



თავი მეშვიდე

საერთაშორისო ბიზნესის ბაძლოლის სამართლებრივი საფუძვლები: საერთაშორისო საკონტრაქტო ურთიერთობები და საერთაშორისო ორბანიზაციების როლი ტრანსსასაზღვრო ბიზნეს-ოპერაციათა რეგულირებაში

მოკლე შინაარსი

← 7.1. საერთაშორისო ორგანიზაცი-
ათა საქმიანობა საერთაშორისო კომე-
რციული პრაქტიკის უნიფიკაციის სფე-
როში;

← 7.2. საერთაშორისო ყიდვა-გაყი-
დვის ხელშეკრულება: ნიშნები, ძირი-
თადი პირობები;

← 7.3. საქონელთა მიწოდების საბა-
ზის პირობები ყიდვა-გაყიდვის საერ-
თაშორისო გარიგებებში (ინკოტერმ-
სი)

საერთაშორისო ბიზნესი გულისხმობს თანა-
მშრომლობის განვითარებას პარტნიორებს შო-
რის, რომლებიც სხვადასხვა ქვეყნებში იმყოფე-
ბიან მრავალი მიმართულებით, კერძოდ: საგარ-
ეო სავაჭრო საქმიანობა, საერთაშორისო საინვე-
სტიციო თანამშრომლობა, საერთაშორისო საწა-
რმო კოოპერაცია, საერთაშორისო მეცნიერულ-
ტექნიკური თამაშრომლობა და ა.შ. ამასთან,
სხვადასხვა სახის შეთანხმებათა დადებისას
უცხოურ კონტრაგენტებთან, მიზანშეწონილია
შევისწავლოთ ეროვნული და საერთაშორისო
სამართლებრივი ნორმები, რომლებიც გამოიყე-
ნება მომავალ გარიგებებთან მიმართებაში. სა-
ერთაშორისო გარიგებების მარეგულირებელი
სამართლის წყაროებია:

- ეროვნული კანონმდებლობა, კერძოდ ნორ-
მატიული აქტების სისტემა, რომელიც არეგული-
რებს მეურნე სუბიექტების საგარეოეკონომიკურ

ბაძლო იპოლოტეს ძე ღუშუბაია
ემდ, სრული პროფ.

ბაძლო ბაძლოს ძე ღუშუბაია

აკად. დოქტ. ასოც პროფ.

თათია ღუშუბაია

აკად.დოქტ. ასოც პროფ.

საქმიანობას (საშინაო სამართლებრივი ნორმე-
ბი);

- საერთაშორისო შეთანხმებები, კონვენციები,
წესები, რომლებიც გამოიყენებიან იმ შემთხვე-
ვაში, როდესაც მოცემული ქვეყანა მათი მონაწი-
ლეა ან ოფიციალურად აღიარა ისინი გამოსა-
ყენებლად (საკონვენციო სამართლის ნორმე-
ბი);

- სამართლის სუბიექტების ურთიერთდამოკ-
იდებულებათა ჩამოყალიბებული ტრადიციები
საერთაშორისო ბიზნესის შესაბამის სფეროში
(საერთაშორისო სამართლებრივი წეს-ჩვეულებ-
ის ნორმები).

კონტრაგენტის ქვეყნის კანონმდებლობათა
თავისებურებების, საერთაშორისო სამართლებრივი
ნორმების და ჩამოყალიბებული წეს-ჩვეულებე-
ბის ცოდნა საერთაშორისო საქმიანობის ამა თუ
იმ სფეროში საშუალებას მოგვცემს თავიდან
ავიცილოთ სადაო სიტუაციები გარიგების შეს-
რულების პროცესში, და ასევე შევამცირთ სამარ-
თლებრივი რისკები, მათი აღმოცენების შემთხ-
ვევაში.

მოცემულ თავში განხილულია საკითხები,
რომლებიც დაკავშირებულია საერთაშორისო
კომერციული პრაქტიკის უნიფიკაციასთან, და



ასევე უფრო დაწვრილებით შევჩერდებით საკითხებზე, რომლებიც დაკავშირებულია საქონელთა ყიდვა-გაყიდვის საერთაშორისო ხელშეკრულებათა დადებასთან.

საერთაშორისო კომერციული კონტრაქტები-საერთაშორისო კერძო სამართლის ცენტრალური ინსტიტუტია. საერთაშორისო კერძო სამართლის წყაროებია ეროვნული კანონმდებლობა, და ასევე საერთაშორისო ხელშეკრულებები და წეს-ჩვეულებები.

