



Levante S - შენია 210,000 ლარიდან



ომაგა მოტორ ჯგუფი

საქართველო, თბილისი, ღავით აღმაშენებლის ხეივანი, 80-10 კმ. ტელ.: +995 32 2 25 70 70;



თბილისის ყველაზე მასშტაბური საცხოვრებელი კომპლექსი

ისანი, შოთა ნადირაშვილის ქ.24 • 2 74 04 04 • www.dirsi.ge

Dirsi





38 | რეიტინგები



78 | ანტიკორუფციონერები

Forbes GEORGIA

LEADERBOARD

- 12** | მობილური ინტერნეტის გამოყენება საქართველოში
- 14** | ხე-ტყის ზრით მიღებული ზარალი და აკრეფილი ჯარიმები
- 16** | მთავრობის პიარში დახარჯული რეკორდული თანხები
- 18** | 10 კითხვა ტრილიონობით შესაძლებლობის შემთხვევით
- 19** | ახალი მილიარდერი: წარბეის დედოფალი



stefanoricci.com

TBILISI Hotel Ambassadori • 13 Ioane Shavteli street • T. +99 5 577255500

STEFANO RICCI



55 | CEO

20 | რუსი ოლიგარქების ახალი მილიარდები

21 | ბლოკჩეინის საშუალებით 30-წლამდელთან ერთად

22 | არქივიდან

23 | 2018 წლის პირველი ნახევრის ჩემპიონი სტატიები

რეიტინგები

82 | Forbes 30 Under 30

იმ წარმატებული ახალგაზრდების ენციკლოპედიაა, რომლებიც თავიანთი შემოქმედებითი აზროვნებით წარმატებას აღწევენ და ჩვენი მომავლის ამინდს ქმნიან. ამ გამოცემისთვის ჩვენ შევადგინეთ ქართველი ოცდაათწლამდელი ახალგაზრდების ასეული, ვის შერჩევაშიც სხვადასხვა სფეროს ექსპერტები დაგვეხმარნენ.

38 | ხარისხის ამბასადორი

30 წლის ანტრეპრენიორი მარტო და მამასთან ერთად ორ დამოუკიდებელ ბიზნესკომპანიას მართავს. ჯამში 500-ზე მეტ ადამიანს ასაქმებს და ყოველწლიურად საქართველოს ბიუჯეტში გადასახადების სახით 20 მილიონ ლარზე მეტი შეაქვს.

ავტორი: ელენე კვანცილაშვილი

95 | მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

წლებანდელ რეიტინგს ახალი პირველი ადგილის მფლობელი ჰყავს - cloud-ზე დაფუძნებული პროვაიდერი ServiceNow. მეტი ინფორმაციისთვის, მათ შორის, მეთოდოლოგიის სრულად გასაცნობად, ეწვიეთ ვებგვერდს.

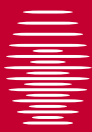
94 | კარიერის მეორე და ბრწყინვალე ფაზა ტექნოლოგიის სფეროში

50-ს მიტანებულმა ფრედ ლადიმ სამუშაოც დაკარგა და ქონებაც, მაგრამ საკუთარი წარმატებლობისგან მიღებული გაკვეთილის პრაქტიკაში გათავისებით, მან SERVICENOW შექმნა - ამერიკის ყველაზე ინოვაციური კომპანია, თავად კი, კარიერის ამ გვიან ფაზაში, მილიარდერად იქცა.

ავტორი: კეთლინ ჩაიკოვსკი და მარკ ჟოუთნი



74 | ანტიკორუპციონი



ალიანსი
კლუბი

ნარმოიღვანეთ



ალიანსის
დასვენების
კლუბი

PRIVILEGE
CARD



0000

პრივილეგია,

რომელიც გიხსნით 500,000 -ზე მეტი აპარტამენტის კარს
მსოფლიოს 108 ქვეყანაში



104 | Forbes Life



44 | სტრატეგია

მოსაზრება

24 | რა ვუშველოთ გაზრდილ სიღარიბეს? // ზურაბ ჭიაბერაშვილი

30 | მუნდიალი 2018 // ზაზა აბაშიძე

სტრატეგიები

44 | ტურიზმმა ტემპი აკრიფა 2017 წელს საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი შთამბეჭდავი 7%-ით გაიზარდა და, ჯამში, 1.322 მილიონი შეადგინა. განვითარების პერსპექტივებზე მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალურ მდივანს ზურაბ პოლოლი-კაშვილს ვესაუბრე.
ავტორი: ელენე კვანჩილაშვილი

ბიზნესი

52 | შავი მარბის ფხვნილი Sila Nano-ს ალქიმიკოსებს თვალი \$31 მილიარდზე აქვთ დადგმული... და ლითიუმ-იონის ბატარეის ბაზარზე. სავსებით შესაძლებელია, ამ მზარდი ბაზრიდან მსუყვე ულუფა ერგოთ.
ავტორი: ალექს ნავი

CEO

55 | ანჯეი მალინოვსკის გამონათქვამები და შესაძლებლობები 351 კვალიფიციური თანამშრომელი, 1.3 მილიონი ეროვნული მომხმარებელი, ბაზარზე მესამე და შესაძლებლობები, რომლებიც ბილაინმა ასალი ენერჯით უნდა აითვისოს.
ავტორი: ელენე კვანჩილაშვილი

ანტრეპრენიორები

64 | ქართული ჯანმრთელობა ფრანგული სახელით რძისა და მისი პროდუქტების მწარმოებელი პირველი და ბაზარზე ლიდერი კომპანია „სანტე ჯი ემ თი პროდუქტები“ არსებობის 21-ე წელს და ბალანსზე 120 სხვადასხვა ტიპისა და დასახელების პროდუქტს ითვლის.
ავტორი: ხათუნა ხვედელიძე

68 | ტურისტული პუნქტების დეველოპერი გიორგი ბიჭაძის Alliance Group-ი, გლობალურ სასტუმრო გიგანტებთან თანამშრომლობით, ქართულ სასტუმრო სექტორში ახალ ისტორიას ქმნის.
ავტორი: სინთია პრისლი

სამხრეთ-აღმოსავლეთი ქვეყნები

FM 102.8

RADIO
BEGINS WITH
US

FM
93.5
თბილისი

heretifm.com
tbilisifm.com
relaxwebradio.com



74 | მონაცემთა ფერმა

გადაარჩენს სილიკონის ხეობის სტარტაპი ამერიკის პატარა ფერმებს? ამის გასარკვევად, Farmers Business Network-მა თითქმის \$200 მილიონი მოიზიდა... მაგრამ „დიდი სოფლის მეურნეობა“ კონტრიერიშს იწყებს. ავტორი: ემი ფელდმენ

78 | ყველაზე სალი შეშლილი

ზაკ მროე სამსახურებრივ გასაუბრებებს არ ცნობს. ის უარს უცხადებს იმ „აბსურდებს“, რომლებიც, მისი თქმით, სარეკლამო ინდუსტრიის წყევლაა. ავტორი: ბო ბერლინჰაიმი

FORBES LIFE

104 | \$600-მილიონიანი კერძო მუზეუმი იაკობაშვილისგან

ანტიკვარული საათების, მუსიკალური ინსტრუმენტებისა და რუსული ბრინჯაოს კოლექციას, რომელიც დღეს მოსკოვში, სოლიანკაზე, მუზეუმ „სობრანიეშია“ გამოფენილი, დავით იაკობაშვილი 18 წლის განმავლობაში აგროვებდა.

ისტორია

108 | პირველი სასტუმროები ტფილისში // ემილ ავდალიანი

აზრები

112 | დელეგირების შესახებ

აგვისტო - სექტემბერი 2018, N 78

რედაქციის მისამართი: სამარტევილო, 0150, თბილისი, გამრეკლის 19, ტელ.: (+995 32) 223 77 07; ე-მეილი: info@forbes.ge. Forbes Georgia არის ყოველთვიური გამოცემა. საცალო ფასი 7 ლარი. შურნალი გამოდის 2011 წლის დეკემბრიდან. Forbes Georgia დარეგისტრირებულია საქართველოს პარლამენტის პროცესული ბიბლიოთეკის საბიბლიოთეკო რესურსების დეპარტამენტის მიერ 2011 წლის 16 ნოემბერს. ISSN 2233-3487



PRINTED BY "OMEGA TEGI" PRINT HOUSE Tbilisi, Georgia, 17 Sarajshvili Street Telephone: 00 995 32 253 03 62

Copyright 2011 საქვეთილი საზოგადოება Media Partners, საავტორო უფლებები დაცულია. შურნალი გამოქვეყნებული მასალების ნაწილობრივ ან მთლიანად გამოყენება აკრძალულია. Copyright 2011 Forbes, as to materials published in the US Edition of Forbes. All rights reserved. სამარტო ნიშანი Forbes წარმოადგენს Forbes Inc.-ის საკუთრებას. გამოყენების უფლებით სარგებლობს საქვეთილი საზოგადოება Media Partners შესაბამისი სალიცენზიო ხელშეკრულებით. Forbes Georgia is published by the Media Partners JSC under a license agreement with Forbes Media LLC, 60 Fifth Avenue, New York, New York 10011. Forbes is a trademark used under the license from FORBES LLC.

UDC (UAK) 338.22 (051.2) F-75

გამოცემა იყენებს ბესარიონ გუგუშვილის BPG-InfoTech ფონტებს: „ბგ გარდიან ვეგვიტური“ და „ბგ პრინა“.

მთავარი რედაქტორი გიორგი ისაკაძე

ალმასრულებელი რედაქტორები მთოა დიდელაშვილი, ელენე კვანჭილაშვილი

არტდირექტორი, ფოტორედაქტორი სერგა ნემსიწვერიძე

ლიტერატურული რედაქტორი ირინა ბიაშვილი

ვებდირექტორი გოგი ქავთარაძე

დამკაბადონებალი ქეთა ჟორჟოლიანი

ფოტოგრაფები ხათუნა ხუციშვილი, ჯაბა ჩიტაძე

შურნალ Forbes Georgia-ს გამოსცემს სააქციო საზოგადოება Media Partners

გამომცემელი მაია მირიჯანაშვილი

გაყიდვების დირექტორი ლელი მირიჯანაშვილი

შურნალი Forbes დაარსდა 1917 წელს

Forbes USA Editor-in-Chief Steve Forbes

Chief Content Officer Randall Lane

Art & Design Robert Mansfield

Editorial Director, International Editions Katya Soldak

Forbes Media President & CEO Michael Federle

Senior Advisor, International Tom Wolf

Founded in 1917 B.C. Forbes, Editor-in-Chief (1917-54) Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954-90) James W. Michaels, Editor (1961-99) William Baldwin, Editor (1999-2010)

Copyright©2018 Forbes LLC. All rights reserved. Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

PAYOT
PARIS



+48%
ჰიდრატაციის
ზრდა

დადასტურებული
ეფექტურობა
8 საათის
განმავლობაში



My Payot

ი. აბაშიძის 24, 0179, თბილისი საქართველო
ტელ.: + 995 (32) 2 24 24 55

ესზე,
Estée
Professional
Cosmetics Shop

მობილური ინტერნეტი

მობილური ინტერნეტის ერთ კომუნიკაციების სფერო ახალ საფეხურზე აიყვანა.

4G და 4.5G ინტერნეტი და ჯკვიანი ტელეფონების მრავალფეროვანი შეთავაზება მომხმარებლებს სულ უფრო აქტიურად „ითრევს“ მობილური ინტერნეტის ქსელში. გამონაკლისი არც საქართველოა. 2018 წლის მხოლოდ ივნისის მონაცემებით, ინტერნეტმომსახურებით მობილური აბონენტების 47.6 %-მა, ანუ 2,327,576 აბონენტმა ისარგებლა (აბონენტების რაოდენობა ითვლება SIM ბარათით, რომლითაც საანგარიშო პერიოდში ერთხელ მაინც განხორციელდა რაიმე სახის აქტივობა). აღსანიშნავია, რომ მობილური ინტერნეტის ფასით, საქართველო ევროკავშირის ქვეყნებს შორის ბოლო ადგილზეა.

ავტორი: ნინო ტაბატაძე, ჰორჯიან ბიზნეს კონსალტინგი

500 – 700 MB

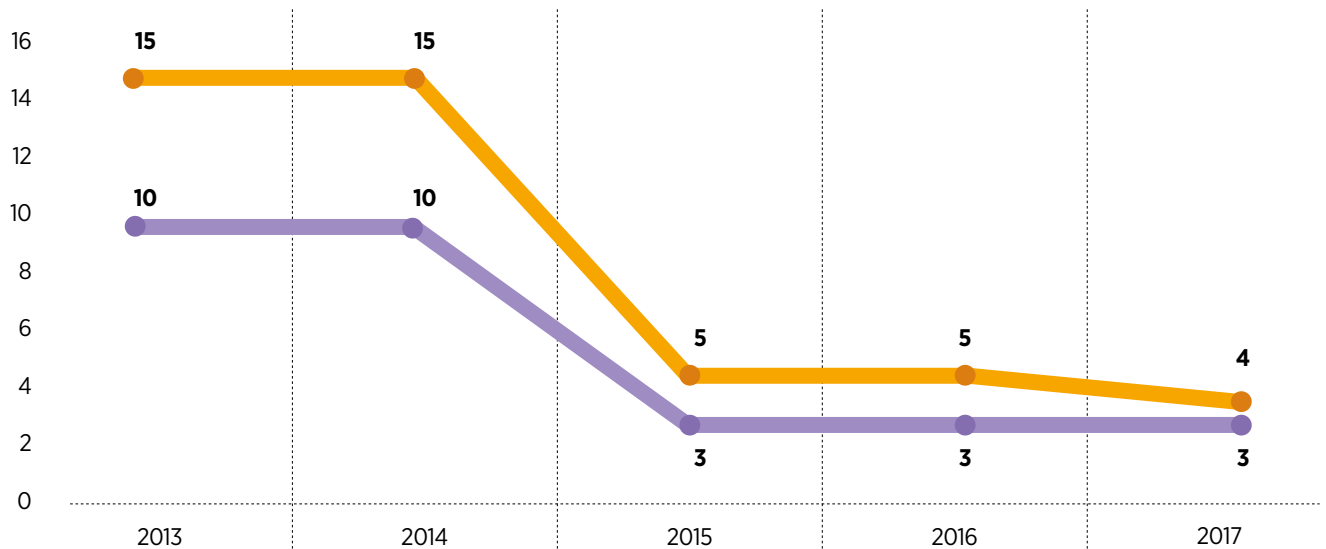
ლარი	2013	2014	2015	2016	2017	ფასის კლება
მაგთიკომი	10	10	3	3	3	70%
ჯეოსელი	10	10	3	3	3	70%
ვიონი საქართველო	3		3	3		
საშუალო						70%

1 – 1.5 GB

ლარი	2013	2014	2015	2016	2017	ფასის კლება
მაგთიკომი	15	15	5	5	5	67%
ჯეოსელი	15	15	5	5	5	57%
ვიონი საქართველო	7	4	4	4	4	43%
საშუალო						59%

წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

მობილური ინტერნეტის ფასები



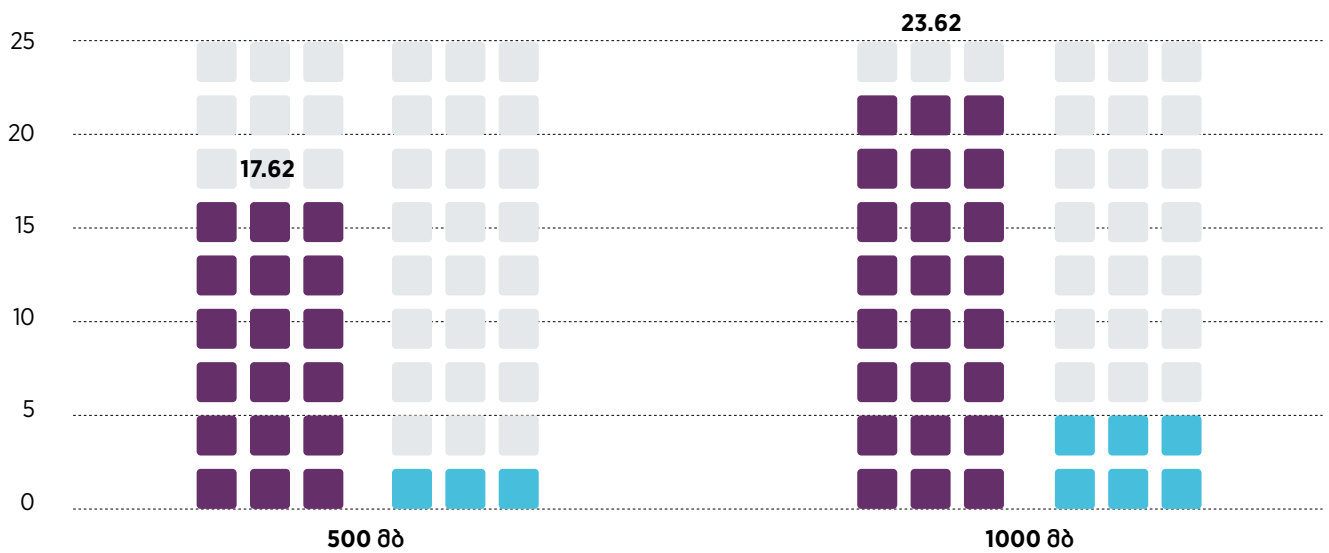
*გასაშუალოებული ფასები

წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

● 500 - 700 MB
● 1 - 1.5 GB

საქართველო VS ევროპა

ევროკავშირის 31 ქვეყნის მობილური ინტერნეტპაკეტების (500-მბ-იანი და 1000-მბ-იანი) საშუალო ფასების (PPP) შედარება საქართველოში არსებულ ანალოგიურ მობილური ინტერნეტის პაკეტების ფასებთან.



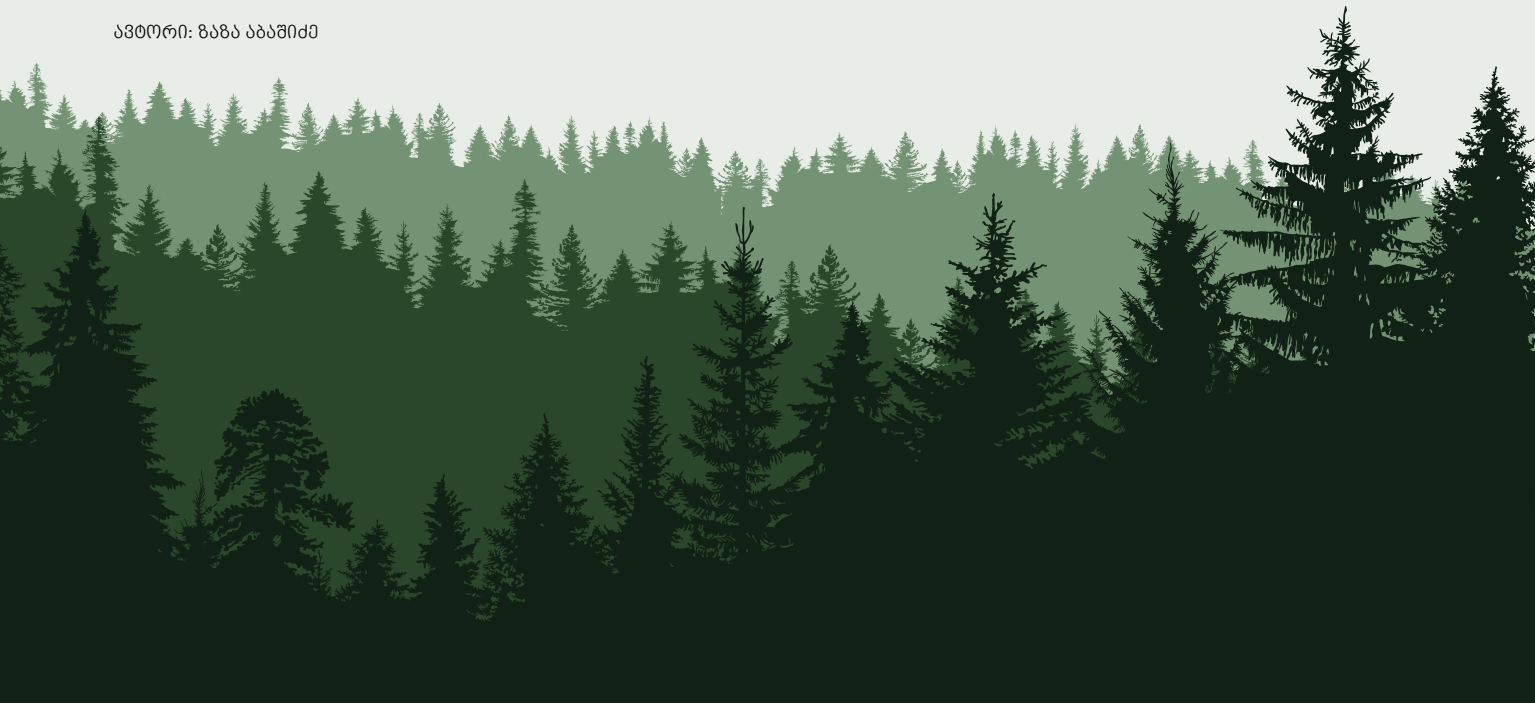
წყარო: Van DIJK Consultanst-ის ანგარიში

● ევროკავშირი
● საქართველო

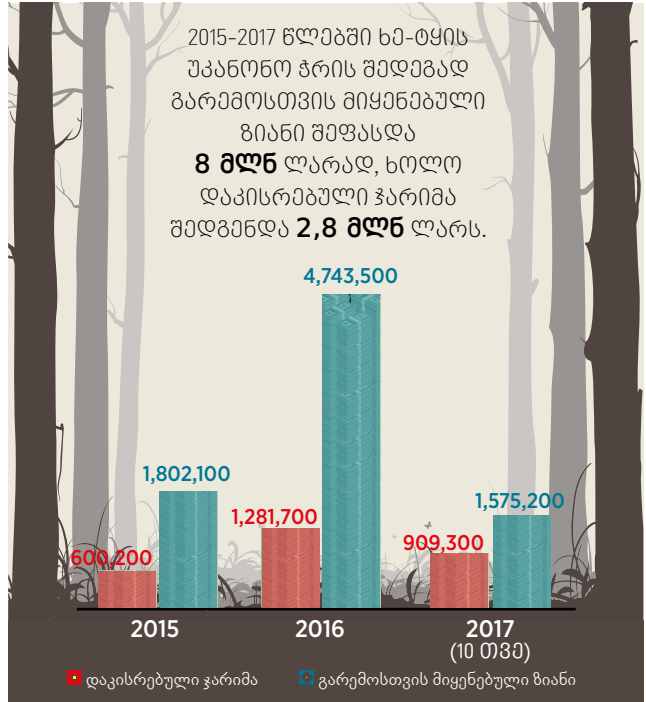
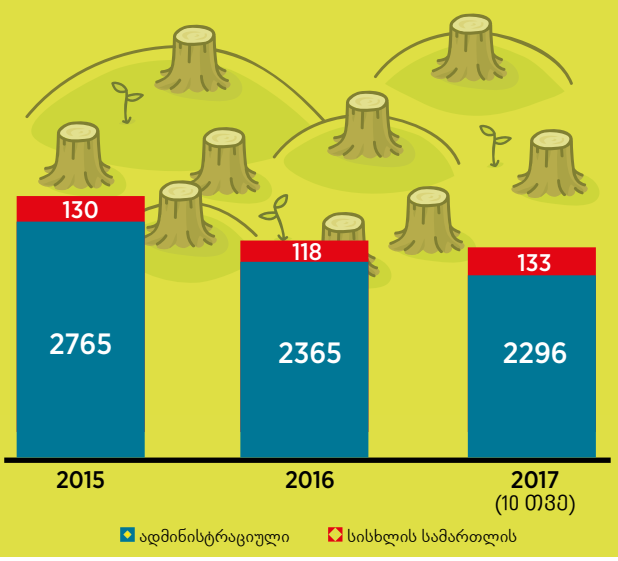
სარეზერვუარი

IDFI-ის ერთ-ერთი ბოლო კვლევა საქართველოში ხე-ტყის უკანონო ჭრას შეეხება. ბოლო პერიოდის მოვლენების ფონზე, ანგარიში ორმაგად უფრო საინტერესო და საყურადღებო შეიძლება გახდეს. ქვემოთ მოყვანილი ინფორმაცია 2015, 2016 და 2017 წლების პირველ 10 თვეს მოიცავს.

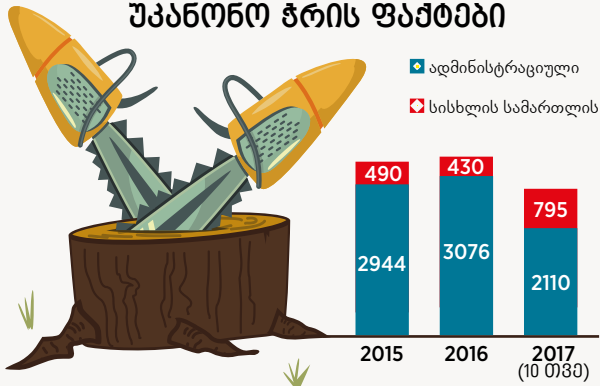
ავტორი: ზაზა აბაშიძე



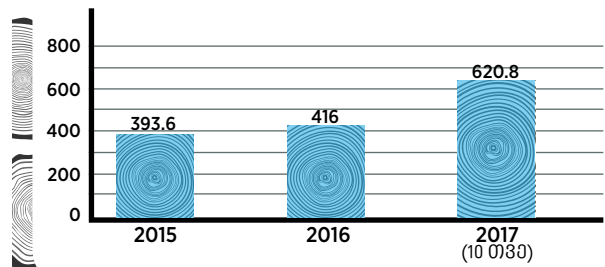
გარემოსდაცვითი გადახედვების დეპარტამენტის მიერ გამოვლენილი ხე-ტყის უკანონო ჭრის ფაქტები



ეროვნული საბჭეო სააგენტოს მიერ გამოვლენილი ხე-ტყის უკანონო ჭრის ფაქტები



დაკისრებული ჭარბა (ათასი ლარი)



ხე-ტყის უკანონო ჩეხის გამოვლენილი ფაქტები 2015-2017 (ათი თვე)



გარემოს დაცვის შედეგად შედეგების დეპარტამენტი

ეროვნული საბჭეო სააგენტო

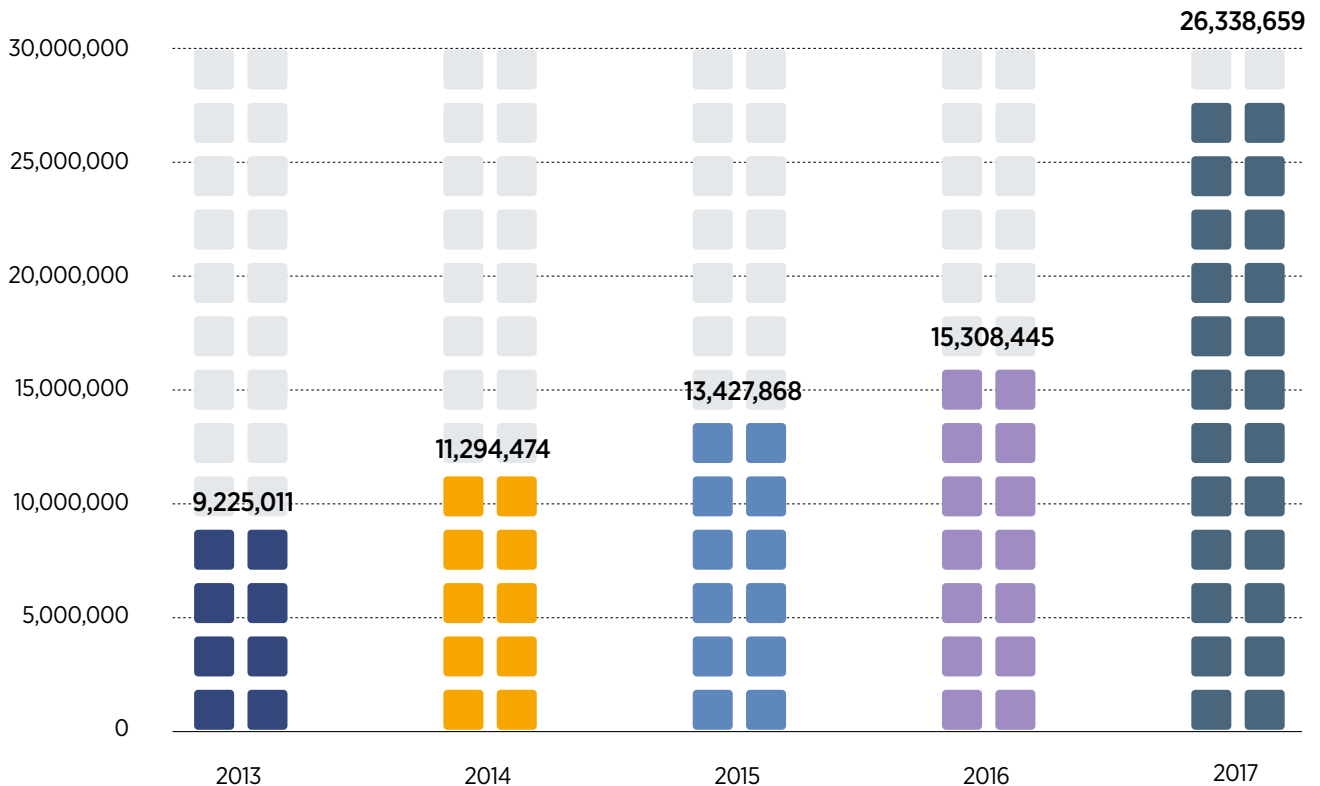
პური და პიარი

ხელისუფლების წარმომადგენლებისა თუ მხარდამჭერების მხრიდან ხშირად გაიგონებთ მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ მმართველი ძალა პიარში „მოიკოჭლებს“ და ამ მიმართულებაზე დიდად არც ზრუნავს, რის გამოც, გაკეთებული საქმეების ნაწილი მოსახლეობის ყურამდე სათანადოდ ვერ აღწევს. თუმცა, როგორც არასამთავრობო ორგანიზაცია „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს“ უკანასკნელი კვლევებიდან გაირკვა, საქმე პირიქითაა.

ავტორი: ზაზა აბაშიძე

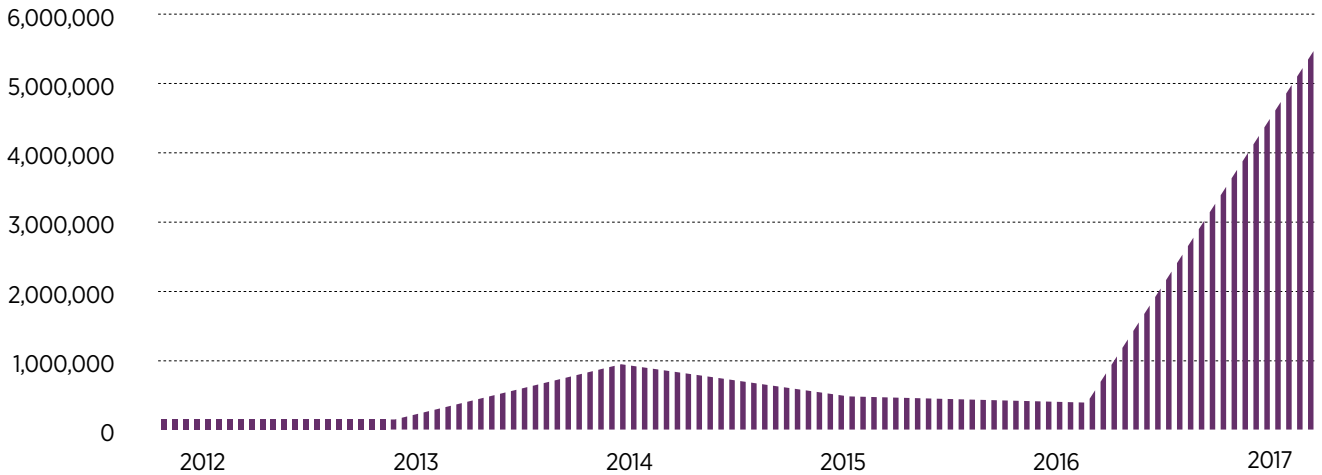
პრესსამსახურის ანაზღაურება

თანამშრომელთა ანაზღაურებამ 5 წლის მანძილზე თითქმის 160 მილიონი შეადგინა.



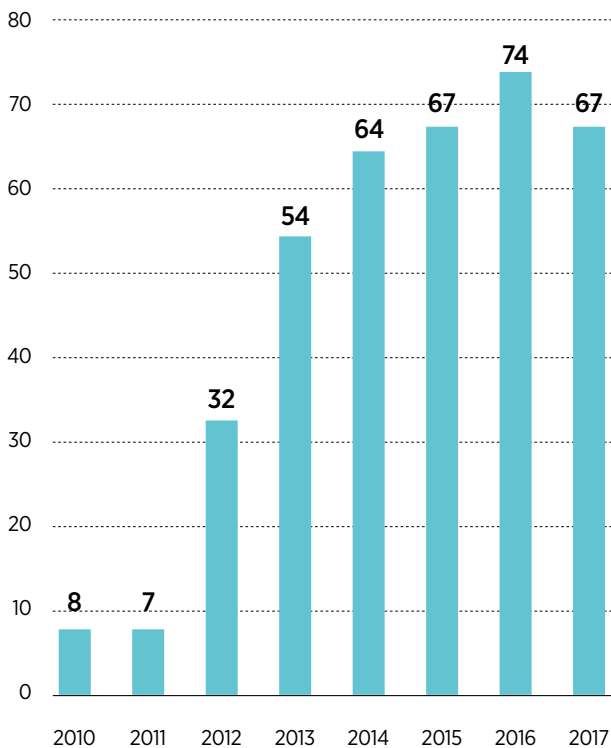
ადმინისტრაციის ხარჯები

მთავრობის ადმინისტრაციის სარეკლამო ხარჯები 2017 წელს რეკორდულად გაიზარდა.



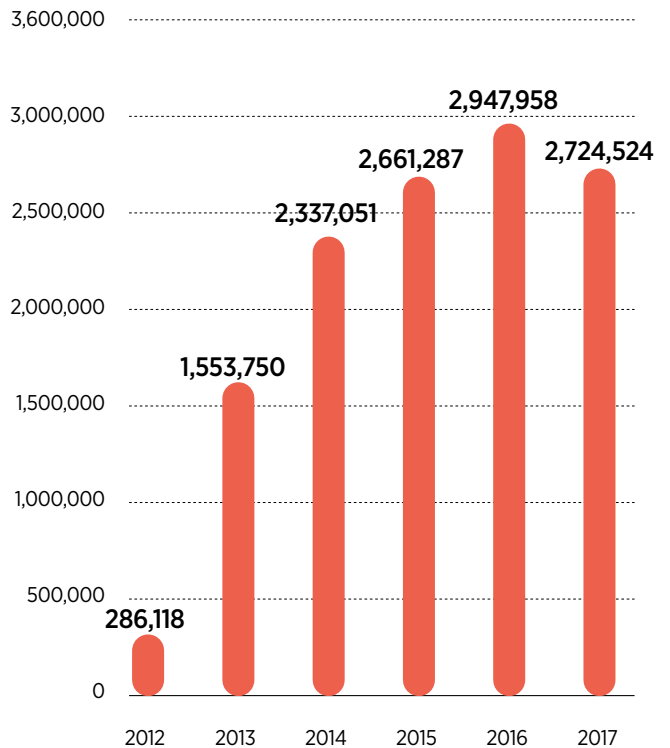
მთავრობის პრესსამსახურის მოცულობა

მთავრობის პრესსამსახურში დასაქმებულთა მაჩვენებელი 2011 წლის შემდეგ თითქმის გაათმაგდა.



მთავრობის პრესსამსახურის ანაზღაურება

2012 წელთან შედარებით მთავრობის პრესსამსახურში დასაქმებულთა ანაზღაურების მაჩვენებელი თითქმის გაათმაგდა.





ტრილიონობით შესაძლებლობა

ჯესიკა რიჩმენის სასინჯი ალტურვილობა თქვენი ჯანმრთელობის მონიტორინგში გეხმარებათ: ის თქვენს სხეულში მცხოვრებ მიკროორგანიზმებს აანალიზებს.

რა არის მიკრობიომები და რატომ არიან ისინი მნიშვნელოვანი?

ეს ჩვენს სხეულში მცხოვრები ტრილიონობით მიკროორგანიზმია: ბაქტერიები, სოკოები, ვირუსები. ისინი გავლენას ახდენენ ჩვენს ჯანმრთელობაზე, დღეს კი, დნმ-ის მსგავსად, მიკრობიომების სეკვენირებას შეგვიძლია.

იმით, რომ სეკვენირების ხარჯები ეცემა?

დიახ. ჩემი კომპანია, uBiome-ი, პირველი იყო, ვინც სამოგადოებისთვის მიკრობიომების სეკვენირების კომერციალიზაცია დაიწყო.

რა პროდუქტებს სთავაზობთ დღეს მომხმარებელს?

ერთ-ერთი სასინჯი ალტურვილობა, რომელიც სახლის პირობებში გამოიყენება და გაძღვება მონაცემებს, თუ როგორ მოქმედებს შენი დიეტა შენს ჯანმრთელობაზე. დანარჩენი ორი სინჯი ექიმების შეკვეთით მზადდება: ერთი ისეთ პრობლემებს ამოწმებს, როგორც კრონის დაავადება, მეორე კი – ჰქესობრივი გზით გადამდებ დაავადებებს.

„რაოდენობრივი მე“-ს კონცეფცია მთელ თქვენს ცხოვრებას ფონად გასდევს. მაშინაც კი, როცა პროფესიონალი ბოდიბილდერი იყავით.

ბოდიბილდინგის ერთ-ერთი თვალში საცემი უპირატესობა ისაა, რომ შესტად შევიძლია, იცოდე, რამდენად ძლიერი ხარ.

როგორ მოიზიდა uBiome-მა ფული?

კრაუდფანდინგით. ათ კვირაში \$350,000 დავაგროვეთ.

არ იყო კრაუდფანდინგი სარისკო იმ თვალსაზრისით, რომ შესაძლოა, კომპანია ერთგვარად არასერიოზულად აღქმულიყო მეცნიერების ძალიან სერიოზულ სამყაროში?

მილიონობით ადამიანს, ვინც არ არის მეცნიერი, მეცნიერებაში მონაწილეობა სურს. მე ამას „სამოქალაქო

მეცნიერებას“ ვუწოდებ. მეცნიერება, თავისთავად, შეზღუდვებიანი დარგია.

რას გულისხმობთ შეზღუდვებში?

თუ დოქტორის ხარისხი არ გაქვს ან აკადემიასა თუ კვლევით ინსტიტუტში არ მუშაობ – „მეცნიერი“ არ ხარ. ეს სუბულური მოსაზრებაა. მილიონობით მოყვარულ მეცნიერს შეუძლია სამეცნიერო საქმიანობა, თუ მათ მონაცემებზე წვდომას მისცემ.

\$22 მილიონი ტრადიციული ვენჩურ-კაპიტალის ფირმებისგან, მათ შორის, Andreessen Horowitz-ისგან, გაქვთ მოზიდული. რას ფიქრობთ მარკ ანდრისენის წინასწარმეტყველებაზე, რომ ღია წყაროზე დაფუძნებული ჯანდაცვა გვექნება, ისევე როგორც ღია წყაროზე დაფუძნებული პროგრამული უზრუნველყოფა გვაქვს?

ის მართალია. თუმცა, მონაცემთა კონფიდენციალობის გათვალისწინებით, ჯანდაცვაში ეს საქმე უფრო მეტ სიფაქიშხეს მოითხოვს.

მიგანიათ, რომ კონფიდენციალობაზე ჭმუნვა უფროსი თაობის სენია? ახალგაზრდა მომხმარებლები თითქოს უფრო მზად არიან, კარგი, დაბალხარჯიანი პროდუქტის სანაცვლოდ, უარი თქვან ანონიმურობაზე.

ნაწილობრივ, თაობის სენია. თუმცა ზოგიერთ კლიენტს იმიტომ უნდა Bitcoin-ით გადახდა, რომ ანონიმური დარჩეს.

რა არის uBiome-ის შემდეგი ნაბიჯი?

საინტერესო კორელაციები არსებობს ნაწილაკისა და ღრძილის მიკრობიომებსა და ზოგად ჯანმრთელობას შორის; რთულად განსაკურნებელი ჯანმრთელობის მდგომარეობებს, მაგალითად, ლიმის დაავადებას და ქრონიკულ დაღლილობას გვეულისხმობს. ფსიქიკურ ჯანმრთელობასაც კი.



ჰუმანიკა რიჩმენს უსაუბრო რიჩ კარლგარდი, ჩვენი კონტრიბუტორ-რედაქტორი და გლობალური ფუტურისტი. ინტერვიუ რედაქტირდა და შეიკვინა. დიალოგის ვრცელი ვერსიის გასახილველად, მწიგნობი ვებგვერდს: FORBES.COM/SITES/RICHKARLGAARD.

მსოფლიოს ყველაზე ღირებული ბრენდები

ჩვენს ყოველწლიურ რეიტინგში ტექნოლოგიური გიგანტები ბატონობენ.

უკვე მეტიმედ მერვე წელია, Apple-ი პირველ ადგილზე გადის. რეიტინგის შესადგენად, ჩვენ სამი წლის შემოსავლებსა და იმ როლს ვითვალისწინებთ, რასაც ბრენდი მოცემულ ინდუსტრიაში ასრულებს. მეტოდოლოგიისა და რეიტინგის სრულად გასაგნობად, ეწვიეთ ვებგვერდს: forbes.com/valuable-brands.

1

APPLE

ბრენდის ღირებულება

\$182.8 მლრდ

ბრენდის შემოსავალი

\$228.6 მლრდ



2

GOOGLE

\$132.1 მლრდ

\$97.2 მლრდ



3

MICROSOFT

\$104.9 მლრდ

\$98.4 მლრდ

4

FACEBOOK

\$94.8 მლრდ

\$35.7 მლრდ

5

AMAZON

\$70.9 მლრდ

\$169.3 მლრდ



6

COCA-COLA

\$57.3 მლრდ

\$23.4 მლრდ



7

SAMSUNG

\$47.6 მლრდ

\$203.4 მლრდ

8

DISNEY

\$47.5 მლრდ

\$30.4 მლრდ

9

TOYOTA

\$44.7 მლრდ

\$176.4 მლრდ

10

AT&T

\$41.9 მლრდ

\$160.5 მლრდ



ფოტო: ჯეიმს ლი/ბაიბლიკალი; ილუსტრაცია: ანდრეა ბარბოსა/ბაიბლიკალი



წარბეზის დედოფალი

ანასტასია სოარმა მაკიაჟისა და თავის მოვლის მეგაბიზნესი შექმნა: მან ქალები დაარწმუნა, რომ შესაძლებელია, საკუთარი წარბები ხელოვნების ნიმუშად აქციო.

როცა ანასტასია სოარი 1989 წელს, ქალიშვილთან ერთად, რუმინეთიდან ლოს-ანჯელესში ემიგრირდა, ინგლისურად წესიერად ვერც კი ლაპარაკობდა. თუმცა ჰქონდა დიპლომი ხელოვნებაში... და მარკეტინგის ალღო.

სალონში დაიწყო მუშაობა, სადაც სპეციალიზება ერთი მიმართულებით გადაწყვიტა. წარბები გვაქვს მხედველობაში. კლიენტებს უთხრა, რომ მათი ფორმაშეცვლელი წარბები ოქროს კვეთის პროპორციებს იმეორებდა – მათემატიკური ფორმულისა, რომელიც, იდგამი, მომხიბლავ სიმეტრიულ ფორმებს ქმნის. კონცეფცია სათავეს ძველ საბერძნეთში იღებს და უხვად გვხვდება რენესანსის მხატვრობაში, თანამედროვე არქიტექტურაში... და არამარტო.

1997 წლისთვის სოარს საკმარისი დანაზოგი ჰქონდა, საკუთარი სალონი რომ გაეხსნა ბევრელო-ჰილზში, ხოლო 2000-ში მან Anastasia Beverly Hills-ის ბრენდის ქვეშ წარბების ნელ-საცხებლების გაყიდვა დაიწყო. თუმცა გაყიდვებმა მნიშვნელოვანი ტემპი მხოლოდ Instagram-ის ეპოქაში აკრიფა, როცა მისმა ქალიშვილმა სოარი ლამის აიძულა, სოციალური მედია გამოეყენებინა. მას მერე დედა-შვილი სოარის პროდუქტების გულშემოტიკვიარ პოპულარულ ხალხთან – მათ რიცხვში, კიმ კარდაშიანთან – თანამშრომლობს.

