

GENERAL PRINCIPLES OF RISK-BASED TAX AUDIT

Gavasheli Otar,

Doctoral Student of Georgian Technical University

RESUME

The risk-oriented tax audits are discussed in the article. It is noteworthy that the basic direction of the modern taxation system is not just collection of taxes. It aims to establish an environment where taxpayer's readiness to increase tax obligation is voluntarily. Risk management is an important element for reasonable and effective management and, therefore, for a tax audit program. It is impossible to check and control each taxpayer. Tax authorities do not have sufficient resources to carry out the full inspection of each taxpayer annually or verify all declarations of VAT and income tax. Annually, the administration of the tax authority audits 10% of the total number of taxpayers or less. A well-designed audit plan should provide at least 90% of the revenue mobilization and inspection of sufficient quantities to eliminate all non-compliance liabilities at all levels.

Key words: Tax Audit ; Tax Authority; Risk-based Audit.



ქართული ღვინის ექსპორტი საერთაშორისო ბაზარზე და საქართველოს ღვინის ტურიზმი

ლალი თითილოკაშვილი
თამარი გელაშვილი
თსუ ბაკალავრიატის სტუდენტები

რეზიუმე

სტატია შეეხება საერთაშორისო ბაზარზე ქართული ღვინის ექსპორტს. იგი განხილულია დინამიკაში და მაჩვენებლები დახასიათებულია არსებული საგარეო თუ საშინაო ფაქტორებიდან გამომდინარე. საუბარია იმაზე, თუ რა ღონისძიებებს ატარებს საქართველოს მთავრობა ქართული ღვინის პოპულარიზაციისთვის და რა გავლენა აქვს ამ ღონისძიებებს საერთაშორისო ბაზარზე მისი ცნობადობის გაზრდაზე, რომელი ქვეყნებია საქართველოს უმსხველესი პარტნიორები ღვინის ექსპორტში. ღვინის ტურიზმი საქართველოში საკმაოდ მზარდი და პერსპექტიული დარგია აქ არსებული ღვინის სახეობების სიმრავლის, რელიეფის თავისებურებების, კერძებისა და ფოლკლორული მრავალფეროვნების გამო. მსჯელობაა იმ გამომწვევების შესახებ, რომლებიც ამ დარგის წინაშე დგას და დიდ გავლენას ახდენს მის განვითარებაზე.

საკვანძო სიტყვები: ღვინო, ექსპორტი, ქართული, ბაზარი, ტურიზმი.

ძირითადი ტექსტი

საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმს საკმაოდ მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. სერიოზული გამომწვევების, მათ შორის გლობალური ეკონომიკური კრიზისის მიუხედავად, მოთხოვნა საერთაშორისო ტურიზმზე ბოლო წლებში კვლავაც იზრდება.

და. 2017 წელს საქართველოს 7,554,936 საერთაშორისო მოგზაური ეწვია, რაც 1,194,433-ით (18.8%) მეტია წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით.

საერთაშორისო ტურიზმის შედეგად მიღებული ექსპორტი 2014 წელს 3.6%-ით გაიზარდა, სექტორის წილი მსოფლიო ექსპორტში 2015 წელს 7%-მდე გაიზარდა. ექსპორტის ჯამურმა ღირებულებამ საერთაშორისო ტურიზმიდან \$1.4 ტრილიონი შეადგინა.

