ერთ-ერთი პრიორიტეტული საკითხი სწორედ სასურსათო უსაფრთხოების მოგვარებაა ადგილობრივი აგრარული წარმოების განვითარების ხელშეწყობის მიმართულებით. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების კუთხით კი აუცილებლადაა გამოსაყენებელი ის გარემოება, რომ საქართველო რეგიონში ერთადერთია, რომელსაც აქვს თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმები როგორც ევროკავშირთან, ისე ჩინეთთან, რასაც პანდემიურ და პოსტპანდემიურ პერიოდებში ღირებულებათა ჯაჭვებისა და მიწოდებათა ჯაჭვების დივერსიფიკაციისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს და ექნება.

როგორც პაპავა აღნიშნავს ევროკავშირი დღეს საკმაოდ რთულ სიტუაციაში აღმოჩნდა, რადგანაც ბრექსიტით „დამძიმებულს“ COVID-19-ის პანდემიაც დაემატა, რასაც მოუმზადებელი შეხვდა და სერიოზული გამოწვევის წინაშე დააყენა, რომშექმნას კრიზისების მართვის ძლიერი მექანიზმი.¹⁵

ეკონომიკურ კრიზისებთან ბრძოლის წარსულმა გამოცდილებამ აჩვენა, რომ სახელმწიფოს მიერ კრიზისის საპასუხოდ გადადგმული ნაბიჯები წარმატებულია მაშინ, როდესაც ის არ უგულებელყოფს ადამიანის უფლებებს. პირიქით, ეკონომიკური კრიზისის დროს სახელმწიფოს მხრიდან ადამიანის უფლებების დაცვა და საჭიროების შემთხვევაში მათი პროპორციული შეზღუდვა განაპირობებს კრიზისისგან სწრაფ გამოსვლას. კორონავირუსმა მსხვილი ბანკებით დაწყებული და ტურიზმით დამთავრებული, ეკონომიკის არაერთი სექტორი დააზარალა.

¹⁵პაპავა ვ. - საქართველოს ევროპული გზა პანდემიური დეგლობალიზაციის პირობებში, თბ. 2020, გვ: 1-7. [Papava Europe Georgia Ge.pdf](#)

ინფორმაციამ CNN-ზე გვაუწყა, რომ მსხვილი კომპანიების გარდა, კორონა ვირუსის საფრთხემ ჩინეთში არსებული მცირე საწარმოები და ბიზნესებიც დააზარალა, რომლებსაც საკუთარი პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე გაჰქონდათ.

მნიშვნელოვნად არის შემცირებული ამანათების და ნივთების საერთაშორისო გადაზიდვა ინტერნეტის მეშვეობით.

როგორც ანალიტიკოსები აცხადებენ, დაავადებამ ასევე მნიშვნელოვნად დააზარალა სხვა ყველა ფუფუნების საგნების მწარმოებლებიც. მუშაობა დღემდე შეჩერებული აქვს ჩინეთის „დისნეი ლენდს“, სტარბაქსის და მაკდონალდსის რამდენიმე ასეულ ობიექტს.¹⁶

ჩვენს მიერ ზემოთ განხილული კომპანიების მდგომარეობა კრიზისის ფონზე შეიძლება ასე დავახასიათოთ: Covid-19 ის სწრაფი ტემპით ზრდამ მაკდონალდსი დააყენა ახალი გამოწვევების წინაშე კერძოდ ზოგიერთ ქვეყანაში მას მოუწია რესტორნებში სასადილო სივრცეების დახურვა, ამის საპასუხოდ მან ერთგულ მომხმარებლებს აქტიურად შესთავაზა McDelivery, Drive thru, მობილური აპლიკაციით შეკვეთა და უკონაქტო გადახდა, რომლის საშუალებითაც, კომპანია ცდილობს წარმატებით განაგრძოს ბაზარზე პოზიციონირება და შეინარჩუნოს მომხმარებლების კეთილგანწყობა.

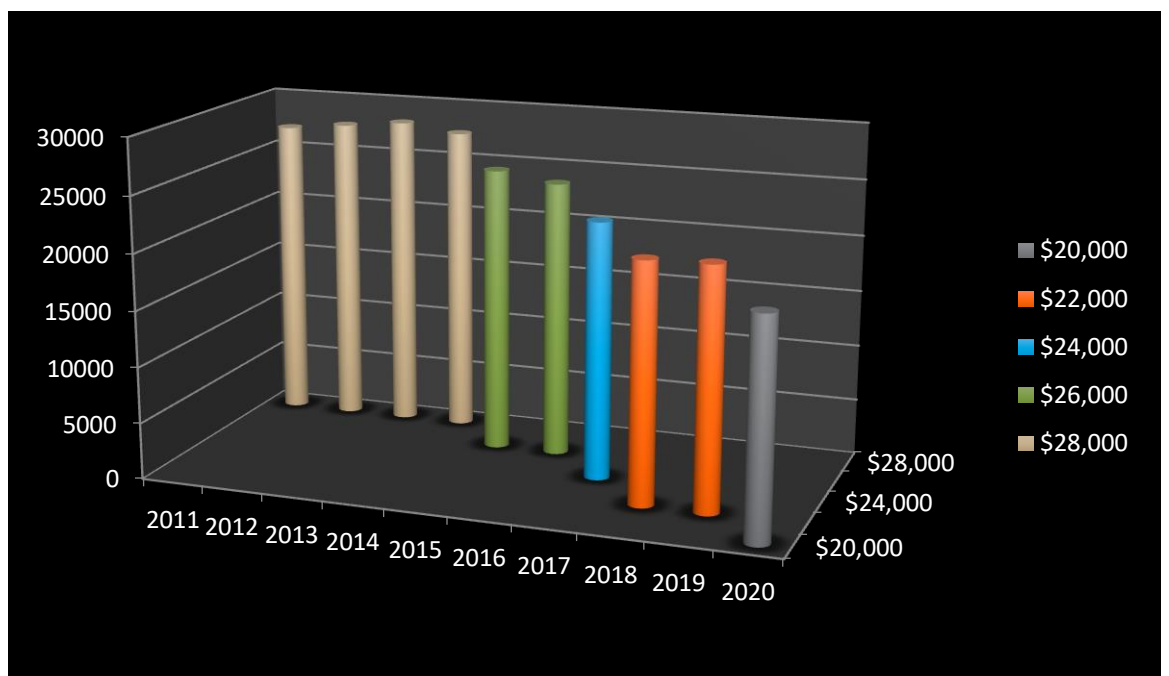
McDonald's კვარტალში ერთხელ აქვეყნებს ფინანსურ მონაცემებს. გამოქვეყნებული ფინანსური მონაცემების ანალიზიდან ნათლად ჩანს რომ, მიუხედავად განხორციელებული ღონისძიებებისა კორონა ვირუსმა კომპანიის შემოსავლებზე და მოგებაზე გარკვეულ წილად მაინც მოახდინა გავლენა რამაც კომპანიის შემოსავლების და მოგების შემცირება გამოიწვია. (იხ. დანართი 1.1.)

¹⁶გლობალიზაცია და ბიზნესის თანამედროვე გამოწვევები - IV საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის შრომების კრებული II, თბ. 2020, გვ:95

| თარიღი | მოგება | შემოსავალი |
|------------|--------------|--------------|
| 31/03/2019 | 2552 000 000 | 5024 000 000 |
| 30/06/2019 | 2830 000 000 | 5281 000 000 |
| 30/09/2019 | 2903 000 000 | 5431 000 000 |
| 31/12/2019 | 2831 000 000 | 5341 000 000 |
| 31/03/2020 | 2342 000 000 | 4714 000 000 |
| 31/03/2020 | 3345 000 000 | 4314 000 000 |

დანართი 1.1. McDonald's მოგება და შემოსავალი კვარტალის მიხედვით 2019-2020 წელი¹⁷

დანართი 1.2. და დანართი 1.3. - ში შეგიძლიათ იხილოთ კომპანიის მოგება და შემოსავალი 2011-2020 წლების მონაცემებით. სადაც ნათლად ჩანს თუ როგორ შემცირდა, როგორც საერთო მოგება, ისე შემოსავალი წინა წლის მონაცემებთან შედარებით.



დანართი 1.2. McDonald's შემოსავალი 2011-2020 წ

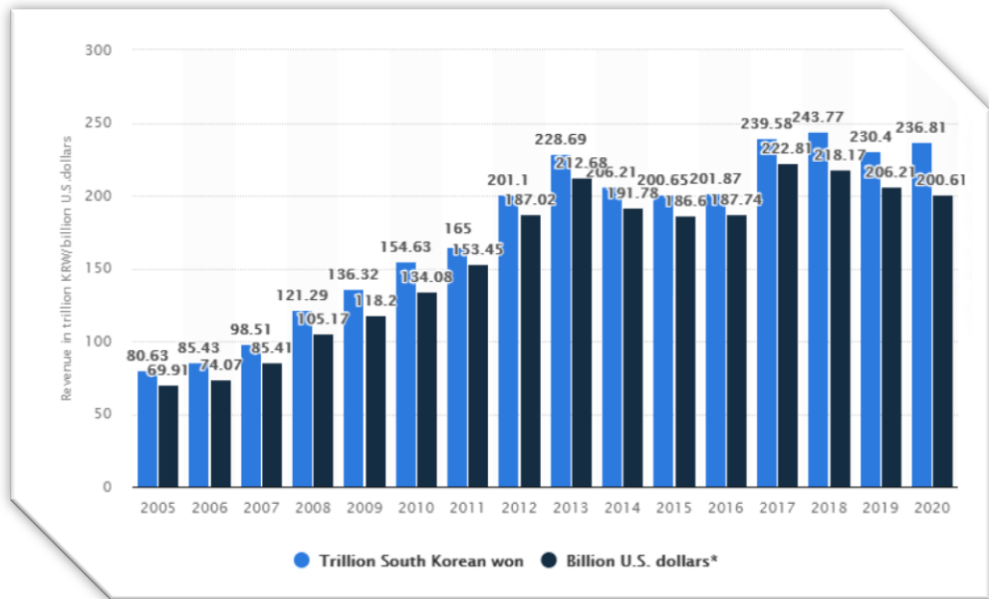
¹⁷<https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/financial-statements>

Covid 19-ის გლობალურმა განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეაფერხა მაკდონალდსის ბიზნესი. არსებული მომენტისთვის კომპანია ცდილობს წარმატებით განაგრძოს პოზიციონირება ბაზარზე. ამ ეტაპისთვის მსოფლიოს მასშტაბით რესტორნების 75% ფუნქციონირებს და მომხმარებლებს შეუფერხებლად ემსახურება, ის განუწყვეტლივ აწარმოებს მოლაპარაკებებს თავის მომწოდებლებთან და ჯერ-ჯერობით მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები არ აქვთ.

კორონავირუსის გავრცელებისა და ადამიანის სიცოცხლისთვის შექმნილი საშიშროების გამო, აგრეთვე ბევრი ტექნოლოგიური გიგანტი კომპანია იძულებული გახდა, ოპერაციები აზიაში განეხორციელებინა. Samsung-მა და Foxconn-მა ქარხნების მუშაობა დროებით შეაჩერეს.¹⁸

მიუხედავად იმისა, რომ covid-19 პანდემია გრძელდება კომპანია სამსუნგი ძალას არ იშურებს უზრუნველყოს მომხმარებელამდე პროდუქტისა და მომსახურების სტაბილურად მიწოდება. 2020 წლის მონაცემებით მოგება გაზრდილია 26.4 პროცენტით სამხრეთ კორეული ვონის მიხედვით, მაგრამ იქიდან გამომდინარე რომ დოლარის კურსის ცვლილება მოხდა ადგილობრივ ვალუტასთან მიმართებაში მოგება წინა წლის მონაცემებთან შედარებით არის შემცირებული. (თვალსაჩინოებისთვის იხილეთ დანართი 1.4.)

¹⁸ბატიაშვილი მ. - როგორშეცვლისკორონავირუსისპანდემიატექნოლოგიებისინდუსტრიას, თბ. 2020 <https://btu.edu.ge/akhali-ambebi/article/81090-rogor-shecvlis-koronavirusis-pandemia-teqnologiebis-industrias>



დანართი 1.4. სამსუნგის მოგება 2005-2020 წ

2021 წლის მარტის ბოლოს სამსუნგმა ასევე გამოაქვეყნა ფინანსური მონაცემები, რომლის მიხედვით მთლიანმა კონსოლიდირებულმა შემოსავალმა წინა კვარტალთან შედარებითი 65.39 ტრილიონი სამხრეთ კორეული ვონი შეადგინა, რაც 6 პროცენტით მეტია. საოპერაციო მოგებამ წინა სამი თვის მოგებასთან შედარებით მოიმატა 4 პროცენტით.

შემოსავლები ძირითადად გაზრდილია მობილური ტელეფონების და ციფრული მოწყობილობების ხარჯზე, ანუ ძირითადად იმ პროდუქტზე რაც მოთხოვნადი აღმოჩნდა პანდემის ფონზე, შესაბამისად ტელევიზორებზე და ციფრულ მოწყობილობებზე მოთხოვნის ზრდის გამო მოგება მაღალია, როგორც წინა სამ თვესთან, ასევე მთლიან წელთან შედარებით.¹⁹

აღნიშნული მონაცემების საფუძველზე შეიძლება ავღნიშნოთ, რომ მიუხედავად კრიზისისა ეს ორი გიგანტი კომპანია აგრძელებს ფუნქციონირებას მსოფლიო ბაზარზე უწყვეტად. გარკვეულ პროდუქტზე რათქმაუნდა შემცირებულია შემოსავალი მაგრამ საერთო ჯამში კომპანია სამსუნგი გარკვეულ პროდუქტებზე მოთხოვნის გაზრდის გამო ზარალს არ განიცდის და მისი შემოსავლის ზრდა მაინც ფიქსირდება, რათქმაუნდა ამის თქმა შეუძლებელია

¹⁹<https://news.samsung.com/global/tag/financial-results>

მაკდონალდსის შესახებ, თუმცა ყველაფრის მიუხედავად კომპანია ცდილობს გააგრძელოს უწყვეტად ფუნქციონირება და შესთავაზოს მომხმარებლებს სიახლეები.

თავი 2. საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების თავისებურებები გლობალიზაციისა და დეგლობალიზაციის პირობებში

§1. საერთაშორისო ვაჭრობის ძირითადი ტენდენციები

როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ, ვაჭრობას მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს საერთაშორისო ურთიერთობებში. ზოგიერთი მეცნიერი იმდენად შორს მიდის ვაჭრობის როლის შეფასებაში, რომ ვაჭრობასა და ომს საერთაშორისო ურთიერთობების ძირითად შემადგენლებად მიიჩნევს.²⁰

საერთაშორისო ვაჭრობა საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის ყველაზე ადრეული და შედარებით გავრცელებული ფორმაა. მასზე მოდის მსოფლიო ეკონომიკური ბრუნვის 80%. საერთაშორისო ვაჭრობაში იგულისხმება ქვეყნებს შორის ანაზღაურებული საქონელბრუნვის ერთობლივი მოცულობა. საერთაშორისო ვაჭრობის ობიექტია:

- მატერიალური ნივთები (მზა პროდუქცია, მანქანა-მოწყობილობები, ნედლეული);
- მომსახურება (სატრანსპორტო, კომუნალური, ტურისტული, საფინანსო-საკრედიტო, სადაზღვევო, საინფორმაციო-გამოთვლითი, სამეცნიერო-ტექნიკური და სხვ.);
- ინტელექტუალური საკუთრება (საავტორო უფლება, საპატენტო უფლება და ა.შ.).²¹

საერთაშორისო ვაჭრობა ქვეყნებს შორის სავაჭრო ურთიერთობებს გულისხმობს და ამ პროცესში, როგორც ტრანსნაციონალური კორპორაციები, ასევე სახელმწიფოები არიან ჩართულნი. ვაჭრობას საერთაშორისო ურთიერთობებში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს და ის ქვეყნებს შორის ამა თუ იმ ტიპის ურთიერთობების ჩამოყალიბების ერთ-ერთი მთავარი წინაპირობაა. საერთაშორისო ვაჭრობა არ არის ახალი მოვლენა. ქვეყნები საუკუნეების განმავლობაში იყვნენ დაკავებულნი ერთმანეთთან საქონლის გაცვლა-

²⁰ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბ. 2006 . გვ: 23

²¹ჯოლია გ. - საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები, თბილისი, 2015, გვ. 84

გამოცვლით, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ყოველთვის განსხვავდებოდა ვაჭრობის ტიპები ერთმანეთისგან. განსხვავდებოდა სავალუტო რეჟიმი, გაცვლითი კურსი, ტარიფები, ბარიერები და ა.შ. საერთაშორისო ვაჭრობისადმი განსხვავებული სახის მიდგომებმა, სხვადასხვა დროს ახალ-ახალი პრობლემები შექმნა. ამ პრობლემების წარმოშობა ძირითადად იმით აიხსნება, რომ სახელმწიფოები თავიანთ საგარეო სავაჭრო კურსს ხშირად ერთმანეთთან შეუთანხმებლად ცვლიდნენ. ზრდიდნენ ტარიფებს, აწესებდნენ საქონლის იმპორტზე კვოტებს და ა.შ. ასეთი მოქმედებები მსოფლიო ეკონომიკისთვის ხშირად დიდი დარტყმა იყო.

