



სამეცნიერო ჟურნალი „ხელისუფლება და საზოგადოება“
(ისტორია, თეორია, პრაქტიკა)“

Scientific magazine
“AUTHORITY AND SOCIETY

(History, Theory, Practice)“

Научный журнал “ВЛАСТЬ И ОБЩЕСТВО
(История, Теория, Практика)“

№ 2 (18) 2011

ღია დიპლომატიის ასოციაციის
სამეცნიერო ჟურნალი

Scientific magazine of
The Open Diplomacy Association

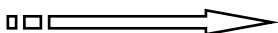
Научный журнал
АССОЦИАЦИИ ОТКРЫТОЙ ДИПЛОМАТИИ

EISSN 1512-4029

ჟურნალი დაარსებულია 2005 წელს საქართველოს ტექნიკური
უნივერსიტეტის სახელმწიფო მართვის კათედრის მიერ

UDC 378(479.22)(051.2)

ბ. 402



სარედაქციო კოლეგია:

შოთა დოღონაძე

მთავარი რედაქტორი

ოთარ ქოჩორაძე

მთავარი რედაქტორის მოადგილე

ოთარ ბაღათურია

პასუხისმგებელი მდივანი

ნანა ავალიანი, რუდიგერ ანდრესენი, მეუფე აბრაამი (გარმელია), ეგგენი ბარათაშვილი, გიორგი ბაღათურია, ოთარ ბაღათურია, რასა ბელოკაიტე, ანასტასია განიჩი, იური გორიციკი, ვახტანგ გურული, შოთა დოღონაძე, ელუნ დრაკე, ჰარალდ ვერტიკი, გენადი იაშვილი, სერჯო კამიზი, რინარდ მაასი, როინ მეტრეველი, იოშიკა მიცუი, ბადრი ნაკაშიძე, ლიზავეტა ჟახანიანი, ბუდი ნურანი რუჩჯანა, რამონ პიეტრო-სუარესი, გერტ სურმიულენი, ქეთი ქოქრაშვილი, ოთარ ქოჩორაძე, რუსუდან ქუთათელაძე, მაია ჩხეიძე, ენდრიუ ლენუქს ჰარდინგსი



ჟურნალი ხელმძღვანელობს თავისუფალი პრესის პრინციპებით. გამოქვეყნებული მასალების სიზუსტეზე პასუხისმგებელია ავტორი. გამოქვეყნებული მასალები გამოხატავს მხოლოდ ავტორთა პოზიციას და შესაძლოა არ ემთხვეოდეს რედაქციის შეხედულებებს.

რედაქციის მისამართი:

საქართველო, თბილისი, 0175, კოსტავას ქ. 77, VI კორპუსი,

I სართული, ტელ. 36-45-14,

77 Kostava st., 0175 Tbilisi, Georgia.

Tel. [+995 32] 364514

e-mail: office@odageorgia.ge

ვარეკანის ვაჟორმბეა: დავით ბაღათურია

ჟურნალის ელექტრონული ვერსია გამოქვეყნებულია ვებგვერდებზე:

<http://www.odageorgia.ge/page=gamocemebi>

<http://www.gtu.edu.ge/katedrebi/kat124/>

ჟურნალის რეგულირებული მასალა განთავსებულია საერთაშორისო სამეცნიერო ელექტრონულ ბიბლიოთეკაში: <http://www.eLIBRARY.ru>

ბ ე ლ ი ს უ ფ ლ ე ბ ა

თეორია

გიორგი ვრადე

საჯარო სამსახურის და პერსონალის მართვის განვითარების ასპექტები საქართველოში----- 4

Бадри Накашидзе

Государственный суверенитет и проблема международного управления ----- 13

ისტორია

თამაზ ნუცუბიძე

იონანე ლაზისა და პეტრე იბერის მიერ ანტიკური ფილოსოფიური მემკვიდრეობის ათვისება-----21

Иван Ермачков, Александр Черкасов

Эхо Кавказской войны и дата основания Сочи: история проблемы----26

ეკონომიკა

მაია გუნცაძე

რისკის ღირებულება და ზღვარის გაზომვის პრობლემა პროექტების მენეჯმენტში-----37

სამართალი

ელა კუსიანი

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო – დემოკრატიის იდეალი?----44

Александр Черкасов, Вячеслав Меньковский

Правовое регулирование питейного дела в России в годы Первой мировой войны (1914–1917 гг.)-----56

საზოგადოება

ლელი ბიბილაშვილის

საინფორმაციო წყაროები და საკომუნიკაციო არხების ეფექტურობა-----67

ნუცა გუმბერიძე

ქალაქის ბრენდინგი-----75

ჟანეტა კილასონია

PR-ი საბანკო სფეროში-----85

ბადრი ცხადაძე, ეკა ცხადაძე

მინაწერი (PS) და მინაწერის მინაწერი (PPS)’ს გამოყენებისათვის ქართულ მწერლობაში, ჟურნალისტიკასა და „აკადემიურ წერაში“-----92

თ ე ო რ ი ა

ბიორბი პრაკე საჯარო სამსახურის და პერსონალის მართვის ბანვითარების ასპექტები საქართველოში

პერსონალის მართვას ეფექტური ორგანიზება საქართველოს საჯარო სამსახურში ერთ-ერთ უმთავრეს საკითხთა რიცხვს მიეკუთვნება, რადგან პერსონალის მართვა ის ერთ-ერთი ქვაკუთხედი, რომელიც წარმოადგენს მთავარ გარანტს სახელმწიფო მართვის ორგანოთა წარმატებული ფუნქციონირებისათვის.

პერსონალის მართვის არსი მდგომარეობს ორგანიზაციის მისიის, სტრატეგიული მიზნებისა და კონკრეტული ამოცანების მიღწევის პროცესის – შესაბამისი ადამიანური რესურსებით უზრუნველყოფასა და ამ რესურსების ეფექტიან გამოყენებაში.

პერსონალის მართვისა არის არა მხოლოდ და არა იმდენად ტექნოლოგიები, პროცედურები, დოკუმენტები და რეგლამენტია, რამდენადაც ხელოვნება. არ შეიძლება არსებობდეს „სტანდარტული ადამიანი“, სწორედ ამიტომაც ადამიანთა მართვა არის ხელოვნება, რომელიც არა მხოლოდ მათ ფუნქციურ ვალდებულებებსა და უფლებამოსილებებს, არამედ მათ გრძობებს, განწყობას, სულიერებას და სხვა პიროვნულ მახასიათებლებს უკავშირდება. ეს თავისებურებები აუცილებელია სათანადოდ იქნეს გათვალისწინებული პერსონალის მართვის სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავებისა და რეალიზებისას ნებისმიერ ორგანიზაციაში.

პერსონალის მართვის მიზანი არის, ადამიანური რესურსის საშუალებით მოცემული ორგანიზაციის წარმატების მიღწევის უზრუნველყოფა. ადამიანური რესურსის მართვის სისტემები შეიძლება გახდნენ ორგანიზაციის ისეთი წყარო, რომელიც საშუალებას მისცემს მას, გაიგოს და გამოიყენოს ახალი შესაძლებლობები საკუთარი სარგებლობისთვის. პერსონალის მართვამ უნდა აამაღლოს მოტივაცია ისეთი პოლიტიკისა და პროცედურების მეშვეობით, რომლებიც იძლევიან გარანტიას, რომ ადამიანებს აფასებენ და აჯილდოვებენ იმისათვის, თუ რას აკეთებს და რას აღწევს, ასევე მათ მიერ მიღწეული კვალიფიკაციის და უნარის გამო. აგრეთვე უნდა დაეხმაროს ორგანიზაციას გააწონასწოროს ინტერესები და გახდეს

ადაპტირებული იმ ჯგუფების ინტერესებისადმი, რომლებიც მის საქმიანობით არიან დაინტერესებულნი (მესაკუთრეები, სახელმწიფო როგანოები, ხელმძღვანელები, შემკვეთები, მიმწოდებლები და ფართო საზოგადოება).

პერსონალის მართვის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენს ისეთი ატმოსფეროს შექმნა სადაც იქნება ნაყოფიერი და ჰარმონიული ურთიერთობები ხელმძღვანელებსა და თანამშრომლებს შორის რაც ეფექტურს გახდის მთლიანად ორგანიზაციის საქმიანობას.

მიზანს წარმოადგენს ასევე ის პროცედურები, რომლებიც გვიჩვენებენ, რომ თანამშრომლები წარმოადგენენ ფასეულს აღნიშნული ორგანიზაციისთვის და ხელს უწყობენ კარგი ატმოსფეროს შექმნას.

პერსონალის მართვის შინაარსი იმ სტრატეგიით განისაზღვრება, რომელიც ორგანიზაციის მისიდან გამომდინარე უნდა შეიმუშავოს ხელმძღვანელობამ.

პერსონალის მართვის სტრატეგია - როგორ უნდა იქნეს მიღწეული პერსონალის მართვის ძირითადი მიზნები და ამოცანები, რა თქმა უნდა, თვით ორგანიზაციის მისიის, მისი განვითარების სტრატეგიის, ორგანიზაციული და პერსონალის მართვის პოლიტიკის გათვალისწინებით. ნებისმიერი სტრატეგია უნდა იყოს შინაგანად მთლიანი, სისტემური, ორგანიზაციის თავისებურებებსა და გარემოსთან თავსებადი, ყოველნაირი რესურსებით დაბალანსებული; რეალისტური; მოკლე, საშუალო და გრძელვადიანი ურთიერთშეთანხმებული მიზნებით განმტკიცებული.

პერსონალის მართვის სტრატეგიის შემუშავებისას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პროგნოზირებას, როგორც პერსონალის პერსპექტიული განვითარებისა და მართვის არგუმენტირებულ შეფასებათა სისტემას.

პერსონალის მართვის სტრატეგია მაქსიმალურად უნდა იყოს ორიენტირებული მომავალზე, რადგან იცვლება და ვითარდება ორგანიზაციის მისია, მისიის ტრუქტურა, პოლიტიკური, ეკონომიკური, ტექნოლოგიური, სოციალური, ორგანიზაციული გარემო, იცვლებიან და ვითარდებიან თვით ადამიანებიც.

პერსონალის მართვის პოლიტიკა არის თეორიული შეხედულებების, იდეების, მიდგომების, მოთხოვნებისა და პრინციპების სისტემა, რომელიც პერსონალთან მუშაობის ძირითად მიმართულებებს, ფორმებსა და მეთოდებს განსაზღვრავს. მისი ძირითადი მიზანი არის ორგანიზაციის დაკომპლექტება სათანადო გამოცდილების, კვალიფიკაციისა და რაოდენობის პერსონალით; სხვა მიზნებიდან აღსანიშნავია: შრომის კანონმდებლობით

გათვალისწინებული მოქალაქეთა უფლებებისა და ვალდებულებების რეალიზებისთვის სათანადო პირობების შექმნა, ადამიანური რესურსების პოტენციალის რაციონალური გამოყენება, ორგანიზაციის ეფექტიანი საქმიანობის ადამიანური რესურსებით მხარდაჭერა და სხვ. გამოყოფენ რამდენიმე ტიპის: პასიურ; რეაქტიულ, პრივენტულ და აქტიურ პერსონალის მართვის პოლიტიკას.

პერსონალის მართვის პოლიტიკა აუცილებლად უნდა ეფუძნებოდეს ისეთ პრინციპებს როგორც არის: სამართლიანობა, თანამიმდევრულობა, შრომის კანონმდებლობის დაცვა, თანასწორუფლებიანობა და დისკრიმინაციის არარსებობა; ეს პრინციპები აღიარებული და დადასტურებულია გაეროსა და მისი ერთ-ერთი ყველაზე ძველი ორგანიზაციის – შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის მიერ.

პერსონალის მართვის პოლიტიკის ფორმირება უნდა დაიწყოს ადამიანური რესურსების მართვის სფეროში გამოუყენებელი (პოტენციური) შესაძლებლობების გამოვლენით და პერსონალის მართვის იმ პრიორიტეტების იდენტიფიცირებით, რომლებიც აუცილებელია ორგანიზაციის გლობალური სტრატეგიის წარმატებული რეალიზებისათვის.

საქართველოში საჯარო სამსახურის რაციონალური სისტემის, რაციონალური ბიუროკრატის – მოხელეების ინსტიტუტის ჩამოყალიბების ძირითადი პრინციპები პირველად დეკლარირებულ იქნა 1995 წლის 29 ივნისს საქართველოს პარლამენტის მიერ მიღებული კანონით „საქართველოს რესპუბლიკის სახელმწიფო სამსახურის შესახებ“. ამ კანონის მე-6 მუხლში იქნა ფორმულირებული საჯარო სამსახურის შემდეგი ფუძემდებლური პრინციპები: კანონის უზენაესობა; პიროვნების უფლებებისა და თავისუფლების დაცვა; საქართველოს მოქალაქეებისათვის სახელმწიფო სამსახურის უფლების თანაბარი ხელმისაწვდომობა მათი უნარისა და პროფესიული მომზადების შესაბამისად; იერარქიულობა – ზემდგომი თანამდებობის პირის მიერ თავისი კომპეტენციის ფარგლებში მიღებული გადაწყვეტილებების სავალდებულობა ქვემდგომი თანამდებობის პირისათვის; საჯაროობა; სახელმწიფო სამსახურის არაპარტიულობა და საერო ხასიათი; სახელმწიფო სამსახურის კომპეტენტურობა და პროფესიონალიზმი; სახელმწიფო სამსახურის პასუხისმგებლობა თავისი მოვალეობების შეუსრულებლობის ან არაჯეროვნად შესრულებისთვის; სახელმწიფო სამსახურის ეკონომიკური, სოციალური და სამართლებრივი დაცვა;

ამ პრინციპების შესაბამისად კანონმა სამართლებრივად მოაწესრიგა, სახელმწიფო თანამდებობის და მოსამსახურის ცნებები, მოსამსახურის სტატუსი, მისი უფლება მოვალეობები, წახალისებისა და დისციპლინარული პასუხისმგებლობის პირობები და წესები, მოსამსახურის ანაზღაურებისა და სოციალური უზრუნველყოფის გარანტიები, სახელმწიფო სამსახურში მიღებისა და სამსახურეობრივი ურთიერთობების შეწყვეტის პირობები.

საქართველოს კონსტიტუციის მიღებამ შექმნა მყარი სამართლებრივი საფუძველი, რათა დაწესებულიყო საჯარო სამსახურის სისტემის რაციონალიზაციაზე დაფუძნებული რეფორმების პროცესი. ასეთი რეფორმის პირველი ეტაპის განხორციელება სამართლებრივად იქნა უზრუნველყოფილი 1997 წლის 31 ოქტომბერს საქართველოს პარლამენტის მიერ „საჯარო სამსახურის შესახებ“ კანონის მიღების შედეგად.

საქართველოში, დღესდღეისობით შემუშავებულია ადამიანური რესურსების მართვის ძირითადი მეთოდები და პოლიტიკა, მაგრამ მიუხედავად ამისა ჯერ იდეა მრავალი პრობლემა დგას პერსონალის მართვის კუთხით: პერსონალის მართვის თანამედროვე ფორმებისა და მეთოდების არასაკმარისი ცოდნა და გამოცდილება; საქართველოს საჯარო სამსახურში არსებული პრობლემების კვლევის არარსებობა; საქართველოს სახელმწიფო სტრუქტურებში პერსონალის მართვის სტრუქტურების სისტემისა და სტანდარტის არარსებობა; პერსონალის მართვის სფეროში პროფესიული ორგანიზაციის არარსებობა; არასათანადო საერთაშორისო კავშირები საზღვარგარეთ, პერსონალის მართვის საკითხებზე მომუშავე ორგანიზაციებთან, სახელმწიფო სტრუქტურების შესაბამის დეპარტამენტებთან; საჯარო სამსახურში, როგორც ადგილობრივ, ისე ცენტრალურ დონეზე პერსონალის მართვის ერთიანი, კონცეპტუალური ხედვის არარსებობა; სახელმწიფო ორგანიზაციების შესაბამისი სტრუქტურების უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან არასაკმარისი კოორდინაცია; კვალიფიკაციური კადრების გაღივნება, შიდა და გარე მიგრაციის გავლენა საჯარო სამსახურში პერსონალის მართვაზე; პროსიონალის, როგორც შიდა ასევე გარე რესურსებით, მოძიების პროგრამების სიმცირე; საჯარო მოხელეთა კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის არასაკმარისი პროგრამები; ერსონალის სპონტანური, არამდგრადი მართვა; პერსონალის მართვის სპეციალისტთა სიმცირე და დაბალი კომპეტენცია; საკანონმდებლო დონეზე არსებული ხარვეზების კვლევის

არარსებობა; სახელმწიფო სტრუქტურებში პერსონალის მართვაზე პასუხისმგებელი სტრუქტურული დანაყოფების არასაკმარისი კოორდინაცია.

დასკვნით ნაწილში რეკომენდაციის სახით გვინდა ჩამოვაყალიბოთ რამოდენიმე ფაქტორი, რომელთა გათვალისწინებაც ჩვენი აზრით უზრუნველყოფს პერსონალის ეფექტიანი მართვის ორგანიზებას.

პერსონალის მართვისა და მათი ეფექტიანი მუშაობის განსახორციელებლად, სახელმწიფო დაწესებულებების მართვის სამსახურებმა უნდა უზრუნველყონ რიგი აუცილებელი პირობების დაცვა და შესაბამისი პროცედურების უზრუნველყოფა:

- უპირველეს ყოვლისა, ყოველი სამუშაო ადგილისთვის კონკრეტულად იყოს განსაზღვრული შესასრულებელ სამუშაოთა აღწერა-დახასიათება, ამ სამუშაოთა შემსრულებლისადმი წაყენებული პროფესიულ-კვალიფიკაციური მოთხოვნები, აგრეთვე თანამდებობრივი ვალდებულებები და ინსტრუქციები;

- უნდა მოხდეს შესაბამისი პერსონალის შერჩევა: აუცილებელია სწორად განისზღვროს, თუ პერსონალის შერჩევის რა მეთოდოლოგიისა და რომელი მეთოდების კომბინაციების გამოყენება არის უფრო მიზანშეწონილი;

- სახელმწიფო მოხელეთა ეფექტიანი მუშაობისა და მართვისათვის აუცილებელია მოხდეს მათი სათანადო მოტივირება;

- უზრუნველყოფილი უნდა იქნას ორგანიზაციის სტრუქტურული ქვედანაყოფებისა და ყოველი მოხელის საქმიანობის დაგეგმვის, მონიტორინგის, ანგარიშებისა და შესრულების შეფასების რეალურად მოქმედი სისტემის არსებობა;

- უნდა ჩამოყალიბდეს სახელმწიფო მოხელეთა მაღალი მორალი და ეთიკა, ქცევის ცივილიზირებული ნორმები, ფასეულობათა აღიარებული და საზოგადოების მიერ გაზიარებული სისტემა, წესად ქცეული დისციპლინისა და პასუხისმგებლობის მაღალი გრძნობა;

- უნდა განხორციელდეს სახელმწიფო მოხელეთა ატესტირებისა და ტრენინგის სისტემის არსებითი სრულყოფა;

- უზრუნველყოფილი უნდა იქნას სახელმწიფო დაწესებულებებში სახელმწიფო მოხელეთა და მათი რეზერვის ერთიანი კომპიუტერული საინფორმაციო ბაზის შექმნა;

- მიღწეულ უნდა იქნას საჯარო სამსახურის მარეგულირებელ კანონთა უზენაესობის რეალიზება პრაქტიკაში, ნულოვან ნიშნულამდე უნდა შემცირდეს, უფრო მეტიც, ძირფესვიანად უნდა აღმოიფხვრას სუბიექტური ფაქტორები;

- განხორციელდეს საქართველოდან წასული, პერსონალის მართვის სფეროში წარმატებული ადამიანების ერთიანი მონაცემთა ბაზის შექმნა და მათი დაბრუნებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა;

- უნდა მოხდეს საქართველოს უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში პერსონალის მართვის, როგორც მეცნიერების და სპეციალობის დანერგვის ხელშეწყობა;

- მეცნიერულ ანალიზის საფუძველზე დაყრდნობით შემუშავებული იქნას, საქართველოს სახელმწიფო სამსახურისათვის პერსონალის მართვის ოპტიმალური სტრუქტურისა და სპეციფიკის სტანდარტი;

- უზრუნველყოფილი იქნას პერსონალის მართვის სპეციალისტთა გადამზადების სპეციალური პროგრამების შექმნა და ახალი კადრების მოზიდვა;

- განხორციელდეს პერსონალის მართვასთან დაკავშირებული საკანონმდებლო ბაზის ანალიზი და ცვლილებების პაკეტის მომზადება;

- შეიქმნას სტრუქტურა, რომლის პირდაპირი ფუნქციაც იქნება პროფესიული ორიენტაციისა და სხვადასხვა სახის კონსულტაციის გაწევა.

ჩვენი აზრით მსგავსი მიდგომებისა და პრინციპების გათვალისწინებით და შეიძლება მივაღწიოთ საჯარო სამსახურის სათანადო პერსონალით უზრუნველყოფას, სახელმწიფო მართვის თვისებრივ რეფორმირებას, ხელისუფლების პრესტიჟის კიდევ უფრო ამაღლებას, რადგან მოხელე გახდება საზოგადოებისა და ქვეყნის მსახური, ქვეყნის იმიჯი და სტაბილურობის გარანტი.

ლიტერატურა

References:

1) avtorTa koleqtivi „saxelmwifo marTvis srulyofis sakiTxebi?.” meToduri saxelmZRvanelo Tbilisi, 2000

2) balceroviCi leSek `Tavisufleba da ganviTareba saxelmwifos gardamaval periodSi.” gam., Sps `pds~, Tbilisi 2005

3) avtorTa koleqtivi, red. v. gurgeniZe P., „personalis marTva, meTodologiuri midgomebi da praqtikuli rekomendaciebi.” Ppirveli gamocema UNDP

4) V. Geriello H., „Human Resources Management Systems.” New York, 1991

5) W, werther J.z&K. Davis „Human Resources and Personnel Management” New York, 1996

6) P. Cascio, Wayne F “Human Resources: Productivity, Quality of Work Life, Profits” Irwin.2003

7) Арутюнов В.В., Волковьский И.В., Кадария Ф.Д., Шепелев Е.М. Управление персоналом.- Ростов-на –Дону: Издательство «Феникс», 2004

9) Грэхем Х.Т., Беннет Р. Управление человеческими ресурсами: Учеб. пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Т.Ю.Базарова и Б.Л.Еремина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 598 с.

Giorgi Eradze **Development Aspects of Management of Public Services and Staff in Georgia**

Summary

In order to overcome problems of staff management in the system of public service of Georgia and to fulfill efficient work, the management services of the public authorities should provide to follow the following essential conditions and relevant procedures:

- At first, to make specific characterization of the works for each position, to determine professional requests towards the performers of the works, and their obligations and instructions as well;

- To select relevant staff; it's essential to determine what methodology and method combinations are more advisable for selecting the staff

- To fulfill motivate the public officers for efficient working and management

- To provide the effective system of planning, monitoring, calculation and evaluation of performance of the duties of organization structural subdivisions and each officer

- To develop high moral and ethics, civilized standards of conduct of the public officers, recognized and shared system of the values by the society, high sense of discipline and responsibility;

- To fulfill improvement of attestation and training system of the public officers

- To provide creation of informational computer database of the public officers and reserve in public authorities

- To achieve realization of supremacy of public services regulation laws in practice, to reduce, moreover, to extirpate subjective factors

- To fulfill creation of database of successful people in the educational institutions outside of Georgia and to make profitable conditions for their return

- To make every effort for introduction of the staff management at high schools of Georgia as a science and specialty

- To elaborate standard of optimal structure and specification for staff management of Georgian public services based upon scientific analysis

- To provide creation of special training programs for specialists of staff management and attraction of the new staff
- To fulfill analysis of the legislation base connected with staff management and preparation of the package of changes
- To create a structure which direct function is to carry professional orientation and different kind of consultations

In our view, with considering the same approaches and principles we can reach to provide public services with relevant staff, reform of the state management, increasing of the government prestige as the officer will be a public and country servant, image of the country and guarantee of stability.

Keywords: Georgian public service, staff management, staff management strategy, staff management policy, efficient management, motivation, discipline and responsibility, attestation and training, staff management optimal structure.

Reviewer: Professor Nunu Ovsyannikova, Georgian Technical University

გიორგი ღრადზე

ასპექტები გოსრდრსვენნიი სლუჟბი, ი პოვნიენი კვრლიფიკაციი პერსონალი ვ გრუიე

რეზიუმე

ვ სისტემე გოსრდრსვენნიი სლუჟბი ვ გრუიე დრეოდოლენი სუსტრვუნოიხი პრობლემ ვ ურრვლენი პერსონალიმ ი დრეოდო, ჭობი ნრდრდრდრ ეფექტივნიუ რრბოტუ ურრვლენი, გოსრდრსვენნიე ურრედრენიი დოლჟნი იმესრეჩრნი ნეობრდრდრე სლუიი დრე ჯრდრტი ი რერლიზაციი სოორრსტრვუნოიხი პროცედურ.

- პრეჟდრე ვსეო, დრე კრდოღო რრბოჩეო მესო დოლჟნი ბრტი იმესრეჩენი იმესრეჩენი რრბოტ, ნეობრდრდრე პროფესიონრლნო – კვრლიფიკაციონნიე ტრეოვრნიი, კრკ ი სლუჟებნიე იმესრეჩენიი ი ინსტრუქციი.

- დოლჟნო ბრტი პოდბორ პერსონალი: ნეობრდრდრე რრვრლნიუ იმესრეჩენი, კრკიე მეთოდი პოდბორ პერსონალი ბოლრე ცელსოობრზრნო იმესრეჩენი.

- დრე ეფექტივნიო ურრვლენი გოსრდრსვენნიი ჭინოვნიკოვ ნეობრდრდრ იხ სოორრსტრვუნოიხი მოტივრციი.

- დოლჟნო ბრტი იმესრეჩენო რეალნრ რრბოტრუიხი სისტემე ბიზნეს-პლრნირვრნიი, მონიტორინგი, იმესრეჩენიი ი იმესრეჩენი ეფექტივნიოიხი ფრქტიკესკიი იმესრეჩენიი სისტემე დრე სტრუქტურნიუ იმესრეჩენიი კრდოღო სოორრდრნიკი.

- Должны быть сформированы высокой морали и этики государственных лиц, нормы цивилизованного поведения и чувства ответственности.

- Должно быть улучшено система тестирования и обучении государственных лиц.

- Государственных институтов должно быть создано единая компьютерная база данных государственных служащих и их резерва.

- Должно быть создана единая база тех, кто уехал за границу, успешных людей в системе Управление персоналом и создания необходимых условий для возвращения.

- Высших учебных заведениях должны быть поддржена созданию специальности управление человеческими ресурсами, как науки.

- Должно быть поддержка для специалистов по управлению человеческих ресурсов специальных учебных программ и привлечения новых сотрудников.

- Должно быть Анализирован нормативно-правовой базы связанная с управлением персонала и подготовлены и поправки.

- Создание структуры, Функция которого будет оказание профессиональной ориентации и различные виды консультирования.

Мы считаем, что с аналогичными подходами и принципами можем достичь обеспечения надлежащего персоналам государственной службы, Качественные реформы управления и Увеличение еще больше престижа, Потому что он станет гражданским служащим и слугой общества и гарантировать стабильность в стране.

Ключевые слова: Государственная служба Грузии, Управление персоналом, HR-стратегии, управление, Эффективное управление, Мотивировать, Дисциплина и ответственность, Тестирование и обучение, Управление персоналом для оптимальной структуры.

Рецензент: профессор Нуну Овсянникова. Грузинский технический университет.

Бадри Накашидзе
**Государственный суверенитет и проблема международного
управления**

Государства продолжают оставаться самыми важными элементами в международной системе, а государственный суверенитет - ее основой. Вместе с тем, в настоящее время действия государств на международной арене все чаще обуславливаются факторами глобализирующегося международного сообщества. Государства перестали быть единственными влиятельными субъектами международной политики и международных экономических отношений. Активизировалась деятельность универсальных и региональных организаций, частных компаний, крупных ТНК, увеличивается влияние неправительственных международных организаций, защищающих демократические интересы гражданского общества. В условиях глобализации государства стремятся развивать свои национальные возможности, регулировать многостороннюю экономическую деятельность, укреплять принципы равноправия и принимать активное участие в международных переговорах и международных соглашениях.

Несмотря на глобализацию, основные принципы международного права, включая принципы суверенного равенства и территориальной целостности государств, сохраняют свое стабилизирующее значение. Государства охраняют свой суверенитет как сущностную основу государственности. Государства заинтересованы соблюдать установленные системой международного права ограничения, связанные, прежде всего, с уважением государственного суверенитета. Современное понимание суверенитета - как верховенства и самостоятельности государственной власти, полноты законодательной, исполнительной и судебной власти на территории государства, а также независимости в международном общении - продолжает оставаться определяющим.

Территориальный аспект суверенитета остается важнейшим качеством современных международных отношений и проявляется в верховенстве государственной власти на всей ее территории. Территориальное верховенство означает, что власть данного государства является высшей по отношению ко всем лицам и ко всем организациям, которые находятся в пределах территории данного государства. Не может быть двух конкурирующих властей на территории одного государства.

Государства продолжают следовать существующим ограничениям многостороннего мироустройства, связанным с суверенитетом государств, однако, все чаще начинают действовать в условиях объединяющегося международного сообщества, глобализирующегося мира. Эпоха

გლობალიზაციის ხასიათი განსაზღვრულია უნიკალური ურთიერთქმედებით ელემენტების მარკეტინგული ეკონომიკის, მოქალაქეობრივი საზოგადოებისა და პოლიტიკის. ვადაკავშირებულია გლობალიზაციის ეკონომიკური პროცესების განვლილი ათწლეულები ინტენსიფიცირდა პროცესი დელეგირების ტრადიციული უფლებების სახელმწიფოების ეკონომიკური, პოლიტიკური და სხვა სფეროების საერთაშორისო ორგანიზაციები. რაიმე რისკის დასაქმების თავიდან აცილების მიზნით ეკონომიკური გლობალიზაციისა და სახელმწიფოებრივი ეკონომიკური ინტერესების, სახელმწიფოების მიერ უფრო რთული რეაგირების გამოწვევების, სწრაფად მიიღონ საერთაშორისო ინტერესები საერთაშორისო საზოგადოებისა და აღიარონ მნიშვნელობა საერთაშორისო საზოგადოების კეთილდღეობის.

სახელმწიფოებრივი სუვერენიტეტი როგორც სახელმწიფოს, არაა შესაბამისი ახალი მოთხოვნების მრავალმხრივი თანამშრომლობის, იწვევს მრავალფეროვანი ეკონომიკური, პოლიტიკური და საერთაშორისო-პრობლემები საერთაშორისო თანამშრომლობის სახელმწიფოების.

პრობლემები საერთაშორისო გლობალიზაციისა და ტრადიციული სახელმწიფოებრივი სუვერენიტეტი სახელმწიფოების ქმნიან პოტენციალს მოქალაქეობრივი ბრძოლისა და საერთაშორისო კონფლიქტების. საერთაშორისო საზოგადოება არაა ყოველთვის უნარიანი მოქმედოს ადეკვატური და დროულად მოხერხებულად მიზნით თავიდან აცილების მოქმედების საერთაშორისო პრობლემების, მათ შორის მძიმეების, როგორც, მაგალითად, ცნობილი გენოციდი რუანდაში, მოქალაქეობრივი ომი ლიბიაში, ყველაფერი უფრო დაძვინკვნილი შეჯახებები მრავალრიცხოვანი ქვეყნების არაბული მსოფლიოს, მრავალი ეთნონაციონალური კონფლიქტებისა და სხვა.

შედეგად აჩქარების გლობალიზაციისა და განვითარების სასახელმწიფოებრივი ხასიათი საერთაშორისო ორგანიზაციების სახელმწიფოების მიერ მიიღონ გადაწყვეტილებები, ყველაფერი უფრო ხშირად მოხდეს მრავალმხრივი საერთაშორისო შეთანხმებებისა და წესების, აგრეთვე მოთხოვნის მიხედვით აღიარონ სახელმწიფოებრივი შეზღუდვები, დაკავშირებულია უზრუნველყოფის ეროვნული უსაფრთხოებისა და უფლებების.

