

ზომიერება როგორც სხოვრების ფილოსოფია

ბიორგი მაღაშხიას ნაშრომის „ზომიერება. ბაღარჩენა, ბედნიერება“ შესახებ

გიორგი მაღაშხიამ მონოგრაფიის „მეტაეკონომიკა-ეკონომიკის ფილოსოფია“ ერთ-ერთ ნაწილში ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 90-იან წლებში დასავა საკითხი თანამედროვე ეტაპზე ზომიერების პრინციპის ცხოვრებაში გატარების მწვავე აუცილებლობის შესახებ. ზომიერების პრობლემა ასალი არაა, ის მეცნიერული შემეცნებისა და ყოფის სფეროში უძველესი დროიდან იქცევეს ყურადღებას, მაგრამ ფართო, სპეციალური განხილვის საგანი არ ყოფილა. გიორგი მაღაშხიამ ზომიერება უფრო დრმა აზრით წარმოაჩინა, ვიდრე ის არსებულ შეხედულებებშია ასახული, წარმოგვიდგინა მსოფლმხედველობითი კუთხით და მას ცხოვრების ფილოსოფია უწოდა. ვფიქრობთ, შესატყვისი გაგებაა. ავტორმა გვიჩვენა, რომ ზომიერება ცხოვრებისეული მოვლენების ბუნების აღქმის, მათდამი ფუნდამენტური მიდგომის, გადაწყვეტილებათა მიღების, სოციალური ქცევის ხასიათის ერთ-ერთი საფუძველია.

გიორგი მაღაშხიამ შემდგომ გააფართოვა თავისი კონცეფცია რუსულ ენაზე სანკტ-პეტერბურგში გამოშვებული ჟურნალის „Homo Esperens“ 2005 წლის № 1-ში დაბეჭდილ ესეიში სახელწოდებით „ზომიერი ადამიანი“. ამჯერად მისი ნაშრომი, რომელსაც საფუძვლად უდევს დასახელებული პუბლიკაციები, თეორიული და პრაქტიკული თვალსაზრისით, რამდენადმე შევსებული და გაღრმავებული სახით გამოდის.

ავტორმა სიხარბესა და ანგარებასთან ზომიერების შეპირისპირებით, მთელი სიღრმე-სიგანით წარმოგვიდგინა ზომიერების არსი და მნიშვნელობა ადამიანთა ცხოვრებაში, თეორიულ სიმაღლეზე აიყვანა ცხოვრებისთვის მეტად მნიშვნელოვანი მოვლენისა და პრინციპის გაგება. მისი თვალსაზრისით, ზომიერების დაცვა, სიხარბისა და ანგარების გადალახვა თანამედროვე პირობებში იქცა ადამიანთა ცხოვრების გაკეთილშობილების, ჰუმანურობის, კიდევ მეტი, გადარჩენისა და ბედნიერების პირობად. ეს გამომდინარეობს იმ საფრთხიდან, რომელიც ძვეს სიხარბესა და ანგარებაში, გადამეტებული სიმდი-დრისაკენ, უზომო ძალაუფლებისაკენ ადამიანთა მისწრაფებაში, რაც ეკონომიკურ სუბიექტთა მიერ ცხოვრების საფუძვლის – ბუნების განადგურების, თვით ადამიანთა ცხოვრებაში წინააღმდეგობათა, დაპირისპირების, ყოველგვარ ზღვარს გადასული უთანასწორობის, უსამართლობის, უბედურებათა წანამდგრების მომზადებას განაპირობებს.

ავტორი თავის ანალიზში, თეორიული ძიებისა და დასკვნების გაკეთებისას იყენებს კლასიკურ მეთოდებსა და მის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიურ მიდგომებს, როგორიცაა: ანთროპოცენტრული მიდგომა – ადამიანთა დოვლათშემქმნელი პოტენცი-ალისა და ინტერესების თვალსაზრისით

ბურამ ყუფუნია - სტუ-ს პროფესორი, ნინო ჩიკვილაძე - სტუ-ს ასოც. პროფ. ირმა ღიხამინჯია - ეკონომიკის დოქტორი

საზოგადოებრივი ცხოვრების მოვლენათა შეცნობა, აქსიომეტიური ანალიზი – ფასეულობითი, განსაკუთრებით სიკეთისა და ბოროტების თვალსაზრისით საგნებზე და მოვლენებზე მსჯელობა და ევდემონისტური ხედვა – ბედნიერების ასპექტით ცხოვრების მოვლენათ განხილვა და შეფასება, გენეტიკური ძიება – მიმდინარე პროცესებზე მემკვიდრეობის ფაქტორის გავლენის გათვალისწინება. ეს მიდგომები მეტად ეფექტიან იარაღადაა გამოყენებული ავტორის მიერ ასალი თეორიული კონცეფციის შემუშავებასა და გადმოცემაში.