საერთაშორისო კომერციული პრაქტიკა თანამედროვე მსოფლიოში მნიშვნელოვანი სამართლებრივი უნიფიკაციით ხასიათდება. საერთაშორისო კომერციული პრაქტიკის რეგულირებით საერთო მიდგომებისა და პრინციპების შემუშავების მეშვეობით სხვადასხვა ტერმინების განმარტების ნაწილში და კომერციულ გარიგებათა რეალიზაციის პროცესში ჩღმოყალიბებულ სიტუაციათა გადაჭრით დასაქმებულია სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციები: იუნისტრალი, უნიდრუა, მკპ და სხ.

საერთაშორისო სავაჭრო სამართლის გაეროს კომისია (იუნისტრალი) დაარსებულ იქნა გენერალური ასამბლეის მიერ 1966წ. იუნისტრალის შექმნის მიზანი იყო აღმოცენებად დაშორიშორებათა აღმოფხვრა სხვადასხვა სახელმწიფოთა მიერ კანონების მიღება საერთაშორისო ვაჭრობის საკითხებზე, რომლებიც ერთ-ერთი დაბრკოლებაა საერთაშორისო სავაჭრო ნაკადებისათვის. იუნისტრალი განიხილებოდა ინსტრუმენტის სახით, რომლის დახმარებით გაეროს შექმნილ უფრო აქტიური როლი ეთამაშა ამ დაბრკოლებათა შემცირებასა ან აღმოფხვრაში. კომისიის შემადგენლობაში შედიან 60 წევრი სახელმწიფო, რომელსაც გენერალური ასამბლეა ირჩევს.

იუნისტრალი მოწოდებულია ზემოქმედება მოახდინოს სამართლის შეთანხმებასა და უნიფიკაციაზე საერთაშორისო ვაჭრობაში. კომისია გაეროს სისტემის ცენტრალური სამართლებრივი ორგანოა საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის სფეროში. იუნისტრალის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებაა კონვენციების, სამართლებრივ სახელმძღვანელოთა და რეკომენდაციების ტიპური კანონების მომზადება, რომელთაც დიდი პრაქტიკული მნიშვნელობა გააჩნიათ და ასახავენ კომერციულ გარიგებათა თანამედროვე წესებს.

ნებისმიერი **კონვენციის** მიზანია სამართლის უნიფიკაცია იურიდიულ ვალდებულებათა დაწესების საფუძველზე. კონვენციის მონაწილედ გასახდომად, სახელმწიფოებმა ოფიციალ-

ურად შესანახად უნდა ჩააბარონ დეპოზიტარს¹ რატიფიცირებული სიგელი ან დოკუმენტი შემოერთების შესახებ, რომელსაც სავალდებულო ძალა გააჩნია. ისეთი ფორმა, როგორიცაა კონვენცია, ხშირად გამოიყენება ისეთ შემთხვევებში, როდესაც მიზანია სახელმწიფო-მონაწილეთა კანონმდებლობის შეთანხმებულობის მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფა, რისი წყალობითაც მცირდება ამა თუ იმ სახელმწიფო-მონაწილის მიერ სხვა სახელმწიფო-მონაწილის კანონმდებლობის გამოკვლევის აუცილებლობა. საერთაშორისო ვალდებულება, რომელსაც საკუთარ თავზე იღებს მოცემული სახელმწიფო კონვენციის მიღებისას, მოწოდებულია ამ ქვეყნის კანონმდებლობის შესაბამისობის გარანტია უზრუნველყოს მის დებულებებთან. იუნისტრალმა შეიმუშავა ისეთი დოკუმენტები, როგორიცაა:

- კონვენცია საძიებო ხანგრძლივობის შესახებ საქონელთა საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვაში (ნიუ-იორკი, 1974წ.14 ივნისი);

- გაეროს კონვენცია ტვირთების საზღვაო გადატანის შესახებ (ჰამბურგი, 1978წ.31 ოქტ.);

- გაეროს კონვენცია საერთაშორისო გადასაცემი თამასუქის და საერთაშორისო უბრალო თამასუქების შესახებ (ნიუ-იორკი 1988 წ. 9 დეკემბერი);

- გაეროს კონვენცია დამოუკიდებელი გარანტიებისა და სარეზერვო აკრედიტივების შესახებ (ნიუ-იორკი, 1995წ. 11 დეკემბერი);

- გაეროს კონვენცია ელექტრონული შეტყობინებების გამოყენების შესახებ საერთაშორისო ხელშეკრულებებში (ნიუ-იორკი, 2005 წ. 23 ნოემბერი.).

მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ცალკეული საკითხების ნორმატიული უნიფიკაცია, არამედ ასევე საკანონმდებლო ტექსტების ცალსახა განმარტება. 1988წ. იუნისტრალმა მიიღო გადაწყვეტილება სასამართლო დადგენილებათა და საარბიტრაჟო გადაწყვეტილებათა შეკრებისა და გავრცელების სისტემის შექმნის შესახებ, რომელიც ეხებოდა იუნისტრალის სამართლებრივ დოკუმენტებს, ცალსახა განმარტებებისა და დოკუმენტების ტექსტების გამოყენებაზე ზემოქმედების მიზნით. მოცემული საინფორმაციო სისტემა ცნობილია სახელწოდებით **იუნისტრალის ტექსტების საპრეცედენტო სამართალი**, და მასში შენახულ საქმეთა დიდი ნაწილი დაკავშირებულია ვენის კონვენციასთან და ტიპურ კანონთან საერთაშორისო სავაჭრო არბიტრაჟის შესახებ.

კონტრაგენტების მიერ ხელშეკრულებათა

¹ იუნისტრალის კონვენციის დეპოზიტარს წარმოადგენს გაეროს გენერალური მდივანი.



შედგენისას განსაზღვრული საკითხები შეიძლება გადაწყდეს სტანდარტული ან უნიფიცირებული დებულებების დამოწმებით. მაგალითად, ხელშეკრულებაში შეიძლება შეტანილ იქნეს სტანდარტული დებულება დავების დარეგულირების შესახებ, რომელიც მოიცავს დამოწმებებს საერთაშორისო დონეზე აღიარებული წარმოების გაძღოლის წესების დავების დარეგულირების მიხედვით. ასეთი **უნიფიცირებული წესების** მაგალითია იუნისტრალის საარბიტრაჟო რეგლამენტი (1976) და იუნისტრალის შემთანხმებული რეგლამენტი.

უნდა აღინიშნოს ასევე, რომ იუნისტრალის მიერ მზადდება ასევე სამართლებრივი სახელმძღვანელოები. სამართლებრივი სახელმძღვანელოები მიეკუთვნება უნიფიკაციის ალტერნატიულ მეთოდებს და მოწოდებულია მხარეებს დაეხმაროს რთული საერთაშორისო კონტრაქტების მომზადების დროს. სამართლებრივ სახელმძღვანელოებში განიხილება სხვადასხვა საკითხები, რომელიც საფუძვლად უდევს განსაზღვრული სახეობის კონტრაქტის შედგენას, ანალიზდება ამ საკითხების გადაჭრის სხვადასხვა ვარიანტები, მათი უპირატესობები და ნაკლოვანებები, გადაწყვეტილებათა ილუსტრირებისათვის სამართლებრივ სახელმძღვანელოში ასევე შეიძლება ჩართულ იქნეს კონტრაქტების ტიპური დებულებები.

საერთაშორისო კერძო სამართლის ნორმატიული აქტების დამამზადებელი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საერთაშორისო ორგანიზაციაა **კერძო სამართლის უნიფიკაციის საერთაშორისო ინსტიტუტი (უნიდრუა)**. უნიდრუა დაფუძნდა იტალიის მთავრობასა და ერთა ლიგის საბჭოს შორის შეთანხმების საფუძველზე 1925წ. 3 ოქტომბერს. 1940 წელს ინსტიტუტი გამოეყო ერთა ლიგას და რეორგანიზებულ იქნა დამოუკიდებლად და ახალი წესდებით, რომელიც ხელმოწერილ იქნა წევრი სახელმწიფოების მიერ 1940 წ. 15 მარტს. ახლა უნიდრუას წევრია 63 სახელმწიფო ხუთი კონტინენტიდან, რომლებიც წარმოადგენენ სხვადასხვა სამართლებრივ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ სისტემებს და ასევე სხვადასხვა კულტურულ ტრადიციებს².

უნიდრუას ფარგლებში შემუშავებულია შემდეგი კონვენციები: კონვენცია ერთგვარო-

ვანი კანონის შესახებ საქონელთა საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის შესახებ (ჰააგა, 1964წ.); საერთაშორისო კონვენცია ტურისტული კონტრაქტის შესახებ (ბრიუსელი, 1970წ.); კონვენცია წარმომადგენლობის შესახებ საქონელთა საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის დროს. უნიდრუას საქმიანობის ერთ-ერთი მიმართულებაა **უნიფიკაციის ალტერნატიული მეთოდების** ე.ი. ტიპური კანონების, რეკომენდაციების და ა.შ. შემუშავება.

უნიდრუას ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი დოკუმენტია საერთაშორისო კომერციულ ხელშეკრულებათა პრინციპები. უპირატესად უნიდრუას პრინციპები ასახავს კონცეფციებს, რომლებიც შეიძლება ვიპოვოთ თუ არა ყველა, სამართლებრივ სისტემათა უმეტეს ნაწილში.

უნიდრუას პრინციპების მიზანია-ნორმების დაბალანსებული კრების დაწესება, რომელიც გამიზნულია მთელ მსოფლიოში გამოსაყენებლად დამოუკიდებლად სამართლებრივი ტრადიციებისა და ასევე სახელმწიფოთა ეკონომიკური და პოლიტიკური პირობებისა, სადაც ისინი იქნება გამოყენებული.

