

გადანუსჯებილება

N გ-20-19/923
17/12/2020

923-გ-20-1-4-202012231040



საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებაში ცვლილების შეტანის შესახებ

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია (შემდგომში „კომისია“) აღნიშნავს, რომ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებით ნაწილობრივ ძალადაკარგულად იქნა ცნობილი 2011 წლის 25 მარტის N144/22 გადაწყვეტილება და დამტკიცდა ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელი ან/და ავტორიზებული პირების მიერ კომისიაში წარმოსადგენი სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმები და ელექტრონული კომუნიკაციებისა და მაუწყებლობის სფეროში ლიცენზიის მფლობელ ან/და ავტორიზებულ პირებს დაევალებათ ამვე გადაწყვეტილების დანართი N1-ით განსაზღვრული სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების შევსება და კომისიაში წარმოდგენა გადაწყვეტილებაში მითითებული პერიოდულობით.

კომისია აღნიშნავს, რომ სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმა 1.2 -ს ავტორიზებული პირები ავსებენ ინფორმაციას კომპანიაში დასაქმებული პირების ოდენობის შესახებ. თუმცა აღნიშნული მონაცემები არ არის წარმოდგენილი განცალკევებულად მაუწყებლობისა და ელექტრონული კომუნიკაციების დარგებისთვის. აღნიშნული მონაცემები მნიშვნელოვანია კომისიისათვის დარგის და სექტორის განვითარების შეფასების მიზნით, მათ შორის გენდერულ ჭრილში. აქედან გამომდინარე მიზანშეწონილად მიგვაჩნია ფორმას ჩაემატოს ველი სადაც მოხდება დასაქმებულების რაოდენობის სექტორის მიხედვით გამიჯვნა (მაუწყებლობა/ელ. კომუნიკაციები).

აქვე კომისია აღნიშნავს, რომ მიმდინარე წელს ძალაში შევიდა მობილური კომუნიკაციების ბაზარზე ვირტუალური ოპერატორების დაშვების გადაწყვეტილება. შესაბამისად, დღის წესრიგში დადგა ელექტრონული ანგარიშგების ფორმებში ქსელის ოპერატორისა და

ვირტუალური ოპერატორის გამიჯვნის საკითხი. აქედან გამომდინარე მობილური მომსახურების ფორმებს უნდა დაემატოს „ოპერატორის ტიპის“ ველი, რათა გაიმიჯნოს ქსელის მფლობელი და ვიეტუალური ქსელის მფლობელი ავტორიზებული პირი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის 63-ე მუხლის, „ელექტრონული კომუნიკაციების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-4, მე-11 მუხლის მე-2 პუნქტის ა) ქვეპუნქტის შესაბამისად, კომისიამ კენჭისყრის შედეგად ერთხმად გადაწყვიტა:

1. შევიდეს ცვლილება „საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის 2011 წლის 25 მარტის 144/22 გადაწყვეტილების ნაწილობრივ ძალადაკარგულად ცნობისა და სტატისტიკური ანგარიშგების ფორმების დამტკიცების შესახებ“ კომისიის 2016 წლის 11 თებერვლის N95/19 გადაწყვეტილებაში და მისი დანართი-1-ის შემდეგი ფორმები : ფორმა
1.2 , ფორმა 2,1, ფორმა 2.2, ფორმა 2.3, ფორმა 2.4, ფორმა 2,5, ფორმა 2.7, ფორმა 2.8 ფორმა 2,9 , ფორმა 2,10, ფორმა 2.11, ფორმა 2.12, ფორმა 2.13, ფორმა 2.15, ფორმა 2.16, ფორმა 2.17, ფორმა 2.18, ფორმა 2.19, ფორმა 2.20 ჩამოყალიბდეს თანდართული რედაქციით;
2. გადაწყვეტილება ძალაში შევიდეს გამოქვეყნებისთანავე
3. ფორმა 1.2 ამოქმედდეს გადაწყვეტილების ძალაში შესვლისთანავე;
4. მობილური მომსახურების ფორმა 2,1, ფორმა 2.2, ფორმა 2.3, ფორმა 2.4, ფორმა 2,5, ფორმა 2.7, ფორმა 2.8 ფორმა 2,9 , ფორმა 2,10, ფორმა 2.11, ფორმა 2.12, ფორმა 2.13, ფორმა 2.15, ფორმა 2.16, ფორმა 2.17, ფორმა 2.18, ფორმა 2.19, ფორმა 2.20 ამოქმედდეს 2021 წლის 1 იანვრიდან.
5. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი მე-12 კმ, N6) ძალაში შესვლიდან ერთი თვის ვადაში;
6. დაევალოს კომისიის ადმინისტრაციას (ო. ვოტ) წინამდებარე გადაწყვეტილების კომისიის ვებ-გვერდზე (www.comcom.ge) გამოქვეყნება;
7. კონტროლი აღნიშნული გადაწყვეტილების შესრულებაზე დაევალოს კომისიის აპარატის ბაზრის ანალიზისა და სტრატეგიული განვითარების დეპარტამენტს (ქ. რეხვიამვილი).