არისტოტელის თქმით: «სახელმწიფო არსებობს არა მხოლოდ იმისთვის, რაიმე დაცვა უზრუნველყოს, არამედ იმისთვის, რაიმე კარგად იყოს». [1] სახელმწიფოების, რომლებიც არაა უნარიანი ადაპტირებონ თავიანთი პოლიტიკა მრავალმხრივი მოთხოვნების თანამედროვე მსოფლიოს, კარგად უნარიანი ეფექტიურად მოქმედონ გამოწვევების გლობალიზაციის უსაფრთხოების, ეკონომიკური ინტეგრაციის, მათი გაზრდილი ურთიერთქმედებით სახელმწიფოებრივი პოლიტიკის სახელმწიფოების.

ვადაკავშირებულია ეკონომიკური გლობალიზაციის სისტემის ეროვნული ეკონომიკური მართვის მნიშვნელობა უცვლელია, თუმცა ყველაფერი უფრო უნდა შეესაბამებოდეს საერთაშორისო-პრობლემების

режимам. Возможности применения традиционных инструментов внутренней экономической политики в отношении национальных рынков ограничиваются. Для эффективной работы внутригосударственное экономическое управление не может не отвечать требованиям глобальной экономической интеграции. Как внутригосударственная, так и международная политика государств все больше подчинены специальным международно-правовым режимам в области экономического управления - режиму наибольшего благоприятствования и национальному режиму.

Государства оберегают свой суверенитет, но в результате углубления глобализации и интеграции мировой экономики суверенитет государств стал более обусловленным не только государственными правами других стран, но также полномочиями надгосударственных международных организаций.

Неизбежное влияние глобализации на национальную экономическую систему, рост взаимной экономической зависимости государств предопределяют деятельность суверенных государств во внешнеполитической сфере.

Бывший Генеральный секретарь ООН К. Аннан, твердо придерживавшийся концепции защиты суверенитета, впервые на Давосском экономическом форуме 2005 г. заявил о возможности внешнего вмешательства в дела государств в случае их неспособности или нежелания обеспечивать безопасность и элементарные права своих граждан. Таким образом, генсек ООН впервые официально объявил новую концепцию «несостоятельных» государств, объективно появившуюся в условиях глобализации.

В ряде государств - членов ООН правительства демонстрируют свою несостоятельность и неспособность создать нормальные условия для экономического развития и благосостояния своих граждан, фактически не контролируя государственную территорию. В основном это касается государств Африканского континента и отчасти Азии. ВВП несостоятельных государств сокращается и в абсолютном, и в относительном выражении.

Среди населения бедных государств, получающего информацию из жизни «благополучного» мира, нарастает агрессия как против своих собственных правителей, так и против внешнего мира. Просвещенные граждане отсталых государств понимают, что в условиях глобализации у них мало шансов вырваться из нищеты, поскольку накопленный развитыми государствами уровень образования населения ведет к увеличению разрыва.

Государственная власть развивающихся стран, участвующих в процессе глобализации, в своей политике сталкивается с противоречиями,

обусловленными необходимостью решать вопрос о том, как не потерять независимость и сохранить самобытность государства в процессе глобализации. Периодически возникающие теории «мирового правительства» и политики так называемого «просвещенного империализма», предполагающие введение внешнего управления для нуждающихся государств, мы связываем с усилением наиболее опасной тенденции современного мира - с увеличением экономического неравенства между богатыми развитыми и бедными развивающимися государствами и размыванием значимости международно-правового принципа суверенного равенства государств.

Говорить о создании мирового правительства в настоящее время не представляется возможным ни с точки зрения международно-правовой целесообразности, ни с точки зрения политико-административной эффективности. Несмотря на признание коллективных интересов международного сообщества и глобальных общественных благ, предполагающих добровольные ограничения государственных прав во внешней и внутренней сферах, современное международное право не выявляет оснований для государств поступиться своим суверенитетом с целью проведения государственной политики в условиях глобализации.

Глобализация привела к росту экономического неравенства между государствами и между группами государств. Макроэкономическая стабильность, финансовая надежность, открытость экономики, прозрачность и эффективное управление - все эти условия имеют решающее значение для государств, являющихся участниками мировых рынков. Рост взаимозависимости государств означает все большее вовлечение государств во все более широкий круг вопросов. Взаимозависимость ведет к усилению взаимообусловленности национальных экономических факторов и добровольному ограничению реализации своих прав правительствами государств. Вместе с тем неверным было бы утверждать, что глобализация непременно ведет к ограничению государственного суверенитета.

В результате глобализации и изменения геополитической ситуации в мире большинство государств стали слабее в их способности действовать односторонне, но сильнее - используя многосторонние международные формы. Именно на государственной власти лежит ответственность перед гражданами относительно принятия решений - какие именно полномочия суверенного государства возложить на международную организацию.

Верной следует признать позицию, согласно которой государства сохраняют суверенитет над своей национальной территорией и статус основных субъектов международного права со времен Вестфальского мирного договора 1648 г., приспособливая свои функции и возможности к

условиям и вызовам глобализации. «Раньше экономика была полем, на котором действовали национальные государства, сейчас же экономика превратилась в более самостоятельный феномен, действующий на поле национальных государств». [2]

Опасения по поводу того, что глобализация экономики ведет к отмене государственных законов и правил, регулирующих предпринимательскую деятельность, вряд ли оправданны. Роль государства в условиях глобализации не ослабевает и не утрачивает своего течения, но становится более важной с точки зрения создания благоприятных условий для частного сектора и осуществления контролирующей деятельности государственной власти, направляя ресурсы в эффективный частный сектор, а также неправительственным организациям.

Экономическая глобализация обгоняет глобализацию политическую, но в рамках действующей системы международных отношений, основанной на современном международном праве, государства не заинтересованы поступать своим суверенитетом. В этой связи неверно будет приравнивать существующее качество надгосударственности международных организаций к возможности функционирования глобального правительства.

Все более важным элементом утверждения суверенитета и знаком влияния государственной власти на международной арене становится участие государств в выработке основных направлений взаимодействия международного сообщества и международных «правил игры», причем не всегда связанных с созданием норм международного права. В условиях экономической глобализации влияние государств на принятие международных стратегических решений все чаще обуславливается соотношением сил на международной арене, а не только внутренними и внешнегосударственными факторами.

«Развитие человечества в чем-то остается непредсказуемым процессом. Право не поспевает за общественным процессом, каким бы совершенным оно ни было, и назревшие изменения в праве, возможно, не всегда смогут осуществляться правовыми средствами. Таким образом, следует признать, что развитие глобализации не ведет к ограничению национального суверенитета». [3] Главными действующими субъектами отношений, которые сталкиваются как с новыми, так и со старыми проблемами, по-прежнему являются суверенные государства, статус которых в полной мере признан в Уставе ООН.

Подводя итог анализа понятия государственного суверенитета в условиях глобализации, важно отметить следующее:

1. Суверенитет, как правовое качество государства обеспечивает общепризнанному первичному субъекту международного права как

юридическую, так и политическую самостоятельность; возможность в каждый момент времени свободно брать на себя осуществление необходимых ему полномочий либо отказаться от их выполнения в соответствии с международным правом, включая возможность отказаться от ранее принятых международных обязательств. Власть государства и его международная правоспособность в отличие от суверенитета и международной правосубъектности первичного субъекта международного права носят относительный характер и имеют границы своей реализации, обусловленные внутренним законодательством и международным правом.

2. Правоспособность государства реализуется непосредственно государственной властью и через многосторонние межгосударственные механизмы. Государственные права являются таковыми в силу существования государственного суверенитета, а не наоборот. Ограничение полномочий государственной власти не влечет исчезновения суверенитета государства.

3. В рамках современного международного права у суверенитета отсутствуют границы, он целен, не влияет на фактическое соотношение сил в международном сообществе, гарантирует независимость и самостоятельность государств вне зависимости от характера их взаимоотношений, объема и конкретного вида осуществляемых государственной властью функций. Суверенитет как юридическое качество независимого государства неделим и является исключительным условием верховенства государственной власти, символизирующим высшую политико-правовую ответственность и самостоятельность государства. Являясь неотчуждаемым государственным атрибутом, суверенитет отрицает любое подчинение и/или ограничение одного государства властью другого государства.

4. Момент возникновения и исчезновения суверенитета связываем с волеизъявлением народа, готового и способного, в случае возникновения суверенитета, отвечать требованиям самостоятельного и независимого государства, т. е. цельного социального организма в границах определенной территории, обладающего универсальным объемом не только прав, но и обязанностей и способного обеспечивать своих граждан и поддерживать их безопасность.

5. Власть суверенного государства необходимо отличать от государственного суверенитета. Государственная власть проистекает из волеизъявления народа в границах определенной государственной территории, обладает универсальным объемом прав и обязанностей. С точки зрения правоспособности суверенного государства, реализуемой государственной властью, суверенитет непрерывно проявляется в двух

взаимосвязанных направлениях: во внутригосударственных делах, а также в межгосударственном сотрудничестве.

6. Вся система современных международных отношений и международного права основана на императивном принципе суверенного равенства государств – юридического равноправия суверенных государств.

7. Основные характеристики суверенитета государства:

- суверенитет является абсолютным неделимым качеством государства, символизирующим его сущность, законность, политико-правовую самостоятельность, высшую ответственность и ценность первичного субъекта международного права и отличающим его от других субъектов международного права;

- суверенитет - это отличительный правовой признак и неотъемлемый атрибут исключительной, верховной и независимой государственной власти, проистекающей из волеизъявления народа, непрерывно двуедино проявляющейся как во внутригосударственных делах на определенной территории, так и в межгосударственных отношениях, в силу которого самостоятельное государство как цельный социальный организм отрицает любое ограничение и подчинение власти другого государства;

- суверенитет - это неперемное условие бытия государства как субъекта международного права, обладающего универсальным объемом прав и обязанностей, возникающее в момент образования государства и исчезающее одновременно с прекращением его существования;

- существование и прекращение государственного суверенитета не связано с изменением качества и/или количества прав и обязанностей государства, но связано с добровольным изменением статуса суверенного субъекта международного права им самим;

- суверенитет государств является условием существования императивного принципа суверенного равенства государств и самого международного права.

Также важно отметить принципиально не присущие суверенитету свойства, такие как делимость, отчуждаемость, ограниченность, фрагментарность, увеличенность, уменьшенность, зависимость, относительность.

ლიტერატურა

References:

1. Аннерс Э. История европейского права. М., 1996. С. 44.
2. Неклесса А. И. Проект «глобализация»: глобальные стратегии в преддверии новой эры // НАВИГУТ. М., 1999. №1. С. 30.
3. Sassen S. Globalization and its Discontents: Essays on the New Mobility and Money, 1998, P. 97.

ბადრი ნაკაშიძე
სახელმწიფო სუვერენიტეტი და საერთაშორისო მართვის
პრობლემა

რეზიუმე

სტატიაში გაანალიზებულია სახელმწიფოთა სუვერენიტეტისა და საერთაშორისო მართვის ურთიერთმიმართების პრობლემა. გლობალიზაციის პირობებში სულ უფრო და უფრო აქტუალური ხდება საერთაშორისო მართვა, რომელიც სახელმწიფოთა საერთაშორისო სტრუქტურებზე უშუალო დაქვემდებარებას და მათი სუვერენიტეტის შეზღუდვას გულისხმობს. შესაძლებელია კი ამგვარი საერთაშორისო თანამშრომლობა, დამოუკიდებლობის დაუკარგავად და სახელმწიფოს თვითმყოფადობის შენარჩუნებით?

საკვანძო სიტყვები: სახელმწიფო, საერთაშორისო სამართალი, საერთაშორისო მართვა, სუვერენიტეტი, გლობალიზაცია, ეროვნული უსაფრთხოება, ადამიანის უფლებები, საერთაშორისო ორგანიზაციები.

რეცენზენტი: პროფესორი გიორგი ბაღათურია, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

Badri Nakashidze
National sovereignty and problem of international governance

Summary

The article analysis the issues associated with the combination of national sovereignty and international governance. Under the rise of globalization international governance is gaining further importance and consequently implies adherence by sovereign states to international organizations, hence limiting their sovereignty. Is it possible to foster such international cooperation and convergence without losing independence and self-governance of a state?

Keywords: state, international governance, national sovereignty, international law, globalization, national security, human rights, multinational organizations.

Reviewer: Professor Giorgi Bagaturia, Georgian Technical University

ი ს ტ ო რ ი ა

თამაზ ნუცუბიძე იოანე ლაზისა და პეტრე იბერიის მიერ ანტიოქური ფილოსოფიური მიმკვიდრეობის ათვისება

საქართველოს პოლიტიკური აზროვნების შესწავლისას მხედველობაში აუცილებლად უნდა იყოს მიღებული ისტორიული პირობები, როდესაც პერიოდული შემოსევებისა და მასთან ერთად დაკავშირებული, ეკონომიკურ და კულტურულ მოღვაწეთა განადგურების გამო საქართველო ხშირად ვარდებოდა კვლავ პირველ-ყოფილ მდგომარეობაში და თითქმის თავიდან უხდებოდა ეკონომიკისა და კულტურული ცხოვრების აღდგენა, რაც მას სწრაფი განვითარების საშუალებას არ აძლევდა.

ამ კუთხით განვიხილოთ ქართველ ტომთა აზროვნების პერიოდიზაცია, ქართული მითოლოგიური ძეგლები, როგორც პოლიტიკური აზროვნების წინა პერიოდი, ეკონომიკური და სოციალური ვითარება მოგვიანო ანტიკურ პერიოდში საქართველოში, ერთის მხრივ აღმოსავლეთ საქართველოში – იბერიაში და მეორეს მხრივ, დასავლეთ საქართველოში – კოლხეთში, რელიგიურ-ფილოსოფიური მიმდინარეობა IV–V საუკუნეებში.

განვიხილოთ პეტრე იბერიის ნაშრომის “მიზეზთა წიგნის” წარმოშობის ისტორია, რომელიც ატარებდა სახელს “კავშირნი თეოლოგიურნი”. ეს ნაშრომი ეკუთვნოდა V საუკუნის ფილოსოფოსს პროკლეს და შეიცავდა საკითხებს მიზეზთა შესახებ. არავის ეჭვი არ ებადებოდა, რომ ნაშრომი “კავშირნი თეოლოგიურნი” მიზეზების საკითხებსაც შეიცავდა, რომელიც ამოკრიფა პროკლეს წიგნიდან პეტრე იბერიელის მასწავლებელმა იოანე ლაზმა. გარდა მიზეზთა საკითხებისა პროკლეს ნაშრომი სხვა საკითხებსაც ეხებოდა, მაგრამ იოანე ლაზმა მხოლოდ მიზეზთა შესახებ საკითხები ამოირჩია. ეს მოხდა იმის გამო, რომ არისტოტელემ უარყო თავისი მასწავლებლის პლატონის მოძღვრება იდეებზე და მათ სანაცვლოდ მიზეზები მოათავსა, ამის გამო ეგონათ, რომ “წიგნი მიზეზთა” თითქოს არისტოტელეს დაწერილი ყოფილიყო და არა იოანე ლაზის მიერ გადმოღებული პროკლეს წიგნიდან “კავშირნი თეოლოგიურნი”. ამიტომაც მოხდა, რომ არისტოტელეს შრომებთან ერთად “მიზეზთა წიგნი” XVI საუკუნემდე არისტოტელეს ნაშრომად სადღებოდა. პირველად ფილოსოფოსმა თომა აქვინელმა გამოაცხადა, რომ “მიზეზთა

წიგნი არისტოტელეს არ ეკუთვნის, ე. ი. ნატყუარი (ფსევდო არისტოტელური წიგნი იყო). დარჩა აზრი, რომ “მიზეზთა წიგნი” გადამუშავებული იყო პროკლეს ნაშრომიდან და შემდეგ პეტრე იბერმა გადაამუშავა იგი V საუკუნის მეორე ნახევარში წიგნად “თეოლოგიის საწყისები”, რომელიც დროთა ვითარებაში “მიზეზთა წიგნის” სახელით შემორჩა.

აკადემიკოსი შალვა ნუცუბიძე აღნიშნავს, რომ “პეტრე იბერის შეხედულებათა, რამდენადაც ისინი გადმოცემულია ბიოგრაფების მიერ, და არეოპაგიოსტულ იდეებს შორის მსგავსება არა მარტო ცალკეულ მომენტებს, როგორც არის სიკეთის იდეა, ანუ სინათლის სახე, არის გზა სიკეთისაკენ. ბიოგრაფი მიაწერს პეტრე იბერს სიკეთის გზის შესახებ ისეთ შეხედულებას, რომლის თანახმად, ეს გზა სიკეთის სხივითაა მოფენილი. ფსევდო-დიონისე არეოპაგელი ლაპარაკობდა: სიკეთე არ შეიძლება იყოს “სიკეთე ერთის მიმართ და არასიკეთე მეორის მიმართ, ანუ იგი არ შეიძლება იყოს მხოლოდ აქ და არ იყოს იმავე დროს იქ.”

აშკარაა, რომ მოცემული გვაქვს ერთ-ერთი სახე “სიკეთისაკენ პირდაპირი გზისა”, ნათელია, რომ ბოროტების შესახებ რთული მოძღვრება, მისი სუბსტანციის პრობლემის დართვით, ძნელი მისაწვდომი იყო ბიოგრაფისათვის, მაგრამ მთავარი, რაც დამახასიათებელი იყო პეტრე იბერისათვის, მას საკმაო სიზუსტით აქვს დაცული და გვაჩვენებს, რომ ლაპარაკი იყო “სიკეთის პირდაპირ გზაზე”, ე. ი. ისეთ გზაზე, როგორც უნდა იყოს სინათლის გაგრძელების გზა, რასაც სივრცე ვერასოდეს გაამრუდებს. ამრიგად, პეტრე იბერი შეიძლება ყოფილიყო არეოპაგული წიგნების ავტორი.

გაირკვა, რომ მონოფიზიტ-დიოფიზიტების მიმართაც პეტრე იბერსა და ფსევდო-დიონისეს ერთი და იგივე პოზიცია ეჭირათ, რაც მათ იგივეობას განამტკიცებდა.

ლიტერატურა

References:

1. iv. javaxiSvili _ qarTveli eris istoria, Tb. 1951 w. t. I
2. S. nucubiZe _ qarTuli filosofiis istoria, Tb. 1956 w. t. I
3. s. yauxCiSvili _ berZnuli literaturis istoria, Tb., 1949 w. t. I.
4. S. nucubiZe _ petre iberi da antikuri filosofiuri memkvidreoba, Tb, 1975 w. Sromebi, t. #5.

**Tamaz Nutsubidze,
Assimilation of antique philosophic inheritance by two great thinkers
Ioane Lazi and Petre Iberi**

Summary

Origin of Petre Iberi's work "Book of causes" is also discussed in the work, which had a name "Theological relations". This work belonged to the V century philosopher Prokle and consist the questions about the causes, which was collected from the book of Prokle by the teacher of Petre Iberieli – Ioane Lazi. Despite of the question of causes, work of Prokle was about the other questions, but Ioanze Lazi has chosen only the questions about the cases. Reason of this was that Aristotle refused the doctrine about the Ideas of his teacher Platoon and has placed the causes except of this. That is why, they thought that if the "Book of causes" was written by Aristotle and not by Ioane Lazi has transferred it from the book "Theological relations. Because of this, the "Book of causes" was sold with the works of Aristotle up to XVI century as a work of Aristotle. At first, philosopher, Toma Aquaneli has declared that "Book of causes" does not belong to Aristotle (Pseudo was an Aristotelian book). It was thought, that the "Book of causes" was from the work of Prokle and then, it was re-treated by Petre Iberi in the second half of V century as a book "Sources of theology", who was remained as the "Book of causes for many years.

Academician Shalva Nutsubidze specifies, that the similarity between the consideration of "Petre Iberi" and areopagiostic ideas is not only the separated moments, as it is an idea of kindness or the face of light, is the way towards the goodness, Biographer writes that the way o Petre Iberi was such consideration, according to which this way is lighted with the ray of goodness. Pseudo-Dionise Areopagic said that the goodness should not be only the "Goodnes only for one and there is a goodness towards the second, or it should not be only here and should not be there".

It is clears, that here is a given the one of the face "the directed way towards the goodness", it is cleared that the doctrine about the evil is a difficult doctrine, by affixing of its substantive problems, it was difficulty reached for the biographers, but the important is that Petre Iberi could do it, he has accurately kept and shows that the talk was about such way which was about "The directly way of a light", as it should be the way of light spreading, which should not be distorted by the space. Thus, Petre Iberi may be is the author of Aerobatic books.

It was discussed, that Petre Iberi and Pseudo-Dionise have the same position towards the monofisits –diopophisists which should strengthened their similarities.

Keywords: Petre Iberi, Ioane Lazi, Pseudo-Dionise Areopagic, Shalva Nutsubidze, assimilation of antique philosophic inheritance.

Reviewer: Professor David Taktakishvili, Georgian Technical University

Тамаз Нуцубидзе

Освоение античного философского наследия двумя великими грузинскими мыслителями Иоанэ Лази и Петре Ибери

Резюме

В труде рассмотрена происхождение труда Петре Ибери «Книга о причинах», которая носила название «Первоначала теологические». Данный труд принадлежал философу V века Проклу и включал вопросы о причинах. Ни у кого не вызывало сомнения, что труд «Первоначала теологические» содержал также и вопросы о причинах, которые выбрал из книги Прокла учитель Петре Ибери Иоанэ Лази. Помимо вопросов о причинах, труд Прокла касался также и других вопросов, но Иоанэ Лази выбрал только вопросы о причинах. Это произошло вследствие того, что Аристотель отверг учение своего учителя Платона об идеях и вместо них поместил причины, из-за чего предполагали, что «Книга о причинах» якобы была написана Аристотелем, а не взятой Иоанэ Лази из книги Прокла «Первоначала теологические». Именно поэтому, наряду с трудами Аристотеля до XVI века «Книга о причинах» выдавалась за труд Аристотеля. Философ Фома Аквинский первым заявил о том, что «Книга о причинах» не принадлежала Аристотелю, т.е. была ложная (псевдо аристотелевская книга). Сохранилось мнение, что «Книга о причинах» была переработана из труда Прокла и затем Петре Ибери во второй половине V века переработал ее в труд «Первоначала теологические», которая сохранилась под названием «Книга о причинах».

Академик Шалва Нуцубидзе отмечает, что «Между воззрениями Петре Ибери, насколько они переданы биографами, и ареопагическими идеями существует сходство не только в отдельных моментах, каковы идея добра, или лик света, есть путь к добру. Биограф приписывает Петре Ибери такое воззрение о пути добра, согласно которому этот путь покрыт лучом добра. Псевдо – Дионисий Ареопагит говорил: добро не может быть «добром по отношению к одному, и недобром по отношению к другому, иначе оно не может быть только здесь и одновременно не быть там».

Очевидно, что дан один из видов «прямого пути к добру», ясно, что сложное учение о зле, включая проблему его субстанции, для биографа

было труднодоступным, но главное, что было характерно для Петре Ибери, - у него с достаточной точностью сохранено и показано, что речь шла о «прямом пути добра», т.е. таком пути, которым должен быть путь распространения света, который пространство никогда не сможет затмить. Таким образом Петре Ибери мог быть автором ареопагических книг.

Выяснилось, что и в отношении монофизитов и диофизитов у Петре Ибери и Псевдо-Дионисия была одинаковая позиция, что доказывало их сходство.

Ключевые слова: Петре Ибери, Иоанэ Лази, Псевдо – Дионисий Ареопагит, Шалва Нуцубидзе, освоение античного философского наследия.

Рецензент: профессор Давид Тактакишвили, Грузинский технический университет.

Иван Ермачков, Александр Черкасов
Эхо Кавказской войны и дата основания Сочи: история
проблемы

Интерес к истории города Сочи в дореволюционный период возник не сразу, а лишь в начале XX в. 22 января 1903 г. в газете «Черноморское побережье» была опубликована статья, в которой отмечалось, что 31 мая 1838 г. при высадке десанта в устье реки Сочи горцами была полностью изрублена первая русская десантная партия в составе 300 солдат и офицеров Навагинского и Кабардинского полков [1]. Таким образом, была внесена неточность в установлении отправной точки российского военного присутствия в районе Сочи [2].

Спустя 3 года, 22 апреля 1906 г. уполномоченный Сочинского городского управления Степан Филимонович Тарковский, полностью доверившись статье, выступил с инициативой: «31-го мая сего года — годовщина первой высадки русских войск на сочинский берег, годовщина занятия русским воинством в бою с бывшими обитателями края, храбрыми черкесами-адыче, той местности, где раскинулся привольно нынешний посад Сочи, можно сказать, фактическая годовщина самого возникновения основания теперешнего посада Сочи...

Я предлагаю почтить священную память трехсот героев воинов русских, сложивших свои головы здесь в бою с племенами, не покоровшимися порядкам русского государства, постановкою памятника на братской могиле героев (или вблизи ее) на углу против аптеки (имеется в виду аптека Лордкипанидзе. — **И.Е., А.Ч.**).

Наиболее удобным мне бы казался такой способ осуществления этого дела: на указанном месте поставить временно простой большой деревянный крест и, огородив вокруг него деревянною решеткой квадрата четыре земли, на кресте таблица с надписями: “Доблестным героям русским воинам, покорителям Сочинского края, положившим здесь жизнь свою при первой высадке русских войск 31-го мая 1838 г.” и на другой стороне: “Вечная слава и память праху 300 воинов Навагинского и Кабардинского полков, сраженных здесь в бою с племенами черкесов-адыче, при завоевании Сочинского побережья. Сооружен Сочинским городским общественным управлением при участии жителей посада Сочи и Сочинского округа 31 мая 1906 г.”»[3].

27 апреля 1906 г. Сочинское городское управление заслушало доклад С.Ф. Тарковского и постановило не торопиться с установлением памятника, а осуществить запрос в ту воинскую часть, которая участвовала в десантной операции и защищала Черноморское побережье [4].

16 мая 1906 г. Сочинское городское управление обратилось к

Новороссийскому уездному воинскому начальнику с просьбой сообщить, где в настоящий момент находится Навагинский или Кабардинский полки [5].

По всей вероятности, ответ последовал незамедлительно, т. к. уже 20 мая Сочинский городской староста обратился с просьбой к командиру 78-го пехотного Навагинского полка (находящемуся в то время в г. Ахалкалаки). Городской староста подробно изложил суть проблемы. «Предполагаю, что полк ведет историческую запись важнейших событий из жизни своего полка, я обращаюсь к Вашему Высокоблагородию с покорнейшей просьбой дать городскому управлению желательные сведения, относящиеся до описанного выше события. При этом желательно было бы получить сведения до 31 мая сего года — ко дню годовщины события, дабы возможно было, удостоверившись в правдивости рассказанного в «Черноморском побережье», почтить в этот день память погибших воинов и сделать почин в постановке памятника» [6].

Ответ пришел из военно-исторического отдела, находящегося при штабе Кавказского военного округа, только 9 августа 1906 г.: «Сочинскому городскому старосте. На отношение от 18 июля 1906 г. за № 1131 сообщаю Вашему Высокоблагородию нижеследующие исторические сведения, извлеченные из архивных дел штаба Кавказского военного округа...

Подробные сведения об экспедиции в Сочи извлечены из официальных документов, из которых, между прочим, выясняется, что Навагинский полк при занятии Сочи не был, в десантном же отряде г. Симборского принимали участие: 2 батальона Менгрельского егерского полка, 3 батальона Эриванского карабинерского полка, 1-я пионерная рота Кавказского саперного батальона, сводно-горная батарея, Имеретинская, Абхазская, Гурийская и Мингрельская милиция...

Таким образом, помещенная в № 17 газеты “Черноморское побережье” за 1903 г. статья о гибели 300 навагинцев у Сочи не соответствует историческим фактам.

Установив точные данные относительно высадки и заложения при устье Сочи укрепления Александрия, на месте которого нынешний посад Сочи, военно-исторический отдел приветствует мысль о постановке памятника на братской могиле офицеров и нижних чинов, павших в отряде г. м. Симборского геройски и с честью при занятии Сочи и впоследствии» [7].

При этом военно-исторический отдел сообщил, что участвующие в экспедиции 1838 г. Эриванский карабинерский ныне 13-й Лейб-гвардии Эриванский Его Величества полк квартирует в ур. Манглисе Тифлиской губернии. Мингрельский же — ныне 16-й гренадерский Е. И. В. Великого князя

Дмитрия Константиновича полк — квартирует в Тифлисе. Далее следовали многочисленные листы из дневника боевых действий, начиная с 1 по 17 апреля 1838 г., в которых описывался захват плацдарма в устье реки Соча-Пста, а также листы, описывающие шторм 30—31 мая того же года, связанный с трагической гибелью на рейде перед фортом 7 купеческих и двух военных судов [8].

Получив исчерпывающие сведения, городской староста Л. И. Прилуков на очередном собрании уполномоченных Сочинского городского управления 26 октября 1906 г. доложил о результатах работы военно-исторического отдела. Сочинское городское управление, заслушав старосту, единогласно вынесло постановление «ввиду недостаточности в данное время у города средств, обратиться к частной подписке на постановку памятника в память воинов, погибших в 1838 г. при занятии Сочи» [9].

Однако объявить частную подписку без санкции Черноморского губернатора было нельзя, поэтому 31 октября городской староста обратился к губернатору. 16 ноября 1906 г. Черноморский губернатор дал официальное разрешение на частную подписку и указал на то, чтобы при сборе имелись необходимые квитанционные книги [10].

Лишь после этого началась частная подписка. Специально для этого было напечатано извещение, в котором указывалось, что Сочинское городское управление сообщает гражданам г. Сочи, что с 27 ноября 1906 г. в городской управе открыта подписка на установку памятника воинам, погибшим при занятии местечка Сочи в 1838 г. в борьбе с черкесами... «Извещая о сем граждан г. Сочи, городское управление просит откликнуться на этот благой почин, вспомнив тех, кто беззаветно жизнь свою положил за Россию, дав возможность нам, гражданам России, пользоваться благодатным краем» [11].

Данные извещения были вывешены не только в Сочи, но и в Хосте и даже в Туапсе. 10 мая 1907 г. в Сочи были доставлены средства, собранные офицерами и солдатами 16-го гренадерского Мингрельского Е. И. В. Великого князя Дмитрия Константиновича полка, в размере 40 руб. 12 коп. [12] В ответ на пожертвования городской староста в телеграмме пообещал своевременно уведомить командира полка о дате открытия памятника [13].

Некоторые средства были собраны и сочинцами. Так, например, А. И. Разонский пожертвовал 3 руб., Л. И. Прилуков — 5 руб., Шелест — 1 руб., С. Ф. Тарковский — 5 руб., М. В. Анисимов — 1 руб. [14] Таким образом, к 5 июля 1907 г. было собрано всего 55 руб. 12 коп. Считая эти средства недостаточными, сочинское городское собрание постановило продолжить частную подписку [15].

14 августа 1907 г. от нижних чинов 16-го гренадерского

Мингрельского полка поступили пожертвования в размере 3 руб. 68 коп. [16] Однако городским управлением памятник так и не был установлен, а собранные деньги ушли неизвестно куда.

В конце 1912 г. к истории Сочи обращается исследователь Павел Амплиевич Россиев, проживавший в Сочи на Хлудовской стороне. Воспользовавшись разрешением нового городского старосты Алексея Яковлевича Карташева, он ознакомился и проанализировал собранные в городской управе документы и систематизировал их. 26 марта 1913 г. П. А. Россиев обратился к городскому старосте с инициативой отметить 75-летие Сочи 23 апреля, в день закладки форта Александрия [17].

Спустя два дня статья — обращение П. А. Россиева к городскому старосте — было опубликовано в газете «Сочинский листок»: «Посетив в 1837 году Кавказ, Государь Николай I обратил внимание на неоконченность Черноморской береговой линии и указал, чтобы часть сил Кавказского корпуса была направлена для прочного занятия берега с целью устройства укреплений на прибрежных местах, к которым подходили иностранные суда и вели с горцами торговлю. Государь указал, между прочим, на устье реки Сочи, где необходимо было укрепиться».

Командир Кавказского корпуса барон Розен предложил повести военные действия в 1838 году при помощи десанта одновременно с двух сторон: от Черномории и Абхазии. Государь одобрил предложение, и вот 13 апреля 1838 года на высоте устья реки Сочи появилась со стороны Сухум-Кале эскадра контр-адмирала Артюкова, с которой прибыл отряд войск под начальством генерал-майора Симборского. Отряд состоял из двух батальонов нынешнего 16-го гренадерского имени Великого князя Дмитрия Константиновича полка, из трех батальонов 13-го Эриванского Его Величества полка, пионерной роты саперов и сводно-горной батареи; кроме того, в состав отряда входили: Имеретинская, Мингрельская, Абхазская и Гурийская милиции.