საერთაშორისო ვაჭრობა უდიდეს გავლენას ახდენს საერთაშორისო პოლიტიკაზე, ვინაიდან ქმნის მჭიდრო საქმიან კავშირებს ქვეყნებს შორის. დღეს საერთაშორისო ვაჭრობაში ჩაბმულია ყველა ქვეყანა, რადგან ვერც ერთი მათგანი ვერ შეძლებს იყოს თვითკმარი და მხოლოდ საკუთარი წარმოების პროდუქციით უზრუნველყოს თავისი თავი.

საერთაშორისო ვაჭრობის არსის და მისი ბუნების ახსნას ცდილობს ორი ერთმანეთისაგან ძალზე განსხვავებული თეორია. ერთი ეფუძნება ლიბერალურ ტრადიციებს, ხოლო მეორე — ნაციონალისტურს.

საერთაშორისო ვაჭრობის ლიბერალური თეორია ადამ სმიტისა და დევიდ რიკარდოს თეორიებიდან იღებს საფუძველს.

ლიბერალებს სჯერათ ვაჭრობის ღია სისტემის, რომელზეც ვრცელდება კანონიერების პრინციპი. მათი აზრით, თავისუფალი ვაჭრობა მომგებიანია მასში ჩაბმული ყველა მხარისათვის. თუმცა ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ყველა მხარე აუცილებლად თანაბრადაა მოგებული ამ პროცესში.

ეკონომისტები დიდი ხანია თვლიან, რომ ვაჭრობა აძლევს უფლებას ქვეყნებს მიაქციონ ძირითადი ყურადღება იმ საქონლის წარმოებას და იმ მომსახურებას, რომელთა მაღალი ხარისხიც შეუძლიათ უზრუნველყონ ამ ქვეყნებმა მაქსიმალური ეფექტურობით.

ვაჭრობის ღია სისტემა მოითხოვს, რომ ქვეყნებმა განახორციელონ სამართლიანი და დისკრიმინაციისგან თავისუფალი შედწევა ერთმანეთის

ბაზრებზე. ამისათვის ქვეყნები უნდა შეეცადონ შეუქმნან სხვა ქვეყნებს ხელსაყრელი პირობები თავის ბაზრებზე შესაღწევად. მიუხედავად იმისა, რომ ვაჭრობის ლიბერალიზაციისას ძირითადი ყურადღება ტრადიციულად ეთმობა ტარიფებისა და გარკვეული არასატარიფო ბარიერების შემცირებას, უკანასკნელ წლებში გაჩნდა ახალი საშუალებები ამ ლიბერალიზაციის უზრუნველსაყოფად. ყველა ქვეყნის სავაჭრო კანონმდებლობა და სავაჭრო პრაქტიკა უნდა იყოს გამჭვირვალე, ანუ, სხვაგვარად, ყველამ უნდა იცოდეს წესები და ყველას უნდა ჰქონდეს თანაბარი შანსები კონკურენციაში მონაწილეობისათვის.

ნაციონალისტები ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ საერთაშორისო ვაჭრობას და მიაჩნიათ, რომ ქვეყნის ექსპორტი უნდა აღემატებოდეს იმპორტს — ქვეყანამ უნდა გაყიდოს მეტი პროდუქცია, ვიდრე იყიდოს. თუმცა თუ ამ პოზიციას ყველა ქვეყანა გაიზიარებს, მაშინ გასაყიდი აღარაფერი იქნება და საერთაშორისო ვაჭრობაც აღარ იარსებებს.

გილპინი აღნიშნავს, რომ ლიბერალები და ნაციონალისტები თანხმდებიან, იმაზე, რომ წარმოებას სჭირდება დაცვა მის საწყის ეტაპზე, მაგრამ მათი შეხედულებები ფუნდამენტურად განსხვავდება იმასთან მიმართებაში, თუ რა არის ამ დაცვის მიზანი. ნაციონალისტებისთვის პროტექციონიზმი საბოლოო მიზანია, რომელსაც მოჰყვება ინდუსტრიული ძალაუფლება და ძლიერი სახელმწიფო. ლიბერალებისთვის კი — პროტექციონიზმი დროებითი ეტაპია, რომელიც ქვეყანას საშუალებას აძლევს მიხვდეს, თუ რომელ სფეროში აქვს მას შეფარდებითი უპირატესობა. საბოლოო მიზანი კი — თავისუფალი ვაჭრობა და მსოფლიო სიმდიდრის შექმნაა.

თანამედროვე ყველაზე მაღალგანვითარებული სახელმწიფოების ისტორიაში იყო პერიოდები, როდესაც ისინი მკვეთრად უხვევდნენ ეკონომიკური პროტექციონიზმისკენ.²²

საერთაშორისო ვაჭრობა ორი სასაქონლო ნაკადისაგან შედგება: ექსპორტისა და იმპორტისაგან. საერთაშორისო ვაჭრობად მიჩნევისათვის მთავარია საქონლის მიერ სახელმწიფო საბაჟო საზღვრის გადაკვეთის იურიდიული ფაქტი.

²²ჯვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბ. 2006 . გვ: 23-24

ვაჭრობის განვითარებაზე მოქმედი ფაქტორებია:

- მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარება;
- მსოფლიო ბაზარზე ტნკ-ის საქმიანობის გააქტიურება;
- საერთაშორისო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია;
- ახალი თავისუფალი ეკონომიკური ზონების შექმნა;
- სავაჭრო-ეკონომიკური ინტეგრაციის გაძლიერება;
- „ახალი ინდუსტრიული ქვეყნების“ საქმიანობის გააქტიურება.

საერთაშორისო ვაჭრობა მსოფლიოში მიმდინარე ცვლილებების ანალოგიურად ვითარდება. ის იცვლება, როგორც იცვლება თავით მსოფლიო, ეკონომიკურ-პოლიტიკური ურთიერთობები სახელმწიფოებს შორის, გლობალური ეკონომიკური და სამართლებრივი პოლიტიკა. უკანასკნელი სამი ათეული წელია, რაც საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, რის გამოც, უმრავლესი ქვეყნის ერთობლივ ეროვნულ პროდუქტში ექსპორტის წილი განუწყვეტლივ მატულობს. დღეისათვის სახელმწიფოები გაცილებით მეტი ოდენობით ყიდიან და ყიდულობენ საქონელსა და მომსახურებას, ვიდრე წინათ.²³

საერთაშორისო ვაჭრობა ხელს უწყობს ქვეყნების ეკონომიკურ განვითარებას და მათი ეკონომიკური ურთიერთდამოკიდებულების ზრდას, რაც მათი დაპირისპირების შანსებს მნიშვნელოვნად ამცირებს.

ჯოან ედელმან სპირო თავის წიგნში (The Politics of International Economic Relations) წერს, რომ მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ჩრდილოეთ ამერიკა, დასავლეთ ევროპისა და აზიის რამდენიმე ქვეყანა ერთმანეთთან ეკონომიკური, სავაჭრო, ტექნოლოგიური, საფინანსო და სხვა კუთხით ერთმანეთს ძალიან დაუკავშირდნენ. ისინი მუდმივად ურთიერთობების გაუმჯობესებაზე მუშაობენ და მუდმივ პარტნიორულ რეჟიმში არიან ერთმანეთთან. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ გატარებულმა საგარეო ეკონომიკურმა პოლიტიკამ ხელი შეუწყო ყველა ამ ქვეყანის ეკონომიკურ აღმავლობას, წარმოების გლობალიზაციას, ექსპორტის ზრდას და ტექნოლოგიურ განვითარებას.

²³ჯოლია გ. - საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები, თბილისი, 2015, გვ. 84-93

იმისთვის, რომ საერთაშორისო ვაჭრობა განხორციელდეს, მნიშვნელოვანია, რომ ამა თუ იმ ქვეყანაში შექმნილი იყოს კონკურენტუნარიანი საბაზრო სისტემა, სადაც კომპანიები თავისუფლად შეძლებენ ერთმანეთთან კონკურენციაში ყოფნას.

90-იანი წლებიდან მოყოლებული, სწორედ საერთაშორისო ვაჭრობის წყალობით, ევროპის ქვეყნებმა მოახერხეს სწრაფად ფეხზე დადგომა.²⁴

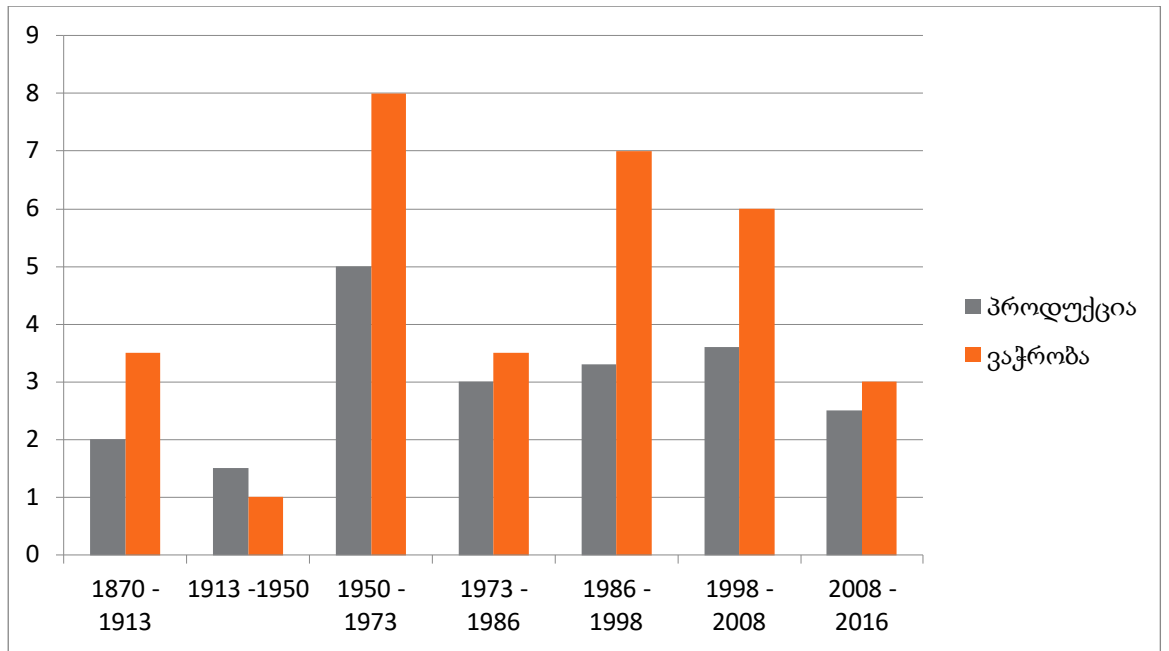
XIX საუკუნის ბოლო ხასიათდებოდა საერთაშორისო ვაჭრობის მკვეთრი გაფართოებით. ერთი-ერთი შეფასების თანახმად მსოფლიო მთლიან შიდა პროდუქტში ექსპორტის ხვედრითი წონა გაიზარდა 5 %-დან, 1870 წელს, 8,7 %-მდე, 1913 წელს. ამასთან კაპიტალის საერთაშორისო ნაკადებმა შეასრულეს ბევრად უფრო თვალსაჩინო როლი მსოფლიო ეკონომიკის ფორმირებაში. 1913 წლისათვის საერთაშორისო კაპიტალის ყოველწლიურმა ნაკადმა მიაღწია კაპიტალის ექსპორტიორი ქვეყნების მთლიანი ეროვნული პროდუქტის 5 %-ს, განსაკუთრებით გაერთიანებულ სამეფოში საფრანგეთსა და გერმანიაში. ტიპური ინვესტიციები მოიცავდა სამთავრობო ფასიან ქაღალდებს, მაგრამ პირდაპირმა უცხოურმა ინვესტიციებმა შეადგინა უცხოური ინვესტიციების მთლიანი ფონდების ერთი მესამედი 1913 წლისათვის.²⁵

მეორე მსოფლიო ომის დასასრულს და გლობალურ ფინანსურ კრიზისს შორის პერიოდში შეიმჩნევა ქვეპერიოდების მიხედვით საერთაშორისო ვაჭრობის ზრდა გლობალურ პროდუქციასთან შედარებით. (იხ. დანართი 2.1), ასევე თვალსაჩინოების მიზნით თანდართულია ეკონომიკური პროდუქციის საექსპორტო მოქნილობა განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნების. (იხ. დანართი 2.2).²⁶

²⁴<https://on.ge/story/15691-საერთაშორისო-და-თავისუფალი-ვაჭრობის-როლი-მსოფლიო-მშვიდობის-დამყარებაში>

²⁵UNCTAD, Trade and Development Report, New York and Geneva, 1997, page 73

²⁶https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2018_en.pdf?fbclid=IwAR3nKjiA9YpVjvV23OIAmbY96CmotnyYaQh_94c6E01ch1rRMBbiCjXu9Fo გვ. 37



დანართი 2.1. პროდუქციის და ვაჭრობის საშუალო წლიური ზრდა

2017 წელს მსოფლიო საქონლის ექსპორტმა შეადგინა 17 ტრილიონი დოლარი, რომელიც წინა წლის მონაცემებთან (16 ტრილიონი დოლარი) შედარებით იყო მაღალი, მაგრამ 2013 წლის მონაცემებთან (19 ტრილიონი დოლარი) შედარებით იყო დაბალი.

2017 წელს მსოფლიო საქონლით ვაჭრობის მოცულობა გაიზარდა 4.6 პროცენტით, ხოლო 2018 წელს 4.2 პროცენტამდე. იმპორტის მოთხოვნაზე ყველაზე დიდი ზრდა დაფიქსირდა განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნებში, სადაც იმპორტი 6.9 პროცენტით გაიზარდა. განვითარებულ ქვეყნების მაჩვენებელი კი იყო 3.5 და 2.1 პროცენტი.

აზიას, ლათინურ ამერიკასა და შეერთებულ შტატებს შორის იმპორტის მოცულობის ზრდით ლიდერობდა აზია 8.8 პროცენტით, შემდეგ ლათინური ამერკა 6.2 პროცენტით და ბოლოს შეერთებული შტატები 4 პროცენტით. უფრო ნელი ტემპით იზრდებოდა ევროზონის იმპორტი და შეადგენდა 3.1 პროცენტს.

მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის მონაცემებით აზიამ მსოფლიო იმპორტის ზრდაში 2.9 პროცენტი ანუ მთლიანი ზრდის 60 პროცენტი შეადგინა, ხოლო 2018 წლის მონაცემების საფუძველზე იმპორტზე მოთხოვნა შენელებულია. (იხ. დანართი 2.3).

მსოფლიო ბანკის 2018 წლის მონაცემების თანახმად მოსალოდნელი იყო საქონლის სამ მეოთხედში ფასების ზრდა, თუმცა ის 2011 წლის ფასებთან შედარებით დაბალი იქნებოდა, რადგან 2011 წელს ფასების ზრდის პიკი დაფიქსირდა.²⁷

²⁷https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2018_en.pdf?fbclid=IwAR3nKjiA9YpVjvV23OIAmbY96CmotnyYaQh_94c6E01ch1rRMBbiCjXu9Fo

§2. კაპიტალის მოძრაობის თავისებურებები

კაპიტალის საერთაშორისო მოძრაობა არის თანამედროვე მსოფლიო მეურნეობის განვითარების განმსაზღვრელი. საქონელთან შედარებით, საზღვარგარეთ კაპიტალის უპირატესად გატანამ ქვეყნებს შორის ახალი ეკონომიკურ-სამართლებრივი ურთიერთობები ჩამოაყალიბა და მსოფლიო მეურნეობა უფრო მრავალფეროვანი და რთული გახადა.

თავდაპირველად, კაპიტალის უცხოეთში გატანას რამდენიმე განვითარებული სახელმწიფო ახორციელებდა. მსოფლიო მეურნეობის განვითარების კვალობაზე ეს პროცესი უფრო დაჩქარდა და გაფართოვდა. დღეს იგი დამახასიათებელია დინამიურად განვითარებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისათვის.

კაპიტალის საერთაშორისო მოძრაობის ძირითადი მიზეზია ეროვნულ ქვეყანაში მისი სიჭარბე და ნაკლებმომგებიანობა. ამიტომ, მეტი მოგების მისაღებად, იგი უცხოეთში „მოგზაურობს“.

XX ს-ის II ნახევრიდან კაპიტალის საზღვარგარეთ გატანა განუწყვეტლივ მატულობს. ზრდის ტემპის მიხედვით, განვითარებული ქვეყნების კაპიტალის ექსპორტი სასაქონლო ექსპორტისა და მშპ-ის ზრდის ტემპს აჭარბებს და კაპიტალის საერთაშორისო მოძრაობას აძლიერებს. გარდა ამისა, უცხოეთში კაპიტალის გატანის მიზეზებია:

- კაპიტალზე მოთხოვნისა და მიწოდების დონეთა უთანაბრობა;
- უცხოეთის ბაზრის მონოპოლიზაცია;
- კაპიტალის იმპორტირებად ქვეყანაში უფრო იაფი ნედლეული და სამუშაო ძალა;
- მიმზიდველი საინვესტიციო პირობები;
- სტაბილური პოლიტიკური სიტუაცია.