ამ მიდგომა იმუშავა. Anastasia Beverly Hills-ის Instagram-ს დღეს თითქმის 17 მილიონი მომხმარებელი ჰყავს, სოარის ხაზი კი მთელ მსოფლიოში 1,500-ზე მეტ მაღაზიაში იყიდება. Anastasia Beverly Hills-ის წლიური შემოსავალი დაახლოებით \$340 მილიონს შეადგენს, ხოლო 60 წლის სოარი, როგორც თავად განაცხადა საჯაროდ 2016-ში, ერთადერთი მფლობელია. ეს 100%-იანი წილი, თავის მხრივ, სულ ცოტა, \$1.5 მილიარდად არის შეფასებული.



მისისიპი

მოსახლეობა: 2.9 მილიონი

2016-ის მთლიანი შტაის პროდუქტი: **\$108 მილიარდი** (0.8% იანი ზრდა) მთლიანი შტაის პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე:

\$36,029

(50-ე ადგილი უკავია შვეიცარიაში)

მილიარდერთა რიცხვი: **2**

ყველაზე მდიდარი ადამიანები:

ტომას და ჯივის დაფები

შონება: \$1.2 მილიარდი თითოს.

ძმები დაფები პატარა წკრილა ბიზნესიმიპერიას ფლობენ არაგლამურული რამეებით სავსე სამხრეთში. მათი წარმომადგენელი კომპანია FROZEN FOOD EXPRESS-ია – გადამხიდი სერვისი, რომელიც ტემპერატურის მაკონტროლებელი ტრაქტორ-ტრეილერებითაა აღჭურვილი. თუმცა ოჯახის მარგალიტი უდავოდ \$1-მილიარდიანი (გაყიდვებით) SOUTHERN TIRE MART-ია – კომერციული საბურავების უმსხვილესი დილერი ქვეყანაში. კოლუმბიაში (მისისიპი) მდებარე ეს კომპანია ძმები დაფების მამამ, ერნესტმა, 1973 წელს დააფუძნა, 1983 წლიდან კი მას ვაჟები თაოსნობენ.

წლების მანძილზე, 61 წლის თომასი და 57 წლის ჯივისი (ქვემოთ) ერთგვარ კონფიდენციალობას ინარჩუნებენ საკუთარი საქმეების ირგვლივ და სულ თითზე ჩამოსათვლელი ინტერვიუები აქვთ მიცემული. და მაინც, რა არის ამ დუეტის შესახებ ცნობილი? ისინი არიან ამაყი მორმონები, თომასის ალმა მატერის – სამხრეთ მისისიპის უნივერსიტეტის დონორები (რა გასაკვირია და, მუსტად რა თანხისაა მათი შეწირულება, არადროს გაუხვლიათ) და ამერიკული ფეხბურთის გულანთებული გულშემოტიკვირები. 2013-ის სეზონიდან მოყოლებული, USM GOLDEN EAGLES-ის მოედნის აღჭურვილობას მათი ტრაქტორ-ტრეილერი და მძღოლები დაატარებენ.

ასეა თუ ისე, დიდი ძალისხმევის მიუხედავად, ძმების უზარმაზარი სიმდიდრე ყურადღების მიღმა არ დარჩენილა. 2016 წელს სამ კაცს თომასის გატაცებისა და მისთვის ფულის გამოძალვის მცდელობა წარედგინათ ბრალად. პოლიციამ მანამდე გაშიფრა მათი სავარაუდო სქემა, სანამ მას პრაქტიკაში განახორციელებდნენ. სასამართლო ახლაც მიმდინარეობს.

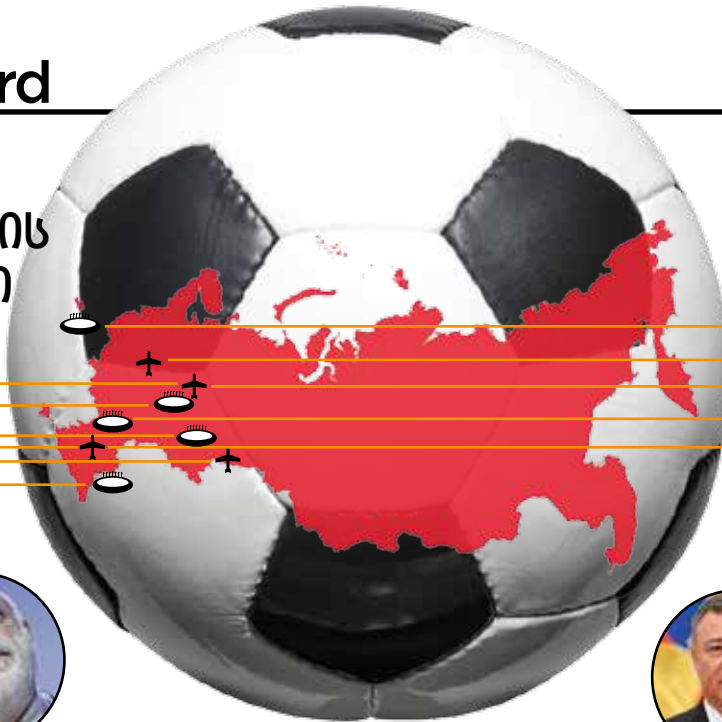


აპოლო ბოლონოზი – აპოლო: მისთვის არის: სველი აპოლონოზი ადამიანი ბიზნესი მიხედვით – აპოლონი არის მათი წილი

LeaderBoard

მილიარდობები

რუსი ოლიგარქების დიდი ფსონი



გენადი ტიმჩენკო
ფონება: \$16 მლრდ
 ვლადიმირ პუტინის ახლო მოკავშირის, ტიმჩენკოს მფლობელობაში არსებულმა საინჟინრო-სამშენებლო ფირმამ \$530 მილიონი მოიპოვა ორი 45,000-ადგილიანი სტადიონისთვის.



ვიქტორ ვეკსელბერგი
\$13.5 მლრდ
 ვეკსელბერგმა, რომელსაც, გავრცელებული ცნობებით, ვარკვეული კავშირები ჰქონდა დონალდ ტრამპის იურისტ მაიკლ კოენისთვის ფულის გადახდელ ფირმასთან, ოთხ ქალაქში აეროპორტების გარემოებებში \$560 მილიონი დახარჯა.

სულ ცოტა, 15-მე რუსმა მილიარდერმა 14 ივნისს მათ სამშობლოში დაწყებულ მსოფლიო ჩემპიონატში შესაღწევი გზა გამონახა. ზოგმა კონტრაქტი გაიარა (ჯერ მარტო ექვსმა მათგანმა თითქმის \$7 მილიარდი მოაგროვა კეთილმოწყობილობებისა და ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის მშენებლობასა თუ შეკეთებაზე), ზოგმა კი ფული ისეთ რამეებში დააბანდა, როგორც ბილეთების სისტემათა მართვა და სტადიონების ინტერნეტით აჭლურვაა. როგორც თუნდაც მხოლოდ აქ მოყვანილი ოთხი მილიარდერის დოლარები მიგვანიშნებს, რუსეთში ისეც პუტინის ძველი ამფსონები მდიდრდებიან.



არკადი როტენბერგი
\$2.7 მლრდ
 ამხელა გასამრველო არავის აუღია: პუტინის ძმაცაგმა \$4 მილიარდზე მეტი ოშოვა 425 მილის სიგრძის ტრასისთვის (რომლის მშენებლობა დროულად ვერ მოესწრა) და \$1 მილიარდზე მეტი – სამი აეროპორტის გასარემონტებლად.



არას აგალაროვი
\$1.7 მლრდ
 აგალაროვმა, რომელიც ერთ დროს რუსეთში Trump Tower-ის აშენებას გეგმადა, ორი სტადიონის ასაგებად \$580 მილიონი მიიღო.

საქორმალისტური შტრაპი შონება

რობინ ჰუდის სახიზნავი

სოფლებში შამრპი სახლია, რომლებიც პოპულარული თქმულებების მიზანსცენაზე გამოთქვამს პრეტენზიას, მაგრამ მე-18 საუკუნის ერთი ინგლისური მამულის ბიბლიოთეკა საცხა ლიტერატურული მემკვიდრეობით. ლეგენდის თანახმად, რობინ ჰუდმა ბერი ტაკი FOUNTAIN DALE HOUSE-ის უკან გაიგნო. ნოტივგემირში (ინგლისი) მდებარე ეს უძრავი ქონება, 12 საძინებლითა და 8 სააბაზანოთი, დღეს \$2.4 მილიონად იყიდება. გარდა იმისა, რომ ახალი მფლობელი შერვუდის ტყესთან ახლო ათ შთამბეჭდავ

აკრს დაეპატრონება, ის 6,000 კვადრატული ფუტის მთავარ სახლსა და 2,300 კვადრატული ფუტის სტუმრების სახლსაც შეიძენს, რომლებიც დიდი ბრიტანეთის ისტორიული შენობების რეესტრშია დარეგისტრირებული. რეზიდენციასთან კავშირი მხოლოდ რობინ ჰუდს როდი აქვს. სერ უოლტერ სკოტმა „აივენჰოს“ გარკვეული მონაკვეთები იქ დაწერა, ხოლო ვაშინგტონ ირვინგს – „მძინარე ღრმულის ლეგენდის“ ავტორს – FOUNTAIN DALE-ი თავის „აბოსტფორდი და ნიუბტედ ები“-ში აქვს ნახსენები.



რუბინი – ამბორი; დანლო-ი-აბინი, იუნბინა; სობინი ბიბლიოთეკის ინსტრუქტორი; FORTRESS RUSSIA-ს ოფისი; საბოსტფორდი ჰარაში; შონება – ამბორი; სახიზნავი – ამბორი

ბლოკჩეინ-ბანდა

ბლოკჩეინის სამსახურში Forbes-ის 30 30-წლამდეელთან ერთად, 30 სიტყვასა ან ნაკლებში.



ვიტორ სანტოსი

თანადამფუძნებელი, **Airfox** | 26

Berkeley-ის კურსდამთავრებული სმარტფონების ბრაზილიელ მომხმარებელს ვებზე წვდომასა და საბანკო მომსახურებას სთავაზობს: ნახე რეკლამა და მიიღე კრიპტომონეტები და მობილური მონაცემები. ვენჩურ-კაპიტალისტებისა და პირველადი მონეტარული შეთავაზებიდან (ICO) \$16.5 მილიონი აქვს მოზიდული.



რაიან როუ

თანადამფუძნებელი, **CoinJar** | 23

მელბურნში (ავსტრალია) დაფუძნებული კრიპტოვალუტის გაცვლითი პლატფორმა, რომელიც მაშინ ჩაეშვა, როცა ჩოუ 18-ის იყო, მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს, საკომისიოს გარეშე ფული ნებისმიერ ქვეყანაში, წუთებში გაგზავნონ. მისი ტრანზაქციები უკვე \$1.4 მილიარდს ითვისებს.

ბობი ბაო

თანადამფუძნებელი, **Monaco** | 30

ნიუ-იორკის უნივერსიტეტის, Stern-ის კურსდამთავრებულსა და ყოფილ საინვესტიციო ბანკირს კრიპტოვალუტის მენეჯერობაში წვლილი შეაქვს. მობილური აპლიკაციით მომხმარებლები ყიდულობენ, ცვლიან და გზავნიან კრიპტოვალუტას ინტერნეტბანკის ტარიფებით, Visa ბარათითაც კი. ICO-მ \$26.7 მილიონი მოუტანა.



ნისიტას პიკელინი და ლორინას ნოკპრატიტინი

თანადამფუძნებლები, **Monetha** | 27, 25

ლიტველები ონლაინ-თაღლითობებს PayPal-ისებრი კრიპტოსერვისით ებრძვიან, რომელიც „ჭკვიან“ კონტრაქტებსა და გადამოსმებულ „რეპუტაციის ქულებს“ იყენებს მომხმარებელთა დასაცავად. ICO-თი \$37 მილიონი მოიზიდეს.

ლუის კუნდე

თანადამფუძნებელი, **Aragon**

| 22

ესპანური ფინანსური ტექნოლოგიის ბიზნესი გაუტეხავ ბლოკჩეინ-კოდს (ე.წ. „ჭკვიან კონტრაქტს“) იყენებს ხელფასების, ბუღალტერიისა და აქციონერთა ხმების სამართავად. ICO-თი, სულ რაღაც 26 წუთში, \$25 მილიონი მოიზიდა.



რემო ტრინკლერი

თანადამფუძნებელი, **Melonport**

| 27

შვეიცარიული კომპანიის მომხმარებლებს შეუძლიათ, შექმნან და მართონ ავტომატიზებული კრიპტოინვესტიციის ფონდები კრიპტოვალუტის გაცვლის არაერთ პლატფორმაზე. Melonport-ს ICO-მ \$2.9 მილიონი მოუტანა.

რიჩარდ ქრეიბი

თანადამფუძნებელი, **Numerai**

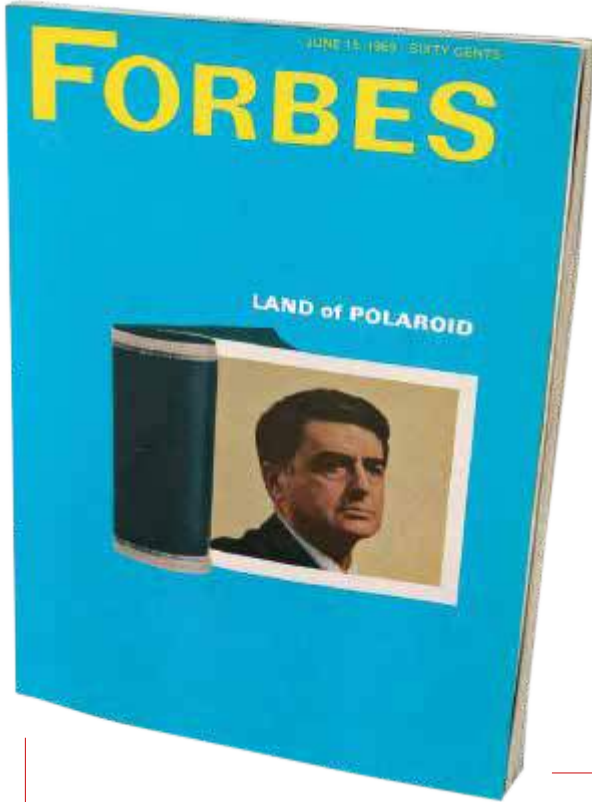
| 30

Union Square Ventures-ის დაფინანსებულ ჰეჯ-ფონდში (ვენჩურ-კაპიტალისტებისგან \$7.5 მილიონი აქვს მოზიდული) მათემატიკურად გამჭრიახი მომხმარებლები ერთმანეთს საუკეთესო ალგორითმების შექმნაში ეჯიბრებიან ფინანსური მონაცემთა ბაზებისთვის. ამ ალგორითმების დამსახურებაა თავად ფონდის სავაჭრო მოდელი.



აპოლინი კალუკანდრა, უორლდური

გამჟღავნებას დრო სჭირდება: 1969 წლის ივნისი



ფოტომეტიუზისასტამბა POLAROID-ი მყისიერი გამჟღავნების გამო შეიყვარეს. მაგრამ კომპანიის დამფუძნებელს, ჰარვარდის განათლებამიღებულ ფიზიკოსს, ედვინ ლენდს ნამდვილად არ წამოუწყია ბიზნესი ფოტოციმციმას სიჩქარით. POLAROID-ი მან 1937 წელს ჩაუშვა და დინჯად \$240-მილიონიან (გაყიდვებით) ბიზნესად აქცია (რაც 2018-ის დოლარებში დაახლოებით \$1.6 მილიარდს უდრის), რისთვისაც ის თავის კამერებს ნელ-ნელა უფრო კოხტასა და დაბალფასიანს ხდიდა. 1965 წელს გამოშვებული POLAROID SWINGER-ი ინოვაციური ჰიტი იყო: ორ წელიწადში 5 მილიონი გაიყიდა (\$19.95 ლირდა, დაახლოებით დღევანდელი \$136). POLAROID-ი ესეროქსებთანაც ექსპერიმენტირებდა, მაგრამ ლენდი მათი დიზაინით ვერ მოიხიბლა, ამიტომ ბაზარზე მათ გატანაზე მტკიცე უარი განაცხადა. „ჩვენ არ გვინდა, ვაკეთოთ ის, რაც ყველა TOM-ს, DICK-სა და XEROX-ს შეუძლია, – თქვა ლენდმა, რომელიც იმხანად დღევანდელ \$4 მილიარდზე მეტის ტოლფას ქონებას ფლობდა. – ჩვენი გზა მარტივი მეცნიერებიდან გამოყენებითი მეცნიერების გავლით უაღრესად სასურველ პროდუქტებადღა“.

POLAROID-ის ნელმა ტემპმა ის, საბოლოოდ, სიკვდილამდე მიიყვანა და ეს მაშინ მოხდა, როცა მოხმარებელი ციფრულ კამერებზე გადაერთო. 2001-ში, 81 წლის ლენდის სიკვდილიდან ათი წლის შემდეგ, POLAROID-მა გაკოტრებულიად გამოაცხადა თავი. მას შემდეგ, მისი მკვდრეთით აღდგომის მომსწრენი გავხდით, ხოლო შარშან, როცა ის იმგვარი მოხმარებლების მოხიბვას ცდილობდა, როგორც ვინილებით ხელახლა მოხიბლული ხალხია, POLAROID-მა თავისი მყისიერი გამჟღავნების \$99.99-იანი კამერა გამოუშვა.



რედაქტორის საშუალო მაგიდიდან პესტიციდის გასაჭირი

1950-იანებში, ნასაუში, ბაჰამას კუნძულებზე, მალკოლმ ფორბსს ლანჩი ჰქონდა ანტრეპრენიორთან, სახელად ჯეიმს რენდთან, რომელმაც პირიც კი არ დააკარა მირთმეულ ხილს. რენდი როდი იყო ქიმიკატების ბიზნესში (ის საბავშვ მანქანებს ამზადებდა), მაგრამ მას მერე, რაც ნასა, როგორ დაასწავლა მისი ცოლი პესტიციდიანმა საკვებმა, მალკოლმის დარწმუნებას შეუდგა, ყველა ჩვენგანი ნელ-ნელა პესტიციდისგან ვინამღებითო. მალკოლმმა ეს ამბავი 1969 წლის სექტემბერში გაისიხენა, რომელიც კითხვას სვამდა, თუ რატომ არ აეკრძალა აქამდე აშშ-ს დღე.

ალნიშონის ღირსი ალლოიანი უაილი
34 წლის ასაკში, სემ უაილის უკვე ჰქონდა იმპერიის მშენებლობის სტრატეგია, რომელიც, რაღაც მომენტში, მას გარკვეული დროით მილიარდერად აქცევდა. იყიდვ პატარა კომპანიები კონკრეტულ ინდუსტრიაში და მოუპოვე მათ წარმატება. 1969 წლის ზაფხულისთვის უაილის თავისი ბოლო შენაძენი, Gulf Insurance-ი ჩაეგდო ხელში.



სწრაფი გადახვევა წინ წრეზე მოსიარულე პრობლემები

1969: ედგარ ბრონფმენ უფროსის MGM-ი კვლავ ცდილობდა წინა წლის ისეთი კინემატოგრაფიული წარუმატებლობებიდან თავდაღწევას, როგორც, მაგალითად, „ბაუნტის ამბოხი“ იყო.
2018: უფროსი ედგარის სიკვდილიდან ოთხი წლისა და თითქმის ოცი წლის შემდეგ იქიდან, რაც უკვე მისმა ვაჟმა, უმცროსმა ედგარმა შოუბიზნეს-შეცდომა დაუშვა და თავისი კლანის SEAGRAM COS.-ი VIVENDI-ს მიჰყიდა, ერთადერთი ბრონფმენი, რომელსაც FORBES-ის მილიარდერთა რეიტინგში ნახავთ, უფროსი ედგარის ძმა, ჩარლზია.



არარეალური რეკლამა მანქანებისა და Honeywell-ის სამყარო

Honeywell-ს მტკიცედ ჰქონდა გადამწყვეტილი, თავისი 14 წლის კომპიუტერული განყოფილებით-ის წარმატება მოეტანა. სულ რამდენიმე კვირაში, მისი მანქანების დახმარებით, ასტრონავტებმა მთავარზე დადგეს ფეხი.

2018 წლის პირველი ნახევრის ყველაზე პოპულარული სტატიები FORBES.GE-ზე

გთავაზობთ Forbes.ge-ს 2018 წლის პირველი ნახევრის ყველაზე პოპულარული სტატიების ტოპ-10-ეულს:



1. NEXIA TA წლის კომპანია საქართველოდან

15 თებერვალი, 2018

თელარა გელანტიას სტატია აუდიტორული კომპანია NEXIA TA Georgia-ს შესახებ, 2018 წლის პირველი ნახევრის უპირობო ლიდერია.

30 ათასზე მეტი ნახვა და 3.6k+ გავიარება



2. ყველაზე მსხვილი მიკრო-საფინანსო ორგანიზაციები

16 ივლისი, 2018

ნინო შუბითიძის მიერ მომზადებული ქართული მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების რეიტინგი მეორე ადგილზეა.

16 ათასზე მეტი ნახვა და 2.7k+ გავიარება



3. ისტორიული ალიანსი

21 მაისი, 2018

ჯეფ ფოსტერი გვიყვება, თუ როგორ ისარგებლებენ „ალიანს ჯგუფის“ აპარტამენტების შესაკეთებელი RCI-ის „ოქროს გვირგვინს“ სტატუსით.

14 ათასზე მეტი ნახვა და 1.3k+ გავიარება



4. ევროკავშირში თითქმის ორჯერ მეტი პროდუქცია გაგვაქვს, ვიდრე რუსეთში

19 ივლისი, 2018

სტატისტიკური მონაცემებით დასტურდება, რომ საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში, ევროკავშირის ბაზარი ქართული პროდუქციისთვის გაცილებით სტრატეგიულია, ვიდრე რუსული ბაზარი.

13 ათასზე მეტი ნახვა და 1.4k+ გავიარება



5. „აჭარა ჯგუფი“ თბილისში ახალ სასტუმრო „სტამბას“ ხსნის

1 მაისი, 2018

დიდი ინტერესი გამოიწვია ნიუსმა სასტუმრო „სტამბის“ გახსნის შესახებ.

10 ათასზე მეტი ნახვა და 2.8k+ გავიარება



6. „ფორბსის“ მილიარდერთა 2018 წლის რეიტინგი

7 მარტი, 2018

განსაკუთრებული ინტერესი გამოიწვია „ფორბსის“ მილიარდერთა ყოველწლიური რეიტინგის გამოქვეყნებამ.

9 ათასზე მეტი ნახვა და 2.4k+ გავიარება



7. სახსოვრებელი კომპლექსი, რომელმაც დროს გაუსწრო

16 აპრილი, 2018

ხათუნა ხვედელიძის სტატია „ტურიზმის ინვესტიციებისა და „ბელგიუ რემიდეის ბათუმის“ შესახებ, მეშვიდე ადგილზეა.

8 ათასზე მეტი ნახვა და 2k+ გავიარება



8. 2018 წლის ოსკარის გამარჯვებულების სრული სია

5 მარტი, 2018

ჩვენნი მკითხველი ამერიკის კინოხელოვნების აკადემიის დაჯილდოების რიგით 90-ე ცერემონიის გამარჯვებულთა სიითაც დაინტერესდა.

7 ათასზე მეტი ნახვა და 2.2k+ გავიარება



9. პოსტსაბჭოთა ქვეყნების შედარება სამეცნიერო პროდუქტიულობით

19 ივნისი, 2018

სანდრო თარხან-მოურავი თავის ბლოგპოსტში გვიყვება რომელ ქვეყანაში „ყვავის“ მეცნიერება და რომელში „დაილუპა“?

7 ათასზე მეტი ნახვა და 1.2k+ გავიარება



10. სამეცნიერო ალიანსი

11 ივნისი, 2018

„ალიანს ჯგუფის“ თანადამფუძნებლისა და გენერალური დირექტორის, აკაკი სონგულიას სვეტმა ასევე დიდი ინტერესი გამოიწვია.

7 ათასზე მეტი ნახვა და 1k+ გავიარება

რა ვუშვებით გაზრდილ სიღარიბეს?



გაეროს ბავშვთა ფონდის

მოსახლეობის კეთილდღეობის კვლევამ (2017) აჩვენა, რომ მოსახლეობის 5%, ბავშვების 6.8% და პენსიონერების 3.7% უკიდურესი სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ ცხოვრობს (უკიდურესი სიღარიბის ზღვრად მიჩნეულია 1.25 აშშ დოლარი დღეში, რაც ერთ ეკვივალენტურ ზრდასრულ პირზე თვეში 94 ლარს შეესაბამება). 2015 წლიდან 2017 წლამდე პერიოდში, უკიდურესი სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოსახლეობის, ბავშვებისა და პენსიონერების რაოდენობა, შესაბამისად, 2.9, 4.3, და 2 პროცენტული პუნქტით გაიზარდა.

2015 წელთან შედარებით, 2017 წელს ზოგადი სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მცხოვრები მოსახლეობის, ბავშვებისა და პენსიონერების რიცხვი, შესაბამისად, 3.3, 5.9 და 2.6 პროცენტული პუნქტით გაიზარდა (ზოგადი სიღარიბის ზღვრად მიჩნეულია 2.5 აშშ დოლარი დღეში, რაც ერთ ეკვივალენტურ ზრდასრულ პირზე თვეში 188 ლარს შეესაბამება).

ცნობისთვის, გაეროს ბავშვთა ფონდი მოსახლეობის კეთილდღეობის კვლევას 2009 წლიდან ატარებს 2-წლიანი შუალედებით. მე-5, 2017 წლის კვლევაში პირველად დაფიქსირდა როგორც უკიდურესი, ისე ზოგადი სიღარიბის ზღვარს

ქვემოთ მყოფი მოსახლეობის, ბავშვებისა და პენსიონერების რაოდენობის ზრდა. მანამდე როგორც უკიდურესი, ისე ზოგადი სიღარიბე საქართველოში მუდმივად იკლებდა - ერთადერთი გამონაკლისია პენსიონერებში უკიდურესი სიღარიბის მატება 7.3%-დან 8.1%-მდე 2009-დან 2011 წლამდე პერიოდში.

„სავარაუდოდ, სიღარიბის ზრდა გამოწვეული იყო ეკონომიკური ზრდის შენელებული ტემპით და გაზრდილი სამომხმარებლო ფასებით... დიდი ალბათობით, შინამეურნეობებმა დანაზოგები ამოწურეს, ხოლო დამატებით ფინანსურ რესურსებზე ხელი ნაკლებად მიუწვდებოდათ, რის გამოც კიდევ უფრო მოწყვლადნი გახდნენ. 2015 წელს დაბალი შემოსავლების მქონე ოჯახებზე უფრო მეტად აისახა ინფლაციური პროცესები, ვიდრე მაღალშემოსავლიან შინამეურნეობებზე. ბოლო ორი წლის განმავლობაში საქართველოში შინამეურნეობების ფინანსური მდგომარეობა გაუარესდა და მეტი შინამეურნეობა გაღარიბდა“, - ასეთ ახსნას გვთავაზობს თავად გაეროს ბავშვთა ფონდი დღეს.

ჯერ კიდევ 2016 წლის 17 აგვისტოს მსოფლიო ბანკმა გამოაქვეყნა კვლევა Georgia: Recent Trends and Drivers of Poverty Reduction, სადაც ხაზგასმით აღნიშნა: „მსოფლიო ბანკის სიმულაციები აჩვენებს, რომ ფასების 6%-იანი ზრდა (რაც აღინიშნა 2014 წლის მესამე კვარტალიდან 2015 წლის მესამე კვარტალამდე პერიოდში) გაზრდის სიღარიბეს“. ანუ საქართველოს მთავრობას ეს მონაცემები ხელთ ჰქონდა, როდესაც 2016 წლის დეკემბერში საწვავზე აქციზის ზრდის გადაწყვეტილება მიიღო და ბიძგი მისცა ფასების ზრდას (საშუალოდ

6% 2017 წლის განმავლობაში, ხოლო 2017 წლის ბოლოს 6.7%).

იმავე კვლევაში მსოფლიო ბანკის ექსპერტები ამბობენ, რომ 2006-2010 წლებში სიღარიბის შემცირების მთავარი მამოძრავებელი ძალა სოციალური ტრანსფერები (მიზნობრივი სოციალური დახმარების სისტემის შემოღება და ასაკობრივი პენსიის მნიშვნელოვანი ზრდა) იყო, 2010-2014 წლებში კი - ეკონომიკური საქმიანობა.

იმ ფონზე, როდესაც სიღარიბის შემცირების მთავარ ფაქტორად ეკონომიკურმა საქმიანობამ სოციალური ტრანსფერები ჩაანაცვლა, ლოგიკური იქნებოდა, მთავრობას აქცენტი ეკონომიკურ ზრდასა და, შესაბამისად, კერძო სექტორში სამუშაო ადგილების შექმნით მეტი და მეტი ადამიანის სიღარიბიდან გამოყვანაზე გაეკეთებინა.

„ქართულმა ოცნებამ“ სახელმწიფო ბიუჯეტი „ადამიანზე ორიენტირებულად“ გამოაცხადა და ორიენტირი მთლიანად საბიუჯეტო სახსრებით სიღარიბის შემცირებაზე აიღო: 2013 წლის 1 იანვრიდან სოციალურად დაუცველი ოჯახებისთვის გასაცემი საარსებო შემწეობა გააორმაგა, ხოლო 2013 წლის თებერვლიდან და ივლისიდან საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამის, შესაბამისად, ამბულატორიული და პოსპიტალური კომპონენტები ამოქმედდა. ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯი (საბიუჯეტო კოდი 35 03) 2013 წელს 435 მლნ ლარი იყო, 2017 წელს კი - 894 მლნ ლარი. ასევე, მიზნობრივი ჯგუფების სოციალურ დახმარებაზე (საბიუჯეტო კოდი 35 02 02) 2013 წელს 475 მლნ ლარი დაიხარჯა, 2017 წელს კი - 680 მლნ ლარი.

მაშ, რატომ გაიზარდა ზოგადი სიღა-

%

უკიდურესი სიღარიბე

ზოგადი სიღარიბე



პენსიონერები



2013
2015
2017



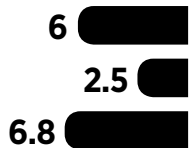
მოსახლეობა



2013
2015
2017



ბავშვები



2013
2015
2017



რიბე 2015 წლის შემდეგ, ხოლო უკიდურესი სიღარიბე – 2013 წლის მონაცემებთან შედარებითაც კი? რაშია საქმე?

ამ წერილის მიზანია, არ დაგკმაყოფილდეთ მარტივი ასხნით (დაბალი ეკონომიკური ზრდა, მაღალი ინფლაცია), კიდევ უფრო მეტად ჩაიხედოთ საყოველთაო ჯანდაცვისა და მიზნობრივი სოციალური დახმარების პროგრამებში; დავინახოთ, რატომ გვაქვს ქვეყანაში სიღარიბის ზრდა სახელმწიფო ბიუჯეტის „ადამიანზე ორიენტირებულობის“ მიუხედავად; და, შესაბამისად, ვიპოვოთ გამოსავალი.

წერილში „დავით სერგენკო: ღარიბს ვართმევ, მდიდარს ვაძლევ“ (გამოქვეყნებულია „ფორბსში“ 2015 წლის თებერვალში <http://forbes.ge/news/529/>) აღვწერე, რომ ერთნაირი პრინციპით ყველას - ღარიბისა და შეძლებულის - დაფინანსებით მთავრობა შეძლებულებს უფრო ეხმარებოდა, ვიდრე ღარიბებს. მართალია, 2017 წლის გაზაფხულიდან ჯანდაცვის სამინისტრომ ეს პრინციპი შეცვალა (და შემოსავლების მიხედვით 4 სხვადასხვა ჯგუფისთვის საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამის 4 სხვადასხვა პაკეტი განსაზღვრა), მაგრამ ეს ნაბიჯი უკვე ძალიან

გვიანი, არასრულყოფილი და არასაკმაბრისი იყო.

მარტივი ჭეშმარიტებაა, რომ მთავრობის მიერ რომელიმე სექტორის სუბსიდირება იმ სექტორში ფასებს ზრდის. უყარათო სუბსიდირება (და მათი უმრავლესობა ქვეყნების უმრავლესობაში ასეთია), მით უფრო. 2013-2017 წლებში ჯანდაცვის სფეროში ინფლაციამ 32% შეადგინა.

ჯანდაცვაზე სახელმწიფოს მიერ გაწეული ხარჯების შეკავების მიზნით, ჯანდაცვის სამინისტრომ მის მიერ დაფინანსებულ სერვისებზე ფასების კონტროლი კი დაიწყო, მაგრამ იმ ნაწილში, რომელზეც ეს კონტროლი არ ვრცელდებოდა, ინფლაცია კიდევ უფრო მაღალი იყო (მაგალითად, მედიკამენტებზე დაახლოებით 50%) და, შესაბამისად, კიდევ უფრო მეტად დააწვა მოქალაქეების, განსაკუთრებით ღარიბების, ჯიბეებს.

ეს ჯერ კიდევ 2014 წლის ჯანდაცვის სერვისების უტილიზაციის კვლევაში გამოჩნდა:

მსოფლიო ბანკის მიერ 2017 წლის ივნისში გამოქვეყნებულ „საქართველოს საჯარო ფინანსების მიმოხილვაში“, რომელიც ჯანდაცვის სექტორზე აქცენტით

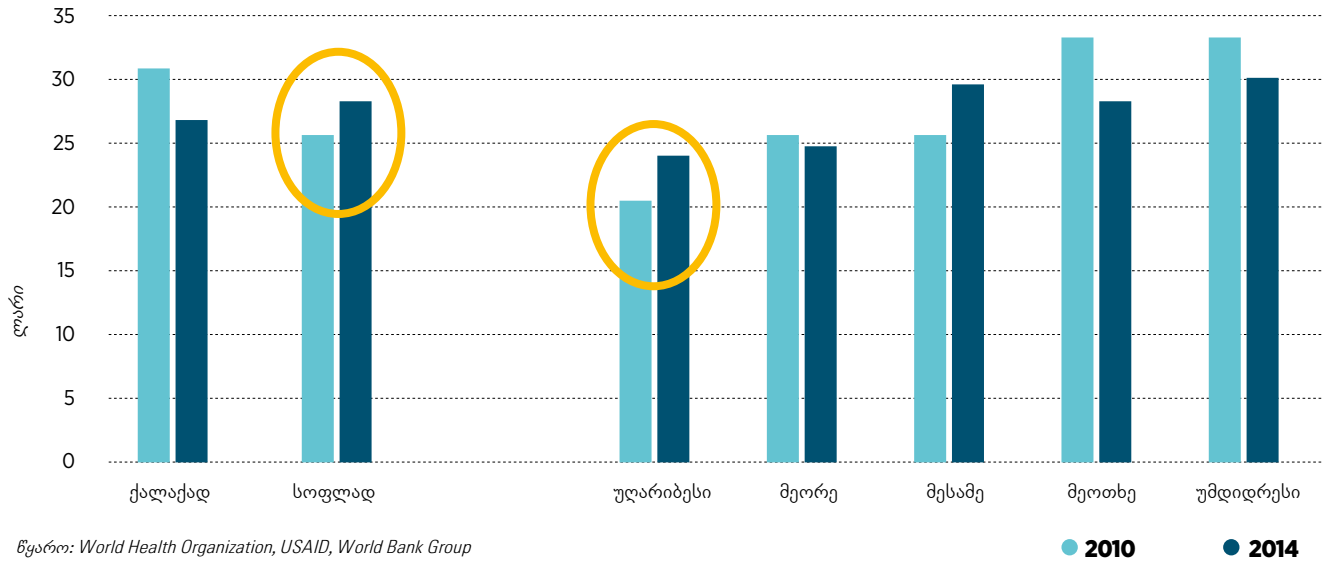
ჩატარდა, პირდაპირაა ნათქვამი, რომ „ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯების ზრდის მიუხედავად, ჯიბიდან გადახდები ჯანდაცვის დაფინანსების კვლავ დომინანტურ წყაროდ რჩება (მოლიანი ხარჯის 66%)“.

ეს მდგომარეობა, მსოფლიო ბანკის შეფასებით, გაღარიბებისგან დაუცველს ხდის საქართველოს მოქალაქეების დიდ ნაწილს. გასათვალისწინებელია, რომ მათ საკუთარ ჯიბეზე არა მხოლოდ მედიკამენტის ხარჯი აწვებათ. ზოგადად, ჯანდაცვის დანახარჯების უდიდესი ნაწილი, შედარებით ნაკლებხარჯიანი ამბულატორიული მკურნალობის ნაცვლად, ძვირად ღირებულ ჰოსპიტალურ მომსახურებაზე მიდის, რაც პრობლემაა სახელმწიფო ბიუჯეტისთვისაც და პაციენტებისა და მათი ოჯახებისთვისაც.

ამასთან, საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამის თანხების უდიდესი ნაწილი თბილისსა და 2-3 რეგიონულ ცენტრში იხარჯება, ხოლო რაიონულ საავადმყოფოებში - სულ უფრო და უფრო ნაკლები. შესაბამისად, რაიონულ საავადმყოფოებში სამედიცინო სერვისები სულ უფრო იკარგება და შედარებით მარტივი სამედი-

ესენციურ წამლებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდით ფინანსური დაცულობისა და ეფექტიანობის გაუმჯობესება

ჯიბიდან გადახდები



წყარო: World Health Organization, USAID, World Bank Group

● 2010 ● 2014

ცინო მანიპულაციებისთვისაც კი პაციენტს რეგიონულ ცენტრში (ბათუმი, ზუგდიდი, ქუთაისი) ან დედაქალაქში უწევს წასვლა. ჯანდაცვაზე გეოგრაფიული ხელმისაწვდომობის გაზარდვა კიდევ უფრო აუარესებს ფინანსურ ხელმისაწვდომობას, რადგან მკურნალობის ხარჯს მგზავრობისა და „თავზე დგომის“ ხარჯი ემატება. რაც უფრო ღარიბია ადამიანი და რაც უფრო შორს ცხოვრობს დედაქალაქიდან ან რეგიონული ცენტრიდან, მით უფრო უჭირს, ჩაიტაროს საჭირო მკურნალობა.

რა თქმა უნდა, გრძელვადიანი გამოსავალი მაღალ ეკონომიკურ ზრდასა და სამუშაო ადგილების შექმნაშია. მაკროეკონომიკური პარამეტრების გაზარდვების გარეშე (რაც ისევ ჩვენს ცხოვრების გაძვირებას და გაზარდვებას ნიშნავს), სუსტი ეკონომიკა ვერ აუვა ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯების უსასრულო ზრდას. ამიტომ ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯების ყაირათიანობა მთავრობის ერთ-ერთი მთავარი საბრუნავი უნდა იყოს.

მე 2013 წელსვე, როდესაც მივესალმე ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯების ზრდას, განაცხადე: „ქართულ ოცნებას“

ამდენი ფული იმ სისტემით რომ დაეხარჯა, რაც 2010-12 წლებში ჩამოყალიბდა და არ დაპბრუნებოდა ჯანდაცვის სფეროს დაფინანსების სოციალისტურ მეთოდს, გვექნებოდა დადებითი ეფექტი ჯანდაცვაზე ხელმისაწვდომობის გაზრდის, მკურნალობის ხარისხის გაუმჯობესების, სახელმწიფო ფინანსების ხარჯთაღიწივანობის, საავადმყოფოების ფინანსური მდგრადობის მხრივ (სავალისებრა, რომ, საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამის შედაპირული და პოპულიტური პოპულარობის ფონზე, ჯანდაცვის სამინისტროს 2013 წლიდან აღარ გამოუქვეყნებია ჯანდაცვის სისტემის ეფექტიანობის ანგარიში).

სიღარიბის დასაძლევად მედიკამენტებზე ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება აუცილებელი (თუმცა არასაკმარისი) პირობაა. ამისათვის 400-მდე დასახელების მედიკამენტის თანადაფინანსების კომპონენტი (სხვადასხვა შემოსავლის მქონე ჯგუფებისთვის განსხვავებული პროპორციით) საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამაში უნდა გაჩნდეს.

ოლონდი!

ეს რომ საყოველთაო ჯანდაცვის

პროგრამის არსებული დიზაინის პირობებში განხორციელდეს, ბიუჯეტის ეს უკვე „უძირო ქვევრი“ ნამდვილ „შავ სვრულად“ გადაიქცევა. ამიტომ ჯერ საყოველთაო ჯანდაცვის პროგრამის ადმინისტრირება სადაზღვევო კომპანიებს უნდა დაბრუნდეთ და ჯანდაცვაზე სახელმწიფო დანახარჯების ხარჯთაღიწივანობა გაიზარდოს, ხოლო მედიკამენტების კომპონენტი პროგრამაში მხოლოდ ამის შემდეგ უნდა შევიდეს.

იმის მიუხედავად, რომ ყველა ზემოთ ნახსენები კვლევა და რეკომენდაცია გიორგი კვიციანილას ედო მაგიდაზე, მან დავით სერგენკო არსებითი ცვლილებების განხორციელებაზე ვერ დაიყოლია და ჯანდაცვაზე გაზრდილი სახელმწიფო დანახარჯების პირობებში მომატებული სიღარიბე ბიძინა ივანიშვილმა სწორედ მისი გადაყენების საბაბად გამოიყენა. მაღალი ალბათობით, ივანიშვილის ნებისმიერი პრემიერი კვიციანილას ბედს გაიზიარებს, რადგან „ქართულ ოცნებას“ ასეთი რეფორმისთვის საჭირო იდეოლოგიურ-პოლიტიკურ-ადმინისტრაციულ-ფინანსური რესურსი უკვე აღარ აქვს. ^F



საქართველოს ნამყვანი ბიზნეს- გადასვმები

TV ჰინვალი

გაატარეთ სამუშაო დღეები ჩვენთან:

ანალიტიკა

საქმის კურსი

ქაღალდის ნარატივი

საქმიანი დღილა
07:55 AM

ანალიტიკა

15:00-16:00 PM

22:30-23:00 PM

(ყოველ პარასკევს)

საქმის კურსი

15:00-16:00 PM

22:30-23:00 PM

ქაღალდის ნარატივი

11:00-12:00 PM

საქმიანი დღილა

07:55-11:00 AM

WWW.BM.GE

„ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“

კომპანიების შერწყმასა და შესყიდვაზე სპეციალიზებულ ქსელს
12-15 სექტემბერს საქართველოში უმასპინძლებს.

ინტერვიუ „ალიანს ჯგუფ ჰოლდინგის“ აღმასრულებელ დირექტორ აივტ კუკავასთან

ავტორი: ანითა მუსაბრია



ბატონო აივტ, მოგვიყევით იმ მნიშვნელოვანი ფორუმის შესახებ, რომელიც სექტემბერში გაიმართება და რომლის ინიციატორიც „ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“.

ცნობილია, რომ „ალიანს ჯგუფ ჰოლდინგის“ ბიზნესმოდელი ქვეყნის ცალკეული სტრატეგიული დარგების განვითარებით ბიზნესის კეთებას გულისხმობს. ჩვენი კომპანია ყოველთვის შედის ისეთ სფეროში, რომელიც განვითარებას საჭიროებს. ერთ-ერთ ასეთს ე.წ. M&A (Mergers & Acquisitions), კომპანიების შერწყმისა და

შესყიდვების დარგი წარმოადგენს. საქართველოში მის განვითარებას, საერთაშორისო ინვესტორების მოზიდვითა და მიღებული ბიზნესპრაქტიკის დანერგვით, „ალიანს ჯგუფ ჰოლდინგში“ შემავალი კომპანია „ალიანს კაპიტალი“ უყრის საფუძველს.

რეგიონში პირველი კომპანია ვართ, რომელიც მსოფლიოში ერთ-ერთი უმსხვილესი, შერწყმასა და შესყიდვაზე სპეციალიზებული მსოფლიო ქსელის, Globalscope-ის წევრები გავხდით. ავსტრალიაში შარშან გამართულ ფორუმზე 46 წევრი ქვეყნის კენჭისყრის

შედეგად მოვიპოვეთ უფლება, ქსელის წევრების მორიგი ფორუმისთვის საქართველოში გვემასპინძლა. ფორუმში, რომელიც 12-15 სექტემბერს გაიმართება, მონაწილეობას მიიღებს Globalscope-ის ქსელში შემავალი 50-ზე მეტი კომპანია 47 ქვეყნიდან, რომელთაც საქართველოს მიმდინარე შესაძლებლობებსა და პერსპექტივებს წარვუდგენთ.