Став против города, эскадра открыла огонь, а в то же самое время войска устремились на лодках к берегу, усеянному завалами и занятому черкесами, которые встретили русских чудо-богатырей страшным огнем и вообще оказали им отчаянное сопротивление. Горное ущелье помогало черкесам, защищая их от пуль. С каждой минутой на подкрепление горцев появлялись новые силы. Из леса на горном скате им удобно было сражаться с нашими. Три часа продолжался бой и окончился тем, что русские заняли предназначенные отряду места. Солдаты принялись за расчистку леса, росшего по долине и отлогостям снежных гор. Черкесы, несмотря на картечный и ружейный огонь, продолжали беспокоить победителей...

Заняв необходимые места при устье реки Сочи, генерал Симборский

приказал готовить материал для постройки нового укрепления, которое и было заложено **23 апреля 1838 года** в день ангела Государыни Императрицы Александры Федоровны, супруги Императора Николая I. В честь Государыни укрепление получило имя Александрия. Из этого уже давно несуществующего укрепления и вышел нынешний, все прихорашивающийся, город Сочи, которому, таким образом, 23 апреля исполняется 75 лет.

... Сама судьба благоприятствует празднику. Начать с того, что 23 апреля, как и 75 лет тому назад, является днем ангела Государыни императрицы. День неприсутственный; следовательно, в праздник имеют принять участие и служащие в казенных учреждениях. Затем 23 апреля есть день св. Георгия Победоносца. А ведь св. Георгия мы так чтим на Кавказе! Мало того, ведь и магометане почитают его. Значит, и они не останутся в стороне.

Юбилей Сочи тесно объединяет всех. Он общий праздник: и туземцев, и пришлого населения. Ведь кто же основывал Сочи? Отряд генерала Симборского, а выше сказано, что этот отряд состоял не только из регулярных войск, но также из мингрельских, имеретинских, гурийских и абхазских милиционеров...

Братская могила, павших в 1838 году воинов, приблизительно может быть прогив аптеки г. Лордкипанидзе. Ее надо восстановить. Вообще, жители Сочи имеют еще достаточно времени, чтобы собраться и решить, каким образом отметить славный день **23 апреля 1838/1913 г.** и как отпраздновать городской юбилей. Несомненно, что они встретят отклик и со стороны благожелательной администрации, и городского управления» [18].

Местная печать живо отреагировала на предложение П. А. Россиева. В результате в шести номерах «Сочинского листка» были опубликованы статьи П. В. Верещагина «Из истории Сочи». В то же время и П. А. Россиев опубликовал несколько своих статей об истории города Сочи.

23 апреля газета «Сочинский листок» поместила в номер следующее сообщение: «В день 75-летия кончины героев, положивших живот свой при покорении местности, нынешнего Сочи, в соборе после литургии будет отслужена панихида; о чем доводится до сведения всех желающих почтить их память.

75 лет прошло, как заложен был первый фундамент его основания.

Кровью и многими жизнями положено было начало.

И нам, имеющим возможность теперь наслаждаться красотами природы и благами жизни, в благодарность за эти блага, надлежало бы достойно помянуть живот свой положивших и вместе с тем дать что-

нибудь живущим.

Призыв наш остался гласом вопиющего в пустыне.

Городское управление отменило даже и свое постановление о минимуме празднования.

Большую признательность приносим полковнику Долинскому, на свои средства строящему памятник павшим воинам.

Жаль только, что памятник этот сооружается не на месте братской могилы.

Да будет так!

Мир праху Вашему, воины, положившие жизнь свою во славу Русского оружия и Родины» [19].

23 апреля в верхнем городском парке близ библиотеки имени А. С. Пушкина состоялось освящение сооруженного полковником Долинским монумента в память 75-летия основания Сочи. Обряд был осуществлен о. Евгением (А. Ильинский). Памятник представлял усеченную пирамиду, в которой находились орудие и ядро. Позднее предусматривалось укрепить дату юбилея из осколков гранат. На торжествах присутствовали специально приехавшие гости из Гагр и Туапсе [20].

Спустя год, 23 апреля 1914 г., в день памяти св. великомученика Георгия и день тезоименитства Е. И. В. государыни императрицы Александры Федоровны после богослужения был проведен парад войск местного гарнизона [21].

23 апреля 1915 г. на страницах «Сочинского листка» отмечалось: «Сегодня исполняется 77 годовщина основания Сочи» [22].

Практически все значимые города нашей страны имеют точку отсчета собственной истории — дату основания, у одних она мифическая, у других — вполне реальная. Но, так или иначе, юбилей города везде отмечается с размахом, подчеркивая уважение к истории малой родины, к людям, в разные времена создававшим на благо будущих поколений. Но есть и исключения, об одном из таковых и пойдет речь.

Датой основания современного Сочи принято считать 1838 г., когда в разгар Кавказской войны было основано первое русское укрепление в устье реки Соча-Пста — форт Александрия [23]. Укрепление было заложено 23 апреля в честь тезоименитства государыни императрицы Александры Федоровны.

Вопрос о дате закладки форта Александрия до последнего времени являлся спорным. Так уж повелось, что датой основания форта считалось 21 апреля, эта дата фигурировала в «Хронике основных событий из истории Сочи», изданной в городе к 150-летию в 1988 г., затем эта дата начала появляться в краеведческих статьях, например, в статье Г. Федоровского «Две пушки Мессември» и др.

В дневниковых записях генерала Симборского отмечалось, что укрепление было заложено 23 апреля 1838 г., и сделано это было в честь тезоименитства супруги Императора Николая I — Императрицы Александры Федоровны. В журнале боевых действий группы генерала Симборского фигурировала другая цифра — 21 апреля. Нерадивые военные чиновники отметили в журнале, что укрепление заложено в честь дня рождения государыни императрицы 21 апреля 1838 г. [24]

Для разрешения проблемы точной даты основания форта Александрия обратимся к биографии Александры Федоровны. Будущая супруга императора Николая I родилась **1 июля** 1798 г. (так что назвать форт в честь ее дня рождения было проблематично) в г. Шарлоттенбурге в семье короля Пруссии Фридриха-Вильгельма III. Новорожденная принцесса получила традиционное для европейских королевских домов многоликое имя Фредерика—Луиза—Шарлота—Вильгельмина. За неделю до свадьбы с будущим русским императором 24 июня 1817 г. она приняла православие и была согласно действующим законам Российской империи наречена Александрой Федоровной, получив титул Великой княгини [25].

При проверке в церковном календаре (по старому стилю) имя «Александра» совпало с 23 апреля, а не с 21.

Помимо этого, до революции в газете «Сочинский листок» от 23 апреля 1913 г. в статье «Юбилей Сочи» также отмечалась дата основания форта Александрия — 23 апреля 1838 г. Таким образом, датой основания первого русского поселения в Сочи необходимо считать 23 апреля 1838 г.

Можно по-разному относиться к происходившим тогда событиям, но факт остается фактом — Сочи как будущий город-курорт заложен именно в 1838 г. Шли годы, город рос, развивался, и из некогда небольшого военного укрепления превратился в крупнейший курорт страны. И вот 27 декабря 1985 г. в недрах Бюро Сочинского горкома КПСС родилось постановление «Об основных мероприятиях по подготовке к празднованию 150-летия со времени основания г. Сочи». Сразу был создан городской оргкомитет и разработан комплексный план по подготовке и проведению праздника. Сам праздник и предшествовавшая ему подготовка обещали быть запоминающимися. Комплексный план мероприятий по празднованию 150-летия со дня основания г. Сочи был составлен на месяц (с 29 апреля по 29 мая) [26]. Мероприятия отличались разноплановостью и масштабностью: это театрализованные вечера и спортивные соревнования, вечера-встречи со старожилами города и вечера поэзии, концерты и фестивали, праздники улиц и цветов — все они были приурочены к празднованию юбилея города. Но апогеем празднования стали 28 и 29 мая. Именно в эти дни во всех районах города прошли крупнейшие культурно-массовые мероприятия,

переросшие в настоящее народное гулянье.

В городе была развернута широкая пропаганда самой идеи — юбилея города-курорта Сочи. В рамках подготовки к празднованию 150-летия Сочи была предусмотрена реконструкция мостов, виадуков, площадей, памятников, озеленение улиц города, обновление предприятий торговли, общественного питания, фасадов жилых домов [27].

На юбилей города в роли почетных гостей были приглашены представители Совета Министров СССР, известные деятели культуры и искусства, космонавты [28].

Праздник прошел удачно, с размахом, стал своеобразной рекламой городу-курорту Сочи. Прошло некоторое время, и в 1990 г. поступило обращение в комиссию горсовета по культуре, национальным отношениям, религии и средствам массовой информации о том, чтобы дать политическую оценку прошедшему юбилею города [29]. Члены указанной комиссии провели депутатское расследование по этому вопросу и пришли к выводу о том, что *«празднование 150-летия Сочи в 1988 г. проведено необоснованно, 1988 г. нельзя считать датой основания города, т.к. военное укрепление в том году было построено на месте уже существовавшего ранее»* [30]. Данная постановка вопроса представляется нам неубедительной, т.к. в этом случае дата создания Сочи становится и вовсе размытой. Убыхский аул Соча, находившийся в районе кинотеатра «Стерео» и собора Михаила Архангела, в момент высадки русского десанта представлял собой сельское поселение. Убыхи — на тот момент жители Соча — своей письменности не имели, исторических памятников не оставляли. К тому же убыхи были не первыми поселенцами в районе Сочи, здесь достаточно вспомнить дольменную культуру, на территории Сочи. Таким образом, на наш взгляд, убыхи являлись относительно коренными жителями Сочи, кстати, такими же относительно коренными жителями Сочи являются русские.

Комиссия также предположила, что *«в дальнейшем имеет смысл праздновать в Сочи лишь юбилей основания курорта, что связано с точной датой 1909 г.»* [31]. С уверенностью можно утверждать, что предложенный комиссией 1909 г. в качестве даты основания курорта тоже далеко не бесспорный. В современной, впрочем, как и в дореволюционной историографии, имеется мнение о том, что Сочи как курорт начинает свое существование не в 1909 г. (открытие курорта «Кавказская Ривьера»), а гораздо раньше — в 1874 г. (строительство первой дачи на территории Сочи — вилла «Вера»). Возможно, выводы комиссии были продиктованы обострением «национального вопроса» в городе и стране, и целью таких выводов могло быть недопущение обострения политической обстановки в курортном городе.

Интересно обращение общества адыгов к депутатам горсовета в 1990 г., в котором дается оценка празднования 150-летия Сочи: «...*проведение такого торжества послужило провокационным актом в создании конфронтационного состояния в отношениях между адыгами и русским населением края*» [32]. В документе также говорится о том, что юбилейные торжества были приурочены к началу «*беспрецедентно жестокого геноцида по отношению к коренному населению*» [33]. В рассматриваемом обращении имеется громкий призыв «*убрать с территории г. Сочи всю военную атрибутику, а также памятники, символизирующие несправедливую войну царского самодержавия в XIX в., изъять из продажи книги «Сочи-курорт. 1987 г.», «Знакомьтесь, Сочи», в которых унижается национальное достоинство адыгов и искажается историческая действительность...*» [34].

В итоге депутаты горсовета приняли решение «Об оценке празднования 150-летия Сочи в 1988 г.», в нем, в частности, отмечалось, что торжественное празднование юбилея г. Сочи в 1988 г. было ошибочным и необоснованным с научной точки зрения, а также поручалось исполкому провести мероприятия по ликвидации юбилейной символики в городе [35].

Сочинский горисполком принял аналогичное решение. В нем отмечалось, что мероприятия апреля-мая 1988 г. «*были критически восприняты частью населения города как наносящие морально-нравственный ущерб*» [36]. Был отменен ряд предыдущих решений горисполкома о праздновании юбилея города, в частности решение «О награждении Знаком «В память 150-летия Сочи».

Конечно, и по сей день вопрос об основании г. Сочи является полемическим, в суждениях по этому вопросу еще достаточно много эмоций, что в целом мешает воспринимать достоверные исторические факты. Однако современное усиление централизации Российской Федерации в ближайшее время, на наш взгляд, позволит решить этот вопрос, и город Сочи продолжит отсчет своей истории.

Примечания

References:

1. Государственный архив Краснодарского края (ГАКК). Ф. Р-411. Оп. 2. Д. 239. Л. 118.
2. В 1910 г. с ссылкой на воспоминания старожил эту информацию продублировала газета «Черноморский край».
3. ГАКК. Ф. Р-411. Оп. 2. Д. 239. Л. 118.
4. Там же. Л. 118об.
5. Там же.

6. ГАКК. Ф. Р-411. Оп. 2. Д. 239. Л. 119.
7. Там же. Л. 119–119об.
8. Там же. Л. 119–125об.; Черкасова И.Ю. Военно-историческая антропология: повседневная жизнь в крепостях Черноморской береговой линии (1837–1854 гг.) // История и историки в контексте времени. 2007. № 5. С. 25–34; Karataev V.B., Cherkasov A.A. Psychological portrait of a soldier on the Black sea coast: lower ranks // European researcher. 2010. № 1. P. 27–30.
9. ГАКК. Ф. Р-411. Оп. 2. Д. 239. Л. 125об.
10. Там же. Л. 126.
11. Там же.
12. Там же. Л. 126об.
13. Там же.
14. Там же. Л. 127.
15. Там же.
16. ГАКК. Ф. Р-411. Оп. 2. Д. 239. Л. 127.
17. Там же. Л. 117.
18. Сочинский листок (Сочи).1913. 28 марта.
19. Сочинский листок (Сочи).1913. 23 апр.
20. Там же. 25 апр.
21. Там же. 1914. 25 апр.
22. Там же. 1915. 23 апр.
23. Черкасов А.А. Очерки истории первого русского укрепления на реке Соча-Пста (1838–1854 гг.). Краснодар – Сочи, 2005; Зайцев А.М. А.П. Ермолов: военный и политик // История и историки в контексте времени. 2010. № 7. С. 23–35.
24. Архивный отдел администрации города Сочи (АОАГС). Ф. Р-348. Оп. 1. Д. 11. Л. 13.
25. Пчелов Е.В. Романовы. История династии. М., 2002. С. 182.
26. АОАГС. Ф. Р-228. Оп. 1. Д. 643. Л. 3–5.
27. АОАГС. Ф. Р-248. Оп. 1. Д. 774. Л. 9, 10.
28. АОАГС. Ф. Р-228. Оп. 1. Д. 643. Л. 8.
29. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 3.
30. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 311.
31. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 312.
32. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 314.
33. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 314.
34. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 315.
35. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 594. Л. 316.
36. АОАГС. Ф. Р-137. Оп. 3. Д. 616. Л. 113.

ივანე ერმაჩკოვი, ალექსანდრე ჩერკასოვი
კავკასიური ომის ექო და სოჭის დაარსების თარიღი: პრობლემის
ისტორია

რეზიუმე

სამხრეთ რუსეთის ტერიტორიაზე, ყოველი დასახლებული პუნქტის ისტორიაში არის საწყისი წერტილი – დაარსების თარიღი. აღნიშნული თვალსაზრისით სრულიად უნიკალურია საკურორტო ქალაქი სოჭი, რომელსაც, XXI საუკუნის მდგომარეობით, დაარსების თარიღი არ გააჩნია. სწორედ აღნიშნული პრობლემის ისტორიის განხილვა გვსურს მოცემულ სტატიაში.

საკვანძო სიტყვები: ქალაქი სოჭი, დაარსების თარიღი, 1838 წლის 23 აპრილი. კავკასიური ომი

რეცენზენტი: ევგენი კრინკო, ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის სამხრეთის სამეცნიერო ცენტრის წამყვანი მეცნიერ მუშაკი (დონის როსტოვი).

Ivan Ermachkov, Alexander Cherkasov Caucasian War Consequences and Sochi Foundation Date: Problem Background

Annotation: History of each settlement within the Russian South has its bench mark – date of foundation. In this respect Sochi Resort is unique, as of early XXI century it doesn't have the date of foundation. In this article we would like to study the background of this problem.

Keywords: Sochi City, date of foundation, 23 April, 1838, Caucasian War.

Reviewer: E. F. Krinko, Doctor of Historical Sciences, acting Deputy of Institute of Social, Economic and Humanitarian Research of SSC RAS (Rostov-on-Don)

ე კ რ ნ რ მ ი კ ა

მანია გუნცაძე რისკის ღირებულება და ზღვარის გაზომვის პრობლემა პროექტების მენეჯმენტში

რისკის ღირებულებითი ზღვარის (VaR-Value at risk) ისტორია და რისკების გაზომვის პრობლემა საკმაოდ მნიშვნელოვანი და დიდი ისტორიის თემაა სტატისტიკაში, ეკონომიკასა და ფინანსებში. ფინანსური რისკების მართვა პრობლემურ საკითხს წარმოადგენდა მარეგულირებლებისა და ფინანსური მენეჯერებისათვის დიდი ხნის მანძილზე. დღევანდელ საქმიან ურთიერთობებში რისკის ღირებულებითი ზღვარი, წარმოადგენს საბაზრო რისკების ყველაზე უფრო მისაღებ საზომს. დღესდღეობით, ფინანსურ მათემატიკასა და ფინანსური რისკის მენეჯმენტში იგი არის ფართოდ გამოყენებული ერთეული გარკვეული ფინანსური აქტივების პორტფელის წაგების რისკების გაზომვის მიზნით.

რისკის ღირებულება (VaR) განისაზღვრება, როგორც ისეთი ზღვრული ერთეული, რომელიც ზევით საქმიანობა გაკოტრების ან/და წარუმატებლობის რისკებს წარმოშობს და ზრდის. რისკის ღირებულება განისაზღვრება ალბათობით, პორტფელის დროითი ჰორიზონტის გათვალისწინებით. რისკის ღირებულება ახორციელებს საბაზრო ღირებულების გადაფასებას და იანგარიშება სტაბილური ბაზრის პირობებში პორტფელში მიმდინარე ვაჭრობის გაუთვალისწინებლად, მოცემული ალბათობის დონეზე წაგების ღირებულების დადგენით. დანაკარგსა და ზარალს, რომელიც აჭარბებს რისკის ღირებულებით ზღვარს ეწოდება - **რისკის ღირებულებითი ზარალი**.

დანაკარგსა და ზარალს, რომელიც აჭარბებს რისკის ღირებულებით ზღვარს ეწოდება - **რისკის ღირებულებითი ზარალი (break)**. რისკის ღირებულებითი ზღვარს საფინანსო სფეროში გააჩნია ხუთი ძირითადი გამოყენება: რისკების მართვა; რისკების გაზომვა; ფინანსური კონტროლი; ფინანსური ანგარიშგება; მარეგულირებელი კაპიტალის გამოთვლის ფუნქცია.

რისკის ზღვარის დადგენა ზოგჯერ გამოიყენება არასაფინანსო სფეროშიც. საკითხთან ურთიერთკავშირშია შემდეგი მნიშვნელოვანი საკითხები: ეკონომიკური კაპიტალი, უკუგადამოწმება - პროცესების ტესტირება (back-testing), სტრესს ტესტები და მოსალოდენელი დეფიციტი.

რისკის ღირებულებითი ზღვარის გაანგარიშების გავრცელებულ პარამეტრებს წარმოადგენს 1% და 5%-იანი ალბათობები და ერთ დღიანი, აგრეთვე ორ კვირიანი დროითი გათვლები. თუმცა, სხვა კომბინაციებიც გამოიყენება. დანაკარგებზე დაკვირვების მიზნით რისკის ღირებულების დასადგენად ორიენტირს წარმოადგენს ნორმალური საბაზრო პირობები და არა კონკრეტული ვაჭრობა, ვინაიდან ყოველდღიური ანგარიშებით გაზომვადი რისკები მცირდება. ზოგჯერ, ექსტრემალურ ფინანსურ მდგომარეობაში შეუძლებელია დანაკარგების გაზომვა, ან იმის გამო, რომ საბაზრო ფასები არ არის ხელმისაწვდომი ან იმის გამო, რომ რისკების მსხვერპლი-გაბანკროტებული კომპანია შესაძლოა დაშლილი იყოს ამ დროისათვის. სხვა, უფრო გრძელვადიან საბაზრო დანაკარგებს, ისეთებს როგორცაა: სასამართლო პროცესები, ბაზარზე ნდობის დაკარგვა, თანამშრომელთა მორალი, ბრენდის რეპუტაციის შელახვა, შესაძლოა დიდი დრო დასჭირდეს მათ აღდგენას და შესაძლოა რთული შეიქმნას მათთვის დროის დათმობა პრიორიტეტულად გადასაწყვეტ საკითხთა შორის.

რისკის ღირებულებითი ზღვარი მკაფიო ბარიერს ავლებს ჩვეულ დღეებსა და ექსტრემალურ მოვლენებს შორის. პროექტებს შეუძლიათ დაკარგონ ბევრად მეტი, ვიდრე რისკის დანაკარგის ღირებულებაა. შეიძლება ითქვას ისიც, რომ ეს მოვლენები შესაძლოა ხშირად არ განმეორდეს.

რისკის ღირებულების განმარტება არაერთგვაროვანია. ის განსაზღვრავს იმ თვისებებს, რომლებიც რისკის ღირებულებას უნდა ჰქონდეს, მაგრამ არა იმას, თუ როგორ უნდა იქნას გამოთვლილი ეს ღირებულება. უფრო მეტიც, განსაზღვრებაში დიდი ადგილი უკავია ინტერპრეტაციას. მას მიეყვართ რისკის ღირებულების ორ ფართე ტიპთან: ერთი, რომელიც უპირველესად გამოიყენება რისკების მართვაში და მეორე - რისკების გაზომვისათვის. მათ შორის განსხვავება არც ისე მკვეთრია. თუმცა, შეჯერებული ვერსიები გამოიყენება ფინანსურ კონტროლში, ფინანსურ ანგარიშგებაში მარეგულირებელი კაპიტალის გამოთვლის დროს.

რისკების მენეჯერისათვის რისკის ღირებულება წარმოადგენს სისტემას და არა ციფრს. სისტემა პერიოდული თანმიმდევრობით იმართება და გამოთვლილი ციფრები უდარდება ფასთა გამოთვლილ ცვალებადობას დროის გარკვეულ მონაკვეთში. არ არსებობს რაიმე სათანადო შემდგომი რეგულაცია რისკის ღირებულებასა და რისკის ღირებულების წყვეტაში, რომელიც

გამოწვეული შეიძლება იყოს პროცესში დაშვებული შეცდომებით, მათ შორის: საინფორმაციო ტექნოლოგიური ვარდნით, მოტყუებით, გაყალბებით და სხვა. აგრეთვე, შეცდომებით რისკის ღირებულების არადროულ დაანგარიშებაში და საბაზრო ცვლილებებით.

რისკების შეფასებისათვის კი საჭიროა ციფრები და არა სისტემა. არსებობს ბაიასის ალბათობის თეორია, რომლის თანახმადაც დროის მოცემულ მომენტში არსებული ინფორმაცია და შეხედულებები წარმოადგენს კონკრეტული დონის სუბიექტურ ალბათობას რისკის ღირებულების ვარდნის შემთხვევაში.

რისკის ღირებულების მიმართვა დანაკარგებისა და გაანგარიშებების შეცდომების შესასწორებლად ხორციელდება მას შემდეგ, რაც ფაქტი მოხდა და არა იმ ინფორმაციის შერწყმის შემდეგ, რომელიც არ იყო ხელმისაწვდომი გამოთვლის მომენტში. ამ კონტექსტში უკუტესტებს სხვა დატვირთვა აქვთ. ნაცვლად იმისა, რომ მოხდეს შედარება გამოქვეყნებული, მოსალოდნელი რისკის ღირებულებისა საბაზრო ცვლილებებთან დროის იმ მონაკვეთზე, როცა სისტემა მოქმედებდა, რისკის ღირებულება ითვლება რეტროაქტიულად ანუ უკუტყვევით იმ მონაცემების მიხედვით, რომლებიც ჩანიშნული იყო იმ დროის მონაკვეთში, როცა ეს მონაცემები აქტუალური იყო ან ითვლებოდა ღირებულად. რისკის ღირებულების გამოსათვლელად გამოიყენება ის მონაცემები და განფასების მოდელები, რომლებიც განსაზღვრავენ ფასთა ცვალებადობას.

თუმცა, ზემოაღნიშნულ წყაროთაგან ზოგიერთი რისკის ღირებულების მხოლოდ გარკვეულ სახეობას მიიჩნევს მართებულად, მათგან ყველაზე უფრო თანამედროვენი მიიჩნევენ, რომ რისკის ღირებულება უადრესად გამოყენებადია მოკლევადიანი ტაქტიკური გადაწყვეტილებების მისაღებად მაშინ, როცა რისკების მართვის პროცესში რისკის ღირებულება გამოყენებულ უნდა იქნას წარსული მოვლენების გასაანალიზებლად და შუალედური სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მისაღებად მომავალში. იმ შემთხვევაში, თუ რისკის ღირებულება გამოიყენება ფინანსური კონტროლის ან ფინანსური ანგარიშგებისათვის, ის უნდა აერთიანებდეს ორივე ამ ელემენტს.

რისკის ღირებულებაზე დაფუძნებული რისკების მართვის მეთოდის მიმდევრები ნდობას უცხადებენ რისკის ღირებულების გამოთვლის მეთოდის გაუმჯობესებას და ხედავენ მასში ფართე შესაძლებლობებს, რამაც შესაძლოა გააუმჯობესოს სისტემა და თვლიან, რომ ის გამოყენებული უნდა იქნას, როგორც საუკეთესო ინსტიტუციური მოდელი. რისკის ღირებულების უდიდესი

სარგებელი მდგომარეობს მის გამოყენებაში რისკების კრიტიკულად გასაანალიზებლად. კომპანიები, რომლებიც გაივლიან რისკის ღირებულების გამოთვლის პროცესს, იძულებულნი ხდებიან შეეწინააღმდეგონ მათ წინაშე მდგარ ფინანსურ რისკებს და შექმნან ძლიერი რისკების მართვის სისტემა. ამდენად, რისკის ღირებულების გამოთვლის პროცესი ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც მისი საბოლოო მნიშვნელობა.

რისკის ღირებულების მართვის პროცესში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ანალიზსა და ყოველდღიური ციფრის დროული გამოქვეყნებას, შესაბამისი სტატისტიკური მაჩვენებლებით, რაც ხელს უწყობს პროექტის მიახლოებას უმაღლეს სტანდარტებთან. რეკომენდებულია, შეიქმნას ალტერნატიული დაცვითი სისტემები და მოხდეს სავარაუდო რისკების გასაზღვრა. გაუქმდეს ის პოზიციები, რომლებიც არასწორად არის შეფასებული და დაგეგმილი, ისევე როგორც წაიშალოს არასწორი, დაგვიანებული და უსარგებლო მონაცემები. ყველაფერი ის, რაც არ არის ასახული ანგარიშებში და გავლენას ახდენს მოგება-ზარალზე თავს იჩენს ან რისკის ღირებულების ინფლაციაში ან გადაჭარბებული რისკის ღირებულების ვარდნაში.

პროექტის მენეჯმენტი, რომელიც შეგნებულად არ ანგარიშობს რისკის ღირებულებით ზღვარს შეუძლია თავიდან აიცილოს კატასტროფა, ხოლო ის, რომელსაც ეს არ შეუძლია ვერ აიცილებს მას.

რისკის ღირებულების მეორე სარგებლობა არის ის, რომ იგი რისკების ორ რეჟიმს გამოყოფს. რისკის ღირებულების შიგნით ტრადიციული სტატისტიკური მეთოდებიც საიმედო წყაროს წარმოადგენენ. შედარებით მოკლევადიანი სპეციფიკური მონაცემები შესაძლოა გამოყენებულ იქნას ანალიზის პროცესში. ალბათობის შეფასებას აქვს აზრი, რადგანაც არსებობს საკმარისი მასალა მათ გადასამოწმებლად. გარკვეულწილად შეიძლება ითქვას, რომ საქმიანობის სფეროს მიხედვით რისკების შემცირების მრავალი მექანიზმი უკვე მოქმედებს, ვინაიდან თანამედროვე კომპანიების ხელთაა ბევრი დამოუკიდებელი დაკვირვების შედეგი. რისკის მენეჯერები ხელს უწყობენ მსგავს რეჟიმში პროდუქტიულ რისკებზე წასვლას, რადგანაც მათი რეალური ღირებულება ძალიან დაბალია. როგორც წესი, მსგავს რისკებზე ადამიანები ძალიან ბევრს ფიქრობენ, რადგან ეს რისკები ხშირია, მაგრამ არ ფიქრობენ საკმარისად იმაზე, თუ რა შეიძლება მოხდეს უარეს შემთხვევაში.

რისკის ზღვარის ჩარჩოებს მიღმა ყველა აზრი უძღურია.

რისკების ანალიზი უნდა მოხდეს მიზანმიმართული სტრეს ტესტების მეშვეობით გრძელვადიანი და გაფართოებული საბაზრო მონაცემების საფუძველზე. ალბათობა ამ შემთხვევაში აზრს მოკლებულია. ზარალის განაწილებაზე ინფორმაცია რისკის ღირებულების მიღმა შეუძლებელი და უსარგებლოა. რისკების მენეჯერმა უნდა მოახდინოს კონცენტრირება სწორი გეგმის ჩამოყალიბებაზე, რათა შეამციროს ზარალი ან უკიდურეს შემთხვევაში გადაარჩინოს კომპანია თუკი ზარალის აცილება ვერ ხერხდება.

არსებობს კონტროლის სამი სახის სისტემა:

1. რისკის ღირებულებითი ზღვარი **ერთი საშთან** შეფარდებით ნორმას წარმოადგენს. მოსალოდნელია, პერიოდული რისკის ღირებულების წყვეტები. ზარალის განაწილებას გააჩნია ღრმა მიზეზები და შესაძლებელია ერთზე მეტი წყვეტა მოხდეს დროის მოკლე მონაკვეთში. პროექტი, რომელიც ვერ უშკლავდება სტანდარტული მოვლენების დროს რისკის სამჯერადი ღირებულების ზარალს, იმდენ ხანსაც კი ვერ გაძლებს, რომ შექმნას რისკის ღირებულების სწორი სისტემა.

2. რისკის ღირებულებითი ზღვარი **სამიდან ათამდე** შეფარდებით სტრეს ტესტის არეალს წარმოადგენს. ორგანიზაცია დარწმუნებული უნდა იყოს, რომ მათ გათვალეს ყველა შესაძლო პროგნოზირებადი მოვლენა, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს ზარალი და რომ შეუძლიათ გაუძლონ მათ. ეს მოვლენები იმდენად იშვიათია, რომ შეუძლებელია საიმედოდ შეაფასონ ალბათობა, ამრიგად მოგება-ზარალის გამოთვლები უსარგებლოა.

3. პროგნოზირებადი მოვლენები არ უნდა იწვევდნენ ისეთ რისკებს, რომლებიც **ათჯერ აღემატება** რისკის ღირებულებით ზღვარს. თუ ეს ასე უნდა მოხდეს მათი დაცვა, დაზღვევა. ეი უნდა იქნას დაზღვეული ან უნდა შეიცვალოს ბიზნეს გეგმა, რათა მოხდეს მათი თავიდან აცილება ან გაიზარდოს რისკის ღირებულება. შეუძლებელია პროექტის მართვა, თუ კი პროგნოზირებადი ზარალები წარმოადგენენ ყოველდღიური ზარალებიდან ყველაზე მასშტაბურ სიდიდეზე აღმატებულ სიდიდეს. რთულია დაგეგმო მართვის პროცესი მსგავსი მოვლენებისათვის, რადგან ისინი ცდებიან ყოველდღიური გამოცდილების ფარგლებს. რა თქმა უნდა იარსებებს რისკის ღირებულებაზე ათჯერ დიდი რაოდენობის გაუთვალისწინებელი ზარალები, მაგრამ მათი წინასწარი განსაზღვრა შეუძლებელია და პროექტებისთვის მათი განსაზღვრის მცდელობა ფუჭია. უმჯობესია, მკაცრად იქნას დაცული წესები იმ მოვლენებისათვის,

რომლებიც სამიდან ათამდე აღემატება რისკის ღირებულებას. ის გაზრდის შანსებს, რათა კომპანიამ გაუძლოს მსგავს გაუთვალისწინებელ ზარალებს, რაც აუცილებლად დადგება.