ფორმა 1.2. თანამშრომლები
 ივსება წელიწადში ერთხელ შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან
 არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
დარგი	მაუწყებლობა, ელექტრონული კომუნიკაციები
სრული შტატის თანამშრომლების რაოდენობა	წლის ბოლო თვის მდგომარეობით.
სრული შტატის თანამშრომელი ქალების რაოდენობა	წლის ბოლო თვის მდგომარეობით.

ფორმა 2. მოძრავი საკომუნიკაციო ქსელის გამოყენებით გაწეული საცალო მომსახურება ფორმა 2.1. ძირითადი მაჩვენებლები
 ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20
 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	1. ქსელის ოპერატორი, 2. MVNO-ვირტუალური მობილური ოპერატორი (Mobile Virtual Network Operator) , 3 სხვა
ბრენდი	მაგთი, ბალი, ბანი, ჯეოსელი, ლაი-ლაი, ბილაინი
ტექნოლოგია	GSM*, CDMA 850, WiMa x, * 4G განიხილეთ GSM-ად
ხელშეკრულების ტიპი	იურიდიული (გარდა კონსოლიდირებულისა), ფიზიკური პირი ან კონსოლიდირებული ტენდერი
მომსახურების ტიპი	P2P ან M2M/IoT P2P - (Person-to Person) - ტრადიციული მობილური მომსახურება (მობილური მომსახურებები, გარდა M2M/IoT მომსახურებებისა) M2M/IoT - M2M (Machine-to-Machine) - მოწყობილობებს შორის კავშირი; IoT(Internet of Things) - საგანთა ინტერნეტი M2M/IoT აბონენტი გულისხმობს აბონენტს, რომლის ტერმინალური მოწყობილობაც არის სწრაფი გადახდის აპარატი, ბანკომატი, სანავიგაციო სისტემა, ჭკვიანი კამერები, ელექტრომოწყობილობები და ა.შ. არ განიხილება USB მოდემები და პლანშეტები
გადახდის ტიპი	წინასწარი ან შემდგომი გადახდა

იმ შემთხვევაში, თუ აბონენტი არის შერეული გადახდის ტიპის (მაგ. თუ იგი კორპორატიული აბონენტია წინასწარი გადახდის პირადი და კორპორატიული შემდგომი გადახდის ანგარიშებით), მიაკუთვნეთ შემდგომ გადახდას

რეგისტრირებული აბონენტები	შესაბამის პერიოდის (თვე, კვარტალი) ბოლოსთვის აბონენტთა (SIM ბარათთა) რაოდენობა, ვისაც ხელშეკრულების საფუძველზე შეეძლო კომპანიისგან მომსახურების მიღება (კომპანიის თანამშრომლების ჩათვლით და სატესტო ბარათების ჩათვლელად)
აქტიური აბონენტები ა ტიპი	აბონენტთა (SIM ბარათთა) რაოდენობა, რომელთაც შესაბამისი პერიოდის (თვე, კვარტალი) განმავლობაში ერთხელ მაინც ისარგებლეს კომპანიის მომსახურებით (განახორციელეს ან მიიღეს ზარი, გააგზავნეს ან მიიღეს SMS/MMS, ისარგებლეს მონაცემთა გადაცემით ან სხვა დამატებითი მომსახურებით) ან დაერიცხათ სააბონენტო გადასახადი (კომპანიის თანამშრომლების ჩათვლით და სატესტო ბარათების ჩათვლელად).
აქტიური აბონენტები ბ ტიპი	აბონენტთა რაოდენობა (SIM ბარათთა), რომელთაც შესაბამისი პერიოდის (თვე, კვარტალი) განმავლობაში დაერიცხათ სააბონენტო გადასახადი ან ვინც ისარგებლა ფასიანი მომსახურებით
მფლობელთა რაოდენობა	იურიდიული პირების შემთხვევაში: იურიდიულ პირთა რაოდენობა, ვისაც საანგარიშგებო პერიოდში შეესაბამებოდა ერთი მაინც ა ტიპის აბონენტი. იურიდიული პირის იდენტიფიკაცია მოახდინეთ საგადასახადო კოდის (TIN- Tax Identity Number) სიზუსტით. (მაგ. თუ კომპანიას ჰყავს შვილობილი, რომელიც სარგებლობს იგივე საგადასახადო კოდით, იგი მიაკუთვნეთ მშობელ კომპანიას). ფიზიკური პირების შემთხვევაში - პირადი ნომრების რაოდენობა, ვისაც საანგარიშგებო პერიოდში შეესაბამებოდა ერთი მაინც ა ტიპის აბონენტი
3G და LTE მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლების რაოდენობა	<i>აბონენტების რაოდენობა, რომელთაც შესაბამის პერიოდში ისარგებლეს როგორც 3G, ისე LTE მონაცემთა გადაცემის მომსახურებით.</i>
ახალი აბონენტები	საანგარიშო პერიოდში პირველად გამოჩენილი აქტიური ა ტიპის აბონენტების რაოდენობა
ახალი მფლობელები	საანგარიშო პერიოდში პირველად გამოჩენილი მფლობელების რაოდენობა
მონაცემთა გადაცემის აქტიური მომხმარებლები	ა ტიპის აბონენტები, რომელთაც შესაბამის პერიოდში ისარგებლეს მონაცემთა გადაცემის მომსახურებით. თუ მონაცემთა გადაცემის მომსახურება გამოყენებულ იქნა არაპირდაპირი დანიშნულებით (მაგ. MMS-ის გასაგზავნად), მას ნუ ჩათვლით მოხმარებად.
აქტიური 3G მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლები	აბონენტები, რომელთაც შესაბამის პერიოდში ისარგებლეს 3G ან 3.5 G ინტერნეტით. თუ ინტერნეტი გამოყენებულ იქნა არაპირდაპირი დანიშნულებით (მაგ. MMS-ის გასაგზავნად), მას ნუ ჩათვლით ინტერნეტის მოხმარებად.
აქტიური LTE მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლები	აბონენტები, რომელთაც შესაბამის პერიოდში ისარგებლეს LTE მონაცემთა გადაცემით. თუ მონაცემთა გადაცემა გამოყენებულ იქნა არაპირდაპირი დანიშნულებით (მაგ. MMS-ის გასაგზავნად), მას ნუ ჩათვლით ინტერნეტის მოხმარებად.
აქტიური პლანშეტების რაოდენობა	მობილური ოპერატორის ქსელში ჩართული პლანშეტების რაოდენობა, რომელთაც შესაბამისი პერიოდის (თვე, კვარტალი) განმავლობაში ერთხელ მაინც ისარგებლეს კომპანიის მომსახურებით ან დაერიცხათ

