თბილისის შრომის წითელი დროშის ორდენოსანი
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ი.ბიბილეიშვილი, თ.თურმანიძე

ლექციების კურსი მოსახლეობათმცოდნეობასა და მოსახლეობის პროგნოზირებაში

/ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტის სტუდენტებისათვის/

თბილისი 1988

ეკ5.9(2)421
მ 652

ლექციების კურსში "მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება" განხილულია კურსის საგანი, მეთოდი, ამოცანები და კავშირი სხვა ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობრივ დისციპლინებთან. გაანალიზებულია მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის შინაარსი და მისი განვითარების კანონზომიერება სოციალიზმის დროს. ნაჩვენებია საზოგადოებრივი პროგრესი, როგორც მოთხოვნილებათა ზრდის ფორმა. გადმოცემულია მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ასახვა მოხმარების ნორმებში. განხილულია მშრომელთა მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარისხის გაზომვის აქტუალური პრობლემები, მარკეტინგის ძირითადი ცნებები, ფუნქციები და ისტორიული განვითარების ეტაპები, მოთხოვნის მართვის ძირითადი ფორმები და მეთოდები მარკეტინგის პირობებში კაპიტალიზმის დროს.

ლექციების კურსი გათვალისწინებულია ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტის სტუდენტებისათვის.

რედაქტორი დოც. მ. სუხაშვილი
რეცენზენტი დოც. მ. ფარაჯევა

Б 3403010100 / М 608(06)-88

თემა I

მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსის საგანი, მეთოდი და ამოცანები

§ I. მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების საგანი

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება შედარებით ახალი მეცნიერულ-ეკონომიკური დისციპლინაა. მისი ჩამოყალიბება მნიშვნელოვანწილად განაპირობა სასაქონლო-ფულადი ურთიერთობების ახლებურად გააზრების აუცილებლობამ განვითარებული სოციალიზმის ეტაპზე. ამდენად, საკმარისი აღარაა მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების საკითხების მოქცევა მხოლოდ "ვაჭრობის ეკონომიკის" საგნის კურსში. მით უმეტეს, დღესდღეობით გაიზარდა იმ თეორიული, მეთოდოლოგიური და ორგანიზაციული პრობლემების არე, რომელიც მოთხოვნილების კომპლექსურ შესწავლასა და პროგნოზირებას შეეხება. ამდენად, დღის წესრიგში დადგა ახალი მეცნიერულ-ეკონომიკური დისციპლინის ჩამოყალიბების აუცილებლობა.

მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის შემსწავლელი მეცნიერულ-ეკონომიკური დისციპლინის თვით სახელწოდება საბჭოთა ეკონომისტების დისკუსიის საგანია. არცთუ ისე დიდი ხანია, რაც არსებობს აზრი, რომ ამ მეცნიერულ-ეკონომიკურ დისციპლინას ეწოდოს "ბაზარმცოდნეობა"[1].

---

[1] Л.Столяров. Рынковедение, М., Экономика, 1985.

პროფ. მიხალევსკი შექმნა ეკონომიკური მეცნიერების დამოუკიდებელი მიმართულება "მოთხოვნილებათმცოდნეობის" სახელწოდებით, გამომდინარე იქიდან, რომ განვითარებული სოციალიზმის დროს, იქმნება მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების იერარქიული სურათი.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება გამოყენებითი დარგთაშორისი ეკონომიკური მეცნიერებაა, რომლის თეორიულ და მეთოდოლოგიურ ბაზას შეადგენს მარქსისტულ-ლენინური პოლიტიკური ეკონომია.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება, როგორც ყველა სხვა სოციალურ-ეკონომიკური მეცნიერება, ატარებს კლასობრივ, პარტიულ ხასიათს. კურსში მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების თეორიულ-მეთოდოლოგიური და ორგანიზაციული პრობლემების გაშუქება ხდება პარტიულობის ლენინური პრინციპის პოზიციიდან.

მოთხოვნილებათმცოდნეობის შესახებ მარქსისტულ-ლენინური ეკონომიკური თეორია შემდგომ განვითარებას პოულობს კომუნისტური პარტიისა და საბჭოთა მთავრობის გადაწყვეტილებებში. ამიტომ მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსში ცენტრალური ადგილი უკავია სკკპ ეკონომიკური პოლიტიკის შესწავლას სოციალური განვითარებისა და ხალხის კეთილდღეობის გაუმჯობესების სფეროში. თავის მხრივ, მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება მოწოდებულია იძეოდეს მეცნიერულ გამოკვლევებს ამ სფეროში ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავებისა და მისი ცხოვრებაში გატარებისათვის.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება კავშირშია ისეთ ეკონომიკურ მეცნიერულ დისციპლინებთან, როგორი-

ცია: ვაჭრობის ეკონომიკა, სახალხო მეურნეობის დაგეგმვა, ვაჭრობის მართვა, ვაჭრობის ორგანიზაცია, საბუღალტრო აღრიცხვა, ვაჭრობის სტატისტიკა, საქონელმცოდნეობა, ფინანსები, სამეურნეო საქმიანობის ანალიზი და სხვ.

მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების მეთოდია დიალექტიკური და ისტორიული მატერიალიზმი, რომელთა დებულებებს იყენებენ სხვა საზოგადოებრივი მეცნიერებანიც. ეს მოითხოვს მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის კატეგორიების განხილვას ლოგიკურ და ისტორიულ კავშირსა და ურთიერთდამოკიდებულებაში, მოთხოვნილების დაკმაყოფილების რაოდენობრივ და თვისებრივ ცვლილებათა შესწავლას გაფართოებული სოციალისტური კვლავწარმოების სისტემაში.

მოთხოვნილებათმცოდნეობის წარმატებით განვითარებისათვის აუცილებელია ყველა მისი პრობლემის მეცნიერული დამუშავება, მოთხოვნილებათმცოდნეობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური და ორგანიზაციული საკითხების ცოდნით შეიარაღებული მაღალკვალიფიციური კადრების მომზადება. ეს კი უპირველეს ყოვლისა, მოითხოვს მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის, მოთხოვნა-მიწოდების კანონის, ღირებულების კანონისა და სხვა ეკონომიკური კანონების მოქმედების შესწავლას, რაც შეადგენს "მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების" კურსის მეცნიერულ საფუძველს.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება, როგორც მეცნიერულ-ეკონომიკური დისციპლინა, სწავლობს ამ ეკონომიკური კანონების მოქმედებას მოსახლეობის მოთხოვნილების დაკმაყოფილების პროცესში.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება ითვალისწინებს რა მოსახლეობის მოთხოვნილების დაკმაყოფილების

პროცესში ეკონომიკური კანონების მოქმედების გამოვლენის ფორმების თავისებურებებს, აყალიბებს პრაქტიკულ დასკვნებს, რომელთაც არსებითი მნიშვნელობა აქვთ სახალხო მოხმარების საგნების წარმოების მოცულობისა და საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის პრობლემების დამუშავებისათვის.

თუ მარქსისტულ-ლენინური პოლიტიკური ეკონომია მოწოდებულია გახსნას საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ფორმაციების ხასიათი და განვითარების ძირითადი კანონზომიერებანი, შეისწავლოს ეკონომიკური კანონები, რომელთა საფუძველზე ხდება განვითარება, მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება განიხილავს რიგი ეკონომიკური კანონების კონკრეტულ გამოვლენას საზოგადოების ეკონომიკური განვითარების პროცესში. მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება - ესაა მეცნიერება მოთხოვნილებათა სისტემის ფორმირებისა და განვითარების მექანიზმის ანალიზის მეთოდების, პერსპექტივაში მოთხოვნისა და მიწოდების განვითარების მეცნიერული წინასწარმეტყველებისა და რაოდენობრივი გაზომვის შესახებ.

ყოველ მეცნიერებას აქვს გარკვეული ინსტრუმენტები, რომელთა დახმარებით შეიცნობს თავის საგანს, ან, როგორც ამბობენ, იყენებს კვლევის მეთოდოლოგიას - მეთოდების, ხერხების, წესების კომპლექსს. ამ თვალსაზრისით, მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება იყენებს ინსტრუმენტებს, რომლებშიც შეხამებულია საკუთარი მეთოდები და სხვა მეცნიერებათა მიღწევები. სხვა მეცნიერული დისციპლინებიდან მოთხოვნილებათმცოდნეობამ და მოთხოვნის პროგნოზირებამ მემკვიდრეობით მიიღო ზოგიერთი ცნება, კატეგორია, მეთოდი: კერძოდ, მათემატიკიდან - პროგნოზირების აპარატი, სოციოლოგიი-

დან - საზოგადოებრივი აზრის, სამომხმარებლო და საექსპერტო შეფასების მეთოდები, ეკონომიკიდან - მოთხოვნილების, მოთხოვნისა და მიწოდების ანალიზის მეთოდები და ა.შ. ამავე დროს, მოთხოვნილებათმცოდნეობას და მოთხოვნის პროგნოზირებას აქვს კვლევის საკუთარი საგანი და საკუთარი მეთოდი.

მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების საგანია - ერთი მხრივ, მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის, მეორე მხრივ, მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობა, მათი ურთიერთკავშირი, პროპორციულობა, განვითარება კონკრეტულ რაოდენობრივ თანაფარდობებში, სახალხო მოხმარების საქონელზე და მომსახურებაზე მოთხოვნის შესწავლა და პროგნოზირება.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება ეხება მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის როგორც სოციალურ-ეკონომიკურ, ისე ორგანიზაციულ მხარეებს. ამიტომ ბუნებრივია, რომ მოთხოვნილების კვლევის დროს ერთ-ერთი მეთოდოლოგიური საფუძველია საკითხებისადმი სისტემური მიდგომა. მოთხოვნილება რთული დინამიკური სისტემაა, რომელიც გულისხმობს მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის, მოთხოვნისა და მიწოდების, როგორც ურთიერთობაში მყოფი ელემენტების ერთობლიობას. ეს თანაფარდობები კი უნდა ითქვას, მხოლოდ ვაჭრობაში რიდი ყალიბდებიან. ამიტომ მოთხოვნილების, როგორც ერთიანი სისტემის ანალიზის დროს აუცილებელია სისტემური ანალიზის მეთოდი მრეწველობაში, ვაჭრობაში, საზოგადოებრივ კვებაში და საყოფაცხოვრებო მომსახურებაში.

საბაზრო ურთიერთობათა შესწავლისა და პროგნოზირებისას გამოიყენება სპეციფიკური მეთოდებიც. მოთხოვნის პროგნოზირების პროცესში სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელირება, როგორც მეცნიერული შემეცნების მეთოდი. სა-

ბაზრის ურთიერთობანი ექვემდებარებიან მოდელირებას. ელექტრონ-გამომთვლელმა მანქანებმა ფართო ასპარეზი შექმნეს მოთხოვნის პროგნოზირებაში ეკონომიკურ-მათემატიკური მეთოდების გამოყენებისათვის და ბოლოს, მეცნიერების მნიშვნელოვანი მეთოდია სოციოლოგიური გამოკვლევები, რომლებსაც განსაკუთრებული როლი ენიჭება დაკმაყოფილებული მოთხოვნის შესწავლის დროს.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება იყენებს მეცნიერების სხვა ინსტრუმენტებსაც. მაგალითად, ანალიზი და სინთეზი, ინდუქცია და დედუქცია, ინტერპოლაცია და ექსტრაპოლაცია და სხვ. ეს მეთოდები გამოიყენებიან არა იზოლირებულად, არამედ კომპლექსში, ავსებენ ერთმანეთს და უზრუნველყოფენ მოთხოვნილებათმცოდნეობის საგნის უფრო ღრმად შეცნობას.

როგორც ცნობილია, სკკპ XXVII ყრილობის მიერ წამოყენებულ პროგრამაში მჭიდროდაა დაკავშირებული ერთმანეთთან ცხოვრების დონისა და წესის, სოციალური განვითარებისა და სახალხო კეთილდღეობის ამაღლების პრობლემები. პარტია სახავს პირდაპირ მოთხოვნილებათა საყოველთაო დაკმაყოფილებისა და მათი აქტიური ფორმირების ამოცანას.

ასეთ პირობებში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ვაჭრობას, რომელიც უშუალო გავლენას ახდენს მოხმარების სფეროს განვითარებაზე. აქედან გამომდინარეობს ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის სპეციალობების სტუდენტების მიერ მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსის შესწავლის აუცილებლობა. ეს კურსი განიხილავს მიმოქცევის სფეროში "მოთხოვნილებისა" და "მოთხოვნის" კატეგორიების ურთიერთდამოკიდებულების ხასიათს, კანონზომიერებებს, განვითარების ფორმებსა და წესებს.

კურსის თეორიული საფუძველია მეცნიერება მოთხოვნილებე-

ბის ფორმირების კანონების შესახებ სოციალისტური საზოგადოების პირობებში /მოთხოვნილებათმცოდნეობა/.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა, როგორც კურსის მეთოდოლოგიური საფუძველი ამუშავებს ამ მეცნიერების კატეგორიებს, განსაზღვრავს მათ ადგილს, პრინციპებს და ურთიერთშემოქმედების ლოგიკას, ეს კატეგორიები განიხილებიან კომპლექსური მიდგომის პოზიციიდან, ანუ როგორც საზოგადოებრივი კვლავწარმოებისა და საზოგადოებრივი შემეცნების კატეგორიები.

ეს უზრუნველყოფს სავაჭრო საქმიანობის მაჩვენებლების მეცნიერულ დამუშავებას საბოლოო სახალხომეურნეობრივი შედეგის მიღწევის პოზიციიდან და აკავშირებს მიმდინარე და სტრატეგიულ ინტერესებს ვაჭრობის სფეროში.

კურსის შესწავლის შედეგად სტუდენტები დაეუფლებიან ცალკეულ სასაქონლო ჯგუფებზე მოთხოვნის პროგნოზირების თეორიასა და მეთოდებს მოთხოვნილებების მუდმივი ზრდის გათვალისწინებით განვითარებული სოციალიზმის პირობებში.

კურსის მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად გათვალისწინებულია მისი გადმოცემის შემდეგი წესი.

პირველი განყოფილების მასალებმა სტუდენტებს არა მარტო უნდა გააცნოს მოთხოვნილებებისა და მოთხოვნის შესახებ კატეგორიალური აპარატი, არამედ უნდა განუვითაროს მათ წარმოდგენა იმ ეკონომიკური ურთიერთობების პრობლემური ხასიათის შესახებ, რომლებიც ყალიბდებიან საქონლის შენახვის, მიტანისა და მოსახლეობაზე რეალიზაციის დროს. ამისათვის უკვე პირველ განყოფილებაში მეცნიერების კატეგორიები და მათი კლასიფიკაციის პრინციპები უკავშირდებიან ვაჭრობის პრაქტიკის პრობლემების ერთობლიობას.

მეორე განყოფილებაში ანალიზის ძირითად ობიექტად იქცევიან მოთხოვნილებები და ინტერესები გამყიდველებისა და მყიდველების, რომლებიც განიხილებიან ურთიერთკავშირის სხვადასხვა დონეზე.

მოთხოვნილებების შესწავლა ინტერესების კატეგორიასთან ერთად დაკავშირებულია მოთხოვნილებებისა და მოთხოვნის ფორმირებისა და დაკმაყოფილების პროცესების შემეცნების აუცილებლობასთან არსებული სამეურნეო მექანიზმისა და მისი შემდგომი სრულყოფის მიმართულებების ფარგლებში.

აქვე სტუდენტი ეცნობა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარისხის მაჩვენებლების რაოდენობრივი გაზომვის პრინციპებსა და მეთოდებს.

მესამე განყოფილებაში სტუდენტი ეცნობა ორგანიზაციული და სამმართველო საქმიანობის სრულყოფის თეორიასა და მეთოდებს მოხმარების ეფექტის ამაღლების პოზიციიდან.

განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა სახალხო მოხმარების საქონლის გასაღების პროცესის ინტენსიფიცირების ცოდნას, მომხმარებლის "ხარჯზე" ამ პრობლემების გადაწყვეტის ეკონომიკური მიზანშეწონილობის რწმენის ფორმირებას.

ამ თვალსაზრისით სტუდენტი ეცნობა ბაზრის მართვის გამოცდილებას საზღვარგარეთის ქვეყნებში. კურსში გახსნილია ბაზრის მართვის რიგი ბურჟუაზიული თეორიის კლასობრივი არსი "მომხმარებლის პოზიციიდან", იმავდროულად ყურადღება მახვილდება მარკეტინგის ცალკეული ელემენტების გამოყენების შესაძლებლობაზე სოციალისტური ეკონომიკის პირობებში.

მეოთხე განყოფილებაში ვითარდება და კონკრეტდება ბაზრის მართვის ერთ-ერთი მთავარი პრობლემა მოხმარების პოზიციიდან-მოთხოვნის პროგნოზირება.

ამ განყოფილების შესწავლა სტუდენტს განუვითარებს ბაზრის კონიუნქტურის წინასწარხედვისა და ნორმალიზაციის უნარს ცალკეული საქონლისა და სასაქონლო ჯგუფის მიხედვით, რაც წარმოადგენს სავაჭრო რგოლის ხელმძღვანელის სამმართველო და ორგანიზატორული მუშაობის შემადგენელ ნაწილს.

§ 2. კურსის მოთხოვნილებათმცოდნეობის და მოთხოვნის პროგნოზირების კავშირი სხვა ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობით დისციპლინებთან

მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებას, როგორც კონკრეტულ-ეკონომიკურ მეცნიერულ დისციპლინას, მჭიდრო კავშირი აქვს სხვა ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობით დისციპლინებთან.

პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს ამ დისციპლინის კავშირი სოციალიზმის პოლიტიკურ ეკონომიასთან. ეს უკანასკნელი სწავლობს ეკონომიკურ კანონთა სისტემას მათი ფუნქციონირების პროცესში. მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონის ფუნქციონირებას, რომლის არსიც შემდეგში მდგომარეობს – ადამიანთა მუდმივად მზარდ მატერიალურ და კულტურულ მოთხოვნილებათა მაქსიმალური დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა უმაღლესი ტექნიკის ბაზაზე საზოგადოებრივი წარმოების განუხრელი ზრდის შედეგად.

ამ კანონის პრაქტიკული ფუნქციონირების პროცესში ყალიბდება სწორედ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების იერარქიული სურათი – დასაკმაყოფილებელი მოთხოვნილებები, ნამდვილი მოთხოვნილებები, აბსოლუტური მოთხოვნილებები.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება, როგორც კონკრეტულ-ეკონომიკური მეცნიერული დისციპლინა, შეისწავლის სწორედ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების საფეხურებს სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონის რეალიზაციის პროცესში.

სოციალიზმის პოლიტიკური ეკონომიის მიერ შესასწავლ ეკონომიკურ კანონთა სისტემაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მოთხოვნილებათა ზრდის კანონს. ამავე დროს უნდა აღინიშნოს, რომ ეს კანონი საერთო ეკონომიკური კანონია და მხოლოდ სოციალიზმის დროს როდი ფუნქციონირებს, მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი დამახასიათებელია ყველა საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ფორმაციისათვის, მაგრამ განსაკუთრებით აქტიურად მოქმედებს განვითარებული სოციალიზმის პირობებში, როცა ყველა პირობა იქმნება ადამიანის ჰარმონიული განვითარებისათვის.

მოთხოვნილებათა ზრდის კანონს და მისი გამოვლენის ფორმებს დაწვრილებით შეისწავლის მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება. ამით კიდევ ერთხელ მჟღავნდება მისი უმჭიდროესი კავშირი სოციალიზმის პოლიტიკურ ეკონომიასთან.

თეორიულ-მეთოდოლოგიური თვალსაზრისით ეს საკითხი ნაკლებადაა დამუშავებული და მოითხოვს შემდგომ გაღრმავებულ კვლევას.

მოთხოვნა-მიწოდების ეკონომიკურ კანონს თავის ძალა არ დაუკარგავს სოციალიზმის დროსაც, თუმცა მისი ფუნქციონირების ტიპური ხასიათი კაპიტალიზმის პირობებში ვლინდება.

სოციალიზმის დროს მოთხოვნა-მიწოდების ეკონომიკური კანონის ფუნქციონირება გეგმიანად რეგულირებადი ხდება და სტიქიურობის გარსი ეცლება.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში დღემდე დისკუსიოა საკითხი მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობის, პროპორციულობის

შესახებ განვითარებული სოციალიზმის პირობებში.

სახელმწიფო და კოოპერატიულ ვაჭრობაში მოთხოვნა-მიწოდების ეკონომიკურ კანონს გეგმიანად რეგულირებადი ხასიათი აქვს, რაც შეეხება საკოლმეურნეო ბაზარს, აქ ეს კანონი მეტ-ნაკლებად ინარჩუნებს სტიქიურ ხასიათს, მაგრამ მაინც ხდება მისი რეგულირება რიგი ეკონომიკური ბერკეტების ზემოქმედების შედეგად.

60-იან წლებში გაბატონებული იყო აზრი, რომ თითქოს მოთხოვნა მეტი უნდა იყოს მიწოდებაზე. შემდეგში ეს მოსაზრება უარყოფილ იქნა. ეკონომისტთა უმრავლესობა ამჟამად მიიჩნევს, რომ მიწოდება მეტი უნდა იყოს მოთხოვნაზე ნორმალური სასაქონლო მარაგების სიდიდით, საქონლის ჩამოფასების თანხით, საქონლის ბუნებრივი დანაკლისითა და დანაკარგებით და იმ სარეზერვო თანხით, რომელიც შესაძლოა გაჩნდეს მოთხოვნის სტრუქტურაში მომხდარი ცვლილებების შედეგად.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება, როგორც კონკრეტულ-ეკონომიკური მეცნიერული დისციპლინა კავშირშია სხვა ეკონომიკურ კანონებთანაც /სახალხო მეურნეობის გეგმაზომიერი, პროპორციული განვითარების კანონი, ღირებულების კანონი და ა.შ./, მაგრამ განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს განვითარებული სოციალიზმის დროს მოქმედ ეკონომიკურ კანონთა სისტემის იმ ქვესისტემასთან კავშირურთიერთობას, რომელიც დაკავშირებულია მოთხოვნილებასა და მოთხოვნასთან /სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონი, მოთხოვნილებათა განუხრელი ზრდის კანონი, მოთხოვნა-მიწოდების კანონი/.

ამრიგად, მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება მჭიდრო კავშირშია სოციალიზმის პოლიტიკურ ეკონო-

შიასთან, რომელიც ამავე დროს მის თეორიულ საფუძველს წარმო-
ადგენს.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მოთხოვნი-
ლებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კავშირურთი-
ერთობის მექანიზმის გარკვევას ვაჭრობის ეკონომიკასთან.
ვაჭრობის ეკონომიკის კურსში ცენტრალური ადგილი უკავია
სკკპ ეკონომიკური პოლიტიკის შესწავლას სახალხო მოხმარების
საქონლის მიმოქცევის სფეროში. ამ სფეროში ეკონომიკური მო-
ვლენებისა და პროცესების შესწავლა უშუალოდაა დაკავშირებული
მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის კატეგორიებთან. კერძოდ, სა-
ხალხო მოხმარების საგნების მიმოქცევის პროცესში, უნდა დაკ-
მაყოფილდეს ადამიანის მუდმივად მზარდი მატერიალური მოთხოვ-
ნილება მაღალხარისხოვან არასასურსათო და სასურსათო საქონელ-
ზე. ხარისხის ამაღლების პრობლემა უშუალოდაა დაკავშირებული
მოთხოვნილებათა რაც შეიძლება სრულად დაკმაყოფილებასთან. ამ
თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და
მოთხოვნის პროგნოზირების კავშირი საქონელმცოდნეობათა დისციპ-
ლინებთან /არასასურსათო საქონლის საქონელმცოდნეობა, სასურსა-
თო საქონლის საქონელმცოდნეობა/.

არასასურსათო საქონლის საქონელმცოდნეობა შეისწავ-
ლის არასასურსათო საქონელზე მოთხოვნას საქონელმცოდნეობრივი
თვალსაზრისით /საქონლის სამომხმარებლო თვისებებს, მის ვარ-
გისიანობას მოხმარების თვალსაზრისით, საქონლის ხარისხის შე-
საბამისობას მოსახლეობის მოთხოვნასთან და ა.შ./.

სასურსათო საქონლის საქონელმცოდნეობა კი შეისწავ-
ლის სასურსათო საქონელზე მოთხოვნას საქონელმცოდნეობრივი
თვალსაზრისით /კვების პროდუქტების გემოვნებით თვისებებს,
მის კალორიულობას, კვების ამა თუ იმ პროდუქტით ადამიანის

ფიზიოლოგიური მოთხოვნილების დაკმაყოფილების შესაძლებლობა და ა.შ./.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კავშირი საქონელმცოდნეობრივ დისციპლინებთან სპეციფიკურ ხასიათს ატარებს, საქონელზე მოთხოვნის შესწავლა საქონელმცოდნეობრივი თვალსაზრისით არის სწორედ ვაჭრობასა და მრეწველობას შორის კავშირურთიერთობის გაუმჯობესების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობა და საფუძველი.

მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებას მჭიდრო კავშირი აქვს სახალხო მეურნეობის დაგეგმვასთან. დაგეგმვა ემყარება სახალხო მეურნეობის გეგმაზომიერი, პროპორციული განვითარების ეკონომიკური კანონის მოთხოვნებს. დაგეგმვა არის ამ კანონის გამოყენების შინაარსი, გეგმა კი ფორმა.

გეგმის შედგენის პროცესი უნდა ასახავდეს საბოლოო სახალხომეურნეობრივ მოთხოვნილებას. მაგ., საცალო საქონელბრუნვის გეგმა პრინციპში უნდა ასახავდეს მოსახლეობის მოთხოვნილებას სახალხო მოხმარების საქონელზე.

დაგეგმვა არ უნდა ეფუძნებოდეს ამა თუ იმ სახალხომეურნეობრივი მოდელისა თუ პროცესის მიღწეულ დონეს. დაგეგმვის ამოსავალი დონე უნდა იყოს მოთხოვნილება და არა ფაქტოურად მიღწეული შედეგი.

აღნიშნულიდან ნათლად ჩანს გეგმისა და მოთხოვნილების მჭიდრო ურთიერთკავშირი: გეგმა და მოთხოვნილება კონ-

ვლინდება სახალხო მეურნეობის კონკრეტულ დარგში. კონკრეტულ სახალხომეურნეობრივ დარგში ძირითად ტემპურ მაჩვენებელთა სისტემა უნდა დგებოდეს კონკრეტული სახალხომეურნეობრივი მოთხოვნილებიდან გამომდინარე.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში ჯეროვან დონეზე არაა დამუშავებული ტემპისა და მოთხოვნილების ურთიერთკავშირის მექანიზმი, რაც ხელს უშლის სახალხომეურნეობრივი ტემპების შერჩევას სათანადო მეცნიერულ დონეზე.

ამრიგად, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება აღნიშნული პრინციპის სახალხო მეურნეობის დაგეგმვასთან კავშირის შემდგომ კვლევას.

მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებას მჭიდრო კავშირი აქვს ვაჭრობის სტატისტიკასთან. რაში გამოიხატება ეს კავშირი? არცთუ ისე დიდიხანია, რაც ჩამოყალიბდა ვაჭრობის სტატისტიკის დამოუკიდებელი განყოფილება-სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის სტატისტიკა /იხ. ე.ოშიაძე, ა.ქურდოვანიძე, გ.მაზიაშვილი, ვაჭრობის სტატისტიკა, თბ., 1983/.

მოთხოვნის სტატისტიკა ჯერჯერობით არსებობს თეორიული განზოგადების დონეზე. რაც შეეხება მოთხოვნის სტატისტიკის პრაქტიკულ მხარეს, ის ჯერ არ ჩამოყალიბებულა. სტატისტიკური სამმართველოს დონეზე არ არსებობს არავითარი ინფორმაცია მოთხოვნის სტატისტიკის შესახებ. მოთხოვნის სტატისტიკა არსებითად გაიგივებულია საქონელბრუნვის სტატისტიკასთან, რაც არასწორია. საქონელბრუნვის სტატისტიკა სხვა არაფერია, თუ არა რეალიზებული მოთხოვნის სტატისტიკა. რაც შეეხება დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის სტატისტიკას, ასეთი სტატისტიკა არ არსებობს,

რაც ხელს უშლის საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვას მოსახლეობის მოთხოვნილების დაკმაყოფილების ინტერესებიდან გამომდინარე.

საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის მეცნიერული დონის ამაღლების მიზნით აუცილებელია დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის სტატისტიკის ჩამოყალიბება, როგორც საერთო მოცულობის, ისე ცალკეული სასაქონლო ჯგუფების მიხედვით, რაც მოითხოვს სათანადო სტატისტიკური ფორმების შექმნას და მათ პრაქტიკაში დანერგვას.

დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის სტატისტიკის ჩამოყალიბებას ხელს უშლის ის გარემოება, რომ ჯერჯერობით არ არის დამუშავებული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის განსაზღვრის საიმედო მეთოდიკა.

დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის, როგორც საერთო მოცულობის, ისე სტრუქტურის განსაზღვრის მეთოდიკები, რიგი ნაკლოვანებებით ხასიათდებიან, რაც ხელს უშლის მათ გამოყენებას საგეგმო გაანგარიშებების პრაქტიკაში.

სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის სტატისტიკა ჩამოყალიბების სტადიაშია და საორიენტაციოდ მოიცავს შემდეგ საკითხებს:

-სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის და სტატისტიკის ამოცანები;

-სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის საერთო მოცულობის შესწავლა;

-რეალიზებული მოთხოვნის შესწავლა;

- დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის შესწავლა;

-მოთხოვნის ელასტიკურობა მოსახლეობის შემოსავლების ცვლილებასთან დაკავშირებით;

- ანკეტური გამოკითხვა;
- ეკონომიკური ეფექტურობის გაანგარიშება.

მოთხოვნის სტატისტიკის ჩამოყალიბებით შეიქმნება საიმედო ინფორმაციული ბაზა მოხმარებისა და მოთხოვნის განვითარების ცვლილებებისა და ტენდენციების შესახებ, რაც განამტკიცებს მის ურთიერთკავშირს მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებასთან.

მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებას კავშირი აქვს ფასებსა და ფასწარმოქმნასთან, როგორც კონკრეტული ეკონომიკურ მეცნიერულ დისციპლინასთან. ეს ურთიერთკავშირი იმაში მჟღავნდება, რომ ფასების ცვლილება კონკრეტულ საქონელზე პირდაპირ იწვევს მასზე მოთხოვნის ცვლილებას, ამის ნათელი დადასტურებაა მოთხოვნის ელასტიკურობის კოეფიციენტი საცალო ფასებისაგან დამოკიდებულებით. ეს კოეფიციენტი გვიჩვენებს, თუ რამდენად შეიცვლება მოთხოვნა მოცემულ კონკრეტულ საქონელზე საცალო ფასის ერთი პროცენტით ცვლილების პირობებში.

ფასწარმოქმნის სისტემა სახელმწიფოებრივი მასშტაბით არეგულირებს მოსახლეობის მოთხოვნილებას, ასტიმულირებს ამა თუ იმ საქონელზე მოთხოვნილების განვითარებას, თუკი ეს ხელს უწყობს ადამიანის ჯანმრთელობას, შეესაბამება მის სულიერ ინტერესებს და, მეორეს მხრივ, ზღუდავს არაგონივრულ მოთხოვნილებებს /მაგალითად, თამბაქოს ნაწარმზე, ალკოჰოლიან სასმელებზე და ა.შ./. გონივრულ მოთხოვნილებათა სტიმულირება ხდება ფასების შემცირებით, არაგონივრულ მოთხოვნილებათა შეზღუდვა კი ფასების ზრდით. ამ უკანასკნელის ნათელი დადასტურებაა, ჩვენს ქვეყანაში ბოლო პერიოდში, პარტიისა და მთავრობის მიერ ცხოვრებაში გატარებული კურსი_ალკოჰოლიანი სასმელების მოხმარების

შეზღუდვისა მათზე საცალო ფასების საგრძნობი მომატების გზით.

ამრიგად, მოთხოვნილებათმცოდნეობასა და მოთხოვნის პროგნოზირებას მჭიდრო კავშირი აქვს რიგ ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობრივ დისციპლინასთან /პოლიტიკური ეკონომია, სახალხო მეურნეობის დაგეგმვა, ვაჭრობის ეკონომიკა, მოთხოვნის სტატისტიკა, ფასები და ფასწარმოქმნა, სამეურნეო საქმიანობის ანალიზი, სასურსათო საქონლის საქონელმცოდნეობა, არასასურსათო საქონლის საქონელმცოდნეობა და ა.შ./.

მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება, როგორც კონკრეტულ-ეკონომიკური მეცნიერული დისციპლინა ჯერჯერობით ჩამოყალიბების სტადიაშია. განვითარებული სოციალიზმის თეორიის სრულყოფა, რა თქმა უნდა, დიდ გავლენას იქონიებს აღნიშნული დისციპლინის ბევრი თეორიული დებულებისა და პოსტულატის დაზუსტებაში.

მომავალში კიდევ უფრო განმტკიცდება თეორიულ-მეთოდოლოგიური და ორგანიზაციული კავშირი სხვა ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობრივ დისციპლინებთან. ეს განპირობებულია იმით, რომ მოთხოვნილებათმცოდნეობა და მოთხოვნის პროგნოზირება კომპლექსური ხასიათის ეკონომიკური დისციპლინაა, რაც იმაში მდგომარეობს, რომ სახალხო მეურნეობის კონკრეტული დარგების განვითარების მიზანია მოსახლეობის მოთხოვნილებათა მაქსიმალური დაკმაყოფილება. მოთხოვნილებანი კონკრეტდებიან კონკრეტული დარგის სპეციფიკის გათვალისწინებით, მათი განზოგადება კი ხდება აღნიშნული ეკონომიკური დისციპლინის მეშვეობით.

§ 3. მოთხოვნილებათა შინაარსი და მათი ანალიზის ადგილი ეკონომიკურ გამოკვლევებში

არსებობს მატერიალური და სულიერი, სოციალური და ბიოლოგიური, ფსიქოლოგიური და სექსუალური მოთხოვნილებები, არცთუ იშვიათად გვხვდება მავნე მოთხოვნილებებიც. მათი ნაწილი კმაყოფილდება ბუნებრივი სიკეთის დახმარებით ადამიანის მონაწილეობის გარეშე. ასეთი სიკეთე არცთუ ისე ბევრია – ესაა მზის სინათლე, ჰაერი, წყალი, მაგრამ ისინი ასრულებენ არსებით როლს, რამდენადაც მათ გარეშე წარმოუდგენელია ცხოვრება. მოთხოვნილებათა უმეტესობა კმაყოფილდება სიკეთით, რომელიც მიიღება ბუნებაზე ადამიანის ზემოქმედების მეშვეობით, ანუ შრომის შედეგს წარმოადგენს და ბოლოს არსებობს მოთხოვნილებები, რომლებიც კმაყოფილდება ბუნების მიერ ნაბოძები სიკეთის გარეშე, მაგალითად, მეგობრული ურთიერთობანი სხვა ადამიანებთან, მოთხოვნილება სიყვარულზე, სქესობრივი გატაცება, ბუნების სილამაზით ტკბობა და ა.შ.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭებათ იმ მოთხოვნილებათა შესწავლას, რომლებიც ასახავენ ადამიანთა ეკონომიკურ ურთიერთობებს, კმაყოფილდებიან ადამიანთა შორის ეკონომიკური ურთიერთობებისა და ადამიანის საქმიანობის შედეგად. ასეთი სახის მოთხოვნილებები წარმოადგენენ სოციალურ-ეკონომიკურ მოთხოვნილებებს.

სულიერი მოთხოვნილებების მნიშვნელოვანი ნაწილი კმაყოფილდება საგნებით, რომელთაც აქვთ ნივთობრივი ფორმა. ანალოგიური ხდება სოციალური მოთხოვნილებებისთვისაც, სამედიცინო მომსახურებაში, ინდივიდთა შრომით საქმიანობაში, საზოგადოების არაშრომისუნარიანი წევრების უზრუნველყოფაში და ა.შ. რომლებიც, თა-

ვის მხრივ, უპირატესად კმაყოფილდებიან ბუნებრივ-შრომითი კეთილდღეობებით. შესაბამისად, როგორც სულიერი, ისე სოცი-ალური მოთხოვნილებები /მიზნობრივი დანიშნულების მიხედვით/ სრული უფლებით შეიძლება მივაკუთვნოთ სოციალურ-ეკონომიკურ მოთხოვნილებებს.