რისკების მენეჯერს აქვს ორი ფუნქცია: აიძულოს ხალხი შემთხვევათა 99%-ში წავიდეს მეტ რისკზე, ეს უფრო უსაფრთხოა, რათა გადარჩე შემთხვევათა 1%-ში, რომელიც ყველაზე კრიტიკულია, რისკის ღირებულება ამ შემთხვევაში წარმოადგენს ზღვარს.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე რისკების მართვა, მისი ღირებულების დადგენა და ზღვარის კონტროლი თანამედროვე მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანეს ამოცანას წარმოადგენს, რომლის წარმატებული დაგეგმვა-განხორციელება საქმიანობის წარმატებულობის პირდაპირ პროპორციულია.

ლიტერატურა

Referenses:

1. Jorion, Philippe (2006). *Value at Risk: The New Benchmark for Managing Financial Risk* (3rd ed.). McGraw-Hill. ISBN 978-0071464956.
2. S.A. Zenios and W.T. Ziemba (editors), *Handbook of Asset and Liability Management*, Volume 1 in Series of Handbooks in Finance, Elsevier Science B.V., 2006.
3. Kolman, Joe; Onak, Michael; Jorion, Philippe; Taleb, Nassim; Derman, Emanuel; Putnam, Blu; Sandor, Richard; Jonas, Stan *et al.* (April 1998). *Roundtable: The Limits of VaR. Derivatives Strategy.*

Maia Guntsadze

Value at Risk in Project Management

Summary

In modern business relationships Risk Management has a significant role. Risk is the possibility of loss or, they may prevent projects, corporations and other organizational structures to achieve objectives set.

Various types of risk management standards were developed in the world based on the economic science and management theories of project management institute that was resulted in the formation of professional risk management, control system and personnel responsible for risk results. The method evaluates risks, providing their security systems, based on the severity and not through mechanisms and concrete calculations.

In Financial Mathematics and Financial Risk Management the Value at Risk (VAR) is a widely used unit to measure risks of the loss of portfolio of concrete financial assets.

Value of Risk is defined as a marginal unit, acting above which creates and increases the risk of bankruptcy and/or failure. Probability of Value at Risk is

defined by the time horizon over the portfolio and reevaluates market price, being calculated irrespective to trade within the portfolio under normal market, by determining the Value of Loss at the level of given probability.

Keywords: Risks, Risk Types (financial, operational, legal, environmental, political), strategy, methods, hedging.

Reviewer: Professor Nino Jgamadze , Georgian Technical University

Maia Gunadze

Оценка риска и проблема определения грани в управлении проектами

Резюме

В современных деловых отношениях управление рисками играет особую роль. Риск является возможным допущением потери или ущерба, в результате которого проекты, корпорации и другие организационные образования, возможно, не смогут достичь поставленных целей.

Во всем мире образовалось несколько разных стандартов управления рисков на базе института менеджмента, науки экономики и теорий управления, результатом которого является формирование управления профессионального риска, стоимости, системы контроля и кадров. Метод оценивает риск, обеспечивает их систему безопасности исходя из сложности и с помощью не механизма и конкретных калькуляций.

В менеджменте финансовой математики и финансового риска оценка/грань риска (VaR – Value at risk) широко использована с целью определения величины рисков проигрыша портфеля единиц определенных финансовых активов.

Оценка риска определяется, как такая ограниченная единица, выше которой деятельность создает и увеличивает риски банкротства и/или безуспешности. Стоимость риска определяется вероятностью с учетом горизонта времени на портфель и осуществляет переоценку рыночной стоимости, считается в нормальных рыночных условиях без учета текущей торговли в портфеле, установлением стоимости убытка на уровне данной вероятности.

Ключевые слова: стоимость/грань риска, потери, ущерб, управление, типы рисков (финансовый, операционный, юридический, внешний, политический), стратегии, методы, хеджирование.

Рецензент: профессор Нино Джгамадзе. Грузинский технический университет.

ს ა მ ა რ თ ა ლ ი

ელა კუსიანი

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო – დემოკრატიის იდეალი?

2010 წლის პირველი ოქტომბრიდან საქართველოში მოქმედებს ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტი, რომელიც მიზნად ისახავს ყველა მოქალაქის პირდაპირ, უშუალო მონაწილეობას მართლმსაჯულების განხორციელებაში. 12 ნაფიცი მსაჯულისაგან შემდგარი სასამართლო, რომლის განსჯადობაც მოიცავს მხოლოდ შერჩეულ დანაშაულებს (საწყის ეტაპზე, 2012 წლამდე, დადგენილია ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს იურისდიქციის გავრცელება საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 109-ე მუხლის საქმეებზე - მკვლელობა დამამძიმებელ გარემოებებში - ისიც მხოლოდ თბილისის საქალაქო სასამართლოში), გადაწყვეტს პირის ბრალეულობის საკითხს.

პირველად 2004 წლის 6 თებერვლის კონსტიტუციური ცვლილებით დამკვიდრდა ნაფიც მსაჯულთა მონაწილეობა მართლმსაჯულების სისტემაში. საქართველოს კონსტიტუციის 82-ე მუხლს დაემატა მე-5 პუნქტი, რომლის თანახმად, “საერთო სასამართლოებში საქმეები ნაფიცი მსაჯულების მიერ განიხილება კანონით გათვალისწინებულ შემთხვევებში და წესით”.

აღნიშნული საკანონმდებლო ნოვაცია საქართველოში მიმდინარე სასამართლო რეფორმის შემადგენელი ნაწილია, რომელიც მიზნად ისახავს შევსებრებითი და უფრო დემოკრატიული სისხლის სამართლის სისტემის შექმნას.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს შემოღების მიმართ ქართველ იურისტთა წრეებში არაერთგვაროვანი დამოკიდებულება არსებობს. ერთი-ერთი გავრცელებული მოსაზრებით, უნდობლობა უცოდინრობით არის გამოწვეული. კერძოდ, საზოგადოება არ არის გათვითცნობიერებული ამ ინსტიტუტის შესახებ. სკეპტიკურად განწყობილი ნაწილი კი თვლის, რომ ქართული საზოგადოება არ არის მზად ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოსათვის. არ გააჩნია ასეთი სახის სამოქალაქო პასუხისმგებლობის ტრადიცია.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო მსოფლიოში კარგად აპრობირებული ინსტიტუტია. იგი დღესაც წარმატებით მოქმედებს ზოგიერთ ქვეყანაში, ზოგან გაუქმდა, ზოგან კი სახეშეცვლილია. იგი დინამიურად ვითარდება საზოგადოების განვითარების პარალელურად.

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტის განხილვა დემოკრატიული ღირებულებების კონტექსტში და გაანალიზება იმისა, თუ რამდენად არის ის საშუალება დემოკრატიული მართლმსაჯულების შენებისათვის. ასევე განხილული იქნება ისეთი პრობლემატური საკითხები როგორცაა: ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს კომპეტენცია, მიუკერძოებლობა, ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტის როლი დემოკრატიზაციის პროცესში.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს კომპეტენცია

გავრცელებული მოსაზრებით ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო გვაქვს მხოლოდ იქ, სადაც არსებობს ორი ერთმანეთისაგან იურისდიქციულად დამოუკიდებელი, ფუნქციურად ავტონომიური ნაწილისაგან შემდგარი სასამართლო წარმონაქმნი, რომელთაგან არაპროფესიონალური ნაწილი – ნაფიც მსაჯულთა უიური, მეორე ნაწილისაგან, პროფესიონალი მოსამართლისაგან დამოუკიდებლად, მისი მონაწილეობის გარეშე, ვითარცა “სინდისის სასამართლო”, თავის რწმენისამებრ წვევებს ფაქტის საკითხებს. სამართლის ყველა საკითხს კი წვევებს პროფესიონალი მოსამართლე – ნაფიც მსაჯულთა მონაწილეობის გარეშე. ეს არის ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს “ოქროს წესი”, რომლის დარღვევა მოასწავებს ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს ინსტიტუციური თვითმყოფადობის არა მხოლოდ შელახვას, არამედ მის გაუქმებას.

სასამართლო სისტემების ძირითად კრიტერიუმთა საფუძველზე კლასიფიკაციების მიხედვით ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო არ წარმოადგენს რომელიმე ტიპის სასამართლოს, ანდა სასამართლო სტრუქტურას, ორგანიზაციულად, იგი არის საქმეთა განხილვის ანუ მართლმსაჯულების განხორციელების ერთ-ერთი სპეციფიკური ფორმა.

ხალხის უშუალო მონაწილეობა მართლმსაჯულების განხორციელებაში, არის პრინციპი, რომელიც გამოხატავს მართლმსაჯულების დემოკრატიულ საწყისს და საზოგადოების სამართლებრივი კულტურის უმნიშვნელოვანეს ელემენტსაც წარმოადგენს. ხალხის უშუალო მონაწილეობა უკეთ უზრუნველყოფს სახელმწიფო ხელისუფლების სოციალურ კონტროლს, ხელს უშლის “ხალხის ინტერესებიდან მის დისტანცირებას”, რითაც ხელს უწყობს სასამართლო ხელისუფლებას, რადგან ზნეობრივად ამტკიცებს მას, უმაღლებს

ავტორიტეტს, საზოგადოებაში ამკვიდრებს სამართლიანობის განცდას.

საკამათო არ არის, რომ ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო ყოველთვის ობიექტურ გადაწყვეტილებას ვერ მიიღებს. დიდია უფსკრული თანამედროვე დავების სირთულესა და ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს კვალიფიკაციას შორის. ხშირია შემთხვევები, როცა ერთია კანონის მოთხოვნები და მეორეა მართლმსაჯულება. კანონი უნდა ექვემდებარებოდეს დემოკრატიულ ინტერპრეტაციას, იმდაგვარად რომ მასში აისახოს საღი აზრი და საზოგადოების ღირებულებები, ვისი სახელითაც არის დადგენილი კანონი.

დემოკრატიული საზოგადოება გულისხმობს დამოუკიდებელი სასამართლო სისტემის არსებობას, რომელიც კანონიერებაზეა დაფუძნებული და პოლიტიკურ და იდეოლოგიურ გავლენებს არ ექვემდებარება.

მართლმსაჯულების განხორციელება არ ნიშნავს იმის კეთებას რაც პოპულარულია. დემოკრატიული საზოგადოება, უმრავლესობის ნების მიუხედავად იცავს არაპოპულარული (რიგითი მოქალაქის) პიროვნების თავისუფლებას.

გამოთქმულია მოსაზრება, რომ ადამიანის უფლებები და დემოკრატია “ურთიერთდამოკიდებულია და ურთიერთგანამტკიცებელი”. ადამიანის უფლებების დაცვა და კანონიერების უზრუნველყოფა არა თუ განვითარებულ, არამედ განვითარებად ქვეყნებშიაც კი, ყველაზე კარგად დემოკრატიული პრინციპების დაცვის ხარჯზე ხდება. ადამიანის უფლებებისა და თავისუფლებების დაცვა აუცილებელია თავად დემოკრატიის არსებობისათვის.

ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტის შესწავლა ამავდროულად გვასწავლის, როგორ მიიღწევა დემოკრატია, როგორია ხალხის თვითმმართველობის უნარი. ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო ააშკარავებს დემოკრატიის მანკიერებებს და ღირსებებს, ამასთან, ხელს უწყობს საზოგადოებაში დემოკრატიული ფასეულობების დამკვიდრებას, კანონისადმი, სასამართლო გადაწყვეტილებებისადმი პატივისცემის გაზრდის ანუ საზოგადოების სამართლებრივი კულტურის ამაღლების გზით.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს მიუკერძოებლობა

დამოუკიდებლობის ნიშნის გარეშე სასამართლო საერთოდ კარგავს თავის ინტიტუციურ თვითმყოფადობას და

სახელმწიფოებრივ-სამართლებრივ დანიშნულებას, რადგან სასამართლო ხელისუფლების დამოუკიდებლობა სამართლებრივი, დემოკრატიული სახელმწიფოს ფუნდამენტური ნიშანია.

ნაფიც მსაჯულთა კოლეგიის უმთავრესი ღირსებაა არა მარტო ის, რომ მსაჯულებში თავს იყრის ხალხური სიბრძნე, მათი ცხოვრებისეული გამოცდილება და სამართლიანობის გრძნობა, არამედ ისიც, რომ ისინი გაცილებით დამოუკიდებელნი და შეუბოჭავნი არიან, ვიდრე თავიანთი თანამდებობრივი მდგომარეობითა და მისგან გამომდინარე პასუხისმგებლობით “დამძიმებული” მოსამართლე ჩინოვნიკები. მით უფრო რომ ამ უკანასკნელთაგან განსხვავებით, მსაჯულები არავის წინაშე არ აგებენ პასუხს მიღებული გადაწყვეტილებისათვის, მათ ვერდიქტის დასაბუთებაც კი არ ევალებათ. ამასთან, ფაქტის სწორად დადგენა უფრო შესაძლებელია 12 პირის მსჯელობის შედეგად, ვიდრე ერთი მოსამართლის მიერ.

პირდაპირი და ერთობლივი მონაწილეობა სასამართლო განხილვაში, შეხედულებათა მრავალფეროვნება, ერთსულოვნების აუცილებლობა ვერდიქტის მისაღწევად, ხმათა თანაბარი ძალა - ქმნის პირობებს დემოკრატიული განსჯისათვის. ამასთან მართლმსაჯულება უფრო სანდოა და დამაჯერებელი, როცა ის არის პროდუქტი მთელი საზოგადოების წარმომადგენელთა ბჭობის.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო ამკვიდრებს უფრო პროგრესულ სისტემას – შეჯიბრებით პროცესს, მაქსიმალურად ითვალისწინებს მხარეთა თანასწორობას, განსასჯელს აძლევს თავის დაცვის უფლების სრულიად რეალიზაციის საშუალებს. როდესაც მოსამართლეს უხდება არაპოპულარული გადაწყვეტილებების გამოტანა, იგი ექცევა საზოგადოების ან თანამდებობის პირების მხრიდან კრიტიკის ქარცეცხლში. ნაფიცი მსაჯულები კი საქმის დამთავრების შემდეგ ინარჩუნებენ ანონიმურობას და ნაკლებად ემუქრებათ აღნიშნული საფრთხე. ისინი არანაირად არ არიან დაკავშირებულნი სახელმწიფოსთან და არა აქვთ პოლიტიკური ამბიციები, რაც ხაზს უსვამს მათ ჭეშმარიტად დემოკრატიულ ხასიათს.

ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტის დემოკრატიულობის ერთ-ერთი ნიშანი არის მისი წარმომადგენლობითი ხასიათი. ამ მხრივ გამოირჩევა თანამედროვე ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო, რომელიც საზოგადოების გაცილებით ფართო წრის ინტერესებს წარმოადგენს, ვიდრე ეს იყო მე-18 საუკუნეში, როდესაც ნაფიც

მსაჯულთა სასამართლო ძირითადად დაკომპლექტებული იყო საშუალო ასაკის მიწათმესაკუთრე მამაკაცებით.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო და დემოკრატია

გამოთქმულია მოსაზრება, რომ დემოკრატიული მმართველობისათვის აუცილებელია ცივილიზაციის მაღალი დონე. რასაკვირველია, განათლებული მოსახლეობა დემოკრატიის განმამტკიცებელი ფაქტორია, რომელიც ასუსტებს განხეთქილებას მმართველებსა და მართულებს შორის, მაგრამ არ არსებობს მაგალითები, რომ ფორმალური განათლების არ ქონას ხალხი იმდენად უმეცარი გაეხადა, რომ ვერ გაეაზრებინა პრობლემები, რომლებიც მათ ცხოვრებას ეხებოდა, ან ხელში ვერ აეღო თავის ბედზე პასუხისმგებლობა.

საზოგადოების დემოკრატიული მოწყობის დროს ის უფლებები, რომლებიც უზრუნველყოფენ საქმიანობით, საცხოვრებლით, კვებით, ცხოვრების ღირსეული დონით, განათლებით და ა.შ. სამოქალაქო საზოგადოების საფუძვლად ითვლება. საზოგადოება, რომელშიც ბევრი შიმშილობს მხოლოდ ოდნავ შეიძლება მიუახლოვდეს დემოკრატიას. ადამიანის უმნიშვნელოვანესი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, რაც მისი სიკვდილისგან გადარჩენას უზრუნველყოფს - დემოკრატიის აუცილებელი პირობაა.

შესაბამისად, ქვეყანაში არსებული სოციალური მდგომარეობა მეტყველებს და ამავდროულად განაპირობებს კიდევ დემოკრატიის ხარისხს სახელმწიფოში.

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს ვერდიქტის დემოკრატიულობის ხარისხი პირდაპირ პროპორციულ დამოკიდებულებაშია ქვეყანაში არსებულ დემოკრატიის ხარისხთან. თუ სახელმწიფო რეალურად არ არის დემოკრატიული, ნებისმიერი დემოკრატიული ინსტიტუტის არსებობას ექნება მხოლოდ და მხოლოდ ფორმალური ხასიათი. ასეთ შემთხვევაში სამართლიანობისათვის ბრძოლა ხდება გამირობის ტოლფასი.

დღესდღეობით სულ უფრო მეტი და მეტი ქვეყანა ირჩევს დემოკრატიზაციის სხვადასხვა სტრატეგიებს და ახორციელებს რეფორმებს თავიანთი სამართლებრივი სისტემისათვის.

დემოკრატიზაცია ისეთი ინსტიტუტების ჩასახვის, დამკვიდრების, სრულყოფის და განვითარების პროცესია, რომლებიც უზრუნველყოფენ საზოგადოებრივ ურთიერთობათა ფორმირებას თითოეული პიროვნების ნების თავისუფალი

გამოვლენის, თანხმობისა და თანასწორობის საფუძველზე. ესაა პროცესი, რომლის დროსაც იზრდება ადამიანთა დამოუკიდებელი, თავისუფალი მონაწილეობა საზოგადოებრივ ცხოვრებაში. სუსტდება მათზე გარეგანი ზემოქმედება, მაღლდება რიგითი ადამიანების ღირსების პატივისცემა და მათი დაცულობის ხარისხი.

ცხოვრების დემოკრატიზაცია გულისხმობს ყველა მოქალაქის არსებობის სოციალური პირობების გათანასწორებას, მოთხოვნილებებისა და ინტერესების რეალიზაციისათვის თანაბარი პირობების შექმნას, განსხვავებით ანტიკური დემოკრატიისაგან, რომელიც არ იცნობდა პიროვნების უფლებებსა და თავისუფლებებს, ამიტომ მას არცთუ იშვიათად უმრავლესობის დესპოტიზმს უწოდებდნენ.

დემოკრატიზაციის პროცესში ბევრი ქვეყანა განიხილავდა და განიხილავს ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო სისტემის შემოღების საკითხს.

მიუხედავად იმისა, რომ ჟიურის შესაძლოა ჰქონდეს გარკვეული სასარგებლო ეფექტი, არავინ უნდა იფიქროს, რომ სისხლის სამართლის ჟიური არის დემოკრატიის აუცილებელი მახასიათებელი თანამედროვე გლობალურ საზოგადოებაში. არაპროფესიონალების მიერ ბრალდებულთა გასამართლება გარკვეული ფორმით უდავოდ არის დომინანტი მსოფლიოს დემოკრატიებს შორის, მაგრამ “თანასწორთა სასამართლოს” მოდელი, არ არის აუცილებლად დემოკრატიის ტრიუმფი. შესაძლოა, ნორმატიულად კარგი გამართლება არსებობდეს ჟიურის ხელის შეწყობისათვის, მაგრამ ეს არ არის დემოკრატიის მიღწევების აუცილებელი ინდიკატორი.

ამასთან, ნაფიც მსაჯულთა სასამართლოს შემოღება გულისხმობს იმ საზოგადოების კულტურული განვითარების შესაფერის დონეს, რომელშიც ამ სასამართლომ უნდა იფუნქციონიროს. იგი გულისხმობს საზოგადოების მართლშეგნების სათანადო დონესაც, რადგან მსაჯულები სწორედ ამ საზოგადოებიდან არიან შერჩეულნი.

ეს სისტემა ეფუძნება რწმენას, რომ საზოგადოებას კარგად აქვს გათავისებული მართლმსაჯულების არსი და მას შეუძლია და ვალდებულია კიდევ თავისი თანამემამულე დაიცვას სახელმწიფოს უსამართლო ძალადობისგან.

დასკვნა

ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო უადრესად წინააღმდეგობრივი ინსტიტუტია. ალბათ ამიტომაც აღნიშნავს ჯეფრი აბრამსონი თავის ნაშრომში “ჩვენ, ნაფიცები”, რომ “ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო დემოკრატიის ყველაზე უკეთესი და ამავდროულად ყველაზე უარესი მონაპოვარია” და ამის მაგალითად მოჰყავს ისტორიულად ცნობილი ვერდიქტები, რომლებიც დღემდე გვაოცებს: ნაფიცმა მსაჯულებმა ათენში სოკრატეს სიკვდილით დასჯა მიუსაჯეს სახელმწიფოს წინაშე ჩადენილი რელიგიური დანაშაულისათვის, ინგლისში – ციხეში წასვლა ამჯობინეს უილიამ პენის დადანაშაულებას, სეილემში ქალები დაადანაშაულეს გრძნეულებაში, ამერიკაში კი წინააღმდეგობა გაუწიეს “კუდიანების” (პროგრესულად განწყობილი ადამიანები) დევნას, სამხრეთ ამერიკაში გაათავისუფლეს ვეჭილები, რომელთაც ლინჩის წესით გაასამართლეს აფრიკელი ამერიკელები, ჩრდილოეთში კი მათ შეიფარეს გაქცეული მონები და აბოლიციონისტები (ისინი მიზნად ისახავდნენ ზანგების მონობის გაუქმებას აშშ-ში).

როგორც ვხედავთ საქმე გვაქვს ორ უკიდურესობასთან, რაც მცდარობის წყაროა. ჭეშმარიტება როგორც იტყვიან “სადღაც შუაშია”. მაგრამ სად არის ეს ოქროს შუალედი?

რამდენად ეფექტურად “იმუშავებს” ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტი ამა თუ იმ ქვეყანაში, დამოკიდებულია რიგ ფაქტორთა ერთობლიობაზე.

რაც შეეხება ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტის ქართულ სინამდვილეში დამკვიდრებას, ბევრი სირთულე შეიძლება ახლდეს ცხოვრების იმ სტილის გათვალისწინებით, რომელიც ჩვენთან არსებობს. გამოთქმულია მოსაზრება, რომ ინსტიტუტი უნდა დამკვიდრდეს არა რადიკალურად და ფართოდ, როგორც ეს სხვა ქვეყნებშია. ასევე, ბევრი სამუშაოა ჩასატარებელი ამ ინსტიტუტის პოპულარიზაციისა და განმარტებისათვის.

საზოგადოების წევრები არ უნდა იყვნენ უცხონი კანონებისა და მოსამართლეთა პროფესიული ენის მიმართ. სისხლის სამართლის მართლმსაჯულების განხორციელებას საზოგადოება უნდა განიხილავდეს საერთო საქმედ და არა კონკრეტული პიროვნების პრობლემად.

იმისათვის, რომ დემოკრატიულმა იდეალმა ხორცი შეისხას პრაქტიკაში, საჭიროა სათანადო მექანიზმის არსებობა,

სახელმწიფო სტრუქტურების სახით, რომლებიც მოქმედებენ კანონმდებლობისა და კონსტიტუციის შესაბამისად.

პასუხი კითხვაზე - არის თუ არა ნაფიც მსაჯულთა ინსტიტუტი დემოკრატიის იდეალი – თავისთავად ცხადია. ნაფიც მსაჯულთა სასამართლო არის ერთ-ერთი ინსტიტუტი სხვა მრავალთა შორის, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყო დემოკრატიის ზრდას.

მართალია, ვერცერთი სახელმწიფო ვერ ახდენს, პრაქტიკულად, მთელი სისრულით საზოგადოებრივი კონტროლისა და პოლიტიკური თანასწორობის პრინციპის რეალიზაციას, მაგრამ დემოკრატიზაციის პროცესი უსასრულოა. ყოველი ჯანსაღი საზოგადოება ილტვის დემოკრატიზაციის სრულყოფისაკენ, ვინაიდან ეს არის სოციალური პროგრესის ძირითადი ფაქტორი.

ლიტერატურა

Referenses:

1. saqarTvelos konstitucia, 1995
2. ganmartebiTi baraTi saqarTvelos kanonis proeqtze “saqarTvelos sixxlis samarTlis saprocso kodeqsi”, 2010
3. iorhendi I., natic msajulTa sasamarTlo, Tb., 2009
4. vidmari n., natic msajulTa sasamarTlo (saerTo samarTlis qveynebi), Tb., 2005
5. gabisonia i., natic msajulTa, magistratTa da momrigebeli sasamarTloebi, Tb., 2008
6. gabisonia i., natic msajulTa SerCevis, Semadgenlobis formirebisa da misi funcionirebis ZiriTadi sakiTxebi, Journ. “marTlmsajuleba da kanoni”, 2006, #1
7. gabisonia i., natic msajulTa sasamarTlo, Journ. “marTlmsajuleba da kanoni”, 2005, #5
8. liluaSvili T., gaamarTlebs Tu ara natic msajulTa sasamarTlo?!, Journ. “samarTali”, 1992, #5
9. biThemi d., demokratia: kiTxvebi da pasuxebi, Tb., 1998
10. saerTaSoriso konferenciis masalebi, demokratizacia: Teoria da praqtika, Tb., 1993
11. Maxwell O. Chibundu, The Jury Trial and Democratic Values: On The Twenty-First Century Incarnation of an Eighteenth Century Institution, University of Maryland School of Law, Legal Studies Research Paper No. 2006-45,2
12. Leib, Ethan J., A Comparison of Criminal Jury Decision Rules in Democratic Countries. Ohio State Journal of Criminal Law, Vol. 5, 2008

13. Felix Herzog, Philosophical and Social View of the Jury: Could It Have a Renaissance in Germany?, in Lay participation in the criminal trial in the XXist century, 72 Revue Internationale De Droi Penal (2001), at 553-57

14. http://www.amazon.com/We-Jury-System-idealDemocracy/dp/0674004302#reader_0674004302

Ella Kusiani

Jury trial - democratic ideal?

Summary

Jury trial has its roots from the early stage of creation of states. It is a legal institute that has the oldest traditions that during the centuries provided invaluable service and played a great role in development of justice in many countries and in establishment of democracy.

Jury trial, as a democratic institution, is considered to be the ancient ancestor in ancient Athens current dicasteria, the same heileia. People judges are called dicasters and helaesters.

The idea that citizens must have the right to vote appeared in BC V-VI centuries in Athens. In comparison with current democratic society the government of Athens was less democratic; it was a democracy for favorites (when close to free citizens existed also slaves).

Each specific historical society is characterized by specific estimation and the hierarchy of such estimations. Estimating systems are formed and are changed with historical development of society. Although, exist so-called absolute, universal values. These values by their importance for everyone and any time are valued. Values are connected with ideals and their identification often happens. An ideal for people is desired, wished, perfect essence that cannot be and cannot become a reality, although his aspiration is positively examined.

Jury trial is a highly controversial institute. That is why maybe Jeffrey Abramson notes that “jury trial is the best democratic and at the same time the worse achievement” and as the example of it he makes well-known verdicts that astonish us still today: in Athens by Jury Socrates was sentenced to death because of religious crime committed before the state, in England- William Penny chose to go to prison rather than inculcating, in South America the solicitors were released who were condemned under Lynch's law by Africans-Americans, in north they were sheltered by runaway slaves and abolitions (their aim was to abolish slavery of Negros in USA).

As we see we have two extremes that is the source of false. The truth as it is said “is somewhere in the middle”. But where is this golden mean?

How effectively jury institute “will work” in this or that country depends on the unity of number of factors.

As regards inculcation of jury institute in Georgian reality, it may have many complications regarding the style of the life that exists here. It is said the opinion that an institute must inculcate not radically and widely, as it is in other countries. Also, the work must be carried out for popularization and explanation of the institute.

Members of society must not be unknown towards laws and professional language of judges. Society must carry out realization of criminal law judges and not as the problem of one specific person.

For democratic ideal to be used in practice, it is necessary the existence of appropriate mechanism, as the types of state structures that act according to legislation and constitution.

The answer on the question- if jury trial institute is democratic ideal- is evident in itself. Jury trial is the only institute among others that must help to the increase of the democracy.

It is true that no one state can realize the principals of control of society and political equality, but the process of democracy is endless. Each strong society wants to improve democratization, as it is general factor of social progress.

Keywords: Jury institute, democratic justice, independent court, jury impartiality

Reviewer: Professor Irine Bokhashvili, Ivane Javakhishvili Tbilisi State University.

Елла Кусиани

Суд присяжных – идеал демократии?

Резюме

Суд присяжных своими корнями уходит далеко во времена раннего этапа становления государств. Это правовой институт с древними традициями, который на протяжении веков сослужил неоценимую службу и сыграл огромную роль в развитии правосудия и демократического становления многих стран мира.

Древним предком суда присяжных, как демократического института, считается существующий в древних Афинах – Дикастериас, тот же Геилеиас. Народных судей называли Дикастеры и Гелеасты.

Идея, что у ряда граждан должно быть право голоса, появилась в V-VI веках до н.э. в Афинах. По сравнению с сегодняшним

демократическим обществом, государство Афин было менее демократичным, это была демократия для избранных (тогда вместе со свободными гражданами существовали рабы).

Каждое конкретное историческое общество характеризовалось специфическими стоимостными оценками и так называемой иерархией этих стоимостей. Стоимостные системы формируются и меняются вместе с историческим развитием общества. Однако, существуют т.н. абсолютные или всеобщие стоимости. Эти стоимости своим значением для всех и всех времён являются ценными. Стоимости связаны с идеалами и часто отождествляются с ними. Идеал представляется людьми как предмет мечты, желания, полноценности, который не может быть и не может стать реальностью, правдой, но стремление к нему оценивается позитивно.

Суд присяжный глубоко противоречивый институт. Наверное потому отмечает Джеффри Абрамсон, что «Суд присяжных одновременно самая лучшая и самая худшая демократическая находка» и в пример к этому приводит известные исторические вердикты, которые удивляют по сегодняшнему дню: В Афинах присяжные Сократу присудили смертельный приговор из-за совершения религиозного преступления перед государством, в Англии – посчитали лучшим сесть в тюрьму, чем обвинить Уильяма Генеса, в Южной Америке освободили адвокатов, которые по способу Линча осудили Афро – Американцев, а на севере они укрыли беглых рабов и аболуцианистов (они имели целью отмены рабства негров в Америке).

Отсюда видно, что мы имеем дело с двумя крайностями, что является ошибочным источником. Истина, говорят «где-то по середине». Но где эта золотая середина?

Насколько эффективно «будет работать» институт присяжных в той или иной стране, зависит от совокупности ряда факторов.

Что касается становления института присяжных в Грузинской действительности, может возникнуть много трудностей исходя из стиля жизни, который у нас существует. Высказано мнение, что институт должен основываться не радикально и широко, как это имеет место в других странах. Так же, много нужно работать для популяризации и упрощения этого института.

Члены общества не должны отчуждаться от профессионального языка закона и судей. Осуществление уголовного правосудия общество должно рассматривать как общее дело, а не как случай конкретного лица.

Для того, чтобы демократический идеал воплотился на практике, должен существовать соответствующий механизм, в лице государственных структур, которые действуют в согласии с законом и конституцией.

Ответ на вопрос – является или нет институт присяжных демократическим идеалом – разумеется да. Суд присяжных является одним из множества институтов, которые должны содействовать росту демократии.

Правда, не одно государство, практически, не имеет полного общественного контроля и полной реализации равенства политических принципов, но демократический принцип безграничен. Каждое здоровое общество стремится к демократической полноценности, так как это является главным фактором социального прогресса

Ключевые слова: институт присяжных, демократическое правосудие, независимый суд.

Рецензент: профессор Ирине Бохашвили, Тбилисский государственный университет им. Ив.Джавахишвили

Александр Черкасов, Вячеслав Меньковский
Правовое регулирование питейного дела в России
в годы Первой мировой войны (1914–1917 гг.)