	სააბონენტო გადასახადი (კომპანიის თანამშრომლების პლანშეტების ჩათვლით და სატესტო პლანშეტების ჩაუთვლელად).
აქტიური USB მოდემების რაოდენობა	მობილური ოპერატორის ქსელში ჩართული USB მოდემების რაოდენობა, რომელთაც შესაბამისი პერიოდის (თვე, კვარტალი) განმავლობაში ერთხელ მაინც ისარგებლეს კომპანიის მონაცემთა გადაცემის მომსახურებით ან დაერიცხათ სააბონენტო გადასახადი (კომპანიის თანამშრომლების USB მოდემების ჩათვლით და სატესტო USB მოდემების ჩაუთვლელად).
SMS მომხმარებლები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც შესაბამის პერიოდში გააგზავნა SMS
MMS მომხმარებლები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც შესაბამის პერიოდში გააგზავნა MMS
საერთაშორისო ზარების მომსახურების მომხმარებლები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც შესაბამის პერიოდში ისარგებლა გამავალი საერთაშორისო ზარით
გასული როუმერები	(საკუთარი) აბონენტების რაოდენობა, ვინც შესაბამის პერიოდში ისარგებლა როუმინგული მომსახურებით
ჩამოსული როუმერები	საქართველოში ჩამოსული (ვიზიტორი) აბონენტების რაოდენობა, ვინც შესაბამის პერიოდში ისარგებლა როუმინგული მომსახურებით (იგულისხმება უცხო ქვეყნის მობილური ოპერატორის აბონენტები)
საცალო შემოსავალი	აბონენტების მომსახურებიდან მიღებული საცალო შემოსავალი
საცალო დღგ	შესაბამისი დღგ
საცალო აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.2. აბონენტები კვარტალში ივსება კვარტალურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
ხელშეკრულების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
რეგისტრირებული აბონენტები	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური აბონენტები ა ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური აბონენტები ბ ტიპი	იხ. ფორმა 2.1

მფლობელთა რაოდენობა	იხ. ფორმა 2.1
3G და LTE მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლების რაოდენობა	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური 3G მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური LTE მონაცემთა გადაცემის მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური პლანშეტების რაოდენობა	იხ. ფორმა 2.1
აქტიური USB მოდემების რაოდენობა	იხ. ფორმა 2.1
SMS მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
MMS მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
საერთაშორისო ზარების მომსახურების მომხმარებლები	იხ. ფორმა 2.1
გასული როუმერები	იხ. ფორმა 2.1
ჩამოსული როუმერები	იხ. ფორმა 2.1

ფორმა 2.3. ტრაფიკი

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

მხოლოდ გამავალი ტრაფიკი

ველი	განმარტება		
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1		
ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1		
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1		
ხელშეკრულების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1		
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1		
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1		
მიმართულება	<p>განიხილება მხოლოდ გამავალი ტრაფიკი სატესტო ზარების გამოკლებით. განიხილეთ გამავალი ტრაფიკის შემდეგი მიმართულებები:</p> <table border="1"> <tr> <td>Mobile CUG</td> <td> <p>შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც მობილური CUG (Closed User Group) ზარებისთვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით.</p> <p>იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ, სხვა შეღავათებთან ერთად, აბონენტს საშუალება აქვს შეუზღუდავად ისაუბროს ჯგუფის (CUG) შიგნით, დასაშვებია სააბონენტო გადასახადი სრულად მიუთითოთ CUG ზარების შესაბამის შემოსავლად.</p> </td> </tr> </table>	Mobile CUG	<p>შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც მობილური CUG (Closed User Group) ზარებისთვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით.</p> <p>იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ, სხვა შეღავათებთან ერთად, აბონენტს საშუალება აქვს შეუზღუდავად ისაუბროს ჯგუფის (CUG) შიგნით, დასაშვებია სააბონენტო გადასახადი სრულად მიუთითოთ CUG ზარების შესაბამის შემოსავლად.</p>
Mobile CUG	<p>შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც მობილური CUG (Closed User Group) ზარებისთვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით.</p> <p>იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ, სხვა შეღავათებთან ერთად, აბონენტს საშუალება აქვს შეუზღუდავად ისაუბროს ჯგუფის (CUG) შიგნით, დასაშვებია სააბონენტო გადასახადი სრულად მიუთითოთ CUG ზარების შესაბამის შემოსავლად.</p>		