დაწვრილებით რომ მოგვიყვებოთ Globalscope-ის შესახებ...

Globalscope-ი არის მსოფლიოს წამყვანი M&A ქსელი, რომელიც 1987 წელს დაარსდა და მას შემდეგ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს M&A სფეროში, მართავს ბიზნესის შესყიდვების, გაფართოებისა და რესტრუქტურების ტრანსაქციებს მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში.

Globalscope-ი შედგება 55 წევრი კომპანიისგან, რომლებიც მსოფლიოს ყველა კონტინენტზე, 47 სხვადასხვა ქვეყანაში, 75 ქალაქშია წარმოდგენილი - ტოკიოდან ადელაიდამდე და კალიფორნიიდან პეკინამდე.

სწორედ მისი მასშტაბებიდან გამომდინარე, ჩვენთვის ფასდაუდებელი და საამაყოა, რომ აღნიშნულ 55 წამყვან კომპანიას შორის ერთ-ერთი საპატიო წევრი ქართული საინვესტიციო კომპანია „ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“.

რა ტიპის საინვესტიციო სერვისებზეა კომპანია ორიენტირებული?

„ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“ 2006 წელს დაარსდა და მას შემდეგ აქტიურად ეხმარება ბიზნესს საერთაშორისო ტრანსაქციებში საქართველოსა და მის ფარგლებს გარეთ. კომპანია დაფინანსების შესაძლებლობებს სთავაზობს ორგანიზაციებს, რომლებსაც სურთ, სტრატეგიული და ფინანსური პარტნიორები მოიხილონ, საინვესტიციო პროექტები განახორციელონ და კომპანიის მართვის ეფექტიანობა გაზარდონ. „ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“ თანამშრომლობს ადგილობრივ და საერთაშორისო საფინანსო საინვესტიციო ინსტიტუტებთან, წარმოადგენს მნიშვნელოვან დამაკავშირებელ რგოლს კომპანიებსა და უცხოელ ინვესტორებს შორის და ინარჩუნებს წამყვან პოზიციებს საინვესტიციო მომსახურების სფეროში.

„ალიანს ჯგუფი კაპიტალი“ ძირითადად სპეციალიზირებულია M&A ტრანსაქციებზე:

- **ახალი ბიზნესის შექმნა**, არსებული ბიზნესის გაყიდვა, გაფართოება, შერწყმა და რესტრუქტურის შექმნა ადგილობრივ, ევროპის, აზიისა და ამერიკის ბაზარზე
- **კაპიტალის მოზიდვა** და საერთაშორისო სტრატეგიული თუ ფინანსური ბიზნესპარტნიორების ქსელის გაფართოება
- **ბიზნესის ღირებულებისა** და მოგებიანობის ზრდა
- **სტრატეგიის, ბიზნესგეგმისა** და საორგანიზაციო სტრუქტურის შემუშავება
- **კორპორაციული ფასიანი** ქაღალდების გამოშვება და ინვესტორების მოზიდვა

რას ნიშნავს Globalscope-ის წევრობა „ალიანს ჯგუფი კაპიტალისთვის“? რა უპირატესობებს ანიჭებს ამ ორგანიზაციაში გაწევრიანება კომპანიას და, განსაკუთრებით,

მის კლიენტებს?

M&A სფეროში ტრანსაქციები უფრო კომპლექსურია, შესაბამისად, M&A ორგანიზაციებს უნდა ჰქონდეთ ცალკეულ სფეროებში სპეციალიზირებული მაღალკვალიფიციური კადრების დიდი არჩევანი, რაც პერსონალის შენახვის ძალიან დიდ ფიქსირებულ ხარჯებს მოითხოვს. ამას გარდა, მნიშვნელოვანი გამოწვევაა საერთაშორისო საინვესტიციო კომპანიებთან კონტაქტებისა და მომავალში პარტნიორული ურთიერთობის დამყარება, რასაც წლები სჭირდება. Globalscope-ის ქსელის წევრობა მნიშვნელოვნად აკომპენსირებს ამ გამოწვევებს და ხელს უწყობს „ალიანს ჯგუფი კაპიტალის“ გუნდს, გამოცდილი პარტნიორების მეშვეობით სწრაფ ზრდას მიიღწიოს, სტრატეგიული და ფინანსური ინვესტორები, საინვესტიციო, კომერციული ბანკები და სხვა ფინანსური ინსტიტუტები ადგილობრივ ბიზნესებთან დააკავშიროს და საერთაშორისო მასშტაბის გარიგებები განახორციელოს. AGC-ს შეუძლია დაეხმაროს იმ ადგილობრივ კომპანიებს, რომლებიც საზღვარგარეთ ახალი ბიზნესის შექმნას გეგმავენ, ასევე არსებული ბიზნესის გაფართოებაში ადგილზე და ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, შერწყმასა და ბიზნესის გაყიდვაში კონფიდენციალურობის სრული დაცვით.

რომელ საინტერესო პროექტს განიხილავთ ამ უტაპზე?

ამ უტაპზე ჩვენს კომპანიას გაფორმებული აქვს მილიარდი დოლარის საინვესტიციო ღირებულებაზე მეტი მანდატი 50-ზე მეტ ორგანიზაციასთან. ძირითადი დარგებია: კვების მრეწველობა, უძრავი ქონება, ტურიზმი, საბანკო-საფინანსო სფერო, წიაღისეული, სოფლის მეურნეობა, ტურიზმი, ენერჯეტიკის განახლებადი დარგები, მაღალტექნოლოგიური დარგები და სხვა. მეორე მხრივ, ვცდილობთ, ქართული ღვინის ბიზნესი დაგანტერესოთ ევროპაში ღვინის ქარხნის შექმნით, რომელსაც საფრანგეთში აქვს ვენახები, აქვს ათწლეულის განმავლობაში ჩამოყალიბებული ბრენდი, ტრადიციული გასაღების ბაზარი. ეს ყველაფერი კი არც ისე ძვირი ღირს. წარმოიდგინეთ, როგორი შესაძლებლობა უჩნდება ქართულ კომპანიას - მას შეიძლება ჰქონდეს საკუთარი ბაზა, რითაც ევროპის შუაგულში ქართული კონკურენტუნარიანი ღვინოების შეღწევა ბევრად გამარტივდება.

ღვინის ბაზარი ერთ-ერთი იმ ათეულობით სექტორს შორის, სადაც „ალიანს ჯგუფი კაპიტალს“ აქვს შესაძლებლობა, კომპანიებს უნიკალური საინვესტიციო შესაძლებლობები შესთავაზოს. წარმოიდგინეთ, გვაქვს წვდომა საერთაშორისო პლატფორმაზე, სადაც „ალიანს ჯგუფი კაპიტალს“ შეუძლია, ნებისმიერი დაინტერესებული ქართული კომპანიის შესახებ საინვესტიციო შეთავაზება ატვირთოს და ის მომენტალურად ხელმისაწვდომი ხდება ჩვენი შიდა ქსელის პარტნიორებისთვის მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. სწორედ Globalscope-ის საერთაშორისო ქსელის წევრობა გვაძლევს ამ მართლაც რომ უნიკალურ შესაძლებლობას.

ჩვენი მოქმედების არეალი მხოლოდ ქართულ კომპანიებში ინვესტირებით არ შემოიფარგლება. ხელმოწერილი გვაქვს მანდატები ავსტრალიურ, თურქულ, ლუქსემბურგულ კომპანიებთან.





მუნდიალი 2018



გიორგი ფიქრისა და, ბოდიში მომითხოვია, ტვინის ჭყლეტის მიუხედავად, ამ სტატიის დასაწყისი მაინც ბანალური გამოვიდა, ვინაიდან დროში კარგად გაცვეთილი ფრაზა - „ასეთი მსოფლიო ჩემპიონატი ჯერ არ მინახავს“ უნდა გამოვიყენო. ამ განცხადებას ფეხბურთის მოყვარულები მუდმივად, ყველა მსოფლიო ჩემპიონატის მიმდინარეობისას ამბობენ და ყურიც

კარგა ხნის დაღლილია სმენით. შინაარსი კი იმაში მდგომარეობს, რომ ყოველი ახალი ჩემპიონატი წინაზე უკეთესი და გამორჩეულია. 2018 წლის მსოფლიო ჩემპიონატს ეს შეფასება ნამდვილად ეკუთვნის და ალაღიცი იყოს. უბრალოდ, რუსეთში გამართული მუნდიალის „აქამდე უნახაობა“ მხოლოდ ბურთის გორაობით არ ყოფილა გამოწვეული და ძირითადი მიზეზი ტექნოლოგიურ პროგრესსა და ფინანსურ რესურსებს უკავშირდება. თუმცა, სანამ ამ საკითხებს უფრო კონკრეტულად შევეხებით, მანამდე უმჯობესი იქნება, რომ სხვადასხვა მნიშვნელოვანი საფეხბურთო დეტალი გავიხსენოთ და ერთი მნიშვნელოვანი კითხვა დავსვათ: რა დაგვანახა ამ მსოფლიო ჩემპიონატმა?

პირველ რიგში ალბათ ის, რომ ფეხ-

ბურთის თამაში „სწავლებადი“ გახდა და თითქმის ყველა მონაწილე გუნდი აკმაყოფილებდა რაღაც უხილავ, საშუალო სტანდარტს. იშვიათი გამონაკლისების გარდა. აღარაფერს ვიტყვი ფეხბურთელების ფიზიკურ მომზადებასა და დაუღალავ სირბილზე, რასაც დიდი ხანია, მივეჩვიეთ. მაგალითისთვის, ხორვატმა ივან პერიშიჩმა მოელი ჩემპიონატის განმავლობაში 72 კილომეტრი ირბინა, რაც საშუალოდ თითო მატჩის დროს - 10.2 გარბენილ კილომეტრს უდრის, ეს კი ჩემპიონატის სარეკორდო მაჩვენებელია.

მუნდიალმა დაგვანახა ისიც, რომ პროგნოზების გაკეთება რამდენადაც უმადური საქმე შეიძლება იყოს, ხანდახან იმდენად მარტივიც გახლავთ ხოლმე. ამის თქმის საფუძველს არგენ-



ტინული ტანგოს ნაცვლად ნანახი არგენტინული ტანჯვა მამდღევს, რასაც ფეხბურთის ყველაზე დილუტანტი მცოდნეც წინასწარ გამოიცილებდა და გამოიცილო კიდევ. ოთხ თამაშად გადანაწილებული წვალეების ანალიზი საჭირო სულაც არ არის, თუკი ლეო მესის მრავლისმთქმელად გაყინულ, უემოციო და უიმედო სახეს გავისხენებთ. პრინციპში, მისი ეს მდგომარეობა კარგად ასახავს მთლიანად არგენტინული ფეხბურთის დღევანდელ კონდიციას – მწვრთნელებისა და ფედერაციის მეთაურობით. ამ ყველაფერს ფიზიკურად ტრიბუნებზე მჯდომ, ხოლო „შინაგანად“ კაცმა არ იცის, სად მოხეტიალე დიეგო მარადონას თუ დავამატებთ, მაშინ დავრწმუნდებით, რომ სამხრეთამერიკელთა მდგომარეობა დასაშვებზე ბევრად მძიმე გახლდათ.

გადმოვინაცვლოთ აღმოსავლეთით: ყველასთვის მოულოდნელად, 1/8 ფინალიდან ვსაბანეთის გამოძევების შემდეგ განსაკუთრებით საშიში და მაღალი გახდა რისკი იმისა, რომ რუსეთის ნაკრები მსოფლიო ჩემპიონატის ნახევარ-

ფინალში და შემდეგ, ღმერთმა იცის, იქნებ ფინალშიც კი აღმოჩენილიყო. ათასი ჯურის შეთქმულების თეორიებისა და შესაძლო კორუფციული მოდელების არსებობის შესახებ ლაპარაკს წერტილი ხორვატის ნაკრებმა დაუსვა. უფრო კონკრეტულად თუ ვიტყვით, ივან რაკიტინის გატანილი პენალტის წყალობით, რუსეთის ნაკრები არსადაც არ გაემგზავრა, დარჩა მოსკოვში და ჩემპიონატის ყურება მაყურებლის ამპლუაში განაგრძო. მოგვიანებით, რუსეთის ნაკრების გზას ინგლისელებიც დაადგნენ, იმ განსხვავებით, რომ მათი ბოლო გაჩერება ლონდონი იყო და არა მოსკოვი. ბრიტანელების გულში გაღვიძებულ ტრიუმფის სურვილსა და ხმამაღლა გაცხადებულ “it’s coming home“-ს წყალი კვლავ ხორვატიაში გადაასხა, მოგვიანებით კი ბრინჯაოს მედლები ბელგიელებმა გამოგლიჯეს ხელიდან. სხვათა შორის, ისიც უნდა ითქვას, რომ, სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით, ყველაზე შემტევი ფეხბურთი სწორედ ამ ორმა ნაკრებმა – ხორვატიაში და ბელგი-

ამ ითამაშეს, რაც მათ მიერ ისტორიულ მეორე და მესამე ადგილების მოპოვებას კიდევ უფრო დამსახურებულსა და ლოგიკურს ხდის.

სხვათა შორის, ბელგიის ნაკრებმა ერთი ისტორიული და კარგად მივიწყებული შედეგი გაიმეორა. 1970 წლის შემდეგ პირველი გუნდი გახდა, რომელმაც „პლეი-ოფის“ დროს ორბურთიანი სხვაობის გაქვითვა და გამარჯვება მოახერხა. საუბარი იაპონიასთან გამართულ მატჩის ეხება, სადაც ნასერ ჩადლის მიერ კომპენსირებულ დროში გატანილი გოლით, 1/4 ფინალური სტადიის საგზური მოიპოვეს. უკანასკნელად მსგავსი „ქამბეკი“ 48 წლის წინ, აღმოსავლეთ გერმანიის ნაკრებმა შეასრულა ინგლისელების წინააღმდეგის თამაშიც ანალოგიური ანგარიშით დამთავრდა.

ყველაფერს რომ არ მივედ-მოვედოთ, კიდევ რისი გახსენება შეიძლება? ალბათ ფრანგი კილიან მბაპესი, რომელმაც ფინალში გოლის გატანა შეძლო, რითაც პელეს მერე პირველი

ტინიჯერია, ვინც ეს შედეგი გაიმეორა. ფინალამდე კი მას სამი გოლი ჰქონდა გატანილი და ამიტომ მსოფლიო ჩემპიონატების ისტორიაში მეხუთე ტინიჯერი ფეხბურთელი გახდა, რომელმაც ერთზე მეტი ბურთის გატანა შეძლო. ანტუან გრიზმანთან და პოლ პოგბასთან ერთად, სწორად 19 წლის კილიან მბაპემ ითავა ლიდერობა, დიდი დეშამის კარგად დაბალანსებულ და ზედმეტად პრაგმატულ საფრანგეთის ნაკრებში, რაც საბოლოოდ დამსახურებული ოქროს მედლებით დაგვირგვინდა. ავსტრალიასთან მიმდებარე დაწყებული სადებიუტო მატჩის შემდეგ მამლები ყოველთაშაშვილი უფრო და უფრო დაუნდობლები და ცივისსხლიანები ხდებოდნენ, რაც „გახსნილი“ ფეხბურთის გულშემოტიკურების კრიტიკას იმსახურებდა, თუმცა ძველი გამოთქმის არ იყო – გამარჯვებულებს არ განსჯიან, ამიტომ ტრიუმფმა ყველას უკმაყოფილება ერთიანად შთანთქა.

დავბრუნდეთ სტატიის დასაწყისში დასმულ კითხვას, თუ რამ გამოიწვია ამ ჩემპიონატის „აქამდე უნახობა“ და ამოღებულობა. დავიწყეთ ტექნოლოგიური კუთხით და, ცხადია, წინასწარ მიხვდებოდით, რომ საქმე ვიდეორეფერის ეხება. ალბათ არაფერს მოუხდენია უკანასკნელ ათწლეულებში იმხელა გავლენა ფეხბურთზე, რამხელა ეფექტი ვიდეოს გამოყენებას ჰქონდა. ამ თეზის ყველაზე მარტივი დამადასტურებელი ფაქტი პენალტების სარეკორდო რაოდენობაა, რომელიც გასულ მსოფლიო ჩემპიონატზე დაინიშნა. ჯამში, 29 თერთმეტმეტრიანი ვიზილეთ, საიდანაც 22 გოლად გადაიქცა. აცდენილი პენალტებიდან კი მოულოდნელი და მოსარჩევი კრისტიანო რონალდოს, ლუკა მოდრიჩის, ლეო მესისა და გილფი სიგურდსონის დარტყმებია. ვიდეორეფერის დამატებაზე დიდხანს მსჯელობდნენ, რასაც ბევრი მომხრე და მოწინააღმდეგე ჰყავდა. ბოლო პერიოდში, სხვადასხვა ახალგაზრდულ ჩემპიონ-

ნატებსა თუ პროფესიულ ლიგებში, ეს სისტემა საცდელი ვარიანტის სახით წარმატებულად დაიტესტა. მსოფლიო ჩემპიონატამდე, ყველაზე პრესტიჟული ტურნირი, სადაც VAR-ის სისტემა გამოყენებით, იტალიის „სერია ა“ იყო. ამ მუნდიალმა ალბათ სრულად და ამომწურავად გასცა ზოგიერთი სკეპტიკოსის კითხვებს პასუხი, საჭიროა თუ არა თანამედროვე ფეხბურთში ამ ტექნოლოგიის დანერგვა და გამოყენება. სხვათა შორის, წლების განმავლობაში, ერთ-ერთი მთავარი კონტრარგუმენტი იყო, რომ ვიდეორეფერის დანერგვა თამაშის პროცესს მნიშვნელოვნად შეანელებდა, რაც, სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით, მცდარი აღმოჩნდა. ორგანიზაცია FifaThirtyEight-ის კვლევებმა გვჩვენა, რომ თამაშის განმავლობაში, ვიდეორეფერით გამოწვეული შეჩერების საშუალო მაჩვენებელი 31 წამს შეადგენს, რითაც ბოლოდან მესამე ადგილზეა. თუკი სხვა კომპონენტებს შევადარებთ, ვნახავთ, რომ მაგალითისთვის, ყვითელი ან წითელი ბარათების ჩვენება ჯამში 55 წამით აფერხებს მატჩს, გოლის აღნიშვნა - 2:55 წუთით, კუთხურების მოწოდება - 4:14 წუთით, ხოლო ჯარიმები - 10:29 წუთით. აღნიშნული დაკვირვება მსოფლიო ჩემპიონატის ფარგლებშია ჩატარებული და შეგვიძლია თამამად ვთქვათ, რომ ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების მოწინააღმდეგეებს ჩრდილოეთის გაყინულ წყალს ასხამს თავზე.

მეორე მიზეზი, თუ რატომ იყო რუსეთში გამართული მსოფლიო ჩემპიონატი ამოღებუელი, ცხადია, ფინანსური კომპონენტია. FIFA-ს მიერ დაწესებულმა საპრიზო ფონდმა მიმდინარე მუნდიალზე \$791 მილიონი შეადგინა, რაც 2014 წლის მსოფლიო ჩემპიონატის საპრიზო ბიუჯეტს \$215 მილიონით აღემატება. ტურნირის გამარჯვებულ საფრანგეთის ნაკრებს \$38 მილიონი შეხვდა, რაც მთლიანი თანხის 9.5% პროცენტს შეადგენს. \$28 მილიონი

შეხვდა ხორვატიის ნაკრებს, ხოლო მესამე ადგილზე გასულ ბელგიას ჯიბე \$24 მილიონით გაუსქელდა. თანხის დანაწილება შემდეგნაირად გაგრძელდა: ინგლისი - \$22 მილიონი (5.5%), 5-9 ადგილები - \$64 მილიონი (16%), 9-16 ადგილები - \$96 მილიონი (24%) და 17-32 ადგილები - \$128 მილიონი (32%). საპრიზო ფონდი იმდენად მსუყე იყო, რომ მცირე ბიუჯეტის ქვეყნებისთვის მხოლოდ მონაწილეობაც საკმარისი იქნება იმისთვის, რომ მათთვის საკმაოდ შთამბეჭდავი სიდიდის თანხა მიიღონ. იმედია, რომ ამ კონტექსტში როდისმე საქართველოსაც მოვიპოვებთ. თავის მხრივ, მიღებული ფულის გადანაწილება განსხვავებულად, ყველა ქვეყნის შემთხვევაში ინდივიდუალურად ხდება. მაგალითად, საფრანგეთის ფეხბურთის ფედერაციის პრეზიდენტის თქმით, შემოსული თანხის 30%-ს ნაკრების ფეხბურთელები მიიღებდნენ. მეორე ფინანსური გუნდის - ხორვატიის ხელმძღვანელობამ კი საჯაროდ განაცხადა, რომ მთლიან საპრიზო თანხას ქველმოქმედებაზე დახარჯავდნენ.

ჯერჯერობით არ ვიცით სპონსორებისგან და სატელევიზიო (რადიო) მაუწყებლობის გაყიდვიდან შემოსული თანხები. FIFA ამ ანგარიშს მოგვიანებით წარადგენს და ჩვენც შესაძლებლობა გვექნება, რომ სრულ ფინანსურ სურათში დავინახოთ, გაამართლა თუ არა მსოფლიოს ჩემპიონატის რუსეთში ჩატარებამ. შეგახსენებთ, რომ 2014 წლის ბრაზილიის მუნდიალის შემდეგ, ფიფას შემოსავლების მაჩვენებელმა \$4 მილიარდზე მეტი შეადგინა.

დასასრულს, წარმოვიდგინოთ სხვადასხვა საინტერესო ფაქტს, რომლებიც გასულ მსოფლიო ჩემპიონატზე დაფიქსირდა:

- კრისტიანო რონალდომ ზედიზედ მეოთხე მსოფლიო ჩემპიონატზე მოახერხა მინიმუმ ერთი გოლის გატანა, რაც უნიკალურ შედეგს წარმოადგენს.
- რაფაელ მარკესი მეხუთე

გამორჩეული ფეხბურთელები



ბომბარდირი:

ჰარი კინი (ინგლისი) – 6 გოლი



ყველაზე მეტი სახიფათო მომენტი:

ნეიმარი (ბრაზილია) – 27 მცდელობა



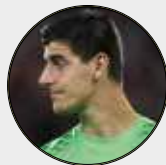
დაფარული დისტანცია:

ივან პერისიჩი (ხორვატია) – 72 კილომეტრი



სწორად შესრულებული პასები:

სერხიო რამოსი (ესპანეთი) – 485 პასი



მოგერიებული ბურთები:

ტიბო კურტუზა (ბელგია) – 27 სეივი

მსოფლიო ჩემპიონატზე ჩაუდგა სათავეში მექსიკის ნაკრებს. მსგავსი შემთხვევა აქამდე არ მომხდარა.

• **რუსეთისა და საუდის არაბეთის** დაპირისპირება მუნდიალის ისტორიაში ყველაზე სუსტი გახსნითი მატჩი იყო. ფიფას რეიტინგში მასპინძლები 66-ე ადგილზე, ხოლო საუდის არაბეთი ერთი საფეხურით ქვემოთ, 67-ე ადგილზე იმყოფებოდა.

• **შვედეთისა და შვეიცარიის** მატჩის დროს მსოფლიო ჩემპიონატზე დამსწრეთა საერთო რაოდენობამ 40 მილიონი შეადგინა. ყველაზე დიდი დასწრება 1994 წლის მსოფლიო ჩემპიონატზე (აშშ) დაფიქსირდა – 3.59-მილიონიანი მაჩვენებლით.

• **2018 წლის მსოფლიო** ჩემპიონატზე 10 ავტოგოლი გავიდა, რაც ახალი რეკორდია. წინა რეკორდი 6 ავტოგოლი იყო, რომელიც საფრანგეთის 1998 წლის მუნდიალზეა დაფიქსირებული.

• **ურუგვაის ნაკრების მწვრთნელი**, მუნდიალის ისტორიაში მეორე ყველაზე ხნიერი მთავარი მწვრთნელი გახდა. ჩემპიონატის დაწყებისას ოსკარ ვაშინგტონ ტაბარესი 71 წლის და 104 დღის იყო. პირველ ადგილს გერმანელი სპეციალისტი, ოტო რეჰაგელი იკავებს.

• **ყველაზე მეტი ფეხბურთელი** ინგლისის ჩემპიონატებიდან მონაწილეობდა. მათმა რიცხვმა 129 შეადგინა, საიდანაც უმრავლესობა პრემიერლიგაში ასპარეზობს.

• **გერმანიის ნაკრებმა** მსოფლიო ორი ბურთის გატანა შეძლო, რაც მათთვის ერთ-ერთი ყველაზე დაბალი მაჩვენებელია.

ასეთი გახლდათ რუსული საფეხბურთო არდადეგებები, თავის წვიმაში გალუმპული საფრანგეთ-ხორვატიის პრემიერლიგით, ქოლგაგადაფარებული ვლადიმირ პუტინით და აჭარაში შეკერილი ხორვატიის ნაკრების მაისურებით. ახლა კი დროა, ცოტა ხნით ფეხბურთისგან დავისვენოთ. შევხვდებით ყატარში, 2022 წელს. 🇫🇮

გამორჩეული გუნდები



ყველაზე მეტი გოლი: ბელგია – 16 გოლი



ყველაზე შემთავი გუნდი: ხორვატია – 352 შეთხვევა



ყველაზე მეტი სწორი პასი: ინგლისი – 3,336 პასი



საუკეთესო დაცვა: ხორვატია – 301 განეიტრალებული შეთხვევა

ჩემპიონატის სტატისტიკა



169

გოლი



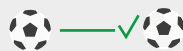
219

ყვითელი ბარათი



4

წითელი ბარათი



49,651

გუსტი პასი



29

კენალტი



საერთო დასწრება –

3,031,768

საშუალო დასწრება –

47,371

ბუნების ფასი

სუფთა ჰაერი, სუფთა წყალი, სუფთა ნიადაგი – ასეთია RMG ჯგუფის მიერ დასახული მიზანი, რომლის მისაღწევადაც კომპანიას 2020 წლამდე პერიოდი აქვს განსაზღვრული. გარემოზე ზემოქმედების მინიმუმამდე შემცირების მიზნით სამთვ-მოპოვებითა კომპანიამ 30 მილიონი ლარი გამოყო.

ავტორი: თამარ ბაკურაძე
ფოტო: ჰაბა ჩიტიძე



RMG ჰგუფმა სამართავად გარემოსთან 40-წლიანი ურთიერთობის გამოცდილების მქონე სახარმო ჩაიბარა. ეს გამოცდილება კი არცთუ იშვიათ შემთხვევაში გარემოზე მავნე გავლენის დაზარალებას გულისხმობდა. კომპანიაში აღიარებენ, რომ ამ მიმართულებით მძიმე მემკვიდრეობა მრავლად, თუმცა ახალი სამომავლო სტრატეგიის მიხედვით, სამთო-მოკვების ბიზნესი სრულად ახალ რელსებზე გადასვლას აპირებს. დაგვიჩვენე მრავალი ღონისძიებიდან ყველაზე მნიშვნელოვანი მდინარეებზე გამწვანების დაგეგმვას, სპეციალური დანადგარებით მთვართან ბრძოლას და ნარჩენების უსაფრთხო მართვისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურის მოწყობას ითვალისწინებს. კომპანიაში ამბობენ, რომ მიმდინარე პროცესები დაინტერესებული პირებისთვის ღია და გამჭვირვალედ მიმდინარეობს.

RMG ჰგუფის ახალი სტრატეგიის შესახებ კომპანიის დირექტორს გარემოს დაცვის საკითხებში, მიხეილ კვარაცხელიას ვისაუბრეთ.

ბატონო მიხეილ, გარემოსდაცვითი საკითხები საკმაოდ პრობლემატურია არა მხოლოდ საქართველოსთვის, არამედ მსოფლიოს არაერთი ქვეყნისთვისაც. იქნებ რამდენიმე სიტყვით გაგვიხაროთ თქვენი მოსაზრება გლობალურ პრობლემებთან და გამოწვევებთან დაკავშირებით...

გარემოს დაცვის საკითხები მსოფლიოში გასული საუკუნის ბოლოდან ძალიან მწვავედ დგას. ადამიანის ზემოქმედება და ინდუსტრიული ზრდა, სხვადასხვა ფაქტორთან ერთად, ძალიან დიდ ტვირთად დააწვა გარემოს, რაც, მაგალითად, გლობალური დათბობის კუთხით გამოიხატა. კლიმატის ცვლილება დღეს ყველაზე დიდი გამოწვევაა, რომლის წინაშეც კაცობრიობა აღმოჩნდა. თუმცა დიდი ხანია, ამერიკისა და ევროპის ქვეყნების მთავრობები მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ ამის გამოსასწორებლად საჭირო იყო ქმედითი ზომების მიღება, რაც რიც საერთაშორისო კონვენციებსა და ქვეყნების შიგნით ახალი კანონმდებლობის შექმნასა და მათ გამკაცრებაში აისახა. საქართველოს, როგორც აღნიშნული კონვენციების მონაწილე ქვეყანას, ასევე ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების მხარეს, პირველ რიგში ვგაგება გარემოსდაცვითი კანონმდებლობის შეცვლა და ევროპულ სტანდარტებთან დაახლოება, ხოლო შემდგომ არანაკლებ მნიშვნელოვანია ახლად ამოქმედებული კანონმდებლობის პრაქტიკაში სწორად გამოყენება და აღსრულება.

საქართველოში რა უნდა გაკეთდეს იმისთვის, რომ კომპანიებმა, რომლებსაც გარემოზე ზემოქმედება უწევთ, არსებული რისკები მინიმუმამდე შეამცირონ?

ამ კუთხით ყველაზე მნიშვნელოვანი - საზოგადოების, ხალხის ცნობიერების ამაღლება გარემოს დაცვის სფეროში და ამის პარალელურად სწორი კანონმდებლობის შექმნა. ამ მხრივ ძირეული ცვლილება ჯერ არ მომხდარა და მთავრობამ ამაზე უნდა იზრუნოს. გამართული კანონმდებლობის არსებობის შემდეგ კი უნდა მოხდეს მისი აღსრულება. დიდმა სამრეწველო კომპანიებმა უნდა გაითავისონ, რომ გარემოს დაცვა ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია იმ წარმოებისა, რასაც ერთად თუ ცალ-ცალკე ვაკეთებთ. მნიშვნელოვანია, ყველა კომპანიამ სწორად შეაფასოს გარემოზე ზეგავლენა, შეიმუშაოს შემარბილებელი ღონისძიებები ამ ზეგავლენის შესამცირებლად და ამის შემდგომ საწარმოს ექსპლუატაციის პირობებში განახორციელოს გარემოს კომპონენტებზე უწყვეტი მონიტორინგი. დღესდღეობით არის ამის მსოფლიო გამოცდილება და თანამედროვე ტექნოლოგიები იძლევა იმის საშუალებას, რომ გარემოზე მავნე ზემოქმედება მინიმუმამდე იქნას დაყვანილი.

RMG ჯგუფი როგორ პასუხობს ამ გამოწვევას?

კომპანია RMG-ს საწარმოო მოღვაწეობა 2012 წლიდან იწყება და მისი საქმიანობის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია მადნეულის კარიერი და სამთო-გამამდიდრებელი კომბინატი, რომელსაც დიდი ხნის ისტორია აქვს. ის პრობლემები, რომელთაც ჩვენ დღეს ვუმკლავდებით, დაახლოებით 40 წლის განმავლობაშია დაგროვილი. უკვე მეორე წელია, ჩვენ მოქმედებაზე გადავდით ამ ძველი და მიმდინარე გარემოსდაცვითი პრობლემების გადასაჭრელად. კომპანიამ შეიმუშავა გარემოსდაცვითი პოლიტიკა, რომელიც კომპანიის სტრატეგიული დოკუმენტია, ამასთან ჩვენ ვთანამშრომლობთ

სამთო-მომპოვებით სფეროში გარემოს დაცვის საკითხებზე მუშაობის დიდი გამოცდილების მქონე საკონსულტაციო ბრიტანულ კომპანიასთან. მათთან ერთად შევიმუშავეთ კომპანიის გარემოსდაცვითი მართვის გეგმა, ასევე გარემოსდაცვითი პროგრამა და უშუალო ღონისძიებების სამოქმედო გეგმა, რომელიც 100-ზე მეტ პუნქტს მოიცავს და სადაც დეტალურადაა განხილული გარემოს თითოეული კომპონენტის დაცვის ღონისძიებები. აღნიშნული კომპანია დღესაც აქტიურად თანამშრომლობს ჩვენთან სხვადასხვა კონკრეტული საკითხის გადაწყვეტაზე, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვასა და წინასაპროექტო წინადადებების დამუშავებაზე.

კონკრეტულად რას გულისხმობს ეს პროგრამა?

წყალი, ჰაერი და ნიადაგი - გარემოს ამ სამივე კომპონენტის დაცვას ემსახურება ის ღონისძიებები, რომლებიც შევიმუშავეთ. მაგალითად, უკვე

მოდი, გადავიდეთ თქვენ მიერ ხსენებულ დანარჩენ კომპონენტებზეც. ამ ეტაპზე როგორ ახერხებს RMG მტვერთან ბრძოლას?

დღეს კომპანია მტვერს ებრძვის იმ გზებზე, რომლებზეც მადნის გადაზიდვა ხდება. იმისთვის, რომ გვეცოდნოდა, რა პირობებში, რა ინტენსივობით არის საჭირო ამა თუ იმ გზის მორწყვა, სპეციალური ექსპერიმენტის ჩავატარეთ. ეს არ არის ახალი, თუმცა გზებზე მტვერწარმოქმნასთან ბრძოლის ყველაზე გავრცელებული საშუალებაა. ამ ეტაპზე ვამატებთ სარწყავ მანქანებს და ჯამში უახლოეს ხანში შეიძლება ავტომატურადაც გვეყოლება. გარდა ამისა, გამამდიდრებელ ფაბრიკაში, სადაც სამსხვრევი საამქროების მთელი რიგია და სადაც ასევე დიდი რაოდენობით მტვერი გამოიყოფა, წლის ბოლოდან დაიწყება კონკრეტული დანადგარების დამონტაჟება. ფილტრების ეს დიდი, თანამედროვე სისტემა 99%-ით შეამცირებს მტვრის გამოყოფას როგორც საამქროების შიგნით, ასევე გარეთაც. ჩვენ ასევე გვაქვს გარე სამსხვრევეები,

„დიდმა სამრეწველო კომპანიებმა უნდა გაითავისონ, რომ გარემოს დაცვა ერთ-ერთი უმაღლესი ნაწილია იმ წარმოებისა, რასაც ერთად თუ ცალ-ცალკე ვაკეთებთ“.

დასრულების ეტაპზეა ისეთი მნიშვნელოვანი პროექტი, რომელიც ეხება მდინარე კაზრეთულას დაცვას. კაზრეთულა დროებით, გარკვეულ მონაკვეთზე მოვაქციეთ მიწში და ამით დაბინძურების წყაროს საბოლოოდ აგარიდეთ. ასეთივე სწორი გარემოსდაცვითი მიდგომა გვაქვს ამ რაიონში არსებულ კიდევ ორ მდინარესთან, კერძოდ, ფოლადაურსა და მაშავერასთან. აქაც დაგეგმილია რამდენიმე გამწმენდი ნაგებობის პროექტირება და მონტაჟი, რაც ამ მდინარეებში დაბინძურებული წყლის ჩაშვებას სრულად გამორიცხავს. ჩვენი პროგრამით და საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ განსაზღვრული ვადებით ეს პრობლემა 2020 წლის ბოლომდე სრულად უნდა აღმოვფხვრათ. ვადებში ჩავტევით, არანაირი ხელის შეშლელი ფაქტორი არ არსებობს.

რომლებიც ღია ცის ქვეშ ოპერირებს. ამ შემთხვევაშიც თანამედროვე იტალიური დანადგარები შევიძინეთ, რომლებიც მტვრის დაჭერას ღია პირობებში უზრუნველყოფს.

რაც შეეხება ნარჩენების მართვას, როგორ მუშაობს კომპანია ამ მიმართულებით?

2018 წლის იანვრიდან ჩვენი კომპანია გადავიდა ახალ მიდგომებზე. პრიორიტეტი მივანიჭეთ ნარჩენების მინიმიზაციას და ხელმეორედ გამოყენების საერთაშორისო პრაქტიკას. კომპანიაში უკვე დაწყებულია სეპარირებული შეგროვება, ხელშეკრულება გვაქვს გაფორმებული ნარჩენების გადამამუშავებელ რამდენიმე კომპანიასთან, რომლებიც ჩვენგან იღებენ ქალაქს, სხვადასხვა სახეობის პლასტმასას, მეტალს და სხვა გადა-

მუშავებდად ნარჩენებს და სახიფათო ნარჩენებს. კომპანიამ უკვე დაიწყო სახიფათო ნარჩენების მართვა ახალი კანონმდებლობის მოთხოვნების გათვალისწინებით. ამას გარდა, ძალიან ბევრი პროექტი განვახორციელეთ ნარჩენების მართვასთან დაკავშირებით, თუნდაც იგივე დროებითი განთავსების ადგილების მშენებლობა, მათი მოწყობა, ნარჩენების შესამცირებელი დანადგარების შექმნა და მრავალი სხვა. ამ სფეროშიც ბევრი წინ გადადგმული ნაბიჯია. არ დავამალავ, რომ აქამდე ეს არ ხდებოდა.

ამ ყველაფრის მონიტორინგს ვინ უზრუნველყოფს? ხშირია თუ არა დაჯარიმების ფაქტები?

პირველ რიგში კომპანიის გარემოს დაცვის სამსახური საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთან შეთანხმებული მონიტორინგის გეგმის შესაბამისად. კომპანია განსაზღვრული პერიოდულობით სამინისტროში ანგარიშს წარადგენს გაწეული მონიტორინგის შედეგების თაობაზე. ამას გარდა თავად სამინისტრო, რომლის წარმომადგენლებიც ჩვენთან დამოუკიდებლად ჩამოდიან ადგილზე და გარკვეულ წერტილებზე იღებენ სინჯებს, ლაბორატორიულ ანალიზს უტარებენ და თუ რაიმე გადამეტება და დარღვევაა, მაშინ კომპანია ჯარიმდება. მინდა გითხრა, ბოლო პერიოდში ჯარიმებიც მნიშვნელოვნად შემცირდა, რაც იმის დასტურია, რომ კომპანიის საქმიანობა გაუმჯობესდა და მოდერნიზაციის პროცესი დაიწყო. დღეს RMG სერიოზული ნაბიჯებით ვითარდება.

რამდენს ხარჯავს RMG ჩამოთვლილი გარემოსდაცვითი ღონისძიებებისთვის?

სრულად გარემოსდაცვითი პროგრამისთვის გამოყოფილია დაახლოებით 30 მილიონი ლარი, რომელიც 2018-2020 წლებზეა გაწერილი.

რამდენად აქტიურები ხართ სხვა გარემოსდაცვითი პროექტების განხორციელების მხრივ?

ყოველწლიურად კომპანია სხვადასხვა ფართობზე ტყეს აშენებს. ამჟამად ვმუშაობთ მარტყოფის რაიონში. 11,6 ჰექტარი მიწის ფართობზე უკვე დავრგეთ 16 ათასი ნერგი და შემოდგომამდე ეს რიცხვი 30 ათასამდე გაიზრდება. გარდა დარგვისა, მომდევნო ხუთი წლის განმავლობაში კომპანია მის მოვლა-პატრონობასაც უზრუნველყოფს. ყოველწ-

ლიურად ამისთვის დაახლოებით ნახევარ მილიონ ლარს ვხარჯავთ. ამას გარდა, მიუხედავად იმისა, რომ კომპანია მისი საწარმოო მიზნებისათვის მოჭრილი ხე-ტყის საკომპენსაციო საფასურს იხდის კანონმდებლობით გათვალისწინებული ყველა პროცედურის დაცვით, მომავალი წლიდან ჩვენ ვგეგმავთ დამატებითი ფართობების აღებას, სადაც ეროვნულ სატყეო დეპარტამენტთან შეთანხმებით ტყეს გავაშენებთ. ამ კუთხით ბევრი სხვა საინტერესო იდეაც გვაქვს, რომელთა განხორციელებასაც ეტაპობრივად დავიწყებთ.

ამის მიუხედავად, საკმაოდ ხშირად ისმის თქვენი კომპანიის მისამართით კრიტიკა, ხშირად ამბობენ, რომ RMG ჯგუფი გარემოსდაცვით ვალდებულებებს არ ასრულებს. როგორ ფიქრობთ, რა იწვევს ნეგატიურ დამოკიდებულებას და რა იქნება თქვენი პასუხი ამასთან დაკავშირებით?

ეს დამოკიდებულება გარკვეულწილად ძველი მემკვიდრეობის სირთულით არის გამოწვეული, თუმცა ხანდახან თემა აბსურდულ სახეს იძენს, რაც საქმესთან კავშირში საერთოდ არ არის. ჩვენ ძალიან დიდი და მართლაც მოტივირებული გუნდი ვართ, რომ საქმე გამოვიდგს. ეს უნდობლობაც შემორუნდება, რადგან 3500-ზე მეტი ადამიანი შრომობს და ეს ქვეყნის, რეგიონისა და ჩვენი მოქალაქეების სასიკეთოდ ხდება. რეალობას ვერ გავექცევით, შესაბამისად, ჩვენი გაკეთებული საქმე იქნება ყველა კითხვაზე პასუხი. დღეს თუ 30 პუნქტი გვაქვს შესრულებული, ხვალ მეტი იქნება და ორ წელიწადში ყველა პუნქტი შესრულდება. ბიზნესისთვის გაკეთებულ საქმეზე კარგი პასუხი არაფერია!

აპირებთ თუ არა გარემოსდაცვით ორგანიზაციებთან აქტიურ თანამშრომლობას?

ბოლო პერიოდში კომპანიაში საზოგადოდ ბევრი სიახლე გვაქვს და ღიად ვთანამშრომლობთ როგორც მედიასთან, ასევე ყველა დაინტერესებულ ორგანიზაციასა თუ პირთან. ჩვენი გარემოსდაცვითი პროგრამის ერთ-ერთი ნაწილია კაბრეთში გარემოსდაცვითი ცენტრის ჩამოყალიბება. კომპანიის ადმინისტრაციულ შენობაში ამჟამად სარემონტო სამუშაოები მიმდინარეობს. ეს იქნება ხალხთან, არასამთავრობო ორანიზაციებთან შეხვედრების, მათი გაცნობისა და მონიტორინგში ჩართვის ადგილი. ძალიან დიდი გეგმები გვაქვს და იმედაა, გაამართლებს.

30/UNDER/30

ხარისხის ამბასადორი

ინტერვიუ თორნიკე ქებურიასთან

30 წლის ანტრეპრენიორი მარტო და მამასთან ერთად ორ დამოუკიდებელ ბიზნესკომპანიას მართავს. ჯამში 500-ზე მეტ ადამიანს ასაქმებს და ყოველწლიურად საქართველოს ბიუჯეტში გადასახადების სახით 20 მილიონ ლარზე მეტი შეაქვს.

ავტორი: ელენე კვანჭილაშვილი

ფოტო: ხათუნა ხუციშვილი



ორნიკე ქებურია. 30 წლის. დაბადებული მოსკოვში. ფლობს მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბაკალავრის დიპლომს, პარიზის ამერიკული უნივერსიტეტის მაგისტრის დიპლომს, განათლება მიღებული აქვს ბიზნესის ადმინისტრირებისა და ანტრეპრენიორობის მიმართულებით. ტინეიჯერული წლების უკან მოტოვების შემდეგ, რვა წელი პარიზში ცხოვრობდა, დღეს ცხოვრობს თბილისში, სადაც ორ დამოუკიდებელ ბიზნესშია: მამასთან ერთად მართავს თითქმის 20-წლიანი ისტორიის მქონე კომპანიას და ცალკე ფლობს მამაკაცის ტანსაცმლის ხაზის ცნობილ ბრენდს, რომელიც სამი თვის წინ გახსნა.



Stefano Ricci - მსოფლიოში ცნობილი ბრენდი დღეს უკვე საქართველოშია, რადგან დაახლოებით სამი თვის წინ იტალიელებთან მოლაპარაკებები წარმატებით დაასრულე. მოგვიყვი ცოტა რამ ამ პროცესის შესახებ - რამდენად ადვილია უცხოელების დარწმუნება იმაში, რომ მათი ბრენდი საქართველოშიც უნდა იყიდებოდეს?