მოთხოვნილებათა ფორმირებასა და განვითარებაში დი-დი მნიშვნელობა ენიჭება შრომისა და საზოგადოებრივი ურთი-ერთობას.

საზოგადოების მოთხოვნილებები [illegible] მოთხოვნილე-ბა, რომელიც [illegible] ისტორიული დონეზე, [illegible] სახე-[illegible] სახეებში, ვიდრე, საზოგადოების, რომელიც მ[illegible]-[illegible] პიროვნების მოთხოვნილება სასურსათო საქონლის ერთიანი მასის წარმოებისა და განაწილებით, პიროვნების მოთხოვნილე-ბა კი [illegible] დაკავშირებული [illegible] ინდივიდუუმთან და ვა-[illegible] ინდივიდუუმის დონეზე, ვიდრე, მისი მოთხოვნილება კვების პროდუქტებზე, რომელიც კმაყოფილდება რაციონალური და ფიზიოლოგიური ნორმების მიხედვით.

მოთხოვნილებების განსაზღვრა უნდა პასუხობდეს შემ-დეგ მეთოდოლოგიურ მოთხოვნებს: ახასიათებდეს მას, როგორც სო-ციალურ-ეკონომიკურ კატეგორიას, აღნიშნავდეს მის სპეციფიკურ ისტორიულობას და ადამიანთა შორის ურთიერთობის გამოხატვის შესაძლებლობას, აჩვენებდეს მის ობიექტურ დამოკიდებულებას მა-ტერიალურ და სოციალურ პირობებზე.

აღნიშნულის გათვალისწინებით – სოციალურ-ეკონომიკურ მოთხოვნილებებს მივაკუთვნებთ ურთიერთობანი ადამიანისა და მატერიალურ სამყაროს /ბუნებრივი და სოციალური გარემო/ შორის და სიცოცხლის პროცესის უზრუნველყოფა ბუნებრივ-შრომითი კეთილ-

დღეობების კლასწარმოების ბაზაზე, საზოგადოების მოცემული სოციალური სისტემისა და წარმოებისა და კულტურის განვითარების მიღწეული დონის პირობებში.

მოთხოვნილებათა სისტემა განიხილება, როგორც მატერიალური, სულიერი და სოციალური მოთხოვნილებების ჯგუფების ერთობლიობა.

მატერიალური მოთხოვნილებები არსებობენ ადამიანის ცხოვრების წარმოშობის დღიდან. სულიერი და სოციალური მოთხოვნილებები კი წარმოიშვნენ ადამიანთა საზოგადოების განვითარების პროცესში და შეიძლება ვუწოდოთ "ისტორიულად" შეძენილი მოთხოვნილებები.

ცივილიზაციის განვითარების პროცესში სულიერი და სოციალური მოთხოვნილებები /განათლებაზე, კულტურაზე, შემოქმედებით შრომაზე და ა.შ./ ხდებიან ისევე ბუნებრივნი და აუცილებელნი, როგორც მატერიალური მოთხოვნილებები, რამდენადაც ისინი დაკავშირებულნი არიან ოჯახის სოციალურ ბუნებასთან.

მატერიალურ მოთხოვნილებებს გადამწყვეტი როლი ეკუთვნის ცხოვრების პროცესში, რამდენადაც მათი დაკმაყოფილების გარეშე ადამიანის ორგანიზმს ფუნქციონირება არ შეუძლია.

მოთხოვნილებათა მეორე ტიპს მიეკუთვნება სულიერი მოთხოვნილებები: განათლების მიღებაზე, შემოქმედებაზე, კულტურულ ფასეულობათა დაუფლებაზე, კლასიკური ლიტერატურის გაცნობაზე, მუსიკით ტკბობაზე და ა.შ. აქ ვლინდება ფრიად მნიშვნელოვანი დამოკიდებულება: რაც უფრო მაღალია ადამიანის ინტელექტი, მით უფრო იზრდება მისი სულიერი მოთხოვნილებებიც.

სოციალურ მოთხოვნილებებს მიეკუთვნება: შრომის პირობები, ხასიათი და ბუნება, დასაქმებულობა, ჯანმრთელობის დაცვა,

საზოგადოების მიერ დახმარების გაწევა არაშრომისუნარიანი ადამიანების მიმართ, თავისუფალი დროის მიცემა, და ა.შ. ეს მოთხოვნილებები სოციალურად განპირობებული არიან, რამდენადაც მათი ფორმირება და რეალიზაცია უშუალოდ დაკავშირებული საზოგადოებრივ ცხოვრებასთან, ინდივიდუუმის საზოგადოებრივ ყოფიერებასთან, მის პროფესიულ და საზოგადოებრივ საქმიანობასთან.

სოციალისტური საზოგადოების განვითარების კვალობაზე სოციალური მოთხოვნილებები იძენენ სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას, განსაკუთრებით კი ისეთი მოთხოვნილებები, რომლებიც დაკავშირებული არიან ადამიანის შრომით საქმიანობასთან: შრომის მოტივაცია, შრომის პირობებით და ხასიათით დაკმაყოფილება, პროფესიის პრესტიჟულობითა და პროფესიული ოსტატობით, კვალიფიკაციითა და ფიზიკური და ინტელექტუალური შესაძლებლობების განვითარებით უზრუნველყოფა.

მატერიალურ მოთხოვნილებებს აქვთ შედარებით გაჯერების ფიზიოლოგიური ზღვარი, სულიერი და სოციალური მოთხოვნილებები კი გაცილებით ელასტიკურია, მათ განვითარებასა და ამაღლებას არსებითად საზღვარი არა აქვს. განვითარებულ სოციალისტურ საზოგადოებაში მიმდინარეობს სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნილებების ერთიანი სისტემის ამაღლების უწყვეტი პროცესი სულიერი და სოციალური მოთხოვნილებების უპირატესი ზრდის პირობებში. ეს სრულიადაც არ ცვლის მატერიალური მოთხოვნილებების პრიორიტეტს.

აუცილებელია მკაფიოდ იქნას განსაზღვრული ზოგიერთი /ალკოჰოლიან სასმელზე, თამბაქოზე/ მოთხოვნილებათა ადგილი სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნილებების საერთო სისტემაში, რამდენადაც მნიშვნელობა არა აქვს, იქნება თუ არა პროდუქტი აუ-

ცილებრივ ფიზიოლოგიის თვალსაზრისით, სავსებით საკმარისია ის, რომ იგი წარმოადგენს მოხმარების პროდუქტს.

საბჭოთა და უცხოურ სამეცნიერო ლიტერატურაში ამგვარი სახის მოთხოვნილებები /ალკოჰოლიან სასმელებზე, თამბაქოს ნაწარმზე და ა.შ./, როგორც წესი, ხასიათდებიან, როგორც მატერიალური. ყველა სტატისტიკურ კრებულში მონაცემები ალკოჰოლიანი სასმელების წარმოებისა და რეალიზაციის შესახებ მოთავსებულია კვების პროდუქტების განყოფილებაში, საოჯახო სამომხმარებლო ბიუჯეტების გაანგარიშებებში. ხარჯები ალკოჰოლიან სასმელებზე და თამბაქოს ნაწარმზე გახვდება პურზე, რძეზე და კვების სხვა პროდუქტებზე ხარჯების შემდეგ. ამრიგად, ადამიანის ცხოვრებისათვის ყველაზე უფრო აუცილებელი და სასარგებლო პროდუქტების გვერდით არის სრულიად სხვა სახის პროდუქტები.

ალკოჰოლიანი სასმელების მოხმარების მასობრივი ხასიათი, მათი მოხმარების სიხშირე, გვაიძულებენ ჩავთვალოთ ისინი ადამიანის ერთ-ერთ მოთხოვნილებად. თუმცა, ვაღიარებთ რა ამ მოთხოვნილების არსებობას, როგორც იქნა დადგა დრო, რომ არ ჩავთვალოთ ალკოჰოლიან სასმელებზე მოთხოვნილება ბუნებრივ მოთხოვნილებად.

ალკოჰოლიან სასმელებზე, თამბაქოს ნაწარმზე და ა.შ. მოთხოვნილება უნდა გამოირიცხოს მატერიალური ბუნებრივი მოთხოვნილებების რიცხვიდან და გამოიყოს დამოუკიდებელ ჯგუფად, რომელსაც შეიძლება ეწოდოს წარმოსახვითი ირაციონალური მოთხოვნილება.

მოთხოვნილებათა შესწავლის განუყოფელი ნაწილია მათი ეკონომიკური ანალიზი, რომელიც გამოიყენება სახალხო მეურნეობის, დარგებისა და ქვედარგების დაგეგმვისათვის, გეგმის შედეგის შეფასებისა და მისი შესრულების შემოწმების დროს.

ეკონომიკური ანალიზი გულისხმობს ეკონომიკური მოვლენებისა და პროცესების ღრმა, ყოველმხრივ შესწავლას. განვითარებული სოციალიზმის პირობებში გეგმური მაჩვენებლების შესრულება სახალხომეურნეობრივი საქმიანობის შეფასების ძირითადი კრიტერიუმია.

აღნიშნულიდან გამომდინარე მოთხოვნილებათა ეკონომიკური ანალიზის ძირითადი ამოცანებია: სახალხომეურნეობრივი გეგმების შესრულების დონის განსაზღვრა. კონკრეტულად, ვაჭრობის ძირითადი მაჩვენებლის - საცალო საქონელბრუნვის გეგმის შესრულების დონის განსაზღვრისათვის აუცილებელია საცალო საქონელბრუნვის მაჩვენებლის მოთხოვნასთან, როგორც მოთხოვნილების გამოვლენის სპეციფიკურ ფორმასთან შედარება, საცალო საქონელბრუნვის მიმდინარე პერიოდის მაჩვენებლების გასული პერიოდის მაჩვენებლებიდან გადახრის განსაზღვრა და ამის საფუძველზე, სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის დაკმაყოფილების დონის შეფასება, საცალო საქონელბრუნვის გეგმიდან, ან გასული პერიოდის მაჩვენებლებიდან გადახრების გამომწვევი მიზეზების დადგენა, სასაქონლო რესურსებისა და საცალო საქონელბრუნვის ზრდის რეზერვების გამოვლენა.

მოთხოვნილებათა ეკონომიკურ ანალიზს დიდი მნიშვნელობა აქვს სახალხომეურნეობრივი დაგეგმვის პროცესში, ვინაიდან მეურნეობის განვითარების ფაქტიური მდგომარეობა არ შეიძლება იყოს დაგეგმვის ამოსავალი მომენტი, როგორც ამას ადგილი აქვს ხოლმე. ამიტომ მოთხოვნილებათა ეკონომიკური ანალიზის დონეზე ბევრადაა დამოკიდებული საგეგმო დავალებათა მეცნიერულ ეკონომიკური დასაბუთებულობა.

მოთხოვნილებათა ეკონომიკური ანალიზის პროცესი შეიძლება დაიყოს სამ სტადიად: მოთხოვნილებათა შესახებ მასალების

შერჩევა და მომზადება საანალიზოდ, მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მაჩვენებლისა შესწავლა საანალიზო პერიოდში, დასკვნებისა და წინადადებების შემუშავება.

ამრიგად, მოთხოვნილებათა ეკონომიკურ ანალიზს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სახალხო მეურნეობის, დარგებისა და ქვედარგების ძირითად მაჩვენებლის დაგეგმვის პროცესში.

მოთხოვნილებათა ეკონომიკურ ანალიზს განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სახალხო მოხმარების მწარმოებელი დარგებისა და ვაჭრობის დაგეგმვის პროცესში. ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს სახალხო მოხმარების საგნებზე მოსახლეობის მზარდ მოთხოვნილებათა რაც შეიძლება სრულად დაკმაყოფილების ამოცანის განხორციელებასთან, რაც უშუალოდ გამომდინარეობს სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონიდან.

§ 4. კურსის აქტუალობა და პრაქტიკული მიმართულება, საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა შესწავლის მნიშვნელობა სახალხო მეურნეობის, დარგებისა და ქვედარგების დაგეგმვისა და მართვისათვის

მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსი აგებულია მარქსიზმ-ლენინიზმის კლასიკოსების ფუნდამენტური დებულებების საფუძველზე, მოთხოვნილებებისა და მოთხოვნის შესახებ, აგრეთვე სკკპ ყრილობების, პლენუმების გადაწყვეტილებათა შუქზე ხალხის ცხოვრების დონის ამაღლებისა და მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესების საკითხებზე.

განვითარებული სოციალიზმის თეორიული ბაზის სრულყოფა შეუძლებელია მოთხოვნილებათა სისტემის შემსწავლელი მეცნიერების გარეშე. ადამიანის მრავალფეროვან მოთხოვნილებათა

მაქსიმალური დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა-განვითარებული სოციალიზმის უზენაესი მიზანი. მოთხოვნილებათა სისტემის შესწავლელი კონკრეტულ-ეკონომიკური მეცნიერული დისციპლინა მიზნად ისახავს კომპლექსური, სისტემური მიდგომის პოზიციებიდან განიხილოს მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების იერარქიული სურათი, მოთხოვნილებათა ფორმირებისა და რეალიზაციის თავისებურებანი, განვითარებულ სოციალისტურ საზოგადოებაში, კონკრეტული დარგების კონკრეტული მოთხოვნილებანი სოციალიზმის ძირითადი მიზნის რეალიზაციის პროცესში და ა.შ.

ამრიგად, მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსის ჩამოყალიბების აუცილებლობა განაპირობა ხალხის ცხოვრების დონის ამაღლებისა და მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესების ამოცანამ, ხუთწლიანი და პერსპექტიული გეგმების დავალებათა შესრულების ეკონომიკური დასაბუთების საჭიროებამ და ა.შ.

კურსის აქტუალობა იმაში მდგომარეობს, რომ იგი უშუალოდ გამომდინარეობს პარტიის ეკონომიკური სტრატეგიისა და ტაქტიკის განხორციელების ამოცანიდან, სახალხომეურნეობრივი კომპლექსების ჩამოყალიბების აუცილებლობიდან და შესაძლებლობიდან.

რას გულისხმობს პარტიის ეკონომიკური სტრატეგია და ტაქტიკა თანამედროვე ეტაპზე?

უპირველეს ყოვლისა, ეკონომიკის განვითარების დაჩქარებას მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის ფართო გამოყენების საფუძველზე.

ეკონომიკის განვითარების დაჩქარების კონცეფციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური დასაბუთება შესაძლებელია მხოლოდ მოთხოვნილებათა სისტემის მაღალმეცნიერულ დონეზე შესწავლის შედეგად.

70-80-იან წლებში ქვეყნის განვითარება ეკონომიკურ-სო-
ციალურ სფეროში ინერციით ხდებოდა, ნაკლებად გაითვალისწინე-
ბოდა მართვის პროცესში პირადი და საზოგადოებრივი მოთხოვნი-
ლებების სისტემა. მოთხოვნილებათა სისტემის უგულებელყოფამ
მნიშვნელოვანწილად განაპირობა სახალხო მეურნეობის მართვის
აპარატის გაბერვა, მართვის ზედმეტი რგოლების წარმოშობა, მო-
სახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების გაუარესება.

ამან განაპირობა, რომ ბოლო წლებში დიდი ყურადღება
მიექცა მოთხოვნილებათმცოდნეობის საკითხების თეორიულ-მეთოდო-
ლოგიურ დასაბუთებას. ბევრი საკითხი სადისკუსიოა, შემდგომ
კვლევას საჭიროებს. ფაქტი კი ერთია, მოთხოვნილებათმცოდნე-
ობის საკითხების სიღრმისეული გაშუქება, მარტო თეორიულ-მეც-
ნიერული ინტერესებიდან როდი გამომდინარეობს, მოთხოვნილებათ-
მცოდნეობის კურსს პრაქტიკული მიმართულებაც აქვს.

რაში მდგომარეობს ეს პრაქტიკული მიმართულება?

მოთხოვნილებათმცოდნეობის ფუძემდებლური საკითხები
მარქსიზმ-ლენინიზმის კლასიკოსებმა ჩამოაყალიბეს, მაგრამ მათ
არ მოუციათ მოთხოვნილებათა სისტემატიზაცია. ეს პრობლემები
თეორიული დისკუსიის ობიექტი უფრო იყო. მოთხოვნილებები განი-
ხილებოდნენ ფილოსოფიური, ფსიქოლოგიური, ეკონომიკური თვალსა-
ზრისიდან, გავიხსენოთ თუნდაც ცნობილი ქართველი ფსიქოლოგის
დ.უზნაძის "განწყობის თეორია", რომლის ძირითადი კომპონენტიც
სწორედ მოთხოვნილებათა მოტივაციაა. მიუხედავად ამისა, მოთხოვ-
ნილებათმცოდნეობა ფსიქოლოგიური მეცნიერების დამოუკიდებელ მი-
მართულებად როდი ჩამოყალიბდა.

მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზი-
რების კურსის პრაქტიკული მიმართულება იმაში მდგომარეობს, რომ

კურსის ძირითადი დებულებანი გამოყენებულ იქნას დაგეგმვისა და მართვის პრაქტიკაში.

ამით ამაღლდება დაგეგმვისა და მართვის თანამედროვე დონე, სახალხო მეურნეობის დაჩქარებული განვითარების კონცეფციის მოთხოვნათა შესაბამისად.

ეკონომისტებმა დაასაბუთეს, რომ სახალხო მეურნეობის დაჩქარებული განვითარების სტრატეგიის საფუძველია დაგეგმვისა და მართვის სისტემის არსებითი გაუმჯობესება.

საზოგადოებრივი მოთხოვნილებათა ცოდნას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს მართვის სისტემის გაუმჯობესების საქმეში. დაჩქარების კონცეფციის თანახმად, რომელიც სკკპ XXVII ყრილობამ შეიმუშავა, მართვის სისტემის გარდაქმნის საფუძველია სახალხომეურნეობრივი კომპლექსების შემუშავება.

აგროსამრეწველო კომპლექსის ერთიანი მექანიზმის ჩამოყალიბებას საფუძვლად დაედო ერთიანი საბოლოო მიზანი – საზოგადოებრივი მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება კვების პროდუქტებზე.

დღის წესრიგში დგას მართვის სხვა სახალხომეურნეობრივი კომპლექსების ჩამოყალიბების საკითხი. ერთ-ერთი ასეთი კომპლექსია სწორედ მანქანათმშენებლობის კომპლექსი. უკვე შეიქმნა კიდეც მართვის ახალი ორგანო- სსრ კავშირის მინისტრთა საბჭოსთან არსებული მანქანათმშენებლობის ბიურო.

მანქანათმშენებლობის კომპლექსის ჩამოყალიბების აუცილებლობა დღის წესრიგში თვით ცხოვრებამ დააყენა. ამ კომპლექსის ჩამოყალიბების მიზანია საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება მანქანათმშენებლობის პროდუქციაზე.

დღის წესრიგში დგას ენერგეტიკული კომპლექსის ჩამოყალიბების საკითხი. ენერგეტიკის სამინისტრო საკმარისი აღარ

არის ან დარგის სამართავად. აქაც საჭიროა მართვის კომპლექსური ორგანო. ენერგეტიკული კომპლექსის საბოლოო მიზანია საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება ენერგეტიკული მრეწველობის პროდუქციაზე.

უახლოეს მომავალში დარგობრივი სამინისტროების ნაცვლად ალბათ გაჩნდება მართვის კომპლექსური ორგანოები, რომელთა ჩამოყალიბებაც დაქვემდებარება საბოლოო მიზანს - საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას ამა თუ იმ კონკრეტული მიმართულებით, გამომდინარე იქიდან, თუ რა სახე ექნება სახალხომეურნეობრივი კომპლექსის ფარგლებში ფუნქციონირებად საბოლოო მაჩვენებლების სისტემას.

სახალხო-მეურნეობრივი კომპლექსების შექმნის პრობლემა არსებობს როგორც წარმოებით /აგროსამრეწველო კომპლექსი, მანქანათმშენებლობის კომპლექსი, ენერგეტიკული კომპლექსი, მშენებლობის კომპლექსი და სხვ./, ისე არაწარმოებით სფეროშიც /ვაჭრობა, საყოფაცხოვრებო მომსახურება, ჯანმრთელობის დაცვა, განათლება, კულტურა და ა.შ./.

ჩვენი აზრით, დღის წესრიგში დგას მოთხოვნის მართვის დარგთაშორისი კომპლექსის ჩამოყალიბების საკითხიც.

რესპუბლიკაში არ არსებობს ერთიანი ორგანო მოსახლეობის მოთხოვნის მართვისათვის. როცა მსჯელობენ მოსახლეობის მოთხოვნაზე, პირველ რიგში გულისხმობენ მოთხოვნას სახალხო მოხმარების საქონელზე. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მოსახლეობის მოთხოვნა არსებობს არა მარტო სახალხო მოხმარების საქონელზე, არამედ საზოგადოებრივი კვების პროდუქციაზე და მომსახურებაზეც.

საქართველოს სსრ-ში მომწიფდა მოთხოვნის შესწავლის აუცილებლობა, საზოგადოებრივი კვების პროდუქციაზე და საყოფაცხოვრებო მომსახურებაზე.

მოთხოვნისა და მომსახურებაზე მოთხოვნის კომპლექსური მართვისათვის მიზანშეწონილია შეიქმნას მართვის ახალი ორგანო - რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭოსთან არსებული საქონელზე და მომსახურებაზე მოთხოვნის მართვის კომიტეტი.

სახალხომეურნეობრივი კომპლექსების კონცეფციის თანახმად, მიზანშეწონილია, შეიქმნას მართვის დარგთაშორისი კომპლექსი "მოთხოვნა"- მართვის საკუთარი ორგანოთი და საინფორმაციო-გამოთვლითი ცენტრით, რომლის ბაზაზე შეიქმნება მოთხოვნის მართვის დარგთაშორისი კომპლექსის მართვის ავტომატიზებული სისტემა.

მართვის დარგთაშორისი კომპლექსის "მოთხოვნის" შექმნის საბოლოო მიზანია ხელი შეუწყოს მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას საქონელსა და მომსახურებაზე.

საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა ცოდნის გარეშე შეუძლებელია სახალხო მეურნეობის, დარგების, და ქვედარგების დაგეგმვა და მართვა.

სხვაგვარადაა საქმე კაპიტალისტურ საზოგადოებაში, სადაც ეკონომიკის ფუნქციონირების საბოლოო მიზანი მონოპოლიურად მაღალი მოგების მიღების უზრუნველყოფაა. საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა სისტემა კაპიტალისტური მეურნეობის მიზნის ფორმირებაში არ ფიგურირებს. საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას აქ უსისტემო და სტიქიური ხასიათი აქვს, რაც ჩვენი საზოგადოებისათვის მიუღებელია.

განვითარებული სოციალიზმის პირობებში ცალკეული დარგებისა და ქვედარგების დაგეგმვისა და მართვის მიზანი მდგომარეობს საზოგადოებრივი მოთხოვნილების რომელიმე ქვესისტემის დაკმაყოფილებაში. მაგალითად, ჯანმრთელობის დაცვის, როგორც არა-

ნაწარმოებით დარგის ფუნქციონირების მიზანია საზოგადოებრივი მოთხოვნილების სპეციფიკური საზოგადოების წევრთა ფიზიკური ჰარმონიისა და ჯანმრთელობის უზრუნველყოფა.

გამომდინარე იქიდან, რომ საზოგადოებრივი მოთხოვნილებათა კონკრეტული ქვესისტემის დაკმაყოფილება არის ამა თუ იმ სახალხო მეურნეობრივი დარგის დაგეგმვის საბოლოო მიზანი, დარგის დაგეგმვის მაჩვენებელთა სისტემა უნდა ემყარებოდეს არა დარგის განვითარების ფაქტიურ დონეს, არამედ დარგის სპეციფიკით გათვალისწინებულ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებას.

აღნიშნულის საილუსტრაციოდ შეიძლება მოვიყვანოთ საცალო საქონელბრუნვა, როგორც საბჭოთა ვაჭრობის ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებელი. საცალო საქონელბრუნვის გეგმა ასახავს მოსახლეობაზე მისაყიდი სახალხო მოხმარების საქონლის მოსალოდნელ სიდიდეს, საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის დროს ძირითადად ეყრდნობიან საცალო საქონელბრუნვის გეგმის შესრულების ფაქტიურ დონეს, ანგარიშობენ რა ზრდის სათანადო ტემპს.

საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვისადმი ამგვარი მიდგომა მეთოდოლოგიურად მცდარია. სინამდვილეში, ფაქტიური საცალო საქონელბრუნვა სხვა არაფერია, თუ არა რეალიზებული მოთხოვნა. ამოსავალ პოზიციად რეალიზებული მოთხოვნის აღიარება იმთავითვე ამცირებს საცალო საქონელბრუნვის გეგმის ოპტიმალურობას, რამდენადაც თვალთახედვის არედან იკარგება დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის არსებობა.

საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის მიზანია მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება სახალხო მოხმარების საქონლით. რამდენადაც რეალიზებული მოთხოვნა ვერ ასახავს საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის მიზანს დაუკმაყოფილებელი მოთხო-

ვნის არსებობის გამო, ამდენად საჭიროა რეალური მოთხოვნილე-ბის ცოდნა, და არა რეალიზებულის.

საბჭოთა ეკონომიკურ ლიტერატურაში აღნიშნული პრობლე-მის გარშემო მრავალი თვალსაზრისია გამოთქმული, ზოგჯერ ურთი-ერთსაწინააღმდეგოც. საჭიროა პრობლემის საბოლოო დაზუსტება.

დაჩქარების სტრატეგია სახალხო მეურნეობის სხვა და-რგების თანაბრად ვაჭრობასაც ეხება. ასეთ პირობებში რა თქმა უნდა იზრდება საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის საბოლოო მიზ-ნის როლი და მნიშვნელობა.

გამომდინარე აქედან, შეიძლება დავაკონკრეტოთ საცალო საქონელბრუნვის ერთწლიანი, ხუთწლიანი და გრძელვადიანი გეგმე-ბის ოპტიმალობის კრიტერიუმები.

ოპტიმალურად შეიძლება მივიჩნიოთ საცალო საქონელბრუნ-ვის ისეთი ერთწლიანი გეგმა, რომელიც მაქსიმალურად უახლოვდება მოთხოვნის ერთწლიან პროგნოზს პლუს ჩაკმაყოფილებელი მოთხოვნის პროგნოზული სიდიდე/.

ოპტიმალურად შეიძლება მივიჩნიოთ საცალო საქონელბრუნ-ვის ისეთი ხუთწლიანი გეგმა, რომელიც მაქსიმალურად უახლოვდება მოთხოვნის ხუთწლიან პროგნოზს / საცალო საქონელბრუნვის ხუთწლი-ან პროგნოზს პლუს დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის პროგნოზული სი-დიდე/.

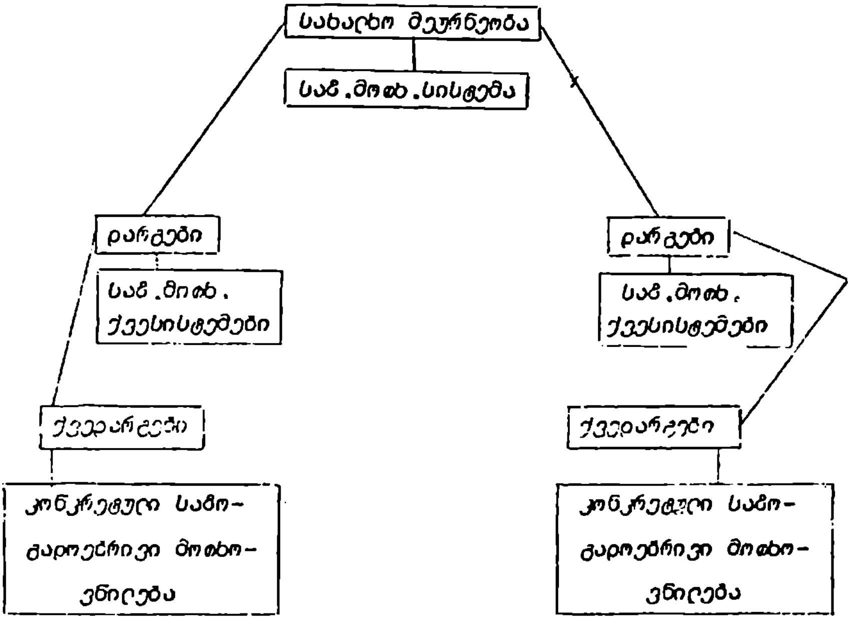
ვაჭრობაში დაჩქარების სტრატეგიის თანახმად მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის ფართო გაშლის საფუძველზე მოსალოდნელია კარდინალური ძვრები მოსახლეობის მოთხოვნის დაკმაყოფილების გა-უმჯობესების საქმეში. საცალო საქონელბრუნვის ხუთწლიანი გეგმის ოპტიმალურობის კრიტერიუმში ამ მოვლენის ასახვა აუცილებელია. მი-უხედავად ამისა, ოპტიმალურობის კრიტერიუმი მაინც ითვალისწინებს

დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის არსებობას ხუთწლიანი პერიოდის განმავლობაში იმ თვალსაზრისით, რომ ის მინიმუმამდე იქნას დაყვანილი.

რაც შეეხება საცალო საქონელბრუნვის გრძელვადი-ანი გეგმების ოპტიმალურობის კრიტერიუმს, ამ შემთხვევაში უნდა ამოვიდეთ იქიდან, რომ დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა აღარ იარსებებს და მოსახლეობა კვების ძირითად პროდუქტებს მიიღებს ფიზიოლოგიური ნორმების, ხოლო ძირითად არასასურსა-თო საქონელს რაციონალური ნორმების საფუძველზე. სხვა სიტყ-ვებით, განხორციელდება საცალო საქონელბრუნვის დაგეგმვის ზემოთ აღნიშნული საბოლოო მიზანი.

ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დაჩ-ქარების სტრატეგია დღის წესრიგში აყენებს მთლიანად სახალხო მეურნეობის, მისი ცალკეული დარგებისა და ქვედარგების დაგეგ-მვისა და მართვის სისტემის არსებით გაუმჯობესების ამოცანას. ამ შემთხვევაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საზოგადოებრივ მო-თხოვნილებათა სწორ, მეცნიერულ კლასიფიკაციას პირამიდის პრინ-ციპით, როცა მოთხოვნილებათა აგრეგაციის ხარისხი მცირდება და-გეგმვისა და მართვის აგრეგაციის ხარისხის შემცირებასთან ერ-თად / სახალხო მეურნეობის დაგეგმვა და მართვა, დარგების და-გეგმვა და მართვა, ქვედარგების დაგეგმვა და მართვა/.

სქემატურად ეს შემდეგნაირად შეიძლება წარმოვიდგი-ნოთ:



სქემა 1

როგორც სქემიდან ჩანს, სახალხო მეურნეობის დაგეგმვა და მართვა ემორჩილება საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა სისტემას, როგორც ერთიანი სამეურნეო მექანიზმის /სახალხო მეურნეობის/ ფუნქციონირების საბოლოო მიზანს.

დარგების დაგეგმვა და მართვა ემორჩილება საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა ქვესისტემებს, როგორც დარგების ფუნქციონირების საბოლოო მიზნებს.

ქვედარგების დაგეგმვა და მართვა ემორჩილება კონკრეტულ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებებს, როგორც ქვედარგების ფუნქციონირების საბოლოო მიზნებს.

სკკპ XXVII ყრილობის გადაწყვეტილებათა შუქზე კიდევ

უფრო დიდი ყურადღება მიექცა საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა ცოდნას სახალხო მეურნეობის დარგებისა და ქვედარგების დაგეგმვისა და მართვის საქმეში. საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა წინა პლანზე წამოწევამ კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენა ტრადიციული მართვის სისტემის ყოფნა-არყოფნის საკითხი. იგივე შეიძლება ითქვას დაგეგმვის სისტემის შესახებაც.

2000 წლამდე პერიოდისათვის ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ძირითადი მიმართულებების თანახმად საუკუნის ბოლომდე არსებითი ცვლილებები მოხდება დაგეგმვისა და მართვის სფეროში. ამ ცვლილებათა ორიენტირი გახდება საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა მაქსიმალური დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა.

ამრიგად, სოციალისტური კვლავწარმოების პროცესის გეგმაზომიერი მართვა გამომდინარეობს ძირითადად იმ დებულებიდან, რომ სახალხო მეურნეობის დაგეგმვის ამოსავალი პუნქტი გახდეს საბოლოო პროდუქტზე მოთხოვნილების ანალიზი და პროგნოზი. მოთხოვნილების ანალიზის საფუძველზე განისაზღვრება გეგმის მთავარი მიზანი, საბოლოო პროდუქტის ზრდის ტემპები და სტრუქტურა. მოთხოვნილებისა და რესურსების შედარების საფუძველზე ყალიბდება გეგმის ძირითადი პროპორციები.

განვითარებული სოციალიზმის პირობებში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა იმას, რომ გეგმებში გათვალისწინოთ საზოგადოებრივი მოთხოვნილებები. ეს იმას ნიშნავს, რომ ქვეყნისათვის სულ ერთი არაა, რა პროდუქციას ვაწარმოებთ, არამედ მთავარია, ვაწარმოოთ მხოლოდ ის პროდუქცია, რომელზედაც არის მოთხოვნილება, რომელიც უთუოდ მოიხმარება წარმოებისა და საზოგადოების მიერ.

§ 5. სკკპ XXVII ყრილობა მშრომელთა მოთხოვნილებების შესწავლისა და მაქსიმალური დაკმაყოფილების პრობლემის შესახებ. მოთხოვნილების, ცხოვრების დონისა და სახალხო კეთილდღეობის ცნებათა არსი

პარტიის სოციალურ პოლიტიკაში პრინციპული მნიშვნელობა ენიჭება მოსახლეობის მზარდი მოთხოვნის უფრო სრულად დაკმაყოფილებას. გადაჭარბებული არ იქნება თუ ვიტყვით, რომ დღეს ეს ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური ამოცანაა. მის გადაწყვეტასთან უშუალოდ არის დაკავშირებული შრომის მატერიალური სტიმულების განმტკიცება, არასამუშაო დროის რაციონალური გამოყენება, საბჭოთა ადამიანების განწყობილება, დეფიციტით წარმოქმნილი ნეგატიური მოვლენების დაძლევა.

უპირველეს ყოვლისა, დასახულია ამოცანა გავაუმჯობესოთ მოსახლეობის უზრუნველყოფა სურსათით, განსაკუთრებით ხორცის, რძის პროდუქტებით, ბოსტნეულით და ხილით. სწორედ ამას ისახავს მიზნად სსრ კავშირის სასურსათო პროგრამა. მასში დასახული წარმოების დონის მიღწევა 1990 წელს საშუალებას მოგვცემს სერიოზულ, უფრო დიდ ძვრებს მივაღწიოთ ხუთწლედის განმავლობაში კვების სტრუქტურასა და ხარისხში.

პროგრესული ცვლილებები უნდა განხორციელდეს სამრეწველო საქონლის მოხმარებაშიც. ბოლო წლებში ამ საქონლით მოსახლეობის უზრუნველყოფის დონე მნიშვნელოვნად ამაღლდა, მრავალი ნაწარმით ბაზარი გაჯერებულია. ახლა წინა პლანზე დგება უფრო რთული პრობლემა — ხარისხისა და ასორტიმენტის პრობლემა. სახალხო მოხმარების საქონლის წარმოებისა და მომსახურების სფეროს განვითარების კომპლექსურ პროგრამაში განსაზღვრულია საქონ-

ლის გამოშვების გარდაქმნის მიმართულებანი. ამ საკითხის გადაწყვეტაში აქტიური როლი დაეკისრება ვაჭრობას. როგორც სკკპ XXVII ყრილობის მასალებში იქნა აღნიშნული: "სსრ კავშირის ვაჭრობის სამინისტრო, "ცენტროსოიუზი" ნელა აღმოფხვრიან ნაკლოვანებებს, ხშირად უპრინციპო, პასიური პოზიცია უკავიათ იმ საწარმოების მიმართ, რომლებიც მდარე ხარისხის ნაწარმს უშვებენ, არაოპერატიულად მანევრირებენ სასაქონლო რესურსებით, ჯეროვნად არ შეისწავლიან სამომხმარებლო მოთხოვნას". ჯერ კიდევ შეუწყნარებლად დაბალია ვაჭრობისა და მოსახლეობის მომსახურების კულტურა. როცა მოდური ნაწარმის ასორტიმენტისა და გამოშვების გაფართოების საკითხები წყდება, რა თქმა უნდა, არ შეიძლება უსაფუძვლოდ შემცირდეს იაფი, მაგრამ კარგი ხარისხის საქონლის წარმოება, უპირატეს ყოვლისა, ბავშვებისა და ხანდაზმულთათვის.