კაპიტალის უცხოეთში გატანაზე დადებითად მოქმედებს:

→ ეროვნულ ეკონომიკათა ურთიერთკავშირი და ურთიერთგადაჯაჭვულობა. კაპიტალის საერთაშორისო მოძრაობის დაჩქარებაზე უდიდეს ზემოქმედებას ახდენს წარმოების ინტერნაციონალიზაცია. კაპიტალის ექსპორტი, განსაკუთრებით,

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის სახით (პუი), პროდუქციის საერთაშორისო ხასიათის მინიჭების მთავარი ფაქტორია. იგი უნიფიცირებულია და გეოგრაფიული, ეროვნული ან სხვა თავისებურების გარეშე რეალიზდება, მაგ., ავტომობილი, თვითმფრინავი, რადიოელექტრონიკა, კომპიუტერი;

→ საერთაშორისო სამრეწველო კოოპერაცია. იგი პრაქტიკულად ტრანსეროვნული კომპანიებისა და მათი სტრუქტურული ერთეულების ურთიერთკავშირით ხორციელდება. მაგ., სხვადასხვა ქვეყნის იურიდიულად დამოუკიდებელი ფირმები, ტექნოლოგიური ნიშნის მიხედვით, ერთი საერთაშორისო კომპანიის ფარგლებში მჭიდროდ თანამშრომლობენ, რისთვისაც აუცილებელია კაპიტალის უცხოეთში გატანა;

→ განვითარებული ქვეყნების მიზნობრივი საგარეო ეკონომიკური პოლიტიკა. იგი უცხო ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის ტემპების, მეურნეობის კონკრეტული დარგის განვითარების, დასაქმების ან სხვა მიზნითაა განპირობებული;

→ განვითარებადი ქვეყნების მიმზიდველი ეკონომიკურ-სამართლებრივი გარემო. ეს პირობა უცხოელი ბიზნესმენისთვის დამატებით მასტიმულირებელი ფაქტორია;

→ ეკოლოგიური ფაქტორები. განვითარებულ ქვეყნებში უმკაცრესი ეკოლოგიური ნორმები კომპანიებს თავიანთი კაპიტალის განვითარებად ქვეყნებში გადატანას აიძულებს;

→ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების აქტიურობა. ეს ორგანიზაციები უცხოური ინვესტიციების ნაკადმომდრავების რეგულირებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს.

კაპიტალის საზღვარგარეთ გატანას ორივე მხარისათვის როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი შედეგები აქვს, კერძოდ:

- თავდაპირველად, კაპიტალის ექსპორტირებად ქვეყანაში სამუშაო ძალა კლებულობს და საგადამხდელი ბალანსი უარესდება, შემდეგ, ინვესტიციებიდან

მიღებული მოგების შემოსვლა იწყება და ეკონომიკური ვითარებაც თანდათან უმჯობესდება;

- კაპიტალის იმპორტირებად ქვეყანაში დასაქმება მატულობს, დამატებითი ვალუტა შედის, ახალი ტექნოლოგიები იწერება, მაგრამ, იმავდროულად, ეროვნული ეკონომიკის ცალკეულ სექტორზე კონტროლი სუსტდება ან საერთოდ იკარგება.²⁸

კაპიტალის მოძრაობა დღევანდელ მსოფლიოში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ეს არის გლობალური მოვლენა, რომლისთვისაც საზღვრები ფაქტიურად არ არსებობს. ყველა ეროვნების კაპიტალი მიემართება იქით, სადაც გარანტირებულია დიდი მოგება.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ კაპიტალის ექსპორტმა მკვეთრად იმატა, და ეს გახდა საყოველთაო მოვლენა. ამ პერიოდშივე მნიშვნელოვნად გაიზარდა ამერიკის შეერთებული შტატების როლი კაპიტალის ექსპორტში. შემდეგ მას დაემატა გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკა და იაპონია. საფრანგეთი კვლავ ინარჩუნებდა წამყვან პოზიციებს, მაგრამ შემცირდა დიდი ბრიტანეთის ხვედრითი წილი.

ბევრი მეცნიერის აზრით, კაპიტალის ექსპორტი უფრო მჭიდრო კავშირებს ქმნის, ვიდრე საერთაშორისო ვაჭრობა. კაპიტალის ექსპორტი ხელს უწყობს კავშირების განმტკიცებას ქვეყნებს შორის.

კაპიტალის გატანა და მისი სხვა ქვეყანაში ინვესტირება შესაძლებლობას იძლევა მიმღებ ქვეყანაზე გავლენის მოხდენის.

მიმღებ ქვეყანაზე უცხოური კაპიტალისა და ტრანსნაციონალური კომპანიის, გავლენაზე საუბრისას იკვეთება ორი ძირითადი პოზიცია: პირველის თანახმად, ტრანსნაციონალური ფირმების ზეგავლენა ზოგადად დადებითია. მეორე პოზიციის მიხედვით, კი ისინი ზღუდავენ ქვეყნის ავტონომიას, აფერხებენ მის დამოუკიდებელ განვითარებას, ზრდიან ეკონომიკურ უთანასწორობას მასპინძელ ქვეყანაში და ხშირად, ართმევენ ეკონომიკურ სუვერენიტეტსაც კი.

²⁸ჯოლია გ. - საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. თბილისი, 2015. გვ: 119-121

პირველი პოზიციის გამზიარებლები მიიჩნევენ, რომ უცხოური ინვესტიციები მიმღები ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დაჩქარების სერიოზული ფაქტორია. მაგალითად მოყავთ დასავლეთ ევროპის სახელმწიფოები მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ და მათ სწრაფ განვითარებას ნაწილობრივ ხსნიან სოლიდური ამერიკული კაპიტალდაბანდებებით. თუმცა, ბევრი არ იზიარებს ამ მოსაზრებას და მიაჩნიათ, რომ პირდაპირ ინვესტიციებსა და ეკონომიკურ განვითარებას შორის თანაფარდობა არ იძლევა იმის საფუძველს, რომ მას მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი დავარქვათ. პირდაპირი ინვესტიციები, როგორც წესი, ხორციელდება იმ ქვეყნებში, სადაც საბაზრო ეკონომიკის განვითარებისთვის კარგი პირობებია შექმნილი.

მსოფლიოში სახელმწიფო კაპიტალის ექსპორტის მოცულობა ნაკლებია, ვიდრე კერძო კაპიტალისა, და ამას ლოგიკური ახსნაც აქვს. სახელმწიფო კაპიტალის მიზანი არ არის სწრაფი და მოკლევადიანი მოგება. მისი ექსპორტირება უმეტესად ხდება ქვეყნის ინფრასტრუქტურაში, სატრანსპორტო დარგებში, საკრედიტო-საფინანსო სისტემაში და სხვ., ანუ ისეთ სფეროებში, რომელთა განვითარების გარეშე შეუძლებელი იქნება კერძო კაპიტალის ეფექტური და უსაფრთხო ექსპორტირება.

სახელმწიფო კაპიტალის ფორმებია: გრძელვადიანი სესხები და კრედიტები, უსასყიდლო დახმარება. სახელმწიფო კაპიტალი მიმართულია სუსტი, განვითარებადი სახელმწიფოებისაკენ. ამით ხდება მათზე გავლენის მოხდენა და გარკვეული კონტროლის დამყარება. სახელმწიფო კაპიტალის ექსპორტის შედეგად მიმღები ქვეყნები ინვესტორი ქვეყნისგან ყიდულობენ მათ უახლეს ტექნოლოგიებს, საქონელს, მომსახურებას და სხვ.

კერძო კაპიტალის ექსპორტი უფრო ფართომასშტაბიანია. იგი ხორციელდება ან პირდაპირი ინვესტიციის გზით ან საპორტფელო ინვესტიციის გზით. კერძო კაპიტალის უმთავრესი მიზანია სწრაფი და დიდი მოგება.

ინვესტიციების ხასიათისა და საკუთარი კაპიტალის ფორმის მიხედვით ასხვავებენ ინდივიდუალურ, კორპორაციულ და ინსტიტუციონალურ ინვესტორებს.

ინდივიდუალური ინვესტორები არ აერთიანებენ თავიანთ კაპიტალს, ინვესტირებას ახორციელებენ თავიანთი სახელით და საკუთარი სახსრებით ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად.

კორპორაციული ინვესტორები მოქმედებენ შესაბამისი საწარმოს, სააქციო საზოგადოების ფირმის სახელით, მისი კუთვნილი კაპიტალისა და სასესხო საშუალებათა მიხედვით.

ინსტიტუციონალური ინვესტორები თავიანთ კაპიტალს აყალიბებენ კლიენტებისა და მენაბრეების სახსრებით და მას აბანდებენ ძირითადად ფასიან ქაღალდებში.

საინვესტიციო გადაწყვეტილებათა შეფასებისას ინვესტიციებში იგულისხმება ინვესტორის მოღვაწეობა, მიმართული მისი, როგორც წესი, გრძელვადიანი მიზნების მისაღწევად, რომლებიც არ არიან დაკავშირებული მიმდინარე მოხმარებასთან.

ინვესტორი, რომელიც მოქმედებს თავისი მიზნების შესაბამისად და პირადად აგებს პასუხს მათ მიღწევაზე არის ან კაპიტალის მფლობელები, ან პირები, რომლებიც იურიდიული პირის სახელით იღებენ საინვესტიციო და საფინანსო გადაწყვეტილებებს. უკანასკნელ შემთხვევაში, ინვესტირება ხდება საკუთარი ან სათანადო ფირმისა და სააქციო საზოგადოების სასესხო კაპიტალის მეშვეობით.

ინვესტორის გრძელვადიანი მიზნების მისაღწევად საკუთარი ან სასესხო კაპიტალის ყველაზე ხელსაყრელად გამოყენების დასაბუთებული ძირითადი პრინციპები და მეთოდები შეადგენს ინვესტირების თეორიის შინაარსს.

მსოფლიო პრაქტიკაში გამოყოფენ ინვესტირების სამ ძირითად ფორმას:

1. პირდაპირი, ანუ რეალური ინვესტიციები;
2. საპორტფელო, ანუ ფინანსური ინვესტიციები;
3. სასესხო კაპიტალის საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი საერთაშორისო კრედიტები და სესხები სამრეწველო და სავაჭრო კორპორაციებს, ბანკებსა და სხვა ფინანსურ დაწესებულებებს.

პირდაპირ ინვესტიციებს შეუძლია უზრუნველყოს ინვესტირებული კომპანიის ინვესტორი კორპორაციების სრულ მფლობელობაში გადაყვანა ან საშუალება მისცენ მათ დააწესონ მასზე ფაქტობრივი კონტროლი.

საპორტფელო ინვესტიციები არის იმ აქციების დაფინანსების ძირითადი წყარო, რომლებსაც უშვებს საწარმოები, მსხვილი კორპორაციები და კერძო ბანკები.

სასესხო კაპიტალების საერთაშორისო ბაზარი იყოფა ფულის ბაზარზე და საკუთრივ კაპიტალების ბაზარზე:

ფულის ბაზარი არის მოკლევადიანი კრედიტების ბაზარი (ერთ წლამდე).

კაპიტალების ბაზარი არის:

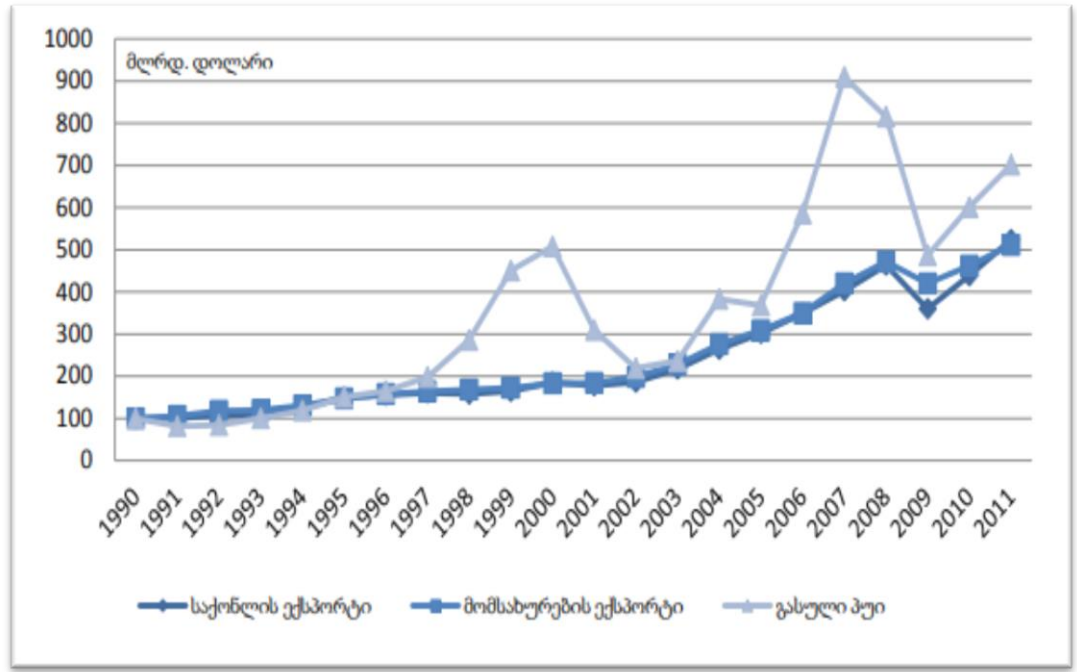
- საშუალოვადიანი (2-დან 5 წლამდე) საბანკო კრედიტების;
- გრძელვადიანი (10 წელზე მეტი) სესხების ბაზარი, რომლებიც გაიცემა, ძირითადად, ფასიანი ქაღალდების გამოშვებისა და შექმნის დროს.

ბოლო წლებში საერთაშორისო ბაზარზე გამოიყენება გრძელვადიანი დაფინანსების არატრადიციული ფორმები, მაგალითად, საპროექტო დაფინანსება, რაც გულისხმობს მსხვილი კრედიტების გაცემას საწარმოთა კონკრეტული სამრეწველო პროექტების განსახორციელებლად.²⁹

საერთაშორისო სავაჭრო და საინვესტიციო ნაკადები ეკონომიკური გლობალიზაციის ძირითადი მამოძრავებელი ძალებია. 1990-2011 წლებში მთელ მსოფლიოში ზრდის ტენდენციით ხასიათდება როგორც საქონლითა და მომსახურებით ვაჭრობა, ისე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები. ამასთან, საერთაშორისო ვაჭრობასთან შედარებით, პირდაპირმა უცხოურმა ინვესტიციებმა აჩვენა უფრო მაღალი ზრდის ტემპი და წარმოადგენდა უფრო დინამიკურად განვითარებად სეგმენტს. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ზრდა განსაკუთრებით მკვეთრი იყო 90-იანი წლების ბოლოს. 2000-2002 წლებში იგი შემცირების ტენდენციით ხასიათდებოდა, რის შემდეგაც მან ზრდა განაგრძო, 2007-დან დაიწყო მისი შემცირება, თუმცა 2009 წლიდან მან კვლავ ზრდა დაიწყო. 2011 წელს, 2009 წელთან შედარებით, იგი მნიშვნელოვნად გაიზარდა, თუმცა

²⁹ ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბილისი, 2006, გვ:45-48

ჯერ კიდევ ჩამორჩება წინაკრიზისამდელ დონეს. საანგარიშო პერიოდში საქონლითა და მომსახურებით ვაჭრობა ხასიოდებოდა უფრო სტაბილური ზრდით, ორივე კატეგორიაში თითქმის თანაბარი ზრდის ტემპებით (დანართი 2.4).³⁰



დანართი 2.4. საერთაშორისო სავაჭრო და საინვესტიციო ნაკადები მსოფლიოში

გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის 2017 წლის მონაცემებით განსახვავებულია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები განვითარებულ განვითარებად ქვეყებს შორის და მოკლედ განვიხილოთ რამდენიმე მათგანი.

2017 წელს აფრიკაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შემოდინება 42 მილიარდი დოლარით დაეცა, რაც 2016 წელთან შედარებით 21 პროცენტით არის შემცირებული, ხოლო გადინება 8 პროცენტით გაიზარდა და შეადგინა 12.1 მილიარდი დოლარი (იხ. დანართი 2.5.).

რაც შეეხება განვითარებად აზიას ინვესტიციების შემოდინება შენარჩუნებულია და შეადგენს 476 მილიონ დოლარს, ხოლო ინვესტიციების

³⁰https://unctad.org/system/files/official-document/wir2012_embargoed_en.pdf?fbclid=IwAR1boHGt2sNiuZkKB8jrlbh0IDM36XSe6ggdEEkwpPndcJEi9PmFE9kPI

გადინება 9 პროცენტით არის შემცირებული 2016 წლის მონაცემებთან შედარებით და შეადგენს 350 მილიარდ დოლარს (იხ. დანართი 2.6).

ლათინურ ამერიკაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების როგორც გადინება, ასევე შემოდინება არის გაზრდილი (იხ. დანართი 2.7).