საერთაშორისო ბიზნესის სფეროში უნიფიკაციასთან დაკავშირებული საკითხების გადაჭრაში უდაოდ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საერთაშორისო სავაჭრო პალატა (**სსპ**)-დამოუკიდებელი არაკომერციული საერთაშორისო ორგანიზაცია, რომელიც შეიქმნა 1919 წელს და რომელიც ახლა ათასობით საწარმოებს, ასოციაციებს, და კომპანიებს აერთიანებს მსოფლიოს³ 140 ქვეყნიდან.

7.2. საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულება: ნიშნები, ძირითადი პირობები

საერთაშორისო კომერციული ოპერაციების გამაშუალებელ სამართლებრივ ფორმას წარმოადგენს საერთაშორისო სავაჭრო გარიგება.

საერთაშორისო სავაჭრო გარიგებაში იგულისხმება ხელშეკრულება ორ ან მეტ მხარეს შორის, რომლებიც სხვადასხვა ქვეყნებში იმყოფებიან, საქონელთა დაწესებული ერთეულების (რაოდენობისა და ხარისხის) მიწოდების და (ან) მომსახურების გაწევის შესახებ მხარეებს შორის შეთანხმებული პირობების შესაბამისად⁴.

² URL: www.unidroit.org (дата обращения: 28.08.2013)

³ URL: www.iccwbo.org (дата обращения: 28.06.2013)

⁴ სავაჭრო გარიგებაში იგულისხმება ყველა გარიგება, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის გაცვლასთან მატერიალურ ფორმაში და როგორც ძირითად, ასევე საერთაშორისო საქონელბრუნვის უზრუნველყოფი მომსახურების გაწევისთან. შემდეგში ჩვენ განსაკუთრებულ ყურადღებას დაუთმობთ საქონლის მიწოდებასთან დაკავშირებულ საერთაშორისო გარიგებებს.



ხელშეკრულების საერთაშორისო ხასიათი იქედან გამომდინარეობს, რომ მისი (სუბიექტის) მხარეებია კომერციული საწარმოები (ფირმები), რომლებიც სხვადასხვა ქვეყნებში იმყოფებიან.

ხელშეკრულება საერთაშორისოდ არ ჩაითვლება, თუკი იგი დადებულია სხვადასხვა სახელმწიფოებრივი (ეროვნული) კუთვნილების მხარეებს შორის, რომელთა კომერციული საწარმოები (ფირმები) ერთი სახელმწიფოს ტერიტორიაზე იმყოფებიან (მაგალითად, სხვადასხვა ქვეყნების ფირმების ფილიალებსა და შვილობილ კომპანიებს შორის). იმავდროულად ხელშეკრულება საერთაშორისოდ მიიჩნევა, თუკი იგი დადებულია ერთი სახელმწიფოებრივი მიკუთვნების მხარეებს შორის, ხოლო მათი კომერციული საწარმოები იმყოფებიან სხვადასხვა სახელმწიფოთა ტერიტორიაზე.

ვენის კონვენციის მე-11 მუხლის შესაბამისად არ მოითხოვება, რომ ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულება დაიდოს ან დადასტურდეს წერილობითი ფორმით ან ექვემდებარება სხვა მოთხოვნას ფორმასთან მიმართებაში.

კონვენცია განსაზღვრავს გამყიდველის ძირითად ვალდებულებებს, მიაწოდოს საქონელი, გადასცეს მისადმი კუთვნილი დოკუმენტები და საკუთრების უფლება საქონელზე, ხელშეკრულების მოთხოვნათა და კონვენციის (მუხლი 30) შესაბამისად.

საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებათა დადებისას მეწარმეები უნდა გაეცნონ უნიდრუას პრინციპებს, რომლებიც მიღებულია მსოფლიო პრაქტიკაში საფუძვლის სახით მხარეთა უფლებებისა და მოვალეობათა რეგულირებისათვის და აწესებენ საერთო ნორმებს საერთაშორისო ხელშეკრულებებისათვის.

ხელშეკრულება იდება ოფერტის გაგზავნის შემდგომით ერთ-ერთი მხარიდან და მისი აქცეპტით მეორე მხარის მიერ. ოფერტის გაგზავნასთან⁵ და აქცეპტის მიღებასთან დაკავშირებული საკითხები რეგულირდება ვენის კონვენციის II ნაწ.

მყარი ოფერტა ეგზავნება კონკრეტულ მყიდველს, მასში დაითქმება ვადა, რომლის განმავლობაშიც გამყიდველი საკუთარ თავს დაკავშირებულია თვლის შემოთავაზებულ პირობებთან. ადრესატის მიერ მიღებული ოფერტა არ შეიძლება გაწვეულ იქნეს აქცეპტისათვის გათვალისწინებულ ვადაში.

