

მას შემდეგ, რაც სააკაშვილმა ქართულ ლეონოს ლეონის ბაზარი დააკარგვინა, კახელი გლეხები ნელში ვეღარ გასწორდნენ და ყოველ წელს ზარალიზებას განიცდიან. მათ არც სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილი, ევროთხონდებული, ვაუჩერები შეეძლოთ. ეს ყველაფერი ისეთივე ბლექი გამოდგა, როგორც სააკაშვილის არაერთი დაპირება, რადგან ვაუჩერს არავინ მოგცემს, თუ ყურძენს ქარხანა არ ჩაიბარებს, ქარხნებმა კი, ერთეულების გარდა, ყურძენის მიღებაზე უარი თქვეს. ამის გამო ბევრ ოჯახს ყურძენის მოსავალი ჩაუღებია.

»»» მათი მიშელაძე
№21-21-80 (132)

მოკლედ, ამ ხელისუფლების გადაწყვეტილებით, კახელი გლეხი მდღეობს, თუმცა ირკვევა, რომ ამ მდგომარეობიდან გამოსავალი არსებობს. ამის შესახებ „ალიას“ ევროკავშირის ბიზნესსაბჭოს გენერალურმა მდივანმა, კოტე ზალდასტანიშვილმა განუცხადა, რომელსაც ბრიუსელში დაუკავშირდით:

— თუკი სახლში დანერგულ ლეონოს ლაბორატორიული შემონემა გავლილი ექნება და ექსპორტისთვის საჭირო ყველა პროცედურას კანონის ფარგლებში გაივლის, ასეთი ლეონოს ევროპის ბაზარზე მოხვედრა პრობლემა არ არის. აქაური მყიდველისთვის არანაირი მნიშვნელობა არა აქვს, გლეხი დანერგოს ლეონოს, თუ ქარხანა გამოუშვებს. მთავარია, ის ხარისხიანი იყოს და ბაზრის მოთხოვნებს აკმაყოფილებდეს. რაიმე შეზღუდვა, რომ გლეხის დანერგული ლეონო ევროპის ბაზარზე შევიდეს, არ არსებობს. თუმცა ამ ეტაპების გავლამდე გლეხმა უნდა იცოდეს, რომ მას აქვს ბაზარი, რადგან, თუ ბაზარი არსებობს, მხოლოდ მაშინ აქვს აზრი პროდუქციის წარმოებას.

— ბატონო კოტე, იგივე აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების ეკონომიკა სწორედ ძლიერმა საოჯახო მეურნეობებმა გადაარჩინა და იწინააღმდეგა დრო, რომ ჩვენმა გლეხებმა თავის თავს თვითონვე მიხედონ?