Ограничение или запрещение употребления спиртных напитков на территории Российской империи, СССР и постсоветского пространства является делом перманентным. С явлением, получившем название алкоголизм, боролись и при царях, и при генсеках, и, сегодня, при президентах. В данной статье мы хотели бы уделить внимание правовому регулированию питейного дела на примере периода Первой мировой войны.

Не секрет, что на Руси пили всегда, однако подъем, а затем и взрыв алкоголепотребления в городских поселениях и позднее среди части крестьянства произошел в период становления и развития капитализма, в XVI—XVIII и особенно в XIX — начале XX в. У значительной части населения изменилось употребление алкоголя. Прежде оно было редким, опьянение — легким; стало — частым и обильным, опьянение — тяжелым, оглушающим, особенно в водкопотребляющих странах. По заключению выдающегося русского психиатра-исследователя алкогольного вопроса И. А. Сикорского, «раньше было **пьянство**, а с XIX века начался **алкоголизм** с его неизбежными последствиями, до алкоголизма всего населения включительно» [1]. К физическим последствиям алкоголизма относились: 1) усиление заболеваемости населения; 2) возрастание смертности; 3) увеличение числа внезапных смертей; 4) сокращение продолжительности жизни. К нравственным — или к ухудшению нервно-психического здоровья населения — относились: 1) увеличение числа преступлений; 2) понижение нравственности; 3) возрастание нервных и психических болезней; 4) увеличение числа людей с изменившимся характером; 5) расстройство привычек и способности к созидательному труду. Все эти последствия накапливались. Употребление алкоголя стало грозить поступательному развитию человечества и даже существованию отдельных этносов.

Из европейских народов особую опасность испытывали народы северных стран: России, Финляндии, Норвегии, Швеции. Во-первых, они производили и употребляли главным образом крепкий или концентрированный алкоголь (водку), который действует на человеческий организм наиболее быстро, сильно и длительно. Во-вторых, поскольку «спиртные напитки», особенно принятые в значительных дозах, быстро понижают температуру тела, то холодный климат увеличивает опасность алкогольных отравлений и смерти.

Рассматривая последнюю особенность, И. А. Сикорский писал:

«...нельзя не прийти к заключению, что, ввиду своего климата, русский народ, для своего физического самосохранения, должен быть более трезвым, нежели другие народы» [2].

Власть в условиях усугубления алкогольной зависимости населения сперва пыталась понять это социальное явление, однако вскоре перешла к активным противодействующим мерам. Сложный процесс подготовки государственного регулирования питейного дела начался в период царствования императора Александра III. Именно в это время рассматривался и обосновывался целый ряд законопроектов, среди которых были создание Попечительства о народной трезвости и введения винной монополии. Однако внезапная смерть в 1894 г. не позволила Александру III реализовать задуманное, и это стало делом его сына императора Николая II.

Общеизвестно, что питейный вопрос прошел красной нитью во внутренней политике царствования императора Николая II. Введенная С. Ю. Витте винная монополия приносила российской казне огромные средства. Достаточно отметить, что одним из трех источников внутреннего накопления для введения в России золотого рубля стала она — винная монополия. Так, в 1890-х гг. в бюджет государства поступало более 250 млн. руб. от питейных сборов, что составляло четверть от всего дохода страны [3], к 1914 г. винная монополия давала ежегодно около 1 млрд. руб. при общем доходе государства в 3,5 млрд. руб. [4]

Приведем некоторые цифры с территории окраин. Так, например, в 1902 г. в Сочи винная лавка реализовала по твердым ценам хлебного вина на 110 тыс. руб., а в 1903 г. и того больше — на 120 тыс. руб. Для примера: за 1903 г. сочинцами было куплено, в т. ч. на продажу, 20 тыс. ведер хлебного вина [5], т. е. почти 55 ведер в день.

Алкогольная зависимость или пьянство стали бичом российских окраин в начале XX в. Пьянство стало и едва ли не закономерным явлением асоциального поведения населения. Достаточно отметить, что значительная часть (если не говорить основная) преступлений совершалась лицами или против лиц, находящихся в состоянии алкогольного опьянения. Именно пьянство способствовало распространению преступных действий на территории Сочинского округа. Приведем несколько весьма характерных примеров. Так, 7 апреля 1903 г. в Хосте двое рабочих в нетрезвом состоянии затеяли драку, во время которой один из них повалил своего противника на землю и камнем разбил ему голову. Потерпевший скончался на месте, а виновный был арестован [6].

В ночь с 1 на 2 января 1904 г. трое русских поселян, отметив Новый год, заказали пролетку до Сочи (из пригорода). Повезли их двое

инородцев, через некоторое время один из пассажиров обнаружил, что их везут не в том направлении и высказал свое недоумение. В результате этого инородцы применили холодное оружие, среди потерпевших было двое раненых, а третий в алкогольном беспамятстве выброшен в канаву [7]. Другой случай произошел в Адлере. 1 июня 1914 г. у спавшего в нетрезвом виде на улице Е. Турничика неизвестные похитили 360 золотых рублей [8].

Винная монополия, как и практически все мероприятия русской администрации, подвергалась жестокой критике со стороны общества. Тезис несогласных о том, что «государство спаивает народ», как нам представляется, не выдерживает критики. Сама монополия не имела непосредственного отношения ни к развитию, ни к уменьшению пьянства. Государственная винная монополия не пыталась ограничить потребление спиртных напитков, но и не занималась питейной рекламой и продажей в кредит. В то же время старая «откупная» система создавала особый класс людей, заинтересованных в увеличении сбыта крепких напитков. Таким образом, винная монополия на корню пресекала рекламу алкогольного питья.

Помимо этого, монополия дала государству более значительный доход, чем прежние системы обложения, — не за счет увеличения пьянства, а путем присвоения себе той доли, которая раньше составляла «барыш» посредников. Как отмечал С. С. Ольденбург: «Этот косвенный налог — существующий во всех странах в том или ином виде — шел полностью в государственную казну» [9].

Был и еще один существенный плюс винной монополии. Государству было гораздо легче, если бы оно захотело ограничить или полностью запретить торговлю спиртными напитками.

Первым шагом в борьбе с алкоголизмом стало создание в 1894 г. из государственных и частных служащих Попечительств о народной трезвости. Благодаря самоотверженному труду русских трезвенников и попечителей, среди которых можно назвать протоиерея П. А. Миртова, предпринимателя из крестьян члена III Государственной Думы М. Д. Чельшова, врача А. М. Коровина и других, движение получило наибольшее развитие в 1907—1914 гг. Тогда же были проведены некоторые противополиальные меры: военное ведомство приказом 30 декабря 1908 г. отменило выдачу чарки водки нижним чинам и запретило продажу крепких спиртных напитков в солдатских лавках и буфетах. По призыву Св. Синода с 1909—1910 учебного года стало проводиться противополиальное просвещение и подготовка к трезвенной пастырской деятельности в духовных семинариях. 16 ноября 1911 г. III Государственная Дума приняла законопроект о мерах борьбы с пьянством [10].

Данная деятельность позволила Николаю II 30 января 1914 г. заявить о необходимости изыскания иных средств государственных доходов, чем казенная продажа алкоголя, что сняло многие препятствия на пути народного самоспасения.

Не представляет секрета то, что Николай II серьезно думал о том, чтобы навсегда воспретить в России употребление алкогольных напитков, и этот случай вскоре представился.

18 июля 1914 г. (по старому стилю) в связи с началом Первой мировой войны и объявлением всеобщей мобилизации в стране было полностью прекращено производство и продажа алкогольной продукции [11]. Быстрому и эффективному прекращению производства данной продукции в период военного времени государство было обязано введенной ранее винной монополии. Сперва прекращение продажи питей распространялось лишь на период мобилизации, то есть до 29 июля, но впоследствии запрет был бессрочно пролонгирован.

Очевидно, что некоторая часть населения не желала изменять устоявшимся привычкам. В результате одним из первых случаев нарушения запрета был зафиксирован уже в конце июля 1914 г. Так, «Черноморская газета сообщала», что чинами сысского отделения задержан некий Голоянц за тайную продажу вина в своей квасной будке в Новороссийске. У него было отобрано 42 бутылки [12].

20 августа 1914 г. «Черноморская газета» опубликовала приказ полицмейстера Черноморской губернии Д.И. Стоецкого, в котором отмечалось, что согласно закону арестованные в публичном месте лица, находящиеся в состоянии алкогольного опьянения подвергаются: в первый раз – аресту от 7 до 14 дней или взысканием штрафа от 25 до 50 руб.; во второй раз – аресту от 2-х недель до 1 месяца или штрафом от 50 до 100 руб., в третий раз от 1 месяца до 3-х или штрафом от 100 до 300 руб. При этом полицмейстер предложил приставам и начальнику сысского отделения завести алфавитный указатель, задерживаемых чинами полиции за пьянство [13].

Спустя месяц, 23 сентября 1914 г. был опубликован приказ № 67 о запрещении на территории Кубанской области и Черноморской губернии продажи спиртных напитков, виноградного вина и пива, кроме клубов, собраний и ресторанов 1-го разряда. Продажа спирта, коньяка и лечебных вин разрешалась в аптеках по рецептам врачей. Все означенные напитки должны были быть опечатаны, а виновные в нарушении подвергались денежному штрафу в размере до 3 тыс. руб. или заключением в тюрьму до 3 месяцев, с лишением права торговли [14]. Российское уголовное законодательство весьма либерально подходило к мере ответственности за преступление, позволяя осужденному право выбора.

Уже 12 ноября 1914 г. «Черноморская газета» сообщила о зафиксированных правонарушениях. Так, за тайную продажу виноградного вина были оштрафованы содержатели винных погребов Леон Гилонянц на 1 тыс. руб. и Лука Кулуа на 500 руб. Штраф был уплачен [15]. Однако случалось, что торговцы выбирали и тюремное заключение. Так, в январе 1915 г. задержанный за продажу вина содержатель новороссийского ресторана «Новый свет» Киящев при выборе меры пресечения между штрафом в 1 тыс. руб. и 2-мя месяцами ареста, изъявил желание отсидеть в тюрьме [16].

Отказ от пагубных привычек в целом положительно был воспринят общественностью, но, тем не менее, имелись и противники так называемого «сухого закона». Ими стали трактирщики, духанщики и другие коммерсанты. Так, например, в Сочи в декабре 1914 г. сочинские трактирщики обращались к собранию уполномоченных (местный административный орган) с идеей о разрешении продажи спиртных напитков. Эта идея была воспринята в «штыки» сочинцами. Корреспондент газеты «Сочинский листок» так отреагировал на возможность ограниченного разрешения алкоголя: «...Начиная с Петрограда, Москвы, где продажа прекращена совсем, и ряда других городов, где постановления дум распространялись и на негородскую черту, эти постановления не повлияли на нашу Управу.

На повестку собрания вновь ставится вопрос об ограничении мест продажи спиртных напитков.

В городе ходят слухи, что в принципе Управой решено дать право продажи четырем счастливым. Называют и фамилии. Если это так, то нам представляется большое поле для всякого рода заключений.

Возможны всякие комбинации. На курортном съезде в Петрограде поднимался вопрос об абсолютном запрещении продажи напитков. Если Сочи ходатайствует о причислении себя к курортным местностям, то надо более серьезно поработать над вопросом о продаже напитков...» [17]. В результате сочинская администрация ответила отказом на прошение трактирщиков.

Не сумев законно решить вопрос о продаже питей, некоторые коммерсанты сознательно пошли на нарушение законодательства. Так, 27 ноября 1914 г. «Черноморская газета» опубликовала постановление временного генерал-губернатора Кубанской области и Черноморской губернии, по которому новороссийский купец 2-й гильдии А.П. Шапашников за торговлю виноградным вином «во всякое время», был подвергнут штрафу в размере 1 тыс. руб., а при несостоятельности заключению в тюрьме сроком на 1 месяц [18].

По всей вероятности, торговля вином и самогоном носила весьма

оживленный характер, так как уже 1 декабря 1914 г. новороссийский полицмейстер, обращая внимание на значительное количество лиц находящихся в городе в состоянии алкогольного опьянения, приказал немедленно приступить к опечатыванию всех винных складов и погребов, находящихся при трактирах и ресторанах 2-го разряда [19].

В начальный период войны население вникало в потребности государства, но уже в 1915 г. все отчетливее стали появляться самогонаварильщики. Государство ответило испытанными мерами — штрафами, а при несостоятельности — арестами нарушителей. Так, например, в январе 1915 г. за продажу спиртных напитков были оштрафованы: Николай Пецулари — на 200 руб., при неуплате — на месяц тюрьмы, а Григорий Шелегов — на 2 тыс. руб., при неуплате — на два месяца тюрьмы [20]. В феврале 1915 г. за продажу вина по постановлению Черноморского губернатора были оштрафованы: Авксентий Сосалия — на 100 руб. или месяц тюрьмы, Семен Долидзе — на 1 тыс. руб. или один месяц тюрьмы, Иван Терехов — 500 руб. или месяц тюрьмы, Михаил Чкадуа — на 200 руб. или один месяц тюрьмы [21]. В мае 1915 г. за торговлю вином были оштрафованы: Акакий Маркозов-Дондуа — на 100 руб. или на один месяц тюрьмы, Эраст Гигоев-Курашвили — на 300 руб. или два месяца тюремного заключения, Герман (он же Епифан) Джуматхчиев-Джакон — на 2 тыс. руб. или три месяца тюрьмы [22].

Весной 1915 г. самогонаварение становится крупной социальной проблемой российского общества. Так, например, в омскую химическую лабораторию поступало довольно много образцов опьяняющих напитков, изготовленных домашним способом. В большинстве случаев такие напитки были сильно вредны; например, в пробе, присланной из Иссиль-Куля, был обнаружен гашиш. В Туринском уезде изготавливалась брага с примесью сильно опьяняющего неизвестного вещества, от которого «напившийся валится с ног». О том же сообщали с востока и юга Европейской части России. На некоторых рудниках в большом ходу был новый суррогат водки: смесь красного вина с раствором динамита и курительной махорки. Бутылки с подобной жидкостью отличались аккуратной укупоркой и носят «громкие» названия [23]. В результате только в Казани за 29–30 апреля 1915 г. отравилось:

- денатурированным спиртом – 39 чел.;
- одеколоном – 26 чел.;
- бражкой – 25 чел.;
- политурой – 3 чел. [24]

В мае 1915 г. в Новороссийске корреспондент «Черноморской газеты» отмечал: «В последние дни пьянство в городе достигло огромных

размеров. Многие, особенно окраинные улицы города по вечерам буквально запружены пьяными, которые орут, кричат, поют непристойные песни и пристают к прохожим» [25]. Полиция ответила задержаниями. Во время одного из задержаний полицейскому были нанесены оскорбления со стороны нарушителя, находящегося в состоянии алкогольного опьянения. В результате правонарушитель был оштрафован на 25 руб. с заменой арестом на 3 недели [26]. Необходимо отметить, что в то время 25 руб. равнялась средняя заработная плата рабочего, то есть правонарушитель был наказан довольно сурово.

В мае 1916 г. в Сочи за процессом самогонварения был обнаружен некий гражданин Котов. Полиция изъяла используемую им для технологического процесса чугунную кастрюлю. Однако самогонщик сразу же обратился к начальнику округа с прошением вернуть кастрюлю обратно [27].

3 января 1916 г. в Новороссийске рядом с канцелярией 1-го полицейского участка, был обнаружен тайный винокурный завод по производству водки. На заводе было обнаружено все технологическое оборудование: специальные чаны, печи, бочки, кубы, бутылки и т.д. Тут же стояли 5 бочек заквашенного кишмиша, из которого завод выкуривал водку. По данному делу акцизным ведомством были привлечены к судебной ответственности владельцы завода: Акулина Францевна Хачаиурова и Михаил Павленко (он же Микрыч Ашрафьян). В честь последнего называлась и водка – «Ашрафьяновка» [28]. Водка на подпольном заводе выкуривалась до крепости 42 и 38 градусов и, судя по приспособлениям, за раз могло выкуриваться до 5–6 ведер, за которые владельцы получали до 250 руб. и более. За сутки процесс можно было запустить 4 раза, что давало доход до 1 тыс. руб. Помимо штрафа владельцы завода должны были быть заключены в тюрьму на срок от 4 до 8 месяцев [29]. Несмотря на то, что вина последних была очевидна, следствие велось до конца октября и только 26 октября был вынесен приговор. Суд признал обвинения доказанными и приговорил задержанных к 4-месячному заключению, а также уплате штрафа в размере 6596 руб. 80 коп. [30]

Остановка «Ашрафьяновского» завода дала положительные сдвиги. Так, в апреле 1916 г., по отчетам полиции, во время празднования Пасхи в Новороссийске в кордегардию (прототип медвытрезвителя) удалось заключить до вытрезвления всего 9 человек, вместо обычных в прошлое время 100 и более лиц [31].

В апреле 1916 г. за торговлю происходит ужесточение наказания. Так, 22 апреля 1916 г. «Сочинский листок» опубликовал постановление

Черноморского губернатора в отношении владельцев сочинской столовой «Зеленый гай» Кост... и Давыдова, которые занимались незаконной продажей алкоголя. Они были посажены в тюрьму сроком на три месяца без права замены штрафом [32]. Столовая «Зеленый гай» закрылась и была вновь открыта только в октябре 1916 г. Столовая специализировалась на завтраках, обедах и ужинах, при столовой всегда было молоко (собственная ферма) и холодные закуски [33]. Сам факт продажи спиртных напитков в столовой демонстрирует попытки части торговцев обойти закон и завуалировать эти действия в местах, ранее не предназначенных для продажи спиртного.

Вне всякого сомнения, такие меры давали необходимые результаты, и незаконная продажа день ото дня шла на убыль. Тем не менее незаконная торговля алкогольными напитками на окраинах продолжалась вплоть до февраля 1917 г. Так, например, 18 декабря 1916 г. в «Сочинском листке» было опубликовано постановление Черноморского губернатора о незаконной торговле спиртным в Гаграх (Сочинский округ. — **А.Ч., В.М.**). Так, были оштрафованы: Козьма Лолидзе — на 1 тыс. руб. или один месяц тюрьмы, Акакий Дейсадзе — аналогично, Василий Двели — на 500 руб. или месяц тюрьмы, Иван Кочаров и Андрей Ирмадзе — по 1 тыс. руб. или два месяца тюрьмы [34]. 17 февраля 1917 г. в Сочи помощником пристава на 9-й версте сочинского шоссе, на даче Гаврильченко, был обнаружен хорошо оборудованный винокурный завод и более 10 ведер водки, а также закваска на 90 ведер. Был арестован и владелец завода Стуруа, неоднократно в течение всей войны отбывавший наказания за тайную торговлю водкой [35].

В марте 1916 г., спустя более полутора лет с момента начала Первой мировой войны, «Сочинский листок» опубликовал одну довольно интересную статью, анализирующую поведение российского гражданина в условиях введенного «сухого закона».

Так, в статье «Пицца духовная» анонимный автор писал: «Больше чем полтора года длится война. Ровно столько же протекло времени со дня закрытия казенных винных лавок, винных погребов, пивных и вообще и, вообще, всех заведений, где производилась продажа алкоголя во всех видах.

Правда, существует масса “подпольных” торговцев, но на них давно уже ополчилась администрация и борется с ними все успешней с каждым днем, штрафует их или просто сажая в тюрьму по мере обнаружения и выяснения их “деятельности”.

Трезвость все сильнее и сильнее входит в повседневную жизнь русского человека, принося невиданные до этого плоды.

Так, ни для кого не секрет, что, несмотря на всеобщую дороговизну и отсутствие рабочих рук в стране, русское крестьянство в широком

значении этого слова переживает сейчас расцвет экономического благополучия. Да и не одно крестьянство: рабочие, получающие ныне двойную и тройную поденную плату, торговцы, наживающие колоссальные проценты на продаже своих товаров, наконец, различные служащие, которым прибавлено содержание благодаря все той же дороговизне, — все они с прекращением всероссийского пьянства более или менее восстановили свои до того запутанные дела и теперь живут безбедно и даже имеют излишек» [36].

Подводя итоги, хочется отметить, что в период Первой мировой войны российское правительство приступило к завершающей стадии борьбы с алкоголизмом – введению «сухого закона». Воспользовавшись началом боевых действий, сперва было ограничено потребление спиртосодержащих напитков, а вскоре и вовсе запрещено. При этом в сентябре – ноябре 1914 г. правовое закрепление получили меры ответственности за нарушение данного закона. К лицам, нелегально торгующим спиртными напитками или в публичных местах употребляющим таковые, применялся дифференцированный подход. Все это в целом позволило провести массивную государственную «атаку» на одно из крупнейших асоциальных явлений XX века – алкоголизм.

Примечания

Referenses:

1. Сикорский И.А. Надвигающийся великий кризис от вина. 2-е изд. Киев, 1912. С. 4; Черкасов А.А., Бекман Й. К истории питейного дела в России в конце XIX – начале XX вв. // Вестник СГУТиКД. 2010. № 2 (12). С. 116–120.
2. Сикорский И.А. О влиянии спиртных напитков на здоровье и нравственность населения России: стат. исследование по официальным источникам. Киев, 1899. С. 22.
3. Ольденбург С.С. Царствование императора Николая II. М., 1992. С. 29.
4. Сироткин В.Г. Зарубежные клондайки России. М., 2003. С. 10.
5. Черноморское побережье (Новороссийск). 1904. 16 янв.
6. Там же. 1903. 16 апр.
7. Там же. 1904. 6 янв.; Таран К.В. Общественно-политическое движение в Черноморской губернии в условиях социального взрыва (7 декабря 1905 г. – 1 января 1906 г.) // История и историки в контексте времени. 2010. № 7. С. 44–59.
8. Сочинский листок (Сочи). 1914. 18 июня.
9. Ольденбург С.С. Царствование императора Николая II. М., 1992. С. 75.
10. Чельшов М.Д. Речи М.Д. Чельшова, произнесенные в Третью Государственную Думу о необходимости борьбы с пьянством и по другим

вопросам. Издание автора. СПб., 1912. Т. VIII. С. 690–701, 743–758; Мамадалиев А.М. К вопросу об организации сыскного дела на территории Черноморской губернии: исторический опыт // Былые годы. Черноморский исторический журнал. 2008. № 1. С. 7–13.

11. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 19 июля.
12. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 30 июля.
13. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 20 авг.
14. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 27 сент.
15. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 12 нояб.; Черкасова И.Ю. Сочинский округ в годы Первой мировой войны: борьба с дороговизной // В мире научных открытий. 2010. № 2 (08). Часть 1. С. 99–102.
16. Черноморская газета (Новороссийск). 1915. 17 янв.
17. Сочинский листок (Сочи). 1915. 22 янв.
18. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 27 нояб.
19. Черноморская газета (Новороссийск). 1914. 3 дек.
20. Там же.
21. Там же. 28 февр.
22. Сочинский листок (Сочи). 1915. 16 мая.
23. Черноморский листок войны (Новороссийск). 1915. 8 мая.
24. Черноморский листок войны (Новороссийск). 1915. 9 мая.
25. Черноморская газета (Новороссийск). 1915. 27 мая.
26. Черноморская газета (Новороссийск). 1915. 7 июня.
27. Государственный архив Краснодарского края. Ф. 729. Оп. 1. Д. 2. Л. 1.
28. Черноморская газета (Новороссийск). 1916. 5 янв.
29. Черноморская газета (Новороссийск). 1916. 8 янв.
30. Черноморская газета (Новороссийск). 1916. 28 окт.
31. Черноморская газета (Новороссийск). 1916. 15 апр.
32. Сочинский листок (Сочи). 1916. 22 апр.
33. Там же. 19 окт.
34. Там же. 18 дек.
35. Черноморский край (Гагры). 1917. 21 февр.
36. Сочинский листок (Сочи). 1916. 30 окт.

**ალექსანდრე ჩერკასოვი, ვიახესლავ მენკოვსკი
სასირაჯო საქმის სამართლებრივ რეგულირება რუსეთში პირველი
მსოფლიო ომის წლებში (1914-1917 წწ.)**

რეზიუმე

რუსეთის იმპერიის მთავრობის მიერ ალკოჰოლიზმის შემცირების გზაზე მიღებულ ზომათაგან, პირველ ქმედით ზომად

იქცა 1894 წელს შემოღებული ღვინის მონოპოლია. მომდევნო 20 წლის მანძილზე ქვეყანაში მომზადდა საფუძველი ალკოჰოლური სასმელების მოხმარებისა და გაყიდვის სრული შეწყვეტისთვის. პირველი მსოფლიო ომის დაწყებისთანავე მიიღეს “მშრალი” კანონი, რომელმაც 1917 წლამდე მოქმედებდა.

სტატიაში განხილულია სასირაჯო საქმის სამართლებრივ რეგულირებას რუსეთის იმპერიის ტერიტორიაზე პირველი მსოფლიო ომის წლებში. ყურადღება ეთმობა ღვინოსთან და ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებელთა წინააღმდეგ ბრძოლის დამახასიათებელ თავისებურებებს.

საკვანძო სიტყვები: სასირაჯო საქმე, სამართლებრივი რეგულირება, პირველი მსოფლიო ომი.

რეცენზენტი: ევგენი კრინკო, ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის სამხრეთის სამეცნიერო ცენტრის წამყვანი მეცნიერ მუშაკი (დონის როსტოვი).

Alexander Cherkasov, Vyacheslav Menkovsky
Alcohol-related Business Legal Regulation in Russia during World War I (1914–1917)

Summary

In 1894 Wine Monopoly was introduced in the Russian Empire. It was the first effective measure, taken by government to reduce alcohol consumption. In the following 20 years the way to stop alcohol selling and consumption was paved in the country. With the beginning of World War I, dry law was introduced. It was in force through 1917.

The article considers alcohol-related business legal regulation within the Russian Empire during World War I. Special attention is attached to distinguishing features of alcohol abuse prevention and alcohol production control.

Keywords: alcohol-related business, legal regulation, World War I.

Reviewer: E. F. Krinko, Doctor of Historical Sciences, acting Deputy of Institute of Social, Economic and Humanitarian Research of SSC RAS (Rostov-on-Don)

ს ა ზ ო ბ ა დ ო ე ბ ა

ლედი ბიბილაშვილის საინფორმაციო წყაროები და საკომუნიკაციო არხების უწყებულება

კომუნიკაციის ეფექტიანობის განსაზღვრა ერთერთ უმნიშვნელოვანეს საკითხს წარმოადგენს ნებისმიერი კომპანიისთვის. ორგანიზაციების პიარ და მარკეტინგის მენეჯერები ძალისხმევას არ იშურებენ სწორი საკომუნიკაციო სტრატეგიის შესადგენად, თუმცადა საქართველოში წარმოდგენილი კომპანიები უმეტესად ერთმანეთის მსგავს საკომუნიკაციო საშუალებებს მიმართავენ და ძირითადად სატელევიზიო, ბეჭდური და რადიო რეკლამით შემოიფარგლებიან. ბოლო დროს საკმაოდ პოპულარული გახდა სოციალური ქსელების ათვისებაც, თუმცა სოციალური ქსელების გამოყენებასა და მართვას საკმაოდ სპონტანური და სტიქიური ხასიათი აქვს.

სწორედ დაგეგმილი კომუნიკაცია განსაზღვრავს იმას, თუ რამდენად გაიზრდება და შენარჩუნდება კომპანიის ცნობადობა, რამდენად პოზიტიური იმიჯი და რეპუტაცია ექნება მას, რამდენად მეტი მომხმარებლის მოზიდვას შეძლებს, რამდენად დადებითი იქნება მის მიმართ საზოგადოების დამოკიდებულება და ა.შ. როგორც უკვე აღვნიშნე, საქართველოში კომუნიკაციის ძირითად საშუალებად რეკლამა რჩება, თუმცა რეკლამა კომუნიკაციის მხოლოდ ერთერთი ფორმაა. ინფორმაციათა და იდეათა გაცვლა და გაზიარება სწორედ კომუნიკაციის საშუალებით ხორციელდება, რომლის მიზანიც ინფორმირება, დარწმუნება ან გართობაა. პიარ და მარკეტინგული მიზნებიდან გამომდინარე, კომუნიკაციის მიზანი ინფორმირების საფუძველზე სამიზნე სეგმენტის დარწმუნებას და მათი მხრიდან სასურველი ქცევის განხორციელებას გულისხმობს. კომუნიკაციის პროცესის ეფექტურობას და წარმატებას ბევრი ფაქტორი განაპირობებს, კერძოდ კი ის თუ რამდენად სწორედ არის განსაზღვრული კომუნიკაციის თითოეული კომპონენტი: კომუნიკატორი, მესიჯი (შეტყობინება), საკომუნიკაციო არხი, მიმღები აუდიტორია.

განვიხილოთ თითოეული.

კომუნიკატორი

დარწმუნების შემთხვევაში ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს კომუნიკატორის ადქმულ სანდობას, ის ეფექტური კომუნიკაციის აუცილებელი პირობაა. როგორც წესი, მიღებული შეტყობინება

მჭიდროდ არის დაკავშირებული წყაროსთან, ანუ ადამიანთან რომელმაც გააერცვლა საჯაროდ ესა თუ ის გზავნილი. კომუნიკატორი აუცილებლად სანდო პირად უნდა იქნას აღქმული. სანდოობაში იგულისხმება კომპეტენტურობა, საიმედოობა, ასევე მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს წყაროს მიმზიდველობა.

მიმღები აუდიტორია

მესიჯის შედგენისა თუ მთლიანად კომუნიკაციის პროცესის დაგეგმვისას ერთერთი უმთავრესი ამოცანა მიმღები აუდიტორიის სწორად განსაზღვრა და მათი დემოგრაფიული მახასიათებლებისა და მისწრაფებების და ზოგადი ტენდენციების და განწყობების გათვალისწინება.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სამიზნე აუდიტორიის ჩვენს მესიჯზე ყურადღების მიქცევა შესაძლებელი იქნება, თუ შეტყობინებაში ისეთ ინფორმაციას ჩავდებთ, რომელიც ეხმიანება მათ დემოგრაფიულ (სქესი, ასაკი, ოჯახური მდგომარეობა, შემოსავალი) მდგომარეობას და სურვილებსა და საჭიროებებს.

მესიჯი

შეთავაზებული მესიჯი უნდა იყოს 1. ადეკვატური/შესატყვისი 2. მნიშვნელობის მქონე, აზრიანი 3. დამახსოვრებადი 4. გასაგები 5. სარწმუნო. მესიჯი თავისი შინაარსით უნდა ეხმაურებოდეს ადამიანების თვით-ინტერესებს. ის უნდა იყოს ლაკონური და ძალიან მოკლე, და უნდა მოიცავდეს პროდუქტის უპირატესობით განპირობებულ მომხმარებლის სარგებელს.

საკომუნიკაციო საშუალებები

კომუნიკაციის ეფექტურობა მხოლოდ სწორი კომუნიკატორის, მიმღები აუდიტორიისა და მესიჯის შერჩევით არ შემოიფარგლება, ერთერთ უმთავრეს ამოცანას მესიჯის სწორად გავრცელება და აუდიტორიამდე სწორად მიტანა წარმოადგენს. ძირითადი საკომუნიკაციო საშუალებებია: ტელევიზია, რადიო, ბეჭდური მედია (ჟურნალ-გაზეთები), პირდაპირი კომუნიკაცია, გარე რეკლამა, ინტერაქტიული რეკლამა.

ტელევიზია ძლიერი საკომუნიკაციო საშუალებაა, რადგანაც ის იძლევა ვიზუალური, ხმის და მოძრავი მასალის გაერთიანების შესაძლებლობას, ამასთანავე ტელევიზიით შეიძლება ყველაზე ფართო აუდიტორიის წვდომა. თუმცა სატელევიზიო რეკლამის შემთხვევაში, მესიჯს მოკლევადიანი სასიცოცხლო ხანგრძლიობა აქვს, რისთვისაც საჭიროა მისი ხშირი გამეორება და სატელევიზიო რეკლამის დამზადება და განთავსება დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული.