	Fixed CUG	შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც ფიქსირებული CUG (Closed User Group) ზარებისთვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით. იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ, სხვა შეღავათებთან ერთად, აბონენტს საშუალება აქვს შეუზღუდავად ისაუბროს ჯგუფის (ფიქსირებული CUG) შიგნით, დასაშვებია სააბონენტო გადასახადი სრულად მიუთითოთ CUG ზარების შესაბამის შემოსავლად. შენიშვნა: იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ აბონენტი სარგებლობს სპეციალური ტარიფით როგორც მობილური, ისე ფიქსირებული CUG ზარებისთვის და სააბონენტო გადასახადს უთითებთ CUG ზარების შესაბამის შემოსავლად, გაითვალისწინეთ, რომ სააბონენტო გადასახადი მობილურ და ფიქსირებულ CUG ზარებს შორის ისე უნდა გაანაწილოთ, რომ არ მოხდეს დუბლირება
	Mobile-onnet	საკუთარი მობილური აბონენტების მიმართულებით განხორციელებული ზარები იმ შემთხვევაში, თუ სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ, სხვა შეღავათებთან ერთად, აბონენტს საშუალება აქვს შეუზღუდავად ისაუბროს Mobile-onnet მიმართულებით, დასაშვებია სააბონენტო გადასახადი სრულად მიუთითოთ Mobile-onnet-ის შესაბამის შემოსავლად.
	Mobile-offnet	სხვა ოპერატორების მობილური აბონენტების მიმართულებით განხორციელებული ზარები
	Fixed-onnet	საკუთარი ფიქსირებული აბონენტების მიმართულებით განხორციელებული ზარები
	Fixed-offnet	სხვა ოპერატორების ფიქსირებული აბონენტების მიმართულებით განხორციელებული ზარები
	International	საერთაშორისო ზარები
	Free	უფასო ზარები. მათ შორის: უფასო ინტერაქტიული ზარები, 112
	Other	ზარები, რომლებიც ზემოთ მითითებულ კატეგორიებს არ განეკუთვნებიან
აბონენტები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც ისარგებლა შესაბამისი სერვისით	
წუთები	შესაბამისი წუთების რაოდენობა	
ზარების რაოდენობა	შესაბამისი ზარების რაოდენობა	
შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი. თუ აბონენტი სააბონენტო გადასახადის სანაცვლოდ ერთ ან რამდენიმე მიმართულებაზე იღებს სპეციალურ ტარიფს, სააბონენტო გადასახადიდან მიღებული შემოსავალი გადაანაწილეთ შესაბამის მიმართულებებზე	
დღე	შესაბამისი დღე	
აქციზი	შესაბამისი აქციზი	

ფორმა 2.4. სატარიფო გეგმები

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
სატარიფო გეგმა	სატარიფო გეგმის დასახელების აბრევიატურა. სატარიფო გეგმა აქციისგან განსხვავებით შემდეგი კრიტერიუმით: აბონენტი მხოლოდ ერთ სატარიფო გეგმაში შეიძლება იყოს ჩართული, ამავე დროს იგი ერთი სატარიფო გეგმის ფარგლებში შესაძლოა რამდენიმე აქციაში ერთდროულად მონაწილეობდეს. შესაბამისად, საანგარიშო პერიოდში აბონენტთა რაოდენობა სატარიფო გეგმების მიხედვით შეიძლება დაიყოს არათანამკვეთ ჯგუფებად. თუ საანგარიშო პერიოდში აბონენტმა რამდენიმეჯერ შეიცვალა სატარიფო გეგმა, მის სატარიფო გეგმად მიიჩნევა უკანასკნელი სატარიფო გეგმა. იმისდა მიუხედავად ოპერატორი რას უწოდებს სატარიფო გეგმას ან აქციას, გამოიყენეთ მითითებული განმარტება.
კომბინირებული შეთავაზება	ივსება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სატარიფო გეგმა არის რომელიმე კომბინირებული შეთავაზების ნაწილი. კომბინირებული შეთავაზებაში იგულისხმება ისეთი შეთავაზება, რომლებშიც ერთობლივად მონაწილეობს 2 ან მეტი მომსახურება შემდეგი ოთხი მომსახურებიდან: 1. მობილური მომსახურება 2. ფიქსირებული ტელეფონია 3. ფიქსირებული ინტერნეტი 4. მაუწყებლობის ტრანზიტი ველის მნიშვნელობად მიუთითეთ კომბინირებულ შეთავაზებაში არსებული მომსახურებების რაოდენობა. მაგალითად, თუ კომბინირებულ შეთავაზებაში
	მონაწილეობს ა) მობილური მომსახურება ბ) ფიქსირებული ინტერნეტი და გ) მაუწყებლობის ტრანზიტი, მიუთითეთ „3“. დასაშვებია მნიშვნელობები: 2, 3, 4.
სატარიფო გეგმის სააბონენტო გადასახადი	მიუთითეთ სატარიფო გეგმის სააბონენტო გადასახადი ასეთის არსებობის შემთხვევაში. თუ სატარიფო გეგმას სააბონენტო გადასახადი არ აქვს, მიუთითეთ 0. იმ შემთხვევაში, თუ სატარიფო გეგმა არის კომბინირებული შეთავაზების შემადგენელი კომპონენტი, მიუთითეთ კომბინირებული შეთავაზების სააბონენტო ერთობლივი გადასახადი. მაგალითად, თუ კომბინირებულ შეთავაზებაში მონაწილეობს ა) მობილური მომსახურება ბ) ფიქსირებული ინტერნეტი და გ) მაუწყებლობის ტრანზიტი და ამ ყველაფერში ერთიანად თვეში იხდით 30 ლარს, მიუთითეთ 30 ლარი.
აბონენტები	სატარიფო გეგმაში ჩართული აბონენტების რაოდენობა. თუ საანგარიშო პერიოდში აბონენტმა რამდენიმეჯერ შეიცვალა სატარიფო გეგმა, მის სატარიფო გეგმად მივიჩნევთ უკანასკნელ სატარიფო გეგმას. გაითვალისწინეთ, რომ სატარიფო გეგმების მიხედვით აბონენტთა ჯამური რაოდენობა უნდა უდრიდეს ძირითად ცხრილში მითითებულ აბონენტთა რაოდენობას
შემოსავალი აქტივაციიდან	სატარიფო გეგმის გააქტიურებისთვის ერთჯერადად გადახდილი თანხით მიღებული შემოსავალი
სააბონენტო შემოსავალი	სატარიფო გეგმით სარგებლობისთვის პერიოდულად გადახდილი თანხებიდან მიღებული შემოსავალი