თავისუფალი (საჯარო) ოფერტა შეთავაზებაა პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ითვლება როგორც ოფერტის გაკეთებაზე მოწვევა.

უნდა გავითვალისწინოთ, რომ დუმილი ან უმოქმედობა თავისთავად ოფერტას არ წარმოადგენს (ვენის კონვენციის მე-15 მუხლი).

კონკრეტული კონტრაქტის სტრუქტურა და შინაარსი ინდივიდუალურია და დამოკიდებულია გარიგების ობიექტის სპეციფიკისაგან, კონტრაგენტების ურთიერთდამოკიდებულებათა ხასიათზე, გამოყენებულ სამართალზე. ხელშეკრულება შეიცავს შემდეგ განყოფილებებს.

1. *პრეამბულა.*

კონტრაქტის შესავალი ნაწილი შეიცავს კონტრაქტის ნომერს, თარიღს და დადების ადგილს, მხარეთა განმარტებებს.

2. *კონტრაქტის საგანს და ობიექტს (საქონლის დასახელებას და რაოდენობას).*

მოცემულ განყოფილებაში განისაზღვრება გარიგების სახეობა, მიეთითება საქონლის დასახელება, მისი მახასიათებლები, რაოდენობა, ასორტიმენტი, მიწოდების საბაზისო პირობები და ა.შ.

3. *მიწოდების ვადა და თარიღი.*

მიწოდების ვადა-დროითი პერიოდია, რომლის განმავლობაში გამყიდველი ვალდებულია საქონელი გადასცეს მყიდველს.

მიწოდების თარიღი განისაზღვრება მხარეთა მიერ, მიწოდების ხერხისაგან დამოკიდებულებით.

4. *საქონლის ხარისხი.*

დაითქმება ხარისხის განსაზღვრის წესი, რომელიც დამოკიდებულია საქონლის ხარისხზე, მყიდველის სპეციფიკურ მოთხოვნებზე და სხ.

5. *ფასი და კონტრაქტის საერთო ღირებულება.*

მისაწოდებელი საქონლის ფასი-ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულების არსებითი პირობაა. მაგრამ თუკი მხარეებმა მის ტექსტში არ შეიტანეს პირობა საქონლის ფასის შესახებ ან არ მიუთითეს მისი განსაზღვრის წესი, კონტრაქტი არ კარგავს იურიდიულ ძალას. ვენის კონვენციის 55-ე მუხლში განსაზღვრულია: იმ შემთხვევებში, ხელშეკრულება იურიდიულად მართლაც დასრულებილი იყო, მაგრამ მასში პირდაპირ ან ირიბად არ მიეთითება ფასი, ან არ გაითვალისწინება მისი განსაზღვრის წესრიგი, ითვლება, რომ მხარეები სხვის შესახებ რაიმეს მითითე-

⁵ ოფერტა ეწოდება ერთი ან რამდენიმე კონკრეტული პირისთვის შეთავაზებულ წინადადებას, რომელიც საკმაოდ განსაზღვრულია და გამოხატავს იმ პირის განზრახვას, რომელმაც წინადადება წამოაყენა, საკუთარი თავი ჩათვალოს ხელშეკრულების დადებად ადრესატთან, ვინც მიიღებს ამ წინადადებას. ამასთან ოფერტა უნდა შეიცავდეს ხელშეკრულების არსებით პირობებს.



ბის არარსებობისას იმოწმებენ ფასს, რომელიც ხელშეკრულების დადებისას ამოიღებოდა ასეთი საქონლისათვის.

ფასი კონტრაქტში მიეთითება საქონელთა საერთო რაოდენობისათვის, პარტიაზე ან საქონლის რაოდენობრივ ერთეულზე, განსაზღვრული ვალუტის ფულად ერთეულებში მიწოდების შეთანხმებული ბაზისის შესაბამისად.

6. გადახდის პირობები.

წესდება გადახდის ვალუტა, გადახდის ვადა, ანგარიშსწორების ფორმები, საბანკო გარანტიების არსებობა/არარსებობა და სხ.

7. შეფუთვა და მარკირება.

საქონლის შეფუთვისა და მარკირების პირობები თანხმდება მხარეებთან, მიწოდების კონტრაქტში მიღებული ბაზისიდან გამომდინარე, მიმწოდებლის სპეციალური მოთხოვნები შეფუთვისა და მარკირებისადმი, დანიშნულების ქვეყნის კანონმდებლობის მოთხოვნები, საერთაშორისო შეთანხმებათა არსებობა შეფუთვის სფეროში და სხ.