რადიო ერთ-ერთი ყველაზე მოქნილი სარეკლამო საშუალებაა. რადიო განსაკუთრებული სპეციფიკურობით გამოირჩევა, რადიოს შემთხვევაში ყველაზე დიდი მნიშვნელობა, როგორც წესი, დროით ინტერვალებს აქვს, კერძოდ კი, რადიო რეკლამა ყველაზე ეფექტური დილის, შუადღის შესვენებისა და საღამოს სამსახურიდან სახლში დაბრუნების პერიოდებშია. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ რადიო სეგმენტი უმეტესად ე.წ. თინეიჯერები არიან. თუმცა რადიო რეკლამა მოკლებულია ვიზუალურ ნაწილს, რაც ართულებს დარწმუნებისა და ზეგავლენის პროცესს,

ბეჭდური მედია აერთიანებს ჟურნალ-გაზეთებს. საგაზეთო რეკლამა განსაკუთრებით ეფექტურია 35 წელს ზემოთ სეგმენტისათვის. გაზეთები განსაკუთრებული ნდობითი ფაქტორით გამოირჩევა და რეკლამის განთავსებისთვის მრავალფეროვან საშუალებებს იძლევა. ჟურნალები კი ვიწრო სეგმენტზე წვდომის საუკეთესო შესაძლებლობას იძლევა.

გარე რეკლამა სხვადასხვა ფორმით გვხვდება, ეს შეიძლება იყოს წარმოდგენილი ბილბორდების სახით, როცა რეკლამის განთავსება ხდება სხვადასხვა კედლებზე, ტრანზიტული სახით, როცა რეკლამის განთავსება ხდება ავტობუსებზე, სამარშრუტო ტაქსებზე, აეროპორტებში, რკინიგზაზე, ტაქსებში, ქუჩის ატრიბუტიკის მეშვეობით, კერძოდ გაჩერებებზე, კიოსკებთან, სატელეფონო ავტომატებთან და ასე შემდეგ. ასევე გარე რეკლამის არატრადიციულ ფორმას წარმოადგენს, კაფეებსა და რესტორნებში ხელსახოცებზე საკუთარი რეკლამის გაკეთება, მოსაწვევების და სხვა მსგავსი ფორმით საკუთარი პროდუქტის რეკლამირება. გარე რეკლამა რეკლამის 24 საათიანი მიწოდების საშუალებას იძლევა. თუმცა, გარე რეკლამაში ხშირად ვერ ხერხდება ძირითადი შეტყობინების სრულად და დეტალურად კომუნიკაცია და გადმოცემა, ასევე სხვა მედია საშუალებებთან შედარებით, ძალიან რთული და თითქმის შეუძლებელია გარე რეკლამის ეფექტურობის გაზომვა.

პირდაპირი რეკლამის შემთხვევაში კომუნიკაცია პერსონალიზებულ ხასიათს ატარებს. ამ ტიპის კომუნიკაციისას ძირითადად გამოიყენება პირისპირ შეხვედრები, ფოსტა, ტელეფონი, ელექტრონული ფოსტა და მსგავსი საშუალებები. პირდაპირი რეკლამა სამიზნე სეგმენტის მაღალი შერჩევითობის, შინაარსობრივად მდიდარი ინფორმაციის მიწოდების უკუკავშირის მიღების საშუალებას იძლევა. თუმცა, პირდაპირი კომუნიკაცია დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული და დაბალი იმიჯის მანიშნებელია.

ინტერაქტიული ხასიათის რეკლამები ძირითადად გულისხმობს ინტერნეტ და ონლაინ რეკლამებს. ამ ტიპის რეკლამები მაქსიმალურად პერსონალიზირებულია და ჩაღრმავებული და დეტალური ინფორმაციით არის დატვირთული, თუმცა ამ ტიპის რეკლამები ნაკლებად ინტენსიურია და მკვეთრად აკლია ემოციური ასპექტი.

იმისთვის, რომ გამოვევლინა რამდენად ეფექტურია საკომუნიკაციო კამპანიები საქართველოში, რომელ საკომუნიკაციო საშუალებებს ანიჭებენ უპირატესობას მომხმარებლები, რამდენად განიცდიან კომუნიკაციის დეფიციტს, რამდენად სწორედ იღებენ მესიჯებს და თავად რა მესიჯის მიღება სურთ, ჩატარებული თვისობრივი კვლევა, კერძოდ, 6 ჩაღრმავებული ინტერვიუ და 3 ფოკუს ჯგუფი. კვლევის რესპოდენტები იყვნენ 20წლიდან ზევით დედები, რომელთა შვილებიც რეგულარულად ხმარობენ საბავშვო საფენებს უფრო კონკრეტული და ღირებული ინფორმაციის მისაღებად კი კვლევის ობიექტი გახდა საბავშვო საფენების მწარმოებელი კომპანიების მიერ დაგეგმილი საკომუნიკაციო სტრატეგიების ეფექტურობის კვლევა. კვლევა ჩატარდა დედებთან, რადგან სწორედ კვლევის შედეგად გაირკვა, რომ დედები არიან უმეტესად გადაწყვეტილების მიმღები საბავშვო საფენების შექმნისას. საბავშვო საფენების მაგალითზე კომუნიკაციის ეფექტურობის კვლევა მოხდა იმ მიზეზით, რომ ის ძალიან აუცილებელი და დიდი სიფრთხილით შერჩეული პირველადი მოხმარების პროდუქტია, ამდენად საინტერესოა დედები როგორ და საიდან იღებენ ინფორმაციას და რამდენად ეფექტურად აფასებენ საბავშვო საფენების მწარმოებელი კომპანიების საკომუნიკაციო სტრატეგიას.

თვისობრივი კვლევის მონაცემების საფუძველზე გამოვლინდა, რომ რომ მშობლები ინფორმაციის პასიური მიმღებები არიან და არააქტიური მაძიებლები. ისინი თავად არ არიან დაინტერესებული, რომ მოიძიონ ინფორმაცია საბავშვო საფენების შესახებ. საბავშვო საფენებთან დაკავშირებით ინფორმაციის მიღება ძირითადად შემდეგი წყაროებიდან ხდება:

- სხვისი, კომპეტენტური ადამიანის რჩევა (ფარმაცევტი, ექიმი, გამოცდილი დედა);
- ტელევიზია.

კვლევაში მონაწილე რესპოდენტები აღნიშნავენ, რომ მათი ინფორმირება საბავშვო საფენებთან დაკავშირებით უმეტესად სარეკლამო რგოლების საშუალებით ხდება, რაც მათი აზრით არ არის საკმარისი, რეკლამა მხოლოდ ამა თუ იმ პროდუქტის

არსებობის შესახებ აწვდის მათ ინფორმაციას, თუმცა ცალსახად გადაწყვეტილების მიღებაზე არ მოქმედებს. მშობლების აბსოლიტური უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ სარეკლამო რგოლებს აუცილებლად უნდა ამყარებდეს სატელევიზიო თოქ-შოუებში ინფორმაციების გაუფრება, განხილვა, და სხვადასხვა სიუჟეტების მომზადება. გარდა იმისა, რომ რესპოდენტების პასუხებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ კონკრეტულად საბავშვო საფენების ბაზარზე პიარ აქტივობების ნაკლებობაა, მეტწილად რეალიზატორები მიმართულნი არიან რეკლამირებაზე, მაშინ როცა თავად რესპოდენტებიც კი განიცდიან რეკლამის პიარ მხარდაჭერის დეფიციტს. ამასთანავე, აღსანიშნავია ისიც, რომ რესპოდენტების 70 % მიიჩნევს, რომ რეკლამირების გარდა ძალიან ეფექტური საშუალება იქნებოდა პირისპირ კომუნიკაცია, რაც მათ უფრო სიღრმისეული ინფორმაციის მიღების საშუალებას მისცემდათ, რადგან მათ სპეციფიურ და კონკრეტულ კითხვებზე კონკრეტული და კომპეტენტური პასუხები ესაჭიროებათ.

ამასთანავე, როგორც კვლევის შედეგებმა გვაჩვენა რესპოდენტების სერიოზულ უკმაყოფილებას გამოთქვამენ იმასთან დაკავშირებით, რომ არავითარი პიარ და მარკეტინგული აქციები არ ხორციელდება, არ ხდება სოციალური პასუხისმგებლობის გათვალისწინება კომპანიების მიერ, არანაირ საჩველმოქმედო აქციებს არ ატარებენ კომპანიები, რაც მათ იმიჯსა და რეპუტაციას საკმაოდ აკნინებს. მომხმარებლის პოზიციიდან კი დედები თვლიან, რომ სხვასხვა აქციების დაგეგმვა არსებითია და აუცილებლად უნდა მოიცავდეს საკომუნიკაციო სტრატეგია წამახალისებელ აქციებს.

რესპოდენტების მიერ ძირითადად სამი ტიპის აქცია დასახელდა. პირველი ტიპის აქცია გულისხმობს, საფენის შეფუთვასთან ერთად ბავშვისთვის საჭირო ნივთების ჩუქებას.

მეორე ტიპის აქცია გულისხმობს შემდეგს: იყიდი გარკვეულ რაოდენობას და გაჩუქებენ რამოდენიმე დამატებით საფენს ე.წ. აქცია "მიიღე მეტი".

ერთ-ერთი რესპოდენტის მიერ გამოიკვეთა მესამე ტიპის აქცია, რაც გულისხმობს მიზნობრივად დედებისთვის უფასოდ პროდუქტის გამოყენების მიცემის საშუალებას და დარიგებას სამშობიაროებში ე.წ. "Sampling"-ს:

ერთერთი რესპოდენტი ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ აქციები არ უნდა იყოს ერთჯერადი და გარკვეულ პერიოდში ერთხელ მეორდებოდეს.

ყველაზე გავრცელებული საკომუნიკაციო საშუალებები ზოგადად ინფორმაციის მისაღებად ტელევიზია, სოციალურ ქსელები და აზრთა ლიდერების მოსაზრებებია. მათი შეფასებით ეს საშუალებები მაღალი სანდოობით ხასიათდება. ძალიან დაბალია რადიოსა და ბუჭდური მედიის რეიტინგი გამოკითხული რესპოდენტებისთვის, რადგან მათი თქმით, რადიოს ფაქტიურად არ უსმენენ და თუ უსმენენ მხოლოდ მუსიკას და არასდროს აკვირდებიან რადიოში გასულ რეკლამას. ბუჭდური მედია კი ზოგადად მათ თვალში იმდენად დაბალი სანდოობით ხასიათდება, რომ ფაქტიურად არ კითხულობენ, შესაბამისად რეკლამებსაც ვერ ნახულობენ.

კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით შეიძლება დავასკვნათ, რომ საკმაოდ ნეგატიურად შეფასდა თავად რეკლამები და მესიჯები. რესპოდენტების მიერ უმეტეს შემთხვევებში გაუგებარი და ბუნდოვანია რეკლამაში ჩადებული მესიჯები და ერთადერთი რაც მათ მეხსიერებაში რეკლამის ნახვის შემდეგ რჩება საყვარელი პატარა ბავშვების იმიჯებია. რესპოდენტთა უმრავლესობის თქმით, მათთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი იმის გაგებაა, რომ საბავშვო საფენი ჯანმრთელობისთვის უსაფრთხო და არააღერგიულია, რაც რეკლამებში ფაქტიურად არ ფიგურირებს. აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ მშობლებისთვის რეკლამებში, მხოლოდ ბავშვის გამოყენება კომუნიკატორის როლში, საკმაოდ უინტერესო და ძალიან სტანდარტულია, მათ უფრო კომპეტენტური და ექსპერტი აზრთა ლიდერების ნახვა დაინტერესებდათ.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ თუნდაც ამ ერთი აუცილებელი და პირველადი მოხმარების პროდუქტის მაგალითის განხილვის საფუძველზე ნათლად ჩანს, რომ კომპანიები ძალიან დიდ თანხებს ხშირად საკმაოდ არამიზნობრივად ხარჯავენ, მათი პროდუქცია ხშირად თვითღინებით იყიდება, საკომუნიკაციო სტრატეგიების დაგეგმვისას ძალიან ბევრ მნიშვნელოვან და აუცილებელ კომპონენტს უვლიან გვერდს და უმეტესად გვერდს პიარ აქტიობებს უვლიან, რაც კომუნიკაციას არაეფექტურს ხდის და მიზნობრივ სეგმენტში გაღიზიანებას და დეფიციტის განცდასაც კი იწვევს. სამიზნე სეგმენტის მუდმივი კვლევა, უკუკავშირის მიღების მუდმივი სურვილი, ორმხრივი კომუნიკაციის წარმოება და კომუნიკაციის დაგეგმვისას მიმღები აუდიტორიის მოთხოვნების, მისწრაფებებისა და აზრების გათვალისწინება კომპანიებს თანხებისა და ბიუჯეტის კიდევ უფრო რაციონალურ მართვას შეუწყობს ხელს.

ლიტერატურა
Referenses:

1. Vivian, J. *The Media of Mass Communications*. Boston, USA: Allyn and Bacon, 2005.
2. Lane, R. King, K. Russel, T. *Kleppner's Advertising Procedures*. Upper Saddle River, New Jersey; Pearson, Prentice Hall, 2005
3. Wilcox L. D. *Public Relations, Strategies and Tactics* Boston, Allyn and Bacon. 2006
4. Broom G. Cutlip, *SEffective Public Relations* Upper Saddle River, New Jersey; Pearson, Prentice Hall, . (2005)
5. Майерс, Д. *Социальная Психология* Россия, Москва, «Питер». 2002
6. Теилор, Ш. Пипло Л. Сирс Д. *Социальная Психология* Россия, Москва, «Питер». 2002

Leli Bibilashvili
Efficiency of Information Sources and Communication Channels

Summary

The article refers to the extent to which today companies are aware of the importance of effective communication and how well planned are communication campaigns. It relates to the issue whether consumers are satisfied with the messages, whether they consider these campaigns efficiently, whether they take into account the desires and aspirations of consumers or not. The article considers the efficiency of communication based on research of one specific example of consumer products and as it revealed communication campaigns are perceived inferior, and they have a sense of deficit of different forms of communication.

Keywords: communication campaigns, consumer products, consumers, of different forms of communication.

Reviewer: Professor Maia Kavtarashvili, University of Georgia

ლელი ბიბილაშვილი

Эффективность Информационных Источников и Каналов Коммуникации

Резюме

Статья ссылается на то, насколько осознают сегодня компании важность эффективной коммуникации и насколько хорошо планируют коммуникационные кампании. Интересно, довольны ли потребители сообщениями, считают ли они эти кампании эффективными, учитывают ли они желания и стремления потребителей. В статье рассматривается исследование эффективности коммуникации на один конкретный пример потребительских товаров и оказалось, что коммуникационные кампании воспринимаются неполноценными и у них чувство нехватки разных форм коммуникации.

Ключевые слова: коммуникационные кампании, потребительские товары, потребители, разные форм коммуникаций.

Рецензент: профессор Маиа Кавтарашвили, Университет Грузии.

ნუცა ბუმბერიძე ძალაძის ბრენდინგი

21-ე საუკუნეში თითქმის ყოველ დღე გვეხმის სიტყვები: ბრენდი, ბრენდინგი, ბრენდირება, რებრენდინგი. დღესდღეობით არსებობს უამრავი ბრენდი, რომლებიც დროთა განმავლობაში მომხმარებლის მოთხოვნილებებთან ერთად იცვლება და იხვეწება. ახალი წარმატებული ბრენდის შექმნა და პოპულარტიზაცია ძალიან რთულია, მაგრამ მაინც აქტუალური და აუცილებელია.

ბრენდი 19-ე საუკუნეში გამოჩნდა ამერიკაში, როდესაც ინდუსტრიალიზაციამ დიდი განვითარება განიცადა. წარმოებისთვის მნიშვნელოვანი გახდა პროდუქტების გაფართოვება, ინდივიდუალური პოზიციის დაკავება. ადგილობრივი ქარხნები ცდილობდნენ გაეხარდათ პროდუქტების გაყიდვა და უფრო მასიური გაეხადათ წარმოება. ამასთან მნიშვნელოვანი გახდა მომხმარებელზე პირდაპირი და არაპირდაპირი ზემოქმედების მოხდენა ლოგოს, ფერის, კომპანიის იმიჯისა და ღირებულების მეშვეობით.

1940 - იან წლებში მწარმოებლებმა დაიწყეს გზების ძიება, თუ როგორ ვითარდება მომხმარებელსა და ბრენდს შორის სოციალური, ფსიქოლოგიური და ანთროპოლოგიური გრძნობები და ურთიერთობები. მწარმოებლებმა თავიანთი პროდუქტები დაუკავშირეს ისეთ მახასიათებლებს, როგორიც არის: საჭიროება, გართობა, სიმდიდრე. ამ მახასიათებლებს ბრენდს უქმნის პიარ სპეციალისტი. ეს იყო ის ბრენდის პრაქტიკა, რასაც მომხმარებელი აქცევს ყურადღებას პროდუქტის ყიდვის დროს.

1990 წელს ჯეიმს ვოლტერ ტომსონმა გამოაქვეყნა წიგნი: სავაჭრო ნიშნის რეკლამა. ამ წლითვე თარიღდება ტერიტორიის მარკეტინგისადმი მიძღვნილი პირველი კვლევები, რომელიც ეფუძნებოდა იმ მოსაზრებას, რომ ისევე როგორც კომპანიები, ტერიტორიებიც ყიდიან პროდუქტებსა და მომსახურებას, მათ შორის საინვესტიციო ობიექტები, ტურიზმი, შიდა წარმოების პროდუქტი და სხვა.

ბრენდი ეს არის სახელის, სიტყვის, სიმბოლოს და დიზაინის ერთობლიობა, რომელიც ახასიათებს გარკვეულ პროდუქტს და მას სხვა მსგავსი პროდუქტებისგან გამოარჩევს.

ბრენდი პირველ რიგში ჩვენი ემოციები, გრძნობები და შეგრძნებებია. ჩვენი სიმპათია ან ანტიპათია, მიზიდულობა ან განზიდულობაა. იგი პირველ რიგში მომხმარებლის გონებაში განსაზღვრავს მენტალურ პროცესებს, დანარჩენი კი ამ პროცესების რეალიზაციაში მდგომარეობს.

ბრენდი არის პროდუქტსა და მომხმარებელს შორის გადებული ხიდი. ამ ხიდის გამაგრებას კი ხელს უწყობს პიარი. ბრენდისთვის დამახასიათებელია მომხმარებელთან “მეგობრული ურთიერთობების დამყარება”, ადამიანები კი მეგობრების ერთგულები არიან და ხშირად პატიობენ ნაკლს.

ბრენდინგი არის მარკეტინგული და მმართველობითი ტექნოლოგია, რომელიც წარმოადგენს ნორმათა სისტემას თუ როგორ იქმნება სავაჭრო მარკა. ბრენდინგი ქმნის არხებს იმისთვის, რომ ოპტიმალურად მიაწოდოს სავაჭრო მარკა მომხმარებლებს, ასევე მართავს მის განვითარებას. ბრენდინგი თან ახლავს პროდუქტის წარმოებას და ახალი ორგანიზაციის დაფუძნებას. მისი ამოცანები მჭიდრო კავშირშია კომპანიის მისიასთან და მის სტრატეგიულ ხედვასთან. ბრენდინგი არის სტრატეგიული გეგმა, რომლის მუშაობაც თვალნათლივ ჩანს ბრენდის განვითარების ყველა ეტაპზე. ბრენდინგი ბიზნესის ფილოსოფიაა, მომხმარებლის ფსიქოლოგიის და მისი შიდა სამყაროს ნაწილია. ბრენდი ბევრი დისციპლინის გადაკვეთის წერტილია: მარკეტინგთან, რეკლამასთან, პიართან, ფსიქოლოგიასა და ფილოსოფიასთან მას მჭიდრო კავშირი აქვს.

დღესდღეობით ბრენდინგს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში უდიდესო როლი უჭირავს. ჩვეულებრივი მარკის ბრენდად გარდაქმნა პროდუქტს ბევრად მიმზიდველს და სასურველს ხდის მომხმარებლისთვის. კმაყოფილი მომხმარებელიც თავისუფლად იხდის ფულს ბრენდში.

ის განმარტებები რაც ბრენდზე ითქვა არის ძალიან მშრალი და ვიწრო გაგების. აუცილებელია “ბრენდს” მივცეთ უფრო ფართო განსაზღვრება, ვიდრე როგორც მხოლოდ უნიკალური პროდუქტი კონკრეტული მარკით. მსოფლიო, ქალაქები, ქვეყნები, პატარა მიკრორაიონებიც კი შესაძლებელია გახდნენ ან უკვე არიან ბრენდი, ისევე როგორც თეატრი და მისი მსახიობები, პოლიტიკოსი და მისი პარტია, ქუჩა და მდინარე, ტანსაცმლის სტილი.

თანამედროვე სამყაროში ბრენდის გაგება უფრო გლობალური გახდა. ყველაფერი რასაც ვიყენებთ ან გვინდა რომ გამოვიყენოთ უკვე არის ან მალე გახდება ბრენდი. ეს გარდაუვალი და ჩვენი ცხოვრების ტოტალური კომერციალიზაციის შედეგია: როგორც კი ეკონომიკა შეეხება მის რომელიმე მხარეს, მაშინვე ჩნდება კონკურენციის აუცილებლობა და როგორც შედეგი - ბრენდის შექმნის საშუალება.

კონკურენცია გაიზარდა ქვეყნებსა და ქალაქებს შორის. ქალაქის ლიდერები მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ საკუთარი

ქალაქის წარმოსაჩენად და ღირსეული ადგილის დასაკავებლად მსოფლიო რუქაზე, აუცილებელი გახდა ქალაქების რებრენდინგი. ბევრ ქალაქს ეს ძალიან წარმატებით გამოუვიდა.

მაგალითისთვის მოვიყვან დანიის და ჰოლანდიის დედაქალაქების წარმატებული რებრენდინგის მაგალითებს.

დანიის დედაქალაქის კოპენჰაგენის ბრენდირებისას მოხდა სწორი პოზიციონირება. იგი პოზიციონირებს, როგორც ღია ქალაქი კავშირისთვის, ცვლილებებისთვის, შემწყნარებლობისთვის, განვითარებისთვის. ხაზი გაესვა ქალაქის ყველა იმ დადებით თვისებას, რომელიც მას გააჩნია.

შეიქმნა ახალი ლოგო, რომელიც დიზაინერული სტუდია **PeopleGroup** –მა შეიმუშავა. დიზაინერებმა კოპენჰაგენი - **cOPENhagen** ყველა ვაგებით ღია ქალაქად წარმოაჩინეს და ეს იდეა **OPEN** – ის ღილაკით განახორციელეს, რომელიც ქალაქის



სახელწოდების ნაწილს წარმოადგენს.

ახალი ლოგო ქალაქს მეტი რაოდენობის ტურისტის, ბიზნესინვესტიციების მოსაზიდად დასჭირდა. ამ ნიშნით ქალაქს მსოფლიო საზოგადოებისთვის უნდა განეცხადებინა ყველაფერი საკუთარ თავზე, ცხოვრების კომფორტზე, გარემოს, ბიზნესისა და დიზაინის მიმართ მეგობრულ დამოკიდებულებაზე, ტოლერანტობასა და საკუთარ სილამაზეზე. **Open for You** – ქალაქის წარმატებული სლოგანია.

რაც შეეხება ამსტერდამს, მისი ლოგო შემდეგნაირია -



ამსტერდამის ბრენდირების დროს შემუშავდა ეფექტური სლოგანი – **I Amsterdam**, რომელიც ზუსტად ასახავს ამ ქალაქსა და ხალხის არსს. “მე ამსტერდამი ვარ” – გზავნილი გულისხმობს, რომ ამსტერდამი არის ის ხალხი, რომლებიც იქ ცხოვრობს, მაგრამ ამავე დროს ამსტერდამის ნაწილს წარმოადგენენ ის ადამიანები, რომლებიც მას დროებით სტუმრობენ.

ქალაქის ბრენდინგი არის მნიშვნელოვანი და ამავე დროს ხშირად გაუგებარი კონცეფცია. იგი ხშირად ჰვავს ბრენდინგს, რომელსაც ვხედავთ კერძო სექტორში. აშკარაა, რომ კორპორაციები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით არიან მნიშვნელოვნად დამოკიდებული ბრენდზე, რათა მოიზიდონ, მოხიბლონ მომხმარებელი საკუთარი წარმოებით და სერვისით.

იმისთვის რომ ქალაქმა შექმნას წარმატებული ბრენდი, ქალაქის ლიდერებმა უნდა გაითვალისწინონ ის აქტივები და ვალდებულებები რასაც ქალაქი ფლობს. მიუხედავად იმისა, რომ ხშირად რთულია ქალაქმა ამოიღოს საკუთარი უარყოფითი ასპექტები, მაინც შესაძლებელია გააზვიადოს კარგი მხარე სანამ ცუდს დამალავს. ქალაქებს, რომლებსაც შეუძლიათ ამის კეთება, სწორი მარკეტინგული გეგმის ფარგლებში, აუცილებლად დაჯილდოვდებიან ამ მიღწევისთვის. ჯონათან გაბაისის მიხედვით, რომელიც ევროპული ბრენდის საკონსულტაციო კომპანიის წევრია: “ქალაქის ბრენდინგი არ არის მხოლოდ ლოგოს შექმნა, არამედ ბევრად რთული დეტალებისა როგორც პატარა დასუფთავებულ ქუჩებზე, იგი ისეთივე ღრმაა, როგორც ქალაქის მოსახლეობა, რომლებიც გრძნობენ თავს ამაყად, რადგან არიან ბრენდის ელჩები. როცა მოსახლეობა ამაყია, ტურისტებს სურთ გაერკვენ თუ რა არეულობა ხდება მათ ქალაქში, რათა შეატყობინონ მთელს მსოფლიოს ამის შესახებ”.

ბრენდინგმა უნდა დააფიქროს ქალაქის ლიდერები მომავალზე. ბრენდინგს შეუძლია მოსახლეობას შეაყვაროს საკუთარი ქალაქი და ამ ქალაქის მმართველები. შეუძლია გადაახდევინოს გადასახადები, ამსახუროს სამხედრო სამსახურში, გახადოს მოქალაქე კეთილსინდისიერი – რაზეც აგებულია მთლიანად სახელმწიფო. სახელმწიფო არის ბრენდი თავისი საიდენტიფიკაციო სიმბოლოებით: დროშა, გერბი, ჰიმნი, პრეზიდენტი, ძალაუფლების სტრუქტურა, ტიპური მოსახლის პორტრეტი, ახალი ამბები, ოპოზიცია და მრავალი სხვა.

ქვეყნებისა და ქალაქების ბრენდინგი დაკავშირებულია სიცოცხლის ყველა სფეროს ბრენდირებასთან და ასევე იმ ფაქტთან, რომ ყველაფერი ერთფეროვანია და საჭიროა განმასხვავებელი ფაქტორების გამოკვეთა, რათა ამ სუბიექტის მიმართ გაიზარდოს ინტერესი პოლიტიკური, ტურისტული ან პატრიოტული კუთხით. “ქალაქებსა და ქვეყნებს შორის შეჯიბრი, კონკურენცია ველოსიპედის მართვას ჰგავს: თუ არ დაატრიალე პედალი – წაიქცევი”(მირონი).

სულ ცოტა ხნის წინ თბილისის რებრენდინგიც მოხდა. საქართველოში ჩამოვიდა ბრენდის სტრატეგისტი - თომას გელი, რომელმაც მოახდინა თბილისის ბრენდირება.

“სჯობს გწამდეს, ვიდრე არ გწამდეს, რადგან რწმენით ყველაფერი ხდება შესაძლებელი” - ალბერტ აინშტეინის ამ გამონათქვამით იწყებს შევდი მკვლევარი თომას გელი თავის ბესტსელერს “ოთხგანზომილებიანი ბრენდინგი”. ბრენდინგის

შესახებ უამრავი წიგნია დაწერილი, თუმცა თომას გედი ვითავაზობს ბრენდინგის ლაბირინთების ერთგვარ რუქას და თავად რამდენიმე მარკის ბრენდად ქცევის მიზეზიც კი გახდა. მან ჯერ კიდევ Grey Advertising International – ში მუშაობისას შესთავაზა გადაწყვეტები კომპანიებს SAS, Procter & Gamble, Compaq, Microsoft, Nokia (სწორედ გედია სლოგანის Connecting People ავტორი).

თომას გედმა შექმნა თბილისის ახალი ლოგო და სლოგანი: ქალაქი, რომელსაც უყვარხარ.

ბრენდის ცნობადობას ხელს უწყობს მისი ვიზუალური მხარე. ასევე მისი დამახსოვრებისთვის დიდი ადგილი უჭირავს მის ფერს. ადამიანის გონება უფრო ადვილად იმახსოვრებს ბრენდის ფორმას და ფერს ვიდრე ამა თუ იმ სიტყვას. აქედან გამომდინარე ორიგინალური ფორმის შექმნა ინდივიდუალურობისთვის ძალიან სერიოზული მნიშვნელობისაა. დამახსოვრების სისტემაში ფერს მეორე ადგილი უკავია, იგი ქმნის ასოციაციებს ბრენდთან. ფერი ძალიან ფრთხილად უნდა შეირჩეს, რადგან იგი უნდა გახდეს არა მარტო ცნობადი, არამედ განსხვავებული თავისი კონკურენტებისგან.



თბილისის ახალი ლოგო ასე გამოიყურება:

თომას გედის თქმით, ლოგოს ლურჯი ფერი სიმბოლურად გამოხატავს, რომ ქალაქი, რომელსაც უყვარხარ ღამის ცასავით ანათებს. ბოლო "ი" და "ს" ასოები ერთად გულის ფორმას გამოსახავენ. ეს დეტალი ხაზს უსვამს ქალაქის სტუმართმოყვარეობას, სიყვარულს, ურთიერთობას.

თომას გედი ამბობს, რომ თბილისი ურთიერთობების ქალაქია. მოღვაწეობა და კომუნიკაცია მიზნად ისახავს ახალი ურთიერთობის დამყარებას.

ბრენდის სლოგანის დანიშნულებაა იყოს: მრავალმნიშვნელოვანი, მოტივირებადი, გაზომვადი, დამახსოვრებადი. "ქალაქი რომელსაც უყვარხარ" - კარგი სლოგანია.

ბოლო პერიოდში სიყვარულის თემამ სლოგანში, გლობალური სახე მიიღო. მე მიყვარს - თბილისი, ამსტერდამი, მიუნხენი, D&G, Marni, Sony და ა.შ - თითქოს ბრენდებისთვის ასეთი ტიპის გამოხატულება აუცილებლობადაც კი იქცა. გავისხენოთ ნიუ



იორკის ლოგო NY, რომელიც 1977 წელს შექმნა Milton Glaser

და Bobby Zarem – მიერ. თომას გედის მიერ შექმნილი თბილისის



ლოგოც მისი იდენტურია.

2002 წელს ბრენდინგის სპეციალისტმა საიმონ ანჰოლტმა პირველმა გამოიყენა ტერმინი “ადგილის ბრენდინგი”, ხოლო ამის შემდეგ შეიმუშავა ტერიტორიების ბრენდინგის დივერსიფიცირებული, კომპლექსური მიდგომა, რომელიც კონტრასტში შედიოდა მანამდე არსებულ ვიწროსპეციალიზებულ მიდგომებთან. ანჰოლტმა ჩამოაყალიბა კონკურენტული იდენტურობის კონცეფცია, რომელიც ტერიტორიის ბრენდინგს ექვსი პარამეტრის მიხედვით გულისხმობს: ინფრასტრუქტურა, პოლიტიკური მდგომარეობა, ტურიზმი, ბიზნეს გარემო და საინვესტიციო პირობები, კულტურა და მოსახლეობა. ამ პარამეტრების მიხედვით საიმონ ანჰოლტი ყოველწლიურად იკვლევს ამა თუ იმ ქალაქის ბრენდის ინდექსს მთელ მსოფლიოში.

2010 წლიდან თბილისში და საერთოდ მთელ საქართველოში ვითარდება ინფრასტრუქტურა. თბილისი, ბათუმი, სიღნაღი, მცხეთა, მესტია... ის ქალაქებია სადაც მიმდინარეობს მშენებლობები: საცხოვრებელი სახლები, სასტუმროები, ბიზნესის ცენტრები, გასართობი და სავაჭრო ცენტრები, სხვადასხვა არქიტექტურული ძეგლები, ხიდები, მოხდა ქალაქის გამწვანება. საქართველო ტურიზმის ქვეყანა გახდა. მომრავლდა ტურისტების, ბიზნესმენების, ინვესტორების რაოდენობა. უცხოელი და ადგილობრივი ბიზნესმენები დებენ საკუთარ ინვესტიციას ქალაქის განვითარებისთვის.

თბილისი პოზიციონირებს როგორც დედაქალაქი, რომელიც აერთიანებს კულტურას, ისტორიას და თანამედროვეობას, რომელიც ილტვის ცოდნის, საქმისა და გართობისკენ.