შემოსავალი	სატარიფო გეგმით მიღებული სრული შემოსავალი (აქტივაციის და სააბონენტო შემოსავლის ჩათვლით, დღგ-ს და აქციზის გარეშე). თუ სატარიფო გეგმა არის კომბინირებული შეთავაზების შემადგენელი კომპონენტი, კომბინირებული შეთავაზებით მიღებული შემოსავლიდან გამოყავით მობილური კომუნიკაციებიდან მიღებული შემოსავალი თქვენს მიერ შემუშავებული მეთოდოლოგიის შესაბამისად.
დღგ	შესაბამისი დღგ
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.5. აქციები/ფასდაკლებები
ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს
20კალენდარული დღისა
მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
აქცია/ფასდაკლება	აქციის/ფასდაკლების დასახელების აბრევიატურა. აქციად ჩათვალეთ ნებისმიერი პირობა, რომლის ფარგლებშიც აბონენტი თუნდაც ერთი სერვისისთვის სარგებლობს არასტანდარტული ტარიფით. სატარიფო გეგმები და პაკეტები აქციებად არ განიხილოთ. აქციის მაგალითია მაგთის "აირჩიე შენი საჩუქრის" ფარგლებში "ერთ საყვარელ ნომერთან 5 თეთრად საუბარი", რომელიც დამოუკიდებელ აქციად უნდა განიხილოთ ფასდაკლების მაგალითია: დამის საათებში ფასდაკლება, ფასდაკლება საერთაშორისო ზარებზე
აბონენტები	საანგარიშო პერიოდში აბონენტთა რაოდენობა, ვინც ერთხელ მაინც ისარგებლა აქციის პირობებით
შემოსავალი აქტივაციიდან	აქციის/ფასდაკლების გააქტიურებისთვის ერთჯერადად გადახდილი თანხით მიღებული შემოსავალი
სააბონენტო შემოსავალი	აქციით/ფასდაკლების სარგებლობისთვის პერიოდულად გადახდილი თანხებიდან მიღებული შემოსავალი
შემოსავალი	აქციით/ფასდაკლებით მიღებული სრული შემოსავალი (აქტივაციის და სააბონენტოს ჩათვლით)
დღგ	შესაბამისი დღგ
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.7. სატარიფო გეგმების და აქციების მოხმარება
ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20
კალენდარული დღისა მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1

ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
სატარიფო გეგმა	სატარიფო გეგმის დასახელების აბრევიატურა.
აქცია	აქციის დასახელების აბრევიატურა.
სერვისი	გამავალი წუთობრივი ტრაფიკის მიმართულებები - მიმართულებების ჩამონათვალი იხ. ფორმა 2.3-ის მიმართულებების განმარტებაში SMS MMS Internet სხვა (დააკონკრეტეთ)
სატარიფო გეგმაში/აქციაში შემავალი/არაშემავალი	სატარიფო გეგმაში შემავალი - სატარიფო გეგმაში შემავალი იმ ერთეულების მოხმარება, რომელშიც აბონენტი დამატებით თანხას არ იხდის. მაგალითად: "მაგთი 100"-ის შემთხვევაში სატარიფო გეგმაში შემავალი ქსელის გარეთ 300 წთ-ის მოხმარება. სატარიფო გეგმაში არაშემავალი - იმ ერთეულების მოხმარება, რომელშიც აბონენტი დამატებით იხდის თანხას. მაგალითად, "მაგთი 100"-ის შემთხვევაში სატარიფო გეგმაში შემავალი ქსელის გარეთ 300 წთ-ის შემდგომ ქსელის გარეთა წუთების მოხმარება
აბონენტები	სერვისის მომხმარებელ აბონენტთა რაოდენობა
მოხმარება	სერვისის მოხმარება. მაგალითად, მაგთის "აირჩიე შენი საჩუქრის" ფარგლებში "ერთ საყვარელ ნომერთან 5 თეთრად საუბარის" შემთხვევაში - საყვარელ ნომერთან 5 თეთრად ნასაუბრები წუთების ჯამური ოდენობა.
შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი
დღგ	შესაბამისი დღგ
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.8. ინტერნეტი