მოთხოვნილება — საერთო სიცოცხლისათვის დამახასიათებელი მოძრაობის განსაკუთრებული ფორმაა. ადამიანური მოთხოვნილება კი მოძრაობის უმაღლესი ფორმაა. ამ მოთხოვნილებათა წარმოშობა კი, - წერენ მარქსი და ენგელსი, - ისევე როგორც მათი დაკმაყოფილება, თვით არის ისტორიული პროცესი.

ადამიანის მოთხოვნილება რთული სოციალური მოვლენაა. იგი წარმოიშობა გარემოსთან ურთიერთობაში, ადამიანისათვის სპეციფიკური სიცოცხლის წარმოებისა და აღწარმოების პროცესში, პიროვნების მატერიალური და სულიერი ცხოვრებისათვის დამახასიათებელი სიცოცხლის რიტმის; წონასწორობის დარღვევის შედეგად, რაც სუბიექტურ და ობიექტურ გარემოში მიმდინარე მუდმივი ცვლილებების გამო სისტემატურად ირღვევა და აღდგენას საჭიროებს. მოთხოვნილება ამ საჭიროების ასახვაა, განცდაა, ხოლო აქტიური-

ბა, მოქმედება – მისი დაკმაყოფილების და წონასწორობის აღ-დგენის საშუალება.

ადამიანის მოთხოვნილება ერთდროულად ფიზიოლოგიური პროცესიცაა და მისი შესაფერისი ფსიქიკური განცდაც.

გრძნობის ორგანოებისა და აზროვნების საშუალებით საგნებისა და მოვლენების შესახებ სხვადასხვა დროს წარმოშო-ბილი შინაარსი ადამიანის ცნობიერებაში განვითარების იმ სტადიას გადის, რომლის შესაბამისად ყალიბდება ცოდნა, რწმენა, თეორიული და პრაქტიკული მოთხოვნილებები.

უმოთხოვნილებოდ არც ერთ ცოცხალ არსებას არ შეუძლია აქტიურ მატერიალურ ძალად იქცეს. პიროვნება, კოლექტივი, კლა-სი გარკვეული მოქმედების განხორციელებისათვის მატერიალურ ძალად მხოლოდ მაშინ იქცევა, თუ ეს მოქმედება უშუალო პრაქ-ტიკული მოთხოვნილება ან მისი დაკმაყოფილების რაიმე საშუა-ლებაა, ე.ი. ინტერესი მოთხოვნილების უფრო მაღალი ფორმაა. იგი მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მოთხოვნილებაა.

იდეების, თეორიების, ამოცანების მატერიალურ ძალად გადაქცევისა და პრაქტიკული განხორციელების ერთადერთი გზა ის არის, რომ მათი განხორციელება გახდეს მასების უშუალო პრაქტი-კული მოთხოვნილება.

პრაქტიკული მოთხოვნილება არ არსებობს უშუალოდ გან-ცდაში მოცემული მდგომარეობის გარეშე. თეორიული და პრაქტიკული მოთხოვნილებები იმით განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, რომ პირ-ველი მხოლოდ ცნების, იდეის სახით არსებობს, მეორე კი უშუალო მდგომარეობის სახით. ე.ი. როგორც ცნობილი ფსიქოლოგი დ.უზნა-ძე აღნიშნავს, საქმე გვაქვს მოთხოვნილებასთან და მოთხოვნილე-ბის იდეასთან. მარქსი იგივე მოვლენებს უწოდებს თეორიულ და

პრაქტიკულ მოთხოვნილებებს. პრაქტიკული მოთხოვნილება თეორიულისაგან განსხვავებით, მატერიალურ ძალასაც წარმოადგენს და აქტივობას, მოქმედებას უდევს საფუძვლად.

როდესაც საქმე ეხება გონივრულ და არაგონივრულ მოთხოვნილებებს, იგი პირველ რიგში და არსებითად, გულისხმობს პრაქტიკული მოთხოვნილებების შეფასებას, რომელთა დაკმაყოფილებაც ადამიანის ნებისმიერი მოქმედებაა. გონივრულია პრაქტიკული მოქმედების მოთხოვნილებები, რომელთა დაკმაყოფილება მოცემულ სიტუაციაში ობიექტურად აუცილებელია და შესაძლებელი, ხოლო დაკმაყოფილების მოქმედება შეესაბამება პიროვნებისა და საზოგადოების ინტერესებს, ხელს უწყობს პიროვნების ყოველმხრივ სრულყოფასა და საზოგადოების პროგრესს.

როგორც სკკპ პროგრამის ახალ რედაქციაშია აღნიშნული, პარტია ისეთი ღონისძიებების განხორციელებას ითვალისწინებს, "... რომლებიც სახავენ საზოგადოებისა და პიროვნების გონივრულ მოთხოვნილებათა სრული დაკმაყოფილების შესაძლებლობას". აქ პიროვნების გონივრულ მოთხოვნილებებში იგულისხმება სწორედ ის პრაქტიკული მოთხოვნილებები, რომელთა დაკმაყოფილება საზოგადოების განვითარების მოცემულ ეტაპზე, ყოველ კონკრეტულ პირობებში აუცილებელიცაა და შესაძლებელიც, შეესაბამება პიროვნებისა და საზოგადოების ინტერესებს, ხელს უწყობს პიროვნების ყოველმხრივ სრულყოფას და საზოგადოების პროგრესს.

"ცხოვრების დონის" ცნების შესახებ ბოლო პერიოდში მრავალი მოსაზრება გამოითქვა როგორც ჩვენს ქვეყანაში, ისე უცხოეთში, მაგრამ დღემდე ერთიანი აზრი არ შემუშავებულა.

ავტორთა ერთი ნაწილი ცხოვრების დონეს განსაზღვრავს მატერიალურ და სულიერ მოთხოვნილებათა მოცულობის მიხედვით,

მეორენი – მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებების უზრუნველყოფის ხარისხით, სხვები კი ორივეს სინთეზს ახდენენ.

ცხოვრების დონის შედარებით სრულყოფილი გაგებაა მოცემული ნ.ი.ბუხლაკოვისა და ვ.ფ.მაიერის, ნ.ს.ლატუტინისა და ვ.გ.ლევინის შრომებში. მათი მოსაზრებით ცხოვრების დონეს განსაზღვრავს მოსახლეობის ცხოვრებისათვის აუცილებელი მატერიალური და სულიერი სიკეთით უზრუნველყოფა და ამ სიკეთით ხალხის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარისხი. კ.მარქსი შრომაში "ხელფასი, ფასი და მოგება" მიანიშნებს, რომ ცხოვრების დონე განისაზღვრება თითოეულ ქვეყანაში ცხოვრების ტრადიციული დონით. იგი შეიცავს არა მარტო ფიზიკური ცხოვრების მოთხოვნათა დაკმაყოფილებას, არამედ იმ განსაზღვრულ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებასაც, რასაც წარმოშობენ საზოგადოებრივი პირობები, რომლებშიც ადამიანები ცხოვრობენ და იზრდებიან"[1]. აქ მოცემულია ცხოვრების დონის ორივე მხარე – ადამიანთა როგორც მატერიალური, ისე კულტურული მოთხოვნილებებით დაკმაყოფილება, რომელიც საზოგადოებრივი განვითარების მიღწეული საფეხურით განისაზღვრება.

უნდა აღინიშნოს, რს გარემოებაც, რომ რადგან ადამიანი თავისი ძირითადი არსით სოციალური ფენომენია, მოსახლეობის ცხოვრების დონე, რა მხრივადაც არ უნდა განვიხილოთ იგი, არსებითად სოციალური კატეგორიაა, რომელიც განსაზღვრულია ობიექტურად მოქმედი სოციალურ-ეკონომიკური კანონებითა და პროცესებით. მოსახლეობის ცხოვრების სოციალურ ბუნებას საფუძვლად უდევს მატერიალური წარმოება, საზოგადოებრივ ურთიერთობათა ერთობლიობა და მასთან

- - - - - - - - - - - - - -

1 კ. მ ა რ ქ ს ი, ფრ. ე ნ გ ე ლ ს ი, რჩეული ნაწერები ორ ტომად, ტ.1, თბ., 1963, გვ.507.

დაკავშირებულ ადამიანთა შეგნებული მიზანდასახული საქმიანობა.

ცხოვრების დონის სოციალური ხასიათი გულისხმობს მოსახლეობის როგორც ეკონომიკურ, ისე სულიერ მოთხოვნილებებს. უნდა აღინიშნოს ის გარემოება, რომ "ადამიანებს პირველყოვლისა უნდა ჰქონდეთ საჭმელი, სასმელი, საცხოვრებელი ბინა და ტანისამოსი, რათა მათ შესძლონ ხელი მიჰყონ პოლიტიკას, მეცნიერებას, ხელოვნებას, რელიგიას და სხვ."[1]. გასაგებია, რომ ადამიანი, უპირველეს ყოვლისა, ცდილობს დაიკმაყოფილოს თუნდაც მინიმალური მატერიალური მოთხოვნილებანი. მას ამის შემდეგ შეუძლია სულიერი მოთხოვნილებების წინ წამოწევა და დაკმაყოფილება. მაგრამ სანამ დაიკმაყოფილებენ თავიანთ ამ მოთხოვნილებებს, ადამიანებმა უნდა აწარმოონ მატერიალური ცხოვრების აუცილებლად საჭირო საშუალებები, ხოლო თვით დაკმაყოფილებული პირველი მოთხოვნილება, დაკმაყოფილების მოქმედება და უკვე შეძენილი იარაღი დაკმაყოფილების ახალ მოთხოვნილებებს წარმოშობენ.

მაშასადამე, საზოგადოებრივი ცხოვრების მრავალფეროვნების წყარო, უპირველეს ყოვლისა, წარმოებაა. წარმოების განვითარების კვალდაკვალ წარმოიშობა შრომის სულ ახალ-ახალი სახეობები და მოხმარების საგნები, იცვლება მოხმარების სტრუქტურა, შესაბამისად ცხოვრების დონეც. მოსახლეობის მოთხოვნილებების ზრდა, ცხოვრების დონის ამაღლება, თავის მხრივ, იწვევს წარმოების განვითარებას, ახალი წარმოება კი კვლავ ახალ, უფრო მაღალ ინდივიდუალურ და საზოგადოებრივ მოთხოვნილებას ბადებს. ეს გარემოება იწვევს ცხოვრების დონის მუდმივ ცვლილებას.

იმის გასარკვევად, თუ როგორია ამა თუ იმ ფორმაციაში

---

1 კ.მ ა რ ქ ს ი და ფ.ე ნ გ ე ლ ს ი , რჩეული ნაწერები, ტ.II, თბ., 1950, გვ.190.

მხრივ არამარტო სულიერ და მატერიალურ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების დონე და ხარისხი, გამოიყენება ცხოვრების დონის ცნება, ანუ კატეგორია.

"ცხოვრების დონე" ეს არის უზოგადესი ცნება, ანუ კატეგორია, რომელიც თანაბრად გულისხმობს საზოგადოების განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე მოსახლეობის მოთხოვნილების დაკმაყოფილების ასპექტს.

მართალია, მოსახლეობის ცხოვრების დონე დამოკიდებულია საწარმოო ძალებსა და წარმოებით ურთიერთობებზე, მაგრამ წარმოება ყოველთვის თავისი განვითარების ყველა ეტაპზე ემორჩილება ძირითად ეკონომიკურ კანონს. სწორედ იგი განსაზღვრავს წარმოების წესის განვითარების ყველა მთავარ მხარესა და პროცესს, მატერიალური დოვლათის წარმოების მიზანსა და მისი მიღწევის გზებსა და საშუალებებს. თუ სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონის შინაარსია "მთელი საზოგადოების მუდმივად მზარდ მატერიალურ და კულტურულ მოთხოვნილებათა მაქსიმალური დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა უმაღლესი ტექნიკის ბაზაზე სოციალისტური წარმოების განუწყვეტელი ზრდისა და სრულყოფის გზით"[1], მაშინ, ცხადია, სოციალისტური წარმოების მიზანი უნდა იყოს ქალაქისა და სოფლის მოსახლეობის ცხოვრების დონეთა ამაღლება და ურთიერთდაახლოება.

ზოგიერთი საბჭოთა მკვლევარი "ცხოვრების დონესა" და "ცხოვრების წესს" ერთმანეთთან აიგივებს. ეს არ არის სწორი, ვინაიდან, "ცხოვრების წესი" სტრუქტურულად გაცილებით უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე "ცხოვრების დონე". "ცხოვრების დონე", "ცხოვრების წესის" მხოლოდ შემადგენელი ნაწილია და არა მისი ეკვივალენტი.

---

1 ი.ბ. ს ტ ა ლ ი ნ ი, სოციალიზმის ეკონომიკური პრობლემები სსრ კავშირში, 1953, გვ.44.

ამრიგად, "ცხოვრების დონე" ყველა ფორმაციაში უნდა ხასიათდებოდეს მოსახლეობის მატერიალური და კულტურული დოვლათის მოხმარების მოცულობათა და მათი მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარისხით, რაც განისაზღვრება წარმოების განვითარების დონით და ხასიათით.

ეკონომისტები შეეცადნენ შეექმნათ ცხოვრების დონის განმაზოგადებელი მაჩვენებელი, რომელიც მოიცავს მის სხვადასხვა მხარეს. მათ შორის ძირითადია ისეთი მაჩვენებლის გამოყოფა, რომელიც მკვლევართა აზრით, სათანადო ზომით დაახასიათებს ცხოვრების დონეს. მაგალითად, გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ექსპერტთა კომიტეტმა გამოყო ორი სინთეტური მაჩვენებელი - ერთ სულ მოსახლეზე ეროვნული შემოსავლის მოცულობის ცვლილება მუდმივ ფასებში და სხვადასხვა ასაკის მოსახლეობის ცხოვრების მოსალოდნელი ხანგრძლივობა.

ეროვნული შემოსავლის მოცულობა მთლიანად ან მისი დინამიკა ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით უშუალოდ არ განსაზღვრავს ცხოვრების დონეს. ამასთან, კაპიტალისტური ქვეყნებისათვის ასეთი მაჩვენებელი მიუღებელია იმიტომაც, რომ ის მკვეთრად ზრდის წარმოდგენას მშრომელი მოსახლეობის ცხოვრების დონეზე, მაშინ როცა ეროვნული შემოსავლის მნიშვნელოვანი ნაწილი რჩებათ ექსპლუატატორულ კლასებს.

კვლევის შემდგომი მიმართულება ემყარება სტატისტიკურ-მათემატიკური მეთოდების გამოყენებას. მაგალითად, ნ.ვინოკუროვამ ისინი გამოიყენა ცხოვრების დონის შედარებითი კვლევისათვის რსფსრ-ს ავტონომიურ რესპუბლიკებში, მხარეებში და ოლქებში. მათემატიკური მეთოდების დადებითი მხარეა სუბიექტური შეფასების გამორიცხვა, ნეგატიური კი მდგომარეობს მიღებული შედეგების გამოყენების სიძნელეში.

უნდა აღინიშნოს, რომ კვლევის მეორე მიმართულება პირველისაგან განსხვავებით არ იძლევა შესაძლებლობას გაზომილ იქნას არც ცხოვრების დონის სიდიდე, არც მისი ცვლილების ხარისხი.

ცხოვრების დონე განისაზღვრება სახალხო კეთილდღეობის ზრდით, რომელიც აკმაყოფილებს ფიზიკურ, ინტელექტუალურ და სოციალურ მოთხოვნილებებს.

დღესდღეობით ცხოვრების დონის შედარებით განმაზოგადებელი მაჩვენებელია რეალური შემოსავალი, რომელიც გაიანგარიშება ერთ სულ მოსახლეზე. მცდარად უნდა მივიჩნიოთ იმ ეკონომისტთა მოსაზრება, რომლებიც გულისხმობენ რომ ცხოვრების დონის განმაზოგადებელი მაჩვენებელია ფულადი შემოსავალი. რეალური შემოსავალი უფრო ფართო ცნებაა, ვიდრე ფულადი შემოსავალი. იგი თავის თავში მოიცავს ფულად შემოსავალსაც, ამასთან ერთად, მოხმარების საზოგადოებრივი ფონდებიდან მიღებულ დახმარებას და პირადად დამხმარე მეურნეობიდან მიღებულ შემოსავალს.

დაჩქარების სტრატეგიის განხორციელების კვალობაზე დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ცხოვრების დონის გამოთანაბრების პრობლემას ქალაქისა და სოფლის მოსახლეობის, მოსახლეობის საზოგადოებრივი ჯგუფების, ქვეყნის ცალკეული ტერიტორიული ერთეულების მიხედვით.

ცხოვრების დონესთან მჭიდროდაა დაკავშირებული სახალხო კეთილდღეობის მოხმარების ცნება. ზოგჯერ ამ ორ ცნებას ერთმანეთში ურევენ კიდეც, რაც არასწორად უნდა მივიჩნიოთ.

სახალხო სიკეთის მოხმარება, პირველ რიგში, გულისხმობს კვების პროდუქტების მოხმარებას, რასაც გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება ადამიანის ნორმალური არსებობისათვის. ამ შემთხვევაში კვების პროდუქტები ნედლისთანავე მოიხმარება.

მათ დაგროვებას ადგილი არა აქვს. ამიტომ სახალხო კეთილდღეობის ამ ნაწილში, რომელსაც კვების პროდუქტებს უწოდებენ, ცხოვრების დონე და მოხმარება ერთმანეთს ემთხვევა. იგივე შეიძლება ითქვას საოჯახო-სამეურნეო დანიშნულების ზოგიერთ არასასურსათო საქონელზე /მაგ., საპონი/.

რაც შეეხება საშუალო და გრძელვადიანი სარგებლობის არასასურსათო საქონელს, აქ სხვაგვარად გვაქვს საქმე. საშუალოვადიანი სარგებლობის არასასურსათო საქონელზე /ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და ა.შ./ მოხმარების მაჩვენებელია წლიური ცვეთა, მაგრამ რამდენადაც წლიური ცვეთის გაანგარიშება დიდ სირთულეებთანაა დაკავშირებული, ამდენად ცენტრალური სტატისტიკური სამმართველოს ანგარიშების მიხედვით საშუალოვადიანი საქონლის მოხმარების მაჩვენებლად მიჩნეულია არა წლიური ცვეთა, არამედ მისი საერთო ღირებულება, რომელიც აისახება საცალო საქონელბრუნვის მაჩვენებელში.

ცხოვრების დონის ერთ-ერთი მაჩვენებელია ფაქტიური მარაგები, რომელიც გვიჩვენებს თუ საშუალოვადიანი სარგებლობის რა რაოდენობის არასასურსათო საქონელი მოდის მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით. ფაქტიური მარაგების განხილვა სისტემატურად ხდება იმისდა მიხედვით, თუ როგორ ხდება ფაქტიური მარაგების კომპლექტში შემავალი არასასურსათო საქონლის ფიზიკური და მორალური ცვეთა. მოდის განვითარების კვალობაზე სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მორალური ცვეთის ფაქტორს.

ცხოვრების დონის ამაღლების მნიშვნელოვანი ფაქტორია ფაქტიური მარაგების მიახლოება რაციონალურ მარაგებთან. რაციონალური მარაგები გულისხმობს საშუალოვადიანი სარგებლობის არასასურსათო საქონლის ისეთ კომპლექსს, რომელიც უზრუნველყოფს

განვითარებული სოციალიზმის პირობებში მცხოვრები ადამიანის გონივრული მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას.

გარდერობის ცნებასთან დაკავშირებით მჭიდრო უკავშირდებიან ერთმანეთს ცხოვრების დონისა და სახალხო კეთილდღეობის მოხმარების ცნებები. კერძოდ, ფაქტიური გარდერობის წლიური ცვეთა /როგორც ფიზიკური, ისე მორალური/ მოხმარების კატეგორიას მიეკუთვნება, ხოლო თვით ფაქტიური გარდერობი კი ცხოვრების დონის კატეგორიას.

რაც შეეხება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის მოხმარებას /მაგ., ავტომანქანები, მტვერსასრუტები, მაცივრები, ტელევიზორები, რადიოსაქონელი და ა.შ./, ამ შემთხვევაში მოხმარება სხვა არაფერია, თუ არა ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის წლიური ცვეთა, მაგრამ მისი გაანგარიშება დიდ სირთულეებთანაა დაკავშირებული, ამიტომ ცენტრალური სტატისტიკური სამმართველოს ინფორმაციის მიხედვით, ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის მოხმარებად მიჩნეულია მათი რეალიზაცია მთლიანი ღირებულების მიხედვით, რომელიც აისახება საცალო საქონელბრუნვის მაჩვენებელში.

ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე არ შეიძლება ფაქტიური გარდერობი არსებობდეს, ვინაიდან ცალკეული გამონაკლისების გარდა მოსახლეობა იშვიათად შეიძენს ერთი და იმავე დანიშნულების საქონელს. მოხმარების სპეციფიკურობის გამო თანამედროვე საბჭოთა ოჯახში არცთუ იშვიათად არის ხოლმე ორი ტელევიზორი. ეს შეიძლება აიხსნას ოჯახის წევრთა ინტერესების განსხვავებულობით, რაც სხვადასხვა სატელევიზიო პროგრამების ყურებაში გამოიხატება. რაც შეეხება მსუბუქ ავტომობილებს, მტვერსასრუტებს, სარეცხ მანქანებს, მაცივრებს და ა.შ., მათ

რაოდენობა ოჯახებში ძირითადად ერთეულებით განისაზღვრება. ამიტომ მიზანშეწონილია ვიხმაროთ არა ფაქტიური ტარიფების, არამედ ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლით უზრუნველყოფილობის მაჩვენებლის ცნება.

ცხოვრების დონის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლით მოსახლეობის უზრუნველყოფილობის მაჩვენებელი, რომელიც ასახავს, თუ 100 ოჯახზე გაანგარიშებით ამა თუ იმ ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის რა რაოდენობა მოდის.

უზრუნველყოფილობის მაჩვენებელთან დაკავშირებით მჭიდროდ უკავშირდებიან ერთმანეთს ცხოვრების დონისა და სახალხო სიკეთის მოხმარების ცნებები. კერძოდ, თვით უზრუნველყოფილობა მიეკუთვნება ცხოვრების დონის კატეგორიას, ხოლო თუ უზრუნველყოფილობის მიღწეული დონე წარმოშობს შეცვლაზე, ანუ მეორად მოთხოვნას, მაშინ გადაიქცევა მოხმარების კატეგორიად, თუკი შეცვლაზე მოთხოვნა რეალურად დაკმაყოფილდა.

ცალკეულ შემთხვევებში მოთხოვნილების ელასტიკურობა, მემოსავლების სიდიდისა და ფასების დონის გარდა, დამოკიდებულია საქონლის მორალურ დაძველებაზე მომხმარებლის გემოვნებისა და სწრაფად ცვლადი მოდის ზეგავლენით. შედარებით ნაკლები ზომით ეს მოვლენა ეხება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელს და თითქმის არ ეხება კვების პროდუქტებს. არსებობს აგრეთვე მოთხოვნილების ელასტიკურობის დამოკიდებულება ოჯახის შემადგენლობაზე და სიდიდეზე, კულტურულ დონეზე და სხვა ფაქტორებზე.

თ ე მ ა 5

მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი და მისი გამოვლენის ფორმები

§ 1. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის შინაარსი

სოციალისტური წარმოების მიზანს შეადგენს ადამიანთა მუდმივად მზარდ მატერიალურ და კულტურულ მოთხოვნილებათა მაქსიმალურად დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა. 80-იან წლებში ჩვენი ქვეყანა თანმიმდევრულად ახორციელებს ხალხის მატერიალური და კულტურული ცხოვრების დონის განუხრელ ამაღლებას. ამ ამოცანის გადაწყვეტაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება საქონელზე და მომსახურებაზე მოსახლეობის მოთხოვნის რაც შეიძლება სრულად დაკმაყოფილებას. მაგრამ მოთხოვნის რაც შეიძლება სრულად დაკმაყოფილებისათვის საჭიროა მისი მიზანმიმართული ფორმირება.

კ.მარქსი და ფ.ენგელსი ითვალისწინებდნენ, რომ სოციალიზმის დამკვიდრება უდიდეს ასპარეზს შექმნის წარმოების განვითარებისათვის, რომლის მიზანი გახდება მთლიანად საზოგადოებისა და თითეული მისი წევრის არსებობის პირობების განუწყვეტელი გაუმჯობესება.

ანვითარებდა რა კ.მარქსისა და ფ.ენგელსის იდეებს, ვ.ი.ლენინმა თავის შრომებში მოგვცა იმის მეცნიერული დასაბუთება, რომ სოციალიზმის დროს ობიექტურად აუცილებელი და შესაძლებელია წარმოების სისტემატური, სწრაფი აღმავლობა; მან ცხადყო, რომ სოციალისტური საზოგადოების განვითარებისათვის დიდი, სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს ტექნიკური პროგრესის ყოველი ღონისძიებით დაჩქარებას, მძიმე ინდუსტრიის უპირატეს ზრდას, საზოგადოებრივი შრომის ნაყოფიერების გადიდებას, რომელიც ხალხის ცხოვრების მატერიალური და კულტურული დონის გა-

ნუწყვეტელი ამაღლების საფუძველია. ვ.ი.ლენინი ხაზგასმით აღნიშნავდა, რომ სოციალიზმი ნიშნავს "საზოგადოებრივი საწარმოო პროცესის გეგმაზომიერ ორგანიზაციას საზოგადოების ყველა წევრის კეთილდღეობისა და ყოველმხრივი განვითარების უზრუნველსაყოფად"[1].

კომუნისტურ საზოგადოებაში ეკონომიკური კანონების მოქმედების ხასიათში ახალი ისაა, რომ ისინი შეგნებულად გამოიყენება საზოგადოების მიერ. საზოგადოება შეიცნობს და შეგნებულად გამოიყენებს არა მხოლოდ ცალკეულ კანონებს, არამედ კანონთა მთელ სისტემას, რაც შესაძლებლობას გვაძლევს ყოველმხრივ ავამაღლოთ საზოგადოებრივი წარმოების ეფექტიანობა, გავზარდოთ მატერიალური დოვლათი, სწრაფად წარვმართოთ საზოგადოებრივი წარმოებისა და მოთხოვნილების განვითარება.

კომუნისტური საზოგადოების მატერიალური წარმოების მარეგულირებელია ეკონომიკურ კანონთა სისტემა, უპირველეს ყოვლისა, სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონი და სახალხო მეურნეობის გეგმაზომიერი პროპორციული განვითარების ეკონომიკური კანონი, რომელთაგან პირველი აყენებს კომუნისტური საზოგადოების მიზანს, ხოლო მეორე, კი, ამ მიზნის მისაღწევად მოითხოვს საზოგადოებრივი წარმოების გეგმაშეწონილ განვითარებას.

ვ.ი.ლენინმა მოგვცა ობიექტური კანონის ამომწურავი განსაზღვრა. "კანონი არის მყარი /რომელიც რჩება/ მოვლენაში... /კანონი არის იდენტური მოვლენაში/... კანონი- მოვლენათა წყნარი ასახვაა ... /კანონი არის ასახვა არსებითისა უნივერსუმის მოძრაობაში/"[2].

---

1 ვ.ი. ლ ე ნ ი ნ ი , მასალები პარტიული პროგრამის გადასინჯვისათვის, თხზ., ტ.24, გვ.566.

2 ვ.ი. ლ ე ნ ი ნ ი თხზ., ტ.38, გვ.145-145.

კომუნისტურ საზოგადოებაში, ისე როგორც წინა ეკონომიკურ წყობილებებში, ეკონომიკური კანონი, მეცნიერების სხვა დარგის კანონების მსგავსად ობიექტური ხასიათისაა. ეკონომიკური კანონები არსებობენ ადამიანთა ნებისაგან დამოუკიდებლად და ასახავენ კომუნისტური საზოგადოების განვითარების ობიექტურ პროცესს. კომუნისტურ საზოგადოებაში წარმოების საშუალებათა საზოგადოებრივი საკუთრება კი არ სპობს ეკონომიკური კანონების ობიექტურობას, არამედ თავისებურებას სძენს ეკონომიკური კანონების მოქმედებას, კერძოდ, საზოგადოებას შეუძლია გამოიყენოს ისინი თავიანთი ინტერესების სასარგებლოდ. მაშასადამე, კომუნისტურ საზოგადოებას არ შეუძლია ეკონომიკური კანონების შექმნა, ჩამოყალიბება ან გაუქმება. მას შეუძლია ეკონომიკური კანონები გამოიყენოს ეკონომიკური განვითარების, მატერიალურად დადგენილი სწორი გზის წარმართვისათვის, რაც სრულად პასუხობს მშრომელთა ინტერესებს. ობიექტური ეკონომიკური კანონების მოთხოვნათა შეცნობა და სრული გამოყენება კომუნისტური საზოგადოების საქმიანობის საფუძველია.

ადამიანთა საზოგადოებრივი ურთიერთობის საფუძველია მატერიალური წარმოება. მატერიალური დოვლათი /საჭმელი, ტანსაცმელი და ა.შ./ ადამიანთა საზოგადოების ცხოვრებისა და არსებობისათვის აუცილებელი პირობაა. მატერიალური დოვლათი რომ გვქონდეს, საჭიროა ადამიანებმა იშრომონ და აწარმოონ იგი. როგორიც არ უნდა იყოს საზოგადოებრივი წყობილების ფორმა, შრომა მისი არსებობის აუცილებელი პირობაა, ყოველგვარი ღირებულებისა და მატერიალური დოვლათის წყაროა.

ჩვენ ქვეყანაში კომუნიზმის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის მშენებლობის პროცესში სწრაფად იზრდება საწარმოო ძალები და სოციალისტური წარმოებითი ურთიერთობები თანდათანობით გარდაიქმ-

ნება კომუნისტურ წარმოებით ურთიერთობებად. ვ.ი.ლენინი წერდა, განვითარებული სოციალისტური ურთიერთობიდან კომუნისტურ ურთიერთობაზე გადასვლა არა მარტო შესაძლებელია, არამედ აუცილებელი და გარდაუვალია: "სოციალიზმი თანდათანობით აუცილებლად უნდა გადაიზარდოს კომუნიზმში, რომლის დროშაზე წერია: თითოეულისაგან - მისი უნარის მიხედვით, თითოეულს - მისი მოთხოვნილების მიხედვით"[1].

რა არის მოთხოვნილება, რა ფაქტორები მოქმედებს მის ფორმირებაზე და როგორია მისი განვითარების კანონები?

მოთხოვნილება გამოხატავს ცოცხალი ორგანიზმის მიერ მისი ცხოველმოქმედების პროცესში განცდილ ყველა საჭიროებას. ცხოველთა მოთხოვნილებები ბუნებრივ გარემოსთან ურთიერთობიდან გამომდინარეობს და წმინდა ბიოლოგიურ ხასიათს ატარებს. ადამიანთა მოთხოვნილებები წარმოიშობა მათი საზოგადოებრივ-შრომითი საქმიანობის მსვლელობაში და გამოხატავს ცხოვრების იმ სოციალური, მატერიალური და სულიერი პირობების ერთობლიობას, რომლის მიღწევასაც ესწრაფვის საზოგადოება მთლიანად, მისი ცალკეული ჯგუფები და წევრები. ადამიანთა მოთხოვნილებები საზოგადოებრივი, ობიექტური ხასიათისა და შეცნობადია.

ადამიანთა მოთხოვნილებები ორგვარია: მატერიალური /მოთხოვნილება საკვებზე, ტანსაცმელზე, საცხოვრებელზე და სხვ./ და სულიერი /მოთხოვნილება განათლებაზე, აღზრდაზე და სხვ./. ისტორიულად უფრო ადრინდელია მატერიალური მოთხოვნილება. ადამიანთა მატერიალურ მოთხოვნილებებს აქვს არა მარტო ბიოლოგიური, არამედ, უწინარეს ყოვლისა, სოციალურ-ისტორიული ხასიათი და მათი შეცნობადობისა და დაკმაყოფილების წესით არსებითად განსხ-

---

1 ვ.ი. ლ ე ნ ი ნ ი , თხზ., ტ.24, გვ. 82-83.

ვავდება ცხოველთა მოთხოვნილებებისაგან. ადამიანთა საზოგადოებრივ-ისტორიული განვითარების პროცესში წარმოიშვა და განვითარდა არა მარტო მატერიალური, არამედ სულიერი მოთხოვნილებებიც.

მოთხოვნილებათა ფორმირებაზე გავლენას ახდენს საწარმოო ძალების განვითარების დონე, წარმოებით ურთიერთობების ხასიათი, საზოგადოებრივ შრომით საქმიანობის შინაარსი და ფორმები, მოსახლეობის პროფესიული და სქესობრივ-ასაკობრივი შემადგენლობა, იდეოლოგიური და სოციალურ-კულტურული ფაქტორები. მოთხოვნილებები დამოკიდებულია აგრეთვე საცხოვრებო, ისტორიულ, ეროვნულ, კლიმატურ, კულტურულ და ადამიანთა ცხოვრებისა და საქმიანობის სხვა პირობებსა და თავისებურებებზე. აგრეთვე, მათ წარმოშობაზე გარკვეულ გავლენას ახდენს სუბიექტური ფაქტორებიც.

მოთხოვნილებები მეტისმეტად მრავალფეროვანი და მუდმივად ცვალებადია. საწარმოო ძალებისა და წარმოებით ურთიერთობების განვითარების პროცესში გარდაუვალია ძველის კვდომა და ახლის - საზოგადოებისა და მის წევრთა სულიერი მოთხოვნების უფრო მაღალი საფეხურის შესაბამისი მოთხოვნილებების წარმოშობა, როგორც სოციალიზმის მშენებლობის გამოცდილება გვიჩვენებს, ახალი მოთხოვნილებების წარმოშობის პროცესი უფრო ინტენსიურად მიმდინარეობს, ვიდრე ძველის კვდომისა, რის შედეგადაც შესამჩნევად ფართოვდება მათი წრე, იცვლება მათი ურთიერთობა და ხასიათი.

მოთხოვნილებები ყოველთვის წინ უსწრებს მოხმარებას, იზრდება მათი დაკმაყოფილების საშუალებების ზრდასთან ერთად და უშუალოდ დამოკიდებულია ამ უკანასკნელთა განვითარებაზე.

მოხმარების პროცესის გაწევრების აუცილებლობა და დაუკმაყო-
ფილებელი მოთხოვნილებები გამოდის საზოგადოებრივი წარმოების
განვითარების მუდმივმოქმედი სტიმულატორის როლში. მატერია-
ლური და სულიერი კულტურის პროგრესის უსასრულობის მსგავსად,
უსაზღვროა მოთხოვნილებების სრულყოფის პროცესიც. მიუხედავად
ამისა, მათი დაზუსტება და შესწავლა შეიძლება დროის ყოველ
მოცემულ მონაკვეთში.

ამრიგად, საზოგადოების ცალკეული წევრების მოთხოვნი-
ლებათა ერთობლიობის ანუ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა სის-
ტემატური ზრდა ობიექტური პროცესია, რომელსაც ვ.ი.ლენინმა
მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი უწოდა. "მოთხოვნილებათა ზრდ-
ის ამ კანონმა, - წერს ვ.ი.ლენინი სტატიაში "ეგრეთ წოდებუ-
ლი ბაზრების საკითხის გამო", - მთელი ძალით იჩინა თავი ევრო-
პის ისტორიაში - შეადარეთ, მაგალითად, XVIII საუკუნის დასას-
რულის და XIX საუკუნის დასასრულის ფრანგი პროლეტარი ან 1840-
იანი წლების ინგლისელი მუშა და თანამედროვე. იგივე კანონი
თავის მოქმედებას იჩენს რუსეთშიც: სასაქონლო მეურნეობისა და
კაპიტალიზმის სწრაფმა ზრდამ რეფორმის შემდგომ ხანაში გამოიწ-
ვია "გლეხობის" მოთხოვნილებათა დონის გადიდებაც: გლეხებმა
"უფრო სუფთად" ცხოვრება დაიწყეს /ტანსაცმლის, ბინისა და სხვა
მხრივ/"[1].

მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი საერთო-ეკონომიკურ კა-
ნონთა რიცხვს მიეკუთვნება. მოთხოვნილებათა ზრდას ადგილი აქვს
ყველა საზოგადოებრივ ეკონომიკურ ფორმაციაში, მაგრამ მისი ხა-
სიათი და ტემპი ყოველთვის დამოკიდებულია საწარმოო ძალების
განვითარების დონესა და ერთობლივი საზოგადოებრივი პროდუქტის
განაწილების წესზე.

---

1 ვ.ი.ლ ე ნ ი ნ ი , თხზ., ტ.1, გვ.113.

კაპიტალიზმი მნიშვნელოვნად აფართოებს საწარმოო ძალებს, მაგრამ მოხმარების გადიდების ყველა საშუალებას მთლიანად არ იყენებს. კაპიტალისტურ ქვეყნებში მინიმალურად კმაყოფილდება მშრომელი მასების მზარდი მოთხოვნილებანი. ვ.ი.ლენინი პ.ნეჟდანოვისადმი მიწერილ წერილში აღნიშნავდა:"წარმოებასა და მოხმარებას შორის არსებული წინააღმდეგობა, რაც კაპიტალიზმს მოსდგამს, მხოლოდ იმაში მდგომარეობს, რომ ხალხის სიღატაკის ზრდასთან ერთად იზრდება ნაციონალური სიმდიდრე, იზრდება საზოგადოების საწარმოო ძალები იმ დროს, როცა შესაბამისად არ იზრდება ხალხის მოხმარება,. არ ხდება ამ საწარმოო ძალების გამოყენება მშრომელი მასების სასარგებლოდ"[1] .

ამრიგად, კაპიტალიზმის პირობებში მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის დახასიათებისას ვ.ი.ლენინი მოთხოვნილებათა ზრდას ძირითადად საწარმოო ძალთა განვითარებით ხსნიდა.

კაპიტალისტური მეურნეობის პირობებში წარმოების მიზანს განსაზღვრავს კაპიტალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონი, რომელიც ითვალისწინებს არა ხალხის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, არამედ მაქსიმალური მოგების მიღებას. სისტემატურად დიდდება სხვაობა მშრომელი მასების მზარდ მოთხოვნილებებსა და მათ რეალური ცხოვრების დონეს შორის.

კაპიტალისტურ ქვეყნებში სულ უფრო და უფრო მწვავდება ეკონომიკური, პოლიტიკური, კლასობრივი და ეროვნული წინააღმდეგობანი; ძლიერდება წარმოების ანარქია და დამანგრეველი პერიოდული ეკონომიკური კრიზისები; ღრმავდება დაპირისპირებულობა ქალაქსა და სოფელს, გონებრივსა და ფიზიკურ შრომას შორის; იზრდება უმუშევრობა და დაბლდება მშრომელი მასების ცხოვრების დონე. ყოვე-

---

1 ვ.ი. ლ ე ნ ი ნ ი , თხზ.,ტ.4, გვ.190.

ლიკე ბევრი ხსენებული იმის მაჩვენებელია, რომ კაპიტალიზმის ეკონომიკური და სახელმწიფო წყობილება, მისი პოლიტიკა და იდეოლოგია გახრწნისა და დაღუპვის გარდუვალ პროცესს განიცდის.

კაპიტალისტურ ქვეყნებში იზრდება პარაზიტული კლასების მოთხოვნილებები, მაღლდება მათი დაკმაყოფილების დონე, ექსპლოატირებული ფართო მასების მოთხოვნება კი უაღრესად შეზღუდულია. მაგალითად, აშშ-ში ის ოჯახები რომლებსაც 2000 დოლარამდე წლიური შემოსავალი აქვთ, ტანსაცმელზე 89, ხოლო კვებაზე 400 დოლარს ხარჯავენ; ის ოჯახები კი, რომელთა შემოსავალი 20 000 დოლარს აღემატება, ტანსაცმელზე ხარჯავენ 4000, ხოლო კვებაზე 3800 დოლარს[1].

ამრიგად, მაღალშემოსავლიანი ოჯახები ტანსაცმლის შეძენასა და კვებაზე ხარჯავენ წლიური შემოსავლის 38,5, ხოლო დაბალშემოსავლიანი ოჯახები – 23,5 პროცენტს. ამასთან, მაღალშემოსავლიან ოჯახებში ტანსაცმელზე გაწეული ხარჯები 48,8-ჯერ, ხოლო კვებაზე გაწეული ხარჯები 9,7-ჯერ უფრო დიდია; ვიდრე დაბალშემოსავლიან ოჯახებში.

სრულიად საპირისპირო სურათი გვაქვს სოციალისტურ საზოგადოებაში. მხოლოდ სოციალისტურ საზოგადოებაში იქმნება ხელსაყრელი პირობები მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის მოქმედებისათვის. სოციალიზმმა სამუდამოდ მოსპო ადამიანის მიერ ადამიანის ყოველგვარი ექსპლოატაცია, წარმოების ანარქია, ეკონომიკური კრიზისები, უმუშევრობა და მასების სიღატაკე, ანტაგონისტური დაპირისპირებულობა ქალაქსა და სოფელს შორის, გონებრივსა და ფიზიკურს შრომას შორის; სოციალისტურმა საზოგადოებამ შესაძლებელი გახადა წარმოების ინტენსიური განვითარება და ადამიანთა

---

[1] Б.Гоголь. Экономика советской торговли,1971, с.100.

კულტურის ზრდა, უზრუნველყოფ ხალხის ცხოვრების დონის განუხრელ ამაღლება, ამიტომ სოციალიზმის დროს განსაკუთრებით სწრაფად მატულობს ხალხის მოთხოვნილებები. თუ კაპიტალისტურ საზოგადოებაში მშრომელთა მოთხოვნილების დაკმაყოფილება შეზღუდულია მათი დაბალი სყიდვითუნარიანობით, სოციალიზმის დროს მოსახლეობის მუდმივად მზარდი სყიდვითუნარიანობა ქმნის მატერიალურ შესაძლებლობას მოთხოვნილების სულ უფრო სრულად დაკმაყოფილებისათვის.

1918 წლის იანვარში, საბჭოების სრულიად რუსეთის მესამე ყრილობაზე ვ.ი.ლენინი ამბობდა: "წინათ ადამიანის მთელი გონება, მთელი მისი გენია ქმნიდა მხოლოდ იმისათვის, რომ ტექნიკისა და კულტურის მთელი სიკეთე ერთისათვის მიეცა, სხვებისათვის კი მოესპო უსაჭიროესი რამ - განათლება და განვითარება. ახლა კი ტექნიკის ყველა საკვირველება კულტურის ყველა მონაპოვარი გახდება საერთო-სახალხო კუთვნილება"[1].

სოციალიზმის დროს ხალხის მატერიალური კეთილდღეობისა და კულტურული დონის ამაღლება არის არა შემთხვევითი და დროებითი მოვლენა, არამედ კანონზომიერება, რომელიც თვით სოციალისტური წყაროების არსიდან, მისი ძირითადი ეკონომიკური კანონიდან გამომდინარეობს. წარმოების საშუალებებზე საზოგადოებრივი საკუთრება განაპირობებს სოციალისტური წარმოების მიზნის ობიექტურ აუცილებლობას, რაც მთელი საზოგადოებისა და მისი თითოეული წევრის მოთხოვნილებების უფრო სრულად დაკმაყოფილებაში გამოიხატება.

სოციალისტურ საზოგადოებაში წარმოებისა და მეცნიერების განვითარების შედეგად სულ უფრო მეტი ახალი, მანამდე

---

1 ვ.ი.ლ ე ნ ი ნ ი თხზ., ტ.26, გვ.565.

უცნობი მოხმარების საგნები იქმნება. ხალხი ცხოველ ინტერესს იჩენს ამ სიახლეებისადმი, რაც ხშირად მასობრივ მოთხოვნილებაში იზრდება. ამის შედეგად, სოციალიზმის დროს ადგილი აქვს გარკვეულ წინააღმდეგობას ყოველ მოცემულ მომენტში წარმოების მიღწეულ დონესა და განუწყვეტლივ მზარდ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებებს შორის. სოციალისტური წარმოების აღმავლობის საფუძველზე ეს წინააღმდეგობა ყოველთვის დაიძლევა, მაგრამ ახალ პირობებთან, საწარმოო ძალების განვითარებასთან დაკავშირებით იგი კვლავ წარმოიშობა. ყველა მოთხოვნილების, მათ შორის ახლად წარმოშობილის აბსოლუტურად სრული დაკმაყოფილება შეუძლებელია, მაგრამ სოციალიზმის განვითარების კვალობაზე, მზარდ მოთხოვნილებებსა და მათი დაკმაყოფილების დონეს შორის სხვაობა თანდათანობით მცირდება.

§ 2. საზოგადოებრივი პროგრესი, როგორც მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ფორმა

საზოგადოებრივი პროგრესის მარქსისტული თეორია ისტორიის მატერიალისტურ გაგებას ემყარება. ისტორიის მატერიალისტური გაგების მიხედვით საზოგადოების განვითარებაში მიმდინარეობს განსაზღვრული შინაარსის მქონე ფორმათა ცვლა. საზოგადოების განვითარება გულისხმობს კანონზომიერ გადასვლას ძველი თვისებრიობიდან ახალ თვისებრიობაზე, დაბალი საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ფორმაციიდან მაღალ საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ ფორმაციაზე. სწორედ ამ თანმიმდევრულ შეცვლაში ხორციელდება პროგრესი საზოგადოების განვითარებაში.

პროგრესის ცნება გამოხატავს განვითარების განსაზღვრულ მიმართულებას, სახელდობრ, კანონზომიერ, აღმავალ მოძრაობას დაბლიდან მაღლისაკენ, მარტივიდან რთულისაკენ. პროგრესული გან-

ვითარების კანონის უარყოფის უარყოფა, რომელიც გულისხმობს განვითარების მემკვიდრეობით გადმოცემული დადებითი შინაარსის შენახვას, როგორც საფუძველს განვითარების მაღალი ფორმების ფუნქციონირებისათვის. პროგრესი მიღწეული დონის უბრალო შენახვა კი არაა, არამედ განვითარების პროცესში წარსულის დადებითი შინაარსის დაგროვება და გამდიდრებაა. ეს "დაგროვება, წერს კ.მარქსი,- წარმოადგენს ასიმილაციას განუწყვეტელი შენახვით და ამასთანავე უკვე მიღებულის, რეალიზებულის გარდაქმნით"[1].

სოციალისტური დაგროვება კანონზომიერი საზოგადოებრივი წარმოების განვითარების საფუძველია, რომლის მიზანია მთელი საზოგადოებისა და მისი ყველა წევრის მოთხოვნილებათა რაც შეიძლება სრული დაკმაყოფილება. დაგროვება არის ეროვნული შემოსავლის / ზედმეტი პროდუქტის/ გარკვეული ნაწილის სისტემატური გამოყენება წარმოების განუწყვეტელი გაფართოებისა და ეროვნული სიმდიდრის გადიდებისათვის ხალხის კეთილდღეობის განუხრელი გაუმჯობესების მიზნით.

საზოგადოებრივ პროგრესს ცხოვრების ყველა სფეროში საბოლოო ანგარიშით განსაზღვრავს პროგრესი წარმოების სფეროში. წარმოების საზოგადოებრივი წყობა მოიცავს როგორც თვითწარმოებას, ასევე განაწილებას, გაცვლას და მოხმარებას. კ.მარქსი აღნიშნავს: "წარმოება მოთხოვნილებათა შესაბამის საგნებს წარმოშობს; განაწილება მას საზოგადოებრივი კანონების მიხედვით ანაწილებს; გაცვლა ხელახლა ანაწილებს უკვე განაწილებულს

---

[1] К.Маркс. Теории прибавочной стоимости. Капитал, т.IV, часть III, с.277.

ცალკეული მოთხოვნილების მიხედვით; დასასრულ, მოხმარებაში პროდუქტი გამოდის საზოგადოებრივი მოძრაობიდან, იგი უშუალოდ ხდება საგანი და მსახური ცალკეული მოთხოვნილებისა და აკმაყოფილებს ამ უკანასკნელს გამოყენების პროცესში. ამრიგად, წარმოება გვევლინება ამოსავალ პუნქტად, მოხმარება – საბოლოო პუნქტად, განაწილება და გაცვლა-შუალედად..."[1] საზოგადოებაში წარმოება და მოხმარება განპირობებულია ურთიერთ, წარმოება გულისხმობს მოხმარებას და პირიქით, წარმოება განაპირობებს მოხმარებას, მოხმარება იმთავითვე გულისხმობს წარმოებას, ზემოქმედებს მასზე და ხელახლა აძლევს დასაწყისს მთელ პროცესს.

კომუნისტური საზოგადოების განვითარება, მოსახლეობის გამრავლება და მისი მოთხოვნილებების განუხრელი ზრდა მოითხოვს წარმოების განუწყვეტელი და მაღალი ტემპებით ზრდას, რომლის გარეშეც შეუძლებელია სახალხო მოხმარების ზრდის უზრუნველყოფა. მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების დონე დამოკიდებულია მოცემულ პერიოდში მიღწეულ წარმოების განვითარების დონეზე, არსებულ რესურსებზე.

სოციალიზმის დროს ლიკვიდირებულია კაპიტალიზმის ძირითადი წინააღმდეგობა – წინააღმდეგობა წარმოების საზოგადოებრივ ხასიათსა და მითვისების კერძო კაპიტალისტურ ფორმას შორის, ამიტომ სოციალიზმისათვის უცხოა კაპიტალიზმის დამახასიათებელი წინააღმდეგობანი წარმოებასა და მოხმარებას შორის. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი ძირითადად ეკონომიკურ კანონთან ერთად ქმნის იმის შესაძლებლობას, რომ წარმოების ზრდა სწორედ შეუხამოს მოსახლეობის მუდმივად მზარდ გადახდისუნარიან მოთხო-

- - - - - - - - - - - - - - - -

1 კ. მ ა რ ქ ს ი , პოლიტიკური ეკონომიის კრიტიკისათვის, გვ. 264.

ენას და წარმოების განუწყვეტელი ზრდის საფუძველზე დააკმა-ყოფილოს ეს მოთხოვნა.

წარმოების განუწყვეტელი ზრდა არა მარტო უზრუნველ-ყოფს საზოგადოების მზარდ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებისა-თვის აუცილებელი პროდუქციის შექმნას, არამედ, აგრეთვე, სტი-მულს აძლევს ახალ მოთხოვნილებათა წარმოშობას. თავის მხრივ, მშრომელთა მატერიალური და კულტურული მოთხოვნილებების მუდ-მივი ზრდა აუცილებელი პირობაა, ურომლისოდაც წარმოებას არ შეუძლია განუწყვეტელი წინსვლა. მოსახლეობის შემოსავლების სისტემატური ზრდის მეოხებით იქმნება განუხრელად მზარდი გა-დახდისუნარიანი მოთხოვნა სახალხო მოხმარების საგნებზე და სოფლის მეურნეობის პროდუქციაზე.

სოციალიზმის დროს ხალხის მოთხოვნილებათა მუდმივი ზრდა, მათი სულ ახალ-ახალი მოთხოვნები პროდუქციის გამოშვე-ბის გაფართოებისა და ხარისხის გაუმჯობესებისადმი, უდიდეს სტიმულის მიმცემ გავლენას ახდენს წარმოების განვითარებაზე. სოციალისტური საზოგადოების განვითარების მსვლელობაში წარ-მოშობილი არაანტაგონისტური წინააღმდეგობა ყოველ მოცემულ მომენტში სოციალისტური წარმოების მიღწეულ დონესა და ხალხის სწრაფად მზარდ მოთხოვნილებებს შორის გადაიჭრება წარმოების აღმავლობის გზით, რასაც მოჰყვება მშრომელთა მოხმარების გადიდება და მოთხოვნილებათა ახალი ზრდა, რომელიც იწვევს პროდუქციის წარმოების შემდგომ გაფართოებასა და ხარისხის გაუმჯობესებას.

საბჭოთა ხელისუფლების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანე-სი მონაპოვარია სახალხო მოხმარების ძირფესვიანი გაუმჯობე-სება, რაც სოციალიზმის დროს მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის შეუფერხებელი მოქმედების გამოსახულებაა.

სახალხო მოხმარების წყარო და მატერიალური საფუძველი ეროვნული შემოსავალია. ჩვენს ქვეყანაში მთელი ეროვნული შემოსავალი ხალხს ეკუთვნის და მისი ინტერესებისათვის გამოიყენება. რაც უფრო მეტია ის, რაც უფრო მაღალია მისი ზრდის ტემპი, მით უკეთესად კმაყოფილდება ხალხის მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებები.

სოციალისტურმა წყობილებამ უზრუნველყო ეროვნული შემოსავლის ზრდის არნახული ტემპი და 1984 წელს ეროვნულმა შემოსავალმა საბჭოთა კავშირში შეადგინა 569,6 მილიარდი მანეთი[1] მთელი წარმოებული ეროვნული შემოსავლის 87,1 პროცენტი ანუ 496 მილიარდი მანეთი გამოყენებულ იქნა სახალხო მეურნეობაში, აქედან მოხმარებაზე, რომელიც მოსახლეობის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას ხმარდება — 371 მილიარდი მანეთი ანუ 74,8 პროცენტი, ხოლო დაგროვებასა და სხვა ხარჯებზე -125 მილიარდი მანეთი ანუ 25,2 პროცენტი[2].

ეროვნული შემოსავლის სწრაფი ზრდის საფუძველზე განუხრელად დიდდება მშრომელთა რეალური შემოსავალი. საბჭოთა კავშირში 1984 წელს, 1940 წელთან შედარებით, მუშათა, მოსამსახურეთა რეალური შემოსავალი, ერთ სულზე გაანგარიშებით, 4,3-ჯერ გაიზარდა, ხოლო კოლმეურნეთა რეალური შემოსავალი 7,9-ჯერ. უკანასკნელ წლებში გატარებულმა მნიშვნელოვანმა სოციალური ხასიათის ღონისძიებებმა შესაძლებელი გახადა კოლმეურნეთა რეალური შემოსავლების დონის დაახლოება მუშა-მოსამსახურეთა რეალურ შემოსავლებთან. შედარებით: 1960 წელს ოჯახის ერთ სულზე გაანგარიშებით 70%-ს შეადგენდა, 1984 წელს კი 90 პროცენტამდე გაიზარდა.

- - - - - - - - - - - - - - - -

1 Народное хозяйство СССР в 1984 году. Стат.ежегодник, с

2 Там же, с.425.

ხელფასი სსრ კავშირის მუშა-მოსამსახურეთა ძირითადი შემოსავალია, რაც მთელი შემოსავლების დაახლოებით 70 პროცენტს შეადგენს. ხელფასის ზრდა ხალხის მატერიალური კეთილდღეობის ამაღლების ყველაზე მნიშვნელოვანი წყაროა. 1984 წელს მუშა-მოსამსახურეთა საშუალო თვიურმა ხელფასმა 161 მანეთი შეადგინა.

მოსახლეობის პირადი მოხმარების საქონლის შესაძენად განკუთვნილი ფულის უდიდესი ნაწილი მიდის სახელმწიფო და კოოპერაციულ ვაჭრობაში შესყიდულ საქონელზე. მისმა ხვედრითმა წონამ სსრ კავშირის მოსახლეობის პირადი მოხმარების ფონდში 1984 წელს შეადგინა 87,5 პროცენტი. ამრიგად, მოსახლეობის შემოსავლის ძირითადი ნაწილის რეალიზაცია სახელმწიფო და კოოპერაციულ ვაჭრობაში ხდება.

ამრიგად, საზოგადოებრივი პროდუქტის მარქსისტული თეორიის მნიშვნელოვანი ასპექტი, რომელიც მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ფორმით ვლინდება საზოგადოების ყველა წევრის მუდმივად მზარდ მოთხოვნილებათა რაც შეიძლება სრულად დაკმაყოფილებას ემსახურება.

§ 3. მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია - მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებების ზრდა

მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუციის მიღწევათა რეალიზაციის განმსაზღვრელი მიზანია საზოგადოების მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებების ზრდა, რომლის გარეშე შეუძლებელია წარმატებით ავაშენოთ კომუნისტური საზოგადოება.

ტერმინი "მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია" წარმოადგენს ორი ურთიერთდამოკიდებული ცნების ერთიანობას. მეცნიერული რევოლუცია, რომელიც გულისხმობს მეცნიერების განვითარების /შემობრუნებას, გარდატეხას/ და ტექნიკური- რომელიც გულისხმობს ტექნიკისა და ტექნოლოგიის განვითარებას /ძირეულ თვისებრივ ცვლილებებს/.

თანამედროვე მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია ხასიათს უცვლის წარმოებისა და მეცნიერების დამოკიდებულებას. მეცნიერების უშუალო საწარმოო ძალად თანდათანობით გადაქცევის კვალობაზე მეცნიერების განვითარება წარმოების ახალი დარგების წარმოშობის ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი ხდება. წარმოება ყოველთვის იქნება მეცნიერების განსაზღვრული მატერიალური საფუძველი, მაგრამ მეცნიერებას, შედარებითი დამოუკიდებლობის საკუთარი კანონზომიერების ძალით, შეუძლია მიჰყვეს ტექნიკის განვითარებას. ეს ამავე დროს ტექნიკის აუცილებლობაა. მეცნიერება ქმნის ახალ ტექნიკას, წარმართავს არსებული ტექნიკის ფუნქციონირებას, ხდება წარმოების მუშაკთა საქმიანობის აუცილებელი კომპონენტი.

ამრიგად, მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია ითვალისწინებს საზოგადოებრივი წარმოების სრულ სტრუქტურულ გარდაქმნას, რათა სახალხო მეურნეობა დროულად გარდაიქმნას მეც-

წიაღებში, ტექნიკასა და ტექნოლოგიაში, საზოგადოებრივ და ინდივიდუალურ მოთხოვნილებებში მომხდარი პროგრესული ძვრების შესაბამისად.

ვ.ი.ლენინმა წიგნში -"მატერიალიზმი და ემპირიოკრიტიციზმი" - მოგვცა შეფასება იმ სოციალური შედეგებისა, რასაც გამოიწვევს მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია. როგორც თვით მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუციის, ასევე სოციალური შედეგების ხასიათი ორი სისტემის - სოციალისტური და კაპიტალისტური სისტემების შესაბამისად უნდა განვიხილოთ.

კაპიტალიზმის პირობებში მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუციისათვის დამახასიათებელია შემდეგი ნიშნები:

- კაპიტალიზმი წყვეტს თანამედროვე მეცნიერებისა და ტექნიკის უმთავრეს საკითხებს, მაგრამ აფერხებს მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს, ხელ-ფეხს უშლის მას, რითაც ხაზს უსვამს კაპიტალიზმის გარდამავალ ხასიათს.

- მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია კაპიტალიზმის დროს ემსახურება ექსპლოატატორთა ინტერესებს, მათ რაც შეიძლება მაღალი მოგების მიღებას.

- მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია კაპიტალიზმის დროს არის მუშათა კლასის ექსპლოატაციის გაძლიერების, შრომის ინტენსიფიკაციის, მისი სასიცოცხლო ძალების გამოწურვის პროცესი.

- მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია აუარესებს მუშათა კლასის მდგომარეობას, ზრდის უმუშევრობას.

- მეცნიერულ-ტექნიკურ რევოლუციას იმპერიალისტები იყენებენ აგრესიული ომების საწარმოებლად.

ტექნიკურ რევოლუციას სულ სხვა მიზნები და ამოცანები აქვს, რაც შემდეგში გამოიხატება: იგი ყოველმხრივ უწყობს ხელს გეგ-მაზომიერი საზოგადოებრივი წარმოების განვითარებას მოწინავე ტექნიკის ბაზაზე და ამაღლებს მშრომელთა მატერიალური და კულ-ტურული კეთილდღეობის დონეს. ვ.ი.ლენინი აღნიშნავდა, რომ მას შემდეგ, რაც ადამიანის შრომა აღარ ემსახურება კაპიტალიზმს, არამედ იგი კომუნისტური საზოგადოების სამსახურში ჩადგება, მა-ნამ გეგმაზომიერი საზოგადოებრივი წარმოება ყოველმხრივ და ყვე-ლაზე რაციონალურად განვითარდება, რათა უზრუნველყოფილ იქნეს მოსახლეობის მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება

სოციალისტურ სისტემას, მისი გადამწყვეტი უპირატესობის გამო, შეუძლია სამეცნიერო-ტექნიკური რევოლუციის მიღწევების შეუფერხებელი გამოყენება, სრულყოს წარმოების განვითარება, რო-მელიც ემსახურება მთელი საზოგადოებისა და მისი თითოეული წევრის მოთხოვნილებების განხორციელებას.

სკკპ XXVII ყრილობის მიერ დასახული ამოცანების გადა-წყვეტა მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული სახალხო მეურნეობის ყვე-ლა დარგში მეცნიერებისა და ტექნიკის მიღწევათა ფართო დანერგვა-სა და გამოყენებაზე.

ყრილობამ მეთორმეტე ხუთწლედის მთავარ ამოცანად დასა-ხა: "გააძლიეროს ეკონომიკის განვითარების ტემპი და ეფექტიანო-ბა მატერიალურ-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარების, წარმოების ხე-ლახალი ტექნიკური აღჭურვისა და რეკონსტრუქციის, შექმნილი საწარ-მოო პოტენციალის ინტენსიური გამოყენების, მართვის სისტემის, სა-მეურნეო მექანიზმის სრულყოფის ბაზაზე და მიაღწიოს ამ საფუძველ-ზე საბჭოთა ხალხის კეთილდღეობის შემდგომ ამაღლებას[1].

- - - - - - - - - - - - - - - - -

1 ნ.ი.რ ი ჟ კ ო ვ ი, სსრ კავშირის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების 1966-1990 წლებისა და 2000 წლამდე პერიო-დის ძირითადი მიმართულებათა შესახებ, თბ., 1986, გვ.19.

ხუთწლედის მთავარი ამოცანის წარმატებით გადაწყვეტაში უდიდესი როლი ეკუთვნის მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის დაჩქარებას სახალხო მეურნეობის ყველა დარგში. მეურნეობის განვითარების თანამედროვე ეტაპზე ვაჭრობის, როგორც სახალხო მეურნეობის დარგის შემდგომი განვითარება წარმოუდგენელია მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის ფართო დანერგვის გარეშე.

ვაჭრობაში მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის მთავარი მიზანია – მეცნიერებისა, ტექნიკისა და ტექნოლოგიის განუწყვეტელი გაუმჯობესების საფუძველზე უზრუნველყოს ვაჭრობის მუშაკთა შრომის ეფექტიანობის ამაღლება, მყიდველთა სავაჭრო მომსახურების კულტურის გაუმჯობესება, საქონლის მუდმივად მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით.

§ 4. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ასახვა მოხმარების ნორმებში

ნორმა ლათინური სიტყვაა, რაც ნიშნავს სახელმძღვანელო საწყისს, წესს, ნიმუშს. მოხმარების ნორმა ნიშნავს საზოგადოების მიერ წესით ან კანონით დადგენილ რაიმე მინიმალური ან მაქსიმალური რაოდენობის მიღებას მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად.

საზოგადოებაში ადამიანთა მოთხოვნილებები ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავდება. ფიზიოლოგიური თავისებურებები, ბუნებრივ-კლიმატური, სამუშაო პირობები, ნაციონალური თავისებურებები, ტრადიციები და სხვა ფაქტორები განაპირობებენ ადამიანთა საკვები პროდუქტების, ტანსაცმლის, ფეხსაცმლისა და კულტსაყოფაცხოვრებო დანიშნულების საქონლის სხვადასხვა რაოდენობით საჭიროებას.

სსრ კავშირის მეცნიერებათა აკადემიის კვების ინსტიტუტის მიერ შემუშავებულია ძირითად სასურსათო საქონელზე მოხმარე-

ბის ნორმები მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით, რომელიც მთლიანად კავშირის მასშტაბით, ასევე მოკავშირე რესპუბლიკების მიხედვით. ნორმები დიფერენცირებულია კლიმატური ზონების, რესპუბლიკების ეკონომიკური რაიონების მიხედვით. ეს დიფერენციაცია ნათლად ჩანს საშუალო-საკავშირო და საქართველოს სსრ მიხედვით დამუშავებული ნორმებისა და ფაქტიური მოხმარების შედარებიდან.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, საქართველოს სსრ-ში მეტად დაბალია მნიშვნელოვანი სახის სასურსათო პროდუქტების მოხმარება, ხორცისა და ხორცის პროდუქტების ფაქტიური მოხმარება მოსახლეობის ერთ სულზე 1975 წელს იყო 42 კგ., 1980 წელს - 43 კგ, ხოლო 1985 წელს ფაქტიური მონაცემებით 47 კგ. შეადგინა, გარდა ამისა, ამ პროდუქტის ფაქტიური მოხმარება ჩვენს რესპუბლიკაში მნიშვნელოვნად ჩამორჩება საშუალო საკავშირო მაჩვენებელს, რომელმაც 1984 წელს 61 კგ.შეადგინა, ე.ი. ჩვენი რესპუბლიკის ფაქტიური მოხმარება საშუალო-საკავშირო ფაქტიური მოხმარების მხოლოდ 77,0 პროცენტია. კიდევ უფრო დიდია სხვაობა ფაქტიურ მოხმარებასა და ჩვენი რესპუბლიკისათვის რეკომენდებულ ფიზიოლოგიურ ნორმას შორის. ფაქტიური მოხმარება ფიზიოლოგიური ნორმის მხოლოდ 65,3 პროცენტს შეადგენს.

საქართველოს სსრ-ში ასევე რძისა და რძის პროდუქტების, ხილისა და ბოსტნეულის, თევზისა და თევზის პროდუქტების, კარაქისა და კვერცხის ფაქტიური მოხმარების მიღწეული დონე არადამაკმაყოფილებელია და იგი მოითხოვს მკვეთრ ამაღლებას, რაც შესაძლებელია, ერთის მხრივ, რესპუბლიკის საკუთარი რესურსების მკვეთრი ამაღლებით და მეორე მხრივ, საერთო საკავშირო ფონდიდან მიღების გადიდებით.

ცხრილი 1

ძირითადი სასურსათო საქონლის მოხმარების ნორმები, ფაქტიური მოხმარება სსრ კავშირსა და საქართველოს სსრ-ში

/წლიურად, მოსახლეობის ერთ სულზე, კგ-ში/

	სსრ კავშირი				საქართველოს სსრ			
	რეკ. ნორმა	ფაქტიური მოხმარება			რეკ. ნორმა	ფაქტიური მოხმარება		
		1975	1980	1984		1975	1980	1985
1. პური და პურპროდუქტები	115	141	138	133	130	189	190	190
2. კარტოფილი	105	120	109	108	61	35	46	49
3. ბოსტნეული და ბაღჩეული	140	89	97	102	135	63	79	87
4. ხილი	75	39	38	45	86	36,4	41	45
5. ხორცი და ხორცპროდუქტები	82	56,7	57,6	61	72	42	43	47
6. რძე და რძის პროდუქტები	370	316	314	319	350	286	309	309
7. თევზი და თევზპროდუქტები	20	16,8	17,6	17,5	12,8	6,8	7,8	9,1
8. შაქარი	38	40,9	44,4	44	34,5	38,1	44,8	43,5
9. კარაქი და მარგარინი	13	7,6	8,8	9,5	9,5	3,8	4,7	5,7
10. კვერცხი /ცალი/	274	216	239	258	241	109	135	148

იმისათვის, რომ სრული წარმოდგენა ვიქონიოთ საქართველოს სსრ მოსახლეობის მიერ საქონლის ფაქტიურ მოხმარებაზე, საჭიროა ანალიზი გავუკეთოთ არასასურსათო საქონლის მოხმარებას და ვაჩვენოთ ამ საქონლის მოხმარების მიღწეული დონე. ძირითადად არასასურსათო და კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნების რაციონალური ნორმები შემუშავებულია სახალხო მოხმარების საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნისა და ვაჭრობის კონიუნქტურის შესწავლის სრულიად საკავშირო სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტის /ვნიიკს/ მიერ, რომელიც მოწონებულია საკავშირო სახელმწიფო საგეგმო კომიტეტის მიერ.

მსუბუქი მრეწველობის უმნიშვნელოვანესი ნაწარმის მოხმარების რეკომენდებული ნორმები სსრ კავშირსა და საქართველოს სსრ-ში ასეთ სურათს იძლევა: იხ. ცხრილი №2.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, შედარებით არასახარბიელო ვითარებაა რესპუბლიკაში შალისა და აბრეშუმის ქსოვილების მოხმარებაში.

კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების საქონლის უზრუნველყოფის ნორმატივები და ფაქტიური დაკმაყოფილების დონე სსრ კავშირისა და საქართველოს სსრ-ში ყოველ 100 ოჯახზე ასეთ სურათს იძლევა იხ. ცხრილი № 3.

მოყვანილი მონაცემებიდან ირკვევა, რომ კულტსაყოფაცხოვრებო დანიშნულების საქონლის ერთი ჯგუფის ფაქტიური მოხმარება საშუალო საკავშირო მაჩვენებლებზე უფრო დაბალია; ხოლო მთელი საქონლისა- უფრო მაღალი, მაგრამ ყველა ამ საქონლის ფაქტიური მოხმარება მნიშვნელოვნად ჩამორჩება რეკომენდებულ რაციონალურ უზრუნველყოფის ნორმატივს.

ჩატარებული ანალიზი შესაძლებლობას გვაძლევს დავასკვნათ, რომ მეათერთმეტე ხუთწლედში ბევრი რამ გაკეთდა მოხმარების საშუა-

ცხრილი 2

	ზომის ერთ.	რაციონა-ლური ნორმა	სსრ კავშირი			საქართველოს სსრ			
			ფაქტიური მოხმარება			რეკომენ-დირებული ნორმა	ფაქტიური მოხმარება		
			1975	1980	1984		1975	1980	1985
ქსოვილი და შეკერილი ნაწარმი ქსოვილზე გადაყვანით	მ²	50,8	32,5	34,6	36,55	45,1	25,2	27,9	32,96
მათ შორის ბამბის		31,7	22	23,6	25,5	27,7	17,0	12,9	25,1
შალის		4,2	2,8	2,7	2,5	3,4	2,0	2,1	1,8
აბრეშუმის	"–"	10,5	5,9	6,5	6,9	10,2	5,57	4,58	3,74
სელის	"–"	4,4	1,8	1,5	1,54	3,8	1,61	1,21	2,32
ზედა ტრიკოტაჟი	ცალი	4,0	2,0	2,1	2,04	4,1	2,28	2,3	2,5
ტრიკოტაჟის თეთრეული	"–"	9,9	3,9	4,4	4,5	8,3	3,3	4,9	5,1
ტყავის ფეხსაცმელი	წყვ.	3,66	3,2	3,2	3,15	3,6	2,24	2,69	3,0

ცხრილი 3

/ყოველ 100 ოჯახზე ცალებში/

	სსრ კავშირი				საქართველოს სსრ			
	რაციონ. უზრუნვ. ნორმატ.	ფაქტიური მოხმარება			რაციონალ. უზრუნვ. ნორმატივა	ფაქტიური მოხმარება		
		1975	1980	1984		1975	1980	1985
რადიომიმღებები და რადიოლა	160	79	85	96	160	59	88	100
ტელევიზორი	130	74	85	96	135	63	79	96
მაგნიტოფონი	60	16	25	34	70		17	34
ფოტოაპარატი	60	27	31	33	60			26
კინოკამერა	6	1,6	1,7	1,7	6			3,0
საათები ყველა სახის	600	455	518	524	650	377	481	507
მაცივარი	112	61	86	91	125	76	90	95
სარეცხი მანქანა	85	65	70	70	85	47	58	71
ელექტრომტვერსასრუტი	60	18	29	37	60	14	21	29
მსუბუქი ავტომობილი	31	4,9	11,5	18	40	5,2	11,3	16
მოტოციკლი და მოტოროლერი	25	8	10	14	10	3	4	5
ველოსიპედი და მოპედი	74	54	49	54	54		28	35
საკერავი მანქანა	82	61	65	65	90	74	62	63

ლი სულადობრივ ნორმებთან სასურსათო და არასასურსათო საქონლის ფაქტიური მოხმარების მკვეთრი მიახლოებისათვის. მოხმარების საგნების ნაირობების ზრდის ტემპები მოსახლეობის ერთ სულზე ხორცისა და ხორცპროდუქტების მოხმარება მეთერთმეტე ხუთწლედში 42 კგ-დან 47 კგ-მდე გაიზარდა, ბოსტნეულისა და ბაღჩეულის 79 კგ-დან 87 კგ-მდე, რძისა და რძის პროდუქტების 286 კგ-დან 309 კგ-მდე და ა.შ. მოხმარების დონის ამაღლებასთან ერთად საგრძნობლად გაუმჯობესდა მისი სტრუქტურა.