მიზნის მისაღწევად და ბუტიკის მშენებლობის დასაწყებად თითქმის ორი წელი დამჭირდა. ამ ბრენდს ბავშვობიდან კარგად ვიცნობ - მამაჩემისა და მისი მეგობრების საყვარელი ბრენდი იყო ყოველთვის. ის ძალიან პოპულარულია ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებში. პარიზში თითქმის რვა წელი გავატარე და ამ ბრენდის ფილიალის მენეჯმენტთან ვმეგობრობდი. მაშინვე გამიჩინდა იდეა, რომ ეს ბრენდი ჩემს ქვეყანაშიც შემომეყვანა. საფრანგეთის ფილიალმა ფლორენციაში მდებარე ცენტრალურ ოფისთან უპრობლემოდ დამაკავშირა. მათი დარწმუნება საკმაოდ რთული აღმოჩნდა, სანამ საქართველოში პირადად არ ჩამოვიდნენ. წარმომადგენლობა თავად დარწმუნდა, რომ კარგი სასტუმროები, სავაჭრო ცენტრები გვაქვს და ხალხიც საკუთარი სტილის საპოვნელად ფულს არ იშურებს. ბაზრის კვლევა უკვე ჩატარებული გვქონდა და ვიცოდი, რომ ქალებისთვის გაცილებით დიდი არჩევანი იყო ბაზარზე, ვიდრე მამაკაცებისთვის. ბაზრის ეს ნიში პრაქტიკულად აუთვისებელი რჩებოდა. ამდენად შესაძლებლობა სურვილს დაემთხვა და დღეს თბილისელ მდიდარ მამაკაცებს აქვთ შანსი, იტალიურ ფასად იტალიური ხარისხიც მიიღონ.

და მაინც, რამდენად არის მზად საქართველო ამ ბრენდისთვის? ერთ სულზე შემოსა-

ვალი ჩვენს ქვეყანაში საკმაოდ დაბალია - რამდენად ეხმარება თქვენი ბიზნესის განვითარებას ის მსყიდველუნარიანობა, რაც დღეს ამ ტიპის ბრენდისთვის არსებობს ამ ბაზარზე?

დამაფიქრებელი კითხვაა, თუმცა, ვფიქრობ, მასზე პასუხი მაინც დადებითია. ბაზარს რომ შეხედოთ, ძვირად ღირებული პროდუქტები ბევრი მიმართულებით და ბევრ სხვადასხვა სეგმენტში იყიდება - მათ შორის, ტანსაცმელი, აქსესუარები, მანქანები, სუნამოები, უძრავი ქონება და სხვა. ვფიქრობ, ჩვენი საზოგადოება საკმაოდ წარმატებულია იმისთვის, რომ თავს ხარისხიანი პროდუქტებით დაკმაყოფილების უფლება მისცეს. დარწმუნებული ვარ, რომ საქართველოში საკმაოდ ბევრი წარმატებული მამაკაცია, რომელთათვისაც იტალიური ხარისხი მნიშვნელოვანია და Stefano Ricci - ხელმისაწვდომი. შესაბამისად, ჩემს ბიზნესს დიდი რეკლამირება არ დასჭირვებია: პირველივე თვეში მაღაზიამ დანახარჯი სრულად ამოიღო, მეორე თვე ჩვენთვის ორმაგად უფრო წარმატებული აღმოჩნდა. თვითონ პროდუქტი იმდენად კარგი და უნიკალურია, რომ შეუძლებელია, ჩვენს ქვეყანაშიც მასზე მაღალი მოთხოვნა არ იყოს.

რა არის საჭირო ბიზნესში წარმატების მისაღწევად?

ვფიქრობ, თავდაჯერებულობა, მოთხოვნებისა და შესაძლებლობების იდენტიფიცირების უნარი - უნარი, შეგეძლოს ყველაზე მნიშვნელოვანზე ფოკუსირება. რაც უფრო ფართო ხედვა გაქვს, მით უფრო ადვილია უნიკალური იდეამდე მისვლა. ნებისმიერ ასაკში და ნებისმიერ ეტაპზე აუცილებელია ზრდა და განვითარება, საკუთარ თავში ინვესტირება.

პრობლემა თუ გამოწვევა – ყოველთვის ვცდილობ, რეალობა მივიღო ისეთად, როგორც ის არის; მთელი ჩემი ენერჯია მისი გადაჭრისკენ მიემართო და არა იმაზე ფიქრისკენ, რატომ არის „ცხოვრება ასეთი რთული“.

ანტრეპრენიორი ხარ?

კი, ასეთად ვხედავ საკუთარ თავს. ბოლო-ბოლო ამ ხელოვნებას ვეფულები თითქმის ხუთი წელია. ამას გარდა, მიმართა, რომ ისეთი თვისებები მაქვს, როგორც მხოლოდ ანტრეპრენიორს შეიძლება, ჰქონდეს. მიყვარს საქმე, მოქმედება. შეიძლება, უცებ მოვიფიქრო იდეა, კონცეფცია ან ხედვა და ეს ყველაფერი დავუკავშირო უფრო ფართო სურათს, რის მიღწევაც, სწორი მენეჯმენტის პირობებში, აუცილებლად რეალისტური იქნება.

მარცხი ავტომატურად მააქტიურებს და წარმატების მიღწევისკენ მიბიძგებს. მიყვარს მიზნის მიღწევა – ისეთი მიზნების, რომლებიც დავგეგმე და სწორად ვმართე.

როდესაც ხედვა მიჩნდება, პირდაპირ გადავდივარ მოქმედებაზე, არ შემოიძლია, ვიცადო და ვიღაცისგან აღიარება მივიღო. მირჩევნია, გავრისკო და დავმარცხდე, ვიდრე იმაზე დამწყდეს მერე გული, რომ არ შევეცადე. პროგრესი რისკის გარეშე არ არსებობს, რისკმა შეიძლება პრობლემები მოიტანოს, მაგრამ, მეორე მხრივ, მანვე შეიძლება მოიტანოს უდიდესი წარმატება და გარღვევა.

ვფიქრობ, უშიშარი და ოპტიმისტი ვარ. თუ ვიღაც რისკს თავს არიდებს, მე მირჩევნია, რისკში პოტენციალი დავინახო. როცა ხედვა მაქვს, მჯერა, რომ ინვესტიცია, დრო და ენერჯია აუცილებლად მოგებად იქცევა.

როცა იდეა მაქვს, ერთ ადგილზე გაჩერება მიჭირს. ნაბიჯების გადადგმა უნდა დავიწყო იმისთვის, რომ იდეა გავოცხლდეს.

ყველა დამეთანხმება, რომ ბიზნესში, განსაკუთრებით, თუ ის სტარტაპია, პრობლემები გარდაუვალია. გამოწვევის არც მე ვარ, მაგრამ ეს პრობლემები თუ გამოწვევები ძალას მმატებენ, უფრო მეტი ვიმუშაო და პრობლემები გადავჭრა.

ხშირად, განსხვავებული ხედვის გამო, აუტსაიდერიც კი ხდები – ეს განცდა ჩემთვისაც ნაცნობია: ადამიანები ზოგჯერ შენს ხედვას მხოლოდ იმიტომ არ იზიარებენ, რომ მათი ხედვისგან განსხვავდება.

ანტრეპრენიორებისთვის მარცხი უცხო არ არის, რადგან ისინი სულ ახალ-ახალ იდეებს ცდიან. მარცხი დასაშვებია. პირადად ჩემთვის გაცილებით მნიშვნელოვანია, დავინახო შეცდომა, გავანალიზო ის და

შევეცადო, სხვანაირად მივედგე.

რჩევის მოსმენა ღირებულება. გუნდი შენზე ჭკვიანი უნდა იყოს იმისთვის, რომ გუნდურ მუშაობას ფასი ჰქონდეს. ნამდვილ ანტრეპრენიორს უნდა შეეძლოს, სხვა ადამიანების მოსაზრებებს პატივი სცეს.

ბოლო, თუმცა არა უკანასკნელი, რასაც მინდა, ხაზი გავუსვა, არის ის, რომ მნიშვნელოვანია ბევრი შრომა და ბევრი გართობა. გჭირდება ჰობი, სპორტი ან მუსიკა. ტვინს უნდა მისცე იმის შესაძლებლობა, რომ სამუშაო მოდულიდან დასვენებაზე გადაერთოს. სწორედ მაშინ მოდის ინსპირაცია და შეგიძლია ის ამოიცირო.

სპორტი რადგან ახსენე, რამდენადაც ვიცი, მოტოციკლეტია შენი გატაცება. როგორ გესმარება შენი ჰობი ბიზნესის წარმოებაში?

მოტორბოლა ჩემი ერთ-ერთი ჰობია. ასე ვისვენებ და თავს ვირთობ. თვეში ერთხელ ან ორჯერ განტვირთვა მჭირდება ხოლმე – ვთიშავ ტელეფონს და გზას ვადგები: ხან ჰაივეი მიტაცებს, ხან – ოფროუდი. ჩემი ტვინი ახალ ენერჯიას იღებს.

საკმაოდ რისკიანი სპორტია და, ვფიქრობ, სწორედ აქ არის კავშირი ჩემს ჰობისა და ჩემს ყოველდღიურ საქმიანობას შორის. ჩემთვის რისკი გამოწვევაა, რისკი ზრდის შესაძლებლობაა. კარგად თუ მოემზადები, რისკს აწევ და წარმატებასაც მიაღწევ.

კარგად თუ მოემზადები, ხაზი გაუსვი და საინტერესოა, როგორ აბალანსებ ბიზნესის წარმოებასთან დაკავშირებულ რისკებს?

რისკი ანტრეპრენიორობის განუყოფელი ნაწილია. ჩემთვის რისკი ზრდისა და განვითარების შესაძლებლობაა. სასწორზე ვდებ იდეებს და შემდეგ ვწონი, ერთმანეთს ვადარებ. ღირს ამ რისკზე წასვლა? რას მივიღებ მარცხის შემთხვევაში? რას მივიღებ წარმატების შემთხვევაში? როგორც წესი, იდეა ან ხედვა თუ მომწონს, მიზნის მიღწევაზე ვკონცენტრირდები და მხოლოდ ამის შემდეგ ვფიქრობ, რა მიზეზით არ უნდა ღირდეს ამ მიზნის მიღწევა.

რა რისკებს ხედავ საქართველოში ბიზნესის წარმოების კუთხით – ადვილია აქ ბიზნესში ყოფნა?

თუ პროდუქტი ან ხედვა ძლიერი და საკმარისად კარგია და თუ დაიჯერებ, რომ ყველაფერი გამოვა, რისკების მინიმუმამდე დაყვანა პრობლემა აღარ არის და თითქმის დარწმუნებით შეიძლება ითქვას, რომ წარმატებას გარანტირებულა. მაგრამ, მაინც, თუ ჩვენს ქვეყანას სხვა ქვეყნებს შევადარებთ,

საქართველო არ არის განებივრებული ახალი შეთავაზებებით. სამწუხაროდ, ამ ქვეყანას და ხალხს ძირითადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება უფრო სჭირდება და თითოეული ამ მოთხოვნილების მიმართულებით ძალიან მაღალი კონკურენციაა. მეორე მხრივ, მიზნების მიღწევა გაცილებით ადვილია და რეგულაციებიც სხვა ქვეყნებთან შედარებით - გაცილებით ნაკლები.

ახალი პროდუქტი თავის მყიდველს ბაზარზე ადრე თუ გვიან აუცილებლად იპოვის. თუმცა ამისთვის საჭიროა ინვესტიცია და ის დრო, რომელიც ქართველებს სჭირდებათ, რომ ახალი შეთავაზებები შეისწავლონ და მიეჩვიონ მათ. მართალია, საქართველო პატარა ქვეყანაა, ტურისტული ტრაფიკი ძალიან მაღალია. თუმცა მაინც გჭირდება კარგი მარკეტინგი

მდომებოდა ოდესმე და იმად ყოფნა, რაც დღეს არ ვარ. ბავშვობაში ის სპორტი გამომდიოდა კარგად, რომელიც მსიამოვნებდა; იმ საგნებს უკეთ ვართმევდი თავს, რომლებიც მაინტერესებდა, მაგრამ ყოველთვის ვიცოდი, რომ ჩემი საქმე მექნებოდა, სადაც გადაწყვეტილებებს დამოუკიდებლად მივიღებდი. ჩემი მთავარი მოტივატორი ყოველთვის მამაჩემი იყო - ელგუჯა ქებურია ან ბუბა, როგორც მას მეგობრები და ოჯახი იცნობს. ბავშვობიდან ვუყურებდი, როგორ მართავდა ის ბიზნესს მოსკოვში და ვაანალიზებდი, რომ ნამდვილ ბოსს ბოსი არ ჰყავს. ის ჩემთვის „ბოსია“ - გაცი, რომელმაც ზუსტად იცის, რა უნდა; საითკენ მიდის და რისთვის. ყოველთვის მინდოდა და ამ მხრივ არაფერი შეცვლილა, დღესაც მინდა, რომ ამ კუთხით მამას ვგავდე.

„როდესაც ხედვა მიჩნდება, პირდაპირ გადავდივარ მოქმედებაზე, არ შემოიქვია, ვიცადო და ვილატისგან აღიარება მივიღო. მირჩევიან, გავრისკო და დავმარცხდე, ვიდრე იმაზე დამწყდეს მერე გული, რომ არ შევეცადე“.

და სწორი სარეკლამო სტრატეგია იმისთვის, რომ ქართულ ბაზარზე პროდუქტმა თავის დამკვიდრება შეძლოს. ხაზი მინდა გავუსვა, რომ ჩვენს ქვეყანაში პოლიტიკური სიტუაცია ძალიან არასტაბილურია, რაც ბიზნესზე უარყოფით გავლენას ახდენს.

საქართველოს დიდი ისტორია აქვს, მაგრამ ჯერ მაინც განვითარებადი ქვეყანაა, სადაც ადგილობრივ და უცხოელ ინვესტორებს შეუძლიათ, საინტერესო შესაძლებლობებს მიაგნონ.

დღეს შერთვის იკვეთება ასეთი შესაძლებლობები? შეიძლება, რომ სულ მალე შენგან Stefano Ricci-ს მსგავსი ახალი ბრენდები ვინც ილოთ ბაზარზე?

დიახ, ამჟამად საათების მწარმოებელ საერთაშორისო ბრენდებთან ვაწარმოებთ მოლაპარაკებებს, თუმცა ამ უტაპზე კონფიდენციალურობის შენარჩუნებას ვამჯობინებ.

ყოველთვის ბიზნესმენობა და კერძო სექტორის მოთამაშეობა გინდოდა?

ფიქრობ, ასეა. არ მახსოვს, სხვა რამის კეთება

Self-made ხარ?

კლასიკური გაგებით, სელფ-მეიდი ისეთი ადამიანია, რომელმაც წარმატებას საკუთარი ძალისხმევით მიაღწია. ასეთი ადამიანი ხშირ შემთხვევაში ღარიბია, რომელმაც ბიზნესი დაიწყო და მილიონები იშოვა. მე მდიდარ ოჯახში დავიბადე, კარგი განათლება მივიღე და მასწავლეს, რომ შრომისმოყვარეობა წარმატებული ცხოვრების გასაღებია. ოჯახს ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს, მასზეა დიდწილად დამოკიდებული, ჩამოყალიბდები თუ არა საბოლოო ჯამში დამოუკიდებელ, წარმატებულ ადამიანად. ჩემს შემთხვევაში, ჩემს წარმატებაში ოჯახმა უდიდესი წვლილი შეიტანა, მაგრამ, მეორე მხრივ, რომ არა ჩემი შრომა და ჩემი მონდომება, ეს ყველაფერი ვერ მოხდებოდა. ამდენად, ნაწილობრივ - დიახ, თავს სელფ-მეიდად ვთვლი. მაგალითად, დონალდ ტრამპიც მდიდარი ოჯახიდან იყო, მაგრამ ამას მისთვის ხელი არ შეუშლია, იმაზე მეტი წარმატებისთვის მიეღწია, ვიდრე ეს მისმა ოჯახმა შეძლო.

საკუთარ თავს წარმატებულ ბიზნესმენს უწოდებ?



ბევრი ფაქტორი არსებობს, რასაც წარმატებამდე მიჰყავს - განათლება, ცოდნა, გამბედაობა, თავდაჯერებულობა; უნარი, ამოიცნო შესაძლებლობები და მოთხოვნილებები; ბაზრის ანალიზი, ძალა - ბოლომდე გაუმკლავდე კონკურენციას; ხარისხი და მისი შენარჩუნების უნარი. მოკლედ, ბევრი რამ არის.

აქამდე ყველა ჩემი პროექტი წარმატებულია. სადმე მარცხი თუ გვექონია, მიბოვია საკუთარ თავში იმის ძალა და უნარი, გამეანალიზებინა და მოცემულობა გამეუმჯობესებინა. ამდენად, დიას, ამ უტაპზე მიმართა, რომ წარმატებული ბიზნესმენი ვარ, თუმცა წინ ჯერ კიდევ ბევრი პროექტია, რითაც საკუთარ თავს დავუმტკიცებ, რომ წარმატებული ადამიანი ვარ.

მანამდე არსებულ ბიზნესებს დავუბრუნდეთ. Forbes-ს რიცხვები უყვარს - როგორია ძირითადი რიცხვები შენი ბიზნესების შემ-

თხვევაში?

Stefano Ricci-ს ბუტიკის შემთხვევაში, ინვესტიცია 3 მილიონ ლარს უდრის. კონკრეტულ რიცხვებსა და ბიუჯეტისთვის გადახდილ თანხებზე საუბარი ჯერ ნაადრევია, რადგან ეს ბრენდი ძალიან ახალია ბაზარზე. დრო გვიჩვენებს, ფინანსურად რამდენად მოგებიანი ბიზნესი წამოვიწყე.

რაც შეეხება ჰოლდინგ „ამბასადორს“, რომელიც უკვე 20 წელია, რაც ბაზარზეა წარმოდგენილი, ის სრულიად დამოუკიდებელია Stefano Ricci-ს ბრენდისგან, ჰყავს თავისი თანამშრომლები - 500-მდე ადამიანი. „ამბასადორის“ ჰოლდინგს ქვეყანაში ჯამში გაწეული აქვს 350 მილიონი ლარის ღირებულების ინვესტიცია. გადასახადების სახით ჰოლდინგს ქვეყნის ბიუჯეტში ყოველწლიურად 20-25 მილიონი ლარი შეაქვს.

დასაქმებულები ახსენე და საინტერესოა,

**რამდენად ხარ პირადად ჩართული ყოველ-
დღიური გადაწყვეტილების მიღების პრო-
ცესში და ზოგადად, რამდენად ადვილია
ქართულ შრომით ბაზარზე კვალიფიციური
კადრების მოძიება?**

ყოველდღიურ მენეჯმენტში ნამდვილად ჩართული ვარ. სხვანაირად ამ ბიზნესში არ გამოვდის. მიუხედავად იმისა, რომ ბაზარს მაღალი ხარისხის პროდუქტს ვთავაზობ, ბიზნესის წარმოების სხვა ასპექტები ჩემს პირად ჩართულობას მაინც ითხოვს – იქნება ეს მომხმარებელთა მომსახურების სერვისის თუ კადრების მენეჯმენტი.

კვალიფიციურ კადრებთან დაკავშირებით სამწუხარო რეალობა გვაქვს: ძალიან ცოტაა კვალიფიციური და მათგან კიდევ უფრო ცოტაა თავისი საქმის ექსპერტი. გჭირდება დაქირავებულის ტრენინგებში ინვესტირება, მისთვის ცოდნისა და გამოცდილების გადაცემა, მაგრამ ყველაზე მტკივნეული მაინც ის არის, რომ ამ ინვესტირების შემდეგ მათ კონკურენტები ვტაცებენ.

მაღალია კონკურენცია იმ სეგმენტებში, სადაც ბიზნესს აწარმოებ?

მამარემის მიერ დაფუძნებული კლუბი „ამბასადორი“ დღეს უკვე ძალიან ფართოდ არის ცნობილი. ეს ძველი თბილისის შუაგულში არსებული მაღალი კლასის სასტუმროა. მისი მთავარი ხელწერა მაღალი ხარისხის სერვისის და იტალიური სტილის დიზაინია. ბარები, რესტორნები, კაზინო და SPA-ზონა – ამ სასტუმროში ყველაფერია. „ამბასადორის“ გოლფის კურორტი – კიდევ ერთი, თითქმის 200-ნომრიანი სასტუმროა საკუთარი გოლფის მოედნით, რომელიც ყველა ვეროპულ სტანდარტს პასუხობს. შეგიძლიათ, საცურაო აუზებში ინებივროთ, თავი გაართოთ მიზანში სროლით ან ცხენზე ჯირითით. ამ სასტუმროების მთავარი უპირატესობა მათი ადგილმდებარეობაა, ადვილად მისადგომი ადგილობრივი თუ უცხოელი მომხმარებლებისთვის. ჩვენ დიდ ინვესტიციებს ვახორციელებთ ჩვენი ბიზნესების ხარისხის, განვითარებისა და ზრდის მიმართულებებით. რამდენიმე კვირის წინ ჩვენს სასტუმროში Stefano Ricci-ს ახალი ბუტიკიც გავხსენი. აქაც იტალიური ხარისხია.

კონკურენცია, რა თქმა უნდა, ბაზრის ყველა სეგმენტშია, მაგრამ ვფიქრობ, ჯანსაღი კონკურენცია გაიძულებს, გაიზარდო და განვითარდე.

რამდენად შედის ზრდა და განვითარება უახლოეს სამომავლო გეგმებში და რა მიმართულებებით?

პირველ რიგში, ჩვენ ყველანი საოჯახო ბიზნესის გაფართოებაზე ვმუშაობთ. ეს კლუბი „ამბასადორია“, რომლის ახალი მიზანია, ყველა პოპულარულ ტურისტულ ზონაში იყოს წარმოდგენილი. მაგალითად, ჩვენს მიმდინარე პროექტებში შედის „ამბასადორი ბათუმის“ მშენებლობა, „ამბასადორი“ გოდერძის ულელტეხილზე – ორივე ეს კომპლექსი აჭარის რეგიონში იქნება. ძალიან დიდი დრო, ენერჯია და ინვესტიცია სჭირდება ბიზნესში წარმატების მიღწევას – ამ ეტაპზე ჩვენ ამ პროექტების განვითარებაზე ვართ კონცენტრირებულები.

საკმაოდ ახალგაზრდა ხარ – რა მოაქვს შენს ასაკს ბიზნესის წარმოებისთვის?

როცა ახალგაზრდა ხარ, იმაზე ნაკლები ვალდებულებები გაქვს, ვიდრე შენზე უფროსებს. ახალგაზრდობა ძალიან მიმზიდველი ფაქტორია ძველი თაობისთვისაც იმ შემთხვევაში, თუ დაამტკიცებ, რომ შენი საქმით ნამდვილად დაინტერესებული ხარ და შრომა გიყვარს. ამ შემთხვევაში, შესაძლოა ძველ თაობაზე მეტსაც მიაღწიო. ახალგაზრდა უკეთ ერკვევა თანამედროვე ტექნოლოგიებში, მისთვის უფრო ადვილია რისკიანი ნაბიჯების გადადგმა. თუ ახალგაზრდა უშვებს შეცდომას, მისთვის გაცილებით მარტივია ამის აღიარება და საკუთარ შეცდომაზე სწავლა. ახალგაზრდა უფრო ღიაა სიახლისთვის, ხედვა ყოველთვის ინდუსტრიის სტანდარტს არ ესადაგება, რადგან წლებით ერთსა და იმავე თარგზე მოჭრილი საქმიანობის გამოცდილება არა აქვს. ახალგაზრდა უფრო ენერჯიულია. სხვადასხვა ადამიანთან კომუნიკაციის დამყარება და მათგან სწავლა ახალგაზრდა ასაკში უფრო ადვილია. ბიზნესის ახალგაზრდობაში დაწყება საკუთარი თავის უფრო სწრაფად პოვნაში გეხმარება და თუ რამე არ გამოვდის ან არ მოგწონს, სხვა საქმის მოძებნაც უფრო მარტივია.

ბოლო კითხვა: ფულით ყველაფრის ყიდვა შესაძლებელი?

არა, რადგან ყველაფერი მატერიალისტური არ არის. შეიძლება, იყიდო მანქანები, ცათამბჯენები, ერთი ღამის სიყვარული, მაგრამ ვერ იყიდი ოჯახს, ნამდვილ მეგობრებს, ჯანმრთელობას. ვერ იყიდი ურთიერთობებს, ვერ იყიდი შეხედულებას საკუთარ თავზე და ვერ იყიდი წარსულს. ფულით ყველაფრის ყიდვა შესაძლებელი არ არის. თუმცა ფული კარგია იმისთვის, რომ ცხოვრება გაიფერადო, ნახო მსოფლიო, შეიღებო კარგი განათლება მისცე, ქველმოქმედებაში ჩაერთო და აქტიურად შეეცადო, გააუმჯობესო შენი გარემო და ქვეყანა. **F**

ტურიზმმა შემპი აკრიფა

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ბოლო World Tourism Barometer-ის თანახმად, 2017 წელს საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი შთამბეჭდავი 7%-ით გაიზარდა და, ჯამში, 1.322 მილიონი შეადგინა. ორგანიზაციის პროგნოზებით, ეს ტემპი 2018-შიც არ დაკარგავს ძალას. განვითარების პერსპექტივებზე მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალურ მდივანს, ზურაბ პოლოლიკაშვილს ვესაუბრე.

ავტორი: ელენე კვანჭილაშვილი



U NWTO-ს World Tourism Barometer-ის თანახმად, 2017 ტურისტულად ყველაზე მძლავრი წელი გამოდგა ბოლო შვიდ წელიწადში. 2017-ის შედეგები აჩვენებს, რომ 2017-ში საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვმა ევროპაში 671 მილიონს მიაღწია, რაც შთამბეჭდავი 8%-იანი ზრდაა გასულ, შედარებით სუსტ, 2016 წელთან შედარებით. ზრდა მნიშვნელოვანწილად სამხრეთ და ხმელთაშუაზღვისპირა ევროპის დამსახურებაა (+13%), თუმცა არც დასავლეთ (+7%), ჩრდილოეთ (+5%) და ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპას

(+5%) ჰქონია ზრდის ცუდი მაჩვენებლები. პროგნოზების მიხედვით, ზრდა 2018-შიც შენარჩუნდება. მიმდინარე ტენდენციების, ეკონომიკური პერსპექტივებისა და UNWTO-ს ექსპერტთა პანელის მოსაზრებათა საფუძველზე, UNWTO ვარაუდობს, რომ 2018 წელს საერთაშორისო ტურიზმის ზრდის ტემპი მსოფლიოში 4%-5% იქნება. Forbes Georgia-ს ექსკლუზიურ ინტერვიუში მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) გენერალური მდივანი, ზურაბ პოლოლიკაშვილი ესაუბრა.

ბატონო ზურაბ, გმადლობთ, დრო რომ დაგვითმეთ. მოდი, პრიორიტეტებით დაგიწყეთ. რა არის UNWTO-ს პრიორიტეტები? რისი მიღწევა გსურთ?

ჩვენი მიზანია, გრძელვადიან პერსპექტივაში, მდგრადი, უფრო მოქნილი, უფრო კონკურენტული სექტორის ჩამოყალიბება, რათა განვითარება, ინკლუზიური ზრდა და სამუშაო ადგილების შექმნა შევძლოთ.

იმის გათვალისწინებით, რომ 2012-ში საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი 1 მილიარდს გადასცდა, ტურიზმი ცალსახად პოლიტიკურ პრიორიტეტად უნდა იქნას პოზიციონირებული, ამისათვის კი უკეთესი სტრატეგიების შემუშავება და როგორც ეროვნულ, ისე რეგიონალურ და საერთაშორისო დონის წესრიგში სექტორის პრიორიტეტად გამოცხადებაა საჭირო. ეს მჭიდროდ უკავშირდება ცოდნის დონის ამაღლებასა და პოლიტიკის წინ წამოწევას - საერთაშორისო სტანდარტების, სტრატეგიული რეკომენდაციებისა და საერთო კურსის შემუშავებას, კვლევის გაძლიერებასა და ტურიზმის პოლიტიკასთან დაკავშირებული პოზიტიური პრაქტიკების მიმოცვლას, რისი მიზანაც სექტორის სოციოეკონომიკური ღირებულების მაქსიმიზება უნდა იყოს. UNWTO-მ უნდა განაგრძოს იმ ღირებულების გაუმჯობესებაზე მუშაობა, რასაც თავის წევრებს და, ზოგადად, ტურიზმის სექტორს სთავაზობს, პარალელურად კი წევრთა არეალი უნდა გააფართოვოს. პარტნიორობების მეშვეობით, ჩვენ რესურსების გაზრდა და შესაძლებლობების გაფართოება გვმართებს.

ჩემი მანდატის განმავლობაში, UNWTO ხუთ ძირითად პრიორიტეტს წამოაწევს წინ, რათა ჩემ მიერ ნახსენები მიზნები იქნას მიღწეული: 1) ტურიზმის ინოვაცია და ციფრული ტრანსფორმაცია; 2) ინვესტიციებისა და ანტრეპრენიორების წახალისება; 3) განათლებისა და დასაქმების გზით მეტი და უკეთესი სამუშაო ადგილის შექმნა; 4) მოქნილობის ზრდა და მოგზაურობის გამართობა; 5) ჩვენი მემკვიდრეობის დაცვა სოციალური, კულტურული და ეკოლოგიური მდგრადობის მეშვეობით.

UNWTO-ს პროექტის, „ტურიზმი 2030-ის კენ“, შეფასებით, 2030-ისთვის საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი 1.8 მილიარდს მიაღწევს. მოკლე SWOT-ანალიზი თქვენგან ჩვენი მკითხველ-

ბისთვის ძალიან საინტერესო იქნებოდა.

ტურიზმის მდგრადი ზრდა ბოლო ათწლეულების მანძილზე უზარმაზარ შესაძლებლობებს იძლევა სოციოეკონომიკური კეთილდღეობისათვის, სიღარიბის შემსუბუქებისა და, ზოგადად, „2030-ის მდგრადი განვითარების დღის წესრიგის 17 მიზნისთვის“ (17 Goals of the 2030 Sustainable Development Agenda). 2009 წლის გლობალური ეკონომიკური და ფინანსური კრიზისის შემდეგ, 2017 ზედიზედ მერვე წელი იყო მდგრადი ზრდისა. შარშან საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი 7%-ით გაიზარდა და საერთაშორისო საზღვრების გადამკვეთ 1.3 მილიარდ სტუმარს გაუტოლდა. UNWTO-ს პროგნოზებით, 2020-ისთვის საერთაშორისო ტურისტთა რიცხვი 1.4 მილიარდს მიაღწევს, 2030-ისთვის კი - 1.8 მილიარდს.

გლობალური მოგზაურობისა და ტურიზმის მოკლე და ზოგადი SWOT-ანალიზი, ჩემი პერსპექტივით, შემდეგნაირად გამოიყურება. ინდუსტრიის ძლიერ მხარეებს რაც ეხება: გაზრდილი კონკურენცია ავიაციასა და სასტუმრო ბაზრებში, ახალი ბიზნესმოდელების სწრაფი განვითარება და ახალი კომპანიების გამოჩენა, რომლებიც მომხმარებლებს ინოვაციურ სერვისებს სთავაზობენ.

რაც შეეხება სისუსტეებს: მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის სექტორის მნიშვნელობასთან დაკავშირებით ცნობიერება მთელ მსოფლიოშია ამაღლებული, სექტორი მაინც არაა საკმარისად ცნობადი. ამას გარდა, შემზღუდავი და რთული სავიზო პროცედურების გამო, ტურისტებს არ ეძლევათ საშუალება, რიგი ახალი პუნქტები მოინახულონ. კერძო სექტორის მეწილეებისთვის ჯერაც საჭიროა მეტი და უკეთესი წამახალისებელი პოლიტიკა საჯარო სექტორის მხრიდან.

რაც ეხება შესაძლებლობებს: უნიკალურ გამოცდილებაზე ორიენტირებული მრავალფეროვანი და ავთენტური პროდუქტების შეთავაზების გზით, ტურისტულ პუნქტებს მთელ მსოფლიოში ექნებათ შანსი, მეტი სტუმარი მიიღონ. ადამიანები, ცხოვრების წესი და გასტრონომია ის მთავარი ფაქტორები იქნება, რაც ტურისტულ პუნქტებს უფრო მიმზიდველს და ღირებულს გახდის გლობალურ რუკაზე. მართალია, ვეროპა წამყვან პოზიციებს შეინარჩუნებს, ახალ ტურისტთა უმეტესობა, 2030-ისთვის, აზიასა და ოკეანეთში ჩავა.

დაბოლოს, საფრთხეები: მდგრადი ტურიზმის განვითარებისა და ტურიზმის ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური წვლილის გამზომავი ინტეგრირებული სტრატეგიების სიმწირე მსოფლიოს ზოგიერთ კუთხეში კვლავ აშკარაა, რამაც, შესაძლოა, სერიოზული გამოწვევების წინაშე დაგვყენოს.

საქართველოს ტურისტული პოტენციალი: დადებითი და უარყოფითი მხარეები.

საქართველოს ტურიზმის განვითარების უშველებელი პოტენციალი აქვს. მდიდარი მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობა, თბილი მასპინძლები და ცხოვრების ადგილობრივი წესი საქართველოს საყვარელ დანიშნულების ადგილად აქცევს ასალი და პოტენციური ტურისტებისთვის. გასულ წლებში საქართველოში განხორციელებული წარმატებული ეკონომიკური რეფორმები შეგვიძლია, გარე თუ შიდა ტურიზმის მნიშვნელოვან მასტიმულირებელ ფაქტორად

საერთაშორისო ღონისძიებაში და მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ჩვენი General Programme of Work-ის დანერგვაში.

რომ დავაზუსტოთ, რაში მდგომარეობს თქვენი, როგორც UNWTO-ს გენერალური მდივნის, როლი და როგორ უკავშირდება ის საქართველოს?

UNWTO ტურიზმს ეკონომიკური ზრდის, ინკლუზიური განვითარებისა და ეკოლოგიური მდგრადობის მამოძრავებელი ძალის კონტექსტში წაახალისებს და სექტორს ლიდერობასა და მხარდაჭერას სთავაზობს, რათა მთელ მსოფლიოში ცოდნისა და ტურისტული პოლიტიკის წინ წამოწევა მოხდეს.

ჩემი, როგორც UNWTO-ს გენერალური მდივნის, საქმეა, ვიყო გარანტი, რომ ჩვენი 158 წევრი სახელმწიფო და 500-ზე მეტი აფილირებული ერთეული კერძო, აკადემიურ და საჯარო სექტორში და რეგიონალურ თუ ლოკალურ დონეზე შესაბამის სერვისებსა და რეკომენდაციებს მიიღებენ, რისი მიზანიც მდგრადი და კონკურენტუნარიანი ტურიზმის ზრდაა.

საქართველოს, როგორც ორგანიზაციის წევრს 1993 წლიდან, შეუძლია, მნიშვნელოვანი სარგებელი მიიღოს UNWTO-ს სერვისებისა და აქტივობებისგან და ტურიზმის საჯარო და კერძო სექტორების წამყვან გადაწყვეტილებების მიმღებებთან ერთად მისი გლობალური პლატფორმა კავშირებისთვის გამოიყენოს.

2009-იდან 2010 წლამდე საქართველოს ეკონომიკის განვითარების მინისტრი იყავით. ქვეყნის ფისკალური ზრდის გრძელვადიან სტრატეგიებზე ზედამხედველობის გარდა, თქვენ საქართველოს ტურიზმის განვითარებაზეც უშუალოდ აგებდით პასუხს. როგორ უკავშირდება ეს ორი სფერო ერთმანეთს როგორც საქართველოს შემთხვევაში, ისე გლობალურად?

საინტერესო შეკითხვაა. ტურიზმი, როგორც ეკონომიკის სექტორი, ქვეყნის გრძელვადიანი ეკონომიკური ვაჭრობისა და პოლიტიკის კონტექსტში უნდა იქნას განხილული. საქართველოს ეკონომიკის განვითარების მინისტრის რანგში, მე ქვეყნის ტურისტულ პოლიტიკაზე ვიყავი პასუხისმგებელი, რაც გულისხმობდა კოორდინაციის მექანიზმების აწყობას სამთავრობო და რეგიონ-

ამ ჯერზე, ასტანა სრულიად განსხვავებულ ქალაქად დავინახე თავისი მასიური დეველოპერული პროექტებით, და მინდა, ყაზახეთის მთავრობა მისი ძალისხმევისათვის შევაქო. დღეს ასტანა განვითარების უდავოდ კარგი მაგალითია.

მივიჩინოთ. საჭიროა, ქვეყანამ გააუმჯობესოს მისაწვდომობა და მეტი ყურადღება დაუთმოს მომსახურების ხარისხს.

როგორ ეწერება საქართველოს ტურისტული მისწრაფებები UNWTO-ს მიერ დანახულ გლობალურ სურათში?

საქართველო ერთ-ერთ ყველაზე სწრაფად და დინამიკურად მზარდ ტურისტულ პუნქტად აღიქმება. ჩვენი ბოლო World Tourism Barometer-ის თანახმად, 2017 წელს საერთაშორისო ტურისტების რიცხვი საქართველოში 28%-ით გაიზარდა, რაც ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაში ერთ-ერთი საუკეთესო მაჩვენებელია. საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია, კერძო სექტორთან ერთად, აქტიურად მონაწილეობს UNWTO-ს მხარდაჭერით გამართულ სხვადასხვა

ნალურ ხელისუფლებებს შორის, მასტიმულირებული პოლიტიკის დანერგვის ინვესტიციებისა და სამოგზაურო კომპანიების წახალისებისა და ძლიერი საჯარო და კერძო პარტნიორობების შექმნის მიზნით, და საერთაშორისო ბაზარზე საქართველოს მიმზიდველ ტურისტულ პუნქტად პოზიციონირებას.

შუქდღია ტურიზმს, მდგრად განვითარებად მიგვიყვანოს?

ტურიზმი მდგრადი განვითარების ლიდერი მხოლოდ იმ შემთხვევაში იქნება, თუ ეკონომიკურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ ასპექტებთან დაკავშირებულ ინტეგრირებულ პოლიტიკურ სტრატეგიებს ეფუძნება და განკარგავს და დააკორდინირებენ პასუხისმგებლიანი მეწილეები. „მდგრადი განვითარების 17 მიზნიდან“ (SDG) სამში ტურიზმი მკაფიოდ არის წარმოდგენილი, განსაკუთრებით კი მიზან 8-ში: „მდგრადი, ინკლუზიური და მზარდი ეკონომიკური ზრდის, სრული და პროდუქტიული დასაქმებისა და ნორმალური სამუშაოს წახალისება ყველასათვის“; მიზანი 12: „მდგრადი მოხმარებისა და პროდუქციის დინამიკის უზრუნველყოფა“ და მიზანი 14: „ოკეანების, ზღვებისა და საზღვაო რესურსების კონსერვაცია და მდგრადი გამოყენება მდგრადი განვითარებისთვის“. ტურიზმი, პრაქტიკულად, არც ერთ ეკონომიკურ აქტივობას არ ჰგავს; ის ერთმანეთთან სხვადასხვა ტრადიციულად დაუკავშირებელ სექტორს აკავშირებს და, აქედან გამომდინარე, აქვს პოტენციალი, 17-ივე მიზანში შეიტანოს წვლილი. შესაბამისად, არაა შემთხვევითი, რომ 2015-ში გაეროს გენერალურმა ასამბლეამ 2017 მდგრადი ტურიზმის საერთაშორისო წლად (International Year of Sustainable Tourism for Development) გამოაცხადა, რისი მიზანიც არის ცნობიერების ამაღლება მდგრადი ტურიზმის, როგორც განვითარებაში წვლილის შემტანის, შესახებ და ყველა მეწილის მოზილიზება ერთობლივი მუშაობის მიზნით, რათა ტურიზმი პოზიტიური ცვლილებების კატალიზატორად იქცეს.

არის გამოწვევებიც. როგორ უნდა გაუმკლავდეს სექტორი უსაფრთხოების გამოწვევებს, რომელთა შედეგი ბაზრის მუდმივი ცვლილებებია? მიგაჩნიათ, რომ უსაფრთხოება ამჟამად ნომერი პირველი გამოწვევაა, რომელიც გამკლავებას საჭიროებს?

უსაფრთხოება გლობალური დღის წესრიგის განუყოფელი ნაწილია და, შესაბამისად – ტურიზმისთვის მნიშვნელოვანი. გარკვეული გამოწვევების მიუხედავად, 2017 წელი მდგრადი ზრდით გამოირჩეოდა არაერთ ტურისტულ პუნქტში, ეს კი იმ ბაზრების სწრაფი გაჯანსაღების დამსახურებაა, რომლებიც, დიდწილად, ტერორიზმის გამო უკუსვლის მოწმენი შეიქნენ, მაგალითად, თურქეთი, ეგვიპტე, ტუნისი, საფრანგეთი და ბელგია. გარდა ამისა, გაუმჯობესებულმა მისაწვდომობამ, გამართივებულმა სავიზო პროცედურებმა და გაძლიერებულმა გლობალურმა ეკონომიკამ გადაამწყვეტი როლი ითამაშა ტურიზმის სექტორის შარშანდელი არარეგულბრვი ნაყოფიერებისთვის.

მომდევნო წლებში UNWTO-ს ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტი უსაფრთხოებისა და უსარგებლო მგზავრობის უზრუნველყოფაა, რისთვისაც, კრიზისებისადმი მზაობისა და კომუნიკაციის გზით, წევრთა მოქნილობისა თუ მედეგობის გაუმჯობესებაა საჭირო.

რა შეიძლება, გაკეთდეს, რათა დაერწმუნდეთ, რომ ტურიზმის ზრდა მეტ ინვესტიციად, მეტ სამუშაო ადგილად და უკეთეს ცხოვრებად გადაიქცევა საქართველოში თუ სხვაგან?

UNWTO-ს, ამ თვალსაზრისით, ძლიერი პოზიცია აქვს. მომდევნო წლებში UNWTO მომართული იქნება, განავითაროს პირობები ანტრეპრენიორობისა და ინვესტიციისთვის ტურიზმში, მათ შორის, ფინანსებსა და ინვესტიციასთან წვდომის შესახებ ცოდნის გენერირების მიმართულებით. ინვესტიციებს სწორი, მკაფიო სამიზნეები სჭირდება, მით უფრო, მთავრობების საბიუჯეტო შეზღუდვებისა და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციებისთვის არსებული მაღალი კონკურენციის ფონზე. ჩვენ ხელს შევეწყობთ წევრ სახელმწიფოებს ინვესტიციების მოზიდვაში, რისთვისაც არსებულ დამფინანსებელ ინსტიტუციებთან ამა თუ იმ კონკრეტული ტურისტული ხაზის წინ წამოწევა მოხდება.

ეთანხმებით მოსაზრებას, რომ „არ არსებობს არავითარი საჭიროზე მეტი ტურიზმი, არსებობს მხოლოდ საჭიროზე ცუდი მენეჯმენტი?“

სრულიად ვეთანხმები. საჯარო და კერძო სექტორებს შორის მდგრადი ტურიზმის ინტეგრ-



რირებული პოლიტიკის კოორდინირება უნდა ხდებოდეს.

როგორ შეაფასებდით ფაქტს, რომ საქართველო უფრო ტრადიციულ ბაზრებზეა ორიენტირებული, ნაცვლად იმისა, ახლები გაიხადოს სამიზნედ? რომელი ახალი ბაზრები შეიძლება იყოს საქართველოსთვის მნიშვნელოვანი? ჟურნალის ეს გამოცემა ყაზახეთშიც გავრცელდება... შეიძლება, ამ ორმა ქვეყანამ ორმხრივად ისარგებლოს ერთიმეორის ტურისტული პოტენციალით?

ერთიმეორის მოქალაქეებისთვის ხელსაყრელი პირობების შექმნით და მათი მოთხოვნებისა და საჭიროებების იდენტიფიცირებით, ორივე ქვეყანას შეუძლია ერთიმეორის ტურისტული პოტენციალით სარგებლობა. ვიცი, რომ საქართველოს მთავრობა ბევრს აბანდებს, რათა ქვეყანას სხვადასხვა ტრადიციულ ბაზარში გაუწიოს რეკლამა. თვისებრივი მიდგომისა და საერთაშორისო ტურისტული ხარჯების გაზრდის მიზნით, ჩემი მტკიცე რეკომენდაციაა, საქართველომ აქტიური

პრომო-კამპანიები ჩაატაროს ისეთ მაღალშემოსავლიან ბაზრებში, როგორც ჩრდილო და დასავლეთ ევროპა, ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია და ჩრდილო ამერიკაა.

