

ექსპორტის სტიმულირების მიზნით საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში ჩასატარებელ ღონისძიებებში (ე.წ. შოურუმი) მონაწილეობისთვის კომპანიების შერჩევის კრიტერიუმები და თანადაფინანსების მექანიზმი

სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ (შემდგომში სააგენტო) თავისი კომპეტენციის ფარგლებში, საქართველოში რეგისტრირებულ კომპანიებს სხვადასხვა საერთაშორისო ღონისძიებაში/გამოფენაში მონაწილეობის მიზნით სთავაზობს დახმარებას ფინანსური და/ან ორგანიზაციული კუთხით.

დოკუმენტის შემუშავების მიზანია ხელი შეუწყოს სააგენტოს დებულებით განსაზღვრული შესაბამისი ამოცანებისა და ფუნქციების ეფექტიანად შესრულებას. აღნიშნული დოკუმენტით განსაზღვრულია საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში ჩასატარებელ ღონისძიებებში (ე.წ. შოურუმი) მონაწილეობისთვის საქართველოში რეგისტრირებული მეწარმე სუბიექტების შერჩევის კრიტერიუმები და თანადაფინანსების მექანიზმი.

ტერმინთა განმარტება

სააგენტო - საჯარო სამართლის იურიდიული პირი „აწარმოე საქართველოში“;

საერთაშორისო მოდის კვირეული - ღონისძიება, რომელიც საშუალებას აძლევს როგორც დამწყებ ასევე გამოცდილ დიზაინერებს ფართო საზოგადოებას წარუდგინონ თავიანთი ნამუშევრები.

დიზაინერი - პირი, რომელიც ახდენს ტექსტილის, ტანსაცმლის, ფეხსაცმლის, სამკაულის, ძვირფასეულობის ან/და სხვა აქსესუარების უნიკალური დიზაინის შემუშავებას, რეალიზაციას და მისი ეკონომიკური საქმიანობის სახე ექცევა საქართველოს ეროვნული კლასიფიკატორის 74.1, 74.10 ან/და 74.10.0 ჯგუფებში (სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები).

შოურუმი - საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში, ჩასატარებელი ღონისძიება და/ან მსგავსი ხასიათის აქტივობა, სადაც შემსყიდველთათვის, ერთიან სივრცეში წარმოდგენილია დიზაინერების მიერ შექმნილი პროდუქცია. აღნიშნული ხელს უნდა უწყობდეს საქართველოში რეგისტრირებული დიზაინერების მიერ შექმნილი პროდუქციის ექსპორტის ზრდას და ქართული საექსპორტო პროდუქციის პოპულარიზაციას საერთაშორისო ბაზრებზე.

ონლაინ შოურუმი - დიზაინერის მიერ წარმოდგენილი და სააგენტოს ექსპორტის დეპარტამენტის მიერ მოწონებული, საერთაშორისო ელექტრონული პლატფორმა, რომელიც ერთმანეთთან აკავშირებს დიზაინერებს პოტენციურ შემსყიდველებთან.

ონლაინ შოურუმის შერჩევა - სააგენტოს ექსპორტის დეპარტამენტი, შეისწავლის აპლიკანტის მიერ წარმოდგენილ ონლაინ პლატფორმას და შემდეგ ამზადებს ოქმს, რომელშიც გაწერილია შესაბამისი ონლაინ შოურუმის შერჩევის ან დაწუნების არგუმენტები.

აპლიკანტი - პირი, რომელიც დაინტერესებულია საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში ჩასატარებელ ღონისძიებებში (ე.წ. შოურუმი) მონაწილეობის მიღებით და აღნიშნულის თაობაზე სააგენტოს მიერ შემუშავებული სარეგისტრაციო ფორმის მეშვეობით აკეთებს განაცხადს;

კვალიფიციური აპლიკანტი - პირი, რომელიც დანართი #1 - ის შესაბამისად აკმაყოფილებს დასაშვებობის ყველა კრიტერიუმს და დანართ #2-ში მოცემული კრიტერიუმების გათვალისწინებით აგროვებს 3 (სამი) ან მეტ ქულას;

ბენეფიციარი - საერთაშორისო ღონისძიებების ფარგლებში, სააგენტოს სერვისებით მოსარგებლე პირი;

ექსპორტიორი კომპანია - პირი, რომელიც ახორციელებს ან/და ერთხელ მაინც განუხორციელებია ექსპორტი ბოლო 3 წლის განმავლობაში;

დებულება - საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის 2017 წლის 29 მაისის ბრძანება №1-1/217 „საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – აწარმოე საქართველოში დებულების დამტკიცების შესახებ“;

სარეგისტრაციო ფორმა - სააგენტოს მიერ შემუშავებული სარეგისტრაციო ფორმა, რომელიც განთავსდება ვებ-გვერდებზე: www.tradewithgeorgia.com ან/და www.enterprise.gov.ge ან/და სააგენტოს სოციალურ ქსელში;

შემოსავალი - პირის მიერ ერთი კალენდარული წლის განმავლობაში პროდუქციის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი, რომელიც დასტურდება უფლებამოსილი პირის მიერ ხელმოწერილი და ბეჭედდასმული (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) მოგება-ზარალის უწყისით.