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ვარდნაა დაფიქსირებული აგრეთვე განვითარებულ ქვეყნებში 37 პროცენტით და შეადგენს 712 მილიარდ დოლარს. პერიოდი, როდესაც ინვესტიციები შეადგენდა 1 ტრილიონ დოლარს 2015-2016 წლებში მოულოდნელად დასრულდა, რადგან შემოდინებები შემცირდა როგორც ევროპაში, ისე ჩრდილოეთ ამერიკაში. (იხ. დანართი 2.8.)³¹

Figure B. FDI inflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)

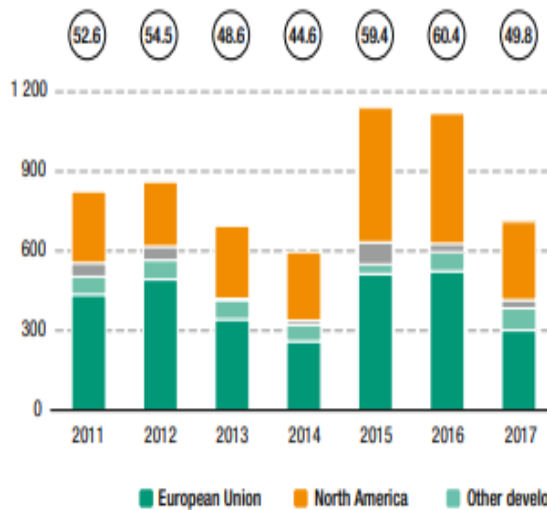
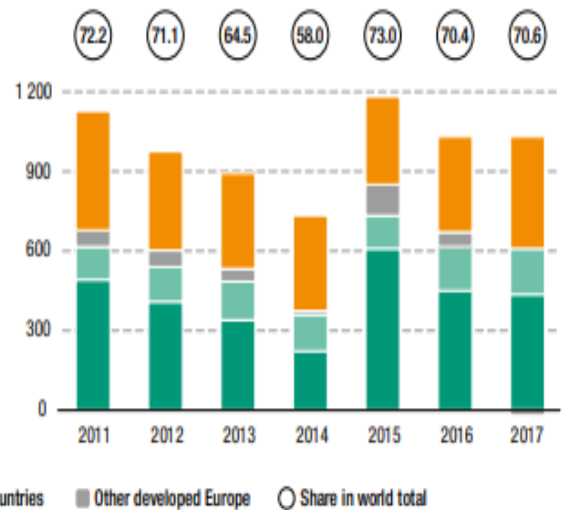


Figure C. FDI outflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)



დანართი 2.8. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების იმპორტ-ექსპორტი, განვითარებული ქვეყნები 2011-2017

³¹https://unctad.org/system/files/official-document/wir2018_en.pdf?fbclid=IwAR3E-2xZfCG8OL2TZBCTLNKBmmiBC7M_LYqp_CiDTAkXRwhaFBKutPnpqoA გვ:39-63

თავი 3. ტრანსნაციონალური კორპორაციების სტრატეგიები გლობალიზაციის პირობებში

§1. სტრატეგიული ალიანსები საერთაშორისო ბიზნესში

მსოფლიოში ერთ-ერთი სწრაფად გავრცელებადია სტრატეგიული კავშირები. ასეთ კავშირებში შედიან სხვადასხვა რეგიონისა და ქვეყნის კომპანიები, რომელთა მიზანია ფინანსურ, ტექნიკურ და მატერიალურ ძალისხმევითა გაერთიანება მსხვილი და სარისკო პროექტების რეალიზაციისა და მსოფლიო ბაზარზე კომპანიათა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის.³²

ბიზნესის გლობალიზაცია დიდ ინვესტიციებს საჭიროებს, განსაკუთრებით ისეთ სფეროებში, სადაც წარმატების მიღწევის პირობას წარმოადგენს გადაწყვეტილებების კოორდინაცია, ესენია: ახალი პროდუქტის შემუშავება, მისი წარმოება, განაწილება და მარკეტინგი. ზოგჯერ კომპანია განიცდის რესურსების დეფიციტს, რომელიც საჭიროა საერთაშორისო მასშტაბით კონკურენტებთან ბრძოლის საწარმოებლად. ასეთი საწარმოს მხრიდან, საპასუხო ქმედება შეიძლება იყოს პარტნიორების მოძიება, რომელთანაც შესაძლებელი იქნება დანახარჯების და რისკის განაწილება ან კომპანია უნდა ფლობდეს ახალ ტექნოლოგიის საქონლის საწარმოებლად. თუ არ გააჩნია სათანადო საწარმოო სიმძლავრეები და განაწილების ქსელი, ასეთ დროს კომპანია იწყებს სხვა ფირმების ძებნას ისეთი გამოცდილებით და უპირატესობებით, რომელიც შეავსებს მის სუსტ მხარეებს და შეამცირებს საფრთხეებს.

სტრატეგიული ალიანსი წარმოადგენს მონაწილეების კონკურენტული პოზიციების გამყარებაზე გამიზნულ გრძელვადიან, ურთიერთხელსაყრელ შეთანხმებას ორ ან მეტ კომპანიას შორის და ითვალისწინებს რესურსების, ცოდნის და შესაძლებლობების გაზიარებას. სტრატეგიული ალიანსები იქმნება როგორც საპასუხო რეაქცია ტექნოლოგიურ ან საბაზრო გაურკვევლობაზე. ყველა ალიანსი ურთიერთვალდებულებებს ითვალისწინებს და პარტნიორებისათვის ხელმისაწვდომს ხდის ერთმანეთის რესურსებს.

³²შუბლაძე გ., მღებრიშვილი ბ., წოწკოლაური ფ.- მენეჯმენტის საფუძვლები, თბილისი, 2008, გვ: 18

ყველა ალიანსს გააჩნია მიზნები, რომელიც მონაწილე კომპანიების სტრატეგიულ ინტერესებთანაა დაკავშირებული. სტრატეგიული ალიანსი შეიძლება ემსახურებოდეს როგორც თავდაცვით, ასევე შეტევით მიზნებს. შეტევითი ალიანსები შეიძლება იყოს გამიზნული ახალი ბაზრების შექმნასა ან არსებულში შეღწევაზე, დარგის სტანდარტების ჩამოყალიბებასა და დაცვაზე, გარკვეული პოლიტიკური ცვლილებებისათვის მზადყოფნაზე. თავდაცვითი ალიანსების მიზანს წარმოადგენს არსებული საბაზრო პოზიციების დაცვა ან გამყარება, ფინანსური რისკების განაწილება, რომელიც მაღალ ტექნოლოგიებს უკავშირდება, ან წარმოების მასშტაბიდან ეკონომიის მიღება. ამ მიზნების მისაღწევად თავდაცვით ალიანსებში ხშირად ხდება საწარმოო სიმძლავრეებისა და სხვა საშუალებების გაერთიანება.

სტრატეგიულ ალიანსში შემავალ პარტნიორებს შეუძლიათ საკუთარი საქმიანობის კოორდინაცია ახალი პროდუქტის შემუშავების, მარკეტინგის და მართვის სფეროში გამოცდილების გაზიარებით.

XXI საუკუნის დასაწყისში გააქტიურდა კომპანიებს შორის სტრატეგიული ალიანსების გაფორმების პროცესი. მაგრამ სტატისტიკის მიხედვით წარუმატებელი სტრატეგიული ალიანსების წილი ზოგიერთ დარგში 60 პროცენტს აჭარბებს.

ნებისმიერი შეთანხმება თანამშრომლობის შესახებ ითვალისწინებს მართვის განსაზღვრულ მეთოდს. ერთობლივი საწარმო, რომელიც განცალკევებულ იურიდიულ პირს წარმოადგენს, უნდა ფუნქციონირებდეს მენეჯერების კოორდინირებული მართვით. ერთობლივი საწარმოს მართვის სამი ტიპი გამოიყოფა: პირველ შემთხვევაში მართვას ახორციელებს თავად დამფუძნებელი კომპანია; მეორე შემთხვევაში ერთ-ერთ დამფუძნებელ კომპანიას შეუძლია აიღოს ერთობლივი საწარმოს მართვის ძირითადი პასუხისმგებლობა; ხოლო მესამე შემთხვევაში ერთობლივი საწარმოს სამართავად შეიძლება დაიქირავონ დამოუკიდებელი მენეჯერების გუნდი.

უკანასკნელი მიდგომა ალბათ ყველაზე მისაღებია, რადგან დამოუკიდებელი მენეჯერების ძალისხმევა კონცენტრირებულია ერთობლივი საწარმოს

ეფექტიანობაზე და არა რომელიმე დამფუძნებელი კომპანიის სუბიექტურ ინტერესებზე. სტრატეგიული ალიანსების სხვა ფორმების მართვის სტრუქტურა შესაძლოა ნაკლებ ფორმალური იყოს და განხორციელდეს საკოორდინაციო კომიტეტის მეშვეობით, რომელშიც მონაწილე კომპანიების წარმომადგენლები შედიან.

მართვის ფორმალური სტრუქტურა ერთობლივ საწარმოს სხვა სტრატეგიულ ალიანსებთან შედარებით უფრო მოქნილს და მრავალფეროვანს ხდის. სტრატეგიული ალიანსი, რომელიც არ მიეკუთვნება ერთობლივი საწარმოს კატეგორიას, შეიძლება ჩამოყალიბდეს იმისათვის, რომ დამფუძნებელ კომპანიებს დაეხმაროს უახლოეს მომავალში მოსალოდნელი საფრთხეების დაძლევაში. ერთობლივ საწარმოებს მეტი სარგებლის მოტანა შეუძლია, როდესაც ფირმები გეგმავენ ღრმა და გრძელვადიან თანამშრომლობას. ერთობლივი საწარმო შეიძლება შეიქმნას ისეთ შემთხვევაში, თუ ფირმები თანამშრომლობენ კვლევის, წარმოების და უცხოურ ბაზარზე შეღწევის საკითხებში. სხვა ტიპის სტრატეგიული ალიანსები ხშირად იქმნება კონკრეტული ამოცანების გადასაჭრელად, რომლის მიღწევის შემთხვევაში ალიანსი იშლება.

სტრატეგიული ალიანსი აძლიერებს მასში შემავალ კომპანიებს და უქმნის დამატებით შესაძლებლობებს. ალიანსში გაერთიანებით საერთაშორისო კომპანიისათვის ხელმისაწვდომი ხდება ოთხი ძირითადი უპირატესობა:

- ახალ ბაზარზე გასვლის გამარტივებული შესაძლებლობა;
- რისკების განაწილება;
- ცოდნისა და გამოცდილების გაზიარება;
- სინერგია და კონკურენტული უპირატესობის გაძლიერება.

ფირმა, რომელსაც სურს ახალ ბაზარზე შეღწევა, ეჯახება უამრავ სირთულეს, როგორცაა კონკურენტული ბრძოლის არსებული პრაქტიკა ან არახელსაყრელი სამთავრობო გადაწყვეტილებები. ამ სირთულეების გადალახვის ერთ-ერთი მარტივი ხერხია ადგილობრივ ფირმებთან თანამშრომლობა.

მაგალითად, Worner Brothers-მა იმისათვის, რომ დაეჩქარებინა ბაზარზე შეღწევა შექმნა ერთობლივი საწარმოები კინოთეატრების ევროპულ ქსელებთან.

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის ძირითადი დარგები კონკურენციის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. არცერთ კომპანიას არ აქვს გარანტირებული წარმატება, როდესაც ის ცდილობს უცხო ბაზარზე შეღწევას ან ახალი პროდუქტის შექმნას, ამიტომ ასეთ დროს სტრატეგიული ალიანსი შეიძლება გამოვიყენოთ ასეთი რისკების შესამცირებლად.

კომპანიები სტრატეგიულ ალიანსში ერთიანდებიან სინერგიული ეფექტის მისაღებად და კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად. უცხოურ ბაზარზე გასვლის გამარტივება, რისკების შემცირება და გამოცდილების შეძენა ერთობლიობაში სტრატეგიულ ალიანსში შემავალ თითოეულ კომპანიას საშუალებას აძლევს მიაღწიოს უფრო მაღალ შედეგებს და მნიშვნელოვნად გაიმყაროს კონკურენტული პოზიცია, ვიდრე ამას დამოუკიდებლად შეძლებდა.

სტრატეგიულ ალიანსში შემავალი კომპანიების თანამშრომლობა შეიძლება სხვადასხვა მიმართულებით ვითარდებოდეს. თანამშრომლობამ შეიძლება მიიღოს კომპლექსური ფორმა, როდესაც პარტნიორები ყველა ოპერაციაში მონაწილეობენ - დაწყებული ახალი პროდუქტის შემუშავებით, დამთავრებული მისი მომხმარებლამდე მიტანით. იქმნება ალიანსები, როდესაც მონაწილეების ძალისხმევა კონცენტრირებულია ბიზნესის მხოლოდ ერთ ელემენტზე, მაგალითად, სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები. სტრატეგიული ალიანსების საქმიანობის სფერო შეიძლება მოიცავდეს თანამშრომლობის მხოლოდ ერთ მიმართულებას. ასეთ შემთხვევაში მონაწილე კომპანიების ინტერესების ინტეგრაცია ნაკლებად რთულია.

მარკეტინგული ალიანსის ჩარჩოებში ორი ან მეტი კომპანია ერთობლივად ახორციელებს მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზებას ან უზიარებს გამოცდილებას აღნიშნულ სფეროში. ასეთ დროს ერთ-ერთი პარტნიორი ცდილობს იმ ბაზარზე საკუთარი საქონლის დამკვიდრებას, სადაც უკვე იყიდება მეორე პარტნიორის პროდუქცია. მარკეტინგული ალიანსის ფორმირების პროცესში პარტნიორები უნდა დარწმუნდნენ იმაში, რომ კარგად ესმით ერთმანეთის საჭიროებები და მოლოდინი.

ფინანსური ალიანსი გამიზნულია ამა თუ იმ პროექტის რეალიზაციასთან დაკავშირებული ფინანსური რისკების შესამცირებლად. ფინანსურ სტრატეგიულ ალიანსში პარტნიორების მონაწილეობის ორი ვარიანტი არსებობს.

1. როდესაც მონაწილეებს შეაქვთ თანაბარი ფულადი შენატანები პროექტის რეალიზაციისათვის.
2. როდესაც ერთი მხარე აფინანსებს პროექტს, მეორე კი უზიარებს თავის ცოდნას, გამოცდილებას, სასარგებლო კონტაქტებს და ა.შ.³³

სტრატეგიული ალიანსები შესაძლოა შეგვხვდეს სხვადასხვა დარგებში საწარმოო სფეროდან დაწყებული მომსახურების სფეროთი დამთავრებული. ფარმაცევტული, ქიმიური, ელექტრო მოწყობილობები, კომპიუტერული, სატელეკომუნიკაციო, საფინანსო და ბიზნეს მომსახურება - აი ყველა ის დარგი, რომლებიც ხასიათდებიან სტრატეგიული ალიანსების მნიშვნელოვანი რაოდენობით. 2000 წელს ტელესაკომუნიკაციო დარგში სტრატეგიული ალიანსები შეადგენდნენ ამ წელს შექმნილი ალიანსების 51%., მართალია მას შემდეგ მოხდა ამ დარგში ალიანსების შექმნის შემცირება, მაგრამ 2004 წლისათვის ისინი მაინც შეადგენდნენ ამ წელს შექმნილი ალიანსების 33%-ს.³⁴

³³ლექციების კურსი - საერთაშორისო ბიზნესი, თბ. 2011, გვ: 243-256

³⁴https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/international-strategic-alliances_613723204010?fbclid=IwAR0fIs4BbNRNYa0SPjI4pwX8o-itfFiOZddsWC09DdNx_wOup23WXuA-Yc#page10

§2. ტრანსნაციონალური კორპორაციების ვაჭრობის სტრატეგიები

ტრანსნაციონალური კორპორაციების სტრატეგიები ემყარება გლობალურ მიდგომებს, რომლებიც არა რომელიმე ცალკეული რეგონის შედეგის, არამედ სრული გაერთიანების ოპტიმატიზაციას ითვალისწინებს. ტნკ-ებს გააჩნიათ მართვის ბაზირების კონკრეტული ქვეყანა, საიდანაც ხდება მათი იურიდიული რეგისტრაცია და სხვადასხვა მითითებების გაგზავნა შვილობილ კომპანიებში.³⁵

როგორც გლობალიზაციის პროცესების ინტენსივობა იზრდება, ისე იზრდება მათი სირთულეც, ხდება ტნკ-ების განვითარების სტრატეგიების ევოლუცია.

ტრანსნაციონალური კომპანიების უმთავრესი სტრატეგიაა შესთავაზონ ქვეყანას თავიანთი ხედვა პროდუქციის ან მომსახურების გასაყიდად. ტრანსნაციონალური ბიზნესი უნიკალურია იმით, რომ ისინი უპირისპირდებიან კულტურულ, ენობრივ, რელიგიურ და ეთნიკურ ხიდის სირთულეებს. ტრანსნაციონალური კომპანიების მიზანია პროდუქციის ან მომსახურების გაყიდვა ისე, რომ ადგილობრივ მოსახლეობას შეეძლოს დაკავშირება და შექმნა, როგორც დროის სხვადასხვა ზონებში, ასევე სხვადასხვა ადგილებშიც.