ზემოთმოყვანილი მონაცემების ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ჩვენს ქვეყანაში მოთხოვნილებები და მისი დაკმაყოფილების პროცესი სწრაფი ტემპით იზრდება. წარმატებით სრულდება სოციალიზმის ძირითადი ეკონომიკური კანონი, რომლითაც მთელი საზოგადოების მუდმივად მზარდი მატერიალური და კულტურული მოთხოვნილებათა მაქსიმალური დაკმაყოფილების უზრუნველყოფაა.

სახალხო მოხმარების დონის ამაღლება საბჭოთა ვაჭრობის წინაშე ახალ ამოცანებს სახავს. XII ხუთწლედის ბოლოსთვის სსრ კავშირის სახელმწიფო და კოოპერაციული ვაჭრობის საცალო საქონელბრუნვის მოცულობა 18-22 პროცენტით გაიზრდება და ხუთწლედის ბოლოს 390 მლრდ მანეთს მიაღწევს. დასახული ამოცანის განხორციელების საწინდარია ხუთწლედში მუშა-მოსამსახურეთა საშუალო-თვიური ხელფასის გადიდება და მოსახლეობის მიერ მიღარების საზოგადოებრივი ფონდებიდან მიღებული დახმარებებისა და შეღავათების მნიშვნელოვანი გადიდება.

საბჭოთა ვაჭრობას, სხვა ძირითად ფუნქციებთან ერთად, ევალება ხელი შეუწყოს საბჭოთა ადამიანების მოთხოვნილებებისა და გემოვნების ზრდას, აქტიური ზემოქმედება მოახდინოს და კონტროლი გაუწიოს მრეწველობის მუშაობას, რათა სულ უფრო მეტი რა-

ოდენობით იქნას გამოშვებული მოსახლეობის მოთხოვნილების შე-
საბამისი ასორტიმენტისა და ხარისხის საქონელი.

თ ა ვ ი VII

მშრომელთა მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფი-ლების ხარისხის გაზომვა

§ 1. მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხის მაჩვენებ-ლები

თანამედროვე პირობებში მეცნიერული ანალიზის წამყვანი მიმართულებაა საზოგადოების წევრთა მოთხოვნილებების სისტემის შესწავლა, რომლის აუცილებლობაც განპირობებულია გაცვლის ურთიერთობების ფორმირების მატერიალური პირობების ცვლილებით სოციალიზმის დროს. სასაქონლო დეფიციტის ადრინდელ პირობებში მომხმარებლის ინტერესები გაითვალისწინებოდა ორი მიმართულებით: ა/ მიკროსტრუქტურულ ჭრილში ხდებოდა დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის ფიქსაცია მაღაზიებში; ბ/ მაკროსტრუქტურულ ჭრილში ანალიზი ტარდებოდა სასაქონლო მასის მოძრაობის მიხედვით სავაჭრო ქსელში და მაღაზიებში. აგრეთვე, ტარდებოდა მოთხოვნის პროგნოზები მრავალფაქტორიანი მოდელების გამოყენებით: მოსახლეობის სქესობრივ-ასაკობრივი სტრუქტურა, შემოსავლების, საცალო ფასების და ა.შ. მიხედვით. ექსტენსიური ტიპის გაფართოებული სოციალისტური კვლავწარმოების პირობებში, როცა ბევრი საქონელი დეფიციტური იყო, ძირითადი ყურადღება ექცეოდა მიმდინარე და ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნის შესწავლას.

განვითარებულ სოციალისტურ საზოგადოებაში ამ ინსტრუ-
მენტარიით და მეცნიერული და პრაქტიკული მუშაობის ჩამოყალი-
ბებული სტილით აღარ შეიძლება გვქონდეს წარმატების იმედი.
ინტენსიური ტიპის განვითარებულ სოციალისტურ კვლავწარმოებაში
მყიდველთა მიმდინარე და ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნის შესწავ-
ლის მნიშვნელობა ობიექტურად მცირდება. პირველ პლანზე დგება
სოციალისტური საზოგადოების წევრთა ნამდვილი მოთხოვნილებების
შესწავლა.

რა თქმა უნდა, ასეთ პროცესს აქვს თანდათანობითი ხა-
სიათი. საქონლის სულ უფრო და უფრო ფართო მასის დეფიციტური-
დან საკმარისში გადასვლასთან ერთად მცირდება "მოთხოვნილე-
ბის კატეგორიის თავდაპირველი შესწავლის მატერიალური საფუძვე-
ლები. ამასთან უფრო, იზრდება მოთხოვნილების რაოდენობრივი მა-
ჩვენებლების დაგეგმვაში გამოყენების შესაძლებლობა.

მოსახლეობის მოთხოვნილება ყველაზე ზოგადი სახით შე-
იძლება განვსაზღვროთ, როგორც ადამიანისა და საზოგადოების
მიერ გაცნობიერებული აუცილებლობა წარმოებაზე, განაწილებაზე,
გაცვლაზე და მოხმარებაზე. ეს ნიშნავს, რომ მოთხოვნილებათა
ფორმირებაში მონაწილეობს კვლავწარმოების პროცესი, რომელიც
აფორმირებს ობიექტურ აუცილებლობას და საზოგადოებრივი ცნობი-
ერება, რომელიც აფორმირებს ობიექტური აუცილებლობის ასახვას
ადამიანთა შეგნებაში.

გაცნობიერებული აუცილებლობა შეიძლება იყოს ადამი-
ანის კერძო მოთხოვნილება, ან ადამიანთა ასოციაცია იმ შემთხ-
ვევაში, როცა ის ვრცელდება კონკრეტულ მატერიალურ ან სულიერ
კეთილდღეობაზე, გარკვეულ სოციალურ პროცესზე. ის შეიძლება
წარმოდგენილი იყოს კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკით, თუ ამ კონ-

ჯანსაღ კვალიფიკაციას და მომსახურებას ავიღებთ ურთიერთკავშირში, რომელიც უზრუნველყოფს ადამიანის ცხოვრების პროცესის ნორმალურ მსვლელობას.

დაბოლოს, დაკონკრეტებული აუცილებლობა შეიძლება წარმოვიდგინოთ, როგორც საერთო მოთხოვნილება, როცა ეს უკანასკნელი თავის თავში მოიცავს მატერიალური და კულტურული კეთილდღეობის, სოციალური პროცესების, ცხოველმოქმედების ამა თუ იმ გადაწყვეტილი პროცესის /მაგალითად, საერთო მოთხოვნილება განსახლებაზე, კვებაზე და ა.შ./ ერთობლიობას.

კერძო მოთხოვნილებანი, კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკები და საერთო ანუ ზოგადი მოთხოვნილებანი, ან ადამიანთა ასოციაციური საზოგადოებრივ დონეზე ვლინდებიან სამ ხარისხობრივ მაჩვენებელში: დასაკმაყოფილებელი /მინიმუმი/, ნამდვილი /მაქსიმუმი/ და აბსოლუტური /პერსპექტიული მაქსიმუმი/.

მოთხოვნილებათა მეცნიერული სისტემის შესწავლისას პირველ რიგში აუცილებელია გამოვყოთ მოსახლეობის ნამდვილი და აბსოლუტური დასაკმაყოფილებელი და დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნილებანი. დასაკმაყოფილებელი მოთხოვნილებანი განპირობებული არიან საზოგადოებრივი შრომის მწარმოებლურობის მიღწეული დონით და აისახებიან საცალო საქონელბრუნვის მოცულობასა და სტრუქტურაში, მოხმარების საზოგადოებრივ ფონდებში, სულიერ და სოციალურ ფასეულობებში, რომლებიც მოსახლეობას მიეწოდება განვითარებული სოციალისტური საზოგადოების მიერ.

ნამდვილი მოთხოვნილებანი შეიცავენ დასაკმაყოფილებელ მოთხოვნილებებთან ერთად დაუკმაყოფილებელ მოთხოვნილებებსაც, ანუ მატერიალურ კეთილდღეობაზე, სულიერ და სოციალურ ფასეულობებზე ადამიანთა შეცნობილი აუცილებლობის სრულ ერთობლიობას.

აბსოლუტური სიახლეები წარმოადგენენ ტექნოლოგი-ლებათა ფუნდამენტურ შესაძლებლობებს /პერსპექტივებს/, რომელიც მოიცავს მისაღწევის არა მხოლოდ ნაწილობრივ სიახლეებს, არამედ მას მომავალ სრულყოფასაც.

სიახლეების ერთიანი სისტემა იმყოფება განუწყვეტლივ მოძრაობაში. ნაწილობრივი სიახლეების დაუკმაყოფილებელი ნაწილი იზრდება სოციალისტური წარმოების პროგრესთან ერთად. ნაწილობრივი სიახლეები წრე წარმოიქმნება სოციალისტური წარმოების ახალ მიღწევათა საფუძველზე. მასთან წარმოების განვითარებასთან ერთად იზრდება აბსოლუტური სიახლეების მოცულობა და სრულყოფილი ხდება მისი სტრუქტურა. ეს ნიშნავს, რომ სხვა ქვეყნების მატერიალური წარმოების საუკეთესო მიღწევები ინტენსიურად აფორმირებენ ჩვენთვის კერძო სიახლეებს, კერძო სიახლეებად ცვლიან და საერთო სიახლეებს, რომლებიც ჯერჯერობით უცნობია მოცემული ქვეყნის მოსახლეობისათვის. ეს უკანასკნელი აბსოლუტურ სიახლეებად იქცევა იქ, სადაც ახალი პროდუქტების წარმოება არაა მიღწეული, ანდა არაა ორგანიზებული ახალი პროდუქციის საგარეო ვაჭრობა. ნაწილობრივ სიახლეებად კი იქცევა იქ, სადაც მიკვლეულია ახალი პროდუქტების წარმოება, ანდა განხორციელებულ მარაგების დონეზე, როგორც იმპორტული საქონელი. აბსოლუტური სიახლეების განსხვავება ნაწილობრივ სიახლეებთან შემდგომში განპირობებულია ადამიანთა მიერ საზოგადოებრივი კონტაქტების დამყარების პროცესით. ახალ ნაწარმზე მაღალი სამომხმარებლო თვისებებით უფრო არ შეიძლება დარჩეს უცნობი ადამიანისთვის მსოფლიოში.

ამრიგად, აქამდე კერძო სიახლეების დინამი-

ური სისტემა ფორმირებას განიცდის საზოგადოებრივ დონეზე დასაკმაყოფილებელი, ნამდვილი და აბსოლუტური მოთხოვნილებების სახით. ამის ეკონომიური გათვალისწინება აუცილებელია საქმის ორგანიზაციისათვის, რომლებიც განსაზღვრავენ სამეურნეო საქმიანობის მიმართულებებს, როგორც მიმდინარე პერიოდისათვის, ისე გრძელვადიან პერსპექტივაზე სახალხომეურნეობრივი დაგეგმვის დონეებში მოთხოვნილებათა ნამდვილი და აბსოლუტური კომპლექსების დადგენისას.

ამგვარი მოთხოვნილებების ფორმირების ერთიანი პროცესი უპირატესად ხორციელდება საზოგადოებრივ წარმოებაში - ადამიანის საქმიანობის ძირითად სფეროში.

ადამიანთა მოთხოვნილებანი, დაკმაყოფილებულნი საზოგადოებრივი წარმოების მიერ, იმავდროულად გაცნობიერებულნი უნდა იყვნენ ადამიანთა გონებაში. ეს ყველაზე უკეთ სრულად ხორციელდება მოხმარების სფეროში - კვლავწარმოების პროცესის ბოლო სტადიაზე, სადაც საბოლოო მოიხმარება მატერიალური კეთილდღეობა. ადამიანის მიერ პროდუქტების მოხმარების თავისებურება მდგომარეობს კერძო მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებელი კომპლექსის კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკების ერთობლიობად გარდაქმნაში. კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკები წარმოადგენენ ურთიერთკავშირებს, რომლებიც ვლინდებიან ადამიანის გაცნობიერებული აუცილებლობის ელემენტებს შორის მოხმარებაში. ბლოკის შიგნით თითოეული ელემენტი დაქვემდებარებულია სხვა ელემენტებზე. იმავდროულად არსებობს მკაცრად დეტერმინირებული კავშირი კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკებს შორის, რომელსაც წარმოშობს მოხმარების პროცესი. ეს უკანასკნელი დასაკმაყოფილებელ მოთხოვნილებათა სტრუქტურაში გამოყოფს პირველადი საჭიროების

კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკებს და კერძო მოთხოვნილებათა ბლო-კებს პირველადი საჭიროებისათვის.

ამრიგად, ადამიანის მიერ მატერიალური ნაწარმის პროდუქტებისა და არამატერიალური სფეროს მომსახურების გამო-ყენების შემდეგ მოხმარებაში ნაშთი მოთხოვნილებათა დაკმა-ყოფილებული ნაწილი ღებულობს მოხმარებული სტრუქტურის სა-ხეს კერძო მოთხოვნილებათა ბლოკების ერთობლიობის ფორმით, და-უკმაყოფილებელი ნაწილი კი უცვლელი რჩება.

ვაჭრობა, რომელიც ასახავს გაცვლის ურთიერთობებს, იკავებს შუალედურ მდგომარეობას წარმოებისა და განაწილების სფეროებს შორის, ერთი მხრივ, და მოხმარების სფეროს შორის, მეორეს მხრივ, ის თავის თავზე განიცდის წარმოების ზემოქმე-დებას და მოხმარების სულ უფრო და უფრო ძლიერ გავლენას. წარ-მოადგენს რა სახალხო მეურნეობის დარგს, ვაჭრობა ეხება მოთხოვ-ნილებათა მოძრაობას პირველ რიგში დარგობრივ დონეზე.

სახალხო მოხმარების საქონელზე და მომსახურებაზე მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების პროცესის დაყვან-ა დარგობრივ დონეზე – ესაა წარმოებაში და ვაჭრობაში სამომხმა-რებლო კომპლექსების გამოყოფა და ორგანიზებული დანერგვა. სა-მომხმარებლო კომპლექსი შეიძლება განვსაზღვროთ, როგორც საქონ-ლისა და მომსახურების ერთობლიობა, რომელიც აკმაყოფილებს ერ-თობლიობაში ადამიანის ამა თუ იმ კერძო მოთხოვნილების ბლოკს. კონკრეტული სამომხმარებლო კომპლექსების სტრუქტურის დამუშავე-ბა წარმოადგენს ამ სფეროში თეორიულ-მეცნიერული აზროვნების პრაქ-ტიკულ რეალიზაციას. საქმე ეხება სახალხო მოხმარების საქონლის თანამედროვე ასორტიმენტის სისტემატიზაციას, რომელიც შეიცავს მილიონამდე დასახელების ნაწარმს.

განვითარებულ სოციალისტურ საზოგადოებაში მოთხოვნი-

ლებათა დიფერენცირების ხარისხის ძირითადი მაჩვენებელია კერ-ამ მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებელი ნაწილი, ანუ მოთხოვნა.

მოთხოვნა წარმოადგენს სახალხო მოხმარების საგნებზე გადახდისუნარიანი საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების ღირებულების ეკვივალენტს, რომლის სიდიდე განისაზღვრება საზოგადოებისა და მისი ცალკეული წევრების ეკონომიკური შესაძლებლობებით კერძოდ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების სფეროში სახალხო მეურნეობის განვითარების არსებული პირობებში.

მოთხოვნის შესწავლისა და პროგნოზირების ძირითადი მიზანი მის გაზომვაში მდგომარეობს. ამის შესაბამისად, მოთხოვნის კლასიფიკაციას საფუძვლად უნდა დაედოს, უპირველეს ყოვლისა, გაზომვითი ასპექტი. ამ ნიშნის მიხედვით გამოყოფენ მოთხოვნის სამ ფორმას – რეალიზებულს, დაუკმაყოფილებელს, ფორმირებაში მყოფს. ამასთან, რეალიზებულ მოთხოვნაში იგულისხმებენ მის იმ ნაწილს, რომელიც დაკმაყოფილებულ იქნა საქონლისა და მომსახურების შესყიდვის შედეგად. ავტორთა უმრავლესობა დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის ქვეშ გულისხმობს მოთხოვნას ისეთ საქონელზე, რომელიც გაყიდვაში არ არის. ეკონომისტთა აზრით, ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნა – ესაა საქონლის სამომხმარებლო თვისებებისადმი, ხარისხისადმი და გარეგანი გაფორმებისადმი მყიდველთა ახალი მოთხოვნების ერთობლიობა.

ასეთი კლასიფიკაცია ლოგიკურად არაა დასაბუთებული. უფრო მეტიც, სხვადასხვა კრიტერიუმები ერთმანეთშია არეული. წმინდა რაოდენობრივი ნიშანი /რეალიზებული და დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა/ შერეულია ხარისხობრივ ნიშანთან /ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნა/. თუ რეალიზებული და დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა ნათლად ასახავენ მოთხოვნის დაკმაყოფილების ხა-

რისხს, ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნა ამ რიცხვს არ შეესაბამება. ჩვენ აღარაფერს ვამბობთ იმაზე, რომ თვით ცნება "ფორმირებაში მყოფი მოთხოვნა" ფრიად საეჭვოა - შეიძლება ვილაპარაკოთ მოთხოვნის ფორმირების პროცესზე და არა ფორმირებაში მყოფ მოთხოვნაზე.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში გამოთქმულია მოსაზრება, რომ ხმარებიდან იქნას ამოღებული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის ცნება, რამდენადაც იგი არ შეესაბამება განვითარებული სოციალიზმის ბუნებას. ეს მართლაც ასეა. კერძოდ, დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის არსებობა იმ ნაკლოვანებათა შედეგია, რომლებიც ჯერ კიდევ არსებობენ ჩვენი სახალხო მეურნეობის დარგებში. ამიტომ ჯერჯერობით ნაადრევად მიგვაჩნია დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის ცნების ამოღება ეკონომიკური ლიტერატურიდან.

დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა რეალურად წარმოადგენს ფულადი სახსრების განსაზღვრულ ნაწილს, რომელიც არ რეალიზდება საქონელზე და მომსახურებაზე /მათი რაოდენობრივი უკმარისობისა და მოთხოვნებთან ხარისხობრივი შეუსაბამობის გამო/ დაგროვდება ან ნაღდი ფულის სახით, ან შემნახველ სალაროებში. ესაა ე.წ. აშკარა, ანუ რეალური დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა, რომელიც წარმოდგენილია ფულით და რომელიც მაშინვე გადის ბრუნვაში, როგორც კი ბაზარზე გამოჩნდება დეფიციტური საქონელი.

აშკარა დაუკმაყოფილებელ მოთხოვნასთან ერთად არსებობს ფარული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა, რომელიც ასევე წარმოიშობა საქონელთა არასაკმარისი მიწოდების გამო ბაზარზე. მაგრამ რეალურისაგან განსხვავებით, ფარული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა რეალიზდება დეფიციტურის სანაცვლო საქონლის შესყიდვისას.

მსჯელობა ფარული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის წარმოქმნაზე შეიძლება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა ერთი სახის საქონ-

ლის დეფიციტურობის გამო მოთხოვნა გადაირთვება სხვა საქონელზე, რომელიც თავისი სამომხმარებლო თვისებებით არსებითად განსხვავდება დეფიციტურისაგან, ამასთან განსხვავდება უარესობის მხრივ. თუ მოთხოვნა კმაყოფილდება იმავე ჯგუფის საქონლით, იმავე ძირითადი სამომხმარებლო თვისებებით და, რაც უმეტეს, იმავე ფასით /მაგალითად, "მოსკვიჩის" მარკის ავტომობილის მაგივრად შეიძინება "ჟიგული"/, მაშინ ფარული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა არ წარმოიქმნება.

ფარული დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის სიდიდე არ შედის დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის საერთო მოცულობაში. ამიტომ დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნის საერთო სიდიდის შეფასებისას აუცილებელია გათვალისწინებით ისევე აშკარა დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა, რომელიც ურთიერთშემცვლელია ჯგუფით.

მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხის გაზომვას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სახალხო მოხმარების საგნების წარმოებელი დარგების [illegible] წარმოების მოცულობისა და საცალო საქონელბრუნვის ოპტიმალური სიდიდის დადგენის თვალსაზრისით.

§ 2. რაციონალური მოხმარების ცნება. სასურსათო და არასასურსათო საქონლის მოხმარების რაციონალური ნორმები

საბჭოთა ხალხის მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესება წარმოადგენს კომუნისტური პარტიის ძირითად მიზანს. მთელი მისი საქმიანობა მიმართულია იქითკენ, რათა ცხოვრებაში განხორციელდეს ვ.ი. ლენინის მნიშვნელოვანი დებულება იმის შესახებ, რომ "... მხოლოდ სოციალიზმი მოგვცემს შესაძლებლობას ფართოდ გავავრცელოთ და ნამდვილად დავიმორჩილოთ პროდუქ-

ტების სამოქალაქოებრივი წარმოება და განვითარება მეცნიერულ მოსაზრებათა შესაბამისად – იმის შესახებ, თუ როგორ გავხადოთ ყველა მშრომელის ცხოვრება ყველაზე უფრო ადვილი, ისეთი, რომელიც მას მისცემს კეთილდღეობის შესაძლებლობას"[1]

სოციალისტური წარმოების ნება ქმნის პირობებს არა მარტო პირადი მოხმარების მოცულობის ზრდისა და მისი სტრუქტურის გაუმჯობესებისათვის, არამედ იგი გარკვეულად ხელს უწყობს მის მეცნიერულ საფუძველზე დარეგულირებას. მაგრამ საბჭოთა ხალხის ცხოვრების პირობების ლენინურად წარმართვის აუცილებლობამ განაპირობა ჩვენში ისეთი მეცნიერების წარმოშობა და წარმატებით განვითარება, როგორიცაა მეცნიერება რაციონალური მოხმარების შესახებ, მეცნიერება – კვების ძირითადი პროდუქტების მოხმარების ფიზიოლოგიური ნორმებისა და არასასურსათო საქონლის მოხმარების რაციონალური ნორმების, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების ქონებრივობის საერთოდ უზრუნველყოფის ნორმატივებისა და სხვადასხვა სახის არასასურსათო საქონლის რაციონალური გარდერობის შესახებ.

მეცნიერება რაციონალური მოხმარების შესახებ შეისწავლის შემდეგ საკითხებს:

1. ადამიანთა რაციონალურ მოთხოვნილებასა და მოთხოვნილებას, რომელიც უნდა განვითარდეს და არარაციონალურს, რომელიც უნდა აღმოიფხვრას;

2. მოხმარების რიგითი პირობები და ფორმები, მოხმარების საგნების რიგითი კომპლექსი და მათი გამოყენების რიგითი მეთოდები უფრო ხელსაყრელი ადამიანისათვის, რომლებიც უზრუნ-

---

1 ვ.ი. ლ ე ნ ი ნ ი , თხზ., ტ.27, გვ.500.

ელყოფენ ადამიანთა ჯანმრთელ, ხანგრძლივ ცხოვრებასა და მათ ფიზიკურ, სულიერ და სოციალურ მოთხოვნილებათა უფრო სრულ დაკმაყოფილებას;

3. მოხმარების რიგი საგნები და ფორმებია ეკონომიკურად უფრო მეტად ეფექტიანი, რომლებიც უზრუნველყოფენ საზოგადოებრივი სიმდიდრისა და შრომის უკეთ გამოყენებას და ხელს შეუწყობენ ადამიანთა კეთილდღეობის სწრაფ ზრდას.

თუ კვების პროდუქტების მოხმარების საზღვრები შეიძლება ზუსტად იქნეს დადგენილი, რომელიც შეესაბამება ადამიანის ორგანიზმის ფიზიოლოგიურ მოთხოვნილებებს, ისეთი ნაწარმისა კი, როგორიცაა – ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და სხვა არასურსათო დანიშნულების საქონლის მოხმარების საზღვრები ბევრად უფრო ფართოა, ელასტიკურია, ამიტომაც მათი დადგენა ასე თუ ისე გარკვეულ სიძნელეებთან არის დაკავშირებული, ჩვენი საზოგადოების განსაზღვრული ეტაპისათვის ამ საზღვრების დადგენის ამოცანის გადაწყვეტა დაკავშირებულია მოსახლეობის მიერ მსუბუქი მრეწველობის საქონლის მეცნიერულად დასაბუთებული მოხმარების რაციონალური ნორმების განსაზღვრასთან.

მოხმარების მეცნიერულად დასაბუთებული ნორმები ქმნიან თანამედროვე მეცნიერების თვალსაზრისით საქონლის მოხმარების სასურველ დონესა და სტრუქტურას, რომლებიც უზრუნველყოფენ ინდივიდუალური და საზოგადოებრივად აუცილებელი მოთხოვნილებების სრულად დაკმაყოფილებას, ადამიანის ორგანიზმის განვითარების მნიშვნელოვან ხელშემწყობი პირობების შექმნას, მისი ჯანმრთელობის დაცვას, ფიზიკური და სულიერი მოთხოვნილებების ყოველმხრივ დაკმაყოფილებას.

განვითარებული სოციალისტური საზოგადოებისათვის დამა-

ხასიათებელია არა მარტო სპეციფიკური მოხმარების, არამედ რაციონალური მოთხოვნილებების ზრდის მაღალი ტემპები. ამიტომ გართულებულია რაციონალური ნორმების გაანგარიშება. ლიტერატურაში არსებობს აზრი, რომ ეს ნორმები გაანგარიშებულ უნდა იქნან ხუთ-ლედში არანაკლებ ერთხელ. ასეთი ვადა შეიძლება ხანმოკლეა, რამდენადაც აბსოლუტური მოთხოვნილებანი მოთხოვნილებათა სხვა საფეხურებზე უფრო მყარია. ობიექტურად განპირობებულ აბსოლუ-ტურ მოთხოვნილებებთან სიახლოვისას დამუშავებული რაციონალუ-რი ნორმები ასე ხშირად არ უნდა იცვლებოდნენ. მათი გაანგარიშების ვადები, როგორც ჩანს, დაკავშირებული არიან ნორმების განვი-თარებასთან მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის საფუძველზე, ასეთი განვითარება კი გრძელვადიანი პერსპექტივის სხვადასხვა პერიო-დებში უთანაბრო ხდება. ნორმების გაანგარიშების ვადების შესა-ხებ შეიძლება ვიკამათოთ, მაგრამ ობიექტური აბსოლუტური მოთხოვნი-ლებების ცვლილების ფაქტი ეჭვს არ იწვევს.

ჩვენს ქვეყანაში რამდენჯერმე იქნა ჩატარებული მუშაო-ბა მოხმარების რაციონალური ნორმების განსაზღვრის დარგში. ასეთი გამოკვლევების კომპლექსი მიზნად ისახავს უმნიშვნელოვანესი სა-სურსათო და არასასურსათო საქონლის რაციონალური მოხმარების პერსპექტიული ნორმების განსაზღვრას მთლიანად სსრ კავშირში ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით, ცალ-ცალკე ქალაქად და სოფლად, კლიმატურ-ეთნიკური ზონებისა და მოსახლეობის სოციალურ-ასაკობრი-ვი ნიშნების მიხედვით.

მოხმარების ნორმების გაერთიანება ერთიან კომპლექსში ხდება რაციონალური სამომხმარებლო ბიუჯეტის მეშვეობით. რაციონა-ლური ბიუჯეტი - ესაა მოთხოვნილებათა გარკვეული ჰიპოთეზა, რომე-ლიც შეესაბამება პერსპექტივაში რაციონალური მოხმარების შესახებ

პარამეტრებს, ჩამოყალიბებულ მეცნიერებისა და ტექნიკის არსებული მდგომარეობიდან, მათი შესაძლებელი განვითარების გათვალისწინებით.

ლიტერატურაში ჩვეულებრივ აქცენტი დაკეთებულია იმაზე, რომ მოხმარების რაციონალური დონის ნიშნევა სრულიადაც არ ასახავს მისი მოცულობისა და სტრუქტურის ნიველირებას ყველა მომხმარებლისათვის. პირიქით, სოციალისტური საზოგადოების თითოეული წევრის მოხმარება კიდევ უფრო განსხვავებული იქნება არა მარტო სქესისა და ასაკის, არამედ მისი ინდივიდუალური თავისებურებების მიხედვითაც /ტემოვნება, საქმიანობა, ჩვევები და ა.შ./.

რაციონალური ბიუჯეტი ჩვეულებრივ დგება ოთხი კაცისაგან შემდგარ ოჯახზე – ცოლქმრული წყვილი, ბიჭი და გოგო– ცალ-ცალკე ქალაქისა და სოფლის ოჯახებისათვის, რამდენადაც გრძელვადიან პერსპექტივაშიც შენარჩუნებული იქნება განსხვავება ქალაქისა და სოფლის კულტურულ-საყოფაცხოვრებო პირობებს შორის.

რაციონალური ბიუჯეტის მიმართ ძირითადი მოთხოვნაა მიღებული ნორმების მეცნიერული დასაბუთებულობა. საქონლის სხვადასხვა ჯგუფები– სასურსათო, არასასურსათო /ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების საქონლის გარდა/, ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელი, აგრეთვე მომსახურებაც ფრიად სპეციფიკურია დასაკმაყოფილებელი მოთხოვნილებების ხასიათისა და მათი რაციონალური დონის განსაზღვრის შესაძლებლობის მიხედვით. აქედან გამომდინარეობს მოხმარების საგნების ჯგუფების მიხედვით ნორმების განსხვავებული საიმედოობა, რამდენადაც ზოგზე მოთხოვნილების განსაზღვრა გარკვეული ზომით მოითხოვს საექსპერტო შეფასების გამოყენებას.

შედარებით დასაბუთებულია კვების ნორმები, რომლებსაც მათ გააჩნიათ განსაზღვრული ფიზიოლოგიური ბაზა - მოთხოვნილება კალორიებზე, საკვებ ელემენტებზე /ცილები, ცხიმები, ნახშირწყლები/, ვიტამინებზე და მინერალურ ნივთიერებებზე სხვადასხვა სქესის, ასაკის, სხვადასხვა კლიმატურ ზონებში მცხოვრები პირების მიხედვით, მოზრდილი მოსახლეობისათვის კი შრომის განსხვავებული პირობების მიხედვით. მაგრამ როცა საქმე ეხება კვების პროდუქტების კომპლექტს, რომელშიც რაციონალური კვების ყველა ელემენტი დაბალანსებულია, მაშინ, ბუნებრივია, წარმოიშობა ურთიერთშემცვლელი პროდუქტების გამოყენების სხვადასხვა ვარიანტის შესაძლებლობა. ასეთი კომპლექტების დამუშავება მოითხოვს დამატებით დასაბუთებას რიგი ნორმების /მისი მასშტაბების დაჯგუფების, კომპლექტში ამა თუ იმ ურთიერთშემცვლელი პროდუქტის ჩართვის მიზანშეწონილობა მათ წარმოებაზე გაწეული დანახარჯების თვალსაზრისით, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის შესაძლო დაჩქარების გათვალისწინება/, ისე მოთხოვნის /მოთხოვნაზე სახელმწიფოებრივი ღონისძიებების ზემოქმედების გათვალისწინებით მოხმარების სტრუქტურის ოპტიმიზაციის მიზნით/.

დღესდღეობით არ არსებობს საყოველთაოდ აღიარებული მეთოდიკა ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე მოთხოვნისა და მოხმარების მაჩვენებელთა გასაანგარიშებლად. ამის შედეგად, სტატისტიკური გაანგარიშებების პრაქტიკაში გამოყენებული მაჩვენებლები არ ასახავენ ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე მოთხოვნისა და მოხმარების რეალურ სიდიდეს.

ზოგიერთ გამოკვლევაში ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის მოხმარების დასახასიათებლად გამოიყენება: ა/ მოსახლეობის უზრუნველყოფის ხარისხის მაჩვენებელი და ბ/ ხანგრძლივი სარგებ-

ლობის საქონელზე მოთხოვნილების გაჯერების მაჩვენებელი.

პრაქტიკაში არცთუ იშვიათად ერთმანეთთანაა გაიგივებული მოსახლეობის უზრუნველყოფისა და მოთხოვნილებათა გაჯერების მაჩვენებლები. ეს მაჩვენებლები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან როგორც მათ მიერ დახასიათებული პროცესების არსით, ისე გაანგარიშების მეთოდიკით. სახელდობრ, ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლით მოსახლეობის უზრუნველყოფის მაჩვენებელი ახასიათებს ამ საქონლის გავრცელების ხარისხს მოსახლეობის კერძო სარგებლობაში. კონკრეტულად ის გვიჩვენებს, თუ ხანგრძლივი სარგებლობის მოცემული საგნის რამდენი ერთეული მოდის, მაგალითად, 1000 კაცზე, ან ყოველ 100 ოჯახზე. ეს მაჩვენებელი გაიანგარიშება არსებული პარკის შეფარდებით მოსახლეობის რაოდენობაზე ან ოჯახების რიცხოვნობაზე.

რაც შეეხება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე მოთხოვნილების გაჯერების მაჩვენებელს, ის ახასიათებს ამ საქონელზე მოთხოვნილების დაკმაყოფილების, ანუ გაჯერების ხარისხს და გაიანგარიშება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლით უზრუნველყოფის ფაქტიური დონის შეფარდებით მათი რაციონალური უზრუნველყოფის ნორმატივთან. ეს უკანასკნელი დგინდება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე ადამიანთა გონივრული მოთხოვნილებების შესახებ მეცნიერული წარმოდგენების საფუძველზე.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ წლის განმავლობაში ადამიანისათვის საჭირო საკვები პროდუქტების რაოდენობა, როგორც წესი, ემთხვევა მათ წლიურ შეძენას. არასასურსათო საქონელზე ასეთი დამთხვევა არ არსებობს. მსუბუქი მრეწველობის ნაწარმი /ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი და სხვა/ მიეკუთვნება მრავალჯერადი გამოყენების საგნებს და მოხმარების პროცესში იხარჯება თანდათანობით.

ტანსაცმლის, ფეხსაცმლისა და სხვა არასასურსათო დანიშნუ-ლების საქონლის წლიური მოხმარება შეიძლება მეტი იყოს წლიურ შეძენაზე, ამ შემთხვევაში ადგილი ექნება მოსახლეობაში არსე-ბული მარაგების შემცირებას, ან პირიქით, წლიური მოხმარება შეიძლება ნაკლები იყოს წლიურ შეძენაზე, რის შედეგადაც ყო-ველ ოჯახში ადგილი ექნება მოცემული საქონლის დაგროვებას, წარმოიქმნება ე.წ. გარდერობი.

რაციონალური გარდერობის საზღვრების დადგენისათვის უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ფაქტიური გარდერობის შესწავლის საკითხს, რაც ძირითადად ხორციელდება ვაჭრობის სტატისტიკის, ბიუჯეტური გამოკვლევებისა და უშუალო მოსახლეობის გამოკითხ-ვის საფუძველზე.

ფაქტიური გარდერობის მიღწეული დონე წარმოადგენს მსუ-ბუქი მრეწველობის საქონლის მოხმარების ძირითად მაჩვენებელს, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს მოსახლეობის მატერიალური კეთილ-დღეობისა და კულტურული დონის განვითარების თავისებურ ბარო-მეტრად.