რადგან ყაზახეთი ვახსენეთ... მარტში ყაზახეთში ვიზიტით იყავით, სადაც განიხილეთ აბრეშუმის გზის ქვეყნების ტურიზმის მინისტრთა შეხვედრის შესაძლებლობა UNWTO-ს მხარდაჭერით. ხომ არ არის ამ შეხვედრის დეტალები უკვე დაგეგმილი და საქართველო თუ იქნება წარმოდგენილი? რის მიღწევას ისახავთ მიზნად ამ შეხვედრით? რატომ აირჩიეთ ყაზახეთი შეხვედრის ადგილად?

UNWTO-ს გენერალური მდივნის რანგში ეს ჩემი პირველი ოფიციალური ვიზიტი იყო ყაზახეთში. ნაყოფიერი შეხვედრა მქონდა პრემიერ-მინისტრსა და სხვა ოფიციალურ პირებთან, რადროსაც ბილატერალურ თანამშრომლობასა და შემდგომი თანამშრომლობის გზებზე ვისაუბრეთ. სხვადასხვა საკითხთან ერთად, განვიხილეთ ის, თუ როგორ უნდა მოხდეს ყაზახეთის როლის

დამატებითი გაძლიერება ჩვენს აბრეშუმის გზის აქტივობებში. ჩვენ მთავრობის ყველა ინიციატივას მივესალმებით როგორც აბრეშუმის გზის კონტექსტში, ისე სხვა მიმართულებებით. გასულ წლებში UNWTO-მ, ყაზახეთთან თანამშრომლობით, აბრეშუმის გზასთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი პროექტები განახორციელა.

კიდევ ერთი საკითხი: ყაზახეთის დედაქალაქი, ასტანა, საგანგებოდ აშენებული, ე.წ. ახალი ქალაქია. როგორ უნდა მოხდეს ამგვარი ქალაქების შეფუთვა ტურიზმისთვის?

ასტანაში რამდენჯერმე ვარ ნამყოფი. ამ ჯერზე, ასტანა სრულიად განსხვავებულ ქალაქად დავინახე თავისი მასიური დეველოპერული პროექტებით, და მინდა, ყაზახეთის მთავრობა მისი ძალისხმევითავე შევაქო. დღეს ასტანა განვითარების უდავოდ კარგი მაგალითია. ხელშემწყობი პოლიტიკა, რიგობრივი ინფრასტრუქტურა, კარგი კავშირების მქონე კერძო სექტორი, წვდომის სიმარტივე, სავიზო პროცედურებისა და მისაწვდომობის გაუმჯობესება და ადგილის აქტიური რეკლამირება ახალი ქალაქების ეფექტური პოზიციონირების გასაღებია.

რა როლი უნდა ჰქონდეს სახელმწიფოს ტურიზმის მხარდაჭერის კუთხით? კერძო სექტორს? როგორ უნდა უზრუნველყვით, რომ სახელმწიფო კერძო სექტორის პირდაპირი მეტოქე არ გახდეს?

მთავრობამ ადეკვატური და მხარდამჭერი პოლიტიკა და რეგულაციური ჩარჩო უნდა შექმნას ტურიზმის განვითარებისთვის, რასაც სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება კერძო სექტორის ტურიზმისა და სასტუმრო ბიზნესის წარმატებისთვის.

მთავრობის პირდაპირი და არაპირდაპირი ინვესტიციის სხვადასხვა ფორმა არსებობს, ეს ფორმები კი გამუდმებით იცვლება. ჩვენ ბიზნესმოდელებისა და სამომხმარებლო ქსეების სწრაფი ცვლილებების მოწმენი ვართ, რაც, თავის მხრივ, ტურისტული სერვისების ახალ პლატფორმებს წარმოშობს. ამ ტექნოლოგიური რევოლუციისა და ციფრული ტრანსფორმაციის პერიოდში როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორმა, ტურისტული პუნქტების რეკლამირების მიზნით, ინვესტიცია უნდა განახორციელოს.

გასული წლის T&T-ის კონკურენტულობის

ინდექსს თუ შევხედავთ, ვნახავთ, რომ 136 ქვეყანაში საქართველოს 70-ე ადგილი უჭირავს. თუ ჩავუღრმავდებით, აღმოვაჩინოთ, რომ სექტორის კონკურენტულობის ამალღების მცდელობისას პრობლემას არა მხოლოდ ინფრასტრუქტურა, არამედ თანამიმდევრული მიდგომისა თუ სტრატეგიის დეფიციტიც წარმოადგენს. ა) ასეთი ინდექსები მნიშვნელოვანია? და ბ) როგორი ხედვა უნდა იქნას შემუშავებული მეტი კონკურენტულობის მისაღწევად?

T&T-ის კონკურენტულობის ინდექსი კარგი საშუალებაა იმის სანახავად, თუ რამდენად აგრძელებს ქვეყანა პროგრესს. ტურისტული ადგილი ხარისხის ნიშნით უფრო კონკურენტული რომ გახადო, უმნიშვნელოვანესია, ერთი მხრივ, კერძო სექტორის სტიმულირება და წახალისება, მეორე მხრივ კი ტურიზმისა და სასტუმრო ინდუსტრიებისთვის ძლიერ განათლების სისტემებში ინვესტირება. ეს მიდგომა გააუმჯობესებს უნარ-ჩვევებს, განათლების დონესა და სპეციალიზებულ ტრენინგ-პროგრამებს და მაღალი ხარისხის შრომით ბაზარს უზრუნველყოფს.

საქართველოს მთავრობას მტკიცედ ვურჩევდი, განაგრძოს ტურისტული და სასტუმრო სფეროს წამყვანი სკოლებისა და ინსტიტუტების მოზიდვა საქართველოს ბაზარზე.

მინდა, ქართულ ტურისტულ სექტორს თბილისში Les Roches International School of Hotel Management-ის გახსნა მიველოცო.

ამ მარტს, ბერლინში, თქვენს გამოცვლაში ხაზი გაუსვით, რომ „უფრო კონკურენტულ და პასუხისმგებლიან ტურისტულ სექტორს“ ეძებთ. კონკრეტულად რა იგულისხმეთ?

UNWTO-ს აღმასრულებელთა საბჭოს 180-ე სესიაზე UNWTO-ს მართვის ახალი ხედვა და პრიორიტეტები წარმოვადგინე, სათაურით „2030-ისკენ: უფრო მოქნილი, უფრო კონკურენტული და უფრო პასუხისმგებლიანი ტურიზმი“. მდგრადი განვითარების 17 უნივერსალური მიზნისკენ სვლისას, განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთდება საჯარო და კერძო სექტორებთან პარტნიორობების ჩამოყალიბებაზე, სამუშაო ადგილების შექმნის ხელშეწყობასა და ტექნოლოგიის და ინოვაციის განვითარებაზე, ისევე როგორც მდგრადობის უზრუნველყოფასა და კლიმატურ ცვლილებებთან ბრძოლაზე. **F**

შავი მადის ფხვნილი

Sila Nano-ს ალქიმიკოსებს თვალი \$31 მილიარდზე აქვთ დადგმული... და ლითიუმ-იონის ბატარეის ბაზარზე. სავსებით შესაძლებელია, ამ მზარდი ბაზრიდან მსუყე ულუფა ერგოთ.

ავტორი: ალექს ნეპი

Sila Nanotechnologies-ს ყურის ოლქის ტიპური სტრატეგის დამახასიათებელი ყველა გარეგნული ნიშანი აქვს, იქნება ეს გამწვანებული სამუშაო სივრცე, Atari-ს თამაშების სახელებიანი საკონფერენციო ოთახები თუ ჯანსაღი სასუსნავებით სავსე სამზარეულო. ბოსის კაბინეტს ორი პორტუგალიური წყლის ძაღლი, ანგსტრუმი და ლიუმენი, უვლის.

მაგრამ საკმარისია, ცენტრალური კორიდორი გაიარო და კარი შეაღო, რომ ვერც სერვერ-კომპიუტერებს ნახავ და ვერც მაგიდის ფეხბურთის დანადგარებს. ნაცვლად ამისა, იქ ინდუსტრიული ლაბორატორია დაგხვდება, სუფთა ოთახი, სადაც თეთრ ხალათებში ჩაცმული ადამიანები მუშაობენ. ორლიტრიანი ღუმელები გაბსადენებთან, კომპიუტერებსა და ქიმიურ ინსტრუმენტებთანაა მიერთებული. მუშები დიდი, მისტიკური ცილინდრის შექმნაზე მუშაობენ.

ეს ყველაფერი ერთი უბადლოდ შავი ფხვნილის დახვეწასა და შემდეგ კომერციალიზებას ემსახურება - ფხვნილისა, რომელიც მინის ლარნაკში დევს და რომელიც კომპანიის თანადამფუძნებელსა და აღმასრულებელ დირექტორს, 34 წლის ჯინ ბერდიჩევსკის უჭირავს ხელში. რას წარმოადგენს უფრო კონკრეტულად ეს ფხვნილი? ეს საიდუმლოა, თუმცა შეგვიძლია, გითხრათ, რომ მასში გარკვეული რაოდენობით სილიკონია და, თუ ის იმას შეძლებს, რადაც არის კიდევ ჩაფიქრებული, მაშინ ლითიუმ-იონის ბატარეათა ენერგოეფექტიანობას 40%-ით გაზრდის.

„ფიქრობ, რისი გაკეთებაც ჩვენ გვინდა ბა-



ტარის ტექნოლოგიებში, დაახლოებით იგივეა, რაც Intel-მა გააკეთა ნახევარგამტარებისა და პერსონალური კომპიუტერების ინდუსტრიისთვის 90-იანებში”, - ამბიცურად აცხადებს ბერდიჩევსკი.

მას მიმდევრებიც ჰყავს. Sila-მ \$100 მილიონზე მეტი მოიზიდა Samsung Ventures-ისგან, Bessemer



Venture Partners-ისგან, In-Q-Tel-ისა და სხვებისაგან. ის თანამშრომლობს ჰონკონგში დაფუძნებულ Amperex Technology-სთან, რათა უკვე 2019-ში თავისი ფხვნილი მობილურ ტელეფონებსა და ისეთ ნივთებში მოაქციოს, როგორც, მაგალითად, ჭკვიანი საათებია. Sila BMW-სთანაც თანამშრომლობს – მის მანქანებში თავისი პრო-

დუქტის გამოყენების პოტენციალს განიხილავს 2020-იანების დასაწყისისთვის.

სასწოროზე ბევრი რამ დევს. ბატარაები, რომლებიც მოცემულ სივრცეს მეტი ენერჯით გაავსებენ, უკეთესი დიაპაზონის მქონე ელექტრომანქანებსა და მობილურებს ნიშნავს, რომლებსაც ასე ხშირი დამუხტვა აღარ დასჭირდებათ. ათ წელი-

მასშტაბების ზრდა:
თანადამფუძნებლები ჯინ ბერდიჩევი (მარცხნივ), გლებ იუშინი (ცენტრში) და ალექს ჯეიკობსი საწარმოო ხაზის ნაწილთან, რომელიც ბატარეის ინოვაციურ მასალას იმდენს დაამზადებს, 20 მილიონ ჭკვიან საათს რომ ეყოს.

წადში, კვლევითი ფირმა IDTechEx-ის პროგნოზების თანახმად, ჯერ მართო მანქანათა ბატარეების ბაზარი წელიწადში \$125 მილიარდამდე ავა.

Sila-ს უამრავი მეტოქე ჰყავს. რამდენიმე ათეული კომპანია არსებობს, რომლებიც ბატარეებს ან, Sila-ს მსგავსად, ბატარეის კომპონენტებს უცვლიან სახეს, მათი დიდი ნაწილი სტარტაპებია, თუმცა გიგანტებსაც შეხვდებით, მათ რიცხვში, Toyota-სა და მტვერსასრუტების მწარმოებელ Dyson-ს. სავსებით შესაძლებელია, ბატარეის შეჯიბრი, საბოლოო ჯამში, მყარი ბატარეების გამარჯვებით დასრულდეს, რომლებიც დღევანდელი ბატარეებისთვის ტიპურ თხევად ელექტროლიტს გამოყოფენ. მაგრამ ამ ეტაპზე ეს კონკურენტული საფრთხე შორეული მომავალია.

Sila ლითიუმ-იონის ბატარეის ნაკლებამბიციურ

რებაც. როცა ბატარეა იცლება, ლითიუმის იონები ტოვებენ ანოდს და კათოდში გადადიან, რითაც ელექტრონულ ნაკადს ქმნიან თქვენი ტელეფონის ან მანქანის ძრავის გამოსაკვებად. როცა ბატარეა იმუხტება, იონები საპირისპირო გზას გადიან.

Sila-ს ფხვნილი გრაფიტს ჯაბნის, იმიტომ რომ სილიკონს საგრძნობლად მეტი ლითიუმის იონის დატევა შეუძლია, ვიდრე გრაფიტს. ამასთან, სილიკონი, გრაფიტთან შედარებით, იაფია. მაგრამ პრობლემა აქვეა ჩასაფრებული. როცა სილიკონი ლითიუმის იონებს ითვისებს, ოთხმაგად იბერება, როგორც გოფირებული მილაკი. მოცულობის ცვლილებას კი შეუძლია, დრამატულად შეამციროს ბატარეის სიცოცხლისუნარიანობა.

ამ პრობლემის თავიდან ასაცილებლად, Sila მიკროსკოპულ „გალიას“ ქმნის, - ძირითადად სილიკონისგან დამზადებულ ნანოკომპოზიტს, - რომელიც სილიკონს ისე ითვისებს, რომ გაფართოებისა და შეკუმშვისათვის საკმარის ადგილს ტოვებს. ეს საშუალებას იძლევა, ლითიუმის იონები შევიდეს და გამოვიდეს ანოდიდან და ამ პროცესში ბატარეა არ განადგურდეს.

კომპიუტერის პროგრამისტებად ქცეული ელექტროინჟინერების ვაჟმა, ბერდიჩევსკიმ, 2001-ში, სტენფორდში, მთავარ საგნად მექანიკური ინჟინერია აირჩია, რადგან, მისი თქმით, „შშ-ში უნდოდათ, კომპიუტერული მეცნიერება მესწავლა, ჰოდა, დანამდვილებით ვიცოდი, რომ მას არ ვისწავლიდი“.

სტენფორდში მან ეერიკ ჰანტსუ (დღეს ალჭურვილობის ინჟინერიის დირექტორი Sila-ში) გაიცნო. დუეტმა მზის ენერჯიაზე მომუშავე ორადგილიანი მანქანა შექმნა, რომელმაც ჩიკაგოდან ლოს-ანჯელესისკენ ათდღიან შეჯიბრში მიიღო მონაწილეობა. ამ გზის დაფარვას გაცილებით დიდი დრო დასჭირდებოდა, რომ არა ბერდიჩევსკის დახმარებით შექმნილი ბატარეა. 2004-ში მან სტენფორდი მიატოვა და Tesla-ს მეშვიდე თანამშრომლად იქცა.

სწორედ Tesla Roadster-ისთვის ლითიუმ-იონის სხვადასხვაგვარი ბატარეების სინჯებისას შენიშნა, რომ ბატარეების სფეროში ეფექტიანობის გაუმჯობესება შენელებულიყო. ბატარეის ბიზნესს ინოვაცია სჭირდებოდა.

ბერდიჩევსკი სტენფორდში დაბრუნდა და, მასალათმცოდნეობაზე ფოკუსირებულმა, 2010-ში მაგისტრის ხარისხი აიღო ინჟინერიაში. მოგვიანებით Sutter Hill Ventures-ის რეზიდენტი ანტრეპ-

როგორ ვითარდობს სწორად? ავტორი: ჯონ დ. მარკმენი

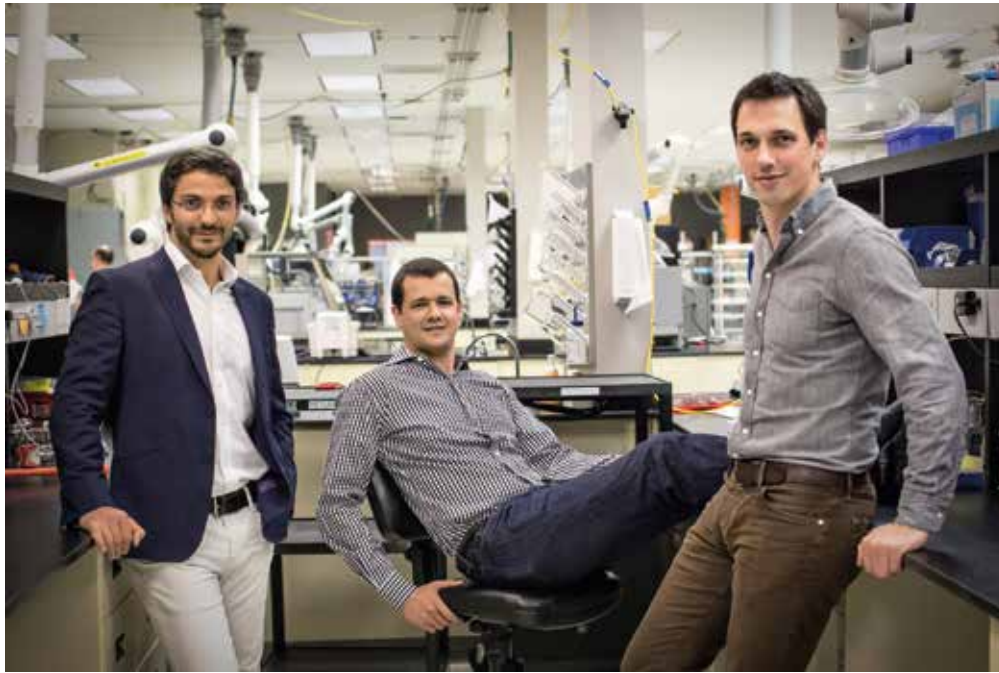


Sila-საირი ინოვაციები მასალათმცოდნეობის საზღვრებს გამოცდას უწყობენ. თუ ინვესტორებს ამ კონცეფციით საჯარო კომპანიასთან თამაში სურთ, Versum Materials-ზე შეუძლიათ დაფიქრდნენ - მაღალი სისუფთავის იმ ქიმიკატების მწარმოებელთან, რომლებიც ნახევრავამატარებლისა და ეკრანების დასამზადებლად გამოიყენება. ეს არიზონული კომპანია იმის დასტურია, რომ არ არის აუცილებელი, ძირგამომთხრელ ტექნოლოგიას ჭკვიანი ტელეფონის ან Uber-ის მსგავსი აპლიკაციის სახე ჰქონდეს. Versum-მა ცვლილების პიონერად თავი ისეთი დახვეწილი მასალების შემუშავებით დაიმკვიდრა, რომელთა მიზანი ხელფენური ინტელექტისა და ვირტუალური რეალობის ტიპის ინოვაციების ბაზარზე უფრო სწრაფად და უსაფრთხოდ გატანაა. სწორედ ამ უნარ-ჩვევებმა მიიპყრო ისეთი კლიენტების ყურადღება, როგორებიც Samsung-ი და Intel-ი არიან. ზრდაც შთამბეჭდავი აქვს. უკანასკნელ ფისკალურ კვარტალში გაყიდვების წლიური ზრდა 26% იყო და \$340.7 მილიონი შეადგინა, ხოლო პროგნოზით თანახმად, ალჭურვილობასა და დამონტაჟებაზე მოთხოვნის სერიოზული ზრდა არის მოსალოდნელი, თანაც - ყველა ბაზარზე. მოსალოდნელია ისიც, რომ სრული წლის ზრდამ 21% შეადგინოს. აქციების მოგებიანობა 24x-ია. ეცადეთ, სადღაც \$36-ად იყიდოთ.

ჯონ დ. მარკმენი Markman Capital Insight-ის პრეზიდენტი.

ცვლილებაზე მუშაობს. მისი ფხვნილი უბრალოდ ჩაანაცვლებს გრაფიტს ბატარეის არსებულ ტექნოლოგიაში. „Sila-ს მნიშვნელოვანი პოზიცია აქვს მხოლოდ იმ ფაქტის გამო, რომ იოლი და სწრაფი საწარმოო პროცესის განხორციელებას გეგმავს“, - ამბობს Caim Energy Research Advisors-ის მმართველი დირექტორი სემ ჯუენი.

ლითიუმ-იონის ბატარეათა უმეტესობა ანოდს იყენებს, რომელიც დიდწილად გრაფიტისგან არის დამზადებული - ნახშირბადის სახეობისგან, რომლის მოპოვებაც არის შესაძლებელი და სინთეზი-



რენიორის რანგში, უკვე იმაზე დაიწყო ფიქრი, როგორ შეექმნა არა მხოლოდ უკეთესი ბატარა, არამედ ბატარეის უკეთესი კომპანია. ეფექტური გამოსავალი, შესაძლოა, მილიანი ბატარეის ნაცვლად, მისი კომპონენტის შექმნა ყოფილიყო.

Sutter Hill-ში ბერდიჩევსკი არაერთ ტექნოლოგიას იკვლევდა, მაგრამ ერთ-ერთი, რომელმაც მისი ყურადღება მიიპყრო, გლეხ იუშინს ეკუთვნოდა – რუს იმიგრანტს, რომელიც Georgia Tech-ში ნანოტექნოლოგიურ ლაბორატორიას თაოსნობდა. ალექს ჯეიკობსთან ერთად, მათ ატლანტაში, უნივერსიტეტის პატრონაჟით, Sila Nanotechnologies-ი დააფუძნეს. მომდევნო რამდენიმე წელი Sila-მ აწოდების დამზადებისთვის საჭირო რეცეპტების შემუშავებაში გაატარა და 30,000 სახეობის ტესტირება მოახდინა ისეთ სფეროებში, როგორიც ტემპერატურა და ენერგოუბრუნველყოფის მოწყობილობებია. 2014-ში კომპანია ალაშქრდა (კალიფორნია) გადავიდა.

ახლა წარმოების დროა. Sila პროდუქტის ახალი ხაზისთვის რამდენიმე რეაქტორის შექმნის პროცესშია, რომელიც, როგორც თავად იმედოვნებს, წელიწადში საკმარის ფხვნილს გამოიმუშავებს

საიმისოდ, რომ 6 მილიონი ამპერ-საათის ტოლფას ბატარეებს ყვოს. ეს უდავოდ შავი მაგია იქნებოდა ტელეფონის 2.3 მილიონი ბატარეისათვის. თუ Sila თავის 40%-იანი ეფექტიანობის პირობას შეასრულებს, მაშინ ეს ბატარეები 14 ვატი-საათის ენერგიას უბრუნველყოფენ სივრცეში, რომელიც დღეს 10 ვატი-საათისგან შედგება. მაგრამ ბერდიჩევსკი აღიარებს: „უამრავი საინჟინრო და სააღსრულებლო შრომა გველის წინ“.

შესაბამისი ბაზარი იმგვარ ბატარეებს მიიღებს, რომლებიც ე.წ. ტარებად პროდუქტებისა (მაგალითად, ჭკვიან საათებისთვის) და ტელეფონებისთვისაა გამიზნული. Sila-ს განზრახული აქვს, ამ საქმიდან მიღებული ცოდნა და შემოსავლები უფრო წვნიანი ბიზნესისთვის გამოიყენოს. მანქანის ბატარეებს ვგულისხმობთ. „იოლი და სწრაფი წარმოების პროცესი ნიშნავს, რომ არ დაგჭირდება მილიარდობითი Gigafactory-ს აშენება, – ამბობს ბერდიჩევსკი და Tesla-სა და ზოგიერთი ჩინური კომპანიის ამბიციური ექსპანსია აქვს მხედველობაში. – ჩვენ შეგვიძლია იმ ხალხთან მუშაობა, ვინც ამას ისედაც გააკეთებს“. *

საბოლოო მოსაზრება

„ცოტა არ იყოს, დავიქანცე... ნეტავ როგორ გრძნობს ბატარა თავს, როცა ცდილობს, ელექტროენერგია არა-გამტარში გაატაროს?!“ — ართურ კონან დოილი



საშმის ბოლომდე მიყოლა



მოსხნილი „ლაიკი“

ჯან კუში მილიარდერად მაშინ იქცა, როცა 2014-ის თებერვალში Facebook-მა მის მიერ თანადაფუძნებული მიმონერის მობილური სერვისი WhatsApp-ი იყიდა – \$19 მილიარდად, ნაღდი ფულისა და აქციების სახით (რომელიც \$22 მილიარდად იყო შეფასებული). მალევე კუში Forbes-ის ყდაზე მოგვევლინა. დღეს მისი ქონება \$9.2 მილიარდს შეადგენს და, სულ ცოტა, სამწლიანი თანამშრომლობის შემდეგ Facebook-ის საბჭოს ემშვიდობება. „ახალ ეტაპზე გადასვლის დროა“, – დანერა კუმმა 30 აპრილის Facebook-პოსტში და დაამატა, რომ ერთი სული ჰქონდა, როდის დაიწყებდა უფრო აქტიურად იმეითი, ჰაერით გაგრძელებული ძრავის მქონე Porsche-ების კოლექციის გამდიდრებას. საინტერესოა, რამდენად იყო მისი წასვლა კეთილგანწყობილი, როგორც ცნობილია, კუში Facebook-ის აღმასრულებლებთან შუღლი ჰქონდა ამ უკანასკნელის მგდელობათა გამო, WhatsApp-ის მომხმარებლების მონაცემებზე მოპოვებინა წვდომა და სერვისის შიფრირება შესუსტებინა. მსგავსი ნაბიჯები კუშის პაცხადებულ პრინციპებს არღვევს და იმ იმედაც (რომელიც ოთხი წლის წინ გავეიმორეს), რომ მისი ხელშეკრულება Facebook-თან „პარტნიორობა“ იყო. ამ ხელშეკრულებას WhatsApp-ის თანადაფუძნებული ბიზნის ექტონი (რომლის ქონება დღეს \$5.9 მილიარდს შეადგენს) დასთანხმდა. „კომპონის მარკი, – უთხრა მან Forbes-ს. – ჩვენ შეგვიძლია ერთად მუშაობა“. თუმცა, ეს მაშინ. სოციალური ქსელი ექტონმა 2017-ში დატოვა, ხოლო წელს, 20 მარტს, Twitter-ში დაწერა: „დროა. #deletefacebook“.

საშმის ბოლომდე მიყოლა – ამბობს: მთელივე ბიჭი



www.forbes.ge



ახალი ამბები / News

ქართულად, ინგლისურად, რუსულად, თურქულად.



[facebook.com/
forbesge](https://facebook.com/forbesge)



[twitter.com/
forbesgeorgian](https://twitter.com/forbesgeorgian)



[youtube.com/
forbesgeorgian](https://youtube.com/forbesgeorgian)



[pinterest.com/
forbesgeorgia](https://pinterest.com/forbesgeorgia)



[linkedin.com/company/
forbes-georgia](https://linkedin.com/company/forbes-georgia)



[instagram.com/
forbesgeorgia](https://instagram.com/forbesgeorgia)



Forbes

GEORGIA

გამონათქვამები და შესაძლებლობები

351 კვალიფიციური თანამშრომელი, 1.3 მილიონი ერთგული მომხმარებელი, ბაზარზე მესამე და შესაძლებლობები, რომლებიც ბილანმა ახალი ენერჯით უნდა აითვისოს.

ინტერვიუ ანჯეი მალინოვსკისთან

ავტორი: ელენე კვანჭილაშვილი
 ფოტო: ხათუნა ხუციშვილი

ლია სივრცე. შესასვლელიდან ბოლომდე. ყველა მუშაობს – კლავიატურის ხმა, ბევრი კომპიუტერი და ბევრი სინათლე. მოსადგელიდან ამ ყველაფერს როგორც ხელის ვულზე, ისე ხედავ. მერე რა – რომ შეიძლება პრეტენზიული კლიენტი იყო ან კონკურენტი კომპანიიდან დასაზვერად მოსული წარმომადგენელი – აქ დასამალი არაფერი აქვთ. ყურადღებით მოვისმენენ, ყველა კითხვაზე პასუხს გაცემენ და მიუხედავად იმისა, რომ ყველაზე დეფიციტური მათ საქმეში ნამდვილად დროა, სწრაფ განვითარებას წამითაც რომ არ ჩამორჩნენ, სწორედ ამ დროის თქვენზე დახარჯვა არ დაენანებათ არც ერთი წამით.

ეს ვიონ საქართველოს – იგივე ბილაინის – სათავეს იყენებს. მას 2017 წლის აპრილიდან ანჯეი მალინოვსკი ხელმძღვანელობს. მას სიმბოლურად მიაჩნია ის, რომ საქართველოში სწორედ ვიონ საქართველოს და არა მობიტელის ხელმძღვანელია. მისი თქმით, დღეს კომპანია აღარაა ფოკუსირებული მხოლოდ სატელეფონო კომუნიკაციაზე და სახელწოდების ცვლილებაც ამას ასახავს.

ანჯეის ოთახი საერთო სივრცისგან შუშის კედლით იყოფა, მაგრამ მხოლოდ იმიტომ, რომ მთელი ოფისი ერთხმად შეთანხმდა ამაზე. ეს შუშის კედელი არავისთვის წინააღმდეგობა არ არის, რადგან უფროსს ურჩევნია, თავისი თანამშრომლების გრაფიკს თავად მოეგოს და არა – პირიქით, ამიტომ თუ ვინმეს ნამუშევრის გაზიარება სურს, ან რჩევის კითხვა ან უბრალოდ, მისალმება – ლოდინი არ სჭირდება.

გამარჯობას გამართულად მეუბნება, თუმცა, როცა უცხოელის მიერ წარმოთქმულ ტრადიციულ მისალმებას რამდენიმე ფრაზას ისევ ქართულად აბამს, ვხვდები, რომ სადღაც მისი “შპარგალკა” უნდა იმალებოდეს. ასეც არის. კედელზე ყველა საჭირო ფრაზა გამოკრული აქვს. ქართულს ენთუზიაზმით სწავლობს, თუმცა რთულ ენად მიიჩნევს – იმაზე რთულადაც კი, ვიდრე მშობლიური – პოლონურია.

ანჯეი წარმოშობით პოლონელი ბიზნესმენია, რომელსაც პირველადი მოხმარების საქონელის მწარმოებელი და ონლაინ ვაჭრობის კომპანიების, e-commerce ტიპის ბიზნესების მართვის 17-წლიანი გამოცდილება აქვს. მათ შორის, ხელმძღვანელობდა სტარტაპებისა და მობილური აპლიკაციების დანერგვა-განვითარების პროცესებს.

ბილაინში სწორედ ეს გამოცდილება და სიახლეების მუდმივი დახვეწის ხედვა მოიტანა. მისი მართვის პირობებში – ბილაინი ვახდა პირველი, ვინც დანერგა ინდივიდუალური ინტერნეტ პლატფორმა ვიონი, ვინც მობილური ინტერნეტის მოხმარების კუთხით 2017 წლის მაისის მონაცემებით, საკუთარ აბონენტებში, რეკორდული – 127%-იანი ზრდა აჩვენა და, როგორც ანჯეი ახალიზებს, ამ ტიპის ზრდის ტემპით ბაზარზე უპირობო ლიდერად იქცა.

ანჯეი მალინოვსკის მთავარი თვისება, რომელიც მასთან საუბრისას სულ თვალში გხვდება ის არის, რომ რეალობას თვალს უსწორებს – არ მაღავეს, რომ ისედაც მცირე ბაზარზე მესამე პოზიცია საუკეთესო მოცემულობა არ არის, თუმცა ზუსტად იცის, რა შეიძლება გაკეთდეს იმისთვის, რომ დღეს არსებული 1.3 მილიონი მომხმარებელი კმაყოფილი იყოს და მათი მომსახურების ხარისხი, ტემპი თუ მრავალფეროვნება მუდმივად იზრდებოდეს.

ანჯეის ფილოსოფია ასეთია – შეუძლებელია განვითარება ვინმეს ან რამეს დააძალო, უბრალოდ, არ უნდა გამოგეპაროს ის შესაძლებლობები, რამაც ეს პროცესი შეიძლება ბუნებრივად დააჩქაროს.

ინტერვიუს სწორედ გამოწვევებზე საუბრით ვიწყებთ. თუმცა მალევე ვხვდები, რომ ენთუზიაზმით აღსავსე ადამიანთან მხოლოდ გამოწვევებზე საუბარი საკმარისი არ არის, ამიტომ პირველი კითხვის ფორმულირებას თავადვე ვცვლი.





**მოდი, მხოლოდ გამოწვევებზე კი არა - გამოწვევებ-
სა და შესაძლებლობებზე საუბრით დავიწყეთ ჩვენი
ინტერვიუ - სადაც ერთს ხედავთ, ალბათ მეორეს იქვეა
- ზოგჯერ შეიძლება, ოდნავ რთულად შესამჩნევი...**

გმადლობთ, საკითხის ასე დასმისთვის. ჩვენ ზუსტად ასე ვხედავთ ჩვენ გარშემო ყველაფერს. არავისთვის უცხო არ არის, რომ ჩვენ სპეციფიკურ სიტუაციაში ვართ - ისედაც მცირე ბაზარზე მესამე ადგილი გვიჭირავს. მაგრამ, როგორც თქვენც ამბობთ, ეს გამოწვევაც არის და შესაძლებლობაც. ვერც ერთ ბიზნესში ვერ იქნები ბაზრის 100%-იანი წილის მფლობელი, მეტიც - 40%-ის მფლობელიც თუ ხარ, მაშინ უკვე საკმაოდ დიდი ხდები ბაზრისთვის და შემდეგ, სულ სხვა მექანიზმები ერთვება. ამიტომ, ჩემი

მიდგომა ასეთია, სანამ ბაზრის 100%-ს არ ფლობ, ყოველთვის გაქვს ადგილი ბრდისთვის. ამ ეტაპზე ჩემი ყოველდღიური საქმიანობის მთავარი ამოსავალია, რაც შეიძლება კარგად მოვემსახუროთ ჩვენს 1.3 მილიონ მომხმარებელს. და ამას ემსახურება ჩვენი 351 თანამშრომელი. გამიმართლა, რომ ჩემ გვერდით მხოლოდ პროფესიონალები არიან და როგორც სტივ ჯობსმა თქვა: „აზრი არ აქვს, დაიქირაო ჭკვიანი ხალხი და უთხრა, რა აკეთონ; უფრო ჭკვიანური, მათ გითხრან, რა აკეთო“. ჩემი მიდგომაც ასეთია. და ეს მიდგომა ამართლებს.

მაგალითად, გუნდური მუშაობის შედეგად, ჩვენი 1.3 მილიონი მომხმარებელი, ერთ დამეში, სხვადასხვა IT სისტემებიდან ისე გადავიყვანეთ მხოლოდ ერთ სისტემაზე, რომ არც ერთი მათგანი

არ დაგვიკარგავს. ჩვენი გამოცდილებით ჩვენი ჯგუფის კოლეგებიც დაინტერესდნენ, მაგალითად, ალჟირიდან, სადაც 17 მილიონი მომხმარებელი ჰყავთ - იგივე სქემა გაიმეორეს და კლიენტების რაოდენობის მიუხედავად, სისტემა მათთვისაც წარმატებით იმუშავა. დაგვირეკეს და მაღლობა გადაგვიხადეს. მათთვის ეს გზა ჩვენ გავგვალეთ.

ამდენად, ჩემი, როგორც შედარებით ახალი უფროსის ამოცანაა, ჩემი გუნდი სამსახურში სიხარულით მოდიოდეს, თავისი შესაძლებლობების თუ ემოციური ინტელექტის მაქსიმუმს დებდეს საქმეში და მომხმარებლებისთვის ქმნიდეს კომპანიას, რომელიც მათ უსმენს. მშვენიერი სლოგანია - კომპანია, რომელიც გისმენს - იმდენად კარგი, რომ ყველა კედელზეც თავისუფლად გამოვსაყავი, მაგრამ არ უნდა დაგვაფიქვდეს, რომ ბევრისთვის მოსმენა პასიურ ქმედებად აღიქმება - თითქოს ისმენ და არაფერს აკეთებ. ჩვენი ამოცანაა, მივიღოთ ბაზრის გზავნილები (კარგიც და ცუდიც) და შემდეგ შესაბამისად ვიმოქმედოთ, წინ წავიდეთ: დღეს შეიძლება კარგი ხარ, მაგრამ ხვალაც რომ კარგი იქნები, ამის გარანტია არ არსებობს.

რას ნიშნავს ეს წინსვლა უფრო კონკრეტულად, რა ამბიცია აქვს კომპანიას?

ჩვენი ბიზნესის უდიდესი ნაწილის დიგიტალიზაცია - ეს არის დღეს ჩვენი მთავარი ამოცანა და ამბიცია. ეს იმას ნიშნავს, რომ გვინდა, ჩვენი მომხმარებელი სულ უფრო ხშირად იყენებდეს ონლაინ სერვისებს და მის მიერ ამ სერვისების გამოყენება იყოს მაქსიმალურად ადვილი და მოსახერხებელი.

ჩვენ ვართ ინდუსტრიაში, რომელშიც ბოლო 20 წლის მანძილზე წარმოუდგენელი ცვლილებები განიცადა. მობილური ოპერატორები დიდ ფულს შოულობდნენ, რადგან ისინი იყვნენ ამ ინდუსტრიის პიონერები და ინდუსტრია, თავის მხრივ, ყველაზე სწრაფად მზარდი და განვითარებადი იყო. მოულოდნელად ადამიანებს გაუჩნდათ შესაძლებლობა, დიდ მანძილებზე ელაპარაკათ საიდანაც უნდოდათ, ახალი ტექნოლოგიების წყალობით თითქმის შეუზღუდავად ესარგებლათ ინტერნეტით - 3G, 4G და დღეს უკვე ყველაზე ხმამაღალი აბრევიატურა ამ სფეროში 5G - და ეს იმის მიუხედავად, რომ ჯერ ერთი ბიზნესქეისი კი არ გვინახავს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, რაც მიუთითებდა, რომ ეს ტექნოლოგიური გადაწყვეტა ინდუსტრიას ფულს მოუტანს. პროგრესი ძალიან კარგია და ჩვენც, ბუნებრივია, გვაქვს მოსაზრებები, როგორ ავითვისოთ ეს ახალი პოტენციალი, თუმცა ჯერ არ არის ცხადი, რამდენად მოკვებიანი იქნება 5G.

წინსვლა ჩვენთვის მომხმარებელთა იმ ჯგუფზე სრულად კონცენტრირებაა, ვინც, შეიძლება ითქვას, ჩვენთან ერთად გაიზარდა. ამ ქვეყანაში ჩვენ ვიყავით პირველები, ვინც ბაზარზე 4G დაგინერგეთ, 2015 წლიდან დღემდე 127%-ით გაგზარდეთ მობილური ინტერნეტის მოხმარება და ამ მონაცემით, ბაზარზე უპირობო ლიდერები ვართ, ვნერგავთ სრულიად ახალ გამოცდილებას ვიონის

სახით და ეს არ იქნება ერთადერთი სიახლე, რასაც ჩვენ მივმართავთ მომხმარებელთა ურთიერთობების ოფლაინიდან ონლაინ რეჟიმში გადასაყვანად.

ეს ნაწილობრივ სარისკო ამბიციაა, რადგან სხვადასხვა ტიპის მომხმარებლები გვყავს და მათ დიდ ნაწილს აშკარად უშუალო კომუნიკაცია ურჩევნია მედიუმით გაშუალებულ კომუნიკაციას. მაგრამ, მეორე მხრივ, ზოგიერთი გადაწყვეტილება უკვე მიღებულია და არა ჩემ მიერ, ან ჩვენი ჯგუფის სათავე ოფისის მიერ ამსტერდამში, ან ჩვენი ციფრული ოფისის მიერ ლონდონში - არა, ეს გადაწყვეტილებები თავად 21-ე საუკუნემ მიიღო: სულ ბოლო მონაცემებით, სხვადასხვა მობილურზე ჩამოტვირთული აპლიკაციების რაოდენობამ მხოლოდ შარშან 150 მილიარდს გადააჭარბა. თუ გავითვალისწინებთ მთელი მსოფლიოს მოსახლეობის რაოდენობას, მე მგონი, ამ ამბავს ზედმეტი სიტყვა არც სჭირდება, თავისით ამბობს ყველა სათქმელს.

მობილურის ეკრანი ჩვენი გადმოსახედიდან უძრავი ქონების ტოლფასია - უნდა იბრძოლო იმისთვის, რომ ამ მცირე ფართობზე შენი აპლიკაცია მოხვდეს და რაც უფრო მარტივია ის მოხმარებისთვის, მით უფრო მეტია იმის შანსი, რომ უშუალო კომუნიკაცია თვითმომსახურებაზე ორიენტირებული მობილური აპლიკაციების გამოყენებით ჩანაცვლდება. ეს ერთი მხრივ, კარგია მომხმარებლისთვის, რადგან მისი ცხოვრება მარტივდება და მეორე მხრივ, კომპანიის მესვეურებისთვის - რადგან კომპანიის ღირებულება მათ შორის იმითაც განისაზღვრება, რამდენად არის განვითარებული და ხელმისაწვდომი ამ კომპანიაში თვითმომსახურებაზე ორიენტირებული მობილური აპლიკაციები.

ამდენად, ეს ის სფეროა, სადაც მუდმივად შეიძლება განვითარება და წინსვლა. და ეს განვითარება არ გულისხმობს აპლიკაციების უბრალოდ დამატებას ან ისეთი აპლიკაციების დამატებას, რომლებიც მომხმარებლისთვის არ მუშაობს. აპლიკაციები უნდა იყოს მარტივი და გასაგები - კარგი ხუმრობასავით: თუ მისი ახსნა გახდა საჭირო, ე.ი. ვერ მუშაობს.

რამდენად ადვილია ტექნოლოგიური სიახლეების კომუნიკაცია მოსახლეობასთან?

ეს ძალიან სწორი და სამართლიანი შეკითხვაა. ერთ მაგალითზე ავიხსნით. წლების წინ უკრაინაში ვმუშაობდი - ონლაინ მაღაზიას ვმართავდი, რომელიც ფეხსაცმელებს და აქსესუარებს ყიდდა. ეს სერვისი უკრაინაში, დასავლეთ ვეროპასთან შედარებით, საკმაოდ გვიან გაჩნდა. ამ მაღაზიის ამუშავების საწყის ეტაპზე დამისვეს ზუსტად იგივე კითხვა. ჩემი პასუხი ასეთი იყო: დასავლეთ ვეროპას თუ შეხედავთ, ნახავთ, რომ ადამიანები ინტერნეტს აკითხავენ იმისთვის, რომ მეორე ნახევარი იპოვონ; იმისთვის, რომ ცხოვრებისეული რჩევა მიიღონ - მაშინ ინლაინ ფეხსაცმლის ან ტანსაცმლის ყიდვა როგორ შეიძლება იყოს უფრო გადაუჭრელი პრობლემა - თუკი ონლაინ ყველაზე მთავარ საკითხებს ჭრი, რატომ ვერ გადაწყვეტ ფეხსაცმლის ყიდვას, რომელსაც, თუ არ

მოვეწონება, ძალიან მარტივად დააბრუნებ? თქვენს კითხვას რომ ვუპასუხო, ჩემი მიდგომა ასეთია: დაძალევა, თავს მოხვევა, თუნდაც განვითარების, არ ვარგა, არ მუშაობს. ტექნოლოგიების მიღებას თავისი ბუნებრივი ევოლუცია ახასიათებს – ზოგისთვის ეს უფრო ადვილია, ზოგისთვის – რთული.

მაგრამ ეს ბუნებრივი ევოლუცია თქვენ ფული გიჯდებათ – ასე არ არის?

ღიჯ, ასეა. მაგრამ საბოლოოდ, ეს ის რისკია, რომლის გაწევრაც ღირს. ეს ის გამოწვევაა, რომელსაც ღირს, რომ უპასუხო და არსებობს მისი კონკრეტული საზომიც – ამონაგები ინვესტიციებზე (ROI). რაც უნდა ვილაპარაკოთ ჩვენ კომპანიის ღირებულებებზე, მომხმარებლებთან ჩვენს დამოკიდებულებებზე და ა.შ. – ეს ყველაფერი არ იქნება, თუ ჩვენ შემოსავალს არ მოვუტანთ ჩვენს მფლობელებს. ამიტომ ჩვენ მუდმივად უნდა დავაბალანსოთ ის მოთხოვნები, რაც შეიძლება მომხმარებელს ჰქონდეს ჩვენს მიმართ და ის ინტერესები, რაც შეიძლება კომპანიას გააჩნდეს ფინანსური თვალსაზრისით.