— გეთანხმებით, რომ მცირე და საშუალო ბიზნესმა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში თავისი როლი უნდა შეასრულოს, მაგრამ ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ პროდუქციის ბაზარზე შეღწევა იოლი არ არის და თან დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული. საერთოდ, როდესაც ჩვენ ლეონის გაყიდვაზე ვსაუბრობთ, რეკლამა ცალკეულ კომპანიებსა და ლეონის ცალკეულ სახეობებს კი არ უნდა გავუწიოთ, არამედ — ქარხანას, ანუ საქართველოს, როგორც ლეონის ქვეყანას. საწყის ეტაპზე მთავარი ეს უნდა იყოს. მაგალითად, გერმანიაში ნანახი მაქვს ლეონის პატარა, ოჯახური წარმოება. დიდ ქარხანაში გახლდით, მერე იქიდან გადავიყვანეს და გვანახვეს. პატარა, ოჯახური წარმოება, რომელსაც ინახავდა და პატრონობდა ეს დიდი ქარხანა. ამ პატარა, ოჯახური ქარხნის პროდუქცია კი საკმაოდ ძვირი იყო. ანუ, ყველაფერი დამოკიდებულია იმაზე, როგორ წარუდგენ ბაზარს შენს პროდუქციას, გამიგით? თუ კარგად გააპირებ, რომ ეს არის სახლის პირობებში დამზადებული პროდუქცია, რომ ეს არის ეკოლოგიურად სუფთა, აბსოლუტურად ნატურალური პროდუქტი, თუ მარკეტინგულად კარგად „შეფუთავთ“, მისი რეალიზაცია ალარ გაჭირდება. ერთ საინტერესო ისტორიას მოგიყვებით: ნორვეგიელებს აქვთ არაყი „აკვაიტი“, რომელიც თავის ტექნოლოგიაში ხის კასრებში დაძველებასა და რყევას ითვალისწინებს. ეს არაყი კასრებში დიდი ხნის განმავლობაში უნდა იყოს და აუცილებლად უნდა ირყეოდეს. ნორვეგიაში ზღვაოსნობა ძალიან კარგად არის განვითარებული და თავის დროზე ასეთი მეთოდი შემოიღეს: ზედმეტად თავი რატომ უნდა ავიტკიოთო, თუ არყით სავსე კასრებს გემზე დაედებთ, კასრებში არყის რყევის პროცესი ავტომატურად მიიღწევაო. მართლაც ასე იქცეოდნენ და ეკვატორის გავლით, ანუ ავსტრალიაში თუ მიდოდა გემი, გაატანდნენ ამ კასრებს და ვიდრე უკან დაბრუნდებოდა, ეს პროდუქცია ტექნოლოგიურ პროცესს ბუნებრივად გადიოდა. ხომ წარმოგიდგენიათ, რომ დღეს ნებისმიერი, ტექნოლოგიური პროცესი დახვეწილია და ამ მხრივ ბევრი რამის გაკეთება შეიძლება, მაგრამ ნორვეგიელები დღესაც ამ მეთოდს იყენებენ. „აკვაიტი“ ყველა ბოთლს ეტიკეტის უკანა მხარეს აწერია იმ გემის სახელი, რომელზეც იღო კასრი და აწერია ეკვატორის გადაკვეთის ორივე თარიღი. ხომ ხედვით, როგორი ეგზოტიკურია, საკუთარ თავზე მაქვს გამოცდილი, როდესაც ამ არაყს ვყიდულობ, ძალიან ვხალისობ ხოლმე. იმის თქმა მიწადა, რომ გონივრული რეკლამა და მარკეტინგი ყველაფერს შესაძლებელს ხდის.

როგორც ხედავთ, გამოსავალი კი არსებობს, მაგრამ ყველაფერი არც ისე მარტივია და დიდ ხარჯებსაც მოითხოვს, თუმცა შეუძლებელი არაფერია. გლეხს რეალური შანსი ეძლევა, რომ მისი ხელით დანერგული სუფთა ლეონო

ლარად კი არ ჩააბაროს რომელიმე მაღაზიას, ან რესტორანს, არამედ — ევროპაში გაიტანოს და ევროპელები ძვირად გაყიდოს. ამ ყველაფერს სწორი მარკეტინგი და სერიოზული ბიზნესგეგმა



„ალიას“ ინიციატივას შედგინებებიც და „სამტრესტიც“ უერთდებიან

მართლა სჭირდება, აუცილებელია იმის ხაზგასმაც, რომ ეს არის ხელით დანერგული, ნაღდი კახური ლეონო. ყოველ შემთხვევაში, ევროპელებს ეგზოტიკა უყვართ და ამაში ფულსაც არ იშურებენ. თუმცა, ეს ყველაფერი დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული: მცირე ჩამოსახმელი ხაზი, ბოთლები, ეტიკეტები,

შესაფუთი მასალა, ლაბორატორიული ანალიზი, ტრანსპორტირება და ასე შემდეგ. გამოსავალი აქაც ევროპული გამოცდილებაა: რამდენიმე გლეხი უნდა გაერთიანდეს და ამხანაგობა შექმნას, საერთო ძალებით ამის გაკეთება ბევრად ადვილი იქნება. უხეში გათვლებით, ხარჯი ასეთი აღმოჩნდება: თუ ერთი გლეხი წელიწადში, საშუალოდ, 10 ტონა ყურძენს კრეფს და ვთქვათ, ათმა გლეხმა შექმნა ამხანაგობა, მათი მოსავალი 100 ათასი კილოგრამი ყურძენი იქნება, რომლის დანურვისას დაახლოებით, 50 ათას ლიტრ ლეონოს დააყენებენ.