საფუთავი უნდა შეესაბამებოდეს საქონლის თავისებურებებს, კლიმატურ პირობებს და ტრანსპორტირების პირობებს, საბაჟო რეჟიმის მოთხოვნებს და ა.შ.

მარკირება შეიცავს ინფორმაციას: მწარმოებლის; საქონლის მესაკუთრის (გამგზავნის); საქონლის წარმოშობის ქვეყნის, რაოდენობის, წონითი მახასიათებლების, დანიშნულების პუნქტის, დანიშნულების პუნქტის და მრავალ სხვათა შესახებ.

8. საქონლის მიღება-ჩაბარება.

საქონლის ჩაბარება-საქონლის გამყიდველის მიერ მყიდველის მფლობელობაში გადაცემა კონტრაქტის პირობების შესაბამისად; გულისხმობს საქონელგანმკარგავი დოკუმენტების გადაცემას. საქონლის მიღება-რაოდენობის შესაბამისობის, დაკომლექტების, საქონლის ხარისხის შემოწმება საკონტრაქტო პირობების შესაბამისად.

საქონლის მიღება-ჩაბარების წესი თანხმდება მხარეებს შორის კონტრაქტში, ამასთან ჩვეულებრივ განსაზღვრავენ: მიღება-ჩაბარების სახეობას; ადგილს და ვადას; რაოდენობისა და ხარისხის შემოწმების მეთოდებს; მიღება-ჩაბარების დროს გასაფორმებელ დოკუმენტებს და ა.შ.

9. სატრანსპორტო პირობებს.

მოცემულ განყოფილებაში დაითქმება ტრანსპორტირების პირობები, დატვირთვის, ჩამოტვირთვის, საქონლის გადაცემის პუნქტები; სატრანსპორტო დოკუმენტების შემადგენლობა. ტრანსპორტის სახეობა უნდა შეესაბამებოდეს მიწოდების კონტრაქტში მითითებულ

საბაზისო პირობებს.

10. გარანტიები და რეკლამაციები.

კონტრაქტის პირობები გარანტიის მიხედვით გულისხმობს გამყიდველის მიერ შეთავაზებული გარანტიების მოცულობის განსაზღვრას; საგარანტიო ვადას და სხ.

უფრო დაწვრილებით მხარეთა მიერ მოცემული განყოფილება დათქმული იქნება მანქანებისა და მოწყობილობათა მიწოდებისას. კონტრაქტში დგინდება თუ როგორ გაიანგარიშება საგარანტიო პერიოდი, გარანტიის ვადა და ასევე შეიძლება ჩამოთვლილ იქნეს შემთხვევები, როდესაც არ მოქმედებს გარანტიები.

რეკლამაციები შეიძლება წარედგინოს საქონლის რაოდენობის შეუსაბამობასთან დაკავშირებით კონტრაქტის პირობებთან. კონტრაქტში განისაზღვრება რეკლამაციების წარდგენის წესი და ვადები და ა.შ.

11. საჯარიმო სანქციები და ზარალის ანაზღაურება.

სამართლებრივი პასუხისმგებლობა საკონტრაქტო ვალდებულებათა დარღვევისათვის რეგულირდება გამოყენებული სამართლით და ასევე საერთაშორისო შეთანხმებით (კერძოდ, ვენის კონვენციით 1980წ. მუხლი 45,71.). საჯარიმო სანქციების შესახებ პირობების შეტანა (საკონვენციო ჯარიმა) ჩვეულებრივ მხარეთა მიერ განიხილება როგორც პასუხისმგებლობის ამაღლების საშუალება საკონტრაქტო ვალდებულებებისათვის, ამასთან, საჯარიმო სანქციები გამანადგურებელი არ უნდა იყოს მხარეებისათვის. კონტრაქტში ასევე გათვალისწინებული უნდა იყოს ზარალის სიდიდე, რომლის გადაჭარბებისას მყიდველს შეუძლია შეწყვიტოს კონტრაქტი.

12. ფორს-მაჟორი.

კონტრაქტის მიხედვით ვალდებულებათა შესრულებაზე შეიძლება ზეგავლენა მოახდინოს საგანგებო ხასიოთის გარემოებებმა: ომი, გაფიცვები, ხანძარი, სტიქიური უბედურებები და ა.შ. (ფორს-მაჟორი). კონტრაქტებში დათქმული უნდა იქნეს კონტრაგენტების მიერ შეთანხმებული გადაუღალახავი ძალის გარემოებათა ჩამონათვალი და მხარეთა მოქმედების და შედეგების ლიკვიდაციის წესი. ორგანიზაციის სახელწოდება, რომელიც მოწმობს ფორს-მაჟორის დადგომის შესახებ, მიეთითება კონტრაქტში. იმასთან დაკავშირებით, რომ ფორს-მაჟორი შეიძლება იყოს ხანგრძლივი, ხოლო კონტრაქტის შესრულება ასეთ პირობებში უაზრობა ხდება, კონტრაქტში განისაზღვრება ზღვრული ვადები, რომელთა შემდეგაც კონტრაქტი შეიძლება ანულისრებულ იქნეს.