კავკასიაში ქალაქი თბილისი ხელმისაწვდომი, კომფორტული, კარგი ადგილია შეხვედრების მოსაწყობად. ქალაქი გამოირჩევა სტუმართმოყვარეობით, ტოლერანტობით და გახსნილობით.

თბილისის დიზაინი - თბილი და მისასაღმებელი, მომხიბვლელი და გამომწვევი, შემოქმედებითი, ეკლექტიკური, გამოწვევებიანი.

მისია – ბიზნესსა და ცხოვრებაში ახალი ურთიერთობების განვითარება.

ხედვა - სიბრძნისა და ცოდნის თანამედროვე მეტროპოლისი, ახალგაზრდობისა და ჯანმრთელობის შესანარჩუნებელი ინდუსტრია.

ფასეულობები - ტოლერანტობა, პატივისცემა, ჰუმანიზმი, მზრუნველობა, ცხოვრებისეული ტრადიციები.

ქვეყნის სახელმწიფო იმიჯი და ბრენდინგი და ამ იმიჯის წარმატებული გადაცემა ექსპორტზე ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც ის პროდუქცია და გაყიდვები რასაც ქვეყანა ისედაც ახორციელებს.

მეცნიერები თვლიან, რომ ბრენდ სახელმწიფოს ძალიან ბევრი შეუძლია გააკეთოს საგარეო პოლიტიკაში. ბრენდი სახელმწიფოს განვითარებაში ეხმარება. პოლიტიკური ხელმძღვანელობის შეცდომის შემთხვევაშიც კი არ შეიძლება შეიცვალოს პოზიცია უარყოფითად ბრენდი სახელმწიფოს მიმართ.

ბრენდის შექმნის და ფორმულირების პროცესში აქტიურად მონაწილეობს პიარი. პიარის სამსახურის ფუნქციებში შედის მუშაობა ხელმძღვანელობასთან, რომელიც დაკავებულია სავაჭრო მარკის იმიჯის, სტრუქტურის დამუშავებით, რეპუტაციის შეფასებით, სახალხო გამოსვლების მომზადებით, ღონისძიებების ჩატარებით, კრიზისების პროგნოზირებით და სათადარიგო გეგმების შემუშავებით.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტები თვალყურს ადევნებენ კონკურენტების ნაბიჯებს (წარმატებულს თუ წარუმატებელს) რაც დაკავშირებულია მათ სავაჭრო მარკასთან, ამუშავებენ ლოიალობის პროგრამას პარტნიორებისა და კლიენტებისათვის. ბრენდისთვის ლოიალობას დიდი მნიშვნელობა აქვს. მასზეა დამყარებული შემოსავლის ზრდა.

ბრენდის ცნობადობის ამაღლებისათვის (წარმატებისთვის) პიარ სპეციალისტის აწარმოებს შემდეგ სამუშაოებს:

- **სწავლობს იმ კულტურას, სადაც ახალმა ბრენდმა უნდა დაიწყოს მუშაობა.**

- იკვლევს ბაზრის მიმართულებებს და ზოგადად ხალხს.
- იკვლევს კომპანიის როლს კომერციულ შესაძლებლობებში.
- ადგენს სამიზნე ჯგუფებს.
- ამუშავებს მარკეტინგისა და რეკლამის მენეჯერებთან ერთად საკომუნიკაციო სტრატეგიას.

- ცდილობს კრეატივით დატვირთოს ბრენდი.
- ქმნის და მართავს კომპანიის რეპუტაციას.

პიარის ამოცანაა ბრენდის მართვა – საქონლის სწორი და კარგი პოზიციონირება ადამიანის ცნობიერებაში. იგი აყალიბებს და ანვითარებს მომხმარებლებთან ეფექტურ კომუნიკაციას და ანვითარებს ბრენდის მიმართ ლოიალურად დამოკიდებული ადამიანების წრეს.

ლიტერატურა
Referenses:

1. City Branding – Sense or Nonsense – Dr. Rik Riezebos (EURIB – European Institute for Brand Management. February 2007)
2. Tbilisi Brand Development – Thomas Gad (Presentation – Tbilisi, April 2010)
3. Бренд. Боевая машина бизнеса – В. Тамберг. А. Бадьин. (2002 – 2004)
4. sazogadoebrivi urTierTobebi da brendingi – e. pirmisaSvili (saerTaSoriso samecniero Jurnalni intelektuali #7, 2008)

Nutsa Gumberidze
City branding

Summary

In a global world where places compete with each other, the image of the city plays a crucial role to attract tourists and investors and to make citizens stay with satisfaction and avoid their moving away.

City branding is an important, often misunderstood concept for cities. It is often much like the branding that we see in the private sector. It is clearly evident that corporations throughout the world depend heavily on brands in order to entice consumers to purchase their goods and services. Almost anyone would easily be able to identify the bottle that Coca-Cola uses to distribute its product. This is due to the successful brand that Coca-Cola has created. Cities too can create images that set them apart from others, and many cities have been successful in doing this. Consider for a moment the Golden Gate Bridge. Almost anyone in the United States who views this bridge can identify it and also the city to which it leads.

Let us see Copenhagen and Amsterdam successful city branding examples. Copenhagen positions as OPEN city for everyone. COPENHAGEN – Open for You. The new brand is intended to show the world that Copenhagen is a capital of countless opportunities. They are always open to new input, new ideas, new visitors and new thinking. The ultimate goal of the Copenhagen brand is to say: this is Copenhagen. Copenhagen is us, and you are welcome to be part of our community.

I Amsterdam is the motto that creates the brand for the city and people of Amsterdam. The I Amsterdam manifesto explains the meaning behind this proud statement, and the reasons why this message exists. Amsterdam's promise, diversity and wealth of opportunity and culture, its spirit of commerce, its innovative infrastructure, its live ability and its creativity set it apart from

other major European cities. It's time for Amsterdam to speak out for itself and make its relevance known in a proud, supportive and positive manner.

In order for a city to create a successful brand, the leaders thereof must first take stock of both the assets and liabilities that the city possesses. While it is often difficult for a city to remove all of the negative aspects from its limits, it is possible for cities to magnify the good while concealing the bad; the cities that are able to do this, especially within marketing, will be rewarded for this effort. According to Jonathan Gabay, the Founder of Brand Forensics, a European brand consulting company, "Branding a city is not just about the logo but the intricate details — as small as clean streets and as deep as getting a city's residents to feel proud to be brand ambassadors. When citizens are proud, visitors are encouraged to find out what the fuss is all about and then tell the world." The governments closest to the people must ensure that the citizens are satisfied and that expectations are not only met but exceeded. Producing a positive image is essential for cities desiring to promote themselves as a destination for people to live, work, play and visit.

In 2010 May, Founder, Brand Strategist Thomas Gad made Tbilisi Place Brand Development. He changed past logotype and slogan of the city: Tbilisi – The City that Loves You. The logotype's blue color gradient symbolizes that The city that loves you lights up the sky at night.

Tbilisi is the relationship brand. The activities and communication aims to build relationship through generating stories and content that people talk about and spread.

PRODUCT – An involving, accessible, comfortable, well located meeting place in Caucasus – with openness and hospitality.

POSITIONING – The capital bridging cultures, history and modernity with a passion for knowledge, business and entertainment.

STYLING – Warm and welcoming, Charming and Addictive, Creative, Eclectic, Tasteful, Green.

MISSION / ISSUE – The spring of freedom and friendship in life and business.

VISION – A contemporary metropolis of wisdom and knowledge, the world-leading business cluster of youth and health preserving industry.

VALUES – Tolerance, Respect, Humanism, Caring, Living traditions.

Many new project of building, reconstruction and restoration is held in Tbilisi and in many cities of Georgia. A lot of them has already finished successfully and soon every project will be finished also successfully. "I LOVE GEORGIA", "I LOVE TBILISI" is the presentation about these projects.

After branding cities in Georgia like Tbilisi, Batumi, Signangi, Mtskheta, Mestia – number of visitors doubled. In 2009 in Georgia were 1 500 049 visitor,

in 2010 number of tourists reached 2 032 586. And in 2011 (in January, February, March, April) tourist number is 43% high.

City Branding is important for every city and country.

Keywords: branding, city, “I LOVE GEORGIA”, “I LOVE TBILISI”, Thomas Gad.

Reviewer: Professor Giorgi Zirakashvili, Georgian Technical University

Нуца Гумберидзе Брединг города

Резюме

В глобальном мире возросло конкуренция по всем направлениям, необходимым стало создания и развития брендов. Сегодня города и государства состязаются с друг другом. В связи с этим лидеры государств пришли к такому заключению, что надо брендировать свои города для привлечения инвесторов и туристов, чтобы занять достойное место на мировой карте.

Для многих городов вышеуказанное вышло удачно, как на пример у Копенгагена и Амстердама. Слоган у Копенгагена «Copenhagen - Open for You» и его позиционирование произошло правильно. Во время брендирования Амстердама был разработан эффективный слоган «I Amsterdam», который точно воспроизводит суть города и его жителей.

В мае 2010 года произошел ребрединг столицы Грузии – Тбилиси, который разработал стратег бренда – Томас Гард. Был создан новый логотип и слоган « Tbilisi - The City that Loves You ».

На сегодняшний ден в Грузии ведется до двухсот новых проектов по строительству, реконструкции и реставрации. Слоганы «Я ЛЮБЛЮ ГРУЗИЮ» и «Я ЛЮБЛЮ ТБИЛИСИ» стали для строительных проектов своеобразной презентацией.

С 2010 года на территории Грузии возросло число туристов. По статистике по сравнению с 2009 годом число туристов возросло на 36%-ов.

Ключевые слова: Брединг, город, «Я ЛЮБЛЮ ГРУЗИЮ» и «Я ЛЮБЛЮ ТБИЛИСИ».

Рецензент: профессор Георгий Зиракашвили, Грузинский технический университет.

ქანეთა კილასონია PR-ი საბანკო სფეროში

დღესდღეობით ცივილიზებული ბიზნესისთვის არ არის დამახასიათებელი მხოლოდ ფულად მოგებაზე კონცენტრირება. ბიზნესის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ხელსაყრელი გარემოს შენარჩუნება და გაუმჯობესება. ამ შემთხვევაში, გარემოს ცნება არ შემოიფარგლება მხოლოდ კონკურენტუნარიანობითა და ბაზრით, იგი აგრეთვე მოიცავს სოციალურ, კულტურულ განსაზღვრებებს.

ნებისმიერი ბანკი, რაოდენ ძლიერიც არ უნდა იყოს ის, ვერ მიაღწევს წარმატებას თუ არ გაიაზრებს სოციალურ პასუხისმგებლობას იმ გარემოს მიმართ, სადაც იგი მოღვაწეობს, სწორედ ამიტომ ბანკების PR-აქციების უმრავლესობა სოციალური ხასიათისაა, რადგან ისინი ემსახურება ხალხის პრობლემების დაძლევას და შესაბამისად საზოგადოების კეთილგანწყობას იმსახურებს. ამის ნათელი მაგალითია „ლიბერთი ბანკი“ რომელიც მთლიანად სოციალურ პროექტებზეა ორიენტირებული.

საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიღწევის საქმეში ბიზნესის გადამწყვეტი როლის გათვალისწინებით, საზოგადოება სულ უფრო მეტ მოთხოვნას უყენებს კომპანიებს, რათა მათ თავიანთი საქმიანობა აწარმოონ ეთიკურად, საზოგადოების სოციალური, ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით, ამიტომაც წარმატებული კომპანიების არსებობა საზოგადოებრივი ურთიერთობების გარეშე წარმოუდგენელია, რომელიც უზრუნველყოფს ყოველივე ამას, საზოგადოებრივი ურთიერთობები ანუ PR-ი არის საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ნაკრები, რომელიც შექმნილია იმისთვის რომ შექმნას ორმხრივი, სასარგებლო ურთიერთობები ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის.

თანამედროვე მსოფლიოში სადაც არის მზარდი კონკურენცია, ყურადღება უფრო მეტად ექცევა იმას თუ როგორ არეგულირებენ კომერციული ორგანიზაციები და ამ შემთხვევაში ბანკები საზოგადოებასთან ურთიერთობას.

PR-ი კომერციულ ორგანიზაციებში და კონკრეტულად ბანკებში ქმნის და არეგულირებს:

- სოციალურ პოლიტიკას საზოგადოებასთან მიმართებაში;
- ორპორაციის მართვის პრინციპებს და მიდგომებს;
- კომპანიის კორპორაციულ ეთიკას;
- თანამშრომლებთან ურთიერთობის პოლიტიკას;

• ადამიანთა უფლებების დაცვას თანამშრომლებთან, მომწოდებლებთან და მომხმარებლებთან ურთიერთობისას.

PR-ი ფუნქციებში შედის:

- კორპორაციული ბრენდის შექმნა (კორპორაციული გამოსახულება, სლოგანი);
- გრძელვადიანი კორპორაციული რეპუტაციის ფორმირება ან ხელახლა განსაზღვრა;
- ბანკის პოზიციონირება ან რეპოზიციონირება;
- მუდმივად შექმნა სიახლეების და ამ სიახლეების გავრცელება;
- მომხმარებლების მიზნების, ქცევის, შეხედულებების შეცვლა ბანკთან მიმართებაში, მათი მოზიდვა და შენარჩუნება;
- ორმხრივი ურთიერთობების დამყარება როგორც კლიენტებთან, პარტნიორებთან ისე ხელისუფლებასთან;
- პრესკომფერენციების მომზადება და ჩატარება;
- სპეციალური ღონისძიებების მოწყობა (PR ივენთები).

ნებისმიერი კომპანიისათვის და მით უმეტეს ბანკებისათვის გარე PR-თან ერთად არანაკლებ მნიშვნელოვანია შიდა PR-იც, ანუ ბანკის შიგნით არსებული კლიმატი, რაოდენ ხელსაყრელი პროდუქტებიც არ უნდა შევთავაზოთ საზოგადოებას, არეული სამუშაო გრაფიკითა და არაპროფესიონალი, უკმაყოფილო თანამშრომლებით ვერასდროს ვერ მიაღწევს სასურველ შედეგს, აქედან გამომდინარე ბანკები ცდილობენ მოიპოვონ თანამშრომელთა კეთილგანწყობა, ამისთვის ისინი თანამშრომლებს ურიგებენ წამახალისებელ პრემიებს, ატარებენ უფასო, კვალიფიკაციის ასამაღლებელ ტრენინგებსა და სხვადასხვა PR-აქციებს.

მაგ: ბანკი „რესპუბლიკა“, საკუთარ თანამშრომლებს უფინანსებს მაგისტრატურასა და კვალიფიკაციის ასამაღლებელ კურსებს წამყვან უნივერსიტეტებში, როგორც საქართველოში ისე საზღვარგარეთ.

ბანკი „რესპუბლიკა“ დაარსდა 1991 წელს, 2006 წელს კი „სოსიეტე ჯენერალმა“ (ევროს მოქმედების ზონაში ერთ-ერთი წამყვანი საბანკო საფინანსო ჯგუფი და ევროპის რეკონსტრუქციის და განვითარების ბანკმა (EBRD) ბანკ „რესპუბლიკას“ სავსებო კაპიტალის ნახევარზე მეტი შეიძინა. ბანკი შედის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე ორიენტირებული ბიზნესკომპანიების პირველ ხუთეულში. როდესაც უყურებ დიდი ნდობითა და რეპუტაციით აღჭურვილ სხვადასხვა ბანკებს შეიძლება განსხვავებული პრიორიტეტების აღმოჩენა. ფინანსურ

სერვის ინდუსტრიაში ყელაზე მნიშვნელოვან მახასიათებლად ითვლება ნდობა. იგივე ნდობისა და რეპუტაციის საფუძველზე ბანკები ახორციელებენ მნიშვნელოვან მმართველობას, მაგრამ არსებობს სახესხვაობები თუ როგორ გამოიყენება ეს სინამდვილეში, სახესხვაობა ძირითადად დამოკიდებულია ორგანიზაციის სრულ სტრატეგიულ შედეგზე და იმაზე თუ როგორ ცდილობენ ისინი საზოგადოებაში ნდობის მოპოვებას. ბანკი თავისი სწორი მენეჯმენტით უნდა უზრუნველყოფდეს მის სანდოობას და დინამიკურ განვითარებას.

ბანკისათვის მნიშვნელოვანია სწორი საკომუნიკაციო პოლიტიკის გატარება, ბაზრის კონკრეტულ ნიშაზე მორგება, წვლილის შეტანა, ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში, რითიც ის შეძლებს მიზანმიმართულ და დინამიკურ განვითარებას.

ბანკებისათვის მნიშვნელოვანია სპონსორობა, რომელიც უნდა მოიცავდეს შემდეგ მიმართულებებს: სოციალურ-საგანმანათლებლოს, კულტურულს, სპორტულს. მაგ: ბანკი „რესპუბლიკა“ თანამშრომლობს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან, სხვა და სხვა საგანმანათლებლო ინსტიტუტებთან. ასევე მონაწილეობა მიუღია ძალიან ბევრ მაშტაბურ საგანმანათლებლო პროექტებში, აღნიშვნის ღირსია ის, რომ კულტურის სამინისტრომ და საქართველოს ხელოვანთა კავშირმა ბანკს გადასცა სპეციალური ჯილდო „2006 წლის კულტურისა და ხელოვნების მეცენატი“. ძალიან მნიშვნელოვანია საქველმოქმედო ღონისძიებებში მონაწილეობა, ბანკი „რესპუბლიკას“ ინიციატივით 2005 წელს შეიქმნა საქველმოქმედო ფონდი „ცისკარი“, რომლის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებაა გაჭირვებული ოჯახების დახმარება, ობოლთა სახლების მხარდაჭერა, ეკლესია-მონასტრებისა და ისტორიული ძეგლების აღდგენა-განახლება. ფონდი ასევე დახმარებას უწევს ცნობილ საზოგადო მოღვაწეებს, მეცნიერებს, მსახიობებს. ამით ბანკი ეხმარება ქვეყანას მნიშვნელოვანი სოციალური პრობლემების გადაწყვეტაში.

მაგ: TBC ბანკის შენობა უკვე მე-4 წელია გარდა წამყვანი საფინანსო ინსტიტუტის ფუნქციისა, წარმატებით ასრულებს საქართველოს ერთ-ერთი კულტურული ცენტრის დანიშნულებას, TBC ბანკი კერძო კაპიტალით შექმნილი ბანკია. ის დაარსდა 1992 წლის 17 დეკემბერს. ბანკის სათაო ოფისში განთავსებულ „TBC გალერეაში“ ყოველთვიურად ტარდება კულტურული ღონისძიებები: გამოფენები (ქართული საოქრომჭედლო ტექნოლოგიებით შექმნილი ექსკლუზიური ნივთების, პერსონალური გამოფენები, სხვადასხვა

თემატიკის ფოტო გამოფენები, უნიკალური საათების გამოფენა და ა.შ) შემოქმედებითი საღამოები (ნოდარ დუმბაძის 80 წლის იუბილე), ფილმების ჩვენებები (დოკუმენტური ფილმი „ხვამლი“), ლიტერატურული კონკურსები (ლიტერატურული კონკურსი „საბა“), პრეზენტაციები (ერლომ ახვლედიანის წიგნის პრეზენტაცია) და სხვა. ამ ღონისძიებებს თასობით ადამიანი ესწრება, რაც მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ქართული ხელოვნების პოპულარიზაციას და შანსს აძლევს ხელოვანებს წარმოაჩინონ საკუთარი შემოქმედება. 2002 წლიდან დღემდე TBC აქტიურად ახორციელებს გაფანტული სკლეროზით დაავადებული ადამიანების მატერიალურ მხარდაჭერას, აფინანსებს უნარშეზღუდული ბავშვების სტუდია „არტ-ჰოლს“. TBC ზრუნავს ეკლესია-მონასტრების რესტავრაცია-კეთილმოწყობაზე, აფინანსებს მუსიკის შემსრულებელთა რესპუბლიკურ და საერთაშორისო კონკურსებს.

ამ ღონისძიებებით ბანკი აუმჯობესებს კულტურულ და სოციალურ გარემოს.

„საქართველოს ბანკი“ დაარსდა 1994 წელს და დღემდე ის წამყვანი ბანკია საქართველოში. „საქართველოს ბანკის“ სტრატეგია უნივერსალურ საბანკო მომსახურების სტრატეგიაზეა აგებული. PR-ის მხრივ ასევე მნიშვნელოვანია ბანკის სახეწოდებაც. „საქართველოს ბანკი“ სახელწოდებიდანვე მიუთითებს, რომ ის არის ქართული, ეროვნული და ქვეყნის ინტერესების შესაბამისად ახორციელებს თავის საფინანსო პოლიტიკას.

საქართველოს ბანკი ცდილობს სხვადასხვა PR აქციების მეშვეობით მოიპოვოს საზოგადოების კეთილგანწყობა. PR-აქციათა უმრავლესობა სოციალური ხასიათისაა, რაც მომხმარებელზე დადებით ზეგავლენას ახდენს „საქართველოს ბანკი“ გამოირჩევა ერთობლივი აქციებით სხვადასხვა კომპანიებთან მაგ: „ბალი ქარდის“ აქცია, რომელიც სტუდენტებისთვისაა განკუთვნილი. ბანკის ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი სატელევიზიო პროექტი იყო „კანდიდატი“ რამაც საკმაოდ დიდი პოპულარობა მოიპოვა. ამ პროექტით „საქართველოს ბანკმა“ ხაზი გაუსვა, რომ ის ხელს უწყობს ნიჭიერ ადამიანებს და არ ტოვებს მათ უყურადღებოდ. ასევე ის აფინანსებს სატელევიზიო პროექტ „ნიჭიერს“, „საქართველოს ბანკის“ სოციალური პროექტებიდან ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია „ფონდი იავნანას“ მხარდაჭერა, რომელიც უმწველ ადამიანებს ეხმარება.

შეიძლება ბანკებს მგავსი სტრუქტურა და მომსახურებები ჰქონდეთ, მაგრამ მომსახურების ხარისხი, კორპორატიული მახასიათებლები, საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფორმები და მეთოდები ერთნაირი ვერ ექნებათ, სწორედ ეს განასხვავებს მათ, იქნება ეს სახელწოდება, კორპორატიული ფერები, თითოეული სიახლის და პროდუქტის საზოგადოებისთვის წარდგენის ფორმები თუ ნოვატრობა.

სწორედ ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ღონისძიებების და მახასიათებლების შექმნა არის PR-ის პრეროგატივა. Handelsbanken-ი და SEB-ი ორი უძველესი და უმსხვილესი ბანკია რომლებიც დიდი ხანია იყენებენ წარმატებით PR-ს.

Handelsbanken (დანიური უმსხვილესი ბანკი, რომელიც მე-19 საუკუნეში დაარსდა) არის მაღალი რანგის ბანკი, იგი ორგანიზაციის დეცენტრალიზებული ფილოსოფიის შედეგად აქცენტს აკეთებს ძირითადად პიროვნულ ურთიერთობებზე. Handelsbanken-იც მნიშვნელოვნად იყენებს PR-ს, პიროვნულ ურთიერთობებზე ფოკუსირებით უწყობს ხელს ბანკის ნდობისა და რეპუტაციის განვითარებას. Handelsbanken-ის რეპუტაციის მართვას შეიძლება შევხედოთ ისე, როგორც ახალი ბიზნეს ფუნქციის დაბადებას, ამიტომაც ბანკი ხშირად მონაწილეობს სოციალურ პროექტებში.

SEB (შვედური ბანკი რომელსაც მსოფლიოს ყველა დიდ ქალაქში აქვს ფილიალი და 1856 წლიდან ფუნქციონირებს) იზიარებს პიროვნულ ურთიერთობებს, მაგრამ არ იყენებს იგივე პრიორიტეტებს როგორითაც Handelsbanken ხელმძღვანელობს. SEB-ში Handelsbanken-გან განსხვავებით მეტი ყურადღება ეთმობა პროფესიულ რჩევებსა და საინფორმაციო მომსახურებას. SEB-შიც სჯერათ რომ კორპორატიული რეპუტაციის პატიოსნად და სწრაფად მართვა შესაძლებელია PR-ის აქტიური გამოყენებით. SEB-ში რეპუტაციის მართვის დანახვა შეიძლება როგორც ახლადწარმოშობილი ბიზნეს ფუნქცია, რომელმაც უკვე ხაზი გაუსვა ორგანიზაციის საქმიანობას.

თითოეულ წარმატებულ ბანკს აქვს ძირითადი საკომუნიკაციო სტრატეგია მაგ: SEB-ი PR-ს მედია ურთიერთობების ნაწილად მიიხნევს და PR-ი მოქცეულია კორპორატიული დეპარტამენტის შემადგენლობაში. ხოლო Handelsbanken-ში PR-ი მოქცეულია კომუნიკაციების დეპარტამენტის შემადგენლობაში.

მას შემდეგ რაც დანახულ იქნა ბანკების მიერ, რომ რეპუტაცია შეიძლება ადვილად დაინგრეს და განადგურდეს, მისი

მართვა ძალიან საპასუხისმგებლო გახდა, ამიტომაც დიდი სიფრთხილით ჩააბარეს ის PR-ს.

PR-ის ჩარევის გარეშე დღეს ბანკების ეფექტური ფუნქციონირება წარმოუდგენელია.

ლიტერატურა

Referenses:

1. Kotler, P. Wong, V.Saunders, J.Armstrong, (2005). "principles of marketing". 4th ed.
2. veb.gverdebi: www.SB.ge, www.tbcbank.ge, www.republic.ge, www.seb.se, www.handelsbanken.se.

Zhaneta Kilasonia

Public Relation in banks

Summary

Public Relation is one of the most important in the banking industry. Public relation's role in enhancing the image of the banks and disseminating positive messages. Public Relations goals and objectives must tie directly to organization goals and objectives.

Public Relations objectives are designed to make changes in the public's knowledge, attitudes and behaviors related to a bank. Usually these objectives focus on creating credibility, delivering information and building positive image. As we have already mentioned Public Relations provides: creting a corporation brand, shaping or redefining a corporate reputation, positioning or repositioning a bank, dissemination news about bank, shaping or redefining a corporate reputation end anthers.

The nature of the banks with a need of high levels of trust, explains the importance of public relations to be successful. the banks most effective tool to manage this opinion is through extensive use of public relations activities. In the banking industry services provided are to a high degree similar, which makes it hard to make a comparison between banks and their offerings, therefore in banking credibility and value is mainly gained from the organization's reputation. It's also argued that reputation is the most valuable asset of a bank. Corporate reputation is a fast developing area clearly gaining in importance for management.

Public Relations strategy, considerations must be given to the nature of the banks, to its vision, mission and its key audiences. The role of the PR is to act as a bridge between his organization and its audience, and in this way create or sustain the corporate image or reputation.

The role of the Public Relations is act as a bridge between his organization and it's audience and in this way create or sustain the corporate image or reputation.

Obviously a public Relations has a key role to play in the strategic planning of an organization and should therefore be closely linked.

In my view Public Relations activities must be involved early in the process when developing strategies for building and maintaining the corporate image and reputation.

I argue that Public Relations activities can clearly increase economic value for banks.

Keywords: PR, banks, banking industry, corporate image.

Reviewer: Professor Sergo Lominadze, Georgian Technical University

Жанета Киласониа

PR в банках

Резюме

На PR возложена существенная роль в банковской сфере. От него зависит узнаваемость банка.

PR доносит работу компании до общественности и обеспечивает формирование его поведения, цели и зависимости, или смену к позитивному данному банка.

Цели и действия пиара напрямую связаны с целью и действием банка и ориентирована на уложения двустороннего отношения между банков и общественности.

PR обеспечивает создание корпоративного бренда, формирование и улучшение корпоративной репутации, что отражается на создание положительного имиджа организации.

Как мы видим, PR - является мощным орудием в создании репутации компании и может принести огромную прибыль фирме.

Клиент из абсолютно идентичного продукта, или обслуживания выбирает тот банк, которому доверяет, поэтому репутация является самым дорогим активом банка.

Ключевые слова: PR, банки, банковская сфера, корпоративная репутация.

Рецензент: профессор Серго Ломинадзе, Грузинский технический университет.

ბაღრი ცხადაძე, ეკა ცხადაძე
მინაწერი (PS) და მინაწერის მინაწერი (PPS)უ
ბამოქმენებისათვის ქართულ მწერლობაში, ჟურნალისტიკასა
და „აკადემიურ წერაში“

როგორც საყოველთაოდ ცნობილია, ქართული ენა მსოფლიოს ცივილიზებულ ენათა რიცხვს მიეკუთვნება. ქართული ენა ყოველთვის, ქართველი ერის არსებობის მანძილზე, ეროვნული კონსოლიდაციის ყველაზე ძლიერ ბერკეტს წარმოადგენდა. ქართულმა სალიტერატურო ენამ უდიდესი როლი შეასრულა ქართველი ერის კომპაქტურობის შენარჩუნებაში, ერთიანი ეროვნული და სახელმწიფოებრივი მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბებაში [1,3-4]. უძველესმა ქართულმა ანბანმა, ისე როგორც ქართული გენის წერილობით-შემოქმედებითმა ტრადიციამ, ქართველ ერს, ჩვენს კულტურულ მემკვიდრეობას, შესძინა ისეთი ტერმინადაქცეული სიტყვები, ამჟამადაც „აკადემიური წერისათვის“ ესოდენ საჭირო პალეოგრაფიული ლექსემები, როგორცაა: **წერა** (=ჩხვლეტა, კაწვრა), **მწერი**, **მწერალი**, **დამწერელი** (=მჩხვლეტელი, მკაწვრელი), **აღმწერიელი**, **წარმწერელი**, **საწერელი**, **ნაწერი**, **გარდანაწერი**, **ზედაწერილი**, **შთაწერილი**, **წერტილი**, **წერტა** [2, 47-50] **კეცი დაწერილი** („თიხის ფორფიტა საწერად გამოყენებული“) [3, 32-33], **წერაქვი** // **წერაქვა** [4, 43-45] და მისთ.

ზემომოყვანილ ლექსემათა გვერდით დღესაც საოცრად აქტიურ და დიდი დატვირთვის მქონე სიტყვა-ტერმინად გამოჩნას **მინაწერი**ც, რომელსაც, ძველი ქართული მწიგნობრებიდან მოყოლებული, აქამოდღე, არ შეჭხებია ნიუანსობრივ-სემანტიკური ცვლა და გარდასახვა. სპეციალისტებისათვის ცნობილია ისიც, რომ ნებისმიერ სიტყვას, ისე როგორც ნებისმიერ ბიოლოგიურ არსებას, თავისი ცხოვრება აქვს [5, 5]. ეს მეტაფორული გამოთქმა („სიტყვის ცხოვრება“), ახლაც მისაღები და გასაზიარებელი ფორმულირებაა, რადგან სიტყვა, ისევე როგორც ადამიანი, იბადება, ვითარდება და კვდება. ამ მხრივ ქართულ სალიტერატურო ენას, მის გრამატიკულ-სინტაქსურ სტრუქტურასა და ლექსიკურ-ტერმინოლოგიურ მრავალფეროვნება-ნაირგვარობას, მათ შორის ლინგოკულტუროლოგიური თვალსაზრისითაც, ლინგვისტები მსოფლიო ენათა შორის გამორჩეული ღირებულების ფენომენად რაცხენ (აკად. ნ. მარი. დ. ლანგი და სხვ). ყოველივე ამის ბიძგის მიმცემი კი ქართველი ერი და ხალხური მეტყველების წიაღია, რომლისგანაც სათავეს იღებს უძველესი ქართული კლასიკური მწერლობა, წერილობითი ძეგლები... ღირსსაცნობია, რომ ამ კუთხით ერთგვარ ტრადიციის განმგრძობად და ტონის

მიმცემად, ქართულ მეცნიერებასთან ერთად, გვევლინება ქართული ჟურნალისტიკაც.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, **მინაწერი** წიგნმცოდნეობით-პალეოგრაფიული ტერმინია. ეს ნაზმნარი არსებითი სახელი, რომელიც წარმოშობით ვნებითი გვარის მიმღეობაა და იმავდროულად ნამყო დროზეც მიმანიშნებელია, ქართულ სამწერლობო ენაში საკუთრივ ქართულ სიტყვაფორმათა „ოქროს ფონდს“ განეკუთვნება. მინაწერი **ქველ**ის მიხედვით ორგვარი მნიშვნელობის შემცველია: 1. რაც მისწერეს ვისმე, – მიწერილი. „დაუბდეთ ყური, რას ამბობს რედაქტორთან მინაწერს წიგნში“ (=წერილში) (ილია). „ჩამაბარა მდივანთან მინაწერი წერილი“ (დ. კლდ.), 2. რაც მიაწერეს (რაიმე ტექსტს). ხელნაწერის აშვილებზე ასომთავრული მინაწერები [6, 41], [7, 301]. თუ პირველ შემთხვევაში მინაწერი აშკარად საყოველთაოდ ხმარებული ლექსემაა (ნაზმნარი სახელი), მეორე შემთხვევაში იგი სპეციფიკურ ტერმინად ქცეულა.