ასეთ შემთხვევაში, ბოთლი და ეტიკეტი ამხანაგობას თავისი აქვს, უბრალოდ, ის მხოლოდ ჩამოსახმელ ხაზს ქირაობს. ეტიკეტის ფასი ერთ ბოთლზე 4 ცენტრიდან 15 ცენტრამდე ჯდება, ხოლო 1 ბოთლის ფასი 20-30 ცენტის ფარგლებში მერყეობს. გარდა ამისა, „სამტრესტიც“ ვი-აი-1 სერტიფიკატი უნდა გასცეს, ამის გარეშე ქართული ლეონო ევროპის ბაზარზე ვერ მოხვდება.

საინტერესოა, რამდენად გაამართლებს თუნდაც გერმანიის მაგალითი ქართულ რეალობაში, ანუ შესაძლებელია თუ არა, რომ ჩვენი ამხანაგობა

კახელი გლეხები
ოჯახურ ლეონოს
ევროპაში
სააკაშვილის
გარეშეც
გაყიდებიან

რომელიმე დიდმა ქარხანამ საკუთარ პატრონაჟში აიყვანოს? „ალია“ ამ საკითხზე ქართული ლეონის მწარმოებელთა კავშირის პრეზიდენტს, ლევან კობერიძეს გაესაუბრა:

„საინტერესო იდეაა და საეცხებით შესაძლებელია, რომ ნებისმიერი დიდი ქარხანა ამხანაგობას დაეხმაროს. მეტიც, თუკი ამხანაგობა მართლაც შეიქმნება, ჩვენი კავშირი არა მარტო ინფორმაციულად დაეხმარება, ვთქვათ, რომელ ქვეყანაში და როდის ტარდება ლეონის ფესტივალი, არამედ — კონსულტაციებსაც გავუწევთ, რომ საკუთარი პროდუქცია უკეთესად წარადგინონ ევროპაში. ჩვენ საკანონმდებლო ნორმებშიც გავარკვევთ და ავუსხნით, ევროპის ამა თუ იმ ქვეყანაში როგორი სავაჭრო რეგულაციებია“, — განუცხადა „ალიას“ ლევან კობერიძემ.

საინტერესოა, მიანიჭებს თუ არა „სამტრესტიც“ ვი-აი-1 სერტიფიკატს ამხანაგობის წარმოებულ პროდუქციას? „ალიასთან“ საუბრობს „სამტრესტიცის“ ხელმძღვანელმა ვასიკო მანაგაძემ აღნიშნა, რომ, თუკი ლეონის წარმოების შესაბამისი პირობები დაცული იქნება, სერტიფიკატი აუცილებლად გაიცემა. უნდა დადგინდეს, ამხანაგობის მიერ დანერგული ლეონო ადგილობრივობისა თუ არა. მაგალითად, თუ მათ მიერ მოყვანილი ყურძენი ქინძმარაულის, ვახსულის, მანავის, ნაფარეულის ჯიშებს განეკუთვნება, ვენახებიც შესაბამისი სოფლების საზღვრებში უნდა იყოს და ამას დეგუსტაციაც დასჭირდება. თუ ამხანაგობას ადგილობრივობის შესაბამისი ყურძენი არ მოჰყავს, მაშინ დეგუსტაცია საჭირო აღარ იქნება, თუმცა ვენახები აუცილებლად უნდა შემოწმდეს. ამის შემდეგ „სამტრესტიც“ ვი-აი-1 სერტიფიკატსაც გასცემს, რომელიც უფასოა, რადგან ეს არის საერთაშორისო ვაჭრობის სერტიფიკატი, რომლითაც ლეონის წარმოება და შესაბამისობა დასტურდება.

„ალიას“ ინიციატივა ვასიკო მანაგაძემაც მოიწონა და დავებოდა, რომ, თუკი ამხანაგობები შეიქმნება, აუცილებლად მოგვემართონ და დავეხმარებით.

მართალია, დღეს ევროპის ბაზარი გადატვირთულია და თავისუფალი ნიშები თითქმის არ არსებობს, მაგრამ ამ ნიშის მოპოვება დიდი ძალისხმევას შედეგად საეცხებით შესაძლებელია. მაგალითად, გერმანია და ავსტრია მთელ მსოფლიოში ლიდერები არიან ხორციისა და ხორცის პროდუქტების წარმოება-რეალიზაციაში. თუმცა, არც ისე დიდი ხანია, რაც მსოფლიო ბაზარზე ამ სახეობის პოპულური პროდუქცია გამოჩნდა და გერმანულ-ავსტრიული ნაწარმი სერიოზულად ჩააჩინა.