საგულისხმოა ავტორის მიერ შემუშავებული ფუნდამენტური ხასიათის თეორიული იდეები (დებულებები), რომლებიც უარყოფს ეკონომიკურ მეცნიერებაში ფართოდ დამკვიდრებულ პოსტულატებსა და აღიარებულ დოქტრინებს. ასეთია შემდეგი.

ჯერ ერთი. ისტორიულ მემკვიდრეობად მემორჩენილი რიგ სოციალურ მოვლენათა დამახინჯებული, გაყალბებული, მცდარი, ჭეშმარიტებისაგან გადახრილი გაგების გადალახვის საკითხის დაყენება და ამ მხრივ თავისი ხედვის დასაბუთება. ეს ეხება კეთილდღეობას, სიკეთეს, სამართლიანობას, ზნეობას და სხვა, რომელთა სხვადასხვა გააზრება აბნევეს და ხელს უშლის ადამიანებს სწორად მოქმედებაში. ავტორი ნათლად გვიჩვენებს საყოველთაო ცნობიერებაში მათი ობიექტური, ჭეშმარიტი გაგების დამკვიდრების აუცილებლობასა და მნიშვნელობას.

მეორე. ავტორის აზრით, ეკონომიკურ თეორიაში დაკნინებულია „მოთხოვნილების“, როგორც დოვლათისადმი ადამიანთა დამოკიდებულების უპირველესი და უმთავრესი გამოვლენის, ამსახველი კატეგორია „მოთხოვნის“ საბაზრო ეკონომიკის კატეგორიასთან შედარებით, რომელიც აქამდე დომინირებს და პასუხობს უმთავრესად საბაზრო იდეოლოგიის ინტერესებს. გ. მაღაშხია ასაბუთებს რეალობასთან ამ შეუსაბამობის გადალახვის და მოთხოვნილების ცნების წინ წამოწევის აუცილებლობას. ამასთან, მას მიაჩნია, რომ მოთხოვნილებისა და მისი დაკმაყოფილების შესახებ უნდა იყოს არა ზოგადი მსჯელობა, როგორც ამას ადგილი აქვს ამჟამად მეცნიერებაში, არამედ მოთხოვნილების კონკრეტული განხილვა იმის მიხედვით, თუ რა რეალური სარგებლობა მოაქვს მის დაკმაყოფილებას ადამიანებისთვის. ამის საფუძველზე მოთხოვნილებები უნდა დაიყოს ორ კატეგორიად: ჯანსაღ,

გონივრულ, რაციონალურ და არაჯანსაღ, არა-გონივრულ, არარაციონალურ მოთხოვნილებებად.

მესამე. „სარგებლიანობის“ ცნებასთან ერთად, რომელშიც იგულისხმება საერთოდ ნებისმიერი მოთხოვნილების დაკმაყოფილება, რაც საბაზრო სუბიექტების მიერ მათი შემოსავლების, მოგების უსაზღვრო გადიდების ინტერესებს შეესაბამება, ეკონომიკურ და სოციალურ მოვლენებზე მსჯელობისას ფართოდ უნდა იყოს გამოყენებული „სარგებლობის“ (რელური სიკეთის) ცნება. ადამიანთა და საზოგადოების ნამდვილ ინტერესებს, კეთილდღეობას უკეთ სწორედ შექმნილი დოვლათის რეალური სარგებლობა (სიკეთე) გამოხატავს და არა სარგებლიანობა.

მეოთხე. საზოგადოების, ბაზრის მიზანი უნდა იყოს მხოლოდ ჯანსაღი, გონივრული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, მაშასადამე, პროდუქტის რეალური სარგებლობა, რაც ნიშნავს ნამდვილ კეთილდღეობას, ილუზიურისაგან განსხვავებით, და არა ყოველგვარი სარგებლიანობა თუ ყალბი სარგებლობა, ანუ ყოველგვარი მოთხოვნილების დაკმაყოფილების უნარი. აქედან გამომდინარე, ე.წ. მომხმარებლის სუვერენიტეტი არ შეიძლება, ჭეშმარიტი აზრით, ნიშნავდეს ყოველგვარი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას, რასაც ქადაგებს ლიბერალური თეორია. ნამდვილი სუვერენიტეტი იმ მოთხოვნილებათა სრულად დაკმაყოფილებაში უნდა ვეძებოთ, რომელთაც მოაქვს რეალური და არა ყალბი (მრუდედ გაგებული) სიკეთე.