ადგილობრივი საჭიროებების დაკმაყოფილება და კომპანიის ძირითადი ხაზის გაზრდა ორივე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ტრანსნაციონალური კორპორაციისთვის ხედვისა და მისიის მარკეტინგისთვის. იმისათვის, რომ კონკურენცია გაუწიონ ინდუსტრიულ მეტოქეებს, ტრანსნაციონალურმა კომპანიებმა უნდა შექმნან ძლიერი ქსელები თავიანთ მომხმარებლებთან, მიწოდების ქსელის წევრებთან და სტრატეგიულ ბიზნეს პარტნიორებთან ამ კონკურენტულ და სწრაფად განვითარებულ ბიზნეს გარემოში.³⁶

რის ჯენკინსი თავის წიგნში “ტრანსნაციონალური კორპორაციები და უთანასწორი განვითარება” აღნიშნავს, რომ ძალიან ცოტა ეკონომიკური ინსტიტუტი იწვევს ისეთ ემოციებს, როგორსაც ტრანსნაციონალური

³⁵<https://opentextbc.ca/strategicmanagement/chapter/types-of-international-strategies/>

³⁶Ghemawat P. – “Reconceptualizing International Strategy and Organization“. Strategic Organization. 2008. pp. 195- 206

კორპორაციები. ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს ხშირად განიხილავენ, როგორც საერთაშორისო ეკონომიკური უთანასწორობის ძირითად მიზეზს და განვითარების შემაფერხებელ მნიშვნელოვან ფაქტორს.³⁷

ალექსანდრე რონდელი თავის წიგნში “საერთაშორისო ურთიერთობები” აღნიშნავს, რომ ტრანსნაციონალური კორპორაციები უკვე იმდენად დამოუკიდებელ ძალად იქცნენ, რომ საერთაშორისო პოლიტიკურ პროცესებზეც დიდი გავლენის მოხდენა შეუძლიათ”.³⁸

ტრანსნაციონალური კორპორაციის მფლობელობა, მენეჯმენტი წარმოება და საქმიანობები მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეშია და სხვადასხვა სახელმწიფოს კანონმდებლობის ფარგლებშია მოქცეული. მას გააჩნია სათავო ოფისი ერთ სახელმწიფოში და ფილიალები სხვა სახელმწიფოებში. კორპორაციის ძირითადი მიზანია მსოფლიო ბაზრებისთვის საქონლის მაქსიმალურად დაბალ ფასში წარმოება. ამ მიზნის მიღწევა შესაძლებელია პროდუქციის წარმოებისათვის ყველაზე წარმატებული ადგილის შერჩევით ან მასპინძელი სახელმწიფოსაგან საგადასახადო შეღავათების მიღებით.

ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს გააჩნიათ გამორჩეული მენეჯერული ნიჭი, ფინანსური საშუალებები და ტექნიკური რესურსები, და ისინი ეწევიან უდიდეს საქმიანობას კოორდინირებული გლობალური სტრატეგიის ფარგლებში.

ეს კორპორაციები დღეს თითქმის ყველა დარგშია. ისინი განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან არა მხოლოდ იმით, თუ რას აწარმოებენ, არამედ იმითაც, თუ როგორ აწარმოებენ, ტექნოლოგიის დონით, მენეჯმენტის სტილით და მათი პროდუქციის ბაზრის სტრუქტურით.

ვინაიდან ტრანსნაციონალური კორპორაციების უპირველესი მიზანია მაქსიმალური მოგება, ისინი მუდმივად აუმჯობესებენ მენეჯმენტს, მარკეტინგულ ხელოვნებას, ეძებენ იაფ საწარმო რესურსებს, იაფ ადამიანურ რესურსებს, სტრატეგიულ ტერიტორიებს, რათა მინიმალური დანახარჯებით

³⁷ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბილისი, 2006, გვ: 48

³⁸რონდელი ა. - საერთაშორისო ურთიერთობები, თბილისის დამოუკიდებელი უნივერსიტეტი, 1996. გვ. 164

შეინარჩუნონ ან გააუმჯობესონ პროდუქციისა და მომსახურების ხარისხი და მიიღონ მაქსიმალური მოგება საქმიანობისგან.

ყველაზე მნიშვნელოვანი ტრანსნაციონალური კორპორაციების საქმიანობაში, არის მომხმარებლის და მყიდველის სწორი შერჩევა და მასზე ორიენტირება.

გილპინის აზრით, ტრანსნაციონალური კორპორაციები და საერთაშორისო კომპანიები იმ მსოფლიოს ასახვაა, რომელშიც კაპიტალი და ტექნოლოგია ძალიან მობილურია. ტრანსნაციონალური კორპორაციები ცდილობენ თავიანთი წარმოება და ფილიალები განათავსონ ყველაზე ხელსაყრელ, დაწინაურებულ, განვითარებულ დამომგებიან ადგილებში.

ზოგიერთი ტრანსნაციონალური კორპორაცია საკუთარი პროდუქციის უმეტეს ნაწილს მშობლიური ქვეყნის საზღვრებს გარეთ აწარმოებს, მაგალითად, შვეიცარული ფირმა “ნესტლე”. ზოგიერთ ტრანსნაციონალურ კორპორაციას მხოლოდ ერთ რომელიმე რეგიონში აქვს ფილიალი, ზოგი კი ჭეშმარიტად გლობალურია, ვინაიდან მისი შვილობილი კომპანიები მთელ მსოფლიოშია განფენილი. მაგალითად, „ფორდმა“ და „ჯენერალ მოტორსმა“ მანქანების ისეთი მოდელები შექმნეს, რომლებიც თითქმის ყველა ქვეყანაში სალდება და მათი აწყობა წარმოების სხვადასხვა ადგილებში შეიძლება.³⁹

საერთაშორისო ვაჭრობა მოუწოდებს კომპანიებს საქონლისა და მომსახურების ოპერაციებით ვაჭრობას იმპორტისა და ექსპორტის საშუალებით. საერთაშორისო ვაჭრობა პირდაპირ გავლენას ახდენს მთლიან შიდა პროდუქტზე და ეს მნიშვნელოვანია მრავალი ქვეყნისთვის. მას შეუძლია შეცვალოს ქვეყნის ეკონომიკური სტრუქტურა და შემოსავლები.

ტრანსნაციონალური კორპორაციების სტრატეგიების მიმოხილვის შემდეგ განვიხილოთ ტრანსნაციონალური კომპანიების სამსუნგის და მაკდონალდსის ვაჭრობის სტრატეგიები.

სამსუნგმა შეიმუშავა გლობალური სტრატეგია. ეს სტრატეგია შეიძლება აღიწეროს, ერთის მხრივ, როგორც მაღალი გლობალური ინტეგრაციის

³⁹ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბ. 2006. გვ: 48-51

მაჩვენებელი და ხარჯების ეფექტურობა, მეორე მხრივ, როგორც საკმაოდ დაბალი რეაგირება და დიფერენცირება.

უპირველეს ყოვლისა, ის აკეთებს ეკონომიკას ადგილმდებარეობის შერჩევის მიხედვით. მართლაც, კომპანია აშენებს საწარმოებს კონტინენტების იდეალურ ადგილებში ადგილობრივი ხარჯების გათვალისწინებით. მან ჩინეთი და ვიეტნამი გამოიყენა როგორც იაფი მიმწოდებელი აზიის ბაზარზე. 2013 წელს მან დაიწო ვიეტნამში მსოფლიოში უდიდესი მობილური ტელეფონების ქარხანის მშენებლობა . ევროპული ბაზრისთვის აწარმოებს ელექტრონულ პროდუქციას პოლონეთში, სადაც საკმარისი ცოდნა და საკმაოდ კარგია შრომის საფასური. სამსუნგი იყენებს ადგილობრივ მაღალკვალიფიციურ თანამშრომლებს კომპანიებში.

ეს კორეული კომპანია ავითარებს გამოცდილებას, იყენებს განსხვავებულ საქმიანობებს. უფრო მეტიც, ის სწავლობს გარკვეულ სიძნელეებს სხვადასხვა ბაზარზე და პოულობს ახალი გამოწვევების გადაჭრის გზებს.

სამსუნგი აკეთებს მასიურ ეკონომიას სტანდარტიზებულ პროდუქტზე.⁴⁰

წარმოების ღირებულების შემცირების მიზნით ის იყენებს გლობალურ შესყიდვებს, ეძებს პოტენციურ მომწოდებლებს, მოწოდებულია პროდუქტის გაუმჯობესებაზე, კულტურასა და გლობალურ საზოგადოებაში წვლილის შეტანაზე.

სამსუნგსა და მომწოდებლებს შეუძლიათ ითანამშრომლონ იმისათვის, რომ შექმნან საუკეთესო პროდუქტი. გლობალურმა შესყიდვებმა არამარტო შეიძლება შეამციროს წარმოების ღირებულება, არამედ შეუძლია გაზარდოს პროდუქტიულობა. სამსუნგს აბსოლუტური უპირატესობა აქვს, როგორც კორეაში, ასევე სხვა ქვეყნებში პროდუქტის წარმოების მხრივ. მას შეუძლია სხვა ქვეყნებთან შედარებით პროდუქტის წარმოება ნაკლები რესურსის გამოყენებით.

⁴⁰Simonin D. - International Strategy: The Strategy of Samsung Group, 2014, p. 4

ერთი სიტყვით, სამსუნგს შეუძლია სარგებლობდეს აბსოლუტური უპირატესობით საერთაშორისო ვაჭრობის განხორციელებისას.⁴¹

კომპანია მაკდონალდსის როგორც მსოფლიოში ყველაზე დიდი სწრაფი კვების ობიექტების ქსელი იყენებს ზოგად და ინტენსიური ზრდის სტრატეგიებს ბიზნესის გაგრძელების და გაფართოების მხარდასაჭერად.

მაკდონალდსის ზოგადი სტრატეგია განსაზღვრავს ფირმის საერთო მიდგომას კონკურენტუნარიანობისთვის. ინტენსიური სტრატეგიები განსაზღვრავს მაკდონალდსის მიდგომას განავითაროს ბიზნესი გლობალური სწრაფი კვების ობიექტების ინდუსტრიაში.

მისი ძირითადი ზოგადი სტრატეგია ხარჯების ლიდერობაა. პორტერის მოდელის თანახმად, ეს ზოგადი სტრატეგია გულისხმობს ხარჯების შემცირებას რომ პროდუქცია შევთავაზოთ მომხმარებლებს დაბალი ფასებით. კომპანია ასევე იყენებს ფართო დიფერენციაციას, როგორც მეორად ან დამხმარე ზოგად სტრატეგიას. ეს მეორადი ზოგადი სტრატეგია გულისხმობს ბიზნესის და მისი პროდუქტების განვითარებას, რომ ისინი კონკურენტებისგან განასხვავონ.

მაკდონალდსის ინტენსიური სტრატეგიებია:

ბაზარზე შეღწევა - მაკდონალდსი იყენებს ბაზრის შეღწევადობას, როგორც მისი ზრდის ძირითად ინტენსიური სტრატეგიას. ამ ინტენსიური სტრატეგიის გამოყენებისას, მაკდონალდსი იზრდება იმით, რომ იჩენს უფრო მეტ მომხმარებელს იმ ბაზრებზე, სადაც ის უკვე ოპერირებს.

ბაზრის განვითარება - პირველ წლებში მაკდონალდსმა გამოიყენა ბაზრის განვითარება, როგორც განვითარების ძირითადი ინტენსიური სტრატეგია. ამ ინტენსიური ზრდის სტრატეგიის სტრატეგიული მიზანია ახალი ადგილების შექმნა ახალ ბაზრებზე.

პროდუქტის განვითარება - მაკდონალდსი იყენებს პროდუქტის განვითარებას, როგორც მის მესამედ ან განვითარების ინტენსიურ სტრატეგიას.

⁴¹https://www.ukessays.com/essays/economics/international-trade-of-samsung-electronics-economics-essay.php?fbclid=IwAR26mzB2wdIfOBVQm0cCPfi6pyNNxU7QGNp4BDY4BKZl_hTdphBXw3z-UgU

ამ ინტენსიური ზრდის სტრატეგიის გამოყენებისას, მაკდონალდსი დროთა განმავლობაში ავითარებს ახალ პროდუქტებს.⁴²

შეიძლება ითქვას რომ ნაშრომში განხილული ორივე ტრანსნაციონალური კომპანია საკმაოდ კარგად იყენებს იმ სტრატეგიებს, რაც მსოფლიო ბაზარზე გამოსასვლელად გამოიყენეს, რადგან წლების განმავლობაში მათი პოპულარობა და გაყიდვები ძალიან მაღლია მსოფლიოს არაერთ ნაწილში.

⁴²http://panmore.com/mcdonalds-generic-strategy-intensive-growth-strategies?fbclid=IwAR2dPlwzZ-o9Fl_t1m8IER8qqa7WJFte-nn8zLF8B43tVkhUFv2Ns8H2K9Y#:~:text=McDonald's%20primary%20generic%20strategy%20is,compared%20to%20co

§3. ტრანსნაციონალური კორპორაციების საინვესტიციო სტრატეგიები

ტრანსნაციონალური კომპანიების ვაჭრობის სტრატეგიების შემდეგ, რათქმაუნდა მნიშვნელოვანია განვიხილოთ მათი საერთაშორისო ინვესტიციების სტრატეგიები. თუმცა არანაკლებ მნიშვნელოვანია კონკრეტულ კომპანიების განხილვამდე განვიხილოთ ზოგადად საერთაშორისო ინვესტიციები.

ინვესტიცია ორი სახისაა: პორტფელური და პირდაპირი. მათ შორის განსხვავება იმაშია, თუ რა ინტერესები აქვს და რა ხარისხით აკონტროლებს ინვესტორი მის მიერ დაბანდებულ კაპიტალს.

პორტფელური ინვესტიციები ფასიანი ქაღალდების პასიური ფლობაა. ისინი ინვესტორს კომპანიის მართვაში მონაწილეობის და, შესაბამისად, საქმიანობის კონტროლის უფლებას არ აძლევს.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები კომპანიის აქტივების შეძენით მათზე საკონტროლოდ ხორციელდება. ასეთი ინვესტიცია მრავალი ფორმით ხდება: კომპანიის ან მისი საწარმოო სიმძლავრეების ფლობით, მოწინავე ტექნოლოგიების დანერგვით, პარტნიორთან ერთად ერთობლივი საწარმოს გახსნით და სხვა.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მიზანი მრავალია, მათ შორის მთავარია მოგების მიღება, რადგან სხვა ქვეყანაში დაბანდებულ კაპიტალზე მოგების საშუალო ნორმა უფრო მაღალია.

პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებს განიხილავს კონკურენტული უპირატესობის თეორია(ავტ. ორტერი), ინტერნაციონალიზაციის თეორია(ავტ. კოუზი და სხვა) და ეკლექტიკური თეორია(ავტ. დანინგი).

კონკურენტული უპირატესობის თეორია არ იძლევა პასუხს იმაზე, თუ რატომ უნდა გავიდეს კომპანია უცხოურ ბაზარზე პირდაპირი ინვესტიციების სახით. ამ კითხვებზე პასუხს იძლევა ინტერნალიზაციის თეორია.

ინტერნალიზაციის თეორიის თანახმად, პირდაპირ ინვესტიციებს იმ შემთხვევაში ეძლევა უპირატესობა, როცა შიდატრანზაქციური დანახარჯები

უფრო მეტია, ვიდრე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების პირობებში საწარმოს მართვის ხარჯები.

ინტერნალიზაციის თეორია კი არ იძლევა პასუხს კითხვაზე: მიიღებს თუ არა კომპანია კონკურენტულ უპირატესობას, თუ იგი თავის საწარმოო სიმძლავრეებს უცხოეთში განათავსებს? ამ საკითხს არკვევს ეკლექტიკური თეორია.

ეკლექტიკური მოდელი პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებსა და საგარეო ბაზარზე ფირმის უპირატესობას ერთმანეთთან აკავშირებს და უცხოეთში საერთაშორისო ბიზნესს სამი ალტერნატიული ასპექტით განიხილავს:

1. უპირატესობა ფასიანი აქტივების ფლობით;
2. უპირატესობა საწარმოო სიმძლავრეების უცხოეთში გატანით;
3. უპირატესობა პროდუქციის წარმოების ინტერნალიზაციით.

ეკლექტიკური მოდელის თანახმად, უცხოეთში კაპიტალის პირდაპირი დაბანდება გავლენას ახდენს, როგორც კომპანიის საერთაშორისო კომერციულ, ისე შიდაკორპორაციულ შედეგებზე.⁴³

ტრანსნაციონალური კორპორაციები განსხვავდებიან იმისდა მიხედვით, თუ რამდენად არიან ჩართულნი ისეთ მწარმოებლურ საქმიანობაში.

ტრანსნაციონალური კორპორაცია ზოგჯერ ერთობლივ საწარმოში ერთიანდება, სადაც კონტროლი თავიდანვე გადანაწილებულია. გილპინი ასახელებს ტრანსნაციონალური კორპორაციის უცხოეთში მოღვაწეობის ტიპს, რომლის მიხედვით კორპორაცია არ არის მფლობელი, თუმცა მართვის სფეროში საკვანძო თანამდებობების უმეტესობა მას უკავია. უცხო ქვეყნებში საქმიანობის კიდევ ერთი ვარიანტია ე.წ. “მზა პროექტი”, როცა ტრანსნაციონალური კორპორაცია დაქირავებულია მთელი ქარხნის ასაწყობად და ასამუშაველად და ადგილობრივი მუშახელის გასაწვრთნელად. ამ შემთხვევაში მას არ გააჩნია ჩვეულებრივი აქციების წილი ქარხანაში.