2017 წელს, საქართველოდან, ბოლო თითქმის 30 წლის მანძილზე რეკორდული რაოდენობის ღვინოა ექსპორტირებული, რაც ღვინის ინდუსტრიისა და მეღვინეობა-მევენახეობის დარგის მარეგულირებელი შესაბამისი სამთავრობო სტრუქტურების კოორდინირებული და ეფექტური თანამშრომლობითაა მიღწეული. სსიპ ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, 2017 წელს, საქართველოდან მსოფლიოს 53 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 76,7 მლნ ბოთლი (0,75 ლ) ღვინო, რაც 54%-ით აღემატება 2016 წლის მაჩვენებელს. სულ ექსპორტირებულია 170 მლნ-მდე აშშ დოლარის ღირებულების ღვინო, ზრდამ 2016 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 49% შეადგინა. ექსპორტის მატება აღსანიშნავია შემდეგ ქვეყნებში: ჩინეთი - 43% (7 585 407 ბოთლი), რუსეთი - 76% (47 778 920), უკრაინა - 46% (8 502 554), პოლონეთი - 15% (2 676 440), ლატვია - 20% (1 505 138), ბელარუსი - 56% (1 827 130), აშშ - 56% (457 920) და სხვა. ექსპორტიორი ქვეყნების პირველი ხუთეულია: რუსეთი (47 778 920 ბოთლი), უკრაინა (8 502 554), ჩინეთი (7 585 407), ყაზახეთი (3 322 867) და პოლონეთი (2 676 440). 2017 წელს, სხვადასხვა მოცულობის ღვინის ექსპორტი 250-მდე კომპანიამ განახორციელა. მსოფლიოს 23 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 288 ათასი ბოთლი (0,5 ლ) ჭაჭა, ექსპორტის ზრდამ 180% შეადგინა. ჭაჭის ექსპორტით მიღებული შემოსავლები 846,3 ათას აშშ დოლარს შეადგენს, ზრდამ 2016 წელთან შედარებით 148%-ს მიაღწია. მთლიანობაში - ღვინის, ბრენდის, ჭაჭის, ჩამოსასხმელი ბრენდის, ღვინო მასალისა და საბრენდე სპირტის ექსპორტის შედეგად მიღებული შემოსავლები 283,8 მლნ აშშ დოლარს

შეადგენს - ზრდამ 2016 წელთან შედარებით 46%-ს მიაღწია. (GEORGIANWINE, 2017)

ნლიდან ნლამდე იზრდება სასტუმროებისა და რესტორნების საქონელბრუნვა, რომელიც, ოფიციალური სტატისტიკის მიხედვით, 2004 წელს 81 მილიონი ლარი იყო, 2011 წელს კი - 574 მილიონი. დარგის განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ღვინის ტურიზმი ღვინოების სიმრავლის, რელიეფის თავისებურების, კერძებისა და ფოლკლორული მრავალფეროვნების გამო. საქართველოში მოქმედი ტუროპერატორები დაინტერესებულ ტურისტებს სთავაზობენ ღვინის ტურებს, როგორც ზვრებსა და მარნებში, ასევე კვების ობიექტებში. რაც შეეხება ღვინის ტურებს, ტრადიციული მევენახეობის რეგიონებში ტურისტებს საშუალება ეძლევათ ენვიონ ღვინის მსხვილსა და მცირე კომპანიებს, გლეხურ მეურნეობებს, მარნებს, ვენახებს და მონაწილეობა მიიღონ რთველში, გაეცნონ ფოლკლორსა და ადგილობრივ ტრადიციებს.

ეკოტურიზმის განვითარების ცენტრმა ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს დაფინანსებით განახორციელა პროექტი „საქართველოს ღვინის გზა“, რომლის ფარგლებში რეკომენდაცია გაენია 50-მდე მარანს, თუმცა მოუწყობელი ინფრასტრუქტურისა და დაბალი ხარისხის სერვისის გამო, მიწოდება ყოველთვის ვერ აუდის მოთხოვნას. ამისდა მიუხედავად, ბოლო წლებთან შედარებით, უნდა ითქვას, რომ ქართული ღვინო წინ მიიწევს. იქმნება მცირე თუ დიდი მარნები, ღვინის კომპანიები, რომლებიც, წლებია, აქტიურად მუშაობენ, უფრო ყალიბდებიან და იზრდებიან. ღვინის ტურიზმი მოიცავს ადგილობრივ-ლოკალური კულტურის ცოდნას, ასევე ინფორმაციის გადაცემას. უშუალოდ, ამ დარგის დამკვიდრებულ ტენდენციად ქცევა უამრავ სხვა საკითხებსაც ეხება, თუმცა ეს დარგი არ გულისხმობს მართო უცხოელების დაინტერესებას, არამედ იგი ქართველების ცნობიერების ამაღლებასა და ღვინის კულტურის უკეთ გაცნობას საჭიროებს. (NETGAZETI, 2018)