აქვე უნდა შევნიშნოთ, რომ, (რაოდენ გასაკვირიც არ უნდა იყოს), **მინაწერი**, როგორც სალექსიკონო ერთეული არაა შეტანილი ი. აბულაძისა [8] და ზ. სარჯველაძის [9] ძველი ქართული ენის ლექსიკონებში. ცალკე ერთეულად მას არც სულხან-საბა ორბელიანის [10], არც დავით და ნიკო ჩუბინაშვილების [11], [12] ლექსიკონებიც არ იცნობს. ცხადია, იგი, როგორც ტერმინი, ქართულ ენაში XIX ს–ში მწიგნობრული-მთარგმნელობითი გზითაა გაჩენილი, რომლის თავჩენის მიზეზი და წყარო ევროპასთან მჭიდრო შემოქმედებით-საგანმანათლებლო კონტაქტი და ლათინური წარმოშობის პოსტკრიპტუმ ტერმინია: „პოსტკრიპტუმი-ლათ. post scriptum დაწერილის შემდეგ. ჩვეულებრივ აღნიშნავენ ასოებით PS“ [13], [14]. პოსტკრიპტუმის რაობის შესახებ სპეციალურ ლიტერატურაში აღნიშნულია: „პოსტკრიპტუმი იწერება საქმიანი წერილის ქვედა ნაწილში ხელმოწერის შემდეგ. მისი გამოყენება დაშვებულია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ წერილის ძირითადი ტექსტის ხელმოწერის შემდეგ მოხდა საგანგებო მოვლენა, რომლის თაობაზე აუცილებლად უნდა ეცნობოს წერილის ადრესატს. ასეთ შემთხვევაში საზგასმულია ბოლოდროინდელი მოვლენის განსაკუთრებული მნიშვნელობა. პოსტკრიპტუმის ტექსტი იწყება აღნიშვით PS და ბოლოვდება განმეორებითი ხელმოწერით“ [15, 105]. თითქოს ყველაფერი რიგზეა, ვერაფერს დავიწუნებთ, მაგრამ ერთს მაინც შევნიშნავთ: ეს მხოლოდ ერთ-ერთი ვარიანტია. არსებობს „ამ დადგენილი წესის“ სხვა არაერთი ვარიანტიც. კერძოდ, როცა პერიოდულ პრესაში

(ეურნალი, გაზეთი...) ვისიმე წერილი ქვეყნდება, რედაქტორს, გამომქვეყნებელს, რედაქციაში წარმდგენს... უფლება აქვს სტატიის ავტორის გვარსახელის მითითების შემდეგ თავისი აზრიც გამოთქვას (ეთანხმება თუ არ ეთანხმება მას, რას შენიშნავდა, რაზე მიაპყრობდა მკითხველის ყურადღებას, ან: წერილის გამომქვეყნებამდე ამ წერილის „გამომქვეყნებამდე თავგადასავალზე“ მიიქცევდა მკითხველის მხერასა და ჭკრეტას). მაგ., ერთ-ერთ წერილს, რომელსაც „მიმართვა აფხაზ და ქართველ ხალხს“ ჰქვია, ავტორი ეთერ კოპალიანი-ვეკუა (აფხაზეთში, სოხუმში ცნობილი მოვლენების გამო აფხაზთაგან მოკლული ქართველი გმირის ვოვა ვეკუას მეუღლე), ორივე ხალხს (აფხაზებს და ქართველებს) მოუწოდებს შერიგებისა და პატიებისაკენ (იხ. გაზეთი „ივერია“, №23, 18.09.89), მკვლევარი და საზოგადო მოღვაწე ვახტანგ გოგუაძე უცვლელად იმოწმებს ზემოთ დასახელებულ წერილს (საკუთარ წერილში, რომელსაც „ოღლა გურამიშვილის მადლით“ ეწოდება) და იქვე თავის სათქმელს კომენტარის სახით ურთავს: „ასეთ კეთილშობილურსა და ჭკვიანურს მე ვერას ვიტყვი და არც შევეცდები ჩემი კომენტარებით შეგაწყინოთ თავი. უბრალოდ, არ შემიძლია ჩემი მოწიწება, თავდადრეკა მუხლმოყრით არ გამოვხატო ამ დიდი სათნოებისადმი; იგი მადლსა ჰყენს აფხაზი და ქართველი ხალხის მრავალსაუკუნოვან ბაგლილსა და გასავლელ გზას“. ვ. გოგუაძისეულ მკითხველისადმი გამიზნულ ამ ერთადერთ კომენტარ-შენიშვნას ბოლოს თან ახლავს ბატონი ვახტანგის პიროვნული დასტური: „ვახტანგ გოგუაძე, პროფესორი. 12 ივლისი, 1990 წ.“ [16, 382]. მართალია, წერილს ბოლოს შ არ ახლავს, მაგრამ ეს ისედაც გასაგებია – იგი ტიპობრივი ნიმუშია მინაწერისა (resp.) პოსტკრიპტუმისა. 2. მემუარულ ლიტერატურაშიც, ან მწერლისეულ თუ სამეცნიერო დღიურებში, პირად წერილებში მინაწერები არაიშვიათია. სანიმუშოდ დავასახელებთ რამდენიმე მათგანს: ცნობილი რუსი პოეტი ნ. ზაბოლოცკი ტიციან ტაბიძისადმი მიწერილ ერთ-ერთ წერილს („ძვირფასო ტიციან იუსტინეს ძეგ!“) ასე ამთავრებს: „გადაეცით ჩემი გულთბილი სალაპი ნინო ალექსანდრეს ასულს და ქალიშვილს. მიკოლა პლატონის ძეს მოკითხვა გადაეცით, ერთდროულად მასაც ვწერ წერილს. გადაეცით სალაპი ყველა ნაცნობსა და მეგობარს.

თქვენი ნ. ზაბოლოცკი.

მეუღლე მადლობას გიხდით დეპეშისათვის და თავის მხრივ საუკეთესო სურვილებს გითვლით თქვენ და ნინო ალექსანდრე ასულს“ [17,131].

ამ შემთხვევაშიც (ამ მინაწერშიც) ავტორი კიდევ ერთხელ საჭიროდ მიიჩნევს ადრესატისადმი მადლიერებისა და კეთილი სურვილების გამოხატვას (პოსტკრიპტუმის მიუთითებლად)..

მინაწერი ზოგჯერ აკონკრეტებს და აზუსტებს ავტორისეულ ტექსტურ მონათხრობს (შემთხვევას, ფათერაკსა თუ ამბავს). ასეთი მინაწერები დიდად „უხდება“ მემუარულ ჟანრს, „მოგონებათა გამმას“. თქმულის ნათელსაყოფად ნ. შამანაძის რამდენიმე ტომად დასტამბული „აკრეფილი თავთავებიც“ კმარა, რომლის თითოეულ ჩანაწერს რეფრენივით თან სდევს მინაწერი და მინაწერის მინაწერი, რომელსაც მწერალი და მეცნიერი „კიდევ მინაწერს“ უწოდებს (ქართულად, ყოველგვარი PS-ის, ან PSP-ს გარეშე)[18, 90., 92., და მისთ.]. მეტიც: ავტორი „კიდევ მინაწერს“ კვლავ ურთავს კიდევ ერთ მინაწერს, რომელსაც სახელდებით „ერთი მინაწერიც“ მოიხსენიებს [18, 93]. ინტელექტუალის მწერლური კრეოლ, ჩანს, აქ არ ჩერდება და იმავე წიგნის სხვა გვერდებზე (გვ. 105) „მინაწერის“, „კიდევ მინაწერის“, „ერთი მინაწერიც“ სახელდებათა მსგავსად მინაწერის ან მინაწერის მინაწერის ახალ ვარიაციებს გვთავაზობს: „მინაწერი 43 წლის შემდეგ“, „მინაწერი 62 წლის შემდეგ“ (გვ. 123), „მინაწერი 14 წლის შემდეგ“ (გვ. 143). არაა გამორიცხული „თავთავების ამკრებ“ ავტორს მიმბაძველად სხვებიც გამოუჩნდეს და ვიხილოთ ისეთი ნეოლოგიზმები, როგორიცაა: „ისევ მინაწერი“, „ისევ და ისევ უჩვეულო მინაწერი“, „მინაწერთა მინაწერი“, „მინაწერის მინაწერის მინაწერი“, „მინაწერის მინაწერის კიდევ (ერთი) მინაწერი“ და ა. შ.

ქართულმა მასმედია, ქართულმა ტელეჟურნალისტიკამ ქართულ ენაში კარგა ხნის წინათ დამკვიდრებულ ლათინურ სიტყვაფორმა „PS“-ს თავის გამოჩენის ახალი შესაძლებლობები მისცა. მაგ., ასე ეწოდებოდა (post scriptum) ჟურნალისტიკა და სოციოლოგის ვ. კვარაცხელიას ერთ-ერთ საინფორმაციო-ანალიტიკურ ტელეგადაცემას ერთი ათეული წლის წინ, ასეა ახლაც, ოღონდ „რუსთავი -2-ის რაკურსით: ტელეკომპანია რუსთავი 2“-მა რამდენიმე წლის წინათ, ე. წ. „ვარდების რევოლუციისთანავე“ შექმნა გადაცემა „კურიერი P.S.“, რაც „კურიერის მინაწერს“ ნიშნავს. უნდა ვიფიქროთ, რომ ამ სახელდების ნათლია-ნათლებმა იგულისხმეს ის ინფორმაციის ვერმიწოდება, რომელიც „კურიერში“ ვერ მოთავსდა, რაც „კურიერის“ მიღმა დარჩა და ამ საინფორმაციოს სპეციფიკიდან გამომდინარე, სხვა გადაცემაში გაერცობასა და ანალიზს საჭიროებდა. ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ „რუსთავი 2“-მა კვირის შემაჯამებელი ანალიტიკური გადაცემის ფორმატი

საზოგადოებას „კურიერი P.S.“ შესთავაზა, რაც სხვა არაფერია, თუ არა მთელი კვირის განმავლობაში „კურიერში“ გასული სიუჟეტების (რამდენიმე) თემატიკა (სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, „საქართველო და მსოფლიო“post scriprium“-ის ობიექტივში კვირას, საღამოს ცხრა საათზე“ – მთელი კვირის განმავლობაში მუხჯი კინოს გრიმასებით და მიღწეული მზერით რომ გვაუწყებს გადაცემის წამყვანი დაით კიკალიშვილი). „ვარდებიდან დღესამომდე“ „რუსთავი 2“ და „იმედი“ ახლაც საოცარი თანამთხვევით გამორჩეულნი, როგორც სკანდალური „რამერუმების“ მოყვარული ტელეკომპანიები საზოგადოებას ლამის თვალსა და გონში სწრიან კატასტროფებს, სასაფლაოებს, მიცვალებულებს, ჯადოებს, პანაშვიდებს, უცხოეთში არსებული სასიკვდილო დაწესებულებების სიახლეებს – სასიკვდილოდ განწირულ „სიკვდილითოკოქტილიმისჯილებს“. როგორც მიუთითებენ, ჩვენშიც და უცხოეთშიც, ამ და სხვა რეალურ ფაქტებზე აგებული და დახვეწებული პროგრამების ფონზე ირღვევა საყოველთაო სტანდარტები და კრიტერიუმები [19], ასევე მაყურებლის მოთხოვნა და ინტერესი, რომლებსაც სამომავლოდ (მინიც) „გამოსწორება“ სჭირდება. „კურიერ“-„P.S.“-ებმა ამ მხრივ თავის პირვანდელ მნიშვნელობას, როგორც შინაარსობლივ, ისე ფუნქციურად, ნამდვილად გადააჭარბეს, დღემდე ტელევიზიის კლასიფიცირების ოთხ კატეგორიად დაყოფა და სასაფუძვლოდ დაცვა-გაშუქება, სამწუხაროდ, იგნორირებულია.

PS. (მინაწერი): სამეცნიერო ხასიათის ნაშრომებში PS და PSP-ს არაიშვიათად გამოიყენება. ასეთ შემთხვევებს ვხვდებით ი. ჯავახიშვილის, ა. შანიძის, მათ შორის ჩვენს პუბლიცისტურ-კრიტიკულ და სამეცნიერო ნაწერებშიც.

PSP. (მინაწერის მინაწერი): ახალი საუნივერსიტეტო საგნის „აკადემიური წერის“ სწავლებისას ლექცია-სემინარებზე ამ (PS და PSP-ს) კუთხით გამახვილება საჭირო და აუცილებელია.

ლიტერატურა
Referenses:

1. **ZiZiguri S.**, qarTuli saliteraturo enis ganviTarebis gzebi, z. **WumburiZis** redaqciiT, Tb., 1986 (Georgian)
2. **cxadaZe b.**, *wer, wer (War..)* fuZeTagan nawarmoebi paleografiul-wignmcodneobiTi terminebi qarTulSi. J. `sakarTvelos biblioTeka-, #1, 2000. 1987 (Georgian)

3. **cxadaZe b.**, paleografiul-wignmcodneobiTi terminebi qarTulSi: *keci, keci dawerili*. J. `saqarTvelos biblioTeka”, #1. 2002 G(Georgian)
4. **b. cxadaZe**, paleografiul-wignmcodneobiTi terminebi qarTulSi: *yda, weraqva*, J. `saqarTvelos biblioTeka”, #1. 2003(Georgian)
5. **ZiZiguri S.**, sityvis cxovreba, *s. caiSvilis* redaqqiT, Tb., 1988 (Georgian)
6. qarTuli enis ganmartebiTi leqsikoni. t. V. **arn. Ciqobavas** saerTo redaqqiT, Tb., 1958 (Georgian)
7. qarTuli enis ganmartebiTi leqsikoni (erTtomeuli), **arn. Ciqobavas** redaqqiT, Tb., 1986 (Georgian)
8. **abulaZe i.**, Zveli qarTuli enis leqsikoni (masalebi), Tb., 1973 (Georgian)
9. **sarjvelaZe z.**, Zveli qarTuli enis leqsikoni (masalebi), Tb., 1995 (Georgian)
10. **orbeliani s. s.**, Txzulebani. t. IV. qarTuli leqsikoni. avtografuli nusxebis mixedviT gamosacemad moamzada i. abulaZem, Tb., 1966 (Georgian)
11. **CubinaSili d.**, qarTul-rusuli leqsikoni, meore gamocema, aRdgenili ofsetis wesiT. sastambod moamzada da winasityvaoba daurTo **a. SaniZem**, Tb., 1984 (Georgian)
12. **n. CubinaSvili**, qarTuli leqsikoni rusuli TargmaniTurT **al. Rlontis** redaqqiTა და გამokvleviT, Tb., 1961 (Georgian)
13. ucxo sityvaTa leqsikoni, Seadgina **m. WabaSvilma**, mesame Sesworebuli da Sevsebuli gamocema, Tb., 1989 (Georgian)
14. ucxo sityvaTa leqsikoni, gamomcemel-Semdgeneli **l. koSkaZe**, Tb., 2004 (Georgian)
15. **mefariSvili m.**, saleqcio kursi akademiur weraSi, **m. ivaniSvilis** redaqqiT. Tb., 2007 (Georgian)
16. **goguaZe v.**, `me arc warsulis, arc momavlis ar meSinia~ (RmerTo, SeniTa!), **T. jagodniSvilis** redaqqiT. Tb., 1993 (Georgian)
17. **tabiZe n.**, ticiani da misi megobrebi. Tb., 1985 (Georgian)
18. **SamanaZe n.**, akrefili TavTavebi, wigni mesame, **g. alxaziSvilis** redaqqiT, Tb., 2003 (Georgian)
19. **leoniZe n., gaCeCilaZe d.**, satelevizio Jurnalistika, Tb., 1998. saaqcio sazogadoeba pirveli stamba. (Georgian)

Badri Tskhadadze, Eka Tskhadadze

To the use of postscriptum (PS) postscriptum to postscriptum (PSP) in Georgian writing, journalism and “academic writing”

Summary

In this joint article, from the standpoint of academic writing it is considered place and role of postscriptum (PS) postscriptum to postscriptum (PSP) in Georgian media space (television journalism, print media), as well as in Georgian writing and in scientific works.

Keywords: Georgian writing, journalism and “academic writing”, the postscriptum (PS) postscriptum to postscriptum (PSP)

Reviewer: Professor Rusudan Tabukasvili, Georgian Technical University.

Бадри Цхададзе, Ека Цхададзе

К использованию приписки (послесловия) (PS) и приписки к приписке (PPS) в грузинской письменности, журналистике и в «академическом письме»

Резюме

В этой совместной статье, с точки зрения академического письма, рассмотрено место и роль приписки (PS) и приписки к приписке (PPS) в грузинском медиа-пространстве (тележурналистика, печатные средства массовой информации), в грузинской письменности, в трудах научного характера.

Ключевые слова: грузинский письменность, журналистика, «академическое письмо», приписка (послесловие) (PS), медиа-пространства.

Рецензент: профессор Русудан Табукашвили, Грузинский технический университет.

CONTENTS

THEORY

Giorgi Eradze
Development Aspects of Management of Public Services
and Staff in Georgia-----4

Badri Nakashidze
National sovereignty and problem of international governance ----13

HISTORY

Tamaz Nutsubidze
Assimilation of antique philosophic inheritance by two great
thinkers Ioane Lazi and Petre Iberi-----21

Ivan Ermachkov, Alexander Cherkasov
Caucasian War Consequences and Sochi Foundation Date:
Problem Background-----26

ECONOMICS

Maia Guntsadze
Value at Risk in Project Management-----37

LAW

Ella Kusiani
Jury trial - democratic ideal? -----44

Alexander Cherkasov, Vyacheslav Menkovsky
Alcohol-related Business Legal Regulation in Russia during World
War I (1914–1917)-----56

SOCIETY

Leli Bibilashvili
Efficiency of Information Sources and Communication Channels--67

Nutsa Gumberidze
City branding-----75

Zhaneta Kilasonia
Public relation in banks-----85

Badri Tskhadadze, Eka Tskhadadze
To the use of postscriptum (PS) postscriptum to postscriptum
(PSP) in Georgian writing, journalism and “academic writing”-----92

СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРИЯ

გიორგი Эრადзе

Аспекты государственной службы, и повышение
квалификации персонала в Грузии-----4

Бадри Накашидзе

Государственный суверенитет и проблема международного
управления-----13

ИСТОРИЯ

Тамаз Нуцубидзе

Освоение античного философского наследия двумя великими
грузинскими мыслителями Иоанэ Лази и Петре Ибери-----21

Иван Ермачков, Александр Черкасов

Эхо Кавказской войны и дата основания Сочи:
история проблемы-----26

ЭКОНОМИКА

Маია Гунцадзе

Оценка риска и проблема определения грани в управление
проектами-----37

ПРАВО

Елла Кусиани

Суд присяжных – идеал демократии?-----44

Александр Черкасов, Вячеслав Меньковский

Правовое регулирование питейного дела в России в годы Первой
мировой войны (1914–1917 гг.)-----56

ОБЩЕСТВО

Лели Бибилашвили

Эффективность Информационных Источников и Каналов
Коммуникации-----67

Нуца Гумберидзе

Брединг города-----75

Жанета Киласонია

PR в банках-----85

Бадри Цхададзе, Ека Цхададзе

К использованию приписки (послесловия) (PS) и приписки
к приписке (PPS) в грузинской письменности, журналистике
и в «академическом письме»-----92

აგტორები

ლელი ბიბილაშვილი	საქართველოს უნივერსიტეტის დოქტორანტი
მაია გუნცაძე	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოქტორანტი
ივანე ერმაჩკოვი	ტურიზმისა და საკურორტო საქმის სოჭის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ლექტორი
გიორგი ერაძე	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის მაგისტრანტი
ელა კუსიანი	ივანე ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის იურიდიული ფაკულტეტის მაგისტრანტი
უანეტა კილასონია	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის მაგისტრანტი
ვიანესლავ მენკოვსკი	ბელარუსის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი
ბადრი ნაკაშიძე	მ. ლომონოსოვის სახელობის მოსკოვის უნივერსიტეტის სახელმწიფო მართვის ფაკულტეტის პროფესორი
თამაზ ნუცუბიძე	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი
ალექსანდრე ჩერკასოვი	ტურიზმისა და საკურორტო საქმის სოჭის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი
ბადრი ცხადაძე	საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი
ეკა ცხადაძე	საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

Authors

Leli Bibilashvili	Doctoral Candidate, University of Georgia
Alexander Cherkasov	Professor of Sochi State University for Tourism and Recreation
Georgi Eradze	Undergraduate student of Georgian Technical University
Ivan Ermachkov	Lecturer Sochi State University for Tourism and Recreation
Maia Guntsadze	Doctoral Candidate, Georgian Technical University
Zhaneta Kilasonia	Undergraduate student of Georgian Technical University
Ella Kusiani	Undergraduate student of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
Vyacheslav Menkovsky	Professor of Belarusian State University
Badri Nakashidze	Professor of M.Lomonosov Moscow State University
Tamaz Nutsubidze	Professor of Georgian Technical University
Badri Tskhadadze	Professor, Shota Rustaveli Theatre and Film State University
Eka Tskhadadze	Professor, Shota Rustaveli Theatre and Film State University

Авторы

ლელი ბიბილაშვილი	დოქტორანტი უნივერსიტეტი გუჯია
მაია გუნცაძე	დოქტორანტი გუჯიანსკოი ტექნიკური უნივერსიტეტი
გეორგი ერადზე	მაგისტრანტი გუჯიანსკოი ტექნიკური უნივერსიტეტი
ივან ერმაცხოვ	პრეპოდავატი სოჩინსკოი ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი
ჯანეტი კილასონია	მაგისტრანტი გუჯიანსკოი ტექნიკური უნივერსიტეტი
ელლა კუსიანი	მაგისტრანტი თბილისის ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი იმ. ივ. ჯავახიშვილი
ვაცლავ მენკოვსკი	პროფესორი ბელორუსული ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი
ბადრი ნაკაშიძე	პროფესორი მგუ იმენი მ. ვ. ლომონოსოვი
თამაზ ნუცუბიძე	პროფესორი გუჯიანსკოი ტექნიკური უნივერსიტეტი
ალეკსანდრ ცერკასოვი	პროფესორი სოჩინსკოი ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი
ბადრი ცხადაძე	პროფესორი თბილისის ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი თეატრი და კინო იმ. შოთა რუსთაველი
ეკა ცხადაძე	პროფესორი თბილისის ტურიზმი და კურორტული ტურიზმი უნივერსიტეტი თეატრი და კინო იმ. შოთა რუსთაველი

ჟურნალის რედაქლეცია

ნანა ავალიანი	ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, ეგვიპტეში საქართველოს საელჩოს დესპანი (საქართველო)
რუდიგერ ანდრესენი	ბერლინის უნივერსიტეტის პროფესორი ეკონომიკის დარგში, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის საპატიო დოქტორი (გერმანია)
მეუფე აბრამი (გარმელია) ევეკინ ბარათაშვილი	დასავლეთ ევროპის მიტროპოლიტი (საქართველო) საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, ეკონომიკისა და ბიზნესის მართვის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი (საქართველო)
გიორგი ბალათურია	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი (საქართველო)
ოთარ ბალათურია	პასუხისმგებელი მდივანი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოქტორანტი (საქართველო)
რასა ბელოკაიტე	ვიტაუტას დიდის უნივერსიტეტის პროფესორი (ლიტვა)
ანასტასია განიჩი	რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის ცენტრალური აზიის, კავკასიისა და ურალ-ვოლგისპირეთის შემსწავლელი ცენტრის მეცნიერ-მუშაკი, დოცენტი (რუსეთი)
იური გორიცკი	მოსკოვის ენერგეტიკული ინსტიტუტის პროფესორი (რუსეთი)
ვახტანგ გურული	ივანე ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი (საქართველო)
შოთა დოლონაძე	მთავარი რედაქტორი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, სახელმწიფო მართვის მიმართულების ხელმძღვანელი (საქართველო)
ელუნ დრაკე ჰარალდ ვერტცი	ევროპის საბჭოს ექსპერტი (საფრანგეთი) სორბონას უნივერსიტეტის „პარი-8“-ის პროფესორი ინფორმატიკის დარგში (საფრანგეთი)
გენადი იაშვილი	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, ეკონომიკისა და სამართლის საერთაშორისო გერმანულენოვანი ინსტიტუტის ხელმძღვანელი (საქართველო)

სერჯო კამიზი	“ლა საპინდა”-ს უნივერსიტეტის პროფესორი. (იტალია)
რიჩარდ მასი	ნოტრდამის უნივერსიტეტის პროფესორი (ნიდერლანდების სამეფო)
როინ მეტრეველი	საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი (საქართველო)
იოშიკა მიცუი	იოკოჰამას ეროვნული უნივერსიტეტის (იაპონია)
ბადრი ნაკაშიძე	მ. ლომონოსოვის სახელობის მოსკოვის უნივერსიტეტის სახელმწიფო მართვის ფაკულტეტის პროფესორი (რუსეთი)
ლიზავეტა ჟახანინა	კანზასის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი (ამერიკის შეერთებული შტატები)
ბუდი ნურანი რუჩჯანა	პაჯაჯარანის უნივერსიტეტის პროფესორი. (ინდონეზია)
რამონ პიეტრო-სუარესი გერტ სურმიულენი	ვეროპის საბჭოს ექსპერტი (ესპანეთი) დოქტორი, ლოჯისტიკური კომპანიის პრეზიდენტი (გერმანია)
ქეთი ქოქრაშვილი	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, ადმინისტრაციის ხელმძღვანელი (საქართველო)
ოთარ ქოჩორაძე	მთავარი რედაქტორის მოადგილე, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი (საქართველო)
რუსუდან ქუთათელაძე	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის დეკანი (საქართველო)
მაია ჩხეიძე	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, უცხო ენებისა და კომუნიკაციების დეპარტამენტის ხელმძღვანელი (საქართველო)
ენდრიუ ლენუქს პარდინგსი	კინგსკოლჯის პროფესორი (დიდი ბრიტანეთი)

EDITORIAL BOARD

NANA AVALIANI	PhD of History, Counselor-envoy of Georgia in Egypt (Georgia)
RUDIGER ANDRESEN	Professor of Economics of Berlin University, Doctor of Honour of Georgian Technical University (Germany)
His Eminence ABRAHAM (GARMELIA)	Metropolitan of Western Europe (Georgia)
EVGENI BARATASHVILI	Professor of Georgian Technical University, Head of Department of Economics and Business Management (Georgia)
GIORGI BAGATURIA	Professor of Georgian Technical University (Georgia)
OTAR BAGATURIA	Responsible Editor, Doctoral Candidate of Georgian Technical University (Georgia)
RASA BELOKAITE	Professor of the University of Vitautas the Great (Litva)
MAIA CHKHEIDZE	Professor of Georgian Technical University , Head of the Department of Foreign Languages and Communication (Georgia)
ELUN DRUCKE	Expert of European Council (France)
SHOTA DOGONADZE	Chief Editor, Professor of Georgian Technical University, Head of Public Administration Department (Georgia)
ANASTASIA GANICH	Docent, Scientific worker of Central Asia, Caucasus and Ural-Volga researcher center of the Academy of Sciences of Russia (RF)
YURI GORITSKIY	Professor of Moscow Power Engineering Institute (RF)
VAKHTANG GURULI	Professor of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University (Georgia)
ANDRU LENUKS HARDINGS	Professor of King's college (UK)
GENADI IASHVILI	Professor of Georgian Technical University, Head of the International German Institute (Georgia)
SERGIO CAMIZ	Professor of the University of Roma „La Sapienza“ (Italia)
KETI KOKRASHVILI	Professor of Georgian Technical University, Head of the Administration (Georgia)
OTAR KOCHORADZE	Deputy Editor-in-Chief, Professor of Georgian Technical University (Georgia)
RUSUDAN KUTATELADZE	Professor of Georgian Technical University, Dean of Business-Engineering faculty (Georgia)

RICHARD MAAS	Professor of the University of Notrdam (The Netherlands)
ROIN METREVELI	Academy of Science of Georgia, Academician (Georgia)
IOSHIKA MITSUI	Professor of National University of Yokohama (Japan)
BADRI NAKASHIDZE	Professor of M.Lomonosov Moscow State University (RF)
RAMON PIETRO-SUARES	Expert of European Council (Spain)
BUDI NURANI RUCHJANA	Professor of the University of Padjadjaran (Indonesia)
GERT SURMIULEN	Doctor, preident of Logistic company (Germany)
LIZAVETA DJAKHANINA	Professor of Kanzas State University (USA)
HARALD WERTZ	Professor of Informatics of Sorbona University "Pari-8" (France)

РЕДКОЛЛЕГИЯ

НАНА АВАЛИАНИ	Посол по особым поручениям МИД Грузии, доктор исторических наук (Грузия)
Владыко АВРААМ (ГАРМЕЛИЯ) РУДИГЕР АНДРЕСЕН	Митрополит Западной Европы (Грузия) Профессор экономики Берлинского университета, почетный доктор Грузинского технического университета (Германия)
ГЕОРГИЙ БАГАТУРИЯ	Профессор Грузинского технического университета (Грузия)
ОТАР БАГАТУРИЯ	Ответственный секретарь, докторант Грузинского технического университета (Грузия)
ЕВГЕНИЙ БАРАТАШВИЛИ	Профессор Грузинского технического университета, руководитель департамента экономики и управления бизнесом (Грузия)
РАСА БЕЛОКАЙТЕ	Профессор университета Витаутаса Великого (Литва)
ХАРАЛЬД ВЕРТЦ	Профессор информатики Сорбонского университета «Пари-8» (Франция)
АНАСТАСИЯ ГАНИЧ	Доцент, научный сотрудник исследовательского центра Центральной Азии, Кавказа и Урал-привольжья АН РФ (РФ)
ЮРИЙ ГОРИЦКИЙ	Профессор Московского энергетического института (РФ)
ВАХТАНГ ГУРУЛИ	Профессор Тбилисского государственного университета им. Ив. Джавахишвили (Грузия)
ЕЛУН ДРАКЕ ШОТА ДОГОНАДZE	Эксперт Совета Европы (Франция) Главный редактор, профессор Грузинского технического университета, руководитель направления государственного управления (Грузия)
СЕРДЖИО КАМИЗ	Профессор Римского Университета «Ла Сапиенза» (Италия)
КЕТЕВАН КОКРАШВИЛИ	профессор Грузинского технического университета, глава администрации университета (Грузия)
ОТАР КОЧОРАДZE	Заместитель главного редактора, профессор Грузинского технического университета (Грузия)

РУСУДАН КУТАТЕЛАДЗЕ	Профессор Грузинского технического университета, декан факультета Бизнес-инжинеринга (Грузия)
РИЧАРД МААС	Профессор университета Нотрдам (Нидерланды)
РОИН МЕТРЕВЕЛИ ИОШИКА МИЦУИ	Академик АН Грузии (Грузия) Профессор национального университета Йокогамы (Япония)
БАДРИ НАКАШИДЗЕ РАМОН ПЬЕТРО-СУАРЕС БУДИ НУРАНИ РУЧДЖАНА	Профессор МГУ им. М.Ломоносова (РФ) Эксперт Совета Европы (Испания) Профессор университета Паджаджаран (Индонезия)
ГЕРТ СУРМЮЛЕН	Доктор, президент логистической компании (Германия)
МАЙА ЧХЕИДЗЕ	Профессор Грузинского технического университета, руководитель департамента иностранных языков и коммуникации (Грузия)
ЛИЗАВЕТА ЖАХАНИНА	Профессор государственного университета Канзас (США)
ЭНДРЮ ЛЕНУКС ХАРДИНГС	Профессор кингсколледжа (Великобритания)
ГЕННАДИЙ ЯШВИЛИ	Профессор Грузинского технического университета, руководитель Международного Германоязычного института экономики и права (Грузия)