მეოცე საუკუნეში მასობრივი წარმოებისა და გამოკვლევებზე დამყარებული მრეწველობის განვითარებამ ხელი შეუწყო ახალი ფირმების ბაზარზე შეღწევას. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ მწარმოებელი ტრანსნაციონალური

⁴³ჯოლია გ. - საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. თბილისი, 2015. გვ: 65-67

კორპორაციები განსაკუთრებით მომპლავრდნენ ქიმიური პრეპარატების, ავტომობილების, კომპიუტერებისა და ელექტროსაქონლის წარმოებაში.

მოგვიანებით, ტრანსნაციონალური კომპანიები განვითარდა მომსახურების სფეროშიც. ეს განსაკუთრებით ეხება საფინანსო, საბანკო, მონაცემთა გადამუშავების, კავშირგაბმულობისა და მედიის სფეროებს. ჩნდება მონაცემთა გლობალური ბაზები. ხოლო ტექნიკური შესაძლებლობების ზრდის პარალელურად შესაძლებელი ხდება საფინანსო ბაზრების დაკავშირება და მათი ინტეგრაცია.

ბევრი ქვეყანა მიიჩნევს, რომ ტრანსნაციონალური კორპორაციები პოლიტიკურ გავლენას ამყარებენ მიმღებ ქვეყანაზე. ზოგი მეცნიერის აზრით, ყველა სახელმწიფო შეიძლება უფრო და უფრო მეტად დაექვემდებაროს ტრანსნაციონალური კომპანიების ძალაუფლებასა და გავლენას, მათი გლობალური ბუნებისა და ყველგან შეღწევადობის გამო.

სპიროს აზრით, ყველა ქვეყანაში არის იმის მოთხოვნილება, რომ მოიზიდონ პირდაპირი უცხოური კაპიტალი და გამონახონ უცხოურ ფირმებთან ურთიერთობის საუკეთესო გზა. ტრანსნაციონალურ ფირმებთან ურთიერთობისას ყველა სახელმწიფო აწყდება გარკვეულ პრობლემებს და დამაბულობას.⁴⁴

დღესდღეისობით მსოფლიო ეკონომიკაში არ ხდება არცერთი მნიშვნელოვანი პროცესი, რომელშიც არ მონაწილეობს ტრანსნაციონალური კორპორაცია. ისინი მონაწილეობას იღებენ მსოფლიო პოლიტიკურ და ეკონომიკურ პროცესებში იქნება ეს ირიბი თუ პირდაპირი ჩარევა. შეიძლება ითქვას რომ ძირითად როლსაც კი ასრულებენ ამ პროცესების წარმართვაში.

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ტრანსნაციონალური კორპორაციების სტრუქტურების თავისებურებების ცალსახად დადებით ან უარყოფით ეფექტს ვერ ვხედავთ, რადგან ისინი ცდილობენ თავიანთი საქმიდან გამომდინარე შექმნან საკუთარი ნიშა მსოფლიო ბაზარზე. შესაბამისად მათი სტრუქტურების

⁴⁴ჟვანია ნ. - საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბ. 2006. გვ: 51-53

მუშაობაც ამ პროცესის თანმდევა და ხან პოზიტიურ, ხანაც ნეგატიურ გამოხმაურებას იწვევს საზოგადოებაში.

სამსუნგ ელექტრონიკსი ეს არის უდიდესი ელექტრონიკის მწარმოებელი კორეაში. კორეა არის იდეალური ქვეყანა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების და საწარმოო ქარხანისათვის, იმიტომ, რომ ქვეყანა ღარიბია ნედლეულით, მაგრამ მდიდარია მაღალკვალიფიციური ადამიანებით. სამსუნგი შეუერთდა ელექტრონიკის ინდუსტრიას, რადგან მას ჰქონდა უნარი მაღალი შემოსავლის ელასტიურობისათვის, რაც შექმნიდა უამრავ სამუშაო ადგილს. სამსუნგის ჯგუფი სამხრეთ კორეის ექსპორტის 20 პროცენტს შეადგენს. ის 90-იან წლებში გახდა საერთაშორისო საწარმო და არა მხოლოდ უზრუნველყო რიგი ბიზნესები საზღვარგარეთ, არამედ გახდა ბაზრის ლიდერი ზოგიერთი ელექტრონული კომპონენტისთვის. 1980-იანი წლების ბოლოს ის აკეთებდა ამერიკული და იაპონური ბრენდების კოპირებას, დღეს კი მისი თითქმის ყველა პროდუქტი არის საკუთარი. ახლა ის ლიდერია არა მარტო ტელეფონების ბიზნესში, არამედ ტელევიზორების, კომპიუტერების და მეხსიერების ჩიპების ბიზნესშიც. მეხსიერების ჩიპების ბიზნესში ის სიდიდით რიგით მეორე მომწოდებელია მსოფლიოში.

სამსუნგი ამბობს, რომ მათი წარმატება სამ წერტილს უკავშირდება:

1. კვლევა და განვითარება.
2. ორგანიზაცია
3. წარმოება.⁴⁵

რაც შეეხება მაკდონალდსს, მისი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ძირითადად ფოკუსირებულია ინვესტიციებზე რესტორნებსა და კვების მრეწველობაში. კომპანიამ განახორციელა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები გრძელვადიანი პერსპექტივით, მოგების მიღების მკაფიო მიზნით. როგორც მრავალენოვანი ფირმა მაკდონალდსს აქვს მნიშვნელოვანი უცხოური ინვესტიციების აქტივები. კომპანიას აქვს უნარი კაპიტალის რესურსების

⁴⁵<https://www.ukessays.com/essays/marketing/case-study-foreign-direct-investment-marketing-essay.php?fbclid=IwAR1d5EHoy4JlWW8ZEPg2Z3HtMJeotN7uH6MAryBS8SohefwIOtW9wFayvU8>

გლობალური მოპოვების და გადატანის, ასევე რესტორნების და ბაზრის სხვა ქვეყნებში შეღწევის შესაძლებლობა.

მაკდონალდსის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია არა მხოლოდ განვითარებულ, არამედ განვითარებად ქვეყნებში შვილობილი რესტორნების კონტროლზეა ორიენტირებული. ზედამხედველობის ინვესტიციამ უდიდესი სარგებელი მოუტანა მას და მის ინვესტორებს. ინვესტორები განაგრძობენ უცხო ქვეყნების ბაზრებზე წვდომას, განსაკუთრებით მას შემდეგ, რაც კომპანიის პროდუქტის დამზადება შესაძლებელია ადგილობრივი ინგრედიენტების გამოყენებით.

სხვა ქვეყნებში შვილობილი კომპანიების დაფუძნება მაკდონალდს საშუალებას აძლევს მოიპოვოს რესურსების ფართო სპექტრი, რომელიც მოიცავს იაფ და კვალიფიციურ მუშახელს, აგრეთვე ადგილობრივ გამოცდილებას და ცოდნას უცხო ქვეყანაში.⁴⁶

ორივე კომპანიას კაპიტალის გრძელვადიანმა დაბანდებამ დიდი სარგებელი მოუტანა. ამის ნათელი მაგალითია ის ფაქტი, რომ ამდენი წლის განმავლობაში ორივე კომპანია აგრძელებს ზრდას საერთშორისო ბაზარზე და ყველაფერს აკეთებს იმისთვის, რომ კრიზისის თუ კონკურენციის ფონზე შეინარჩუნოს ლიდერობა მსოფლიო ბაზარზე მაღალი ხარისხითა და მომხმარებელზე მორგებული პოლიტიკის წყალობით.

⁴⁶https://studentshare.org/business/1611181-mcdonalds-foreign-direct-investment-and-distribution-strategy?authclient=twitter&oauth_token=PIaHrAAAAAAA69gqAAABel38G68&oauth_verifier=NSOwChfR7HWJ8OjuSW5Oaccp9TYYLikk&fbclid=IwAR2TvLSwu17Xb6GfjK7tUkB112KW6zPSnmykyO4ELtwp7ni49Qo-FHqo3J4

§4. საერთაშორისო ბიზნესის ძირითადი გამოწვევები

საერთაშორისო ბიზნესის გლობალიზაცია მოიცავს ფინანსურ, ტექნოლოგიურ, ვაჭრობისა და სხვათა გლობალიზაციას. საერთაშორისო საფინანსო ოპერაციების ზრდამ საგრძნობლად გადააჭარბა საერთაშორისო ვაჭრობისა და მსოფლიო ერთობლივი პროდუქტის მოცულობათა ზრდის მაჩვენებლებს. ფინანსური გლობალიზაციის შედეგად საფინანსო ბაზრები მკვეთრად დაუახლოვდა ერთმანეთს, მოხდა მათი შერწყმა და ჩამოყალიბდა ერთიანი საფინანსო ბაზარი. ამის შედეგად სულ უფრო ჩქარდება ერთიანი მსოფლიო ბაზრის სივრცეში ფინანსური რესურსების გადაადგილების ტემპი.

ფირმების უმეტესობის საბოლოო მიზანს წარმოადგენს წარმოების და მომსახურების გატანა საზღვარგარეთ. საერთაშორისო ბიზნესი უნდა შეესაბამებოდეს ქვეყნების პოლიტიკურ ინტერესებს. აქ დიდ როლს თამაშობს ამ საკითხების გააზრება არა მარტო კონკრეტული კორპორაციის, არამედ მოცემული ქვეყნების ნაციონალური ინტერესებიდან გამომდინარე. წარსულში მიჩნეული იყო, რომ მოცემული ქვეყნის ეროვნული ინტერესები ყოველთვის შეესაბამება კორპორაციათა ინტერესებს.

ზოგადად საერთაშორისო ვაჭრობა არსებობს იმიტომ, რომ ერთი და იგივე ქვეყანას არ შეუძლია, აწარმოოს ყველა მისთვის აუცილებელი საქონელი და მომსახურება. მოცემული ქვეყნის მასშტაბებში საქონელის წარმოება დამოკიდებულია იმ დანახარჯებზე, რომლის გაწევა მოუხდება მას მომავალში, რადგანაც რესურსები, რომელსაც ქვეყანა იყენებს პროდუქციის საწარმოებლად შეზღუდულია, ანუ ამ რესურსებს ჩვენ ვერ გამოვიყენებთ სხვა პროდუქციის საწარმოებლად.⁴⁷

საერთაშორისო ბიზნესი ეს არის საქმიანობის სფერო, რომელიც ხორციელდება ორ ან მეტ პარტნიორ ქვეყნებს შორის სახელმწიფო საზღვრის გადაკვეთით.

საერთაშორისო ბიზნესის კლასიკური მაგალითია: სხვა ქვეყანაში საქონლის გატანა გასაყიდად, ერთ ქვეყანაში ნედლეულის მასალების შესყიდვა და მეორეში შეტანა გადამუშავების ან მოხმარების მიზნით, ერთი ქვეყნიდან კაპიტალის

⁴⁷შენგელია თ. - ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები, თბილისი, 2008, გვ: 145

გატანა მეორე ქვეყანაში პროდუქციისა და მომსახურების საწარმოებლად და მამასადამე, შემოსავლისმისაღებად. ასევე საერთაშორისო ბიზნესი მოიცავს ერთი ქვეყნიდან მეორეში არამატერიალური ღირებულებების გადატანას, როგორც არის ნოუ ჰაუ, პატენტი და ა.შ. მათი რეალიზაციის მიზნით და პირიქით.⁴⁸

საერთაშორისო ბიზნესმა, როგორც მსოფლიო მეურნეობის განვითარების ფენომენმა, ევოლუციის ხანგრძლივი განვითარების გზა გაიარა. თანამედროვე სახით ის გლობალიზაციის ეპოქაში ჩამოყალიბდა, მე-20 საუკუნის უკანასკნელ მეოთხედში. მისი წინარე ისტორია დიდი გეოგრაფიული აღმოჩენების ეპოქას უკავშირდება, დროს, როდესაც მოხდა სამყაროს გეოგრაფიული ფარგლების გაფართოება, რამაც ბიძგი მისცა ქვეყნებსა და ხალხებს შორის ვაჭრობის განვითარებას და საფუძველი ჩაუყარა საერთაშორისო სავაჭრო სისტემას. საერთაშორისო ვაჭრობამ კი დიდი გავლენა მოახდინა პოლიტიკაზე, სოფლის მეურნეობაზე, ხელოვნებაზე, მსოფლიო ხალხების ცხოვრებაზე და მძლავრი ბიძგი მისცა ტრანსპორტის, ფინანსების, სადაზღვეო საქმის და სხვა ყველა იმ მიმართულების განვითარებას, რომელთაც ჩვენ საერთაშორისო ბიზნესის ინფრასტრუქტურას ვუწოდებთ.

XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე განვითარებული მასობრივი სამრეწველო წარმოება ასტიმულირებს კომპანიებს, გადავიდნენ წმინდა სავაჭრო ოპერაციებიდან უცხოეთში ნედლეულის მოპოვებასა და პლანტაციური მეურნეობების შექმნაზე. ამან საფუძველი ჩაუყარა საწარმოო კაპიტალის სისტემატურ ექსპორტს უცხოეთში, პირველ რიგში კოლონიებსა და დამოკიდებულ ტერიტორიებში. ამ პერიოდში აქტიურად მიმდინარეობს ფინანსური კაპიტალის ინტერნაციონალიზაცია. მე-19 საუკუნის მეორე ნახევარში ჩნდება პირველი მრავალეროვანი კომპანიები. ერთ-ერთი პირველი კომპანიათაგანი, რომელმაც საკუთარი წარმოება შექმნა სხვა ქვეყანაში,

⁴⁸http://geoeconomics.ge/?p=13298&fbclid=IwAR3FDdSmqGPaj7FuQWf7b2_t1j4zxcNh8GW1CNM_WTxJFEt0MVoSORQheME

ჩამოაყალიბა სადისტრიბუციო ქსელი და მრავალი ქვეყანა მოიცვა, იყო ყველასათვის ცნობილი კომპანია „ზინგერი“.⁴⁹

მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი პერიოდი ხასიათდება ამერიკული კორპორაციების უპრეცედენტო საერთაშორისო აქტივობით, რამაც ამერიკული ეკონომიკა აქცია მსოფლიოში უძლიერესად. მათ გააჩნდათ უდიდესი მატერიალური და ფინანსური რესურსები, რამაც საერთაშორისო ბიზნესი მრავალეროვან ბიზნესად აქცია. 1960-1970-იან წლებში, ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის პროცესში, თანაბარი უფლებებით ჩაერთნენ ევროპული და იაპონური კორპორაციები, რომელთაც ომისშემდგომი აღდგენის მძიმე პერიოდი დაძლიეს. გლობალიზაციის პერიოდში საერთაშორისო ბიზნესის შემდგომი განვითარება დაკავშირებულია საერთაშორისო კომპანიების რიცხვისა და მასშტაბების ზრდასთან, მათ მიერ წარმოებული საერთაშორისო ოპერაციების გართულებასთან, საერთაშორისო საქმიანობის მნიშვნელობის ზრდასთან მათი ბიზნესის საერთო სტრუქტურაში.⁵⁰

საერთაშორისო ბიზნესი ქვეყნების უპირატესობების გამოყენებით აფართოებს ბიზნესის მიზნობრივ ჰორიზონტებს და ამდიდრებს მათი მიღწევის საშუალებების არსენალს. ფირმები იღებენ შესაძლებლობას, გამოიყენონ კონკურენტული უპირატესობები, ძლევენ შეზღუდვებს, რომლებიც დაკავშირებულია ქვეყნის განვითარების დონესთან და სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ცალკეულ ქვეყანაში ბიზნესის წარმოების პირობებთან.

სამსუხევი არის ელექტრონული პროდუქტის ერთ-ერთი წამყვანი მწარმოებელი და დისტრიბუტორი მსოფლიოში. ფირმამ ბაზრის შთამბეჭდავი ზრდა განიცადა მარკეტინგული სტრატეგიის გამო. მას ახლა არაერთი გამოწვევა აქვს, რამაც შეიძლება გავლენა მოახდინოს მის მომგებიანობაზე ბაზარზე.

ბრედლისა და მაკდონალდის აზრით, ყველაზე დიდი გამოწვევა, რომელიც ამჟამად ფირმის წინაშე დგას, არის როგორ გაყიდოს სმარტფონი ორგანიზაციულ მყიდველებზე. ეს ითვლება Samsung Inc-ის მთავარ პრობლემად, რადგან

⁴⁹Multinationals Come Into Their Own//Financial Times.2000.December 6

⁵⁰Rugman A.M., Verbeke A. A - Perspective on Regional and Global Strategies of Multinational Enterprises // Journal of International Business Studies. 2004. № 35.

ორგანიზაციული მყიდველები აღარ ენდობიან მის პროდუქტებს. მიმდინარე ბაზარზე წარმატების მისაღწევად, სამსუნგს არ შეუძლია ამ ბაზრის სეგმენტის უგულებელყოფა.