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
აბონენტის ტიპი	საანგარიშო პერიოდის ბოლო მდგომარეობის შესაბამისად: ტელეფონი M2M/IoT პლანშეტი USB მოდემი სხვა
ხელშეკრულების ტიპი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
წინასწარი/შემდგომი გადახდის	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
აბონენტები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც ისარგებლა ინტერნეტ მომსახურებით.

ტრაფიკი (GB)	დაგენერირებული ჯამური ტრაფიკი (Download+Upload) გიგაბაიტებში
შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი
დღე	შესაბამისი დღე
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.9. SMS/MMS

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

მხოლოდ გამავალი მიმართულება

ველი	განმარტება	
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1	
ბრენდი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1	
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1	
ხელშეკრულების ტიპი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1	
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1	
გადახდის ტიპი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1	
მომსახურება (SMS/MMS)	SMS ან MMS	
მიმართულება	განიხილება მხოლოდ გამავალი SMS/MMS. განიხილეთ გამავალი ტრაფიკის შემდეგი მიმართულებები:	
	Mobile CUG	შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც მობილური CUG (Closed User Group) SMS/MMS-თვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით.
	Fixed CUG	შეავსეთ მხოლოდ იმ კორპორატიული აბონენტებისთვის, ვინც მობილური CUG (Closed User Group) SMS/MMS-თვის სარგებლობს სპეციალური ტარიფით.
	Mobile-onnet	საკუთარი მობილურ აბონენტების მიმართულებით
	Mobile-offnet	სხვისი მობილური აბონენტების მიმართულებით
	Fixed-onnet	საკუთარი ფიქსირებულ აბონენტების მიმართულებით (მაგ. მაგთი ფიქსის მიმართულებით)
	Fixed-offnet	სხვა ოპერატორის ფიქსირებული აბონენტების მიმართულებით (მაგ. მაგთიფიქსის)
	International	საერთაშორისო SMS/MMS
	Free	უფასო SMS/MMS
	Special	დამატებული მომსახურებისთვის განკუთვნილი SMS/MMS (არასტანდარტული ტარიფით)
აბონენტები	Other	SMS/MMS, რომელიც ზემოთ ჩამოთვლილ კატეგორიებს არ განეკუთვნება
	ა ტიპის აბონენტი	
რაოდენობა	გაგზავნილი SMS/MMS-ების რაოდენობა	

შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი
დღე	შესაბამისი დღე
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.10. საქართველოდან გასული როუმერები ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1
ხელშეკრულების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
შემომავალი/გამავალი	შემომავალი ან გამავალი. ინტერნეტის შემთხვევაში Download და Upload ერთიანად განიხილეთ როგორც Outgoing
მომსახურება	Voice/SMS/MMS/Internet
ქვეყანა	ქვეყანა, რომელსაც ეწვივნენ როუმერები
როუმინგის სახე	დასაშვები მნიშვნელობები: სტანდარტული იაფი როუმინგი (როცა გამოიყენება callback ფუნქცია)
მიმართულება	დასაშვები მნიშვნელობები: საქართველო სხვა არ ივსება ინტერნეტით მომსახურების შემთხვევაში
მფლობელთა რაოდენობა	იხ. ფორმა 2.1
აბონენტები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც ისარგებლა მომსახურებით
რაოდენობა	Voice - ზარების რაოდენობა SMS/MMS- SMS/MMS რაოდენობა INTERNET - დატოვებული ცარიელი
მოხმარება დამრგვალების გარეშე	დაუმრგვალებელი ერთეულების ოდენობა: Voice - წუთების რაოდენობა SMS/MMS- SMS/MMS რაოდენობა INTERNET - მოხმარებული GB-ების რაოდენობა
მოხმარება დამრგვალებული	დამრგვალებული ერთეულების ოდენობა: Voice - წუთების რაოდენობა SMS/MMS- SMS/MMS რაოდენობა INTERNET - მოხმარებული GB-ების რაოდენობა
შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი
დღე	შესაბამისი დღე
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.11. საქართველოში ჩამოსული როუმერები ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
შემომავალი/ გამავალი	შემომავალი ან გამავალი. ინტერნეტის შემთხვევაში Download და Upload ერთიანად განიხილეთ როგორც Outgoing
ქვეყანა	ქვეყანა, რომლის ოპერატორის აბონენტებიც არიან ჩამოსული როუმერები
მომსახურება	Voice/SMS/MMS/Internet
მიმართულე ა	დასაშვები მნიშვნელობები: საკუთარი ოპერატორის ქვეყანა (მაგ. თურქეთის შემთხვევაში - თურქეთი) სხვა არ ივსება ინტერნეტით მომსახურების შემთხვევაში
აბონენტები	აბონენტების რაოდენობა, ვინც ისარგებლა მომსახურებით
რაოდენობა	Voice - ზარების რაოდენობა SMS/MMS- SMS/MMS რაოდენობა Internet -დატოვეთ ცარიელი
მოხმარება	Voice - წუთების რაოდენობა SMS/MMS- SMS/MMS რაოდენობა Internet - მოხმარებული GB-ების რაოდენობა
შემოსავალი	შესაბამისი შემოსავალი
დღგ	შესაბამისი დღგ
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.12. სატარიფო გეგმების აღწერა