სულ ცოტა ხნის წინ, ტექნოლოგიების ათვისებასთან დაკავშირებით. ჩემი დაკვირვებით, საქართველოში ადამიანებს უჭირთ კონსტრუქციული კრიტიკის ფორმულირება.

პრინციპში, ეს საკითხიც შეგვიძლია მთავარ ჯრილში განვიხილოთ – უფრო გამოწვევაა თუ უფრო შესაძლებლობა. სიმართლე გითხრათ, ჩვენი დაკვირვებების თანხვედენა ხდება: ადამიანებს ურჩევნიათ ქოლცენტრში დარეკვა და მოხმარების წესებში ხანგრძლივად გარკვევა, ვიდრე ღიად იმის თქმა, რომ რაღაც არც ისე მარტივია, უკეთ შეიძლება გაკეთება და ა.შ. ღიად ამ ტიპის რჩევებს იშვიათად ვიღებთ.

თუმცა, ჩვენ ვერგებით ჩვენს მომხმარებლებს, მათი კომუნიკაციის სტილს და ვიგონებთ ისეთ აპლიკაციებს, რომლებიც მათ კომფორტის ზონიდან ხელოვნურად კი არ გამოიყვანს, არამედ პირიქით, მეტ კომფორტს შესთავაზებს. ამის კარგი მაგალითია, ქოლცენტრში დარეკვის შემდეგ, საზღველოდინის დრო. ჩვენ ძალიან შევამცირეთ ეს დრო – 20 წამამდე დავიყვანეთ. მაგრამ ქოლცენტრის ყველა თანამშრომელმა იცის, რომ მომხმარებელს დახმარე-

„ჩვენი ბიზნესის უდიდესი ნაწილის დიგიტალიზაცია – ეს არის დღეს ჩვენი მთავარი ამოცანა და ამბიცი. ეს იმას ნიშნავს, რომ გვინდა, ჩვენი მომხმარებელი სულ უფრო ხშირად იყენებდეს ონლაინ სერვისებს და მისთვის ამ სერვისების გამოყენება მაქსიმალურად ადვილი და მოსახერხებელი იყოს“.

საქართველო და ზოგადად, მთელი ეს რეგიონი უპირატესობას ანიჭებს ინდივიდებს შორის კომუნიკაციას, მაგრამ ნაკლებად ინდივიდი არ ხარ, თუ მაგალითად, ეწ. ჩეთით სარგებლობ. იმით რომ, საბოლოო ჯამში, ვინც ეს სისტემა მოიგონა, ვინც მას მართავს – ადამიანია. ჩვენ აქ ვსაუბრობთ და სადაღაც ხელოვნურ ინტელექტს ხვეწენ – ეს ახლა, ამ წუთებში ხდება – ამდენად, ჩვენ ისღა დავგრძენია, რომ მომხმარებელს ავეუხსნათ, რატომ არის თვითმომსახურებაზე ორიენტირებული ონლაინ პლატფორმები უფრო მოკვებიანი, დროის დამზოგველი, მარტივი მოსახმარად და უბრალოდ – 21-ე საუკუნე.

ჩვენთვის მნიშვნელოვანია ის უკუკავშირი, რასაც მომხმარებლისგან ვიღებთ – სულ ამას ვამბობთ, თუ რამე არ მუშაობს, თუ საკმარისად მოსახერხებელი არ არის, თუ საკმარისად სასარგებლო არ არის – გაგვაგებინეთ. ჩვენ მოგისმენთ.

აი, სწორედ ეს არის საინტერესო – რამდენად იღებთ ამ უკუკავშირს? ფიქრობ, კულტურა აქაც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს – ზუსტად ისე, როგორც თქვენ თქვით,

ბის აღმოჩენის შემდეგ, აუცილებლად უნდა აუხსნას, რომ ამ ტიპის კომუნიკაცია სხვაგვარადაც შეიძლება დამყარდეს – მაგალითად, სპეციალური აპლიკაციის მეშვეობით, რის შემთხვევაშიც ლოდინის დრო იქნება – 0. გინდათ, ბალანსი შეივსოთ? – 3 დაწკაპუნება; გინდათ, აპლიკაციის მეშვეობით ფული სხვას გადაურიცხოთ? – 4 დაწკაპუნება; გინდათ, შეამოწმოთ რა თანხა გიდევთ ანგარიშზე? – 1 დაწკაპუნება. ლოდინის დრო – 0. არ გჭირდებათ ლოდინი. დროს მართავთ თვითონ. ადამიანთან არ საუბრობ, „საუბრობ“ შენს მობილურთან – აპლიკაციების მეშვეობით.

ამ მიმართულების განვითარება აუცილებელია კონკურენციის დივერსიფიკაციისთვის – ჩვენ თუ არ განვითარებთ, სხვა იზამს. ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ თვითმომსახურების განვითარების ხარჯზე, უახლოეს მომავალში ქოლცენტრებს დავხუროთ – ეს არ გამოვა: ყოველთვის იარსებებენ მომხმარებლები, რომლებიც ვერ აუწყობენ თვითმომსახურების განვითარების ტემპს ფეხს – ჩვენ მათთვისაც უნდა ვიმუშაოთ, თორემ სხვა იმუშავებს მათთვის.



ვიონიც ამ დივერსიფიკაციის ნაწილია? მაინტერესებს, რა როლი აქვს ამ სიახლეს ბილანის უფრო ფართო ხედვაში.

მოკლე პასუხია - დიახ. თუმცა ვიონ-ის განვითარების პრეისტორია იმით იწყება, რომ შევამჩნიეთ: მომხმარებლებმა შეწყვიტეს ერთმანეთთან რეკვა. უფრო სწორად, კი ურეკავდნენ ერთმანეთს, მაგრამ ვაიბერის ან ვოთსაპის მეშვეობით და ამისთვის არ იყენებდნენ მობილურის ხმოვან კომუნიკაციას. რა გამოვიდა? ხმოვანი სისტემების განვითარება მილიარდების და არა მილიონების

საქმეა, რადგან სერიოზულ ინვესტირებას ითხოვს ინფრასტრუქტურაში - ჩვენ, მაგალითად, სანამ 4G მომსახურებით მოსახლეობის 90%-ს დავფარავდით, ძალიან დიდი ძალისხმევა, სამუშაო და ინვესტიცია გავიღეთ. იცით, რომ გადამცემების დამონტაჟებზე დიდ გავლენას ახდენს რელიეფი და მოსახლეობა ყოველთვის დადებითად არ ხვდება ამ პროცესს, მაგრამ ჩვენი მიზანი იყო, რომ ადამიანებს ჰქონოდა ვიდეოს ნახვის, ფეისბუკ-ლაივის გამშვების თუ სოციალურ ქსელში დაპოსტვის შესაძლებლობა.

მთელი ჯგუფის დონეზე, დღეს ჩვენ გვაქვს იმხელა ინფრას-

ტრუქტურა, რომ მსოფლიო მოსახლეობის დაახლოებით 10%-ს ვგარავთ. აქედან გაჩნდა კითხვა: თუკი ეს ინფრასტრუქტურა გვაქვს, მაშინ რატომ არ უნდა შევქმნათ ჩვენი საკუთარი სერვისი, რომელიც ვაიბერს და ვოთსაპს კონკურენციას გაუწევს და ჩვენს შემოსავლებს არ შეამცირებს? შემდეგი კითხვა იყო – რით შეიძლება ვაჯობოთ ბაზარზე უკვე არსებულ მოდელებს? და ეს მნიშვნელოვანი კითხვაა, როცა შედისხარ ბიზნესში, რომელიც განვითარების უკვე საკმაოდ მაღალ სტადიაზეა.

ვიონ-ის ინდივიდუალური ინტერნეტპლატფორმა მულტიკულტურული პროექტი გამოდგა. ლონდონისა და საქართველოს გუნდები; ასევე უკრაინაც, სადაც ვიონ-ი უკვე კომერციული პროექტია, ერთად მუშაობენ პლატფორმის დახვეწაზე, მუდმივად მიმდინარეობს ბრენინგსტრატეგია და ახალი იდეების მოფიქრება. შემდეგ ამ იდეების დატესტვა. ჩვენი მიზანია, ჯერ ჩვენს მომხმარებლებს შევთავაზოთ ეს სერვისი და თუ გაამართლებს, უკვე მერე ვიფიქროთ მის კომერციალიზაციაზე.

ჯერჯერობით ფაქტები ასეთია:

ვიონი საქართველო პირველები ვართ, ვინც ხელი მოჰკიდა ამ ტიპის პლატფორმის განვითარებას

მომხმარებლის თვალსაზრისით საუკეთესო შედეგები გვაქვს როგორც თვიურ, ისე ყოველდღიურ ჭრილში.

რა არის ის კითხვები, რომელსაც ყველაზე ხშირად გისვამენ, როგორც ამ კომპანიის პირველ პირს?

ყველაზე რთული კითხვები ყოველთვის ბაზარზე კონკურენციას უკავშირდება. თუმცა აქაც – ჩვენი მთავარი ხაზი რომ არ დავარღვიოთ – ისევ გამოწვევებსა და შესაძლებლობებზე გავამახვილებ ყურადღებას.

არ არსებობს ქვეყანა კონკურენციის გარეშე. კონკურენტები გვაიძულებენ, უფრო კრეატიულები, მოქნილები, სწრაფები და ეფექტიანები ვიყოთ. თუ ისინი ერთი ნაბიჯით წინ იყურებიან, ჩვენ სამი ნაბიჯით წინ უნდა გავიხედოთ. როდესაც არ ხარ კმაყოფილი მიღწეული შედეგებით და ამას პოზიტიურად უყურებ – სწორედ ეს გაიძულებს განვითარდეს და უკეთესი გახდეს.

მომხმარებელთა მოთხოვნები თუ იცვლება დროთა განმავლობაში?

ხალხი უკვე დარწმუნდა, რომ მობილურით შეუძლიათ პრაქტიკულად ყველაფერი აკეთონ. თან მათი გადასაწყვეტია, მხოლოდ დედასთან დასარეკად გამოიყენებენ, ნაბიჯებს დათვლიან, ბანკის ფუნქციებს დააკისრებენ, დილის სამოტივაციო ციტატებით გააჯერებენ თუ რას იზამენ.

ან იქნებ ხმის ჩამწერად გამოყენება უნდათ, როგორც მე ვიყენებ ჩემს მობილურს ახლა..

ან იქნებ ფოტოალბომის ფუნქციაა მათთვის მთავარი ან ვიდეოზარი – როგორც, მაგალითად, ჩემს შემთხვევაში, რადგან ასე თუ ვხედავ ჩემს ოჯახს, რომელიც სულ მენატრება. მართლაც: ადამი-

ანები თვითონ გიბიძგებენ, შექმნა ისეთი პროდუქტები, რომლებიც მათ მოთხოვნილებებს მოერგება.

მოთხოვნის შექმნა არასდროს გიცდიათ? იქნებ ჯერ არ იცის ადამიანი, რა უნდა...

რა თქმა უნდა, თუ ისეთ რამეს შესთავაზებ მომხმარებელს, რაც ცუდი ხუმრობასავით არ იქნება და ათასი განმარტება, ვიდევოკავეთილი და მეცადინეობა არ დასჭირდება, ამ სიახლეს აუცილებლად აიტაცებს. შეიძლება ოდნავ აცდენილი ანალოგიაა, მაგრამ მსოფლიო ჩემპიონატში წელს ხორვატია დაამარცხა ინგლისი; თუმცა, ინგლისმა ბოლოს რომ მოიგო მსოფლიო ჩემპიონატი, ხორვატია როგორც ქვეყანა საერთოდ არ არსებობდა. ამით იმის თქმა მინდა, რომ ჩვენ გარშემო ძალიან ბევრი შესაძლებლობაა და არა მხოლოდ სილიკონის ველზე, შეიძლება აქაც – სულ ახლოს, ტექნოპარკში.

შევაჯამოთ ჩვენი საუბარი: სად ხედავთ თქვენს კომპანიას 2-3 წელიწადში?

პირველი – მინდა, რომ მომხმარებლებს მოვწონდეთ. მათ მოვწონვართ დღესაც – ეს ვიცი, რადგან კმაყოფილებას ვზომავთ. მაგრამ მინდა ამაზე მეტად მოვწონდეთ, უფრო კმაყოფილები იყვნენ ჩვენი სერვისებით და იმაზე კმაყოფილებიც, ვიდრე ჩვენს კონკურენტებთან იქნებოდნენ.

მეორე – მინდა, რომ იმაზე მეტი მომხმარებელი უერთდებოდეს ბილაინს, ვიდრე ტოვებდეს მას. პოზიტიური სალდო ჩვენთვის ძალიან მნიშვნელოვანია. არ მიყვარს ადამიანების ტექნიკური ტერმინებით მოხსენიება – მაგალითად, როგორც არის ბაზის გაზრდა. ჩვენ ვსაუბრობთ კონკრეტულ ცოცხალ ადამიანებზე, რომლებსაც თავიანთი მოთხოვნილებები აქვთ. მაგალითად, ჩემი მეუღლე სარგებლობს მობილურით – პოლონური კომპანიისთვის ის ბაზის ნაწილია, ჩემთვის – ყველაზე მნიშვნელოვანი ადამიანი ჩემს ცხოვრებაში. სულ უნდა გვახსოვდეს, რომ ადამიანებთან გვაქვს საქმე, რომლებიც ვიღაცისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ადამიანები არიან. ისინი მნიშვნელოვანი არიან ჩვენთვისაც.

მესამე – მინდა, ჩემი გუნდი იყოს მოტივირებული და ესმოდეს, რომ მნიშვნელოვან საქმეს აკეთებს. მუდმივად ჰქონდეს იმის სურვილი, რომ თუნდაც კვირადღეს დამირეკოს და მითხრას, ახალი იდეა მაქვს, ხომ არ განვიხილოთ.

რომ შევაჯამო – მინდა, ეს კომპანია იყოს 350-ზე მეტი ბედნიერი თანამშრომლის კომპანია, რომლებიც ძალას არ იშურებენ, რომ 1.3 მილიონ მომხმარებელს კიდევ უფრო მეტად ბედნიერად აგრძნობინონ თავი.

ჩვენი საუბარი გამოწვევების და შესაძლებლობების იდენტიფიცირებით დაიწყო და ამითვე მინდა დავასრულო – ყველაზე დიდი გამოწვევა მაინც ის არის, რომ არსებობს მთელი რიგი შესაძლებლობები, რომლებიც ჯერ არავის შეუქმნევია. **F**



მობილური ინტერნეტი

ჰუმანოიდ რობოტს ტრაპზე შეეხვდით, ბოტი ჩვენს ნაცვლად იღებს გადაწყვეტილებებს. ტექნოლოგიები გვიპყრობს. ჩვენ ვმართავთ თუ ვიმართებთ, ვერ გავგივია. ვერც ის, სამყარო გვაჩქარებს თუ ტექნოლოგიები. ციფრულ ეპოქაში ცხოვრება მაინც უფრო საინტერესოა, სხვა გამოსავალი რომ გვექნოდა მაშინაც. „შაერივით“ საჭირო ახლა მხოლოდ ინტერნეტი, რომელიც ჩქარი უნდა იყოს, ე.ი მობილური.

ავტორი: ნინო შუბიტიძე

მომხმარებლები

მობილურ ინტერნეტს 3 მლნ-მდე მომხმარებელი ჰყავს.

	ჯესელი	მათიკომი	ბილაინი (ვიონი)	
H1/2018	1,147,525	958,327	763,485	აბონენტი
ზრდა (კლება)	22.9%	(2.7%)	11.4%	±6 თვე/2018
2017	933,693	984,709	685,335	აბონენტი
ზრდა (კლება)	(10.5%)	5.8%	37.5%	±5/2017
2016	1,147,525	930,578	498,496	აბონენტი
ზრდა (კლება)	15.0%	16.4%	13.9%	±5/2016

ტრაფიკი

მომხმარებელი ინტერნეტის ოდენობა მნიშვნელოვანი ზრდის ტენდენციას წელსაც ინარჩუნებს.

	მათიკომი	ჯესელი	ბილაინი (ვიონი)	
H1/2018	14 200	9 800	7 000	ტერაბაიტი
2017	45.8%	31.6%	22.6%	
2016	31,309.36	16,029.76	13,435.59	ტერაბაიტი

ტერაბაიტებში

მნიშვნელოვნად იზრდება მობილური ინტერნეტის ტრაფიკი. იანვარ-ივნისში (H1/2018) 31 000 ტერაბაიტამდეა გენერირებული (H1/2017 – 26.352 ტბ; +17.6%Y.Y)

	მათიკომი	ჯესელი	ბილაინი (ვიონი)	
H1/2018	14 200	9 800	7 000	ტერაბაიტი
ხვ. წილი	45.8%	31.6%	22.6%	
2017	31,309.36	16,029.76	13,435.59	ტერაბაიტი
ზრდა (კლება)	82%	77.8%	227%	±5/2017
2016	17,242.56	9,229.01	4,108.53	ტერაბაიტი
ზრდა (კლება)	100%	100%	4845	±5/2016

ინტერნეტშემოსავლები

მობილური ინტერნეტბარის შემოსავლებს, დიდი ცდომილების ალბათობის გათვალისწინებით, მარეგულირებელი არ ითვლის. თუ კომპანიების შემოსავალს, პირობითად, მხოლოდ ჰომოგენური პაკეტის ფასის მიხედვით გამოვივლით, მივიღებთ შემდეგ არაზუსტ მონაცემებს:

	მათიკომი	ჯესელი	ბილაინი (ვიონი)	შემოსავალი
H1/2018	30.4 მლნ	21 მლნ	16 მლნ	
ხვ. წილი	32	18	21	ARPU

წყარო: კომუნიკაციების ეროვნული კომისია

მობილური ოპერატორების აბონენტები და ARPU

მობილური კავშირგაბმულობის ბაზარი საქართველოში საკმაოდ სწრაფად და წარმატებულად ვითარდება. ბაზარი ბოლო 5 წელია, 4-დან 5.2 მილიონ აბონენტს მოიცავს, მობილური ოპერატორებს კი მათ გადასაბირებლად მრავალფეროვანი სერვისებისა და შეთავაზებების მიწოდება უწევთ.




მობილური ბაზარი საქართველოში საკმაოდ კონკურენტუნარიანია, დღეისთვის ბაზარზე 5 მობილური ოპერატორი ოპერირებს. 2018 წელის ივნისის თვის მონაცემებით, მათ 4,880,155 მილიონი აბონენტი ჰყავდათ. 6 თვეში ჯამური შემოსავალი 229.27 მლნ ლარს აჭარბებს.

Forbes-ის ფოკუსში 3 კომპანია მოხვდა, რომელთაც მობილური ბაზრის 99%-ი უჭირავთ. აბონენტების რაოდენობა შემცირებული აქვს მაგთის, რომელსაც ბაზრის 40% უჭირავს და ვიონი საქართველოს (22%). აღსანიშნავია, რომ ჯეოსელის (ბაზრის 37%) აბონენტების რაოდენობა 4%-ითაა გაზრდილი.

მეორე კვარტალში აბონენტისაგან მიღებული ყველაზე მაღალი საშუალო შემოსავალი (ARPU) მაგთის აქვს. ხუთივე ოპერატორის ჯამური ARPU 7.38 ლარი იყო, რაც საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია.

ავტორი: ნათია თამთაშიშვილი

აბონენტების რაოდენობა კომპანიების მიხედვით

კომპანია	ივნისი/2018	2017	2016	ცვლილება
 მაგთი	1,963,137	2,161,624	2,163,324	▼
 ჯეოსელი	1,803,218	1,800,582	1,938,650	▲
 ვიონი საქართველო	1,097,878	1,518,486	1,394,420	▼
ჯამი	4,864,233	5,480,692	5,496,394	▼

აბონენტების რაოდენობა კომპანიების მიხედვით

კომპანია	Q2 /2018	Q2/2017	2017	ცვლილება
 მაგთი	8.67	8.67	7.99	▲
 ჯეოსელი	7.53	7.53	7.65	▲
 ვიონი საქართველო	4.99	4.99	4.49	▲

ქართული ჯანმრთელობა ფრანგული სახელით

რძისა და მისი პროდუქტების მწარმოებელი პირველი და ბაზარზე ლიდერი კომპანია „სანტე ჯი ემ თი პროდუქტები“ არსებობის 21-ე წელს და ბალანსზე 120 სხვადასხვა ტიპისა და დასახელების პროდუქტს ითვლის. პირველი იყო რძე, ბოლო - დასალევი მაწონია, რა იქნება შემდეგი, ჯერ ინტრიგად რჩება, თუმცა „120 რომ 120-ად არ დარჩება“ - ეს „სანტეს“ გენერალურმა დირექტორმა, ერეკლე გამყრელიძემ, Forbes Georgia-ს უკვე უთხრა.

ავტორი: ხათუნა ხვედელიძე
ფოტო: ნიკა ფანიავილი



პროდუქციის მაღალი ხარისხი და არჩევანის მრავალფეროვნება - ბაზარზე ლიდერის პოზიციის შესანარჩუნებლად მთავარი აღმოჩნდა, თუმცა ბოლო 20 წელი „სანტემაც“ იგივე გზა გაიარა, რაც ქვეყანამ, თავისი სირთულეებითა თუ სიკეთეებით - ეკონომიკური კრიზისი, შემდეგ სწრაფი განვითარება და მისი თანამდევნი არაჯანსაღი კონკურენცია... კომპანიამ გაყიდვების გასაზრდელად და ბაზარზე პოზიციების შესანარჩუნებლად რებრენდინგი რამდენიმე ეტაპად განახორციელა, მუდმივმა ინოვაციებმა კი მუდმივ წარმატებასთან დააკავშირა და დღეს „სანტე ჯი ემ თი პროდუქტები“ ქართული ბაზრის 45%-ს ემსახურება.

ადგილი, სადაც „სანტე“ იწყება, თავად „სანტემდე“ დაიწყო - ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 60-იან წლებში. რვა ჰექტარ მიწის ფართობზე განლაგებული ქარხანა საბჭოთა საქართველოში რძის შემგროვებელი, მწარმოებელი და გადამამუშავებელი ყველაზე დიდი საწარმო იყო, სახელწოდებით „თბილრძე“, რომელიც „საქრძის“ შემადგენლობაში შედიოდა. ქვეყნის დამოუკიდებლობამ ბიზნესის დამოკიდებულებები შეცვალა და 1991-97 წლებში ქარხნის მუშაობა წარუმატებელი აღმოჩნდა, წარმოებას შეწყვიტა და მასშტაბიც. 1997 წელს მისი პრივატიზება მოხდა - ქარხანა ქართველმა და ამერი-

კელმა ინვესტორებმა შეიძინეს და მას შემდეგ საბჭოთა „თბილრძის“ ისტორიას თანამედროვე „სანტე“ აგრძელებს.

ძველი საბჭოთა ქარხნისგან ტერიტორიის გარდა დღეს აღარაფერი დარჩა. აღმოსავლეთით თბილისის გასასვლელისკენ მიმავალს თანამედროვე, მოდერნიზებული, ამერიკულ-ევროპული სტანდარტებით, სიმძლავრეებითა და მანქანა-დანადგარებით აღჭურვილი ქარხანა დამხვდა. მასპინძელი მომიყვა, რომ გადაიარაღების პროცესი არც მარტივი იყო და არც ხანმოკლე. პირველი ინვესტიციის პირველი რამდენიმე მილიონი სწორედ საწარმოს გათანამედროვეებას დასჭირდა. „იდეალურობამდე პერსპექტიული ადგილი იყო და კომპანიის მფლობელებმა განვითარებისათვის საუკეთესო გარემო ამ ტერიტორიაზე დაინახეს“, - მიყვება ერეკლე გამყრელიძე, რომელიც ჯერ მხოლოდ 32 წლის არის, მაგრამ უკვე ათი წელია, „სანტეს“ გუნდის ნაწილია.

„სანტეს“ შექმნა „ჯი ემ თი“ ჯგუფს უკავშირდება. კომპანიის სრული სახელი „სანტე ჯი ემ თი პროდუქტებიც“ აქედან მოდის. თუმცა თავად ბრენდის სახელს ცალკე ისტორია აქვს.

როცა ფიჭრი რძის პროდუქტებთან ასოციაციებს ეძებდა, პირველი ნაპოვნი ასოციაცია „ჯანმრთელობა“ იყო. საინტერესო ჟღერადობის მიუხედავად კი შემქმნელები ფრანგულ ენამდე მიიყვანა და ასე დაურქვა ქართული რძის პროდუქტ-



ერეკლე გამყრელიძე

ბის მწარმოებელ კომპანიას სახელი: ქართულად - „ჯანმრთელობა“, ფრანგულად - „სანტე“. კომპანიის ლოგო საფრანგეთის სახელმწიფო დროშის ფერებში „გადაწყდა“ და წლების მერე, როგორც აღმოჩნდა, კომპანიის ბედიც.

სიმბოლური დამთხვევა იყო, დამსახურებული შედეგი თუ, უბრალოდ, ბედის ამბავი, 2016 წელს „სანტე“ მსოფლიოში ყველაზე მსხვილმარძის პროდუქტების მწარმოებელმა ფრანგულმა კომპანია „ლაქტალისმა“ შეიძინა. ასე შეხვდ-

ნენ ერთმანეთს ფრანგული სახელი და ფრანგი მფლობელები. „სანტეს“ 85 პროცენტს ახლა სწორედ „ლაქტალისი“ ფლობს, რომელსაც წელიწადში E18-მილიარდიანი ფინანსური ბრუნვა უფიქსირდება.

კომპანია „ლაქტალისი“ 1933 წელს საფრანგეთში, ანდრე ბენიემ დააარსა. დღეს ჯგუფი ბევრი წარმატებული საერთაშორისო ბრენდის მფლობელია. მათ შორისაა „პრეზიდენტი“, „პარმალატი“ და ახლა უკვე ქართული „სანტე“-



„ჩვენს გავზდით მსოფლიოში ყველაზე მსხვილი მწარმოებელი კომპანიის საამაყო ნაწილი“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე, რომელიც „სანტეში“ 2009 წელს, მას შემდეგ მივიდა, რაც შვეიცარიასა და დიდ ბრიტანეთში, კვების წარმოების მიმართულებით ბიზნესმენჯემენტი შეისწავლა, პროფესიული კარიერის მომავალზე ფიქრში „სანტეს“ შეთავაზება წამოეწია და სამშობლოში დაბრუნებული, შეიძლება ითქვას, პირდაპირ პროფესიითაც დასაქმდა. კონკრეტული პროექტის მენეჯრობიდან გზა ჯერ გენერალური დირექტორის მოადგილეობამდე მივიდა, შემდეგ კი თავად გენერალური დირექტორის სავარძლამდე. ასე რომ „სანტე“ ერეკლე გამყრელიძისთვის საქართველოში პირველი და ჯერ ერთადერთი სამსახურია.

„ჯი ემ თი ჯგუფში“ მის მისვლას ის პერიოდი დაემთხვა, როცა 2010 წელს „სანტეში“ „ოპეკმა“ 10-მილიონიანი ინვესტიცია განახორციელა - განვითარებაზე ორიენტირებული კრედიტი. ერეკლე გამყრელიძეს ამ პროექტის ხელმძღ-

ვანელობა დაევალა. სწორედ ამ პერიოდში გაიზარდა „სანტეს“ ასორტიმენტი, გაუმჯობესდა რძის შეგროვების სისტემა, მხოლოდ 2 მილიონი დოლარი რეგიონებში რძის მოსაგროვებელი პუნქტების გასახსნელად დაიხარჯა და საბოლოო ჯამში მომავალზე ორიენტირებული ხედვითა და უზუსტესი შეთავაზებებით პროექტმა გაამართლა. „სანტემ“ კი ოპეკისგან მსოფლიოში საუკეთესოდ განხორციელებული პროექტისთვის სპეციალური ჯილდო მიიღო.

კომპანიისა და საკუთარი ისტორიის თხრობის პარალელურად ერეკლე გამყრელიძე ქარხნის მუშაობის ნიუანსებს მაცნობს. რძის შეგროვება, ჩაბარება, მოტანა და გადაამუშავება აქ ყოველდღიური პროცესია. შეგროვებული რძე ქარხანაში მისვლამდე რამდენიმე ლაბორატორიულ შემოწმებას გადის, შემდეგ ხდება მისი პასტერიზაცია, დამუშავება და სხვადასხვა დედოების დამატებით რძისგან მაწონი, იოგურტი, კარაქი, ყველი, ხაჭო თუ არაჟანი ჩნდება, ძირითადად ტრადიციული ქართული მეთოდოლოგი-

ით - მაგალითად, მაწონი ენდემურად ქართული დედოთი ქართულად მზადდება. „ჩვენი მიზანია, რომ მაქსიმალურად ყველაფერი, რაც კი გამოიყენება წარმოებაში, სადაც ამის შესაძლებლობა არსებობს, ქართული იყოს“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე და მაგალითად „სანტეს“ ერთ-ერთი ბოლო ნაწარმი, ბოთლის დასალევი მაწონი მოჰყავს, რომელიც, ფაქტობრივად, აღდგენილი ტრადიციას. საბჭოთა პერიოდის შემდეგ თაროებზე ძველი გემო დაბრუნდა.


რეგიონებში განთავსებული რძის შემგროვებელი 15 პუნქტიდან „სანტე“ ყოველწლიურად 10 მილიონ ლიტრზე მეტ რძეს იბარებს. კომპანიის ინფრასტრუქტურაც და თანამედროვე სადისტრიბუციო ქსელიც მალეუჭებად პროდუქტზე იდეალურადაა მორგებული: საწყობები, მანქანები, მაცივრები და ადამიანური რესურსი იმაზეა ორიენტირებული, რომ რძის მიღებიდან რამდენიმე დღეში წარმოებული პროდუქტი მაღაზიამდე სწრაფად და შეუფერხებლად მივიდეს. ამაზე კი „სანტეს“ 500-კაციან გუნდთან ერთად 2000-ზე მეტი კონტრაქტორი ზრუნავს. „არა აქვს მნიშვნელობა, სად ვართ, ძროხის მოწველიდან მესამე დღეს პროდუქტი უკვე თაროზე უნდა იდოს. მთავარია, რომ ცივი მიწოდების ციკლი იყოს დაკული“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე.

როგორც ირკვევა, „სანტეს“ ძირითადი შემადგენლობა კომპანიასთან ერთად გაიზარდა და განვითარდა. ქართული ბაზრის სირთულეებს და კონკურენციას ფეხი ერთად აუწყებს. მაღალი ხარისხი, საინტერესო შეთავაზება, მისაღები ფასი და მუდმივი სიახლეები - ბაზარზე „სანტეს“ დომინანტობას განაპირობებს, თუმცა გამოწვევები მაინც რჩება. ერთ-ერთი ასეთი - არარეგულირებადი ბაზარია. „ჯანსაღი კონკურენციის პირობებში მოგებული რჩება ყველა - როგორც კომპანია, ისე მომხმარებელი, თუმცა დღეს ჩვენი მთავარი კონკურენტები არაკეთილსინდისიერი მეწარმეები არიან, რომლებიც რეგულაციებს არ ექვემდებარებიან“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე და მაგალითად ყველის ბაზარი მოჰყავს. ყველის, რომელიც საქართველოში ერთ-ერთი ყველაზე მოხმარებადი პროდუქტია. ერთ სულ მოსახლეზე დაახლოებით 19 კგ-ს ითვლიან და ამ ფონზე ბრუნდირებული ყველის წილი ბაზარზე ძალიან მცირეა.

ასე რომ, კომპანიის პრიორიტეტი ჯერ ისევ ქართული ბაზარი და ქართველი მომხმარებე-

ლია. თუმცა „სანტეს“ შორს მიმავალი გეგმა უკვე აქვს და უნიკალური ქართული სულგუნისა და გუდის ყველისთვის ალტერნატიულ ბაზარს საზღვრებს გარეთაც ეძებს. „ორიენტირი გვაქვს, რომ ქართული ყველი გაცხადოთ პოპულარული, მივცეთ მას მაღალი ხარისხი, დავენერგოთ ადგილობრივ ბაზარზე და შემდეგ საზღვარგარეთ გავიტანოთ. ისევე როგორც ქართული ღვინო, ქართული ყველიც პოპულარული უნდა გახდეს“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე.

„სანტეს“ გენერალურმა დირექტორმა საუბრისას „საქართველოს ბანკი“ არაერთხელ ახსენა. გაირკვა, რომ ოცწლიანი ისტორიის ათი წელი სწორედ „საქართველოს ბანკთან“ ერთად გამოიარა. საქმიანი ურთიერთობა წლებმა პარტნიორობაში გადაზარდა და ფინანსებთან ერთად აზრებისა და რჩევების გაზიარებამდე მიიყვანა. „ეს უფრო ორი პარტნიორის ურთიერთობაა, ვიდრე მხოლოდ გამსესხებლისა და მსესხებლის“, - ამბობს ერეკლე გამყრელიძე, რომელსაც საბრუნავი კაპიტალის გარდა ბანკისგან დღეს უკვე დამტკიცებული აქვს გარკვეული ლიმიტი, რომელსაც კომპანია საკუთარი შეხედულებებისამებრ იყენებს, რაც იმას ნიშნავს, რომ დროის ნებისმიერ მომენტში, ძალიან მარტივად და მომენტალურად მიუწვდება ხელი საკმაოდ მსხვილ კაპიტალზე.

„ჩვენთვის, როგორც ფინანსური ინსტიტუტისთვის, „სანტე“ საკმაოდ საინტერესო პარტნიორია. გარდა იმისა, რომ ამ ორგანიზაციაში ბანკი ხედავს სტაბილურ, სანდო და მზარდ კომპანიას ინვესტირებისათვის, ასევე შეიძლება ითქვას, რომ „სანტე“ დღესდღეობით არის ინოვაციური კომპანია, რომელიც სხვადასხვა საბანკო პროდუქტით სარგებლობს. მათთან თანამშრომლობისას აქტიურად ვიყენებთ სავაჭრო დაფინანსების პროდუქტებს, რაც საკმაოდ მიმზიდველი ფინანსური ინსტრუმენტია კომპანიისთვის, ასევე აქტიურად მივმართავთ სავალუტო რისკებისგან დაცვისთვის სხვადასხვა პროდუქტს, რაც ბანკისთვისაც საინტერესო მიმართულებაა“, - ამბობს „საქართველოს ბანკის“ გენერალური დირექტორის მოადგილე ვასილ ხოდელი, რომელიც დარწმუნებულია, რომ „სანტეს“ მუდმივი განახლების პროცესში „საქართველოს ბანკი“ მთავალშიც ჩართული იქნება. 



გიორგი ბიწაძე

დასვენების ჰაბის დეველოპერი

გიორგი ბიწაძის „ალიანს ჯგუფი“, გლობალურ სასტუმრო გიგანტებთან თანამშრომლობით, საქართველოს დასვენების ბიზნესში ახალ ისტორიას ქმნის.

ავტორი: სინთია პრისლი
ფოტოები: დავით ფანცულაია

„ჩვენ, „ალიანს ჯგუფი“ საქართველოს უმდიდრეს საფოსტო ინდექსებს ვქმნით“, – ამბობს წამყვანი ქართული სამშენებლო-დეველოპერული კომპანიის თანადამფუძნებელი გიორგი ბიწაძე, როცა ლამაზ ზღვისპირა ქალაქ ბათუმში თაღოვანი ფორმის ცათამბჯენის წინ ვჩერდებით. ზღვიდან მობერილი დილის ბრიზი გამამხნევებლად მოქმედებს. დილის 8 საათია, ჩემს ტელეფონში ამინდის პროგნოზის აპლიკაცია კი 25°C-სა და მზეს უჩვენებს. ახალი დღის დასაწყებად შესანიშნავი დროა დამსვენებლებისთვის, თუმცა ბიწაძისთვის ეს მორიგი სამუშაო დღეა. ამ თანამედროვე ნაგებობათა ქალაქში ბიზნესი ადრე იღვიძებს. ბათუმი 2000-იანების დასაწყისის რენესანსულ დუბაის წაგავს, ის კომპიუტერულ თამაშ SimCity-ს ერთგვარ რეალურ ვერსიასაც კი შეგვიძლია შევადაროთ. „ალიანს ჯგუფი“ ერთ-ერთი თავია ბათუმის უახლეს ისტორიაში – ისტორიაში, რომელიც ამ ქალაქის საერთაშორისო ტურისტულ ჰაბად ქცევაზე მოგვითხრობს.

„ეს „ალიანს პალასია“, პირველი ფრანშიზული პროექტი, რომელიც ჩვენმა კომპანიამ განავითარა მსოფლიოს წამყვან სასტუმრო ქსელ Marriott International-თან ერთად“, – ამბობს გიორგი ბიწაძე და ხელით იმ ახლახან დასრულებული მულტიფუნქციური კომპლექსის კენ მიმითითებს, რომლის სანახავადაც მოვედით. 41-სართულიან ცათამბჯენზე Courtyard by Marriott-ის ლოკალი ამოტვიფრული. ამ გლობალურ სასტუმრო გიგანტთან პარტნიორობით, რომელიც 127 ქვეყანაში 6,500 სასტუმროს ამუშავებს, „ალიანს ჯგუფს“ უკვე დაწყებული აქვს კიდევ ერთი მსხვილი ფრანშიზული პროექტის – „ალიანს ფრივილიჯის“ მშენებლო-

ბა, რომელიც ბათუმში Marriott-ის პირველი სუთვარსკვლავიანი სასტუმროთა წარმოდგენილი.

„თანამედროვე სტანდარტების უძრავი ქონების მშენებლობით, ჩვენ ამ ქალაქს ინვესტორის გლობალურ რუკაზე ვათავსებთ“, – ამბობს გიორგი ბიწაძე.

ბოლო 13 წელიწადში „ალიანს ჯგუფს“ ბათუმში 20-ზე მეტი ფართომასშტაბიანი პროექტი აქვს განხორციელებული, მათ შორის, მოდური სასტუმრო-აპარტამენტები სანაპიროს გასწვრივ, ბულვარზე, რომელიც ევროპაში ყველაზე გრძელი ბულვარია. 53 წლის გიორგი ბიწაძე – სერიული ანტრეპრენიორი გვიან 80-იანებიდან – საქართველოს სამშენებლო-დეველოპერულ სექტორს ქვეყნის ერთ-ერთ ყველაზე პერსპექტიულ სექტორად მიიჩნევს. „ალიანს ჯგუფის“ მიერ ათვისებულ პუნქტებს შორის ყველაზე მაღალი წერტილი გოდერძის ახალი სათხილამურო კურორტია.

„ჩვენ აქ, ზღვის დონიდან 2,000 მეტრზე, პირველი მშენებელი-დეველოპერები ვართ“, – აღნიშნავს ბიწაძე. მისი კომპანია მუშაობს პროექტზე, რომელიც Ramada Hotel-ის ფრანშიზს წარმოადგენს და რომელშიც კიდევ ერთი განთქმული საერთაშორისო სასტუმრო ქსელი, Wyndham Hotel Group-ია ჩართული, ეს უკანასკნელი კი 78 ქვეყანაში 8,000 სასტუმროს ამუშავებს. აჭარის ზღვისპირა და მა-



ღალმთიანი რჩეული კურორტების შემდეგ „ალიანს ჯგუფი“, თავისი დეველოპერული აქტივობებით, საქართველოს დედაქალაქში ფართოვდება. თბილისში კომპანია „ალიანს ჰაილაინს“ აშენებს - პრესტიჟულ მულტიფუნქციურ კომპლექსს, რომელიც Wyndham Garden Hotel-ით არის წარმოდგენილი. სასტუმრო სექტორთან ერთად, სასტუმრო-აპარტამენტების ბიზნესი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე, „ალიანს ჯგუფი“ კი სასტუმრო-აპარტამენტების წამყვანი დეველოპერია. კომპანიის პრემიუმ-აპარტამენტები ე.წ. გაცვლითი დასვენების მსოფლიოში წამყვანი საერთაშორისო ქსელის, RCI-ის, გლობალურ ქსელშია ჩართული. „ამ ზაფხულიდან ჩვენს აპარტამენტების მესაკუთრეებს სასიამოვნო საჩუქარი ელით - საზღვარგარეთ უმაღლესი კლასის მოგზაურობა“, - აცხადებს ბიწამე.

ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე ნაყოფიერი ინდუსტრიაა საქართველოში. 2006-იდან 2017 წლამდე პერიოდში საქართველო მესამე ადგილზე იყო მსოფლიოში სტუმართა რიცხვის ზრდის ტემპის მიხედვით. იმის გათვალისწინებით, რომ RCI-ის ქსელში 4 მილიონი ოჯახია გაწევრიანებული, დასვენების ადგილობრივ ინდუსტრიას ისტორიული შანსი ეძლევა, გლობალური ცნობადობა მოიპოვოს. ამჟამად RCI-ის ქსელი საქართველოში „ალიანს პალასს“ მოიცავს, 1,000-ზე მეტი აპარტამენტით, და მალე - მშენებლობის დასრულებისთანავე - ქსელს 700-ზე მეტი აპარტამენტის მქონე „ალიანს ჰაილაინსი“ შეუერთდება.

Alliance Group-ს \$210 მილიონის ტოლფასი ინვესტიცია აქვს განხორციელებული საერთაშორისოდ აღიარებულ ოთხ მიმდინარე პროექტში („ალიანს პალასი“, „ალიანს ფრივილიჯი“, „ალიანს



Alliance Privilege
ბათუმი, საქართველო

რიზორტი და "ალიანს ჰაილანდი") და ადგილობრივ ბაზარზე, მთავარ ქართულ ბრენდადაც გვევლინება სამშენებლო-დეველოპერულ და სასტუმრო სექტორში. 2005-იდან მოყოლებული, უკვე დასრულებულ პროექტებში კომპანიას \$200 მილიონი აქვს დაბანდებული. კომპანიისა და მისი ხედვების უკეთ გასაცნობად, FORBES Georgia-მ პატარა ინტერვიუ ჩაწერა კომპანიის თანადამფუძნებელ გიორგი ბიწაძესთან.

ყურადღებას, პირველ ყოვლისა, თანამედროვე არქიტექტურა იპყრობს. რაში მდგომარეობს Alliance Group-ის ცათამბჯენების უნიკალურობა ექსტერიერისა და ინტერიერის დიზაინის თვალსაზრისით?

ექსკლუზიური არქიტექტურა ჩვენი ხელწერაა. „ალიანს ჰაილანდისა“ და „ალიანს პალასის“ პროექტებმა შერეული არქიტექტურისა და რეზიდენციული არქიტექტურის მაღალი ნაგებობების კატეგორიაში გაიმარჯვეს European Property Awards 2017-2018-ზე - მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე პრესტიჟულ ინდუსტრიის ღონისძიებაზე. ჩვენ მტკიცედ ვართ ორიენტირებულები ინოვაციურ დი-

ზაინზე. ეს ორიენტაცია კი ნათლადაა გამოხატული ჩვენს უახლეს პროექტში, სანაპირო ცათამბჯენ Alliance Privilege-ში, ზღვასთან შერწყმული თეთრი ექსტერიერით. ნაგებობის განსაკუთრებლობა რომ დაინახო, აუცილებელია, შინ იგრძნო თავი. „ალიანს ჯგუფის“ რიზორტებს ექსკლუზიური არქიტექტურა ახასიათებთ. რაც შეეხება ინტერიერის დიზაინს, იტალიურ კომპანია D73-სთან ვთანამშრომლობთ. ამას წინათ დიზაინერი ანდრეა ვიგანო თავად ეწვია „ალიანს ჰაილანდის“ სამშენებლო მოედანს და უკვე დასრულებულ „ალიანს პალასის“ კომპლექსს. „ალიანს ჯგუფის“ უძრავი ქონების მფლობელებსა და მოიჯარეებს მალე ექნებათ შესაძლებლობა, თავად იგრძნონ ამ მსოფლიო დონის იტალიელი არქიტექტორის დიზაინით შექმნილ ბინებში ცხოვრების ხიბლი.

როგორ მიიზიდა ბათუმმა Marriott-ი, რომელიც ახალი ლოკაცია გახლდათ სასტუმრო ბაზრის მსოფლიოში წამყვანი მოთამაშისათვის?