რაციონალური გარდერობი კი წარმოადგენს ნაწარმის ისეთ კომპლექტს, რომელიც აუცილებელია დასახულ პერსპექტივაში მრავალ-მხრივი და მზარდი მოთხოვნილების რაც შეიძლება სრულად დაკმაყო-ფილებისა და განვითარებისათვის.

რაციონალური გარდერობი ადეკვატური რიდია მოხმარების რაციონალური ნორმებისა. ეს უკანასკნელი სხვა არა არის რა, თუ არა რაციონალური გარდერობის წლიური ცვეთა. მოხმარების რაციონალური ნორმა წარმოადგენს ზღვარს, რომლისკენაც მიის-წრაფვის ფაქტიური მოხმარება.

მეცნიერულად დასაბუთებული მოხმარების რაციონალური

ნორმები გვევლინებიან, როგორც საშუალო სიდიდეთა სისტემა. ისინი ასახავენ ადამიანთა მოთხოვნილების შედარებით მნიშვნელოვან მხარეებს მოსახლეობის პროფესიული და სქესობრივ-ასაკობრივი შემადგენლობის, მოხმარების ეროვნულ და კლიმატურ თავისებურებათა გათვალისწინებით.

ხანგრძლივი სარგებლობის საგნების მოხმარების მოცულობის სწორად განსაზღვრისათვის საჭიროა შემდეგი მაჩვენებლების გაანგარიშება: მათი რაოდენობა სახეებისა და წლების მიხედვით, ამ საგნების ექსპლუატაციის ვადა, წლიური ცვეთის ნორმები.

მოთხოვნა ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე გარკვეული პერიოდის განმავლობაში შეიძლება წარდგენილ იქნას მხოლოდ ამ საქონლის პარკის გასაფართოებლად. მნიშვნელოვანწილად პირველადი მოთხოვნის საფუძველზე ყალიბდება სარეცხი მანქანების, მტვერსასრუტების, ტელევიზორების, ავეჯისა და ხანგრძლივი სარგებლობის სხვა საქონლის გაყიდვა

ამ საქონლით მოსახლეობის უზრუნველყოფის დონეს აქვს თავისი საზღვარი, ამიტომ უზრუნველყოფის ზრდასთან ერთად მცირდება პირველადი მოთხოვნა. რაც უფრო მაღალია უზრუნველყოფის ხარისხი, მით უფრო მცირეა პირველადი მოთხოვნის წილი, და პირიქით, რაც უფრო დაბალია უზრუნველყოფის ხარისხი, მოთხოვნის საერთო მოცულობის მით მეტი ნაწილი ფორმირდება პირველადი მოთხოვნის საფუძველზე.

მეორადი მოთხოვნა /მოთხოვნა შეცვლაზე/ არ ცვლის უზრუნველყოფის ხარისხს და ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის პარკის რაოდენობას. ის უზრუნველყოფს მოხმარებული საქონლის აღდგენას. ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის მოხმარების მო-

ცულობა განისაზღვრება ექსპლუატაციაში მყოფი საგნების ორებუ-ლების შეფარდებით მათი სამსახურის საშუალო ვადასთან.

მოხმარება შეიძლება გავიანგარიშოთ ნატურალურ მაჩვენე-ბლებში. ამისათვის ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის პარკის რაოდენობა უნდა გაიყოს მისი სამსახურის საშუალო ვადაზე.

რამდენადაც ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელი თანდათა-ნობით ცვდება, ანუ მოიხმარება რამდენიმე წლის განმავლობაში, ამდენად მათი წლიური მოხმარების სიდიდის დასახასიათებლად უნდა გამოვიყენოთ მაჩვენებელი, რომელიც ასახავს მის "გაცვე-თილ" ნაწილს წლის განმავლობაში. ასეთი მაჩვენებელია წლიური ცვეთის ნორმა, რომელიც განისაზღვრება როგორც მისი სამსახურის ვადის შებრუნებულ სიდიდე.

მოხმარების რაციონალური ნორმა წარმოადგენს მოცემული კონკრეტული საქონლის გონივრული რაოდენობის საექსპერტო შერჩე-ვას. მაგალითად, კვების რაციონალური ნორმების დასაბუთების სა-ფუძველია მონაცემები, მიღებული მეცნიერული გაანგარიშებების საფუძველზე სასურსათო საქონელზე ჯანმრთელი ადამიანის მოთხოვ-ნილებების შესახებ.

კვება მიეკუთვნება შედარებით ელასტიკურ მოთხოვნილე-ბას, რომელიც მოითხოვს პირველ რიგში დაკმაყოფილებას. ამ მიზ-ნით სსრ კავშირის მედიცინის მეცნიერებათა აკადემიის კვების ინ-სტიტუტმა შეიმუშავა ფიზიოლოგიური ნორმები ბავშვების, მოზრდილი შრომისუნარიანი მოსახლეობის მიხედვით, რომლებიც დიფერენცირე-ბულნი არიან აგრეთვე სამუშაოზე ფიზიკური დატვირთვების, კლიმა-ტური ზონების და ა.შ. შესაბამისად. ნორმებზე დაფუძნებული კვების რაციონალური კომპლექტები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან ეროვ-ნული და საყოფაცხოვრებო თავისებურებების მიხედვით. კავშირის

მასშტაბით კვების პროდუქტების საშუალო კომპლექტი დამუშავე-ბულია გრძელვადიან პერსპექტივაზე და შეადგენს ხორცსა და ქონზე /სუბპროდუქტების ჩათვლით/ 78 კგ. წელიწადში; რძეზე და რძის პროდუქტებზე, რძეზე გადაყვანით - 405 კგ; კვერცხზე-292 ცალი; თევზზე და თევზპროდუქტებზე - 18,2 კგ; შაქარზე-40 კგ; ზეთზე- 9,1 კგ; ხილზე და კენკრაზე /ღვინის დასამზა-დებლად გადამუშავების გარეშე/ - 113 კგ; ბოსტნეულზე და ბაღ-ჩეულზე - 146 კგ; კარტოფილზე - 97 კგ; პურპროდუქტებზე /პუ-რი ფქვილზე გადაყვანით, ფქვილი, ბურღული, მაკარონის ნაწარ-მი/- 110 კგ.

დღესდღეობით სსრ კავშირში დამუშავებულია მოხმარე-ბის რაციონალური ნორმატივები 31 სახეობაზე, მათ შორის, 10 ძირითად კვების პროდუქტზე, ოთხ მნიშვნელოვან არასასურსათო სა-ქონელზე /ქსოვილები, ტრიკოტაჟი, ბეწვ-ტყავის ნაწარმი და ფეხსაცმელი/ და 17 ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელზე. პირო-ბითად შეიძლება ჩავთვალოთ, რომ სახალხო მოხმარების ცალკეული საქონლის მოხმარების რაციონალური ნორმატივები წარმოადგენს ამ საქონელზე ნორმალური მოთხოვნილებების საშუალო სიდიდის რა-ოდენობრივ მახასიათებლებს. ამ შემთხვევაში, სახალხო მოხმარე-ბის ცალკეული საქონლის ფაქტიური მოხმარების შედარება რაციონა-ლური ნორმის / ნორმატივის/ დონესთან ახასიათებს მოთხოვნილე-ბის დაკმაყოფილების ფაქტიურ ხარისხს.

უნდა აღინიშნოს, რომ ეს ნორმატივები განსხვავდებიან ცალკეული რეგიონების, მოსახლეობის სქესობრივ-ასაკობრივი ჯგუ-ფების მიხედვით, დამოკიდებულნი არიან მოთხოვნილებათა განვითარე-ბის დონეზე და ამდენად შეიძლება შეიცვალონ.

რაციონალური ნორმები ქსოვილებზე შეადგენს 41,8 მ^2

წელიწადში, ზედა ტრიკოტაჟზე - 4,1 ცალს, თეთრეულზე -5,9 წინდა-თათმანის ნაწარმზე- 7,5 წყვილს.

მოხმარების ფაქტური დონის ნორმატიულთან დახლოების პროცესი ხდება არა მარტო მთლიანი მოსახლეობის საშუალოსულადობრივი მოხმარების, არამედ მოსახლეობის ცალკეული სოციალური ჯგუფების, ქალაქისა და სოფლის მოსახლეობის მიხედვითაც.

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, ეროვნული, დემოგრაფიული, ბუნებრივ-კლიმატური და სხვა პირობების გამო რაციონალური ნორმები დიფერენცირებულნი არიან რეგიონების მიხედვით, ამასთან ეს დიფერენციაცია საკმაოდ არსებითია. მაგალითად, ზედა ტრიკოტაჟის მოხმარების რაციონალური ნორმა მოკავშირე რესპუბლიკების მიხედვით მერყეობს 3,3 ცალიდან 4,8 ცალამდე ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით. რაციონალური მოხმარების ნორმა ფეხსაცმელზე იცვლება 4,27 წყვილიდან 5,95 წყვილამდე ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით.

რაციონალური უზრუნველყოფის ნორმატივები კიდევ უფრო მერყეობენ ხანგრძლივი სარგებლობის ზოგიერთი საქონლის მიხედვით. მაგალითად, უზრუნველყოფის ნორმატივი რადიომიმღებზე და რადიოლებზე ყირგიზეთის სსრ-თვის დადგენილია 131 ცალის ოდენობით 100 ოჯახზე გაანგარიშებით, ესტონეთში კი - 200 ცალი. მოპედებით და მოტოველოსიპედებით უზრუნველყოფის ყველაზე დაბალი ნორმატივი შეიმჩნევა სომხეთის და საქართველოს მოკავშირე რესპუბლიკებში /3 ცალი 100 ოჯახზე გაანგარიშებით/, ლატვიაში კი ის 8-ჯერ მეტია / 25 ცალი/.

§ 3. მოთხოვნილებებისა და მოხმარების ელასტიკურობა. მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები

სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნილებებისა და მოხმარების ელასტიკურობა გულისხმობს მათ უნარს შეიცვალონ ფულადი შემოსავლების სიდიდის, ფასების დონის, ოჯახის სიდიდისა და შემადგენლობის და სხვა ფაქტორებისაგან დამოკიდებულებით. სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნილებების ერთი ნაწილი უფრო ელასტიკურია, ესაა მოთხოვნილებები, რომელთაც აქვთ უნარი შეიცვალონ და გაიზარდონ. შემოსავლების ზრდასთან ერთად შეიმჩნევა ხარჯების ზრდა მათ დაკმაყოფილებაზე. მოთხოვნილებათა მეორე ნაწილი ნაკლებად, ან თითქმის არ იცვლება. როგორადაც არ უნდა გაიზარდოს შემოსავალი და შემცირდეს ფასები, მოთხოვნილება ასეთ საქონელზე არ იზრდება. ეს მოთხოვნილებები არაელასტიკურია და ხარჯები მათ დაკმაყოფილებაზე უმნიშვნელოდ ან თითქმის არ იზრდება.

ბევრი მატერიალური მოთხოვნილება უსაზღვრო როდია, მათი მოცულობა არ შეიძლება უსაზღვროდ გაიზარდოს. მაგალითად, მოთხოვნილება კვების პროდუქტებზე ნაკლებ ელასტიკურია, ვიდრე მოთხოვნილება მოხმარების სხვა საგნებზე. ეს განისაზღვრება, პირველ რიგში, იმით, რომ კვების პროდუქტების მოხმარებას აქვს განსაზღვრული ფიზიოლოგიური საზღვარი. ამიტომ, როცა მოთხოვნილება მოცემულ პროდუქტზე რაოდენობრივად მთლიანად დაკმაყოფილებულია, შემდგომში ხდება მისი ზრდა, ანუ წარედგინება მოთხოვნა პროდუქციის ხარისხის ამაღლებას და პროდუქტების კომპლექტის გაუმჯობესებას.

შედარებით ელასტიკურ მოთხოვნილებებს მიეკუთვნება მოთხოვნილება ტანსაცმელზე და ფეხსაცმელზე. მატერიალურ მოთხოვნილებათა შორის ყველაზე ელასტიკურია მოთხოვნილება საგნებზე, რომ-

ლების ქმნიან მოხერხებულობას და კომფორტს. ყველაზე განუსაზ-ღვრელი და ამიტომ ყველაზე ელასტიურია სულიერი მოთხოვნილებები. მაგალითად, წაკითხული წიგნი არ იწვევს გაჯერების გრძნობას და არ ამოწურავს შემდეგ მოთხოვნილებას - ადამიანი წაკითხული წიგნის შემდეგ კითხულობს ახალ წიგნს.

ელასტიკურობა და მისით განპირობებული რაოდენობრივი და-მოკიდებულებანი ვლინდებიან და პრაქტიკული გამოყენება აქვთ იმ მომსახურების და კეთილდღეობის მიმართ, რომელთათვისაც მოთხოვნა ძირითადად იფარება მიწოდებით. მომხმარებლისათვის მეტად მნი-შვნელოვანი საქონელი, რომელზეც შეიმჩნევა ქრონიკული დეფიციტი, რეალიზდება მისი ელასტიკურობისაგან დამოუკიდებლად. დეფიციტური საქონელი იძენს ნულოვან ელასტიკურობას/რომელსაც შეიძლება მოჩვენებითიც ვუწოდოთ, ანუ აკმაყოფილებს არა მარტო მიმდინარე მოთხოვნილებას, არამედ მოთხოვნილებას რეზერვზე/. მოთხოვნა ასეთ საქონელზე იზრდება ან მცირდება არა შემოსავლის, ფასის და ელასტიკურობის სხვა ფაქტორების ამა თუ იმ მიმართულებით ცვლი-ლებასთან ერთად, არამედ მისი დეფიციტურობის გამო. ელასტიკურობა ნორმალურად ვლინდება და პრაქტიკულ გაანგარიშებებში გამოიყენე-ბა მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის ნორმალური თანაფარდობის პი-რობებში.

მოთხოვნილებათა ელასტიკურობა, რომელიც დაკავშირებულია შემოსავლების ზრდასთან, განაპირობებს მნიშვნელოვან სტრუქტურულ ძვრებს მოხმარების სფეროში. ეს განსაკუთრებით შესამჩნევია კვე-ბის პროდუქტებზე მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების წილის შემცირე-ბისა და არასასურსათო საქონელზე მოთხოვნილებათა წილის გადიდე-ბის კვალობაზე.

ყველა სამომხმარებლო კეთილდღეობას შორის ადამიანისა-

დღის მდგარია კვების პროდუქტები, იმ შემთხვევებშიც კი, როცა ოჯახის შემოსავალი დაბალია, უპირატესობა ეძლევა სწორედ ამ პროდუქტებზე დანახარჯებს. შემოსავლის ზრდა იწვევს მოხმარების სტრუქტურის ცვლილებას, საოჯახო ბიუჯეტში კვების პროდუქტებზე ხარჯების წილი მცირდება, ამასთან ცვლილებები ხდება თვით სასურსათო საქონლის კომპლექტში. მცირდება პურის, კარტოფილის, ზეთის წილი და იზრდება ხორცისა და რძის პროდუქტების, ხილის და ა.შ. წილი. მაგრამ კვების პროდუქტებზე, თუნდაც მაღალხარისხოვანზე, მოთხოვნილება მცირედ ელასტიკურია.

თანამედროვე პირობებში მოთხოვნილება და მოხმარება ფორმირდება და ვითარდება ცალკეული სამომხმარებლო კომპლექსების /სახელდობრ, მოთხოვნილება საკვებზე, სანიტარიაზე და პირად ჰიგიენაზე, საცხოვრებელ ფართზე და ა.შ./ მიხედვით, რომელთაგანაც თითოეული მათგანი კმაყოფილდება საქონლის განსაზღვრული კომპლექტით. ამ სამომხმარებლო კომპლექსებს შორის შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი ძირითადი: "კვება", "ტანსაცმელი","სანიტარია და ჰიგიენა", "საცხოვრებელი", "საოჯახო მეურნეობა", "ინფორმაცია, კულტურა, განათლება", "აქტიური დასვენება", "გადაადგილება".

შედარებით ელასტიკურია სასურსათო საქონელზე მოთხოვნილება და მისი მოხმარება, ანუ ბლოკი "კვება". ეს ბლოკი არის მოთხოვნილებისა და მოხმარების ყველაზე ძირითადი ნაწილი.

აღნიშნულ ბლოკზე ნაკლებ ელასტიკურია მოთხოვნილება და მოხმარება სამომხმარებლო კომპლექს "ტანსაცმლის" ფარგლებში, რომელიც შეიცავს ქსოვილებს, შეკერილ და ტრიკოტაჟის ნაწარმს, ფეხსაცმელს, ქუდებს და ა.შ. ამ სამომხმარებლო კომპლექსში სტრუქტურული ძვრები ხასიათდება შეკერილი ნაწარმის, განსაკუთ-

რებით კი, ტრიკოტაჟის ნაწარმის, აგრეთვე ტყავის ფეხსაცმლის წილის ამაღლებით ან კომპლექსის საქონელზე მოთხოვნილების საერთო მოცულობაში.

სამომხმარებლო კომპლექს "საცხოვრებელზე" სისტემატურად იზრდება ხარჯები.

საცხოვრებელი ფართით ოჯახების უზრუნველყოფა; კომფორტულობა და ხარისხი, საბინაო პრობლემის თანმიმდევრული გადაწყვეტა წარმოადგენს ხანგრძლივი სტრატეგიის საგნების მოხმარების შემდგომი გაფართოების წანამძღვარს.

სამომხმარებლო კომპლექს "გადაადგილების" დამახასიათებელი თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ გადაადგილების ინდივიდუალური სატრანსპორტო საშუალებების ყიდვასა და შენახვასთან დაკავშირებული ხარჯები გაცილებით სწრაფად იზრდება, ვიდრე ხარჯები საზოგადოებრივი ტრანსპორტის ყველა სახეობაზე, რის შედეგადაც ხარჯების წილი ამ მოთხოვნილებაზე მუდმივად იზრდება.

ბოლო წლების თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ იზრდება მოთხოვნილება და მოხმარება შემდეგი სამომხმარებლო კომპლექსისა "ინფორმაცია, კულტურა, განათლება", რაც წარმოადგენს ადამიანთა სულიერი მოთხოვნილებების დაჩქარებული განვითარების გამოხატულებას.

განვითარებულ სოციალისტურ საზოგადოებაში მოთხოვნილებებისა და მოხმარების განვითარების კანონზომიერება ვლინდება მოთხოვნილებებისა და მოხმარების საერთო მოცულობის მუდმივ ზრდაში; მოხმარების სტრუქტურის ოპტიმიზაციაში და მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხის ამაღლებაში სამომხმარებლო კომპლექსების ფარგლებში, მოთხოვნილებათა სოციალურ გამოთანაბ-

რებაში, მოთხოვნილებათა საშუალო ხარისხის დაკმაყოფილებასა და ამაღლებაში.

ოჯახური ბიუჯეტების მონაცემები სისტემატიზდებიან საზოგადოებრივი ჯგუფების /მუშები და მოსამსახურეები, კოლმეურნეები/, ქვეჯგუფები /მრეწველობის მუშები, მრეწველობის მოსამსახურეები, სარკინიგზო ტრანსპორტის მუშაკები, საშუალო სკოლის მასწავლებლები და ა.შ./, ქვეყნის ადმინისტრაციული ერთეულების /ავტონომიური რესპუბლიკები, ოლქები და ა.შ./ საშუალოსულადობრივი შემოსავლების დონის მიხედვით. ანალიზის დროს ვლინდება კავშირი სხვადასხვა მონაცემს შორის. ერთ-ერთი ასეთი მაჩვენებელია მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები შემოსავლებისა და ფასებისაგან დამოკიდებულებით, რომელნიც კავშირს ამყარებენ ამა თუ იმ საქონლის მოხმარებასა და შემოსავლებსა და ფასების დონეს შორის. უფრო ხშირად შემოსავლების ზრდა იწვევს საქონელზე მოთხოვნილებისა და მოხმარების ზრდას, და პირიქით, შემოსავლების შემცირება ამცირებს მოთხოვნილებას და მოხმარებას; თავის მხრივ, ფასების ზრდა ამცირებს მოთხოვნილებას და მოხმარებას. ოჯახების ბიუჯეტების მონაცემები სისტემატიზდებიან საზოგადოებრივი ჯგუფების /მუშები და მოსამსახურეები, კოლმეურნეები/, ქვეჯგუფების /მრეწველობის მუშები, მრეწველობის მოსამსახურეები, სარკინიგზო ტრანსპორტის მუშაკები, საშუალო სკოლის მასწავლებლები და ა.შ./, საშუალოსულადობრივი შემოსავლების დონის მიხედვით. ანალიზის დროს ვლინდება კავშირი სხვადასხვა მონაცემს შორის. ერთ-ერთი ასეთი მაჩვენებელია მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები შემოსავლებისა და ფასებისაგან დამოკიდებულებით, რომელნიც კავშირს ამყარებენ ამა თუ იმ საქონლის მოხმარებასა და შემოსავლებსა და

ფასების დონეს შორის. უფრო ხშირად შემოსავლის ზრდა იწვევს საქონელზე მოთხოვნილებისა და მოხმარების ზრდას და პირიქით, შემოსავლის შემცირება ამცირებს მოთხოვნილებას და მოხმარებას; თავის მხრივ, ფასების ზრდა ამცირებს მოთხოვნილებას და მოხმარებას, შემცირება კი - ზრდის მოთხოვნილებას და მოხმარებას. ოჯახების ბიუჯეტების სტატისტიკის გამოყენებით შეიძლება დავამყაროთ რაოდენობრივი კავშირი ამ მოვლენებს შორის. ისინი თავის გამოხატულებას პოულობენ მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტებში.

იმის გამო, რომ კვების პროდუქტებისა და არასასურსათო საქონლის ძირითადი მასა შეიძინება ფულადი შემოსავლებით, გარკვეული ალბათობით შეიძლება დავუშვათ, რომ საქონლის შესყიდვა ახასიათებს მის მოხმარებას, მასზე მოთხოვნილებას და მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტი შეიძლება ჩავთვალოთ მოთხოვნილების ელასტიკურობის კოეფიციენტად.

ეს ჰიპოთეზა სწორია შემდეგი გარემოებების გათვალისწინებით:

პირველ რიგში, როცა სასაქონლო მოხმარებას უკავია მაღალი ხვედრითი წონა მოხმარების საერთო მოცულობაში; თუ მოხმარების საზოგადოებრივი ფონდების ან ნატურალური მოხმარების წილი იზრდება, მაშინ მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტი ნაკლებად უნდა მივიჩნიოთ მოთხოვნილების ელასტიკურობის კოეფიციენტად;

მეორე რიგში, ისინი შედარებით საიმედონი არიან მსხვილი აგრეგირებული საქონლის ჯგუფების /სასურსათო საქონელი, ტანსაცმელი და სხვ./ მიხედვით, რამდენადაც ამ შემთხვევაში ცალკეულ საქონელზე მოთხოვნილების ელასტიკურობის კოეფიციენტების გადახრები ურთიერთფარდება;

მესამე რიგში, ეს დებულება სამართლიანია ბაზრის გაჯერების პირობებში, როცა მოთხოვნილების არსებობა იწვევს საქონლის შესყიდვას და მის მოხმარებას /რაც უფრო მაღალია საქონლის დეფიციტურობის ხარისხი, მით ნაკლებად ასახავენ მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები მოთხოვნის ცვლილებას/;

მეოთხე რიგში, ეს დებულება სამართლიანია, როცა საქონლის შეძენა, არსებითად წარმოადგენს მის მოხმარებას. მაგალითად, კვების პროდუქტების შესყიდვა და მოხმარება. რაც უფრო დიდია დროში დაუმთხვევლობა საქონლის შესყიდვასა და მის მოხმარებას შორის, მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები მით ნაკლებად შეესაბამებიან მოთხოვნილების ელასტიკურობის კოეფიციენტებს. ეს განსაკუთრებით შეეხება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონელს.

მეხუთე რიგში, მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები შეიძლება მივიღოთ მოთხოვნის მაჩვენებლებად დროის ფრიად მოკლე პერიოდში, რომლის ფარგლებშიც არ შეიძლება მოველოდეთ მკვეთრ კონიუნქტურულ, ან სხვა ეკონომიკურ ცვლილებებს.

მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტი ($Э_Д$) შემოსავლებისაგან დამოკიდებულებით ასახავს კონკრეტული საქონლის მოხმარების შეფარდებით ზრდას ან შემცირებას საშუალოსულადობრივი შემოსავლის ცვლილების ყოველ პროცენტზე. მათემატიკურად ეს შეიძლება გამოვსახოთ:

$$Э_Д = \frac{\Delta y}{y} : \frac{\Delta x}{x},$$

სადაც y – არის კონკრეტული საქონლის მოხმარების საშუალოსულადობრივი სიდიდე;

x – შემოსავლების საშუალოსულადობრივი სიდიდე;

Δy, Δx – შესაბამისი მაჩვენებლების ნაზრდები.

მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტი ($Э_y$) ფასებისაგან დამოკიდებულებით ასახავს მოხმარების შეფარდებით ზრდას ან შემცირებას ფასების ცვლილების თითოეულ პროცენტზე. ეს კოეფიციენტი შეიძლება გამოვსახოთ

$$Э_y = \frac{d_q}{q} : \frac{d_p}{p},$$

სადაც d_q - არის საქონელზე მოხმარების ცვლილება;

q – მოხმარება ფასის ცვლილებამდე;

d_p – ფასებს შორის სხვაობა;

p – პირველადი ფასი.

როგორც წესი, გამონაკლისის გარდა, მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტი ფასებისაგან დამოკიდებულებით უარყოფითი სიდიდეა, რამდენადაც უმრავლეს შემთხვევაში მოხმარება და ფასების დონე უკუპროპორციულ დამოკიდებულებაშია: ფასების ზრდა იწვევს მოხმარების შემცირებას, და პირიქით, ფასების შემცირება იწვევს მოხმარების ზრდას.

ელასტიკურობის კოეფიციენტები შემოსავლებისა და ფასებისაგან დამოკიდებულებით გვიჩვენებენ, რომ მოხმარება იცვლება მხოლოდ ერთი ფაქტორის – შემოსავლების ან ფასების გავლენით, ანუ აბსტრაჰირდება სხვა ფაქტორები. როგორც ცნობილია, ამა თუ იმ საქონლის შესყიდვის ხარჯების ცვლილება დამოკიდებულია არა მხოლოდ შემოსავლებზე და ფასებზე, არამედ რიგ სხვა ფაქტორებზეც / მიწოდების მოცულობა, შემოსავლების წყაროები და სტრუქტურა, ოჯახების სქესობრივ-ასაკობრივი შემადგენლობა, ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლის პარკი და ა.შ./. აღნიშნული ფაქტორები არ გაითვალისწინებიან მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტების გაანგარიშებისას.

ელასტიკურობის კოეფიციენტები იცვლებიან სხვადასხვა ფაქტორების ზეგავლენით. პირველ რიგში მათი სიდიდე იცვლება მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხისაგან დამოკიდებულებით. როგორც წესი, მოთხოვნილების დაკმაყოფილების ხარისხის ზრდის შესაბამისად შემოსავლებისაგან დამოკიდებულებით ელასტიკურობის კოეფიციენტი მცირდება. მაგალითად, მარილზე, ასანთზე ის ნულთან ახლოა. ელასტიკურობის კოეფიციენტები განსხვავებულია მოსახლეობის სხვადასხვა სოციალურ-პროფესიული ჯგუფისათვის, შემოსავლების მიხედვით სხვადასხვა ეკონომიკურ ჯგუფებში, სხვადასხვა სქესობრივ-ასაკობრივ ჯგუფში, სხვადასხვა შემადგენლობის ოჯახებში. ელასტიკურობის კოეფიციენტი აგრეთვე იცვლება დროსა და სივრცეში: ის განსხვავებულია სხვადასხვა რესპუბლიკებში, ოლქებში და მოქმედებენ მხოლოდ ხანმოკლე დროით.

თვით ელასტიკურობის კოეფიციენტები ფრიად ელასტიკური არიან, ამიტომ ამ კოეფიციენტებით სარგებლობა მოითხოვს ქვეყნის მასშტაბით რამდენიმე ათასი მაჩვენებლის დადგენას, მათ ყოველწლიურ გადახედვას, დაზუსტებას. გარდა ამისა, ელასტიკურობის კოეფიციენტებით სარგებლობა მოითხოვს ფრიად დიდ გაანგარიშებებს, თუ არაფერს ვიტყვით იმის შესახებ, რომ აუცილებელია საკმაო წარმომადგენლობითი მონაცემები შემოსავლების მიხედვით ოჯახების განაწილების შესახებ, რაც მეტისმეტად გაძნელებულია. ამ ფაქტორების გამო ელასტიკურობის კოეფიციენტებმა ვერ ჰპოვეს ჩვენთან ფართო გამოყენება.

იმავდროულად, თუმცა ეს კოეფიციენტები არ წარმოადგენენ უნივერსალურ ინსტრუმენტს, ისინი შეიძლება გამოყენებულ იქნენ ლოკალური ამოცანების გადასაწყვეტად. მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტის სიდიდის მიხედვით შეიძლება ვიმსჯელოთ ამა თუ

იმ საქონლის მოხმარების სიდიდის ცვლილების ტენდენციების შესახებ.

არსებობენ მოხმარების ელასტიკურობის სტატიკური და დინამიკური კოეფიციენტები.

ერთი წლის პერიოდისათვის გამოთვლილი ელასტიკურობის კოეფიციენტები სტატიკური სიდიდეებია და ვერ ასახავენ რაოდენობრივ კავშირებს დინამიკაში მოხმარებასა და განხილულ ფაქტორებს შორის.

პერსპექტიული გაანგარიშებების თვალსაზრისით გამოდგებიან მოთხოვნის ელასტიკურობის დინამიკური კოეფიციენტები, რომლებიც მიიღებიან რიგი წლებისათვის ელასტიურობის სათანადო სტატიკური კოეფიციენტების ბაზაზე. ელასტიკურობის ასეთი დინამიკური კოეფიციენტია, მაგალითად, კოეფიციენტი, რომელიც მიღებულია საკვლევი წლისათვის წინა წლების ელასტიკურობის სათანადო კოეფიციენტების შეწონასწორებისა და ექსტრაპოლაციის გზით.

უნდა აღინიშნოს, რომ მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტის გაანგარიშებისას ხშირად ფულადი შემოსავლების ნაცვლად მოდელში რთავენ საცალო საქონელბრუნვის მოცულობას. ამგვარი შეცვლა ჩვეულებრივ დასაბუთებულია იმით, რომ ფულადი შემოსავლების ზრდის ტემპები ემთხვევიან /ან უახლოვდებიან/ საცალო საქონელბრუნვის საერთო მოცულობის ზრდის ტემპებს.

თუმცა ემპირიული მონაცემების ანალიზი გვიჩვენებს, რომ საცალო საქონელბრუნვა და მოსახლეობის ფულადი შემოსავალი თანაბარი ტემპებით როდი იზრდებიან. ამასთან ფულადი შემოსავლების ზრდის ტემპები არცთუ იშვიათად წინ უსწრებენ საცალო საქონელბრუნვის ზრდის ტემპებს. შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ პერსპექტივაში ფულადი შემოსავლების საცალო საქონელბრუნვაზე წინდამსწ-

რები ტენდენცია კიდევ უფრო გაძლიერდება. ეს განპირობებული იქნება მომსახურების სფეროს განვითარებით, რომელიც შთანთქავს მოსახლეობის ფულადი შემოსავლების სულ უფრო და უფრო მზარდ წილს.

ამასთან დაკავშირებით, არ შეიძლება გამართლებულად მივიჩნიოთ ფულადი შემოსავლების საცალო საქონელბრუნვით შეცვლა მოთხოვნების ელასტიკურობის კოეფიციენტებში.

ამავე მიზეზით არ შეიძლება ეკონომიკურად გამართლებულად მივიჩნიოთ ფულადი შემოსავლების შეცვლა სყიდვითი ფონდების მონაცემებით, რამდენადაც ფულადი შემოსავლებისა და სყიდვითი ფონდების ცვლილების ტემპები ყოველთვის როდი შეესაბამებიან ერთმანეთს. გარდა ამისა, სყიდვითი ფონდი გაანგარიშებითი მაჩვენებელია, რომლის ფაქტური სიდიდეც ყოველთვის ზუსტად როდი განისაზღვრება. აქედან ცხადია, რომ მოთხოვნების ელასტიკურობის კოეფიციენტში სყიდვითი ფონდების ფაქტორად ჩართვა ფულადი შემოსავლების სანაცვლოდ ვერ აამაღლებს გაანგარიშების სიზუსტეს.

სხვა მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომლის საფუძველზეც მოთხოვნების ელასტიკურობის კოეფიციენტი გაიანგარიშება, ესაა ფასი. ერთი შეხედვით შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ ფასებზე ჩვენ გვაქვს კარგი ინფორმაციული უზრუნველყოფა. ცენტრალური სტატისტიკური სამმართველო ყოველწლიურად აქვეყნებს ფასების ინდექსებს საქონლის უმნიშვნელოვანესი ჯგუფებისა და სახეების მიხედვით. თუმცა ეს ინდექსები მუდმივი შემადგენლობისაა. ისინი არ ასახავენ საშუალო ფასების მოძრაობას. საქონლის ნებისმიერ ჯგუფზე საშუალო ფასები იცვლებიან საქონლის გაყიდვის შიგაჯგუფური სტრუქტურის ცვლილების საფუძველზე, და ცხადია, განსხვავე-

დებიან როგორც დროში, ისე სივრცეში. საშუალო ფასების შესახებ მონაცემები ჩვენ ქვეყნის მხოლოდ სასაქონლო ჯგუფების გარკვეული ნაწილის მიხედვით და ისინიც მიღებული არიან არა საცალო გაყიდვის შესახებ მონაცემების, არამედ საქონლის მიწოდების აღრიცხვის საფუძველზე. ამიტომ ფასების ინდექსის ჩართვა მოდელში ხშირად დადებით შედეგებს არ გვაძლევს.

§ 4. სოციალისტური გაფართოებული კვლავწარმოების საბოლოო მაჩვენებლები

მატერიალური კეთილდღეობის წარმოება მისი საზოგადოებრივი ფორმის მიუხედავად საბოლოო ჯამში ყოველთვის ემსახურება მოხმარებას, რომელშიც რეალიზდება საზოგადოების წევრთა მოთხოვნილება. მართლაც, პროდუქციის თითეული სახე აკმაყოფილებს ამა თუ იმ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებას. დანიშნულების მიხედვით პროდუქტები იყოფიან მოხმარების საგნებად და წარმოების საშუალებებად.

მოხმარების საგნები ემსახურებიან საზოგადოების წევრთა პირადი მოთხოვნილებების უშუალოდ დაკმაყოფილებას. მათ აქვთ არაწარმოებითი ხასიათი. მოხმარების საგნებზე საზოგადოების მოთხოვნილებათა შესწავლა და პროგნოზირება წარმოადგენს სახალხომეურნეობრივი დაგეგმვის მნიშვნელოვან ამოცანას. იმ პირობებში, როცა შრომის საგნები იწარმოებიან არა საკუთარი მოხმარებისათვის, არამედ გასაცვლელად, საზოგადოებრივ აღიარებას ისინი ღებულობენ გაცვლის პროცესში, როცა ირკვევა, შეესაბამება თუ არა მოცემული საქონელი საზოგადოების მოთხოვნილებას, თუ მისი წარმოება ზედმეტი იყო.

ამრიგად, საზოგადოების კონკრეტული პირადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება დამოკიდებულია მოცემული მოხმარების საგნის სარგებლიანობაზე.