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	ბრენდის დასახელება, რომელსაც ეკუთვნის სატარიფო გეგმა
სატარიფო გეგმის აბრევიატურა	ფორმა 2.4-ში მითითებული სატარიფო გეგმის დასახელების აბრევიატურა
სატარიფო გეგმის სრული სახელწოდება	სატარიფო გეგმის სრული სახელწოდება
აქტივაცია	სატარიფო გეგმის აქტივაციის საფასური
სააბონენტო	სატარიფო გეგმის ყოველთვიური სააბონენტო გადასახადი
ზარის წამოწყება	ზარის წამოწყების ღირებულება
ქსელის შიგნით	მობილური ქსელის შიგნით 1 წთ-ის ღირებულება
ქსელის გარეთ	სხვის მობილური ქსელზე 1 წთ-ის ღირებულება
ფიქსირებულ ქსელებზე	ფიქსირებულ ქსელებზე 1 წთ-ის ღირებულება
SMS	SMS-ის ღირებულება
MMS	MMS-ის ღირებულება
მზ	1 მზ-ის ღირებულება
სატარიფო გეგმის პირობების აღწერა	სხვა აღწერეთ სატარიფო გეგმის პირობები (მაგ. ფასდაკლებები საერთაშორისო ზარებზე, ღამის საათებში, უქმე დღეებში, ფავორიტ ნომრებზე, ბრენდის შიგნით ზარებზე და ა.შ.

სატარიფო გეგმის გაშვების თარიღი	სატარიფო გეგმის გაშვების თარიღი
სატარიფო გეგმის დახურვის თარიღი	სატარიფო გეგმის დახურვის თარიღი. თუ სატარიფო გეგმა დახურული არაა, დატოვეთ სიცარიელე ფორმა 2.13 (აქციების აღწერა)

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
აქციის აბრევიატურა	ფორმა 2.5-ში მითითებული აქციის დასახელების აბრევიატურა
აქციის სრული სახელწოდება	აქციის სრული სახელწოდება
ბრენდი	ბრენდის დასახელება, რომელსაც ეკუთვნის აქცია
აქციის გაშვების თარიღი	აქციის გაშვების თარიღი
აქციის დახურვის თარიღი	აქციის დახურვის თარიღი. თუ აქცია დახურული არაა, დატოვეთ სიცარიელე
აქციის პირობების დეტალურად აღწერა.	დეტალურად აღწერეთ აქციის პირობები

ფორმა 2.15. მობილური მომსახურების ხარისხი
ივსება წელიწადში ერთხელ, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ძირითადი ცხრილი. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
გამავალი ზარების რაოდენობა	წლის განმავლობაში სულ განხორციელებული წარმატებული გამავალი ზარების რაოდენობა.
შემომავალი ზარების რაოდენობა	წლის განმავლობაში სულ განხორციელებული წარმატებული შემომავალი ზარების რაოდენობა.
წარუმატებელი ზარების რაოდენობა	წლის განმავლობაში სულ განხორციელებული წარუმატებელი გამავალი ზარების რაოდენობა. წარუმატებელი ზარი არის დაფარვის ზონაში მყოფი ნომრიდან მოქმედ ნომერზე დარეკვის მცდელობა, როდესაც ზარი უპასუხოდ რჩება და ასევე არც დაკავების და არც დარეკვის სიგნალი არ ისმის 40 წამის განმავლობაში იმ მომენტიდან, როდესაც ზარის მიმღები ნომრის ბოლო ციფრი მიიღო ქსელმა.
შეწყვეტილი ზარების რაოდენობა	წლის განმავლობაში სულ შემომავალი და გამავალი შეწყვეტილი ზარების რაოდენობა. ზარი შეწყვეტილად განიხილება, თუ იგი წარმატებით განხორციელდა და მიენიჭა შესაბამისი ტრაფიკის არხი და შეწყდა (რის მიზეზიც იყო ოპერატორის ქსელი) იქამდე, სანამ მომხმარებელი თავად ნორმალურად დაასრულებდა ზარს.

ფორმა 2.16. მობილური ინტერნეტის ტრაფიკი
ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	GSM-2G,GSM-3G,GSM-4G, CDMA 850, WiMax,
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ტრაფიკი (GB)	დაგენერირებული ჯამური ტრაფიკი (Download+Upload) გიგაბაიტებში (GB)

ფორმა 2.17. მოწყობილობები

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
TAC	მოწყობილობის მოდელის აღმნიშვნელი TAC კოდი (Type Allocation Code) –IMEI კოდის პირველი 8 ციფრი, რომელიც გამოიყენება მოწყობილობის მოდელის იდენტიფიცირებისთვის
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
რაოდენობა	საანგარიშო პერიოდში მითითებული TAC კოდის მქონე გამოყენებული განსხვავებული მოწყობილობის რაოდენობა