Marriott International-ს მსოფლიო მასშტაბის გამოცდილება აქვს და მას მხოლოდ ხარისხიანი პროექტით ვერ გააკვირვებ, თუ ის საერთაშორისოდ მიზიდველ ადგილას არ მდებარეობს. ბათუმი კი სწორედ ასეთი ადგილია. როცა საერთაშორისო კომპანიასთან თანამშრომლობას ვიწყებთ, კომპლექსურ გარიგებას ვთავაზობთ - ხარისხიან პროექტსა და მის შესაძლებლობებს კონკრეტული ადგილის კონტექსტში. ამ პატარა საპორტო ქალაქში, რომლის მოსახლეობა მხოლოდ 180,000-ს შეადგენს, წელიწადში 2 მილიონი საერთაშორისო ტურისტი სტუმრობს. კარგად განვითარებული სათამაშო ბიზნესის გამო ბათუმს „შავი ზღვის ლას-ვეგასს“ უწოდებენ. აქ უამრავი გასართობი პლატფორმაა: ღამის კლუბები, რესტორნები, კაფეები და ბარები, ისევე როგორც საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროები. „ალიანს ჯგუფს“ დიდი წვლილი აქვს შეტანილი ბათუმის განვითარებაში. 2005 წელს ამ ქალაქში ჩვენ პირველი თანამედროვე საცხოვრებელი ნაგებობა ავაშენეთ. მოგვიანებით მივხვდით, რომ უფრო ფართო ბიზნესს მოდელზე უნდა გვემუშავა, რომელიც ჩვენი ადგილობრივი პროექტებისთვის უცხოელ ინვესტორებს მოიზიდავდა. 2008-ში, და პირველად საქართველოში, „ალიანს ჯგუფმა“ სასტუმრო-აპარტამენტების კონცეფცია ჩაუშვა, რამაც იმუშავა. ეს იყო ბათუმის რენესანსის ნაწილი. ქალაქში უამრავი ახალი შენობა გაჩნდა. ტურიზმისა და რეგიონალური ბიზნესის საერთაშორისო რუკაზე მოქცეული ბათუმი მზად იყო მსოფლიო სასტუმრო ბრენდებისგან გამოწვევის მისაღებად. ეს გამოწვევა, ნაწილობრივ, პირადად ჩვენ ვიკისრეთ. 2015-ში, Marriott International-თან პარტნიორობით, მულტიფუნქციური კომპლექსის მშენებლობა წამოვიწყეთ, რომელიც პრემიუმ-აპარტამენტებისა და საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროს (Courtyard by Marriott-ის) კომბინაციას წარმოადგენს. „ალიანს პალასის“ მშენებლობა ამ შემოდგომაზე დასრულდება, სასტუმრო კი ექსპლუატაციაში 2019-ის აპრილში შევა. წელს უკვე განვაცხადეთ ახალი პროექტის - ბათუმის „ალიანს ფრივილიჯის“ შესახებ, რომელიც 160-ნომრიან Marriott-ის სასტუმროს უმასპინძლებს. ამ 54-სართულიანი, ულტრათანამედროვე მულტიფუნქციური



Alliance Palace
ბათუმი, საქართველო

კომპლექსის მშენებლობა 2020-ში დასრულდება. მსგავსი მაღალი კლასის სამშენებლო-დეველოპერული პროექტები ბათუმს მომავლის ქალაქად აქცევს.

Alliance Palace-ისა და თქვენი კომპანიის მიერ შექმნილ სხვა უძრავ ქონებათა ერთ-ერთი მთავარი მიმზიდველობა სასტუმრო-აპარტამენტების კონცეფციაში მდგომარეობს. როგორ მუშაობს ეს კონცეფცია?

დღეს ბათუმი დასასვენებელი უძრავი ქონების ბიზნესის რეგიონალურ შაბს წარმოადგენს. „ალიანს ჯგუფის“ აპარტემენტების მესაკუთრეების 80%-მდე უცხოეთის მოქალაქეები არიან. საერთაშორისო ინვესტორები საქართველოს ერთ-ერთ ყველაზე მიმზიდველ ბაზრად მიიჩნევენ უძრავი ქონების შესაძენად. ადგილობრივი ლიბერალური პოლიტიკა შესაძლებელს ხდის, \$35,000-ზე მაღალი ღირებულების მქონე საკუთრების შეძენის საფუძველზე დროებითი ბინადრობის ნებართვა მოიპოვო. მეტროპოლისებთან შედარებით, უძრავი ქონება საქართველოში იაფია. ყველა შესაძლებლობის ინვესტორებისთვის, იქნება ეს საერთაშორისო თუ ადგილობრივი ინვესტორი, სასტუმრო-აპარტამენტების ბაზარი საქართველოში კარგი ბიზნესია, ამ თვალსაზრისით კი ყველაზე პერსპექტიული ქალაქი ბათუმია. გარდა ამისა, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სარგებელი, რასაც კი ჩვენი აპარტამენტების მესაკუთრე იღებს, კომერციული სარგებელია: თუ

მესაკუთრე საერთაშორისო მენეჯმენტ-კომპანიას თავისი უძრავი ქონების გაქირავების ნებას მისცემს, ის ქირიდან შემოსავალს მიიღებს და გარდა იმისა, რომ 4-5 წელიწადში სწრაფ საინვესტიციო მოგებას ნახულობს, ის ფლობს უძრავ ქონებას, რომლის ფასი მუდმივად იზრდება: მაგალითად, „ალიანს პალასის“ პრემიუმ-აპარტამენტის საწყისი ფასი 210%-ითაა გაზრდილი.

„ალიანს რიზორტის“ კომპლექსის ფარგლებში Ramada Hotel-ი პირველია, რომელიც გოდერძიზე ვითარდება. რა არის ის მთავარი მახასიათებლები, რაც ამ მიმდინარე პროექტში - საქართველოს სამთო-სათხილამურო კურორტში დაინახვს ევროპის ყველაზე სწრაფად მზარდი სასტუმრო ბრენდის მფლობელებმა?

გოდერძის კურორტს უნიკალური ადგილმდებარეობა აქვს - ზღვის დონიდან 2,000 მეტრზე მოქცეული, აჭარის მთებშია ჩაკარგული, არადა, შავი ზღვის სანაპიროს მხოლოდ 100 კილომეტრი აშორებს. ამ მთელი წლის მანძილზე მომუშავე კურორტის მთები ნოემბრიდან აპრილამდე თოვლით არის დაფარული. იქაურობა საქართველოში ყველაზე თოვლიანი კურორტის სახელითაა ცნობილი (აქ თოვლის საფარი სამჯერ უფრო ღრმაა, ვიდრე ბაკურიანის ან გუდაურის სათხილამურო კურორტებზე). სწორედ ესაა, რაც Wyndham Hotel Group-ს გოდერძიში მოსწონს - მისი ხელუხლებელი ბუნება, არაჩვეულებრივი ხედვები და ოთხი სეზონი,



Alliance Highline
თბილისი, საქართველო

რაც საკმაოდ იშვიათი რამაა სამთო-სათხილამურო კურორტებზე. ეს ექვსსართულიანი მომავლის ტრენდი, „ალიანს რიზორტი“, 2020 წელს გაიხსნება, და შესაძლებლობა ექნება, ნებისმიერ დროს 250 სტუმარს ერთდროულად უმასპინძლოს.

„ალიანს ჰაილაინს“ ბანერები მოელ ცენტრალურ თბილისში გვხვდება. „ალიანს ჯგუფმა“ ბიზნესაქტივობების გადატანა დედაქალაქის ყველაზე პრესტიჟულ უბანში, ვაკეში დაიწყო. გვიამბეთ იმ სამი ცათამბჯენის შესახებ, რომელთაც Wyndham Hotel Group-თან პარტნიორობით აშენებთ.

0179 - ამ ყველაზე ცნობილი საფოსტო ინდექსის ქვეშ, ჭავჭავაძის 49-ში, მულტიფუნქციურ კომპლექსს, „ალიანს ჰაილაინს“, ვაშენებთ. ეს პრემიუმ-კლასის პროექტი, თავისი მასშტაბებითა და ტრენდული არქიტექტურით, ერთობ შთამბეჭდავია. ეს სამნაგებობიანი კომპლექსი, რომელიც მალე თბილისის ერთ-ერთ ღირსშენიშნაობად იქცევა, 40- და 33-სართულიანი პრემიუმ აპარტამენტების ცათამბჯენებისა და 26-სართულიანი შერეული ტიპის თაუერისგან შედგება, სადაც Wyndham Garden Hotel-ი და აპარტამენტები იქნება განთავსებული. საერთაშორისო სასტუმრო ბრენდი ვაკეს დედაქალაქის ახალ ტურისტულ ცენტრად აქცევს. მსოფლიოს უდიდესი სამოგზაურო ვებგვერდის, TripAdvisor-ის თანახმად, თბილისი ერთ-ერთი „ამომავალი დანიშნულების ჰა-

ბია“. ამდენად, ქალაქის სასტუმრო სექტორს სახე უნდა ვუცვალოთ და ტურისტებისთვის ახალი მარშრუტები შევქმნათ. რუსთაველის გამზირი, რომელიც ტურიზმის მთავარ ცენტრსა და ქალაქის განთქმულ ღირსშენიშნაობებთან ახლო მდებარე ცენტრალურ ქუჩას წარმოადგენს, თავის პოზიციას, ცხადია, შეინარჩუნებს. თუ გავითვალისწინებთ, რომ თბილისში 20-მდე საერთაშორისო ბრენდის სასტუმრო შენდება, ან მათი მშენებლობა იგეგმება, ახალი ადგილების აღმოჩენა მნიშვნელოვანი ხდება. ჩვენ საუკეთესო ალტერნატივას ვეძებდით და არჩევანი ჭავჭავაძის გამზირზე შევარჩიეთ - წყნეთის ტყეებთან ახლო, წყნარ და მწვანე ტერიტორიაზე. რეზიდენციული, სასტუმრო-აპარტამენტებისა და სასტუმროს კონცეფციის უნივერსალური გეგმარების გამო, „ალიანს ჰაილაინს“ საუკეთესო არჩევანია როგორც ოჯახებისთვის, ასევე ბიზნესმენებისა და ტურისტებისთვის. ამ ელიტური კომპლექსის პროექტში ყოველ დეტალს დიდი ყურადღება ეთმობა და თანამედროვე მოქალაქის მოთხოვნებზეა მორგებული: ოთახების გასაღებების ნაცვლად - ბარათები; კონსიერჟისა და ტექნიკური პერსონალის მომსახურება, სპა-ცენტრი, საცურაო აუზი, სპორტდარბაზი, ოთხსართულიანი მიწისქვეშა ავტოსადგომი - ყველა კეთილმოწყობილობა, რასაც კი წამყვან ვეროპულ მულტიფუნქციურ კომპლექსებში შეხვდებით. „ალიანს ჰაილაინს“ მსგავსად, ყველა ჩვენი უძრავი ქონება ულტრათანამედროვე სტანდარტებისაა. ჩვენი ფლაგმანი პროექტი თბილისში 2019 წელს დასრულდება, ხოლო Wyndham Garden



Goderdzi Ski Resort
გოდერძი, საქართველო


Hotel-ი კომპლექსში ერთი წლის შემდეგ გაიხსნება.

ამას წინათ „ალიანს ჯგუფმა“ გააკეთა განცხადება ექსკლუზიური შეთავაზების შესახებ მისი აპარტამენტების მესაკუთრეებისთვის - ე.წ. გაცვლითი დასვენება მსოფლიოს წამყვან კურორტებზე. რას ნიშნავს ქვეყნისთვის, თქვენი კლიენტებისა და კომპანიისთვის ეს უპრეცედენტო ხელშეკრულება გაცვლითი დასვენების გლობალურ ლიდერ RCI-სთან?

საქართველოს შესვლა RCI-ს ქსელში, რომელიც მთელი მსოფლიოდან თითქმის 10 მილიონ პოტენციურ ტურისტს აერთიანებს, მნიშვნელოვანი ახალი ამბავია ქვეყნისათვის. ადგილობრივ დასვენების ინდუსტრიაში ჩვენ ინოვაციის ახალ სტანდარტებს ვაწვებთ. ეს არაჩვეულებრივი სიურპრიზია ჩვენი აპარტამენტების მესაკუთრეებისთვის, რომელთაც სანუქრად გადაეცათ გაცვლითი დასვენების შესაძლებლობა საერთაშორისო კლასის 4,300-ზე მეტ კურორტზე მსოფლიოს 110 ქვეყანაში. „ალიანს ჯგუფის“ მიერ შექმნილი უძრავი ქონება „ოქროს გვირგვინის“ სტატუსით სარგებლობს, რაც დამატებით 200 ელიტურ დასასვენებელ პუნქტს ნიშნავს. ის, რაც სიახლეა საქართველოსთვის 40-ზე მეტი წლის წარმატების ისტორიას ითვლის მსოფლიოში. „ალიანს ჯგუფისთვის“ RCI-სთან თანამშრომლობა ახალი გამოწვევაა, რომელსაც თავდაჯერებულად ვართმევთ თავს. „ალიანს ჯგუფის“

რიზორტებისა და ჩვენი ქვეყნის სარეკლამო კამპანია უკვე დაწყებულია RCI-ის სხვადასხვა პლატფორმაზე, პირველი დამსვენებლები ამ გლობალური ქსელით სარგებლობას 2018 წლის ზაფხულში შეძლებენ.

რა იქნება „ალიანს ჯგუფის“ შემდეგი ნაბიჯი?

„ალიანს ჯგუფი“ რამდენიმე დეველოპერული იდეის შეთავაზებას გეგმავს როგორც არსებული, ისე მომავალი მომხმარებლებისთვის. აპარტამენტების მესაკუთრეები პრივილეგიის ბარათებს (Privilege Cards) მიიღებენ ახლად დაფუძნებული „ალიანსის პრივილეგირებული კლუბისგან“ (Alliance Vacation Club), რომელიც მათ მსოფლიოში მოგზაურობის კარს გაუღებს. ამასთან, ისინი ფასდაკლებებსა და სხვა ბონუსებს მიიღებენ რიგი კომპანიებისგან, რომლებიც მთელ საქართველოში საუკეთესო სერვისებსა და ფუფუნების პროდუქტებს ქმნიან. მათ რიცხვში იქნება საუკეთესო რესტორნები, კლინიკები, გასართობი ცენტრები, სილამაზის სალონები, მოდის მაღაზიები, ავტოცენტრები და მრავალი სხვა. რაც შეეხება სამომავლო პროექტებს, გეგმაში კვლავ კონცეპტუალური პროექტები გვაქვს, თუმცა სხვადასხვა ტიპის ინვესტორთათვის ახალი კონცეფციის შექმნასაც ვაპირებთ. შესაბამისად, „ალიანს ჯგუფის“ შემდეგ ნაბიჯებს, როგორც ყოველთვის, განახლება, ინოვაცია და განვითარება წარმოადგენს. ასე რომ, დაელოდეთ ჩვენს სიახლეებს! 

მონასწივეთა ფერმა

გადაარჩენს სილიკონის ხეობის სტარტაპი ამერიკის პატარა ფერმებს? ამის გასარკვევად Farmers Business Network-მა თითქმის \$200 მილიონი მოიზიდა... მაგრამ „დიდი სოფლის მეურნეობა“ კონტრიერში იწყებს.

ავტორი: მინი ფელდმენი

ფერმერ მარკ გეთის სახლი ლუვერში (მინესოტა) მდებარეობს - სიუ-ფოლზიდან (სამხრეთი დაკოტა) სოფლის გზებით 30 მილის სავალზე. ქვეყნის შუაგულში მდებარე ამ მიწაზე, 10,000 აკრზე, გეთს - ბოტებსა და ლურჯ პერანგში გამოიწყოილ ახოვან კაცს - სიმინდი და სოია მოჰყავს, რაშიც ცოლი, ლეა, და ვაჟები, დალტონი და სტეტსონი, ეხმარებიან. მართალია, მისი ფერმა საშუალოზე დიდია, ის შევიწროებულად გრძნობს თავს ნედლეულის დაბალი ფასებისა და თესვებზე, პესტიციდებსა და ალტერნატივებზე გაზრდილი ფასების გამო. „აქ ყველა დამფრთხალია“, - ამბობს გეთი.

ჰერბიციდისა და პესტიციდის ფასებიც კი ფერმის ზომასა და ადგილმდებარეობაზე დამოკიდებული, ხოლო სოფლის მეურნეობის მომმარაგებლები ხშირად პროდუქტებს ისე ფუთავენ, კიდევ უფრო ბუნდოვანი ხდება მათი რეალური ღირებულება. დაფუძნების დღიდან FBN-ი ქმნის ქსელს, სადაც 6,500 ფერმაა გაერთიანებული, რომელთაც ის ინფორმაციას, ონლაინმალბიასა და მარკეტინგულ დახმარებას სთავაზობს, ამ ყველაფრის მიზანი კი ფერმერების მოგებიანობის გაზრდაა.

სან-ფრანცისკოს აეროპორტის სამხრეთით დაფუძნებულ FBN-ს ზურგს თითქმის \$ 200-მილიონიანი ვენჩურ-კაპიტალური უმაგრებს ისეთი ფირმებისგან, როგორც T. Rowe Price-ი,

Temasek-ი, Kleiner Perkins-ი და GV-ია (Google-ის ვენჩურ-კაპიტალის დანაყოფი). ამ დაფინანსებით ალტერნატიული, ის, არც მეტი, არც ნაკლები, ამერიკის საოჯახო ფერმების გადარჩენას ცდილობს, პარალელურად კი ქმნის ბიზნესს, რომელიც, როგორც მისი თავდაჯერებული აღმასრულებელი დირექტორი ამოლ დეშპანდი იმედოვნებს, „მსოფლიოში ყველაზე დიდ სასოფლო-სამეურნეო ბიზნესად“ იქცევა. სტარტაპის დამფუძნებლებს, 40 წლის დეშპანდსა და 34 წლის ჩარლზ ბარონს, სურთ, DowDuPont-ისა და Monsanto-ს მსგავს გიგანტ მწარმოებლებს ბერკეტები გამოაცალონ. კოლექტიურად ფერმერები წელიწადში თითქმის \$200 მილიარდის ტოლფას მოსავალს აწარმოებენ, მაგრამ ინდივიდუალურად მათი გაყიდვის უნარი

როგორ ვითარდობს სტარტაპი? ავტორი: ჰენრი დობოშვილი



სულ ერთია, სად ყიდულობენ ფერმერები სასუქებს – ადგილობრივი მოვაჭრეებისგან თუ ისეთ ონლაინბაზრებზე, როგორც Farmers Business Network-ია. სასუქების სასოფლო-სამეურნეო ფუნქციის უკუღებელყოფა შეუძლებელია. დიარფილდში (ილინოისი) დაფუძნებული CF Industries Holdings-ი აწარმოებს და დისტრიბუციას უწევს ნიტროგენის სხვადასხვა ხარისხის შემცველ სასუქებს. ნავარაუდევია, რომ წელს გაყიდვები 3.8%-ით – \$4.3 მილიარდამდე – გაიზრდება, ოპერაციული მოგება კი, სულ მცირე, გაორმაგდება: კომპანიის ზარალის ფაზა სრულდება და მისი აქციის ფასი, გადასახადების გამოკლებით, ახლა 90 ცენტია. CF Industries-მა დივიდენდების გადახდა 2005-ში დაიწყო და დიდი რეცესიის დროსაც კი არ შეწყვეტია ეს პრაქტიკა. ამჟამინდელი მოგება 2.9%-ს შეადგენს. უფრო დივერსიფიცირებული თამაშისთვის VanEck Vectors Agribusiness ETF-ის გათვალისწინება ღირს: მის მფლობელობაში არსებული 56 კომპანიიდან, სულ ცოტა, ნახევრის შემოსავალი აგრობიზნესიდანაა.

კონ დობოშვილი Forbes Premium Income Report-ის რედაქტორია.

ასე რომ, როცა ორი წლის წინ გეთს ვაჟებმა უთხრეს, რომ უმნიშვნელო გადასახადის სანაცვლოდ, სტარტაპ Farmers Business Network-ისგან სიმინდისა და სოიას თესვების ფასებზე ინფორმაციის მიღება შეეძლო, ის მყისვე დარევისტ-რირდა. თესვის ფასები გასაოცრად კომპლექსურია, მაგრამ

სუსტია. ფერმერთა გაერთიანებით, FBN-ის ქსელური ოპერაცია მათ ეხმარება, უკეთეს ფასებზე ჰქონდეთ წვდომა როგორც იმ პროდუქტებისთვის, რომელთაც ყიდულობენ, ისე იმ მოსავლისთვის, რომელსაც ყიდიან. იმის გათვალისწინებით, რომ სტარტაპი დიდ თანხებს ხარჯავს ფერმერთა დასარე-



აღმასრულებელი დირექტორი ამოლ დეშპანდი (მარცხნივ), და თანადამფუძნებელი ჩარლზ ბარონი. დეშპანდის თქმით, კონსოლიდირება ფერმერულ ინდუსტრიაში „გასაოცარი“ იქნება.

გისტრირებლად და თავისი ონლაინმაღაზიის შესაქმნელად, მას მოგება ჯერ არ უნახავს, მაგრამ წელს \$200 მილიონის შემოსავალს ელის, მაშინ როცა 2017-ში მისმა შემოსავალმა \$72 მილიონი შეადგინდა, ხოლო დეშპანდი და ბარონი უკვე ლაპარაკობენ პირველად საჯარო შეთავაზებაზე.

„არჩვეულებრივ საქმეს აკეთებენ ბიზნესპოტენციალისა და სოციალური გავლენის კუთხით, - ამბობს DBL Partners-ის დამფუძნებელი, FBN-ის ინვესტორი და ფერმერთა შთამომავალი ნენსი პფანდი. - ცხადია, დიდი მონაცემები დიდი პოპულარობით სარგებლობს, მაგრამ ინფორმაცია არ კმარა. ფერმერებს ერთად უნდა მოუყარო თავი ისე, რომ თანასწორი პირობების შექმნა შეძლონ“.

ჯერ კიდევ 2006-ში კალიფორნიის მკვიდრი ბარონი არაპაპოში (ნებრასკა), თავისი სიძის ფერმაში მოსავლის აღებაზე მუშაობდა. Google-ში პროგრამის მენეჯერად გატარებული დროისა და ჰარვარდში M.B.A.-ის აღების შემდეგ, ფერმას ისევ ესტუმრა და გაცემა ვერ დამალა, როცა აღმოაჩინა, თუ რამხელა ინფორმაცია რჩებოდა მიუწვდომელი; მაგალითად, ფერმერს ისიც არ შეეძლო, რომ თავისი მოსავალი წინა წლების ან მეზობლების მოსავლებისთვის შეედარებინა.

შემდეგ, 2011-ში, ბარონმა დეშპანდი გაიცნო - სოფლის მეურნეობაზე ფოკუსირებული Kleiner Perkins-ის პარტნიორი. ქიმიურ ინჟინერიაში დიპლომის მიღების შემდეგ ინდოელი იმიგრანტების ვაჟმა და კორნელის M.B.A.-ის ხარისხით აღჭურვილმა დეშპანდმა სოფლის მეურნეობის გიგანტ Cargill-ში დაიწყო მუშაობა. მაგრამ ბიუროკრატია ვერ აიტანა და სილიკონის ხეობაში გადასახლდა. ორი წლის შემდეგ ბარონმა და დეშპანდმა სხვადასხვა შესაძლებლობაზე დაიწყეს საუბარი და გადაწყვიტეს, ფერმერულ შტატებში ემოგზაურათ და ფერმერებისთვის მათი პრობლემები გამოეკითხათ. აღმოაჩინეს, რომ, მართალია, ფერმერებს ესაჭიროებოდათ მონაცემები



(რომელი თესლი უნდა დაითესოს, რა სიმჭიდროვით, რომელი სასუქების, ჰერბიციდებისა და პესტიციდების გამოყენებით - ის, რაც უკიდურესად კომპლექსური შეიძლება იყოს), მხოლოდ მონაცემები არ იქნებოდა საკმარისი. ბარონისა და დეშპანდის დასკვნით, საჭირო იყო მონაცემების კომბინირება გაყიდვის კოლექტიურ უნართან.

FBN-ი 2014 წელს ჩაეშვა. ფერმერებს, რომლებიც ქსელს შეუერთდნენ (რისი საფასურიც ახლა წელიწადში \$600-ია) და ერთმანეთს თავიანთ მონაცემებს უზიარებდნენ, ანალიტიკის გამოყენება შეეძლოთ, რათა გაეგოთ, თესლების, ქიმიკატებისა და სასუქების რომელი კომბინაცია მოუტანდათ მეტი აღბათობით უკეთეს მოსავალს. 2015-ის ივნისისთვის ქსელში 620 ფერმა დარეგისტრირდა, დღეს FBN-ი 6,500-ზე მეტ ფერმას ემსახურება აშშ-სა და კანადაში, რომლებიც, ერთობლივად, 24 მილიონზე მეტ აკრს მოიცავენ. ეს პატარა ულუფაა. ჯერ მარტო აშშ-ში 2.1 მილიონი ფერმა 915 მილიონ აკრს აერთიანებს.

2015-ის მიწურულს FBN-მა FBN Direct-ი ჩაუშვა - პირველადი საჭიროების პროდუქტების მთლიანად ონლაინმაღაზია. თესლების, ჰერბიციდების, პესტიციდებისა და მსგავსი რამეების ყიდვა სხვა სავაჭრო ბიზნესებში შოპინგს არ ჰგავს. სავაჭრო კოოპერატივები, რომლებიც რურალურ ამერიკაშია მიმოფანტული, როგორც წესი, თესლებსა და ქიმიკატებს ერთმანეთში ურევს და ფასებს ფერმერთა აკრების, საკრედიტო რეიტინგისა და ადგილსამყოფლის მიხედვით ცვლის. FBN-ის ონლაინმა-



ლაზიაში კი პირიქითაა – ფერმერებს შეუძლიათ, ნებისმიერი პროდუქტის რეალური ფასი ნახონ. FBN Direct-ი 170 პროდუქტით ჩაეშვა, დღეს კი მომხმარებელს უკვე 1,000-ს სთავაზობს, რომელთაგან ბევრი გენერირებული პროდუქტია.

FBN-ის ამ ნაბიჯებმა, რაც ინდუსტრიის ფასებისთვის ფარდის ახდას გულისხმობს, ზოგ-ზოგიერთებს ნერვები აუშალა. სავაჭრო გამოცემა CropLife-მა, რომელიც სოფლის მეურნეობის მოვაჭრეებს, დისტრიბუტორებს, მწარმოებლებსა და მომმარაგებლებს ემსახურება, – ზუსტად იმ ხალხს, ვისი ძირის გამოთხრასაც ცდილობდა FBN-ი, – სტარტაპი და „ემშაკი, სახელად ‘ფასის გამჭვირვალობა’“ გააკრიტიკა და გასაფრთხილებლად დააყოლა, რომ ფერმერები საფასო ინფორმაციას იმისთვის გამოიყენებდნენ, რომ ადგილობრივი

მოვაჭრეები იძულებული გაეხადათ, მათგან უკეთესი ხელშეკრულებები მიეღოთ. „როცა კი ინდუსტრია გვიტევის, – ამბობს დემპანდი, – უამრავი ფერმერი გვიხმობს“.

და მაინც, აგროგიგანტები DowDuPont-ი, Monsanto და Syngenta უარს ამბობენ თავიანთი პროდუქტების FBN-ის საშუალებით გაყიდვაზე. გენერირებული პროდუქტების მწარმოებლებიც კი მოლოდინის რეჟიმში არიან, ფრთხილობენ, მათი ამჟამინდელი გაყიდვათა არხები რომ არ გაანაწყენონ. „იდეალურ სამყაროში, ჩემი ნება რომ იყოს, ამ ხალხს წამებში მივყიდდი ჩვენს პროდუქტებს, – გვითხრა გენერირებული ქიმიკატების მწარმოებლის აღმასრულებელმა დირექტორმა, ოლონდ იმ პირობით, რომ მის ვინაობას არ გავამხეღდით. – მოგწონს, რასაც აკეთებენ, მაგრამ ამ ეტაპზე კრიტიკული მასა არ ჰყავთ“.

ფოტო: SHUTTERSTOCK

სანამ ლიფტი მოძრაობს



PRINCESS TOWER, დუბაი
სართულები: **101**
ნაშები: **59.48**
სიღრმეების რაოდენობა ნუთში: **130**



იმ დროში, რა დროც PRINCESS TOWER-ში ასვლას სჭირდება, 29 წლის ჯეისონ ფენი BRAINCEEK-ის შესახებ ჰყვება. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ეს პროგრამა სტუდენტებისთვისაა განკუთვნილი და სინეკტივიო საბანკო სამუშაოების სტიმულირებას ახდენს.

„ვიცოდით, როგორი იქნებოდა ჩვენი სამუშაო სივრცე კოლეჯში სწავლისას? ყოველწლიურად ათასობით სტუდენტი იწყებს მუშაობას ისე, რომ წარმოდგენას არ აქვს, რეალურად რა არის მისი სამუშაო, კორპორაციები კი მილიარდებს ხარჯავენ იმ ნიჭიერი ადამიანების მოსაძიებლად, რომლებიც მათთან დარჩებიან. ჩვენ ამ პრობლემის მოსაგვარებლად ვართ. სიმულირებული რეალობის მეშვეობით, სტუდენტებს შეუძლიათ, გაარკვიონ, რაში მდგომარეობს მათი სამუშაო. ხუთიდან ათი წუთის განმავლობაში ჩვენ მათ გარკვეულ ფონურ ინფორმაციას ვუზიარებთ, მერე კი, დანარჩენი დღის მანძილზე, ისინი მუშაობენ. ამ დროის განმავლობაში სტუდენტებს ეძლევათ საშუალება, უკეთ გაიგონ, რას წარმოადგენს ესა თუ ის სამუშაო და არის თუ არა ის მათთვის ადეკვატური. მეორე მხრივ, კორპორაციებს ეძლევათ საშუალება, ყველაზე ნიჭიერები მოიძიონ და ნახონ, რომელი სტუდენტები არიან მათთვის ყველაზე შესაფერისნი“.

სანამ ლიფტი მოძრაობს... ავტორი: მაქს ვალენტი

შედეგი ისაა, რომ FBN-ს, ბრენდირებული პროდუქტების გაყიდვის მიზნით, იმ ბროკერების იმედად უწევს ყოფნა, რომლებიც, შესაძლოა, მორჩენილ ინვენტარს ასაღებდნენ. სხვა შემთხვევებში FBN-ი უფრო იაფ გენერატიკულ ალტერნატივებს სთავაზობს მომხმარებელს. ის, არაერთი ფერმერის მოლოდინის წინააღმდეგ, პროდუქტებს სერვისების გარეშე ყიდის, მაგალითად, ყიდის უფასო შესასხურებლებს იმ შემთხვევისთვის, პესტიციდი თუ ვერ იმუშავებს. „კოხტაპრუწა რაღაცები არა აქვთ“, - ამბობს მეხუთე თაობის ფერმერი პეტ დანკანსონი მეიპლტონიდან (მინესოტა), რომლის თანახმადაც, დაბალი ფასები, როგორც წესი, ამ ყველაფერს ამართლებს.

თესვების გაყიდვებშიც იგივე სამი დიდი მოთამაშე დომინირებს: DowDuPont-ი, Monsanto და Syngenta. მაგრამ დეკემბერში ბარონი ერთობ ალტკინებული დაბრუნდა Farmer2Farmer-იდან - FBN-ის ყოველწლიური შეკრებიდან, რომელიც ომაჰაში იმართება: სტარტაპმა ხელშეკრულება დადო ინდუსტრიის უმსხვილეს დამოუკიდებელ სათესლე კომპანია Stine Seed-თან, რომელიც თანახმაა, FBN-ის ონლაინმაღაზიაში თესვები - მეტწილად, სიმინდის თესვი - გაყიდოს. ამ კომპანიის მილიარდერი დამფუძნებლის, ჰარი სტაინის, თქმით, კულტურული ინფორმაციის თანახმად, „დიდი სოფლის მეურნეობის“ მოთამაშეები საკმაოდ უკმაყოფილონი იყვნენ მისი FBN-სთან თანამშრომლობით, თუმცა პირისპირ ეს მისთვის არ უთქვამთ. „ფილოსოფიურად თუ შევხვდებით, მე ფერმერი ვარ, - ამბობს ის, - და, ამდენად, ისეთი რამეების კეთების იდეა, რაც ფერმერებს ხარჯეფექტიან პროდუქტებზე, მეტ მონაცემსა და ინფორმაციაზე აძლევს წვდომას, ცალსახად დადებით ემოციებს იწვევს ჩვენში“.

ასეა თუ ისე, თანამშრომლობის საცდელი ვარიანტი მაინცდამაინც წარმატებული არ ყოფილა. პროდუქტთა შექმნის სეზონის მიწურულს ხორცშესხმულ ამ გარიგებაში Stine-ის ნაციონალური ბაზრისათვის განკუთვნილი ფასები FBN-ზე ბევრით არაფრით განსხვავდებოდა მისი ადგილობრივი, ოფლაინ ფასებისაგან. მართალია, ორივე მხარე იმედოვნებს, რომ

ურთიერთობას შემოდგომაზეც განაგრძობენ, - ანუ იმ დროს, როცა ფერმერები 2019 წლის სათესი სეზონისთვის თესვების ყიდვას დაიწყებენ, - სტაინის აზრით, თესვები, შესაძლოა, ზედმეტად კომპლექსური პროდუქტი იყოს საიმისოდ, ვებგვერდზე რომ გაყიდო. ეს დარტყმა იქნებოდა FBN-ისთვის, თუმცა, როგორც ბარონი ამბობს, ის მაინც „ჯიუტი ოპტიმიზმითაა“ განწყობილი FBN-ის უნარის მიმართ, გაყიდოს თესვები.

ამასობაში, დეშპანდთან ერთად, ის კვლავ ეძებს გზებს, რომ ბერკეტები როგორმე ფერმერების ხელში გადავიდეს. მართალია, ნედლი მოსავლის ფასებს კარგი დღეები არ უდგათ, ფერმერებს, რომლებიც არაგენმოდირებული სიმინდზე, სოიაზე, ოსპსა თუ ბარდაზე გადავიდნენ, შეუძლიათ, მარჯები გააუმჯობესონ. მაგრამ იმის გამო, რომ თესვას მოსავლის აღებადვე ექვსი თვე აშორებს, არაერთი ფერმერი ამ ტრანზაქციას არცთუ ხალისით უყურებს. გასულ წელს FBN-მა მოსავლის მარკეტინგის პროგრამა ჩაუშვა, რომელიც გარანტიას იძლევა, რომ ფერმერებს მყიდველები ეყოლებათ. მაგალითად, მან ხელშეკრულება დადო Calyxt-თან - ბიოტექნოლოგიურ ფირმასთან, რომელსაც, გენის შეცვლის ტექნოლოგიით, მაღალოლინური სოია გამოჰყავს. FBN-ის ფერმერებს, Calyxt-ის მარცვლების გამოყენებით, აკრზე \$50-ის გამოუმუშავება შეუძლიათ ჩვეულებრივი სოიით. ამასთან, FBN-ი არაგენმოდირებული სიმინდისა და სოიასთვის ფერმერებს საგანგებო კონტრაქტებს სთავაზობენ.

გასულ სეზონს გეთმა, მინესოტელმა ფერმერმა, თავის მიწის ნაკვეთზე არაგენმოდირებული სოია მოიყვანა, რაც FBN-ის პრემიუმს, კერძოდ, აკრზე \$85-ს უნდა მივაწეროთ. მიწის დასამუშავებელი უფრო იაფი პროდუქტებისა და მოსავლის უფრო მაღალი ფასების კომბინაცია, გეთის ღრმა რწმენით, მის ოჯახს საშუალებას მისცემს, არ თქვას იმ ფერმაზე უარი, მისმა ბაბუამ რომ გააშენა და მან რომ გააფართოვა 1,200 აკრიდან 10,000-ზე მეტ აკრამდე. „სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციისთვის დიდ საქმეს აკეთებენ, - ამბობს ის, - დღეს ისე ვგრძნობთ ძალას“. *

საბოლოო მოსაზრება

* „ფერმერობა იმედის პროფესიაა“. - ბრაიან ბრეტი

ყველაზე სადი შეშლილი

ზაკ მროვე სამსახურებრივ გასაუბრებებს არ ცნობს. ის უარს უცხადებს იმ „აბსურდებს,“ რომლებიც, მისი თქმით, სარეკლამო ინდუსტრიის წყევლაა.

ავტორი: ბო ბარლინიჰიმი

ბადაბიჯებ თუ არა ტორონტოში დაფუძნებული სარეკლამო სააგენტოს ცენტრალური კარის ზღურბლს, მყისვე ხვდები, რომ სხვა სამყაროში ამოყავი თავი. ერთ-ერთ კედელს, გასასვლელის მისანიშნებლად, „ელვისი“ აწერია, მეორეზე გადახაზული კაცუნა ხატი, რომელიც უცხოპლანეტელს ჰგავს, თუმცა იმისთვისაა, რომ გვითხრას: ქედმაღალი ხალხი აქ არ დაიშვება. ხოლო მიმდებარე, ცენტრალური მაგიდის გვერდით განთავსებულ თეთრ ეკრანზე, განუწყვეტლივ ერთი ვიდეო ტრიალებს, რომელშიც ხალხი კედლის მხატვრობითა დაკავებული.

სააგენტოს დამფუძნებელმა, ზაკ მროვემ, ეს კედლის პროექტი 2008-ში წამოიწყო: ცარიელი ტილოები დაკიდა და ყველა გამველეს ფუნჯის ალებსა და ხატვისკენ მოუწოდებდა. ყოველი ამ კონტრიბუციის ჩასაწერად კი ვიდეოკამერა დაამონტაჟა. პროექტი შვიდ წელს გრძელდებოდა. შედეგად, AdAge’s Creativity Online-მა კედლის მხატვრობა „შედეგად“ შეაფასა. მაგრამ 2015-ში მროვე გადაწყვიტა, კედელი თეთრი საღებავით გადაეღებინა და ის შვიდწლიანი მხატვრობის ამსახველი ვიდეოს გასაშვებ ეკრანად გამოეყენებინა. „ეს ჩემი ერთ-ერთი გიჟური იდეა იყო“, - ამბობს ის.

მისი ყველაზე გიჟური იდეა, შესაძლოა, მისი ბრძოლაა ე.წ. კონკურენციაზე დაფუძნებული შემოქმედებითი სამუშაოს წინააღმდეგ - იმ აუნაზღაურებელ შემოქმედებით საათებს ვგულისხმობთ, რომელთაც პოტენციური კლიენტები,

ტრადიციულად, სააგენტოებისგან ითხოვენ - სააგენტოებისგან, რომელთაც, თავის მხრივ, ბიზნეს-წარმატების მოპოვება სურთ. მროვე კარგა ხანია, ამ პრაქტიკას კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს და მისი აზრით, ის უსამართლოა, არაფრის მომცემი და არაეთიკურობასთან მომიჯნავე. ჰოდა, როგორც იქნა, მას წერტილი Zulu-მ დაუსვა, ოღონდ მას მერე, რაც 2011-ში შეთავაზებულ გარიგებაში დამარცხებული გამოვიდა მხოლოდ იმიტომ, რომ ოფისი არ ჰქონდა მონრეალში; არადა, \$12,000 (აშშ) სწორედ ამ კონკურენციაზე დაფუძნებული შემოქმედებითი კამპანიის დანერგვაში დაეხმარებინა, რომელიც გამარჯვებულ კლიენტს, დანარჩენ მონაწილეებთან შედარებით, ცალსახა უპირატესობით აღჭურავდა.

გარდა იმისა, რომ მროვემ სააგენტოს ეს ე.წ. კონკურენტული შემოქმედებითი საქმიანობა აუკრძალა, მან ამ პრაქტიკის წინააღმდეგ ჩაუშვა კამპანია, #SayNoToSpec, რომლის ფარგლებშიც, სხვა რამეებთან ერთად, გამოუშვა ვიდეოები, საიდანაც ჩანს, თუ რამხელა აბსურდი იქნებოდა, იმავე მდგომარეობას სხვა ბიზნესებშიც რომ ეჩინათ თავი. თავდაპირველად Zulu-ს, სავარაუდოდ, ათობით მილიონი დოლარი დაუჯდა თავისი უარი, მსგავსი „შემოქმედებითი სამუშაო“ ეწარმოებინა, თუმცა დროთა განმავლობაში ამ პოზიციამ მას პატივისცემა მოუტანა, თანაც ისეთი, რომ პოტენციური კლიენტები მასთან თანამშრომლობას მისი მხრიდან განხორციელებული ყოველგვარი ფორმალური ძალისხმევის გარეშე იწყებდნენ.

წარმატებული სააგენტოდან წამოსვლის შემდეგ, საკუთარს წამოწყების მიზნით, ზაკ მროემ წიგნი, სახელად „ანტრეპრენიორობა სულელებისთვის“ (Entrepreneurship for Dummies), იყიდა. წერტილები და ხაზები მის უკან, Zulu Alpha Kilo-ს სათავო ოფისის კედელზე, მორზეს ანბანით დაწერილ მისი სააგენტოს ინიციალებს წარმოადგენს.



დღეს სააგენტოში 100 ადამიანია დასაქმებული, მისი წლიური შემოსავალი \$16.7 მილიონს შეადგენს, კლიენტთა შორის კი Tim Hortons-ი, Bell Canada, Whirlpool-ი და Uber-ი არიან. ინდუსტრიის არაერთი ჯილდოც აქვს მოპოვებული, მათ რიცხვში, AdAge-ის 2017 წლის მცირე საერთაშორისო სააგენტოს ჯილდო, ხოლო წელს World Advertising Research Center-მა ის მსოფლიოს 29-ე ყველაზე ეფექტურ სარეკლამო სააგენტოდ შეაფასა.

კრიტიკული აღიარება რამდენიმე უჩვეულოდ დამინტრიგებელი კამპანიის შედეგია, რომელიც Zulu-მ ბრუნდთან იდენტობის თემას მიუძღვნა. ყოველი მათგანი იმ წარატივის ირგვლივ აგებული, რომელმაც მროე და მისი კოლეგები კლიენტის ფუნდამენტური ღირებულებების კვლევისას მივიდნენ - იმ დროს, როცა „რაღაც უფრო ღრმას ეძებდნენ, ვიდრე პროდუქტები თუ სერვისები“. ამის კარგ მაგალითს Zulu-ს მიერ

მოქვეყნებიდან ათი დღეც არ იყო გასული, ვიდრე 21.8-მილიონჯერ ნახეს (დღეს უკვე 85 მილიონზე მეტჯერ). ჯილდოებმაც არ დააყოვნა.

როცა აწ უკვე 52 წლის მროემ Zulu Alpha Kilo დააარსა, მას უკვე შემოქმედებითი კაცის სახელით იცნობდნენ. წინა ცხრა წელიწადი ის ტორონტოში დაფუძნებული სააგენტო Taxi-ს შემოქმედებითი დირექტორი, პარტნიორი და მეწილე იყო. იმ პერიოდში Strategy-მ - კანადის წამყვანმა მარკეტინგულმა ჟურნალმა - Taxi ოთხჯერ დაასახელა ქვეყნის მთავარ სააგენტოდ. მაგრამ მოუსვენარი მროე 2007-ში, საკუთარი სააგენტოს წამოწყების მიზნით და მფლობელის წილის დაკარგვის სანაცვლოდ, Taxi-დან წამოვიდა.

თავისი სააგენტოსთვის Storyz Inc.-ის დარქმევას გეგმავდა - სახელის, რომელიც ამბების მოყოლის მისეულ ნიჭს (და რეპუტაციას) კარგად გამოხატავდა. Storyz Inc.-ისთვის უკვე \$10,000 დაეხარჯა და მისი სახელის გამოყენებაც დაეწყო პოტენციურ კლიენტებთან, როცა ის და მისი ცოლი, ამანდა, ჰოკეის თამაშზე აღმოჩნდნენ მის საუკეთესო მეგობარსა და ამ უკანასკნელის ვაჟთან ერთად, რომელიც იმხანად NATO-ს ფონეტიკურ ანბანში ვარჯიშობდა. „ბიბია ზაკი Zulu Alpha Kilo-ა“, - გამოაცხადა ბიჭუნამ.

ამანდამ იცოდა, რომ მისი ქმარი Storyz Inc.-ის სახელით მთლად კმაყოფილი არ იყო, ჰოდა, მისკენ მიიწია და ყურში უჩურჩულა: „Zulu Alpha Kilo“. რაც უფრო მეტს ფიქრობდა მროე ამ სახელზე, მით უფრო მეტად მოსწონდა. „ჩემს წინა ცხოვრებაში ჩემნაირ რეკლამებს ხალხი ერთი მეტსახელით მოიხსენიებდა, - ამბობს ის. - „Zakobvious“-ს (გნებავთ, „ზაკობისტალურს“) ეძახდნენ, იმიტომ რომ, კრისტალურად მკაფიო და იოლად გასაგებ რამეებზე მომწონდა მუშაობა. NATO-ს ფონეტიკური ანბანი კი საკუთარ თავში მკაფიოობასა და კომუნიკაციას მოიცავს“. მოკლედ, ასე დაერქვა სააგენტოს Zulu Alpha Kilo.