2006 წელს ქართულმა ღვინომ გასაღების მთავარი, რუსეთის ბაზარი დაკარგა. ემბარგომდე რუსულ ბაზარზე ექსპორტირე-

ბული ღვინის დაახლოებით, 75% გადიოდა. ბაზრის დაკარგვამ ღვინის ბიზნესი მიიმე მდგომარეობაში ჩააგდო, მაგალითად, თუ 2005 წელს ექსპორტზე 80 მილიონი დოლარის ღირებულების ღვინო გავიდა, 2007 წელს ეს მაჩვენებელი 29 მილიონ დოლარამდე დაეცა. საქართველოს ხელისუფლებამ 2008 წლიდან ქართული ღვინის საერთაშორისო ბაზრებზე ცნობადობის გასაზრდელად, გარკვეული პროექტების განხორციელება დაიწყო, რაც, საბოლოოდ ღვინის ექსპორტის გაზრდაზე იყო ორიენტირებული, რაზეც 3 მილიონ 612 ათასი ლარი გაიღო. (DELIVERING PROGRESS – PMCG, 2014)

2009-2011 წლებში საქართველოდან ექსპორტზე 39.324.8 ათასი ლიტრი ღვინო გავიდა. ამ პერიოდში ქართული ღვინის ექსპორტით მიღებულმა შემოსავალმა 127.2 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. აქედან ყველაზე მეტი – 54 მილიონი აშშ დოლარი – უკრაინაზე მოდის. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციით, ღვინის ექსპორტი 2011 წელს 2010 წელთან შედარებით 38 პროცენტით გაიზარდა და 54 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა. 2011 წელს, წინა წელთან შედარებით, 5 მლნ. ლიტრით მეტი ღვინის ექსპორტი განხორციელდა.

2012 წლის პირველ კვარტალში საქართველოდან ექსპორტირებული ღვინის მოცულობამ 3.614.1 ათასი ლიტრი, ხოლო შემოსავალმა 10.3 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. ქართული ღვინის ორი ყველაზე მსხვილი – ევროკავშირის და დსთ-ს ბაზარია. ბოლო წლების ახალი ბაზარი, რომელიც ქართულმა ღვინომ აითვისა, ჩინეთია. 2014 წელი განსაკუთრებული მნიშვნელობის იყო ქართული ღვინის ექსპორტის თვალსაზრისით უკანასკნელი 10 წლის მანძილზე. 2013 წელს იუნესკოს მიერ ქვეყრის ღვინის დაყენების უძველესი ტრადიციული მეთოდისთვის არამატერიალური კულტურული ძეგლის სტატუსის მინიჭებამ, მეორე მხრივ, ქართულ ღვინოზე რუსული ემბარგოს გაუქმებამ 2014 წლის ექსპორტზე მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია, როგორც რაოდენობრივად, ისე ცნობადობის თვალსაზრისით. ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემების მიხედვით, 2014 წელს საქართველოდან ექსპორტირებული ღვინის გაყიდვების შედეგად

მიღებული შემოსავლები, 2013 წლის შემოსავლებთან შედარებით, 30 %-ით გაიზარდა.

გაყიდვების ზრდის ტენდენცია 2013 წლის ზაფხულში, უმთავრესად, განაპირობა ივნისის თვეში რუსეთის ფედერაციის მიერ ქართულ ღვინოზე ემბარგოს გაუქმებამ. აღნიშნული დინამიკა 2013 წლის ნოემბრამდე შენარჩუნდა. 2014 წელს გაყიდვების ყველაზე მზარდი ტენდენცია დაფიქსირდა აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით. საერთო ჯამში 2014-ში ქართული ღვინის გაყიდვების რაოდენობა საზღვარგარეთ 26%-ით გაიზარდა.