ბევრი ფირმა იყენებს სმარტფონსა და სხვა მასთან დაკავშირებულ ელექტრონულ გაჯეტებს სხვადასხვა საქმიანობის მოსაგვარებლად. მრავალეროვნული კორპორაციები მნიშვნელოვნად ეყრდნობიან ამ მოწყობილობებს მსოფლიოს სხვადასხვა ფილიალში ოპერაციების მონიტორინგისთვის. ბევრმა ფირმამ უარყო Samsung მოწყობილობები მრავალი მიზეზის გამო.

მთავარი მიზეზი, რის გამოც სამსუნგის სმარტფონები და სხვა საკომუნიკაციო გაჯეტები ნაკლებად პოპულარულია ორგანიზაციულ მყიდველებში, უსაფრთხოების საკითხის გამოა. სამსუნგის სმარტფონი მუშაობს Google- ის ღია კოდის Android OS-ზე. ეს ოპერაციული სისტემა უფრო დაუცველია ვირუსებისგან და ადვილად შეიძლება გატყდეს. სამსუნგის მთავარმა აღმასრულებელმა დირექტორმა აღიარა, რომ ოპერაციული სისტემას, რომელსაც ფირმის სმარტფონი იყენებს, უსაფრთხოების რიგი პრობლემები აქვს. ეს აღიარება მოხდა ორგანიზაციული მყიდველების საჩივრების შემდეგ, რომლებმაც გამოიყენეს სამსუნგის კომუნიკაციური გაჯეტები. ეს მომხმარებლები ჩიოდნენ, რომ მათ მონაცემებზე ადვილად ხდებოდა წვდომა უსაფრთხოების ცუდი სისტემის გამო. ისინი ასევე ჩიოდნენ, რომ ვერ მუშაობდნენ სწრაფად, რადგან ინტერნეტის გამოყენებისას არაერთი მავნე(ვირუს) პროგრამა ერთვებოდა მუშაობის პროცესში.

საჩივრებმა სამსუნგს უარყოფითი იმიჯი მოუტანა ბაზარზე. ორგანიზაციული მყიდველები აღარ ენდობიან თავიანთ საკომუნიკაციო გაჯეტებს. სამსუნგის გაჯეტებს არ შეუძლიათ ამ უსაფრთხოების შეთავაზება.

ორგანიზაციული მყიდველების ნდობის მოსაპოვებლად, Samsung- ს მოუწევს გაუმკლავდეს სისუსტეებს, რომლებიც გამოვლენილია მის საკომუნიკაციო

აპარატებში. ამ ნდობის დაბრუნებას შეიძლება უფრო მეტი დრო დასჭირდეს, მაგრამ ეს მარკეტინგული პრობლემის მოგვარების ერთადერთი გზაა.⁵¹

მსოფლიო პანდემიამ მნიშვნელოვნად შეაფერხა მაკდონალდსის ბიზნესი და ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. არსებული მომენტისთვის კომპანია ცდილობს წარმატებით განაგრძოს პოზიციონირება ბაზარზე და ჯერ-ჯერობით მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები არ აქვს.⁵²

მარკეტინგის მაქსიმიზაცია, ძირითადი მენიუს შესრულება, მიწოდების სერვისი და მართვა არის ძირითადი გამოწვევა მაკდონალდსის ზრდის სტრატეგიის. კრისტოფერ ჯ. კემპჩინსკიმ, მაკდონალდსის კორპორაციის პრეზიდენტმა და აღმასრულებელმა დირექტორმა, 28 იანვარს გამართულ კონფერენციაზე ჩამოაყალიბა სწრაფი კვების პროდუქტების პრიორიტეტები.

„ჩვენი მნიშვნელოვანი მარკეტინგული ინვესტიცია რჩება ზრდის ნამდვილ მამოძრავებლად“, - თქვა მან. „ჩვენ ვაუმჯობესებთ შემოქმედებით ეფექტურობას. გუნდები ყურადღებას ამახვილებენ სწორ ბალანსზე გაყიდვების აქტივაციის, რადგან ჩვენ ვმუშაობთ მარკეტინგის შემოსავლის ოპტიმიზაციაზე.“

მაკდონალდსის ინვესტიციები ციფრული მომსახურება, მიწოდების სერვისი იყო „განსხვავებული გამოცდილება“ პანდემიის დროს და კომპანიის ძალისხმევა მიმართულია შეიქმნას უფრო სწრაფი, მარტივი და უკეთესი გამოცდილება. „ჩვენ აგრესიულად ვცდილობთ, ჩემი მაკდონალდსის აპლიკაციის საშუალებით მოვახდინოთ მობილური შეკვეთის მიღება, გადახდა, მიწოდება, ჯილდოსა და მხიარული აქციების მიწოდება მომხმარებელამდე.“

კემპჩინსკიმ აღნიშნა რომ გასული წელი იყო ყველაზე რთული McDonald's-ისთვის პანდემიის, ეკონომიკური კრიზისისა და საზოგადოებრივ გამოწვევებზე დაყრდნობით.

„მიუხედავად იმისა, რომ ბაზრებზე იყო გამოწვევები, ზოგიერთმა ჩვენმა დიდმა ბაზარმა მიაღწია პოზიტიურ გაყიდვებს მთელი წლის განმავლობაში, მათ

⁵¹<https://ivypanda.com/essays/samsung-company-main-challenges/>

⁵²<http://geoeconomics.ge/?p=13298>

შორის აშშ, იაპონია და ავსტრალია, და ეს იყო ძლიერი იმპულსი 2020 წელს.” - როგორც აღნიშნა მან.⁵³

უნდა აღინიშნოს, ის მნიშვნელოვანი ფაქტი, რომ კრიზისის ფონზე მთელს მსოფლიოში არა მარტო ეს ორი გიგანტი კომპანია, არამედ ყველა ტრანსნაციონალური კორპორაცია საერთაშორისო ბაზარზე არაერთი გამოწვევის წინაშე დგას, რის გამოც უწევთ სხვადასხვა ნაბიჯების გადადგმა, რომ დაუბრუნდნენ კრიზისამდე არსებულ მდგომარეობას და ცდილობენ შეიმუშაონ მომხმარებელამდე მიღწევის და მათი მოთხოვნილების შესაბამისი სტრატეგიები.

ეჭვგარეშეა ის ფაქტი, რომ პანდემიური კრიზისი, რომელიც ამ დროისთვის მთელი მსოფლიოს თავის ტკივილს წარმოადგენს უახლოეს და შორეულ მომავალში რადიკალურად შეცვლის ძალაუფლების ბალანსს მთელი მსოფლიოს ბაზარზე.

⁵³<https://www.foodbusinessnews.net/articles/17805-mcdonalds-management-lays-out-2021-strategic-priorities>

დასკვნა

თანამედროვე გლობალიზაცია წარმოადგენს მსოფლიოს განვითარების თვისობრივად ახალ მოვლენას, რომელიც მოიცავს საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროს. სწორედ გლობალიზაციისათვისაა დამახასიათებელი ეროვნული და გლობალურ-ეკონომიკური ურთიერთობების ადგილების გადანაცვლება.

გლობალიზაციამ გაამარტივა რესურსების გამოყენება მათი ხელმისაწვდომობით. მისი გავლენა მკვეთრად დაეტყო სავალუტო, საფინანსო და სასაქონლო სფეროს და ბირჟების მუშაობას. თანამედროვე ტექნოლოგიები ინფორმაციის სწრაფი გაცვლის საშუალებას იძლევა, რაც აღნიშნულ პროცესებს ამარტივებს.

გლობალიზაცია თანამედროვეობის ერთ-ერთი სწრაფად განვითარებადი პროცესია. ის გვთავაზობს დიდ შესაძლებლობებს ქვეყნების განვითარების მიზნით, რომელიც საშუალებას გვაძლევს გავაუმჯობესოთ სავაჭრო ურთიერთობები.

გლობალიზაციის განვითარებასთან ერთად იზრდება საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების წამყვანი, პრიორიტეტული როლი. დღეს უფრო მეტად მნიშვნელოვანია მსოფლიო ეკონომიკური სისტემების ერთიანი წესის შემუშავება და მისი დანერგვა-გატარება თითოეული ქვეყნის ეკონომიკაში. თუმცა ეს პროცესი საკმაოდ რთულია და ძლიერი ქვეყნების ეკონომიკური სისტემებიც ძნელად ეგუება გლობალური ეკონომიკის მოთხოვნებს.

მსოფლიო ეკონომიკის სახე იცვლება სწორედ გლობალიზაციის პირობებში. ეკონომიკური გლობალიზაციის დროს იზრდება ვაჭრობის, კაპიტალის, ინვესტიციების ინტენსივობა. საერთაშორისო ვაჭრობა და ინვესტიციები წარმოადგენენ გზას საერთაშორისო ეკონომიკური ინტეგრაციისათვის. საერთაშორისო ვაჭრობასახელმწიფოებრივი მოვლენაა, რომელიც მოიცავს ქვეყნებს შორის თავისუფალ ვაჭრობას და საქონლისა და მომსახურების დაუბრკოლებლად მიმოცვლას. ვაჭრობას საერთაშორისო ურთიერთობებში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს და ის ქვეყნებს შორის ამა თუ იმ ტიპის ურთიერთობების ჩამოყალიბების ერთ-ერთი მთავარი წინაპირობაა.

საერთაშორისო ვაჭრობა სულაც არ არის ახალი მოვლენა. ქვეყნები საუკუნეების განმავლობაში იყვნენ დაკავებულნი ერთმანეთთან საქონლის გაცვლა-გამოცვლით, თუმცა ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ყოველთვის განსხვავდებოდა ვაჭრობის ტიპები ერთმანეთისგან. საერთაშორისო ვაჭრობა აიძულებს ქვეყნებს, საერთაშორისო კონკურენციაში გაძლიერებისათვის ეძებონ ახალი ტექნოლოგია მწარმოებლურობის ასამაღლებლად.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები წარმოიშვა, როგორც კომპანიების კონკურენტული უპირატესობების რეალიზაციის შედეგი. ისინი ხდებიან საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების სუბიექტები და იკავებენ წამყვან ადგილს გლობალურ ეკონომიკაში. ტრანსნაციონალური კორპორაციების წილი ეკონომიკაში საკმაოდ დიდია, აღნიშნული კომპანიებისარგებლობენ საკმაოდ დიდი ავტორიტეტით და ორგანიზებულობით.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები წარმოადგენენ თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის მნიშვნელოვანი საკვანძო პროცესების მამოძრავებელ ძალას. სწორედ ისინი განსაზღვრავენ საქონლისა და მომსახურების კონკურენტუნარიანობის დონეს მსოფლიო ბაზარზე, აკონტროლებენ საერთაშორისო კაპიტალისა და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოძრაობას.

თანამედროვეპირობებშიკომპანიებისსაქმიანობისგლობალიზაციადიდკაპიტალდაბანდებებსმოითხოვსგანსაკუთრებითმაშინ, როცაწარმატებისმიღწევისაუცილებელიპირობააიმგადაწყვეტილებათაკოორდინაცია, რომლებიცმიიღებაახალიპროდუქტებისდამუშავების, მათიწარმოების, განაწილებისადამარკეტინგისსფეროში, აგრეთვემსოფლიოსსხვადასხვაკუთხეშიგანხორციელებულიოპერაციებისდაფინანსებისდროს.

კომპანიასშეიძლებაჰქონდესიმშიდარესურსებისნაკლებობა, რომელიცაუცილებელიასაერთაშორისობაზარზეანალოგიურიპროფილისსხვაკომპანიებთანკონკურენციულბრძოლაშიეფექტიანიმონაწილეობისუზრუნველსაყოფად. ამის გამო ისინი აყალიბებენ სტატეგიულ ალიანსებს, რომლის დახმარებით კომპანიებს შეუძლიათ პარტნიორების მნიშვნელოვანი უნარებით კომბინირება,

რომლებიც საშუალებას მისცემენ მიაღწიონ უპირატესობას, გაიუმჯობესონ სამომხმარებლო ღირებულება და დაიკავონ ბაზარი.

საერთაშორისო ბიზნესი გულისხმობს ბიზნეს-ოპერაციებს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ეს ოპერაციები მოიცავს საქონელს, მომსახურებას, ტექნოლოგიებს, მართვის სტილს, ცოდნასა და გამოცდილებას, კაპიტალს, ექსპორტსა და იმპორტს. საერთაშორისო ბიზნესში ყველა ოპერაცია დიდ მასშტაბებთან არის დაკავშირებული. ეს ეხება წარმოებას, მარკეტინგს, საერთაშორისო ვაჭრობას და ა.შ.

გლობალიზაციამ შეძლო და დაიწყო სამყაროს გაერთიანების და ერთად ქცევის პროცესი. გლობალიზაციის პროცესმა შემოგვთავაზა, დიდი შესაძლებლობები ქვეყნების განვითარების მიზნით რომელიც ხელს უწყობს სავაჭრო ურთიერთობების გაუმჯობესებას. მის დროს დაიძლია ეკონომიკური, პოლიტიკური და სასაზღვრო ბარიერები მსოფლიოში.

ნაშრომის გაანალიზების შედეგად ვნახეთ, რომ ეკონომიკური გლობალიზაციის პროცესებს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ნებისმიერი ქვეყნისთვის. ეკონომიკის გლობალიზაციაა სწორედ ის, რაც ხელს უწყობს შრომის საერთაშორისო დანაწილებს. გლობალიზაციამ გაამარტივა რესურსების გამოყენება მათი ხელმისაწვდომობით. დღეს მთავარი ამოცანაა საერთაშორისო ბაზარზე დინამიზმის შენარჩუნებით ხელი შეეწყოს ეკონომიკური გლობალიზაციის სამართლიანობას, სულიერი ზრდის წახალისებას, თავისუფლებას და პასუხისმგებლობის ამაღლებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ა.აბრალავა - ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია, თბ. 2005
2. ლექციების კურსი - საერთაშორისო ბიზნესი, თბ. 2011
3. ი.მესხია - გლობალური კრიზისი და საქართველოს ეკონომიკა. ჟურნალი სოციალურ ეკონომიკა №2. თბილისი. 2009
4. ე. მექვაბიშვილი - გლობალიზაციის ეპოქის ფინანსური კრიზისები და საქართველოს ეკონომიკა, თბილისი, 2018
5. ვ. პაპავა - საქართველოს ევროპული გზა პანდემიური დეგლობალიზაციის პირობებში, თბ, 2020
6. ნ. ჟვანია- საერთაშორისო პოლიტიკური ეკონომია, თბ. 2006
7. ა. რონდელი - საერთაშორისო ურთიერთობები, თბ. 1996
8. თ. შენგელია - ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები, თბ. 2008
9. გ.შუბლაძე, ბ.მღებრიშვილი, ფ.წოწკოლაური - მენეჯმენტის საფუძვლები, თბ., 2008
10. გ. ჯოლია - საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. თბილისი, 2015
11. გლობალიზაცია და ბიზნესის თანამედროვე გამოწვევები - IV საერთაშორისო სამეცნირო კონფერენციის შრომების კრებული II, თბ. 2020, გვ:95
12. Ghemawat P. „Reconceptualizing International Strategy and Organization“. Strategic Organization. 2008. pp.
13. Multinationals Come Into Their Own//Financial Times.2000.December 6
14. Rugman A.M., Verbeke A. A Perspective on Regional and Global Strategies of Multinational Enterprises // Journal of International Business Studies. 2004. № 35.
15. Simonin D. - International Strategy: The Strategy of Samsung Group, 2014, p. 4