თანადაფინანსება - ღონისძიებაში ბენეფიციარის მონაწილეობის მიზნით სააგენტოს მიერ გადასახდელი თანხა.

თანამონაწილეობა - ღონისძიებაში მონაწილეობის მიზნით ბენეფიციარის მიერ გადასახდელი თანხა.

საერთაშორისო სავაჭრო პლატფორმა - მოდის ინდუსტრიაში მოქმედი საერთაშორისო პლატფორმა, სადაც განთავსებულია დიზაინერების მიერ შექმნილი პროდუქცია.

დანართი #1 - კომპანიების დასაშვებობის კრიტერიუმები;

დანართი #2 - კომპანიების შერჩევის კრიტერიუმები;

შენიშვნა* : დასაშვებობის და შერჩევის კრიტერიუმები იდენტურია როგორც საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში ჩასატარებელი ღონისძიებისთვის (ე.წ შოურუმი), ისე ონლაინ შოურუმისთვისაც.

საერთაშორისო ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების წესი

საერთაშორისო ღონისძიებების შესახებ ინფორმაციას სააგენტო ავრცელებს ელექტრონული საშუალებებით, მათ შორის: ელექტრონული ფოსტის, ვებ-გვერდების www.tradewithgeorgia.com და www.enterprise.gov.ge და სააგენტოს სოციალური ქსელის მეშვეობით.

კომპანიების შერჩევის წესი

- თავდაპირველად კომპანიების დასაშვებობა მოწმდება დანართი #1-ით განსაზღვრული დასაშვებობის კრიტერიუმების მიხედვით. კომპანია უნდა აკმაყოფილებდეს დანართ #1-ში მითითებულ ყველა კრიტერიუმს. აღნიშნული ეტაპის გავლის შემდეგ კომპანია ფასდება დანართი #2-ით განსაზღვრული კრიტერიუმების მიხედვით და ენიჭება შესაბამისი ქულა.
- კონკრეტულ გამოფენაში მონაწილე კომპანიების მაქსიმალურ რაოდენობას და თანადაფინანსების ოდენობას (თითოეული კომპანიისთვის გასაწევი ხარჯის ოდენობას) განსაზღვრავს სააგენტო, აღნიშნული პროგრამისთვის გათვალისწინებული ბიუჯეტის და თანადაფინანსების სქემის საფუძველზე.
- კომპანიები შეირჩევიან მიღებული ქულების საფუძველზე.
- კომპანიების შერჩევაში მონაწილეობის მიღება შეუძლია მხოლოდ კვალიფიციურ აპლიკანტს.
- ღონისძიებაში მონაწილეობისთვის შეირჩევიან ყველაზე მაღალი ქულების მქონე კვალიფიციური აპლიკანტები.
- თანაბარი ქულების შემთხვევაში ჯერ უპირატესობა ენიჭება უფრო მაღალი შემოსავლის მქონე პირს წინა კალენდარული წლის მიხედვით, შემდეგ პირს, რომელსაც გასული წლის განმავლობაში წარმოებული აქვს უფრო დიდი რაოდენობის პროდუქცია. თუ მოცემული კრიტერიუმის გათვალისწინებით ქულები მაინც უცვლელი დარჩა, სააგენტო უპირატესობას მიანიჭებს უფრო ადრე მიღებულ განაცხადს.

თანადაფინანსების სქემა

- თანადაფინანსების ოდენობა დამოკიდებულია საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში განხორციელებულ ღონისძიებებში ერთი კალენდარული წლის

განმავლობაში სააგენტოს თანადაფინანსების მექანიზმით/სერვისით სარგებლობის ჯამურ რაოდენობაზე.

- სააგენტო, თავის მხრივ, საერთაშორისო ღონისძიებაში მონაწილეობით დაინტერესებულ პირს, შესაბამისი მოთხოვნის საფუძველზე მიაწვდის ინფორმაციას, მის მიერ, ერთი კალენდარული წლის განმავლობაში საერთაშორისო ღონისძიებების ფარგლებში სააგენტოს თანადაფინანსების მექანიზმით/სერვისით სარგებლობის ჯამური რაოდენობის შესახებ.
- სააგენტოს თანადაფინანსების ოდენობა შეიძლება იყოს 35 დან - 50 პროცენტამდე ქვევით მოცემული ცხრილის შესაბამისად, მაგრამ ერთ ღონისძიებაზე ერთი ბენეფიციარისთვის არაუმეტეს 5 000 აშშ დოლარის ექვივალენტი შესაბამის ვალუტაში.