მეხუთე. ავტორი ამტკიცებს, რომ არასწორია აზრი, თითქოს ინდივიდუუმები თვითონ ყველაზე კარგად აფასებენ თავიანთ მდგომარეობას. მათი შეფასებები, როგორც წესი, არაა შეცდომებისაგან, გადახრისაგან დაზღვეული და არ შეიძლება უპირობოდ მივიღოთ როგორც სწორი. ცალკეულ ინდივიდუუმებს არა აქვთ საამისოდ საკმარისი ინფორმაცია, ცოდნა და უნარი. ამიტომ უნდა ვთქვათ, რომ უფრო ობიექტური და ჭეშმარიტი, ამა თუ ზომით, შეიძლება იყოს საზოგადოებრივი ინტელექტის შეფასება და მას უნდა მიენიჭოს უპირატესობა.

მექექსე. მიუხედავად გავრცელებული მტკიცებობისა, საერთოდ ინდივიდუუმები არ არიან რაციონალურები. მათ, როგორც წესი, არ შეუძლიათ მიიღონ ოპტიმალური (საუკეთესო, ყველაზე ეფექტიანი) გადაწყვეტილებები, რადგან არ ფლობენ სათანადო უნარს. ასევე მათ ხელს უშლის სუბიექტური ფაქტორები – ინტერესები, მოთხოვნილებები, მიდრეკილებები, მენტალიტეტი და სხვა, რაც უბიძგებს არასწორი ქვევებისკენ, რაციონალურობისაგან გადახრისკენ. ეს ფართოდ გვხვდება ცხოვრების ყველა სფეროში.

მეშვიდე. დოვლათის სარგებლობა თუ სარგებლიანობა არაა დამოკიდებული მისი ერთეულის მოხმარების რიგითობაზე (რომ თითქოს ყოველი

მომდევნო ერთეული ნაკლებ სარგებლიანობას შეიცავს), როგორც ამას სუბიექტური თეორია (მარკუნალიზმი) ამტკიცებს. მნიშვნელოვანია დოვლათის სარგებლობის (სიკეთის) პოტენციალი, რაც ძვეს მოცემულ დოვლათში და მისი გამოყენების ზომა. გამოყენების ზომის მიხედვით, დოვლათის სარგებლობის (სარგებლიანობის) ათვისება შეიძლება იყოს სრული ან ნაწილობრივი.

მერვე. ადამიანის სამომხმარებლო ძალა, გონივრულ, ჯანსაღ ფარგლებში, განსაზღვრულია. მხოლოდ ამ ფარგლებში მოხმარება ან დაგროვება არის ზომიერი, ხოლო ამ ფარგლებს იქით – ზომიერს გადაცილებული, ზედმეტი. ასეთი (შეფარდებით) ზედმეტი, ფაქტობრივად ფუჭი, არასრულად გამოყენებული დოვლათი გამოუყენებლობის ზომის შესაბამისად კარგავს სარგებლობის პოტენციალს, წარმოადგენს დანაკარგს ინდივიდებისა და საზოგადოებისთვის, არ ტრანსფორმირდება სოციალურ სიკეთეში, რეალურ კეთილდღეობაში. საზოგადოებაში ამგვარი ზედმეტი დოვლათის არსებობა, რომლის ამოსავალი პირობა ადამიანთა სიხარბე და ანგარებაა, არის უსამართლობის გამოვლინება, ზომაზე მეტ უთანასწორებათა და უბედურებებთა მიზეზიც. იგი საფრთხეს უქმნის საზოგადოებას, კაცობრიობას.

მეცხრე. სრულიად უაზროა მოვითხოვოთ ყოველნაირი უფლება ადამიანებისთვის, ასევე მათი ყოველგვარი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება. ეს საზოგადოებაში მხოლოდ ქაოსს გამოწვევს.

ნაშრომში ასევე რიგი სხვა საინტერესო მოსაზრებებია გადმოცემული, რომლებიც მკითხველს დააინტერესებს.

ზოგიერთი მკითხველისათვის ავტორის აზრი სადავო ან მიუღებელი შეიძლება აღმოჩნდეს, მაგრამ ეს ვერ შეამცირებს ნაშრომის ღირსებებს. მეცნიერების განვითარება ხომ შეხედულებათა ჭიდილის პროცესში მიმდინარეობს.