რამდენადმე სხვაგვარადაა საქმე წარმოების საშუალებებ-ზე. წარმოების საშუალებების საბაზრო მიმოქცევა ხორციელდება მხოლოდ სოციალისტურ საწარმოებს შორის, რომლებიც თავიანთ საქ-მიანობას ახორციელებენ სახალხომეურნეობრივი გეგმის საფუძველ-ზე, ხოლო წარმოების საშუალებების მნიშვნელოვანი ნაწილი ერთი სახელმწიფო საწარმოდან გადადის მეორეში, ანუ საკუთრებას არ იცვლის. ამავე დროს, წარმოების საშუალებებს აქვთ საზოგადოებ-რივი სარგებლიანობის ორი მხარე: ერთის მხრივ, ისინი წარმოად-გენენ საშუალებებს განსაზღვრული სახის პროდუქციის დასამზადებ-ლად, საბოლოო ჯამში კი, მოხმარების საგნების შესაქმნელად, მე-ორეს მხრივ, წარმოების საშუალებები წარმოადგენენ საზოგადოებ-რივი შრომის ეკონომიის საშუალებებს. ამით შესაძლებელი ხდება ერთმანეთს შეუდარდეს წარმოების სხვადასხვა საშუალებების, პირველ რიგში, მანქანა-მოწყობილობების ეკონომიკური ეფექტიანო-ბა და შეფასდეს მისი სახალხომეურნეობრივი მნიშვნელობა.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, საბოლოო პროდუქტი – ესაა პროდუქცია, რომელიც აკმაყოფილებს ამა თუ იმ საზოგადოებრივ მოთხოვნილებას. თავისი ნივთობრივი შინაარსით ისინი წარმოად-გენენ ერთობლივი საზოგადოებრივი პროდუქტის ნაწილს, რომელიც საბოლოოდ გამოდის მიმდინარე წარმოების სფეროდან და გათვალის-წინებულია მოსახმარებლად, დასაგროვებლად, საექსპორტოდ, აგრე-თვე, წლის განმავლობაში დახარჯული შრომის საშუალებების ასანაზ-ღაურებლად.

ამრიგად, ყოველი საწარმოო რგოლისათვის საბოლოოა წარმოადგენს პროდუქცია, რომელიც გათვალისწინებულია მოსახმარებ-ლად მისი საწარმოო საქმიანობის სფეროს ფარგლებს გარეთ.

ყველა მოხმარების საგანი მთლიანად შედის საბოლოო პროდუქტში.

საბოლოო პროდუქციის კვლევისას, მისი შეფასება შეიძლება მოხდეს მაჩვენებლებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ ერთიან მეთოდოლოგიურ მიდგომას, ანუ საბოლოო სახალხომეურნეობრივი შედეგის განსაზღვრას, რომელიც თავისი ეკონომიკური შინაარსით ფრიად მრავალწახნაგოვანი ცნებაა. მისი ეკონომიკური შინაარსის სირთულე იმით ხასიათდება, რომ საბოლოო სახალხო-მეურნეობრივი შედეგი – ეს ყოველთვის საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაა. სწორედ საბოლოო სახალხომეურნეობრივ შედეგში აისახება საზოგადოებრივი სოციალისტური წარმოების თვით შინაარსი – სოციალისტური საზოგადოების წევრთა მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, ანუ საზოგადოებრივი კეთილდღეობა.

სამეურნეო მექანიზმის ორიენტაცია საბოლოო სახალხო-მეურნეობრივი შედეგების მიღწევაზე, საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე წარმოადგენს სოციალისტური წარმოების მნიშვნელოვან კანონზომიერებას.

სამეურნეო მექანიზმის სრულყოფის საკითხების პრინციპულობა და მნიშვნელობა, მთელი საქმიანობის წარმართვა საბოლოო სახალხომეურნეობრივი შედეგების მისაღწევად განპირობებულია იმით, რომ:

პირველ რიგში, ეკონომიკის მასშტაბების ზრდითა და გართულებით, შრომის საზოგადოებრივი დანაწილების გაღრმავებით, საბოლოო შედეგები სულ უფრო მეტად დამოკიდებული არიან მიდა-დარგობრივი კავშირების რთულ სისტემაზე. ამ პირობებში შუალედურ შედეგებზე გამოდევნებამ შეიძლება უარყოფითად იმოქმედოს საბოლოო შედეგებზე.

მეორე რიგში, საბოლოო შედეგებზე ორიენტაცია დაკავშირებულია ქანდიიზულ სოციალურ პროგრამასთან, რომელიც შეი-

თხოვს წარმოების განვითარების შეფასებას და მის დაკავშირებას სახალხო მეურნეობისა და მოსახლეობის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხისაგან დამოკიდებულებით. საბოლოო შედეგებზე სიმძიმის ცენტრის გადატანით რეალიზდება მოხმარების ინტერესებზე წარმოების დაქვემდებარების ამოცანა.

დაბოლოს, მესამე რიგში, საბოლოო შედეგების ზრდაზე უშუალოდაა დაკავშირებული წარმოების ეფექტიანობის ზრდის, შრომითი, მატერიალური და ფინანსური რესურსების რაციონალური გამოყენების კურსი. ამასთან მნიშვნელოვანია, რათა სახალხო მეურნეობრივ გეგმაში დაკმაყოფილდეს არა მხოლოდ ესა თუ ის მოთხოვნილება, არამედ აქციოს ის შედარებით ეფექტიან საშუალებად.

წარმოების საბოლოო შედეგები უნდა განვიხილოთ სახალხომეურნეობრივ და ლოკალურ ასპექტებში. ამასთან, ორივე შემთხვევაში საერთო უნდა იყოს მოთხოვნილების დაკმაყოფილების ხარისხის შეფასება.

მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის დარგების წინაშე მდგომი მთავარი ამოცანაა - გამოსაშვებ პროდუქციაზე საზოგადოებრივ მოთხოვნილებათა შედარებით სრული დაკმაყოფილება და დარგის, როგორც ერთიანი სამეურნეო სისტემის მუშაობის ეფექტიანობის ამაღლება. ამ ამოცანის განხორციელებას ხელს შეუწყობს დაგეგმვისა და ანალიზის პრაქტიკაში საბოლოო პროდუქციის მაჩვენებლის შემოღება როგორც ნატურალურ, ისე ღირებულებით მაჩვენებლებში. ამისათვის პირველ რიგში, უნდა განისაზღვროს მოცემული კონკრეტული დარგის საბოლოო პროდუქციის შემადგენლობა და მოცულობა, შემდეგ კი მის საფუძველზე გამოვა-

ლისწინებულ იქნას ქვედარგების განვითარება.

ამრიგად, საბოლოო შედეგების მახასიათებელი მაჩვე-ნებლები არაერთგვაროვანია მართვის სხვადასხვა რგოლისა და დონისათვის. საწარმოებისა და გაერთიანებებისათვის შედარე-ბით მნიშვნელოვანია: წმინდა პროდუქცია და მისი წარმოების ეფექტიანობა; მიწოდების ვალდებულებათა შესრულება; პროდუქ-ციის ხარისხი; სამინისტროებისა და საკავშირო გაერთიანებე-ბის საქმიანობის საბოლოო შედეგები.

უნდა აღინიშნოს, რომ საწარმოებისა და გაერთიანებების დონეზე, დარგობრივ და დარგთაშორის დონეებზე აუცილებელია ნა-ტურალური და ღირებულებითი მაჩვენებლების სისტემა.

მოთხოვნილებების გარდაქმნა და ზრდა-სოციალისტური წარმოების განვითარების, განაწილებისა და გაცვლის სრულყო-ფის მნიშვნელოვანი აღმძრავი მოტივია. ამასთან ერთად, მოთხო-ვნილებების ზრდა და წარმოების განვითარება წარმოქმნიან გარ-კვეულ წინააღმდეგობებს. მატერიალური წარმოების სფეროში - ესაა, პირველ რიგში, პროდუქციის უარყოფითი შედეგები, რომლის დროსაც დავალებები იღებენ ერთის მიერ, ხოლო ზარალსა და განაწილების ტვირთს სხვები ატარებენ. ამ პრობლემის გადაწყ-ვეტა მოითხოვს ღონისძიებათა მთელ სისტემას, რომელთა შორის-აც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკური, ოპტიმალური რე-ზერვების შექმნა.

გაცვლის სფეროში ამგვარ წინააღმდეგობას წარმოად-გენს წინააღმდეგობა სწრაფად მზარდ და მუდმივად ცვალებად მოთხოვნასა და საქონლისა და მომსახურების მიწოდებას შორის. ამ წინააღმდეგობის გადაჭრა შესაძლებელია დაგეგმვის მუდმივი სრულყოფისა და წარმოებისა და ვაჭრობის განვითარების გზით.

ზემოთ აღნიშნული გულისხმობს ღონისძიებათა ფართო კომპლექსის გატარებას, რომელიც მიმართულია საზოგადოების მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხის ამაღლებისაკენ. ეს ნიშნავს, რომ სოციალისტური წარმოების სასაქონლო ხასიათი გულისხმობს განსაზღვრულ სასაქონლო ბაზარზე კონკრეტული სიტუაციისა და მისი განვითარების პერსპექტივების ღრმა და ყოველმხრივ ცოდნას, რაც წარმოადგენს სახალხო მეურნეობის დარგების შემდგომი განვითარების მნიშვნელოვან წანამძღვარს.

ამ ფრიად მნიშვნელოვანი ამოცანის გადაწყვეტა მოითხოვს სახალხო მოხმარების საქონლის საშინაო ბაზრის, მოთხოვნისა და მიწოდების კატეგორიების, დროსა და სივრცეში მათი კონკრეტული თანაფარდობის ღრმა კვლევას, რაც ნიშნავს დარგის განვითარების ძირითადი და სპეციფიკური ნიშნების კვლევას პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის დროს.

ეკონომიკური თეორიისა და პრაქტიკის ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემაა მოთხოვნილებებისა და წარმოების სტრუქტურების შესაბამისობის ან შეუსაბამობის ხარისხის რიცხობრივი განსაზღვრა საზოგადოებრივი წარმოების საზოგადოებრივ მოთხოვნილებებთან მისადაგების თვალსაზრისით. ამასთან დაკავშირებით მოთხოვნილება გამოდის, როგორც წარმოების მიზნობრივი ფუნქცია, როგორც განსაზღვრული მატერიალური კეთილდღეობის წარმოების აუცილებლობა.

გამოსაშვები პროდუქციის ხარისხისა და ასორტიმენტის მიმართ მაღალი მოთხოვნები იწვევს წარმოებისა და რეალიზაციის მართვის ახალი ფორმებისა და მეთოდების ძიებას. ამასთან, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ამა თუ იმ სამეურნეო პრობლემის გადაწყვეტისადმი კომპლექსურ, სისტემურ მიდგო-

მას. ამგვარი მიდგომა, რომელიც მოიცავს პროექტის მომზადების ყველა სტადიას /მოთხოვნილებებისა და მოთხოვნის შესწავლა, საქონლის შერჩევა მათი შესაბამისი მოცულობით, საქონელმოძრაობის ორგანიზაცია საბითუმო და საცალო რგოლების გავლით საბოლოო მომხმარებლამდე და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების აუცილებელი დონე/ უზრუნველყოფს მისაღები საბოლოო გადაწყვეტილებების მეცნიერულ დასაბუთებულობას, საკადრო, შრომითი და ფინანსური რესურსების მაღალეფექტიან გამოყენებას.

სოციალისტური კვლავწარმოების პროცესში მუდმივად მზარდ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება განხილულ უნდა იქნას, როგორც წარმოებისა და მოხმარების ფუნქციონირება, რომელთა შორისაც არსებობს რთული ურთიერთკავშირი. როგორც წესი, წარმოების ფუნქციონირების ეფექტი მნიშვნელოვნად რეალიზდება მოხმარების ფუნქციონირებით. რიგი პარამეტრების მიხედვით /მოცულობა, ასორტიმენტი, მიწოდების ვადები და ა.შ./ მათი შეუთანხმებლობა უარყოფითად მოქმედებს მუდმივად მზარდ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების პროცესზე.

ამიტომ წარმოების დაგეგმვის სრულყოფის პროცესში მოთხოვნის წინასწარი შესწავლის საფუძველზე ძირითადი სირთულე მდგომარეობს კონკრეტული საქონლის მოცემულ კონკრეტულ მომენტში საბოლოო პროექტის მეცნიერულად დასაბუთებული ანალიზის უზრუნველყოფაში.

ბოლო დრომდე აღნიშნული საკითხების უმეტესობა შეისწავლებოდა სახალხო მეურნეობის დაგეგმვის, სტატისტიკის, ვაჭრობის ორგანიზაციისა და ტექნიკის, ვაჭრობის ეკონომიკის, მრეწველობისა და სოფლის მეურნეობის ეკონომიკის კურსებში.

ამჟამად დღის წესრიგში დგას ახალი მეცნიერული დისციპლინის "სამრეწველო პროდუქციის ეკონომიკის" ჩამოყალიბების საკითხი. ეს განპირობებულია იმით, რომ არც ერთი ეკონომიკური დისციპლინა არ შეისწავლის წარმოების, მოხმარების, მოთხოვნილებების, მოთხოვნის, საქონელბრუნვის და ა.შ. პროგნოზირების საკითხებს.

თ ე მ ა 10

წარმოებასა და მოხმარებას შორის ურთიერთკავშირის გაძლიერების ობიექტური აუცილებლობა, მისი რეალიზაცია კაპიტალისტურ ეკონომიკაში მარკეტინგის მეშვეობით

§ 1. მარკეტინგის ძირითადი ცნებები, განსაზღვრებები და ისტორიული განვითარების ეტაპები

კაპიტალისტურ ქვეყნებში ყველა ამჟამად არსებული ორგანიზაცია, რომელიც დაკავებულია ბაზრის შესწავლით, თავისი ხასიათით, მიზნებით და ამოცანებით შეიძლება დავყოთ სამ ჯგუფად:

1. ერთეული სამეცნიერო-კვლევითი ცენტრები, რომლებსაც აფინანსებენ სახელმწიფო ან უნივერსიტეტები.

2. ორგანიზაცია, რომელიც ბაზარს სწავლობს კომერციულ საწყისებზე.

3. ბაზრის შესწავლის საკუთარი სამსახურები სამრეწველო და სავაჭრო ფირმებში.

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს კაპიტალისტური საწარმოების საერთო – გამსხვილებული და საგარეო საქმიანობის ინტენსიფიკაციისა და მართვის სისტემა, რომელმაც მიიღო მარკეტინგის, ანუ მართვის საბაზრო კონცეფციის სახელწოდება.

ტერმინი მარკეტინგი გამოჩნდა ამერიკის შეერთებული შტატების ეკონომიკურ ლიტერატურაში მეცხრამეტე და მეოცე საუკუნეების მიჯნაზე და პირდაპირი მნიშვნელობით ნიშნავს საბაზრო საქმიანობას, წარმოშობის მომენტიდან დღემდე ამ ცნების შინაარსი არაერთხელ შეიცვალა, რაც დაკავშირებულია პროდუქტის წარმოებისა და რეალიზაციის საერთო და სპეციფიკური პირობების შეცვლასთან კაპიტალიზმის განვითარების მონოპოლისტურ სტადიაზე.

ამერიკელი ეკონომისტების ერთი ნაწილი მარკეტინგის ქვეშ გულისხმობს სასაქონლო-ფულადი ურთიერთობების სისტემას და საგარეო საქმიანობას ფართო გაგებით. ამერიკელი ეკონომისტების უმრავლესობა დიდი ხნის განმავლობაში მარკეტინგის ქვეშ გულისხმობდა კაპიტალისტური საწარმოს მიერ იმ ფუნქციების შესრულებას, რომლებიც დაკავშირებულნი არიან საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციასთან.

50-იანი წლებიდან დაწყებული ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რამდენადმე გვიან, სხვა კაპიტალისტურ ქვეყნებში ყველაზე უფრო პოპულარული გახდა მარკეტინგის განმარტება, როგორც კაპიტალისტური საწარმოს მართვის საბაზრო კონცეფციისა. მარკეტინგი განხილულ იქნა არა როგორც საწარმოს საქმიანობის ერთ-ერთი სფერო, არამედ როგორც მართვის მოწინავე ფუნქცია, რომელიც განსაზღვრავს საწარმოს საბაზრო და საწარმოო პოლიტიკას.

არსებითად, მარკეტინგის ამგვარი განმარტება წარმოადგენს ადრინდელი განმარტებების განვითარებას. დღესდღეობით

სპეციალისტების უპირატესობა მარკეტინგს განიხილავს, როგორც რთულ და დინამიკურ სისტემას, რომელიც უზრუნველყოფს მართვის საბაზრო ორიენტაციას.

მარკეტინგის გამოყენებით ფირმა პასიურად როდი რეაგირებს საბაზრო მოვლენებზე, არამედ ახდენს კარგად კოორდინირებულ პოლიტიკას გასაღების ბაზრების დასაპყრობად /ერთის მხრივ, შეუსაბამებს წარმოებული საქონლის ასორტიმენტს ბაზრის მოთხოვნებს, მეორე მხრივ კი, აქტიურად ახდენს მოთხოვნის ფორმირებას არსებული რესურსების უფრო მომგებიანი რეალიზაციის მიზნით/.

მარკეტინგის კონცეფციის ფარგლებში მისი ტრადიციული ფუნქციები /ბაზრის შესწავლა, რეკლამის გამოყენება, გასაღების სტიმულირება, გასაღების პოლიტიკა, ფასების პოლიტიკა/ გაერთიანდნენ კომპლექსურ სისტემაში. სწორედ ამ თვალსაზრისით იხმარება ტერმინი - მარკეტინგის კომპლექსი, რომლის მიზანია უზრუნველყოს ფირმის წინაშე დაყენებული ამოცანების გადაწყვეტა არსებული რესურსების გათვალისწინებით.

უნდა აღინიშნოს, რომ სპეციალისტებს შორის არ არსებობს მარკეტინგის საყოველთაოდ აღიარებული განმარტება.

სხვადასხვა ავტორები, როგორც წესი, გამოყოფენ მარკეტინგის ორგანიზაციულ-ტექნიკურ, მართვის მხარეს. ამასთან, მარკეტინგი რთული სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენაა, რომელსაც მრავალი მხარე გააჩნია /ორგანიზაციულ-ტექნიკური, სამეურნეო, ეკონომიკური, სოციალური, იდეოლოგიური და პოლიტიკურიც კი/. გარდა ამისა, საკმაოდ რთულია ერთ განმარტებაში ჩაეტიოს მარკეტინგის მიზნები, პრინციპები, მისთვის დამახასიათებელი ფუნქციები, მეთოდები.

საბჭოთა ეკონომიკურ ლიტერატურაში არსებობს ცდები, რათა მარკეტინგს მისცენ უფრო სრული დახასიათება. ამიტომ ჩვენ შემოვიფარგლებით მისი სოციალურ-ეკონომიკური ნიშნების, წარმოშობის მიზეზების მოკლე დახასიათებით. ეს შესაძლებლობას მოგვცემს გავაკეთოთ გარკვეული დასკვნები მარკეტინგის ელემენტების გამოყენების შესაძლებლობის შესახებ, ჰუმანური სოციალისტური ეკონომიკის პირობებში.

ბაზრების სიძნელეები ყოველთვის არსებობდა კაპიტალისტურ ეკონომიკაში, თუმცა რეალიზაციის პრობლემა განსაკუთრებული სიმწვავით ხასიათდება იმპერიალიზმის სტადიაზე. განვითარებული კაპიტალისტური ქვეყნების მეცნიერულ-ტექნიკური და სამრეწველო პოტენციალი მოხმარების საგნების ფართო ასორტიმენტის წარმოების შესაძლებლობას იძლევა. მსხვილი მონოპოლიების სამეურნეო კავშირები გაფართოვდნენ და გართულდნენ, დეტალურმა სპეციალიზაციამ გადალახა მრავალი ქვეყნის ეროვნული საზღვარი, რამაც მოითხოვა დაქუცმაცებული მწარმოებლების მკაცრი კოორდინაცია და ურთიერთზემოქმედება.

მოხმარებისა და მოთხოვნის სფეროშიც არსებითი ცვლილებები ხდება, იზრდება ხანგრძლივი სარგებლობის საქონლისა და მომსახურების მოხმარება. მოთხოვნა ხასიათდება მკვეთრად ცვალებადი სტრუქტურით. ეს მოვლენები ეკონომიკური კრიზისისა და მზარდი ინფლაციის პირობებში აძლიერებენ საბაზრო სიტუაციის გაურკვევლობას.

მონოპოლიები ცდილობენ ბაზრის სტიქიის გადალახვას, რათა საქონლის მოძრაობის პროცესი მაქსიმალურად მართვადი გახდეს. წარმოებისა და რეალიზაციის წინააღმდეგობების გადაჭრის ერთ-ერთ გზას მონოპოლიები ხედავენ ეკონომიკური პროცესების

სახელმწიფო-მონოპოლისტურ რეგულირებაში. მეორე გზაა - საქონლის რეალიზაციის პრობლემის გადაწყვეტა ფირმის დონეზე.

ფირმის დონეზე გასაღების პრობლემების გადაწყვეტის ცდებში მდგომარეობს მარკეტინგის თანამედროვე გაგების არსი. ამიტომ მარკეტინგი უნდა განვიხილოთ, როგორც მართვის კაპიტალისტური რაციონალიზაციის კანონზომიერი პროდუქტი- მარკეტინგის დახმარებით მონოპოლისტური კაპიტალი ცდილობს არა მარტო ბაზრის სტიქიის დაძლევას, არამედ მონოპოლიურად მაღალი მოგების მიღების მიზნით საბაზრო პროცესების დამორჩილებასაც.

50-იანი წლების დასაწყისში ამერიკის შეერთებულ შტატებში მართვის საბაზრო კონცეფცია აღიარეს და გარდაქმნეს საწარმოო-გასაღების აპარატი მისი პრინციპების საფუძველზე ისეთმა ცნობილმა ფირმებმა, როგორებიცაა "ჯენერალ ელექტრიკ", "მაკდონალდსი", "პილსბერი", "ჯენერალ ფუდს", უკვე 60-იან წლებში ამერიკული ფირმების უმრავლესობამ გააცნობიერა მარკეტინგის რაციონალურობა, რომელიც გახდა მონოპოლიების ძირითადი სტრატეგია სათანადო პრინციპებით, ფორმებით, მეთოდებით და მართვის სტილით. მარკეტინგი, როგორც სასწავლო დისციპლინა, მყარად შევიდა უნივერსიტეტებისა და კოლეჯების, მმართველთა მომზადების სკოლების პროგრამებში. თანამედროვე პირობებში მარკეტინგის პრობლემების გარშემო არსებობს პერიოდული, მონოგრაფიული და სასწავლო ლიტერატურა, იქმნება მრავალრიცხოვანი სკოლები და კურსები მარკეტინგის სპეციალისტების მოსამზადებლად.

ამრიგად, მარკეტინგი, როგორც თეორიული დისციპლინა და პრაქტიკული საქმიანობა ჩამოყალიბდა ამერიკის შეერთე-

ბულ შტატებში. დასავლეთევროპული და იაპონური კომპანიების უმრავლესობამ მალე გაიგეს მარკეტინგის რაციონალურობა და შეცვალეს ის თითოეული ქვეყნის სპეციფიკური პირობების შესაბამისად.

§ 2. მარკეტინგის ძირითადი ფუნქციები

საზღვარგარეთის ლიტერატურაში არ არსებობს მარკეტინგის ფუნქციების ერთიანი კლასიფიკაცია. მაგალითად, ამ საკითხში ევროპელი და ამერიკელი სპეციალისტების შეხედულებები განსხვავდებიან. ამიტომ ჩვენ მოვიყვანთ მარკეტინგის ფუნქციების იმ დაყოფას, რომელიც მიღებულია ამერიკის შეერთებულ შტატებში.

სავაჭრო ფუნქციები: პროდუქციის გამოშვება, ნაწარმის ხარისხის სტანდარტიზაცია და ნორმალიზაცია; საქონლის შესყიდვა და აკუმულაცია; საქონლის გაყიდვა.

ფუნქციები, დაკავშირებული საქონლის ფიზიკურ გადაადგილებასთან: საქონლის საწყობებში დაწყობა; საქონლის ტრანსპორტირება.

დამხმარე ფუნქციები: გარანტია სავაჭრო რისკისგან; სამარკეტინგო ოპერაციების დაფინანსება, ინფორმაცია ბაზრის შესახებ.

სავაჭრო ფუნქციები ძირითადად გამომდინარეობს საქონლის გასაღების ინტერესებიდან და მოთხოვნის მიზანმიმართულ ფორმირებიდან.

ამავე ჯგუფს მიეკუთვნება საქონლის ხარისხის სტანდარტიზაციისა და ნორმალიზაციის ფუნქცია, ანუ ძირითადი ტექნიკურ-სამომხმარებლო პარამეტრების განსაზღვრა იმ მიზნით,

რომ ნაწარმი სარგებლობდეს მყარი და მაღალი მოთხოვნით

შემდეგი ფუნქციაა - საქონლის შესყიდვა და აკუმულაცია, რომლის მიზანიც წარმოადგენს საბითუმო აგენტის დახმარებით საქონლის მიღება და საკუთარი სავაჭრო ასორტიმენტის ფორმირება. ამ დროს მთავარი ამოცანაა საქონელმოძრაობის ოპტიმალური ვარიანტის შერჩევა. საქონელმოძრაობის გზების ანალიზი წარმოადგენს ინფორმაციის წყაროს, რომელიც აუცილებელია გასაღების პოლიტიკის შესამუშავებლად.

ერთრგოლიანი საქონელმოძრაობის დროს უპირატესი ხვედრითი წონა უკავია წარმოებიდან უშუალოდ საბოლოო მყიდველზე მიწოდებას, რომელიც ყოველთვის როდი წარმოადგენს საბოლოო მომხმარებელს. მრავალრგოლიანი საქონელმოძრაობა ხასიათდება კავშირის სხვადასხვა ფორმით მწარმოებლებს, საბითუმო და საცალო ორგანიზაციებს შორის და მისი წილი საერთო საქონელბრუნვაში დაახლოებით 60%-ია.

მარკეტინგის ფუნქცია: გაყიდვა-მოიცავს არა მარტო ყიდვა-გაყიდვის გარიგების გაფორმებას, არამედ პოტენციური მყიდველების გამოვლენასაც უკვე დაპყრობილ და შესწავლილ ბაზარზე, აგრეთვე, მოთხოვნის ფორმირებას პოტენციურ ბაზრებზე. საბოლოო მიზანია, მინიმალური დანახარჯებით უკვე დაპყრობილ ან პოტენციურ ბაზარზე შედარებით კონკურენციისუნარიანი საქონლის მიწოდება, რომელიც ისარგებლებდა უფრო მაღალი მოთხოვნით, ვიდრე კონკურენციაში მყოფი ფირმების პროდუქცია.

გასაღების სტრატეგიის საკითხები უშუალო კავშირშია საქონლის კლასიფიკაციის პრობლემასთან. მარკეტინგის ამერიკულმა ასოციაციამ 1948 წელს მიიღო საქონლის შემდეგი კლასიფიკაცია:

ა/ ყოველდღიური მოთხოვნის საქონელი. მას რიცხვს მიაკუთვნება ის საქონელი, რომელიც სხვაზე ხშირად შეიძინება წინასწარი სპეციალური მოფიქრების გარეშე;

ბ/ მყარი მოთხოვნის საქონელი, ანუ საქონელი, რომლის შესყიდვის დროსაც ადგილი არა აქვს შერჩევის პროცესს, მათ სამომხმარებლო თვისებების შედეგად იმავე სახის სხვა საქონლის შესაბამის პარამეტრებთან;

გ/ სპეციალური მოთხოვნის საქონელი. მას მიაკუთვნებენ საქონელს, რომელთა შესაძენადაც მზადაა მომხმარებელთა მნიშვნელოვანი ნაწილი.

საქონლის ფიზიკურ გადაადგილებასთან /საწყობებში დაწყობა და ტრანსპორტირება/ დაკავშირებული მარკეტინგის ფუნქცია მოიცავს წარმოების ადგილიდან მოხმარების ადგილამდე საქონლის გადაადგილებასთან დაკავშირებული საქმიანობის კომპლექსს. ამიტომ, ამ ფუნქციასთან დაკავშირებული ყველა საკითხი წარმოადგენს რეალური შესწავლის საგანს. მაგალითად, ამ მიზნით დამუშავებულია გადაზიდვების ოპტიმიზაციის ამოცანა /ე.წ. სატრანსპორტო ამოცანა/ და ბევრი სხვა მოდელი.

§ 3. მარკეტინგის როლი და ადგილი კაპიტალისტური ფირმების სამეურნეო პრაქტიკაში

კაპიტალიზმის საერთო კრიზისის გამწვავების პირობებში კაპიტალისტისათვის ძირითად. სიძნელეს წარმოადგენს პროდუქციის გასაღება, ანუ ბაზრის პრობლემა.

ბაზრის შესწავლა თანამედროვე კაპიტალისტურ სამყაროში ხორციელდება ე.წ. მარკეტინგის ფარგლებში.

მარკეტინგის საკითხების გარშემო ლიტერატურის ანალი-

ბი გვიჩვენებს, რომ მარკეტინგი ხორციელდება რამდენიმე ეტა-პად, ანუ, როგორც აღნიშნავენ ბურჟუაზიული ეკონომისტები, გა-ივლის რამდენიმე ფაზას.

მარკეტინგის პირველი ფაზა იწყება პროდუქტის წარ-მოებით და მთავრდება მასზე მოთხოვნის მიზანმიმართული ფორ-მირებით, ანუ მაშინ, როცა მყიდველს ჩამოუყალიბდება მყარი აზრი სწორედ ამ პროდუქტის შეძენის აუცილებლობის შესახებ.

ამის შემდეგ იწყება მეორე ფაზა, რომლის დროსაც საწარმო აფართოებს თავისი პროდუქციის მოხმარების სფეროს, უნერგავს მომხმარებელს იმ აზრს, რომ მან უნდა მოახდინოს ფასეულობათა გადაფასება და უარი თქვას თავისი დანიშნულე-ბით ანალოგიური საქონლის სხვაგან შეძენაზე, ფირმის მიერ შემოთავაზებული ნაწარმის გასაღების ინტერესებიდან გამომ-დინარე.

ეს ფაზები მარკეტინგის შემდგომი ფაზის მოსამზა-დებელი ეტაპებია, რომლის არსიც იმაში მდგომარეობს, რომ ბაზარზე შემოდის ახალი, შედარებით სრულყოფილი ან ადრე აბ-სოლუტურად უცნობი საქონელი, რაც კვლავ მოითხოვს გარკვეული წარმოდგენების ფორმირებას მყიდველში და ა.შ. შესაბამისად ამისა, მარკეტინგი მუდმივი პროცესია, რომელსაც საფუძვლად უდევს ბაზრის შესწავლა.

თანამედროვე კაპიტალისტური ბაზრის პირობებში თი-თოეული კაპიტალისტი არა მარტო სწავლობს კონკურენტის პოზი-ციას და საკუთარ შესაძლებლობებს, არამედ ყველა საშუალებას ხმარობს მომხმარებლის მისაზიდად. ეს კი ბაზრის სტიქიას აძ-ლიერებს. შესაბამისად ამისა, მარკეტინგი, წარმოადგენს რა რეალიზაციის პრობლემის გადაწყვეტის საშუალებას ცალკეული

კაპიტალისტური საწარმოს ინტერესებისათვის, კი არ არბილებს, არამედ ამძაფრებს კონკურენციულ ბრძოლას.

მარკეტინგი აქტიურად გამოიყენება, როგორც კონკურენციული ბრძოლის საშუალება ეროვნულ და მსოფლიო ბაზრებზე. ამით მარკეტინგი თანამედროვე კაპიტალიზმის პირობებში ღებულობს სპეციფიკურ მიმართულებას, ნიშნებს და ფორმებს. თანამედროვე მარკეტინგი – ესაა დიდი ბიზნესის "ფილოსოფია". იგი სულ უფრო და უფრო აქტიურად გამოიყენება მონოპოლიების მიერ, როგორც გასაღების ბაზრების მონოპოლიზაციის საშუალება.

ამრიგად, საქონლის წარმოების მონოპოლია ივსება საბაზრო მონოპოლიით, რაც აძლიერებს კორპორაციული ელიტის ძალაუფლებას ეკონომიკაში. იყენებენ რა მძლავრ, კარგად განვითარებულ სარეკლამო და პროპაგანდისტულ აპარატს, მონოპოლიები ზემოქმედებენ საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე სამომხმარებლო "ფილოსოფიის" ქადაგებით.

ამავე დროს, ბურჟუაზიული ეკონომისტები ცდილობენ წარმოადგინონ მარკეტინგი, როგორც სისტემა, რომლის ცენტრშიც იმყოფება მომხმარებელი თავისი მოთხოვნილებებით. მარკეტინგი, მისი აპოლოგეტების სიტყვებით, ხელს უწყობს მოხმარების გაფართოებას, განსაზღვრულ როლს თამაშობს მასიური მოხმარების საზოგადოების ჩამოყალიბებაში. ამასთან აღნიშნავენ, რომ მარკეტინგის ამგვარი როლი უშუალოდ გამომდინარეობს იქიდან, რომ იგი მიმართულია უზრუნველყოს წარმოების მოთხოვნასთან შესაბამისობა და წაახალისოს მყიდველი, რათა შეიძინოს მიწოდებული საქონელი.

სინამდვილეში, მარკეტინგის სამსახურების საქმიანობა მიმართულია იქითკენ, რათა შექმნან მოსახლეობის მოთხოვნის

შესაბამისი საქონლის ასორტიმენტი. დიდი ყურადღება ეთმობა საქონლის გარეგან მხარეს, მის სამომხმარებლო თვისებებს, გაყიდვის შემდგომ მომსახურებას. თუმცა მხედველობაშია მისაღები, რომ სამარკეტინგო საქმიანობა საქონლის ასორტიმენტის სრულყოფისა და განახლებისათვის წარმოებს კაპიტალიზმის პირობებში. საკუთარ საქონელზე მყარი მოთხოვნის შესაქმნელად, სხვა ფირმებთან კონკურენციულ ბრძოლაში გამარჯვებისა და დამატებითი მოგების მიღების მიზნით ფირმამ უნდა დაარწმუნოს მყიდველი საკუთარი საქონლის უპირატესობაში სხვა ფირმების საქონელთან შედარებით. მარკეტინგზე ორიენტირებულმა ფირმამ უბრალოდ კი არ უნდა გაასაღოს საქონელი, არამედ უნდა დაამყაროს მყარი კავშირები ბაზართან, მომხმარებელთან, შექმნას მოხმარების უკუკავშირი წარმოებასთან, რათა მომხმარებელს გამოუმუშავდეს და გაუმტკიცდეს მოცემული ფირმის საქონლის მიმართ უპირატესობათა მყარი სისტემა. კაპიტალისტურ ფირმებს საქონლის სამომხმარებლო თვისებები აინტერესებთ საცალო ღირებულების, ხოლო მათი რეალიზაცია კი ზედმეტი ღირებულების მიღების თვალსაზრისით. ამ კუთხით უნდა იქნას განხილული მარკეტინგის სტრატეგია- წარმოების ორიენტაცია მომხმარებელზე.

მარკეტინგი აქტიურად იყენებს მართვის თეორიის, ეკონომიკის, სტატისტიკის, ფსიქოლოგიის, გამოყენებითი მათემატიკის, დაგეგმვის მეთოდების, ელექტრონულ-გამომთვლელი ტექნიკისა და ინფორმაციული სისტემების, პროგრამულ-მიზნობრივი მართვის მეთოდების უახლოეს მიღწევებს. მარკეტინგი ამაღლებს სამეურნეო გადაწყვეტილებების ეკონომიკური დასაბუთებულობის დონეს საწარმოო, მეცნიერულ-ტექნიკური, ფინანსური და გასაღების პოლიტიკის პრობლემებზე.

თანამედროვე მარკეტინგი შეზღუდულია ფირმის ფარგლებით. ემსახურება რა რეალიზაციის პრობლემის გადაწყვეტას ფირმის დონეზე, ის არა თუ აღმოფხვრის კაპიტალისტური ბაზრის წინააღმდეგობებს, არამედ პირიქით, უფრო მეტად ამწვავებს. მარკეტინგი ხელს უწყობს საქონელმოძრაობის რაციონალიზაციას, მაგრამ ამავე დროს არნახულად ზრდის მიმოქცევის ხარჯებს. სოციოლოგიური გამოკვლევები ადასტურებენ, რომ მარკეტინგი გამოიყენება ხელოვნური, "ირაციონალური", არაჯანსაღი მოთხოვნილებების შესაქმნელად საზოგადოებრივი ცნობიერების მოქნილი მანიპულირების დახმარებით.

რეკლამა დაბეჯითებით არწმუნებს მომხმარებლებს, რომ მათ ხელში არსებული მანქანები, ტელევიზორები, ტანსაცმელი მორალურად მოძველდა და შეცვლას მოითხოვს. უფრო მეტიც, ხშირად მონოპოლიები ფარულად აუარესებენ ხარისხს, როცა მშვენიერად გაფორმებული საქონელი სწრაფად გამოდის მწყობრიდან. სხვადასხვა მარკით გაყიდული საქონლის უმეტესობა არსებითად არ განსხვავდება ანალოგებისაგან, თუმცა რეკლამის მიხედვით ისინი გამოირჩევიან უახლესისა და საფუძვლიანად სრულყოფილის დონეზე.