ინტერნეტ რესურსები

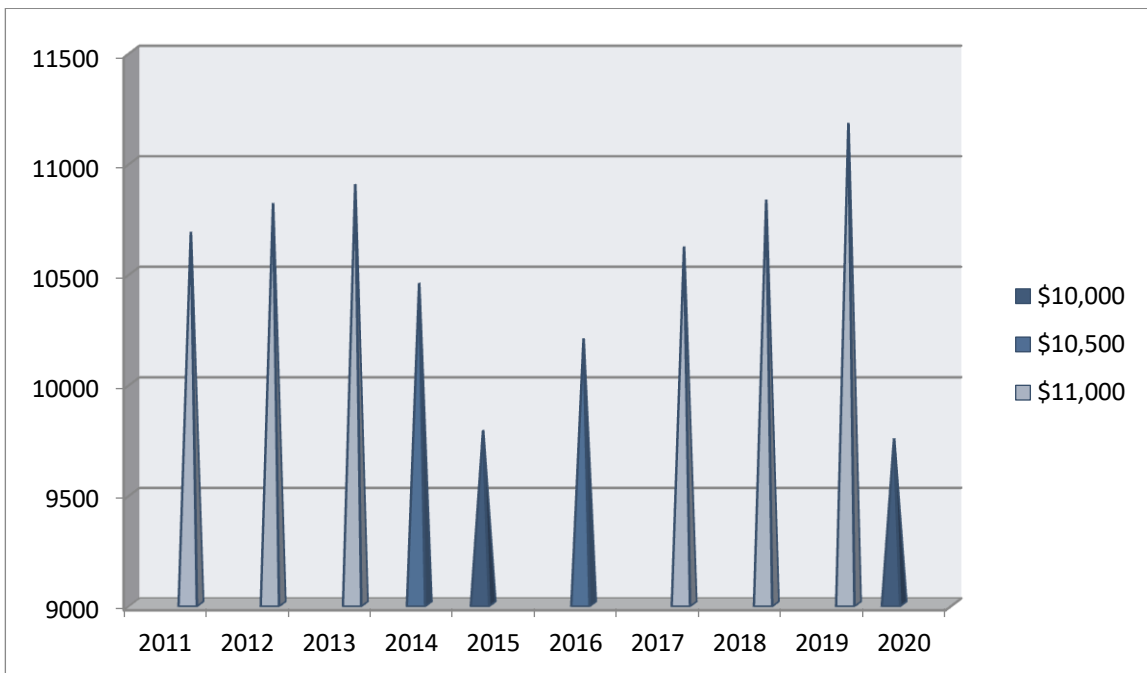
1. <https://on.ge/story/15691-საერთაშორისო-და-თავისუფალი-ვაჭრობის-როლი-მსოფლიო-მშვიდობის-დამყარებაში>
2. <https://opentextbc.ca/strategicmanagement/chapter/types-of-international-strategies/>
3. https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/Konfi.pdf?fbclid=IwAR3FlwMHu1rqW28z2HDGhYtYG6DyiFGeGjcbYtl8gSMVawCBHaemynXdxnU
4. <https://ged-project.de/globalization/globalization-report-2018-who-benefits-most-from-globalization/?cn-reloaded=1>
5. https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/Konferenciis_Masalebi_Gasco_rebuli.pdf
6. https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/9102/EM_2_2015_1.pdf?sequence=1&fbclid=IwAR2Du3bW9xYyr3L7_59wODYxg-w67z0ohph7ydXY1D62rLYNmT92bMCWCok
7. https://atsu.edu.ge/images/pdf/%E1%83%94%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9C%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%99%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98-2018.pdf?fbclid=IwAR1Czcz4YbimAEO5L-O_Ss5dFBwTWfbdaEhoh5q5hpEANAo-NPN8NWR6bdM
8. http://geoeconomics.ge/?p=13298&fbclid=IwAR3FDdSmqGPaj7FuQWf7b2_t1j4zxkNh8GW1CNM_WTxJFEt0MVoSORQheME
9. https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/international-strategic-alliances_6137232https://unctad.org/system/files/official-document/wir2012_embargoed_en.pdf?fbclid=IwAR1boHGt2sNiuzkKB8jrlbhOIDM36XSe6ggdEEkwporPndcJEi9PmFE9kPI04010?fbclid=IwAR0fIs4BbNRNYa0SPjI4pwx8o-itfFiOZddsWC09DdNx_wOup23WXuA-Yc#page10
10. <https://www.facebook.com/insource.ge/posts/1263084460374806/>

11. <https://btu.edu.ge/akhali-ambebi/article/81090-rogor-shecvlis-koronavirusis-pandemia-teqnologiebis-industrias>
12. UNCTAD, Trade and Development Report, New York and Geneva, 1997, page 73
13. https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2018_en.pdf?fbclid=IwAR3nKjiA9YpVjvV23OIAmbY96CmotnyYaQh_94c6E01ch1rRMBbiCjXu9Fo 83. 37
14. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2012_embargoed_en.pdf?fbclid=IwAR1boHGt2sNiuzkKB8jrlbh0IDM36XSe6ggdEEkwporPndcJEi9PmFE9kPI
15. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2018_en.pdf?fbclid=IwAR3E-2xzfCG8OL2TZBCTLNKBmmiBC7M_LYqp_CiDTAkXRwhaFBKutPnpqoA
16. <https://www.samsung.com/us/aboutsamsung/company/history/>
17. "მაკდონალდსის" ისტორია - <http://intermedia.ge/სტატია/23526-მაკდონალდსის-ისტორია/27/>
<http://www.ceo.ru/news/business/brand/mcdonalds-istoria-sozdania>
18. https://www.marketinghouse.ge/macdonalds/?fbclid=IwAR2ovnHFRBhJmAWuo5W97IiH9AgmqMqRi_Mm8P8Xb8kkqIPt0PxiC8ghuqk
19. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/financial-statements>
20. <https://news.samsung.com/global/tag/financial-results>
21. https://www.ukessays.com/essays/economics/international-trade-of-samsung-electronics-economics-essay.php?fbclid=IwAR26mzB2wdIfOBVQm0cCPfI6pyNNxU7QGNp4BDY4BKZl_hTdphBXw3z-UgU
22. http://panmore.com/mcdonalds-generic-strategy-intensive-growth-strategies?fbclid=IwAR2dPlwzZ-o9Fl_t1m8IER8qqa7WJFtenn8zLF8B43tVkhUFv2Ns8H2K9Y#:~:text=McDonald's%20primary%20generic%20strategy%20is,compared%20to%20co

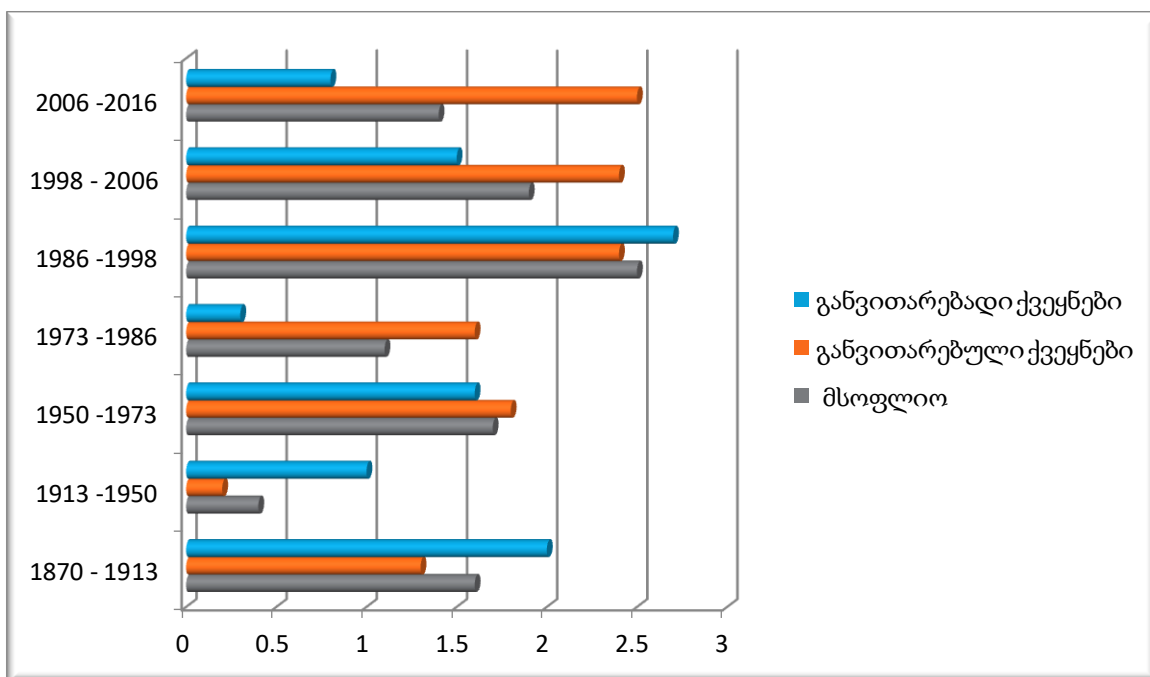
23. <https://www.ukessays.com/essays/marketing/case-study-foreign-direct-investment-marketing-essay.php?fbclid=IwAR1d5EHoy4lIWW8ZEPg2Z3HtMJeotN7uH6MAryBS8SohefwIOtW9wFayvU8>
24. https://studentshare.org/business/1611181-mcdonalds-foreign-direct-investment-and-distribution-strategy?authclient=twitter&oauth_token=PIaHrAAAAAAA69gqAAABel38G68&oauth_verifier=NSOwChfR7HWJ8OjuSW5Oaccp9TYYLikk&fbclid=IwAR2TvLSwu17Xb6GfjK7tUkB1l2KW6zPSnmykyO4ELtwp7ni49Qo-FHqo3J4
25. <https://ivypanda.com/essays/samsung-company-main-challenges/>
26. <http://geoeconomics.ge/?p=13298>
27. <https://www.foodbusinessnews.net/articles/17805-mcdonalds-management-lays-out-2021-strategic-priorities>

დანართი

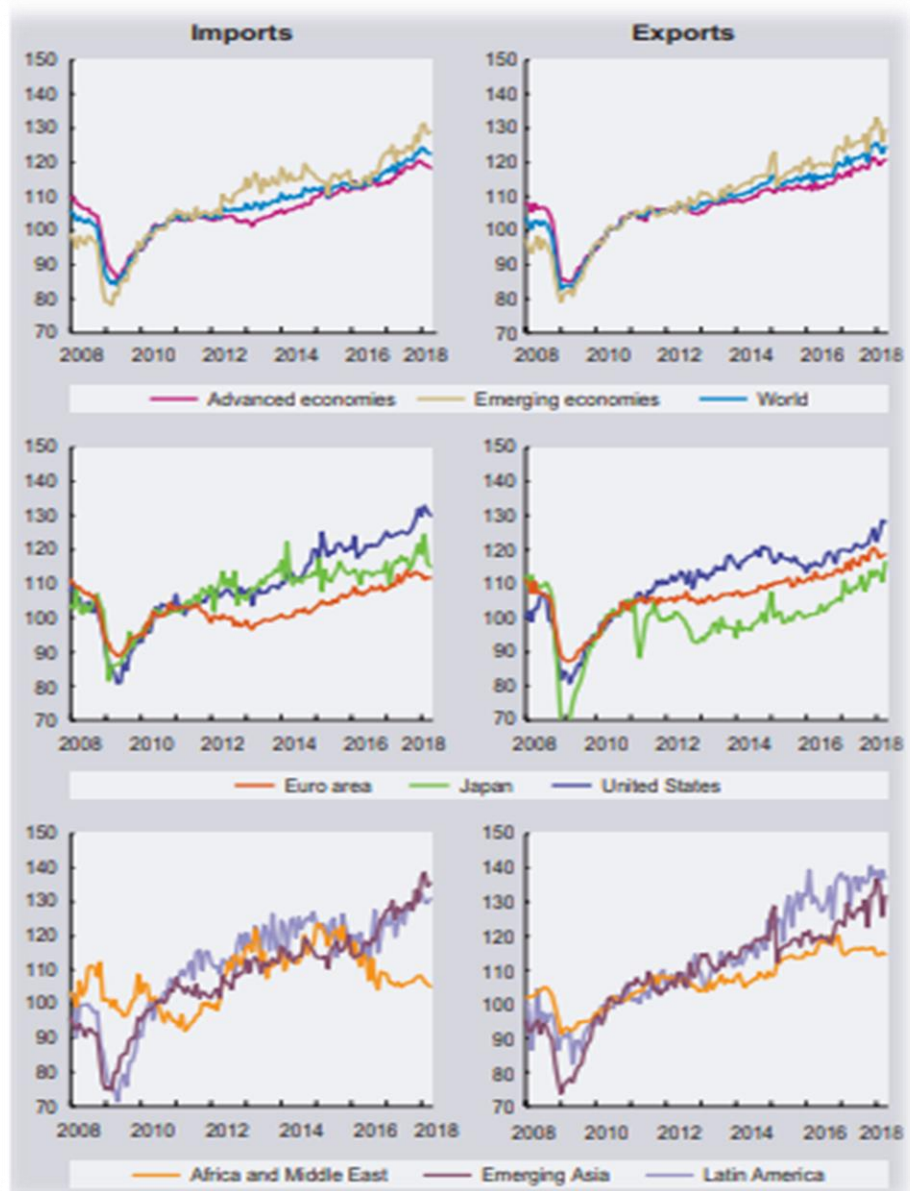
დანართი 1.3 McDonald's საერთო მოგება 2011-2020 წ



დანართი 2.2. ეკონომიკური პროდუქციის საექსპორტო მოქნილობა



დანართი 2.3. მსოფლიო სავაჭრო მოცულობის ტენდენციები 2008-2018



დანართი 2.5. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების იმპორტ-ექსპორტი, აფრიკა 2011-2017

Figure B. FDI inflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)

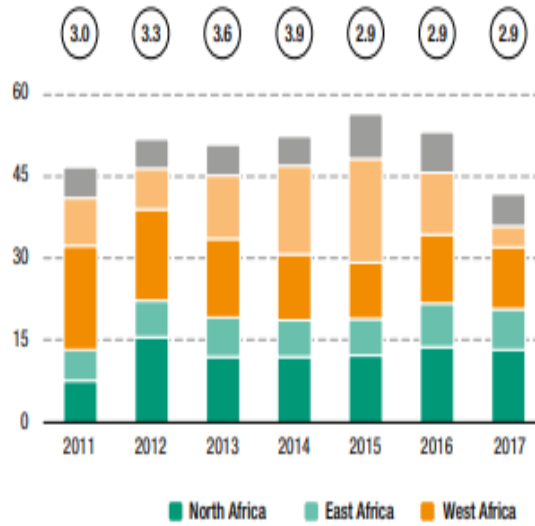
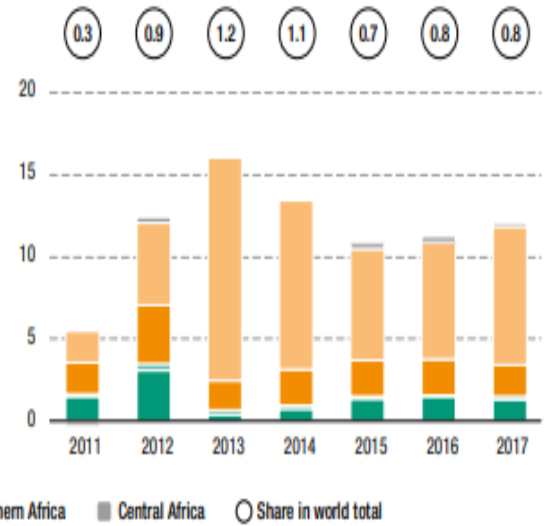


Figure C. FDI outflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)



დანართი 2.6. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების იმპორტ-ექსპორტი, აზია 2011-2017

Figure B. FDI inflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)

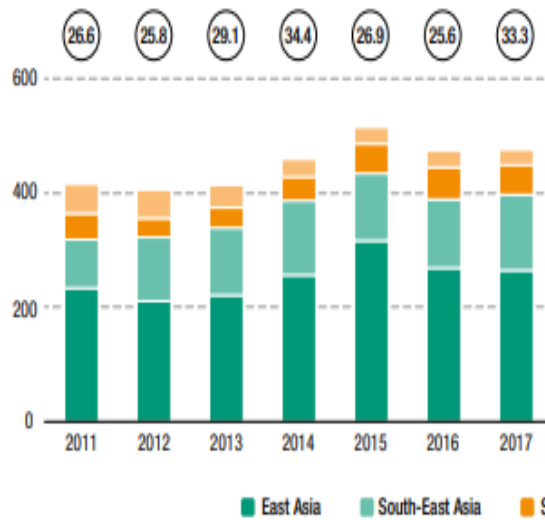
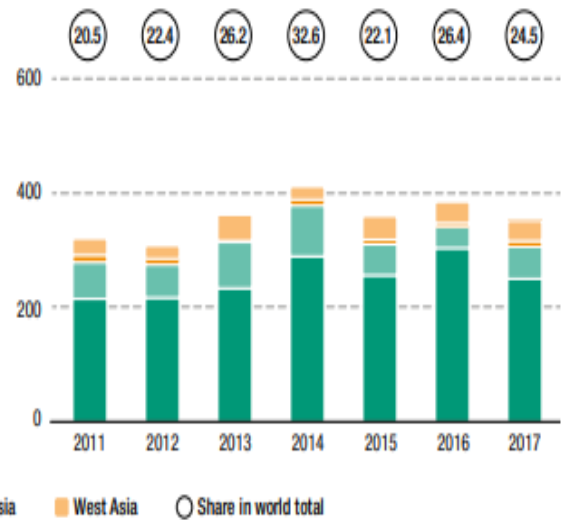


Figure C. FDI outflows, 2011–2017
(Billions of dollars and per cent)



დანართი 2.7. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების იმპორტ-ექსპორტი, ლათინური ამერიკა 2011-2017

Figure B. FDI inflows, 2011-2017
(Billions of dollars and per cent)

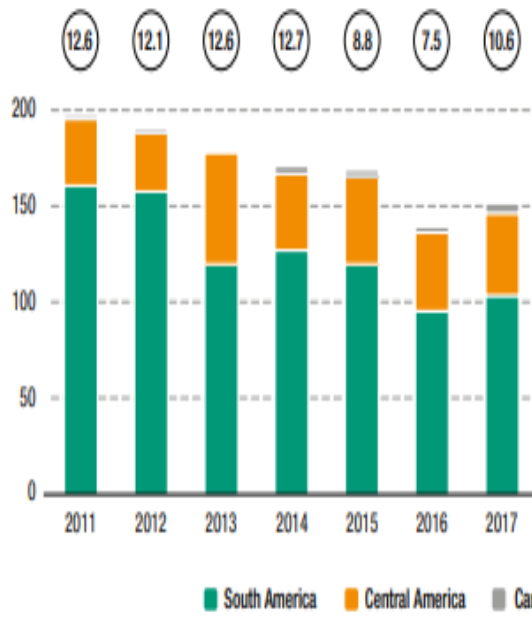


Figure C. FDI outflows, 2011-2017
(Billions of dollars and per cent)