გიორგი მალაშხიას ნაშრომის შესახებ არ შეიძლება არ ითქვას ისიც, რომ მისი შინაარსი საინტერესოაა გადმოცემული ცოცხალი ფაქტების, მხატვრული მასალების, ხალხური სიბრძნისა და კაცობრიობის დიდ მოაზროვნთა გამონათქვამების გამოყენებით, რაც მკითხველის ინტერესს აღვივებს.

საბოლოოდ აღვნიშნავთ, რომ, ზემოთ ნათქვამიდან გამომდინარე, გიორგი მალაშხიას ნაშრომი, შეიძლება შევაფასოთ, როგორც სოციალური მეცნიერების მნიშვნელოვანი შენაძენი, რომელშიც, ერთი შეხედვით, მარტივი ყოფითი ფენომენი დანახულია ეკონომიკური თეორიისა და ფილოსოფიური კატეგორიების ასპექტით, სოციალური მოვლენების სიღრმისეული კავშირების ფონზე. მკითხველი უთუოდ დიდი ინტერესით მიიღებს მას. იგი, ჩვენი აზრით, ხელს შეუწყობს ფუნდამენტური სოციალური მეცნიერების განვითარებას.

სოციალური ეკონომიკა

XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები

(მეოთხე ნომრის დამატება)
ლექციების კურსი

ნაწილი მესამე

საბაზრო სტრატეგიები

ნეტარ არიან უწყინარნი, რამეთუ ისინი მემკვიდრეობით ღებულობენ მიწას.
...მაგრამ მათაც კი არ შეუძლიათ ბაზრის ხვედრი წილის გადიდება
უილიამ ჯ.მაკ-გოვანი

- თავი 8. ურთიერთდამოკიდებულება-
თა მარკეტინგი
თავი 9. დასებმენტება და პოზიციონ-
ება
თავი 10. კონკურენტული სტრატეგია

კარლო ღურუკაია,
სტუ-ს სრული პროფ.
თათია ღურუკაია,
სტუ-ს ასოც. პროფ.
კარლო ღურუკაია,
სტუ-ს ასოც. პროფ.

მესამე ნაწილი ეძღვნება კომპანიის საბა-
ზრო სტრატეგიის განხილვას-მისი მარკეტ-ინ-
გული საქმიანობის ცენტრალურ რგოლს.

საბაზრო სტრატეგიაში მარკეტინგული
ცოდნა კონკრეტული სტრატეგიების ანაკრები
ხდება, რომლითაც კომპანია ხელმძღვანელობს
თავის მარკეტინგულ საქმიანობაში. მარ-
კეტინგულ საქმიანობაში უმეტეს შემთხვევებ-
ში კომპანიები წარმატებებს აღწევენ მომხმარ-
ებელთა იმ ჯგუფზე დასპეციალებით, რომელ-
თა მომსახურება მათ უკეთ შეუძლიათ, ვიდრე
სხვა ვინმეს. მე-8 თავში ჩვენ განვიხილავთ
თუ სამომხმარებლო ფასეულობა, ხარისხის და
მომსახურების დონე, როგორ უწყობენ ხელს
ურთიერთდამოკიდებულებათა მარკეტინგს.

მე-9 თავში ავხსნით, თუ როგორ უნდა
გამოვეყნოთ სამომხმარებლო სეგმენტები და მათ
შორის შევარჩიოთ მიზნობრივები. მასში ასევე

საუბარი იქნება მიზნობრივი სეგმენტების დაპყ-
რობის ხერხებზე მომხმარებლებში კომპანიის
საქონელთა და მომსახურების მიმზიდველი
სახის შექმნის დახმარებით.

კონკურენცია მარკეტინგში იზრდება, ამიტ-
ომ მარკეტოლოგებისათვის ცოტაა უბრალოდ
მომხმარებელთა საჭიროებებისა და განწყობის
ცოდნა, მათ თვალყური უნდა მიაღვენონ
კონკურენტების ქმედებებს და დროული და
ადეკვატური რეაგირება მოახდინონ მათზე. მე-
10 თავიდან თქვენ გაიგებთ, რომ წარმატება
ბაზარზე აუცილებლად როდი მიიღწევა ღია
კონფრონტაციის მსვლელობაში კონკურენტებ-
ან. ხშირ შემთხვევაში გაცილებით უფრო ეფექ-
ტიანია საკუთარი, ყველაზე უფრო ძლიერი მხ-
არების შესწავლა.