ფორმა 2.18. პაკეტები

ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ბრენდი	იხ. ფორმა 2.1
ტექნოლოგია	იხ. ფორმა 2.1
მომსახურების ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
გადახდის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
პაკეტის დასახელება	მიუთითეთ პაკეტის დასახელება
პაკეტის ღირებულება	პაკეტის ღირებულება ლარებში მაგალითად, ლაი-ლაის შემთხვევაში, თუ აბონენტმა 1.5 ლარად შეიძინა 50 SMS -მიუთითეთ 1.5 ან ბალის შემთხვევაში, თუ აბონენტმა 3 ლარად შეიძინა 60 წუთი საყვარელ ნომრებთან სასაუბროდ - მიუთითეთ 3
პაკეტის ვადა	მიუთითეთ დღეების რაოდენობა, რომლის განმავლობაშიც შესაძლებელია პაკეტის ერთეულების გამოყენება
პაკეტში ერთეულების რაოდენობა	წუთების რაოდენობა: 1.1. ეროვნული (ადგილობრივ ქსელებზე დასრულებული ზარები) 1.2. ქსელის ფარგლებში 1.3. ბრენდის ფარგლებში 1.4. ფავორიტ ნომერზე/ნომრებზე 1.5. საერთაშორისო 2. SMS 3. ინტერნეტი (მბ) 4. MMS

აქტივაციების რაოდენობა	საანგარიშო პერიოდში პაკეტის აქტივაციების რაოდენობა
აბონენტების რაოდენობა	განსხვავებული აბონენტების რაოდენობა, ვინც საანგარიშო პერიოდში გაააქტიურა პაკეტი

ელის ტიპი	მომსახურების სახე	შემოსავალი /ტრაფიკი	გადახდის სახე	ფიზიკური	იურიდიული	უფასო	კონსოლიდორებული
ბ. ფორმა 2.1	1. ხმოვანი მომსახურება	1.1. შემოსავალი	1.1.1. ერთეულის ფასით				
			1.1.2. ჰომოგენური პაკეტები				
			1.1.3 შერეული პაკეტი				
		1.2. ტრაფიკი	1.2.1. ერთეულის ფასით				
			1.2.2. ჰომოგენური პაკეტები				
			1.2.3. შერეული პაკეტები				
	2. SMS მომსახურება	2.1. შემოსავალი	2.1.1. ერთეულის ფასით				
			2.1.2. ჰომოგენური პაკეტები				
			2.1.3 შერეული პაკეტი				
		2.2. ტრაფიკი	2.2.1. ერთეულის ფასით				
			2.2.2. ჰომოგენური პაკეტები				
			2.2.3. შერეული პაკეტები				
	3. ინტერნეტ მომსახურება	3.1. შემოსავალი	3.1.1. ერთეულის ფასით				
			3.1.2 ჰომოგენური პაკეტები				
			3.1.3 შერეული პაკეტი				
3.2. ტრაფიკი (GB)		3.2.1. ერთეულის ფასით					
		3.2.2. ჰომოგენური პაკეტები					
		3.2.3. შერეული პაკეტები					
4. ყველა მომსახურება	4.1. შემოსავალი	4.1.1. ერთეულის ფასით					
		4.1.2. ჰომოგენური პაკეტები					
		4.1.3. შერეული პაკეტები					

შენიშვნა:

შემოსავალი	კომპანიის მიერ შესაბამის პერიოდში პაკეტის გამოყენებით მიღებული შემოსავალი
დღგ	შესაბამისი დღგ
აქციზი	შესაბამისი აქციზი

ფორმა 2.19. ხმოვანი, SMS და ინტერნეტ მომსახურებების მოხმარება ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

1. შემოსავალი მიუთითეთ აქციზისა და დღგ-ს ჩათვლით
2. ხმოვანი მომსახურებაში განიხილეთ მხოლოდ საქართველოს ფარგლებში განხორციელებული ზარები
3. „უფასო“ ველში მიუთითეთ მომსახურება უფასოდ გაწეული მომსახურება. მაგალითად, თანამშრომლებისთვის გაწეული მომსახურება, სატესტო ზარები, ცხელ ხაზზე განხორციელებული ზარები

4. შემოსავალი შერეული პაკეტებიდან მომსახურებების მიხედვით გამოთვლილი უნდა იყოს ერთეული და ჰომოგენური პაკეტების საშუალო შეწონილი ფასზე დაყრდნობით. (იხ. მეთოდოლოგია)

ფორმა 2.20. საქართველოში ჩამოსული და საქართველოდან ჩასული როუმერების რაოდენობა ქვეყნების მიხედვით
ივსება ყოველთვიურად, შესაბამისი პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 20 კალენდარული დღისა

ველი	განმარტება
ქსელის ტიპი	იხ. ფორმა 2.1
ქვეყანა	მიუთითეთ ქვეყანა
ჩამოსული როუმერები	მიითითებული ქვეყნიდან საანგარიშო პერიოდში ჩამოსული როუმერების რაოდენობა
ჩასული როუმერები	მიითითებულ ქვეყანაში საანგარიშო პერიოდში ჩასული როუმერების რაოდენობა

ელისო ასანიძე



წევრი

კახი ბექაური



თავმჯდომარე

ვახტანგ აბაშიძე



წევრი

მერაბ ქათამაძე



წევრი