13. არბიტრაჟი.

მოცემულ განყოფილებაში დგინდება დავების მართვის გადაჭრის წესი, რომლებიც არ შეიძლება დარეგულირდეს მხარეთა მიერ მშვიდობიანი გზით (მოლაპარაკებათა პროცესში). კონტრაქტის დადებისას მხარეებმა უნდა შეათანხმონ რომელ სასამართლოში იქნება განხილული შესაძლო დავა. არბიტრაჟში მიმართვისას მყიდველს უფლება არა აქვს არც გადახდები შეწყვიტოს და არც უარი თქვას სხვა მიწოდებებზე მოცემული კონტრაქტით. არბიტრაჟის გადაწყვეტილებები სავალდებულოა ორივე მხარისათვის.

14. კონტრაქტის დამამთავრებელი მუხლები.

კონტრაქტის დამამთავრებელ მუხლებში ჩვეულებრივ ფიქსირდება ხელშეკრულების ძალაში შესვლის თარიღი, დათქმა შესწორებების შეტანის წესის და ძირითადი ენის და სხ. შესახებ.

კონტრაქტში მითითებულია მხარეთა იურიდიული მისამართები.

7.3. საქონელთა მიწოდების საბაზისო პირობები ყიდვა-გაყიდვის საერთაშორისო გარიგებებში (ინკოთერმსი)

საქონელთა მიწოდების საბაზისო პირობები ყიდვა-გაყიდვის საერთაშორისო გარიგებებში ჩამოყალიბდა საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების შედეგად და წარმოადგენს თავისებური სახის საზოგადოდ მიღებული წესებისა და ჩვეულებების კრებულს. კონტრაგენტებს შორის საქონელთა მიწოდების პირობების განმარტების საკითხებზე უთანხმოებათა თავიდან ასაცილებლად, და შესაბამისად, ამასთან დაკავშირებით აღმოცენებულ გარემოებებთან დაკავშირებით, საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებულ იქნა ერთიანი მიდგომები საერთაშორისო კომერციული ტერმინების ინკოთერმსის განმარტებისათვის, რომელიც განსაზღვრავს მიწოდების საბაზისო პირობებს.

ინკოთერმსის პირველი რედაქცია გამოშვებულ იქნა 1936წ., შემდეგ დოკუმენტი არაერთხელ იქნა განხილული (1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000წწ.). ინკოთერმსის უკანასკნელი რედაქცია გამოშვებულ იქნა 2010 წ.

მიწოდების საბაზისო პირობების განმარტება ინკოთერმსში სარეკომენდაციო ხასიათს ატარებს, ე.ი. კონტრაგენტებმა, ინკოთერმსის გამოყენებაზე დათანხმებით ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებაში უნდა შესაბამისი დათქმა გააკეთონ (ამასთან, უნდა მიუთითონ ინკოთერმსის რედაქცია, მაგალითად „ინკოთერმსი 2010“).

ინკოთერმსი განსაზღვრავს გარიგების (კონტრაქტის) მხარეთა ძირითად უფლებებსა და მოვალეობებს სხვადასხვა საბაზისო პირობების დროს.

მიწოდების ყიდვა-გაყიდვის ელშეკრულებაში მითითებული საბაზისო პირობები მკაფიოდ აღგენს მხარეთა ვალდებულებებს განახორციელონ განსაზღვრული ქმედებები, მეორე მხარის სასარგებლოდ, კერძოდ:

- ♦ ვის მიერ უძრუნველიყოფა საექსპორტო ან საიმპორტო ტვირთის საბაჟო გაწმენდა;

- ♦ ვინ ანაზღაურებს საქონლის ტრანსპორტირების, დატვირთვის და ჩამოტვირთვის ღირებულებასთან დაკავშირებულ ხარჯებს;

- ♦ ვის მიერ უზრუნველიყოფა ტვირთის დაზღვევა შემთხვევითი დაღუპვისაგან ან საქონლის დაზიანებისაგან;

ყველა სავაჭრო ტერმინი (საბაზისო პირობები) ოთხ ჯგუფად იყოფა:

ჯგუფი E-გაგზავნა, ე.ი. გამყიდველი წარადგენს საქონელს მყიდველის განკარგულებაში თავის საწარმოში;

ჯგუფი F-ძირითადი ფრახტი გადახდილი არ არის, ე.ი. გამყიდველი საქონელს წარადგენს პირველი გადამზიდავის მზრუნველობაში, რომელიც მყიდველის მიერ არის მითითებული და მის მიერ არის დაფრახტული;

ჯგუფი C-ძირითადი ფრახტი გადახდილია, ე.ი. გამყიდველი გადაზიდვის ხელშეკრულებას დებს და საქონელს წარადგენს გადამზიდავის მზრუნველობაში;

ჯგუფი D-მისვლა, ე.ი. გამყიდველი გადაზიდვის ხელშეკრულებას დებს და საქონელს წარადგენს მყიდველის განკარგულებაში დანიშნულების შეთანხმებულ ადგილზე, ბაჟის გადახდით ან მისი გადახდის ბეარეშე.