2016 წლის პირველი თვეების მონაცემებით: თებერვლისთვის საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა 5%-ით გაიზარდა. გრძელვადიან პერსპექტივაში, მოსალოდნელია, რომ სექტორი ზრდას განაგრძობს და 2030-სთვის საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი 1.8 მილიარდს მიაღწევს. (GEOSTAT, 2017)

საექსპორტო ქვეყნებს შორის კვლავ ლიდერ პოზიციას იკავებს რუსეთის ფედერაცია, რომელიც გაყიდვებით მეორე ადგილზე წარმოდგენილ უკრაინას საგრძნობლად უსწრებს. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ეს ბაზარი ადგილობრივი მენარმეების ერთგვარი არჩევანია, რუსეთში ქართული ღვინის მაღალი ცნობადობისა და სხვა დამატებითი ფაქტორების გამო. საექსპორტო ქვეყნების პირველ ათეულში, ტრადიციულად შედის ყოფილი სოციალისტური ბანაკისა (ყაზახეთი, ბელორუსია, ლატვია, ესტონეთი) და აღმოსავლეთ ევროპის (პოლონეთი) ქვეყნები, აგრეთვე, ჩინეთი, რომელიც მსოფლიოში ერთ-ერთი მზარდი ბაზარია, ასევე გერმანია. ბოლო წლებში ექსპორტის შემცირების ტენდენცია გამოვლინდა უკრაინაში სახელმწიფოში მიმდინარე მოვლენების გამო, თუმცა, უკრაინა კვლავ რჩება საქართველოსთვის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან საექსპორტო სახელმწიფოდ. კლების ტენდენციას ავლენს, ასევე, საქართველოსთვის არანაკლებ მნიშვნელოვანი ბაზრები - აშშ, ჰონკონგი და ლიტვა. ქართული ღვინის მზარდ საექსპორტო სახელმწიფოებად კი შეიძლება დავსახოთ ავსტრალია, ჩეხეთი, თურქეთი, თუმცა, ამ ეტაპზე, გაყიდვების რაოდენობრივ სურათს ეს ქვეყნები მნიშვნელოვნად არ ცვლიან.

2017 წლის იანვარ-სექტემბერში საქართველოდან მსოფლიოს 45 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 52,7 მლნ ბოთლი (0,75 ლ) ღვინო, რაც 63%-ით აღემატება გასული წლის ანალოგიურ მონაცემებს. საანგარიშო პერიოდში ექსპორტირებულია 116 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების ღვინო, რაც 55%-ით აღემატება გასული წლის ამავე პერიოდის მაჩვენებელს. „მიმდინარე წლის იანვარ-სექტემბრის მონაცემებით, გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 63%-ით გაიზარდა ღვინის ექსპორტი, 55%-ითაა გაზრდილი ღვინის რეალიზაციით მიღებული შემოსავლებიც, რაც იძლევა პროგნოზის გაკეთების საშუალებას- წლის ბოლოს საქართველოდან ღვინის რეკორდული რაოდენობის ექსპორტი განხორციელდება. ექსპორტის ზრდა აღსანიშნავია აშშ-ს, ევროკავშირის, აზიის და სხვა ბაზრების მიმართულებით, რაც ღვინის ეროვნული სააგენტოსა და მეღვინეობის დარგის შეთანხმებული საქმიანობის შედეგია“, - აცხადებს ღვინის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარე, გიორგი სამანიშვილი.

ამასთან, მსოფლიოს 22 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 11 354 403 ბოთლი (0,5 ლ) ბრენდი, რაც 89%-ით აღემატება 2016 წლის ამავე პერიოდის მაჩვენებელს. სულ ექსპორტირებულია 25 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების ბრენდი - მატება გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 84%-ს აღწევს.

ღვინის, ბრენდის, ჭაჭის, ღვინო მასალისა და საბრენდე სპირტის ექსპორტის შედეგად მიღებული შემოსავლები საანგარიშო პერიოდში 194 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს - ზრდამ 2016 წლის ამავე პერიოდთან შედარებით 54% შეადგინა. (Democracy & Freedom Watch, 2018)

დასკვნა

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს შეფასებით, ბოლო დროს საქართველო არა მხოლოდ ღვინის კულტურის, არამედ ღვინის ტურიზმის სექტორის განვითარებითაც დაინტერესდა: 3-4 თვეში რამდენიმე ახალი მარანი გაიხსნა და რეკონსტრუქცია ჩაუტარდა ისტორიულ მარნებს. ღვინის ტურიზმით ინვესტორებიც უფრო ხშირად ინტერესდებიან - ამის