ეს გარემოებები წარმოშობენ პროტესტის სხვადასხვა ფორმას. სპონტანური გამოსვლებიდან მომხმარებელთა ფართო მასა გადავიდა ორგანიზებულ მოძრაობაზეც. ასე ჩაეყარა საფუძველი მოძრაობას, რომელმაც მიიღო "კონსიუმერიზმის" სახელწოდება /მომხმარებელი. ინგლ./. მომხმარებელთა დაცვის ორგანიზაციის შექმნის იდეა რეალიზებულ იქნა ამერიკის შეერთებულ შტატებში 1927 წელს ს.ჩეიზისა და ფ.შლინკის წიგნის "რა ღირს თქვენი ფული?" გამოსვლის შემდეგ. ამჟამად მომხმარებელთა კავშირის რაოდენობა ამერიკის შეერთებულ შტატებში 2 მლნ. კაცს აღემატება. ომის შემდგომ წლებში მომხმარებელთა ეროვნული კავშირები ჩამოყალიბდნენ სხვა კაპიტალისტურ ქვეყნებში.

მიუხედავად ამ მოძრაობის ლიდერების შეზღუდული იდეა-ბისა, მათი საქმიანობა რამდენადმე ზღუდავს მონოპოლიების უკონტროლო საქმიანობას მასიური მოთხოვნის სასაქონლო ბაზ-რებზე. მომხმარებელთა საზოგადოებების პროტესტების დასაკმა-ყოფილებლად ამერიკის შეერთებული შტატების კონგრესმა, სხვა კაპიტალისტური ქვეყნების საკანონმდებლო ორგანოებმა მიიღეს საკანონმდებლო აქტები.

მონოპოლიების სამარკეტინგო პოლიტიკასა და საზოგადო-ების ინტერესებს შორის წინააღმდეგობა [illegible] ლეგისლა-ციის გზით ვერ აღმოიფხვრება [illegible]. [illegible] და [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible]-ტიკის პერიოდში, [illegible] [illegible] [illegible], [illegible]-[illegible] [illegible] მხოლოდ [illegible] მონოპოლისტური კაპიტალის ინ-ტერესებს. ამრიგად, [illegible], [illegible] პირობებში კა-პიტალისტური მარკეტინგის [illegible] [illegible] [illegible] [illegible].

§ 4. მოთხოვნის მართვის ძირითადი ფორმები და მეთოდები მარკეტინგის პირობებში კაპიტა-ლიზმის დროს

მარკეტინგის შესწავლის ძირითადი ობიექტებია:

1. ნაწარმის კონკურენციის უნარიანობა;
2. ნაწარმის გადაადგილება მწარმოებლიდან მომხმარებ-ლამდე;
3. ნაწარმის საბოლოო მომხმარებელი.

კომპლექსში ისინი წარმოადგენენ მარკეტინგის ძირითად ამოცანას, რომლის არსიც მდგომარეობს მინიმალური ხარჯებით მაღალი მოგების უზრუნველყოფაში პროდუქციის გასაღების გა-ფართოების გზით. ეს მთავარი ამოცანა იხსნება ერთმანეთთან

მჭიდრო დაკავშირებული მეთოდებით, რომელთა თავისებურება-ნიც წარმოშობენ მარკეტინგის სპეციფიკას. მათ შორის მთავარია დაგეგმვა, პროდუქტის დამუშავება და გაყიდვის ინტენსიფიკაცია.

განვიხილოთ მარკეტინგის თითოეული მეთოდი.

ნაწარმის დაგეგმვა და დამუშავება

მარკეტინგის საფუძველია ახალი ნაწარმისათვის რეალიზაციის პირობების შექმნა ბაზარზე. ამასთან დაკავშირებული მთელი საქმიანობა ეფუძნება სამომხმარებლო მოთხოვნების ანალიზს. ნაწარმის რეკლამირება იწყება მანამდე, ვიდრე მოწესრიგდებოდეს მისი მასობრივი წარმოება. კაპიტალისტები ამ ფაზას უწოდებენ "წინასწარი გაყიდვის" სამუშაოს, ხაზს უსვამენ რა ამით კომერციული მუშაობის მნიშვნელობას წარმოების მოსამზადებელ ეტაპზე.

აანალიზებენ რა "ძველი" ტიპის კომერციული დირექტორის ქცევას, საზღვარგარეთელი ავტორები აღნიშნავენ, რომ ის იწყებდა კამპანიას ბაზარზე ზემოქმედების მისახდენად მას შემდეგ, რაც საქონელი იწარმოებოდა. მისი აზროვნება მდგომარეობდა იმაში, რომ უზრუნველეყო საწარმოების მიერ უკვე ათვისებული პროდუქციის მაქსიმალური გასაღება. ის პრობლემა, თუ რა უნდა ეწარმოებინა, მას არ აინტერესებდა. ეგრეთ წოდებული "მარკეტინგ-დირექტორი" პირიქით, ძირითადად დაინტერესებულია სწორედ ამ საკითხებით. ამა თუ იმ საქონლის გამოშვება წარმოებაში მისი საქმიანობის შედეგია. ამრიგად, მარკეტინგის სისტემის გამოყენებისას გასაღების საგანია საქონელი, [illegible], ფირმა, რომელთა ფასიც განისაზღვრება გასაღების აპარატის გადამწყვეტი გავლენით.

პროდუქტის დაგეგმვა და დამუშავება ყალიბდება შემდეგი ელემენტებისაგან:

1. მოთხოვნილებებისა და მყიდველის სამომხმარებლო ჩვევების ანალიზი;

2. პარამეტრები, რომლებიც უნდა ჰქონდეს ნაწარმს ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად;

3. გარეგანი სახე, რომლის დროსაც ის ისარგებლებს მაღალი მოთხოვნით;

4. პროდუქტის შედარება საკონკურენციო ნაწარმთან ფასის, სამომხმარებლო თვისებების, გარეგანი სახის თვალსაზრისით;

5. ყველაზე უფრო ხელსაყრელი მომენტის შერჩევა ახალი ნაწარმის გაყიდვის დასაწყებად. უფრო ხშირად, ამ საკითხის გადაწყვეტა უკავშირდება ადრე გამოშვებული ნაწარმის წარმოების შეწყვეტის პრობლემას;

6. გაყიდვის ფასის დაწესება მაქსიმალური მოგების მიღების შესაძლებლობების გათვალისწინებით;

7. პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის ხასიათის განსაზღვრა, რომელიც საჭიროა გავრცელდეს მებითუმეებს, საცალო მოვაჭრეებსა და საბოლოო მომხმარებლებს შორის;

8. ახალი იდეების გამოვლენა და ანალიზი, რაც უზრუნველყოფს ნაწარმის ხარისხის შემდგომ ამაღლებას.

პროდუქტის დაგეგმვისა და წარმოების პრობლემასთან მჭიდროდაა დაკავშირებული საკითხი საქონლის გაყიდვის პერიოდის შესახებ. ეს ამოცანა დაიყვანება საქონლის წარმოებისა და გაყიდვის შეწყვეტისა და მისი ახლით შეცვლის შედარებით ხელსაყრელი მომენტის განსაზღვრამდე. მისი გადაწყვეტის ერთ-ერთი მეთოდი, რომელმაც საკმაოდ ფართო გავრცელება ჰპოვა, ესაა პუნ-

ქვაციის სისტემა /საბალო შეფასების/. მომხმარებლების, მწარმოებელი ფირმების მოსამსახურეების, მებითუმეებისა და საცალო მოვაჭრეების პროდუცენტი მიისწრაფვის მიიღოს პასუხები გარკვეული წესით ფორმულირებულ კითხვებზე. პასუხები ფასდება ბალების /"პუნქტების"/ სათანადო რიცხვით. ყველაზე უფრო გავრცელებული კითხვების ნუსხა და უმაღლესი ბალი თითოეულის მიხედვით გამოიყურება დაახლოებით შემდეგნაირად:

1. ფინანსური სარგებელი /მოიტანს თუ არა პროდუქტი მოსალოდნელი შემოსავლების მინიმუმს - 35 ბალი;

2. მოსალოდნელი რენტაბელობა /გაიზრდება თუ არა ფირმის მოგება ახალი პროდუქტის გამოშვების შედეგად/- 20 ბალი;

3. ფირმის სტრატეგია ბაზარზე /როგორ გავლენას მოახდენს ფირმის პრესტიჟზე ახალი პროდუქტით გამოსვლა; სარეკლამო ღონისძიებანი და გაყიდვის ინტენსიფიკაცია და ა.შ./- 20 ბალი;

4. სოციალური პასუხისმგებლობა სახელმწიფოს წინაშე - 7 ბალი;

5. სახელმწიფოსა და საზოგადოებრივი აზრის გავლენა /ბალებით არ ფასდება/.

როგორც ვხედავთ, უმაღლესი ბალითაა შეფასებული ფირმის პროდუქციის წარმოებისა და გაყიდვის ფინანსური სარგებელი. შემდეგ მოდის საკითხი მოსალოდნელი რენტაბელობის შესახებ, რომელსაც ასევე მიაქვს ბალების მნიშვნელოვანი რაოდენობა. მთლიანად პირველ ორ საკითხზე მოდის 55 ბალი /ბალების საერთო რაოდენობაა 82/. კიდევ 20 ბალი მოდის კონკურენციული ბრძოლის "ტექნიკის" ნარმალების შეფასებაზე. ბალების ყველაზე მცირე

ჩათვლილია თვით "სოციალურ პასუხისმგებლობაზე". ეს კიდევ ერთხელ გვიჩვენებს, რომ მარკეტინგი უპირატესად კონკურენციული ბრძოლისა და მაქსიმალური მოგების მიღების ინსტრუმენტია. რა თქმა უნდა, ვისაც სურს ბაზრებისათვის ბრძოლაში გამარჯვება, საკუთარი პროდუქცია მასზე მოთხოვნებს უნდა მიუსადაგოს. მაგრამ ეს მიზეზი კი არა, შედეგია, მიზანი კი არა, მყიდველისათვის ბრძოლის საშუალებაა, რამდენადაც საბოლოო ჯამში ბაზარზე იმარჯვებს ის, ვინც უკეთ იცნობს მომხმარებელს და აქცევს მას საკუთარი საქონლის მყიდველად.

ამასთან დაკავშირებით, მკვეთრად იზრდება ბაზრის შესწავლის მნიშვნელობა. მარკეტინგის ფარგლებში ბაზრის შესწავლა ხორციელდება შემდეგი ორი მიმართულებით:

1. მოსალოდნელი გასაღების პროგნოზი, რომელშიც შედის:

ა/ მოთხოვნის საქონელმიცდენობრივი შესწავლა, რომელიც, თავის მხრივ, მოიცავს საქონლის ასორტიმენტის ანალიზს და საქონლის ხარისხის ანალიზს.

ბ/ სასაქონლო ბაზრების შესწავლა;

2. გასაღების ორგანიზაციის ანალიზი, რომელშიც შედის:

ა/ საქონელმოძრაობის გზების გამოკვლევა;

ბ/ გასაღების არხების შესწავლა;

გ/ სარეკლამო ღონისძიებებთან დაკავშირებული კვლევა.

მოთხოვნის საქონელმცორდენობრივი შესწავლის მიზანია ახალი საქონლის ან საქონლის ახალი კომბინაციის გამოყენება რაც ამაღლებს ფირმის მოგებას. სასაქონლო ბაზრების შესწავლის მიზანია ისეთი ბაზრების მოძებნა, რომელთა ექსპლუატაციაც მოგვცემს უმაღლეს მოგებას.

მთლიანად ბაზრის შესწავლის სამუშაოთა კომპლექსი მარ-

კვლევის ფარგლებში პირობითად შეიძლება შემდეგნაირად დავაჯგუფოთ:

– ისეთი სახის კვლევები, რომელთა მიზანიცაა ახალი შესაძლებლობებისა და რეზერვების გამოვლენა, რომლითაც საწარმო ისარგებლებს მომავალში;

– ისეთი სახის კვლევები, რომელთა ამოცანასაც წარმოადგენს უკვე ცნობილი შესაძლებლობის ექსპლუატაციის უფრო ეფექტიანი გზების განსაზღვრა.

ასეთი კლასიფიკაციის შემოღებით, ბურჟუაზიული ეკონომისტები ცდილობენ ამასთან ერთად აღნიშნონ, რომ კვლევის ეს ორი ჯგუფი ერთმანეთს კი არ გამორიცხავს, არამედ, პირიქით, ავსებს და შეესაბამება ბაზრის შესწავლის ორ ძირითად მიმართულებას.

ბოლო 35 წლის განმავლობაში განვითარებულ კაპიტალისტურ ქვეყნებში წარმოიშვა და სულ უფრო ფართო გავრცელებას ღებულობს ბაზრის შესწავლის ახალი მიმართულება – ე.წ. ცალკეული ქალაქის მოცივების შესწავლის საიდუმლოებით. ამ პრობლემებს სწავლობენ სპეციალური კვლევითი ორგანიზაციები, რომლებიც მუშაობენ სამრეწველო და სავაჭრო ფირმების დავალებებით.

ჩვენ აქ არ შევეხებით ბაზრის ანალიზის იმ მეთოდების განხილვას, რომლებიც გამოიყენებიან სამრეწველო-ფირმების პრაქტიკაში. ესაა სპეციალური და ვარგისია რთული საკითხი. გვინდა მხოლოდ აღვნიშნოთ, რომ ამჟამად გამოიყოფა ორი ძირითად მიმართულებას: ბაზრის ეკონომიკური და ეკონომეტრიკული ანალიზი. ეკონომიკური ანალიზი [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible], [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] შედეგებს [illegible]

ყველა და იმპრესიების მოდელირებისა და კვლევის მეთოდებით დამთავრებული, ეკონომიკური ანალიზის საგანია საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციასთან დაკავშირებული ეკონომიკური პროცესების რაოდენობრივი ანალიზი.

დემოსკოპიური ანალიზი მიზნად ისახავს "ბაზრის სუბიექტის", ანუ მომხმარებლების შესწავლას /მათი ქცევა საქონლის ყიდვის პროცესში სამომხმარებლო ჩვევები, სურვილები, შესყიდვის შერჩევის ან მასზე უარის თქმის მოტივები და ა.შ./. დემოსკოპიური ანალიზის მთავარი ინსტრუმენტია გამოკითხვები. დემოსკოპიური ანალიზი და შესაბამისად გამოკითხვები ამჟამად სულ უფრო და უფრო ფართო გავრცელებას პოულობენ.

გაყიდვის ინტენსიფიკაცია

მარკეტინგის არსენალში გაყიდვის ინტენსიფიკაციის მრავალფეროვანი ფორმები და ხერხებია. კერძოდ, მისი ორგანული ელემენტია ე.წ. "Merchandizing" /ეს სიტყვა როგორც რუსულ, ისე სხვა ენებზე გადათარგმნას არ ექვემდებარება/.

იგი ძლიერ ტევადი ცნებაა, რომელსაც სხვადასხვანაირად განმარტავენ. მარკეტინგის ამერიკული ასოციაცია "Merchandizing"-ს განსაზღვრავს, როგორც "დაგეგმვას", რომლის მიზანიცაა განსაზღვრული საქონლის გაყიდვა განსაზღვრულ ადგილზე, მოცემულ ფასში და ნაცნობ დროში". ავტორები, რომლებიც კომენტარს უკეთებენ ამ განსაზღვრას, მიუთითებენ, რომ "Merchandising"-ის შინაარსია პროდუქტის დაგეგმვა, სახელდობრ, ნაწარმის სახის განსაზღვრა, რომელიც საწარმომ უნდა დაამზადოს ან დააგროვოს გასაყიდად, ამასთან დაგეგმვა უნდა დაე დეს ისეთ დეტალებზე, როგორებიცაა, გაყიდვის ზო-დიდე, გარეგანი სახე, შეფუთვა, ფერები ფასები და სხვ.

მეორენი თვლიან, რომ "Merchandising" უნდა გავიგოთ, როგორც ვაჭრობის ორგანიზაცია თვითონ საწარმოში, რომელიც დაკავშირებულია საქონლის გასაღებით ან საცალო ვაჭრობით. მაგალითად; ამერიკულ ცნობარებში "Merchandising" განმარტებულია როგორც საქონელმიმოქცევის მართვა წარმოების რეკლამის, შესყიდვისა და სხვა ვაჭრობის დახმარებით. ფრანგი ავტორები ამტკიცებენ, რომ "Merchandising" მოიცავს მთელ საქმიანობას, რომელსაც ახორციელებს სავაჭრო საწარმო შედარებით ხელსაყრელი პროპორციების მიღწევის მიზნით ბრუნვას, მოგებისა და საქონელბრუნვადობის სისწრაფეს შორის.

ლიტერატურაში არსებული ყველა განმარტებიდან გამომდინარეობს შემდეგი დასკვნა: "Merchandising" - ესაა იმ საქმიანობის ერთობლიობა, რომელსაც ახორციელებენ დამამზადებელი და სავაჭრო საწარმოები ვაჭრობის გაფართოებისა და აუცილებელი მოგების მიღების მიზნით. ეს ღონისძიებები, რომლებიც შეადგენენ "Merchandising", ძირითადად ტარდებიან საცალო ქსელში და აქვთ ორგანიზაციულ-ტექნიკური ხასიათი. "Merchandising -ს არაფერი აქვს საერთო რეკლამასთან, როგორც ამას ცდილობენ დაამტკიცონ მარკეტინგის ამერიკელი აპოლოგეტები და მათი მიმდევრები გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკაში. არსებითად, ესაა მწარმოებელი საწარმოს საქონლის გასაღების საქმიანობის პროგრამა, რომელიც ემორჩილება ჩამოყალიბებული კონიუნქტურის გამოყენების ამოცანებს და დაკავშირებულია საცალო ვაჭრობის შესაძლებლობებთან. ამასთან, საცალო ვაჭრობის ორგანიზაცია და ტექნიკა მთლიანად ემორჩილება ამ პროგრამის რეალიზაციის ინტერესებს.

ვაჭრობის ინტენსიფიკაციის სხვა მეთოდია "Sales

promotion" რაც სიტყვა-სიტყვით ითარგმნება, როგორც "გაყიდ-ვების დაწინაურება". "Sales promotion" - ესაა იმ საშუ-ალებების ერთობლიობა, რომლებსაც იყენებენ ძირითადად საცალო სავაჭრო საწარმოები საბოლოო მომხმარებლებზე ზემოქმედების მიზნით. ესაა ძირითადად ღონისძიებები ვაჭრობის ორგანიზაციის სფეროდან /ვიტრინების გაფორმება, საქონლის გამოლაგება და ა.შ./, რომლებიც ტარდებიან მოცემული საცალო სავაჭრო საწარ-მოს პოპულარიზაციის მიზნით, რათა აიძულონ მყიდველი ისარგებ-ლოს სწორედ მისი მომსახურებით.

ამ აზრით გაგებული "Sales promotion" წარმო-ადგენს "Merchandising" -ის ელემენტს.

თუმცა ეს სრულიადაც არ ნიშნავს, რომ სწორედ საცალო ვაჭრობაა დაკავებული ყველა იმ ღონისძიებების მომზადებითა და განხორციელებით, რომლებიც შედიან "Sales promotion" -ს, თუმცა ფულს ხარჯავს მათ დაფინანსებაზე. როგორც წესი, ეს შედის იმ მაწარმოებელი საწარმოს ვალდებულებათა წრეში, რომელთა სა-ქონელიც რეალიზდება საცალო სავაჭრო საწარმოს მიერ.

"Sales promotion" -ს ღონისძიებათა დაფინანსებაზე გაწეული ხარჯების სანაცვლოდ მრეწველი კაპიტალისტი ღებულობს დიდ მოგებას, რამდენადაც, პირველ რიგში, უშუალოდ განაპირობებს საკუთარი პრო-დუქციის გასაღების გაფართოებას და შესაბამისად, მოგების ამაღ-ლებას. ამასთან ერთად, ამ გზით იგი საკუთარ თავზე დამოკიდე-ბულს ხდის საცალო მევაჭრეს, რომელსაც მრეწველი კაპიტალისტის გარეშე გაუძნელდებოდა მონინავე პოზიციის დაკავება ბაზარზე. შესაბამისად ამისა, საცალო მევაჭრე ხდება კონკურენციულ ბრძო-ლის აქტიური მონაწილე გარკვეული სამრეწველო ფირმის სასარგებ-ლოდ.

მეორე მხარე მდგომარეობს იმაში, რომ როგორც "Merchandising" , ისე "Sales promotion" წარმოადგენენ საბოლოო მომხმარებელზე ზემოქმედების საშუალებას. მათი მთავარი მიზანია – გადააქციოს ნაწარმი ისეთ საქონლად, რომელიც მიიპყრობს მყიდველის ყურადღებას, გამოიწვევს მის ინტერესს და საბოლოო ჯამში წარმოქმნის კონკრეტულ მოთხოვნას. სწორედ ამ მიზნით გამოიყენებიან ის საშუალებები, რომლებიც რეკომენდებულნი არიან "Sales promotion" -ის მეთოდით, -დინამიკურად დაწყებული, ზემოქმედების ზუსტად განსაზღვრული ძალით, საქონლის ჩვენებიდან დაწყებული და დამთავრებული მყიდველის გამყიდველთან გასაუბრებით, რომელიც ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით დეტალურადაა დასაბუთებული, რომ აღარაფერი ვთქვათ სხვადასხვა სახის მომსახურებაზე, რომელსაც საცალო საწარმო უწევს მომხმარებელს.

ამასთან, მარკეტინგი არ ეყრდნობა შემთხვევებს ან იმპროვიზაციას. ამ მიზნით ის იყენებს კაპიტალისტური ბაზრისათვის ადრე უცნობ ორ მეთოდს:"Human relations " და "Public relations".

"Human r•lations" /სიტყვა-სიტყვით -"ადამიანებთან ურთიერთობა"/- ესაა ღონისძიებათა ერთობლიობა საწარმოს პერსონალის მართვის ორგანიზაციისა და სრულყოფისათვის, ურთიერთობის მკაცრად მოფიქრებული სისტემა ფირმის რიგით მოსამსახურეებსა და ხელმძღვანელ მუშაკებს შორის. "Human relations " -ის მიზანია ფირმის პერსონალთან ისეთი ურთიერთობის ორგანიზაცია, რომლის დროსაც ისე ჩანს, რომ საწარმოს მუშაკთა მიზნები თითქოს ემთხვევა მის მფლობელთა მიზნებს. ამ მიზნებით იყენებენ სხვადასხვა ‹ ანქის მოსამსა-

ხერხების დასახული პოლიტიკის ცხოვრებაში გასატარებლად. სახელდობრ, საწარმოთა მფლობელები /რა თქმა უნდა, დასაშვების ფარგლებში/ აინფორმირებენ მოსამსახურეებს მისი საქმიანობის მსვლელობისა და შედეგების, თავიანთი სურვილებისა და მიზნების შესახებ და ა.შ., ამასთან ეს ინფორმაცია მოაქვთ ისეთი სახით, რომ დაიჯერონ ისინი: თუ ფირმის მოგება გაიზრდება, მათი პირადი შემოსავალიც უზრუნველყოფილი იქნება. ამ მიზნით გამოიყენებიან რადიკალურად განსხვავებულ ხერხებს-ფირმის პერსონალის კონფერენციიდან, საკუთარი საშინაო გაზეთებისა და გამოქვეყნების სხვა საშუალებებიდან დაწყებული და დამთავრებული მატერიალური და მორალური სტიმულირების რთული სისტემით.

"Human relations" წარმოადგენს კაპიტალისტური ექსპლუატაციის შედარებით მაღალ ფორმას, რომელიც ემყარება მშრომელთა ინტერესების ერთიანობის გათიშვას დემაგოგიური ფრაზებისა და მატერიალური წახალისების მეშვეობით.

"Human relations" მნიშვნელოვან ინტერესს იწვევს მარკეტინგის, როგორც კონკურენციული ბრძოლის საშუალების არსის გასაგებად.

"Public relations" /სიტყვა-სიტყვით - "საზოგადოებრივი კავშირები"/ ემსახურება კაპიტალისტური საწარმოს იმ გარე სამყაროსთან ურთიერთობის ორგანიზაციას, რომელშიც ის ფუნქციონირებს /საქონლის მიმწოდებლებთან, აქციონერებთან, ადმინისტრაციულ ორგანოებთან, პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ დაწესებულებებთან, საქონლისა და მომსახურების მყიდველებთან/. "Public relations" -ის მთავარი ამოცანაა შეუქმნას მომხმარებელს და ზემოთ დასახელებულ ორგანიზაციებს და დაწესებულებებს შეხედულება, თითქოს საწარმოს წამოწყებათა

მხარდაჭერა შეესაბამება როგორც მომხმარებლების პირად, ისე მთლიანად საზოგადოების ინტერესებს.

ამასთან ერთად, "Public relations" გამოიყენება კერძო მიზნების მისაღწევადაც, მაგალითად, ახალი აქციონერებისა და ახალი კლიენტების მოსაზიდად გარკვეულ სავაჭრო საწარმოში, მყიდველთა დარწმუნება გამოფენებზე დასწრების აუცილებლობაში და ა.შ.

"Public relations" -ის საშუალებებია საუბრები, ინტერვიუ, პლაკატები, პროსპექტები, მყიდველთა კონფერენციები, საჯარო ლექციები, პრესა, ტელევიზორი, რადიო და სხვა, რომლებიც ჩვეულებრივ გამოიყენებიან რეკლამისათვის.

და მიუხედავად ამისა, გავლენის ინტენსიფიკაციის ყველაზე მძლავრი საშუალებაა რეკლამა. მარკეტინგმა ახალი ხასიათი მისცა კაპიტალისტურ რეკლამას, აქცია იგი ერთ-ერთ მძლავრ საშუალებად გასაღების ბაზრების დასაპყრობად და უკვე დაკავებული პოზიციების გასამაგრებლად.

რეკლამის ძირითადი შინაარსია საქონლის სამომხმარებლო თვისებები, ის ფუნქციები, რომლებსაც რეკლამა ასრულებს მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების პროცესში. რეკლამა აღარ განიხილება, როგორც ჩაწოლილი საქონლისადმი ყურადღების მიპყრობის ხერხი. ის გადაიქცევა მყიდველზე ზემოქმედების ინსტრუმენტად.

რეკლამის როლი კაპიტალისტური საზოგადოების ცხოვრებაში სულ უფრო და უფრო იზრდება. ამაზე მეტყველებენ შემდეგი მონაცემები: ამერიკის შეერთებულ შტატებში რეკლამის ხარჯებმა შეადგინა 1865 წელს 1 დოლარი ერთ სულ მოსახლეზე, 1940 წელს -16 დოლარი, 1965 წელს-75 დოლარი, ხოლო 1985 წელს კი 200 დოლარს გადააჭარბა.

ზემოთ მოყვანილი დებულებების განხილვების საფუძველზე შეიძლება გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

1. მარკეტინგი წარმოადგენს ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ღონისძიებების სისტემას კაპიტალისტური საწარმოს პროდუქციის გასაღების უზრუნველსაყოფად და გასაფართოებლად მისი კონკურენციის უნარის ამაღლების გზით. თავისი არსით მარკეტინგი კონკურენციული ბრძოლის იარაღია, რომელიც მიმართულია უზრუნველყოს მაქსიმალური მოგების მიღება მინიმალური დანახარჯებით ჩამოყალიბებული კონიუნქტურის პირობებში.

2. მარკეტინგის ძირითადი პრინციპებია:

ა/ პროდუქტის მისადაგება ბაზრის მოთხოვნებთან;

ბ/ გაყიდვის ინტენსიფიკაცია.

3. მარკეტინგის ამ პრინციპებს შეესაბამებიან განსაზღვრული მეთოდები. პროდუქტის მისადაგება ბაზრის მოთხოვნებთან ხორციელდება სამომხმარებლო შეფასებების, რეალიზაციისა და წარმოების პირობების /პროდუქტის დაგეგმვა და დამუშავება/ რეალური შესწავლის გზით.

გაყიდვის ინტენსიფიკაცია ხორციელდება მოთხოვნის მიზანმიმართული ფორმირების შედეგად" Public relations "-ისა და რეკლამის დახმარებით; საქონელმიმოქცევის კაპიტალისტისათვის ხელსაყრელი ორგანიზაციით; ვაჭრობის მუშაკების ექსპლუატაციის გაძლიერებით და მატერიალური წახალისებით.

ლ ი ტ ე რ ა ტ უ რ ა

1. კ.მარქსი, ფრ.ენგელსი, რჩეული ნაწერები ორ ტომად, თბ., 1950.

2. ვ.ი.ლენინი, თხზ.,ტ.1.

3. ვ.ი.ლენინი, თხზ.,ტ.27.

4. ი.ბ.სტალინი, სოციალიზმის ეკონომიკური პრობლემები სსრ კავშირში, თბ., 1953.

5. სკკპ პროგრამა /ახალი რედაქცია/, თბ., 1986.

6. სკკპ XXVII ყრილობის მასალები, თბ., 1986.

7. სკკპ ცენტრალური კომიტეტის ოქტომბრის /1985 წ./ პლენუმის მასალები, თბ., 1985.

8. სკკპ ცენტრალური კომიტეტის იანვრის /1987 წ./ პლენუმის მასალები, თბ., 1987.

9. ლ.სარუხანიშვილი, ა.გაგნიძე, გ.ჯულაყიძე, მოხმარება და სავაჭრო კონიუნქტურა, თბ., 1971.

10. საბჭოთა ვაჭრობის ეკონომიკა, თსუ, 1984.

11. ა.გაგნიძე, ლექციების კურსი ვაჭრობის ეკონომიკაში, თემა მოთხოვნა სახალხო მოხმარების საქონელზე, თსუ, 1983.

12. თ.თურმანიძე რეგიონალური მოთხოვნის საერთო მოცულობის განსაზღვრის თეორიულ-მეთოდოლოგიური პრობლემები, თბ., 1986.

13. გ.შუბლაძე, ვაჭრობის ბართვა, თსუ, 1981.

14. გ.ჯულაყიძე, ვაჭრობის ეკონომიკა, ორგანიზაცია და დაგეგმვა, თსუ, 1986.

15. Алмазова Т.Д. Закон спроса и предложения при социализме. М., Изд-во МГУ, 1974.

16. Баранова Л.Я., Левин А.И. Моделирование и прогнозирование спроса населения. М.,Статистика, 1978.

Воронов А.А. Покупательный фонд населения и товарооборот. М.,Экономика, 1981.

18. Дарсмана Торговля и производство: хозяйственные связи. М.,Экономика, 1984.

19. Кожник И.И. Закономерности взаимосвязи товарного и денежного обращения при социализме. М.,Мысль, 1968.

20. Крутиков Ф.А. Изучение рынка товаров народного потребления. Проблемы и решения. М., Экономика, 1972.

21. Крутиков Ф.А., Волкова И.В., Барта В., Берова Н., Проблемы изучения и прогнозирования спроса при социализме. Москва - Прага, Экономика, СНТЛ, 1981.

22. Каманин Б.П. Экономические интересы развитого социалистического общества. М.,Мысль, 1976.

23. Капустин Н.Е. Теория и практика маркетинга в США. М.,Мысль, 1981.

24. Котлер Ф. Управление маркетингом. М.,Экономика, 1980.

25. Локшин Р.А. Спрос, производство, торговля. М.,Экономика, 1975.

26. Левин А.И. Прогнозирование спроса населения. М.,Экономика, 1977.

27. Мочалов Б.М. Потребности развитого социалистического общества. М., Знание, 1975.

28. Мочалов Б.М. Развитой социализм: человек и его потребности. М.,Знание, 1982.

29. Мочалов Б.М. Экономический потенциал развитого социализма. М.,Экономика, 198[illegible].

30. Авторский коллектив: Орлов А.В. и др. Рынок товаров: формирование и управление. М.,Экономика, 198[illegible]

31. Половинкин П.Д. Резервные фонды в социалистическом воспроизводстве (вопросы методологии). М.,Эконом[illegible] 1979.

32. Перепелкина Н.С. Качество продукции и растущие потребности общества. М.,Экономика, 1982.

33. Столмов Л.Ф. Рыноковедение. М.,Экономика, 1985.

34. Соловьев Б.А. Потребности, рынок, спрос, проблемы формирования. М., Экономика, 1982.

35. Учебное пособие и лекции по курсу потребностеведения. Изд. МИНХ им. Г.В.Плеханова, 1985.

შ ი ნ ა ა რ ს ი

თავი I. მოთხოვნილებათმცოდნეობისა და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსის საგანი, მეთოდი და ამოცანები .3

§ 1. მოთხოვნილებათმცოდნეობის და მოთხოვნის პროგნოზირების საგანი. .3

§ 2. მოთხოვნილებათმცოდნეობის და მოთხოვნის პროგნოზირების კურსის კავშირი სხვა ეკონომიკურ და საქონელმცოდნეობითი დისციპლინებთან 11

§ 3. მოთხოვნილებათა შინაარსი და მათი ანალიზის ადგილი ეკონომიკურ გამოკვლევებში 20

§ 4. კურსის აქტუალობა და პრაქტიკული მიმართულება, სამომხმარებლო მოთხოვნილებათა შესწავლის მნიშვნელობა სახალხო მეურნეობის, დარგებისა და ქვედარგების დაგეგმვისათვის . 26

§ 5. სკკპ XXVII ყრილობა მშრომელთა მოთხოვნილებების შესწავლისა და მაქსიმალური დაკმაყოფილების პრობლემის შესახებ. მოთხოვნილების, ცხოვრების დონისა და სახალხო კეთილდღეობის მოხმარების ცნებათა არსი. 37

თავი II. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონი და მისი გამოვლენის ფორმები 49

§ 1. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის შინაარსი 49

§ 2. სამომხმარებლო პროგრესი, როგორც მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ფორმა . 58

§ 3. მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია-მატერიალური და სულიერი მოთხოვნილებების ზრდა 64

§ 4. მოთხოვნილებათა ზრდის კანონის ასახვა მოხმარების ნორმებში. 67

თემა VII. შრომელთა მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარისხის გაზომვა 74

§ 1. მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების ხარისხის მაჩვენებლები და მათი გაზომვის წანამძღვრები. .74

§ 2. რაციონალური მოხმარების ცნება. სასურსათო და არასასურსათო საქონლის მოხმარების რაციონალური ნორმები. .82

§ 3. მოთხოვნილებებისა და მოხმარების ელასტიკურობა. მოხმარების ელასტიკურობის კოეფიციენტები 94

§ 4. სოციალისტური გაფართოებული კვლავწარმოების საბოლოო მაჩვენებლები .105

თემა X. წარმოებასა და მოხმარებას შორის ურთიერთკავშირის გაძლიერების ობიექტური აუცილებლობა, მისი რეალიზაცია კაპიტალისტურ ეკონომიკაში მარკეტინგის მეშვეობით .112

§ 1. მარკეტინგის ძირითადი ცნებები, განსაზღვრებები და ისტორიული განვითარების ეტაპები .112

§ 2. მარკეტინგის ძირითადი ფუნქციები .117

§ 3. მარკეტინგის როლი და ადგილი კაპიტალისტური ფირმების სამეურნეო პრაქტიკაში. .119

§ 4. მოთხოვნის მართვის ძირითადი ფორმები და მეთოდები მარკეტინგის პირობებში კაპიტალიზმის დროს 124

ლ ი ტ ე რ ა ტ უ რ ა .137

შ ი ნ ა ა რ ს ი .140

გამომცემლობის რედაქტორი ნ.იორამაშვილი

ნაბეჭდი თაბახი 9

სააღრიცხვო-საგამომცემლო თაბახი 5,6

ფასი 20 კაპ.

შეკვეთა 537 უე 01526 ტირაჟი 500

თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა,

თბილისი, 380028, ი.ჭავჭავაძის პრ., 14.

Издательство Тбилисского университета,
380028, Тбилиси, пр. И.Чавчавадзе, 14.

ОП ГВЦ ГОСКОМСТАТ ГССР пр.Мира,4

Бябилешвили Илья Сергеевич

Турманидзе Тамаз Габриелович

Курс лекций по потребностеведению и прогнозированию спроса

(на грузинском языке)

Издательство Тбилисского университета

Тбилиси 1988