ამასთან, ყოველ ტერმინს ტრანსპორტის განსაზღვრული სახეობა შეესაბამება, რომელიც პროდუქციის ყიდვა-გაყიდვის და მიწოდების საერთაშორისო ოპერაციებში გამოიყენება.

საგარეოსავაჭრო გარიგების დროს ინკოთერმსის მიწოდებათა საბაზისო პირობები მიუთითებენ საქონლის მიწოდების პირობებს და განსაზღვრავენ მხარეთა ვალდებულებებს, რომლებიც დაკავშირებულია საქონელთა ტრანსპორტირებასთან, დაზღვევასთან და საბაჟო გაფორმებასთან. მიწოდების ბაზისისაგან დამოკიდებულებით საკონტრაქტო ფასი შეიძლება შეიცავდეს გადაზიდვის დანახარჯებს.

საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებით ინტერნეტის ქსელში პროდუქციის წინააღმდეგ ტრადიციული მეთოდები და საშუალებები თავის ეფექტიანობას კარგავს. ინტერნეტ-



მარკეტინგის სფეროს სპეციალისტები იძულებული არიან მუდმივად შეიმუშაონ ქსელში პროდუქციის წინააღმდეგ ინოვაციური ტენოლოგიები. 2002-2004 წლებში მნიშვნელოვანი ცვლილებები მოხდა ინტერნეტ-სივრცეში, რომელმაც ყველა მოიცვა-როგორც მოსარგებლები, ისე საიტების მფლობელები. ინტერესი ახალი პროექტებისადმი დაეცა, ინვესტიციების მოცულობა კატასტროფულად ეცემა. ერთ-ერთი ფაქტორი, მაღალ კონკურენციასთან ერთად-გახდა პრინციპულად ახალი მიდგომის გამოჩენა საიტების შემქმნისადმი, მიდგომისა, რომლის დროსაც შინაარსი თვით მოსარგებლეთა მიერ იქმნება, მფლობელები ასეთ შემთხვევაში უზრუნველყოფენ ამის უბრალოდ სიმარტივეს და მოხერხებულობას.

უკუკავშირის არარსებობა, რომელიც დამახასიათებელი იყო ინტერნეტისათვის წარსულში, გამოდევნილ იქნა პრინციპულად ახალი კონცეფციით. ახალი კონცეფციის სახელია - „web 2.0“. საიტების შემქმნელებმა თვით მოსარგებლებს შესთავაზეს მართონ გვერდების შიგთავსი და პიპერტექსტური კავშირები მათს შორის. მოცემული კონცეფციის ავტორებად გამოვიდნენ ახალი თაობის სერვისების შემქმნელები: კომპანიები google, yahoo და amazoni.”
გა 2.0-ის” საკვანძო პრინციპია: რაც უფრო

მეტი ადამიანი იყენებს სერვისს, მით ავტომატურად უკეთესი ხდება იგი.

რაც უფრო რთულია ქსელში წინააღმდეგ პროდუქცია, რაც უფრო სპეციფიკურია მიზნობრივი აუდიტორია, მით ნაკლებად გამოყენებადი ხდება ინტერნეტ-მარკეტინგის ტრადიციული მეთოდები და უფრო პროფესიონალური და კომპლექსური უნდა იყოს წინააღმდეგის ხმები. პროდუქციის წინააღმდეგის ინოვაციური ტექნოლოგიები ინტერნეტში ერთობ მრავალრიცხოვანია.

საკონტროლო კითხვები და დავალებები

1. როგორ თვლით თქვენ, მიღებული იქნება თუ არა ვენის კონვენციის ნორმები საქონელთა საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულებისადმი?

2. დამოუკიდებლად გაეცანით იუნისკრალის ანაგრებს საპრეცედენტო სამართლის მიხედვით, რომელიც გაეროს კონვენციას ეხება საქონელთა საერთაშორისო ყიდვა-გაყიდვის შესახებ (2008) (კომენტარები ვენის კონვენციის მე-14 მუხლის მიხედვით)?

3. განსაზღვრეთ, „ინკოტერმს 2010“-ის მიწოდების რომელი საბაზისო პირობის დროს აწევს საბაჟო გაფორმების ვალდებულებები მყიდველს.