ერთ-ერთი მაგალითია საქართველოსთვის შედარებით ახალი მიდგომა – შატოს კულტურა, რომელიც სულ უფრო პოპულარული ხდება როგორც უცხოელ, ისე ადგილობრივ ტურისტებში. აქ სტუმარს შეუძლია გაჩერდეს, ადგილზე დააგემოვნოს ღვინო, მონაწილეობა მიიღოს რთველში. ეს კარგი სიახლეა ზრდისა და განვითარების პოტენციალის მქონე ტურიზმისთვის. მაგრამ მნიშვნელოვანი გამოწვევები მაინც არსებობს. ეკოტურიზმის განვითარების ცენტრის წარმომადგენლის ზაზა გაგუას თქმით, მნიშვნელოვანი პრობლემაა გიდების დაბალი კვალიფიკაცია: „თვალშისაცემია გიდების განათლებისა და სერტიფიცირების პრობლემა. ყველას შეუძლია იყოს გიდი, არანაირი დამადასტურებელი მოწმობა მას არ სჭირდება. ზოგი გადამზადებულია, ზოგი - არა. ეს პრობლემა მძაფრად დგას ღვინის ტურიზმში, რომელიც ახლა იკიდებს ფეხს და ცოდნა ამ მიმართულებით არის ძალიან დაბალი. არადა, სხვა გიდებთან შედარებით, ღვინის ტურიზმში მეტი ცოდნაა საჭირო. გიდი კარგად უნდა ფლობდეს სპეციალურ ტერმინოლოგიას.“ ასევე, საჭიროა უსაფრთხო და შეუფერხებელი მგზავრობის ხელშეწყობა, ტურიზმში ტექნოლოგიის როლის გაძლიერება და იმაში დარწმუნება, რომ ტურიზმის განვითარება მდგრადი და დაცული გზით ხდება (EUROPE FOR GEORGIA, 2017).

გამოყენებული ლიტერატურა

REFERENCES:

1. NETGAZETI;Internet, On-line <http://netgazeti.ge/business/36019/> last seen: 15.01.2018
2. Delivering Progress – PMCG; Internet, On-line <http://www.pmcg-i.com/publications/newsletter/item/769-issue-42-external-trade-2014-geo> last seen:15.01.2018
3. Democracy & Freedom Watch; “*Are interruptions in Georgia’s wine export economic warfare?*” ; Internet, On-line; <http://dfwatch>.

net/are-interruptions-in-georgias-wine-export-economic-warfare-59600-27587 ; last seen:15.01.2018

4. Europe For Georgia; Internet, On-line; <http://eugeorgia.info/ka/latestarticle/398/gvinis-eqsporti-evrokavshiris-qveynebshi-gaizarda/> last seen:15.01.2018

5. GEOSTAT; *“External Merchandise Trade in Georgia”*; Internet, On-line; http://geostat.ge/cms/site_images/_files/georgian/bop/FTrade_03_2017_GEO-with%20cover.pdf last seen:15.01.2018

6. Internet, On-line; http://factcheck.ge/article/2016-tslis-7-thvis-monatsemebith-24-mln-bothli-ghvinoa-eqsportireb-uli-rats-42-iani-zrdaa/?am_force_theme_layout=desktop last seen:15.01.2018

7. GEORGIANWINE; Internet, On-line; <http://www.georgianwine.gov.ge/Ge/News/4518> last seen:15.01.2018

8. VINOGE; *“ქართული ღვინის ექსპორტი - სტატისტიკა და ძირითადი ტენდენციები”*; Internet, On-line; <http://vinoge.com/patara-WiqebiT/qarTuli-Rvinis-eqsporti-statistika-da-ZiriTadi-tendenciebi> last seen:15.01.2018

9. GEOSTAT; *“ღვინის ექსპორტი 2011 წელს”*; Internet, On-line; <http://geostat.ge/?action=news&lang=geo&npid=376> last seen:15.01.2018