შოურუმებში მონაწილეობის რაოდენობა	სააგენტოს საწყისი პროცენტული თანამონაწილეობა	ბენეფიციარის საწყისი პროცენტული თანამონაწილეობა
პირველი მონაწილეობა	50	50
მეორე მონაწილეობა	45	55
მესამე მონაწილეობა	40	60
მეოთხე და ყოველი შემდგომი მონაწილეობა	35	65

- ერთი კალენდარული წლის განმავლობაში ერთი და იგივე კომპანიის მიერ საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში განხორციელებულ ღონისძიებებში მეორე და ყოველი მომდევნო მონაწილეობის შემთხვევაში ბენეფიციარის თანამონაწილეობის ოდენობა იზრდება 5 პროცენტით. სააგენტოს თანადაფინანსების პროცენტული ოდენობა ერთი ღონისძიების ფარგლებში არ შეიძლება აღემატებოდეს ღონისძიებაში მონაწილეობის საფასურის 50 პროცენტს.
- **მაგალითი:** თუ შპს „მოდის სახლი“ მონაწილეობას მიიღებს საერთაშორისო მოდის კვირეულის ფარგლებში განხორციელებულ ორ ღონისძიებაში 2020 წელს, მაშინ პირველ ღონისძიებაში ბენეფიციარის პროცენტული თანამონაწილეობა იქნება 50 პროცენტი, ხოლო მეორეში - 55 პროცენტი.
- **შენიშვნა* ონლაინ შოურუმის შემთხვევაში კომპანიები ერთი კალენდარული წლის განმავლობაში ფინანსდებიან ერთჯერადად, 50 პროცენტის თანადაფინანსებით, მაქსიმუმ 5000 დოლარის ოდენობით.**

საერთაშორისო ღონისძიებაში მონაწილეობისთვის ხარჯის კალკულაციის მეთოდი

ბენეფიციარისთვის, საერთაშორისო მოდის კვირეულების ფარგლებში განხორციელებულ ღონისძიებებში მონაწილეობისთვის გადასახდელი თანხა განისაზღვრება სააგენტოს მიერ ღონისძიებასთან დაკავშირებული, გაწეული ან/და გასაწევი ხარჯის მიხედვით, რომელიც დაკავშირებულია სივრცის ქირავნობასა და მის მოწყობასთან. აღნიშნული დაიანგარიშება ღონისძიების ორგანიზატორის მიერ გამოწერილი და

ბენეფიციარის მიერ წარმოდგენილი ინვოისის საფუძველზე, რომელსაც უნდა ახლდეს თანამონაწილეობის თანხის გადახდის დამადასტურებელი საგადახდო დავალების ქვითარი. იგივე წესი მოქმედებს ონლაინ შოურუმის შემთხვევაში ელექტრონული პლატფორმის სახელით გამოწერილი ინვოისის საფუძველზე.

ონლაინ შოურუმის მიზნებისთვის აპლიკანტს განსახილველად შეუძლია წარმოადგინოს მაქსიმუმ 3 ელექტრონული საერთაშორისო პლატფორმა.

ღონისძიებასთან დაკავშირებული ხარჯი, რომელიც სააგენტოსთვის ცნობილი გახდა ბენეფიციართან ხელშეკრულების გაფორმების შემდეგ, არ იღებს ხარჯების კალკულაციაში მონაწილეობას, აღნიშნული მიიჩნევა დამატებით ხარჯად, რომელსაც ფარავს სააგენტო.

დანართი #1

კომპანიების დასაშვებობის კრიტერიუმები	
1	აპლიკანტი არის საქართველოს რეზიდენტი
2	აპლიკანტი არის მეწარმე სუბიექტი, რომელიც ახდენს ტექსტილის, ტანსაცმლის, ფეხსაცმლის, სამკაულის, ძვირფასეულობის ან/და სხვა აქსესუარების უნიკალური დიზაინის შემუშავებას, რეალიზაციას და მისი ეკონომიკური საქმიანობის სახე ექცევა საქართველოს ეროვნული კლასიფიკატორის 74.1, 74.10 ან/და 74.10.0 ჯგუფებში (სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები).
3	აპლიკანტის მიერ წარმოებული პროდუქცია გამოფენის შინაარსის შესაბამისია
4	აპლიკანტს, წინა პერიოდში განხორციელებულ საერთაშორისო ღონისძიებებზე მონაწილეობისას, არ უფიქსირდება არასათანადო ქცევა ან/და გაუმართლებელი გაცდენა/უარის თქმა
5	აპლიკანტმა უნდა წარმოადგინოს ცნობა საგადასახადო დავალიანების შესახებ, რომლის მიხედვითაც პირს არ უფიქსირდება საგადასახადო დავალიანება სახელმწიფოს მიმართ
6	აპლიკანტი არ უნდა ირიცხებოდეს მევალიეთა რეესტრში

დანართი # 2

კომპანიის შერჩევის კრიტერიუმები		ქულა
1	შემოსავალი	
	< 200 000	0.5
	200 000 – 500 000	1
	> 500 000	1.5
2	წლის განმავლობაში წარმოებული ერთეულის რაოდენობა	
	< 1000	0.5
	1000-2000	1
	> 2 000	1.5
3	ექსპორტიორი საწარმო	1
4	გამართული ვებ-გვერდი, რომელშიც ჩაშენებულია ონლაინ გაყიდვების პლატფორმა	1
5	პირის პროდუქცია განთავსებულია მინიმუმ ერთ საერთაშორისო სავაჭრო პლატფორმაზე	1.5