სახელმა გარკვეული დაბნეულობა გამოიწვია, თუმცა ამ დაბნეულობამ მროეს კიდევ ერთი გიჟური იდეა გაუჩინა. „ხალხი სულ მეკითხებოდა, ეს სახელი რეალურ სახელებს ხომ არ ეფუძნებაო. ჰოდა, ვიფიქრე, რატომაც არ უნდა გადავაკეთოთ ჩვენი ვებგვერდი ისე, რომ იქ გამოგონილი პარტნიორები განვთავსოთ-მეთქი“. აქამდე სააგენტოს ლოგოს მქონე, მაგრამ მარტივი, საძიებო სისტემასთან მიბმული, მიზნობრივი ვებგვერდი ჰქონდა. როცა იდეა მმართველ გუნდს გაუზიარა, იფიქრეს, ხუმრობსო, მერე კი ცოტათი დაფრ-

როგორ ვითარდებით სწორად? ანტიკორუპციული



რეკლამა ერთ-ერთია იმ მრავალი ინდუსტრიისგან, რომელსაც „FAANG ეფექტი“, ანუ Facebook-ის, Apple-ის, Amazon-ის, Netflix-ისა და Google-ის არსებობა, თავდაყირა აყენებს. შედეგად, არაერთი კომპანია რადიკალურად ცვლის თავის გასაგავლს. მიუხედავად იმისა, რომ ამან სარეკლამო გიგანტ Omnicom Group-ის (რომლის შვილობილთა შორის არიან BBDO, DDB-ი და TBWA\Chiat\Day) აქციები დაზარალა, ამ უკანასკნელის ფინანსური სტატისტიკა მაინც ჯანმრთელად გამოიყურება: ჩემი გათვლების თანახმად, დაბანდებულ კაპიტალზე მოგება 13%-ს შეადგენს, თავისუფალი ფულის ნაკადი კი 5%-ს იძლევა. ისტორიულად, Omnicom-ის ღირებულება მაშინ ფასობს, როცა მისი დივიდენდის მოგება 2.2%-მდე აღწევს. მიმდინარე წლის დივიდენდზე - \$2.40-ზე - დაყრდნობით, დივიდენდის 2.2%-იანი მოგების რეალიზება აქციაზე \$109-ის პირობებში იქნება შესაძლებელი. ამას წინათ ეს მაჩვენებელი მიახლოებით \$75 იყო.

კელი რაიტი Investment Quality Trends-ის აღმასრულებელი დირექტორია

Cineplex Entertainment-ისთვის შექმნილი კამპანია წარმოადგენს - კომპანიისთვის, რომელიც მთელ კანადაში კინოთეატრებს ამუშავებს. ეს კამპანია ორწუთიანი ანიმაციური ვიდეოთი (სახელად „ლილი და თოვლის კაცი“ - Lilly and Snowman - შეგიძლიათ, YouTube-ზე ნახოთ), დაიწყო, რომელიც პატარა გოგონა ლილისა და თოვლის კაცის შესახებ მოგვითხრობს. ლილი კარიერაზე ორიენტირებულ დედად ყალიბდება. ერთ დღესაც, როცა მას გვიან საღამომდე უწევს მუშაობა, თოვლის კაცთან გატარებული მხიარული დრო ახსენდება, რაც შთააგონებს, ქალიშვილს მსგავსი შეგრძნებები განაცდევინოს. ბოლოს წინა კადრში შემდეგი სიტყვებს ვხედავთ: „გამონახე დრო იმისთვის, რაც გიყვარს“, რასაც Cineplex-ის ლოგო მოსდევს, კამპანიის ლოზუნგზე დასმული: „დაინახე სურათი ახლო ხედით“. გა-



თხენ. მროემ უთხრა, უკეთეს იდეებს მივსალა-
მებო, მაგრამ ვერც ერთი რომ ვერ მოისმინა,
საკუთარის განხორციელებას შეუდგა. მთელი
საიტი, სადაც წარმოდგენილი არიან პარტიო-
რები Frank Zulu, Marcus Alpha და Katherine Kilo,
პაროდიაა და თან ახლავს, მაგალითად, არარ-
სებულები კლიენტის, Glen's Pet Supply-ს, პროფილი.
რაც შეეხება კამპანიას #SayNoToSpec, მროეს
თქმით, მიზანი „სარეკლამო ინდუსტრიის აბსურ-
დების“ გაშარჟება იყო. სააგენტოთა უმეტესობა
საკუთარ ვებგვერდებს საკუთარ ჯილდოებზე
სატრიაბახოდ, საკუთარი საქმიანობის წარმოსა-
ჩენად და კლიენტებისა და ლიდერების მოსაზი-
დად იყენებს. „მთელი ჩემი პონტი ისაა, - ამბობს
მროე, - რომ ვნახო, რას აკეთებს ხალხის უმეტე-
სობა და მერე საპირისპირო გაგაკეთო“.

მაგალითად, როცა ასი წლის იუბილეს აღსა-
ნიშნავი კამპანიის შესაქმენლად Harley-Davidson
Canada-მ Zulu დაიქირავა, ამ უკანასკნელმა

უცხოური გაცვლითი პროგრამა ჩაუშვა ბაიკერე-
ბისთვის, სახელად Common Ground-ი. შემდეგ
ონლაინვიდეოების სერია გამოაქვეყნა, სადაც
სხვა ქვეყნებიდან ჩასულ Harley-ბაიკერებს
კანადელი ბაიკერები კანადას ათვალეერები-
ნებენ. მთავარი გზავნილი: მოტოციკლისტო-
ბა ხალხს აერთიანებს. ვიდეოებმა Discovery
Channel-ის ყურადღება მიიპყრეს - Zulu-ს ისინი
ერთსაათიან დოკუმენტურ ფილმებად აქცევი-
ნეს და პრაიმთაიმშიც გაუშვეს.

Zulu ინდუსტრიის ნორმებს გამოწვევებს
იმიტომ როდი უწყობს, რომ განსხვავებული
იყოს. „ხალხი მიცავშირდება და მეუბნება, 200
მილიონ დოლარს გადავხდის შენს კომპანია-
შიო, - ამბობს მროე. - აქედან არაფერი გამო-
დის. ვერ ხვდებიან, რომ ფული ჩემი მთავარი
საწვავი არ არის. ჩემი მიზანია, მსოფლიოში
ნომერ პირველ შემოქმედებით კომპანიად
ვიქცე“. *

საბოლოო მოსაზრება

„ისწავლე წესები, როგორც ეს პროფესიონალს შეშვენის, რომ მერე ისინი ხელოვანივით დაარღვიო“.
- პაბლო პიკასო



**მარჯის წინას-
წარმეტყველი**



**ივიძრე
გლობალურად**

ამერიკულმა სასურსათე
მაღაზიებმა 32 წლის **მანალ
კაპის** ჰუმუსი შეაძულეს, ჰოდა,
თავისის კეთებას შეუდგა – შთა-
გონებად კი ის ჰუმუსი იქცია, რის
ჭამასაც თავად იყო მიჩვეული
ლიბანში. მან და მისმა ძმამ,
44 წლის ვისამმა, Eat Offbeat-ი
წამოიწყეს – ნიუიორკული საკ-
ვების მომმარაგებელი კომპანია,
რომელიც ეთნიკური სამზარე-
ულოების სამსახურში დგას და,
ამ ყველაფრის მისაღწევად,
ლტოლვილებს ასაქმებს.

**როგორ დაიწყო Eat
Offbeat-ი?**

როცა ვისამთან ჰუმუსზე ჩამოვადგე
სიტყვა, მითხრა, რაიმე გზა უნდა
ვიპოვოთ მის გასაყიდადო. 2014 იდ-
გა, გაგანია ლტოლვილთა კრიზისი.
დიდი ტვინი არ სჭირდებოდა, ნიუ-ი-
ორკში მყოფი სირიელი ლტოლვი-
ლები რომ ვაგვსენებოდა. ჰუმუსს
ისინი თვახებისთვის აკეთებენ.
ჰოდა, რატომ არ უნდა დავხმარებო-
დიოთ მის ბაზარზე გასატანად?

დაფინანსება მოიპოვეთ?

კოლეუმბის უნივერსიტეტის James
Fund for Social Ventures-ი. ამაში წი-
ნათ WeWork-ის Creator Awards-ში
გავიმარჯვეთ – ნიუ-იორკშიც და
გლობალურადაც. ეს მასშტაბების
ზრდაში გვეხმარება. \$360,000 გვაქვს
მოპოვებული.

**რა არის თქვენი ყველაზე დიდი
გამონევა?**

ჩვენ კომერციული კომპანია ვართ,
მაგრამ ხალხს ხშირად არაკომერცი-
ულები გვინფორმირებს და თვლიან, რომ,
როგორც ბიზნესი, ნაკლებად გეგმი-
ულები ვქმნებით. ამან შეიტყობა,
გაგლეწა იქონიოს დაფინანსების
მოძიებაზე.

**რით ამართლებს Eat
Offbeat-ი სახელს – რაშია მისი
აკონვენციურობა?**

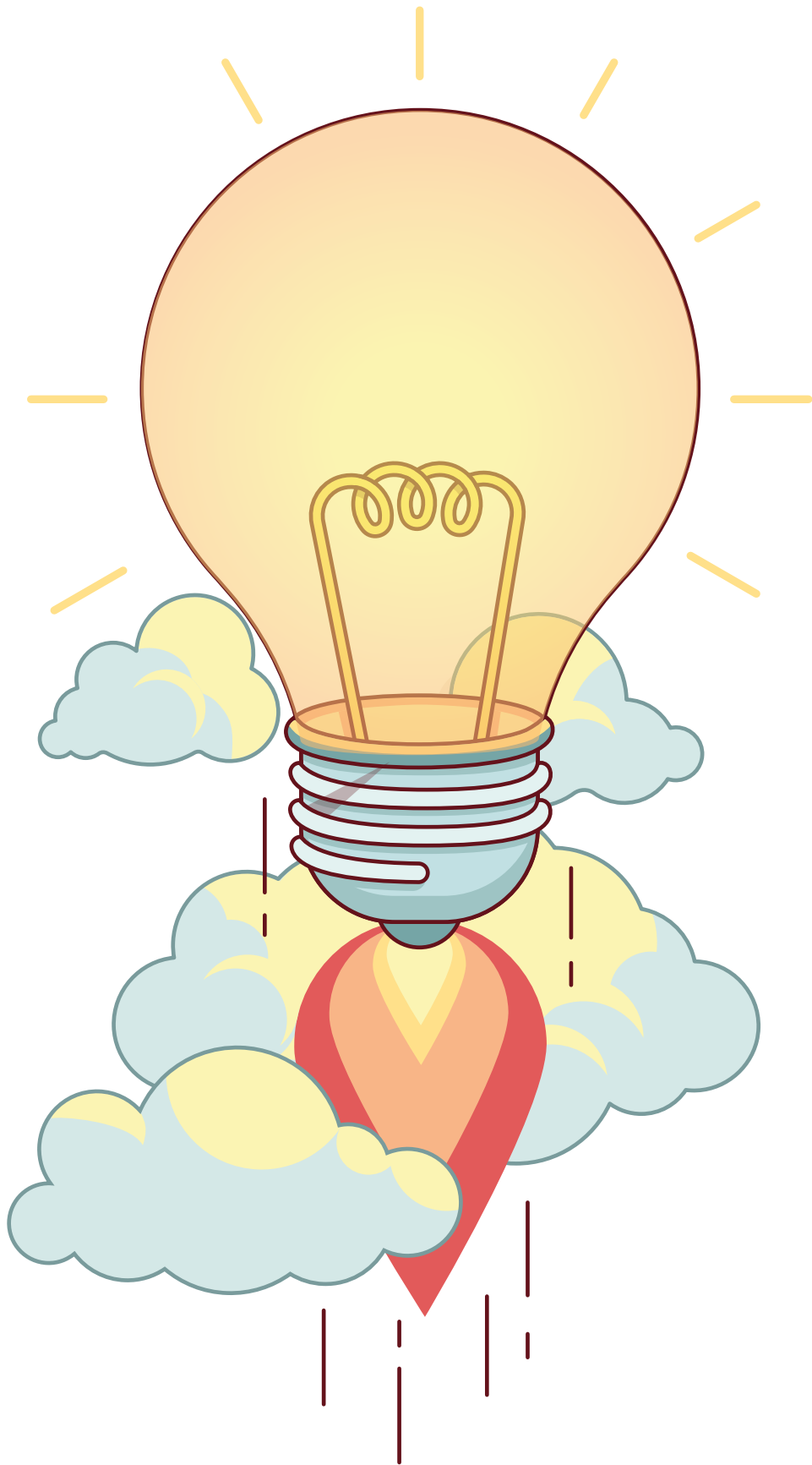
ჩვენ ისეთ სამზარეულოებს ვა-
ერთიანებთ, რაც ნიუ-იორკშიც კი
არაა სათანადოდ გაგრძელებული:
ნებალურ, სირიულ, ერაყულ, სპარ-
სულ, ავღანურ სამზარეულოებს. და
კიდევ გემოს: ეს შინ გაცემებული
საჭმლის გემოა.

30 / UNDER / 30

რედააქტივობის აღმდგენი ასევე

მომავალი ახალგაზრდების ხელშია - მათ აქვთ ამბიციის, შექმნან რაღაც ახალი და ამის მისაღწევად ძალებს არ იშურებენ. სწორედ ამ სულისკვეთების დასაჭერად არსებობს Forbes 30 Under 30. პროექტი მიზნად ისახავს იმ ადამიანების სიის შედგენას, რომლებმაც წარმატებას 30-წლამდე ასაკში უკვე მიაღწიეს. ამ სიაში მოხვედრილი ახალგაზრდები სხვადასხვა სფეროში მოღვაწეობენ, თუმცა მათ გარკვეული თვისებები აერთიანებთ - ისინი არიან გაბედულები, ენერჯიულები, შემოქმედითი სიახლე და აქვთ თავიანთი ხედვა. Forbes 30 Under 30 იმ წარმატებული ახალგაზრდების ენციკლოპედიაა, რომლებიც თავიანთი შემოქმედებით აზროვნებით წარმატებას აღწევენ და ჩვენი მომავლის ამინდს ქმნიან. ამ გამოცემისთვის ჩვენ შევადგინეთ ქართული ახალგაზრდების 100-კაციანი სია, ვის შერჩევაშიც სხვადასხვა სფეროს ექსპერტები დაგვეხმარნენ.

ავტორი: მიხეილ კალანდარიშვილი, ნინო თურქია



გიორგი ავალიანი, 27

„ლივინგსტონი“, კრეატიული დირექტორი

თუ ოდესმე თბილისის ქუჩებში თვალს მოპკრავთ ვარდისფერ ჩოხაში გამოწყობილ მამაკაცს, იცოდეთ, რომ ეს გიორგი ავალიანია – კრეატიული სააგენტო „ლივინგსტონის“ კრეატიული დირექტორი. „თავიდან ვარდისფერი სპორტული ფეხსაცმელი ვიყიდე, მაგრამ არც ერთ ტანსაცმელს არ უხდებოდა, სწორედ ამის შემდეგ გაჩნდა ამ ჩოხის იდეა“. პრობლემების ორიგინალურად გადაწყვეტა მისი პროფესიაა. როდესაც კლიენტებს უნდათ, საკუთარი პროდუქტი მომხმარებლებს დაამახსოვრონ და არა უბრალოდ ჩვეულებრივი რეკლამა გადაიღონ, ისინი „ლივინგსტონში“ მიდიან. იქ მათ ყოველთვის აქვთ გარანტია, რომ რამე ექსტრადინარულ იდეას მოისმენენ.

სწორედ ერთ-ერთი ასეთი იდეა მოექცა 2015 წელს მსოფლიოში ყველაზე პრესტიჟული სარეკლამო დაჯილდოების, „კანის კრეატიული ფესტივალის“ ჟიურის ყურადღების ცენტრში. გიორგის მეთაურობით სააგენტომ ახალი ლუდის კამპანია მოაწყო, რომლის ფარგლებშიც ყველაზე გაბედულ მომხმარებლებს ქალაქში ნამდვილი ძეგლები დაუდგეს. ამ იდეისთვის კომპანია „ლივინგსტონმა“ კანის „ბრინჯაოს ლომი“ მოიგო – იმ დროისთვის უმაღლესი ჯილდო, რაც კი ქართულ სარეკლამო სააგენტოს ოდესმე მიუღია.

ამ და სხვა წარმატებების შემდეგ გიორგი ისევ აგრძელებს ჯილდოების მოგებას და, თავისი რეპუტაციის დამსახურებით, ხშირად უკვე თვითონაც ირგებს ჟიურის როლს სხვადასხვა საერთაშორისო ფესტივალზე.

მარკეტინგი და რეკლამა

ბექა ადამაშვილი, 28
„ლივინგსტონი“, კოპირაიტერი

გიორგი ავალიანი, 27
„ლივინგსტონი“, კრეატიული დირექტორი

ზუკა ბერძენიშვილი, 28
HOLMES&WATSON, კოპირაიტერი

ბავლე გაბრიჩიძე, 27
„ლივინგსტონი“, ციფრული რეკლამის განყოფილების უფროსი

გაგა დარსალია, 26
„რედბერი“, თანადამფუძნებელი

სანდრო მილთაგა, 22
DDB Georgia, კოპირაიტერი

ანანო მიმინოშვილი, 24
ფრილანსერი, ვრეატიული დიზაინერი

მარიამ სუხიშვილი, 28
Windfor, არტდირექტორი

შოთა ჩინჩალაძე, 28
LIVE Branding, ბრენდ-კონსულტანტი

ჟიური

ვატო ქავთარაძე, Windfor's დამფუძნებელი

გიორგი ბურჭულაძე, „ლივინგსტონი“, თანადამფუძნებელი

ალექს ჩიქოვანი, LIVE Branding დამფუძნებელი

მუსიკა

სოფო ბათილაშვილი, 19

ერეკლე დვისაძე, 28

სოფი ვილი, 27

ალექს კორძაია, 24

ანა კუბლაშვილი, 29

თორნიკე მარგველაშვილი, 29

მაქს მაჩაიძე, 23

ტატო რუსია, 24

ჯეი ჯაფარიძე, 26

FuLa, 26

ჰიპური

აჩიკო გულედანი, პრომოუტერი
გიორგი გვარჯალაძე,
პროდიუსერი

გია ხადური, „უენობი მუსიკის“
წამყვანი

ტატო

რუსია, 24

MOKUMOKU, მუსიკოსი

„ყველაზე დარბი MC საქართველოში“ – ასე ახასიათებს მუსიკოსი ტატო რუსია საკუთარ თავს. ასეთი შეფასების მიუხედავად, ბენდი MokuMoku საკმაოდ დიდი წარმატებით სარგებლობს ქართულ მუსიკალურ სცენაზე. 2018 წლის ზაფხულში მათ შესაძლებლობა მიეცათ, დაეკრათ ესპანეთში, Mad Cool Festival-ზე, სადაც ასევე უკრავდნენ ისეთი გამოჩენილი ბენდები, როგორცაა Tame Impala და Depeche Mode.

მათი მუსიკა ლაივში განსაკუთრებით შთამბეჭდავია – მრავალფეროვან ცოცხალ ინსტრუმენტებს ზურგს ელექტრონული ბიტები უმაგრებენ. ამ ყველაფრის თავზე კი ტატოს ენერჯიული რებ-ვოკალი ისმის, მისი „ფლოუ“ იდეალურად აჯდება ბენდის ფანკზე ორიენტირებულ ინსტრუმენტალს. ასევე სასიამოვნოა, როდესაც ბენდი გადადის რეფსებიდან და იმპროვიზაციის რეჟიმში აღმოჩნდება, ამ დროს განსაკუთრებით საინტერესოა ტატოს ცნობიერების ნაკადის მოსმენა, რომელსაც ის ძალიან სუფთა და რიტმში ჩასმული ფრისტაილით გადმოცეცებს. რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, ტატოს აქვს თითქმის უნაკლო ამერიკული გამოთქმა, რომელიც, მის იმიჯთან ერთად, შთაბეჭდილებას გვიტოვებს, რომ ის არა საბურთალოზე, არამედ შიგ ბრონქსში გაიზარდა. ამერიკული ჰიპ-ჰოპ-კულტურა მართლაც რომ მშობლიურია მისთვის, თუმცა მისი გემოვნება ისეთი ალტერნატიული არტისტებისკენ გადაიხრება, როგორც არიან ლეგენდარული MF Doom და J Dilla.

ესპანეთში ჩატარებული კონცერტის შემდეგ ტატო რუსია და MokuMoku აგრძელებენ მსმენელების გახარებას ახალი ნაწარმოებებითა და ლაივებით, რომლებზე წასვლასაც ყველას აუცილებლად გირჩევთ.

ნანა ბაგალიშვილი, 26

„ცოდნის კაფე“, დამფუძნებელი

შეუძლია თუ არა ერთი ადამიანის კერძო ინიციატივას საზოგადოებისთვის სასარგებლო სიკეთების მოტანა? ნანა ბაგალიშვილია დაამტკიცა, რომ ეს შესაძლებელია, როდესაც კახეთის ქალაქ წნორში „ცოდნის კაფე“ გახსნა.

„დადე შენი აგური ცოდნის კაფეს ასაშენებლად!“ – ასე მოგვიწოდებს ნანას მიერ ორგანიზებული პროექტი, რომლის ფარგლებშიც იგი საგანმანათლებლოდა კულტურული ცხოვრების გააქტიურებას ცდილობს წნორში – ქალაქში, რომელიც მსგავს გამოცოცხლებას ნამდვილად საჭიროებს. კაფე 2016 წელს გაიხსნა და დღემდე უამრავ ღონისძიებას მასპინძლობს. ახლა კი ნანას უნდა, ახალი სივრცე ააშენოს, გაფართოვდეს და ადგილობრივებს უკეთესი გარემო შეუქმნას არაფორმალური განათლების მისაღებად და ზოგადად, საზოგადოებრივი ცხოვრების გასაუმჯობესებლად. ამისთვის იგი მოუწოდებს სხვადასხვა კომპანიასა თუ რიგით მოქალაქეებს, დაეხმარონ მას ამ ოცნების ასრულებაში და ყველას „ითოთ აგური დაადებიონ“.

სოციალური ანტრეპრენიორიზმის იდეა ჯერჯერობით ახალი საქართველოსთვის. ნანას მაგალითი გვთავაზობს ახალ ხედვას, თუ რა გზით არის შესაძლებელი რეგიონების გამოცოცხლება.

პოლიტიკა და საზოგადოება

ლევან ასათიანი, 29
უფლებადამცველი, Amnesty International

ზვიად აძინაია, 24
მკვლევარი, საქართველოს სტრატეგიის ანალიზის ცენტრი

ნანა ბაგალიშვილი, 26
„ცოდნის კაფე“, დამფუძნებელი

გრიგოლ გეგელია, 27
ევროპის უნივერსიტეტის პროფესორი

ესმა გუმბერიძე, 23
აქტივისტი

გიორგი მუმლაძე, 28
მკვლევარი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამართლის სკოლის კონსტიტუციური კვლევების ცენტრი

ვაკო ნაცვლიშვილი, 28
ფონდი „ღია საზოგადოება – საქართველო“, იურისტი

ანა სუბელიანი, 29
თანასწორობის მოძრაობა, აქტივისტი

ბექა წიქარიშვილი, 26
„თეთრი ხმაურის მოძრაობა“, აქტივისტი

გვანცა ხონელიძე, 24
ორგანიზაცია „ქალთა მშენი“, უფლებადამცველი



შიური

ვახუშტი მენაბდე, კონსტიტუციონალისტი
ბაია პატარაია, უფლებადამცველი, ორგანიზაცია „საფარი“
გიორგი წონიაშვილი, იურიდიული ექსპერტი ტოლერანტობისა და მრავალფეროვნების ინსტიტუტი

ფინანსები

ვახტანგ გოგობია, 29
Golden Fleece, დამფუძნებელი

შალვა დაუშვილი, 28
Georgia Capital, მთავარი
საინვესტიციო ოფიცერი

ლუკა კალანდარიშვილი, 25
EBRD, ანალიტიკოსი

გიორგი კეთილაძე, 27
JSC Georgia Capital, უფროსი
საინვესტიციო ოფიცერი

ნინი კვიციანიშვილი, 24
BGEO Group PLP, ინვესტიციების
ანალიტიკოსი

თორნიკე კორძია, 28
საქართველოს
თანაინვესტირების ფონდი,
უფროსი წამყვანი სპეციალისტი

გიგა მებრიშვილი, 26
საქართველოს ეროვნული ბანკი,
უფროსი შედამხედველი

დავით ფაღავა, 28
BDO, კორპორაციული
ფინანსების ჯგუფის
ხელმძღვანელი

შოთა ცისკარიშვილი, 24
თიბისი დაზღვევა, ფინანსური
დეპარტამენტის უფროსი

ნიკოლოზ ხატიაშვილი, 28
თიბისი ბანკი, უფროსი
ანალიტიკოსი



დავით ფაღავა, 28

BDO GEORGIA, ფინანსისტი

შეიძლება ითქვას, რომ ფინანსების სფეროში ქართველი ახალგაზრდების ბუმი – ამ მხრივ საქართველოში ძალიან ბევრი ადამიანი მიიწევს წინ კარიერულ კიბეზე. სწორედ ასეთია ჩვენი ერთ-ერთი კანდიდატი დავით ფაღავა, რომელიც, გარდა შთამბეჭდავი პორტფოლიოსი, გულწრფელი ახალგაზრდული შემართებით გამოირჩევა.

დავითი ამჟამად აუდიტორულ და ბიზნეს-საკონსულტაციო კომპანია BDO Georgia-ში კორპორაციული ფინანსების ჯგუფის ხელმძღვანელის პოზიციაზე მუშაობს. მის კარიერას მურგს ბიზნეს-სადმინისტრირების დოქტორის წოდება უმაგრებს – მტკიცებულება იმისა, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ამ საქმეში აკადემიური მხარე.

დავითის თქმით, მისი საქმიანობა ძალიან საინტერესო და მრავალფეროვანია, საწინააღმდეგოდ სტერეოტიპისა, რომ ფინანსების სფერო რუტინული და ერთგვაროვანია. სხვადასხვა გამოწვევა საშუალებას აძლევს, მუდმივად განვითარდეს, ჰქონდეს მოტივაცია და, როგორც თვითონ ამბობს, „მუდმივი პროფესიული ტონუსი“ შეინარჩუნოს.

ჟიური

აჩიკო გულედიანი, პრომოუტერი
გიორგი გვარჯალაძე,
პროდიუსერი
გია ხადური, „უცნობი მუსიკის“
წამყვანი

ანანო ბოდოკია, 24

პროგრამული ინჟინერი, CAPSULO

ტექნოლოგიები ხშირად მამაკაცების მიერ დომინირებულ სფეროდ მოიაზრება, თუმცა ანანო ბოდოკია და მისნაირი პროფესიონალი ახალგაზრდა ქალები ამ სტერეოტიპს ანგრევენ. ანანოსთვის ეს არც ისე რთულია, მისი იარაღები მხოლოდ ლეპტოპი და, რა თქმა უნდა, გამჭრიახი გონებაა.

დღესდღეობით ანანოს მთავარი სამუშაო ყავის წარმოების კომპანია Capsulo-სთან არის დაკავშირებული, სადაც ის ყავის კაფსულების ვენდინგ-მანქანების სისტემების გამართვით არის დაკავებული. თუმცა მისი საქმიანობა მხოლოდ ამით არ შემოიფარგლება, იგი მუდმივად იღებს საკუთარ თავზე სხვადასხვა ფრილანსერულ დავალებებს. ადრე ის კომპანია AZRY-ში მუშაობდა, რომელიც კლიენტებს პროგრამული დახმარებით უზრუნველყოფდა და მათ პრობლემების გადაჭრას ინფორმაციული ტექნოლოგიების საშუალებით სთავაზობდა. კომპანიის კომპეტენტური გუნდის წევრი ანანოც იყო, სადაც ის ავტობუსების მართვის სისტემებზე და სხვა მრავალ პროექტზე მუშაობდა.

სწორედ ეს მუდმივი ძიება და ახალი გამოწვევები აძლევს საშუალებას ანანოს, საკუთარი თავი გამოსცადოს და ახალი გამოწვევების წინაშე წარდგეს. თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს შემართება და უკვე დაგროვილი სამუშაო გამოცდილება აუცილებლად გახდება მომავალი წარმატებების გარანტი.

ბიზნოლოგიები

ანანო ასპანიძე, 27
გებ-დევლოპერი, „ვეოლაბი“

ანანო ბოდოკია, 24
პროგრამული ინჟინერი, Capsulo.

გიორგი გაბარაშვილი, 28
მასდარის ინსტიტუტის
მკვლევარი ინჟინერი

გივი ბერიძე, 21
Edison, დამფუძნებელი

გიორგი კინწურაშვილი, 26
საქართველოს ბანკი, ციფრული
ბანკინგის ინოვაციების
მენეჯერი

მარიამ კობიაშვილი, 26
Google, პროგრამული ინჟინერი

ელენე ლაცოშვილი, 29
თავისუფალი უნივერსიტეტი,
პროგრამირების ლექტორი

ანუკი რობაქიძე, 24
Celtra, პროგრამული ინჟინერი

თემო ჩიჩუა, 21
ინჟინერ-გამომცემელი

დიმიტრი ცხოვრებაძე, 21
InGlove, აღმასრულებელი
დირექტორი

შიური

ნინუცა ნანიტაშვილი, ტექ-
ინოვაციების სპეციალისტი
სანდრო ასათიანი, „ვეოლაბის“
თანადამფუძნებელი
ლაშა კვანტალიანი, „ტრიპქსის“
თანადამფუძნებელი

ხელოვნება და კულტურა

გურამ მაცხოვრებელი, 28
მწერალი

მარი ბექაური, 28
მწერალი

სალომე დუმბაძე, 26
მხატვარი

ანდრო ერაძე, 25
ფოტოგრაფი

დათა თავაძე, 28
თეატრის რეჟისორი

კატო კალატოზიშვილი, 29
თეატრის მსახიობი

ლადო ლომიტაშვილი, 24
ფოტოგრაფი

ნიკა ქუთათელაძე, 28
კონცეპტუალური არტისტი

მიშა ჩარკვიანი, 28
თეატრის რეჟისორი

დათო ჭიქია, 22
მუსიკოსი, მწერალი

შიშრი

ლაშა ბულაძე, მწერალი

დავით ბუხრიკიძე, კულტურის
კრიტიკოსი

ირინა პოპიაშვილი, გალერისტი



დათა თავაძე, 28

სამეფო უბნის თეატრი, რეჟისორი

თეატრი შეხვედრის ადგილია. დათა თავაძის სპექტაკლებში ძველი ხვდება ახალს, ისტორიული პიესები ითარგმნება და ჩვენს დღევანდელობას ესადაგება. სამეფო უბნის თეატრის სამსახიობო დასთან და დრამატურგთან ერთად ის იკვლევს თანამედროვე საზოგადოების ყოფას და ამით მაყურებელთან ურთიერთობას უშუალობას ანიჭებს. მისთვის მნიშვნელოვანია, რომ ეს კომუნიკაცია ორმხრივი იყოს და სპექტაკლის მსვლელობისას საზღვრები გაქრეს, რათა ორივე მხარეს ამბავი და ემოცია გაცოცხლდეს.

„ტროელ ქალებში“ დათა სხვადასხვა ეპოქაში ომგამოვლილი ქალების ტრაგიდიებს ძველი ბერძენი დრამატურგის, ევრიპიდეს პიესასთან თანხედნით მოგვითხრობს. სპექტაკლში „ტკივილი არის ახალგაზრდობა“ პირველი მსოფლიო ომის შემდეგ მცხოვრები პერსონაჟების ისტორიები 90-იანი წლების საქართველოს გვასხენებს. სპექტაკლში „პრომეთე“ ახალგაზრდა მამაკაცის სხეული ქვეყნის 25-წლიანი დამოუკიდებლობის ისტორიის აღმწერია, „ფრეკენ შული“ კი გვიჩვენებს, თუ რა რთულია ტრადიციულ საზოგადოებაში ემანსიპირებული ქალის არსებობა. თუმცა მთავარი კავშირი, რომელსაც დათა თავაძის სპექტაკლები ამყარებს, არის არა წარსულსა და აწმყოს შორის, არამედ თავად წარმოდგენასა და მაყურებელს შორის.

იმედი ვიქნით, რომ დათა თავაძე, სამეფო უბნის თეატრის მსახიობებთან, დრამატურგთან და მხატვართან ერთად კიდევ ბევრჯერ მოგვცემს ჩვენი საზოგადოების ემოციური წარსულის გამოკვლევისა და, ამასთან ერთად, მის შეცვლილ სახესთან შეხვედრის საშუალებას.

მეცნიერება და განათლება

რამზიკ ბადალიანი, 27
Educare Georgia,
თანადამფუძნებელი

დევან გაბისონია, 24
UG-Limes აკადემია,
დამფუძნებელი

მარიამ გაჩეჩილაძე, 27
ხელოვნური ინტელექტის
მკვლევარი

დეა გოგიშვილი, 22
ქიმიკოსი

სანდრო დოლიძე, 24
„ნებულა“, თანადამფუძნებელი

გიორგი ჭილაია, 24
„ნებულა“, თანადამფუძნებელი

ლუკა კოტიკაძე, 23
Biopharma Excellence,
სამეცნიერო მხარდაჭერა

ლიკა ოხანაშვილი, 27
Key Consulting, დამფუძნებელი

გელა პატაშური, 19
ინოვაციური ონლაინპროექტი,
ლექტორი

გიორგი წერეთელი, 21
ფიზიკოსი

გიორგი ჭანტურია, 23
ფიზიკოსი

სანდრო დოლიძე და გიორგი ჭილაია, 24, 24

„ნებულა“, დამფუძნებლები

„We are a family business. Like Mafia“ – ასე ახასიათებენ „ნებულას“ სანდრო დოლიძე და გიორგი ჭილაია. „ნებულა“ არც კოსმოსური ნისლია და არც, ძველი გაგებით, სხვადასხვა მიმართულებით გაფანტული ასტრონომიული ობიექტები. ეს არის ახალი საგანმანათლებლო პლატფორმა, რომელიც 2016 წელს შეიქმნა და მოსწავლეებს ახალ, ინოვაციური სწავლების მეთოდს სთავაზობს. მათი მთავარი მიზანია, სწავლა ყველასათვის ხელმისაწვდომი გახადონ. ამისათვის კი თანამედროვე ტექნოლოგიებს იყენებენ.

სანდრო დოლიძე – კომპანიის თანადამფუძნებელი და CEO – თავისუფალი უნივერსიტეტის აზია-აფრიკის სკოლის კურსდამთავრებულია. იგი არაბულ ენასა და კულტურას შეისწავლიდა. გიორგი ჭილაიას საგანმანათლებლო თავგადასავალიც თავისუფალ უნივერსიტეტში დაიწყო, თუმცა მან საყვარელი საქმის კეთება გადაწყვიტა და, შედეგად, „ნებულას“ დამფუძნებელი და Chief Space Cowboy გახდა.

მათი დევიზის თანახმად, „ნებულა“ არის „უმოკლესი გზა უმაღლეს საგამოცდო ქულამდე“.

შინაი

ვატო ლეჟავა, თბილისის
თავისუფალი უნივერსიტეტის
რექტორი

სიმონ ჯანაშია, განათლების
მკვლევარი

ანტიკრეანიორი

ბაია აბულაძე, 25
„ბაიას ღვინო“, დამფუძნებელი

ანანია გაჩეჩილაძე, 22
„აიისა“, დამფუძნებელი

გიორგი დილმელაშვილი, 23
Hand4Help, თანადამფუძნებელი

ბესო კაჭარავა, 27
Post Red Audio, დამფუძნებელი

დათო კვიციანი, 23
Cnick, დამფუძნებელი

ბაქარ მარუაშვილი, 27
Entropy, მთავარი საინვესტიციო
ოფიცერი

რატი დოლიჯაშვილი, 28
„ბიოქიმფარმა“, გაყიდვებისა და
მარკეტინგის უფროსი

მიხეილ ჩხარტიშვილი, 28
Appidea, დამფუძნებელი

არჩილ ჭეიშვილი, 25
Palatine Analytics,
გენერალური დირექტორი

დავით ხოსროშვილი (28)
WiFisher, დამფუძნებელი

შეშრი

ქეთი ბოჭორიშვილი, „ანაკლია
სითის“ აღმასრულებელი
დირექტორი

მიხეილ ხიდურელი, „ანარმლე
საქართველოს“ ხელმძღვანელი
მარიამ ლაში, ინოვაციებისა
და ტექნოლოგიების სავაგენტოს
დეპარტამენტის უფროსი

დავით ხოსროშვილი, 28

WIFISHER, დამფუძნებელი

ონლაინსივრცეში მომხმარებლების ქცევის ანალიტიკა ათვისებული ნიშია, თუმცა იმავეს ვერ ვიტყვით მომხმარებლების ქცევაზე ფიზიკურ გარემოში.

დავით ხოსროშვილმა მარკეტინგული პლატფორმა WiFisher-ი 2015 წელს შექმნა. კომპანია ტრადიციულ ბიზნესთან თანამშრომლობს, ესმარება ბიზნესმენებს იმის გარკვევაში, თუ ვინ არიან მათი მომხმარებლები. პლატფორმა აგროვებს მონაცემებს, ვიზიტორებს სპეციფიკურ კატეგორიებში ანალიზებს და მათი ქცევის ანალიზს ახდენს. მსხვილი ამერიკელი ინვესტორების დაფინანსებით WiFisher-ი ხუთ ქვეყანაში გაფართოვდა და მომსახურებას 250-ზე მეტ დამკვეთს უწევს.

„2011 წლიდან ხუთი კომპანიის თანადამფუძნებელი ვიყავი, თუმცა გადაწყვიტე, რომ დროა, ფოკუსირება ერთ კომპანიაზე მოვასხდინო და ეს კომპანია WiFisher-ია. კვირაში დაახლოებით 80 საათს ვმუშაობ და ბედნიერი ვარ, რომ ასეთ მაგარ გუნდთან ერთად ვქმნი offline ანალიტიკის მომავალს“.

ინოვაციური კომპანია WiFisher-ი Forbes Startup Award 2017-ის მფლობელი გახდა.

A man with short brown hair and a light beard, looking slightly to the right with a neutral expression. He is wearing a black t-shirt with the word "WiFisher" printed in white. The "i" in "WiFisher" has a Wi-Fi signal icon above it. The background is a solid purple color.

WiFisher

სპორტი

ნიკოლოზ ბასილაშვილი, 26
ჩოგბურთელი

გოგა ბითაძე, 19
კალათბურთელი

სოსო მათიაშვილი, 27
რაგბისტი

ზაზა ნადირაძე, 24
კანოისტი

გენო პეტრიაშვილი, 24
მოჭიდავე

ლაშა ტალახაძე, 24
ძალისანი

სალომე ფაჟავა, 20
მხატვრული ტანმოვარჯიშე

ვაკო ყაზაიშვილი, 25
ფეხბურთელი

ლაშა შავდათუაშვილი, 26
ძიუდოსტი

თორნიკე შენგელია, 26
კალათბურთელი

ვლადიმერ ხინჩეგაშვილი, 25
მოჭიდავე

სალომე ფაჟავა, 20

მხატვრული ტანმოვარჯიში

მხატვრული ტანმოვარჯიშის გახსენებისას თვალწინ ფერადი ლენტების ფრიალი და ტანმოვარჯიშისა და ბურთების ცეკვა წარმოგვიდგება – ჰარმონია, რომელიც ულამაზეს სანახაობას ქმნის. სპორტის სწორედ ამ სახეობის გამორჩეული წარმომადგენელია სალომე ფაჟავა, რომელმაც შეძლო და დაამტკიცა, რომ საქართველოს ტანმოვარჯიშეთა სკოლა ერთ-ერთი უძლიერესია მსოფლიოში.

მას მრავალ საერთაშორისო შეჯიბრებაში აქვს მონაწილეობა მიღებული და არაერთხელ მოუპოვებია დამსახურებული ადგილი საუკეთესოთა ათეულში.

ჟიური

ზაზა აბაშიძე – ტელეკომპანია „ბირველის“ ჟურნალისტი
გოგი ქავთარაძე – „ფორბსის“ ვებგვერდის დირექტორი
სანდრო ცნობილაძე – სპორტული კომენტატორი

სტილი

ანუკი არეშიძე, 29
დიზაინერი

ნინი გოგიჩაიშვილი, 25
მოდელი

გოლა დამიანი, 26
დიზაინერი

ნუკა ტაბუკიანი, 29
Matériel, საერთაშორისო
გაყიდვების დირექტორი

გიორგი ქებურია, 27
დიზაინერი

ირაკლი რუსაძე, 27
დიზაინერი

თაკო ნაცვლიშვილი, 19
მოდელი

ალექსანდრე პაიჭაძე, 27
მოდელი

მარიშა ურუშაძე, 23
მოდელი

ანი ჩიხლაძე, 25
მოდელი

შიური

სოფო ჭყონია - BE NEXT-ისა და
Mercedes-Benz Fashion Week
Tbilisi-ს დამფუძნებელი

ჯიჯი რეჯინი - Benext Fashion
Design Contest-ისა და Mercedes-
Benz Fashion Week Tbilisi-ს
არტდირექტორი

გიორგი ქებურია, 27

დიზაინერი

გიორგი ქებურიას დიზაინს ელეგანტურობისა და ექსცენტრიულობის პარმონიული შერწყმა ახასიათებს. ორიგინალურობით გაჯერებული თვითნასწავლი დიზაინერის ბრენდი 2010 წელს დაარსდა და მოდის ინდუსტრიაში ახალი მასკულიზური და ფემინური ესთეტიკა შექმნა, რამაც მოდა და სილამაზე სრულიად ახალ, უჩვეულო საფეხურზე აიყვანა.

ელეგანტურობითა და კლასიკურობით გაჯერებული კოლექცია Be Next 2012-ის გამარჯვებული და Muuse x Vogue Talents Vision Award-ის მაცურებლის რჩეული გახდა.

გიორგი ქებურიას მიღებული აქვს „Best Newcomer“-ის ჯილდო Tbilisi Fashion Week-ზე. 2013 წელს იგი Materiel-ის მოდის სახელში მუშაობდა. 2015 წლიდან კი საკუთარი ბრენდის განვითარებაზე მოახდინა კონცენტრირება. მის შესახებ წერს ჟურნალი Vogue და მისი კლიენტები არიან ლედი გაგა, რიანა, დები კარდაშვიანები და სხვანი.

აღმასრულებელი დირექტორი
ჯონ დონაჰო. მას უნდა,
eBay-ს უფროსად მუშაობისას
მიღებული გამოცდილება
საწარმოთათვის მარტივი,
მომხმარებელზე მორგებული
პროგრამული უზრუნველყოფის
შესაქმნელად გამოიყენოს.

კარიერის მეორე და ბრწყინვალე ფაზა ტექნოლოგიის სფეროში

50-ს მიტანებულმა ფრედ ლადიმ საუშუაოც დაკარგა და ქონებას, მებრამ საკუთარი წარუმატებლობისგან მიღებული გაკვივითილის კრატიკაში გათავისებით, მან SERVICENOW შექმნა – **ამერიკის ყველაზე ინთვაზიური კომპანია**, თავად კი, კარიერის ამ გვიან ფაზაში, მილიარდებზე იქცა.

ავტორები: კეთლინ ნაიკოვსკი და მარკ ვოუთნი

მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

3 ვგასს რა შეცვლის: ფანებმა Venetian Hotel-ი ალყაში მოაქცევს, რომ გაჭაღარავებულ ცნობილ სახესთან, რომელიც ალყის გარღვევას ცდილობდა, როგორმე სელფი გადაეღო. 63 წლის ფრედ ლადი ამერიკაში ყველაზე ცხელ-ცხელი IT-სერვისების კომპანიის, ServiceNow-ს დამფუძნებელია. იმ დღეს „ცოდვების ქალაქში“ ლადის

ვერც ვეინ ნიუტონმა აჯობა და ვერც სელინ დიონმა, ვერც სიგვრიდმა და ვერც რომიმ, ყოველ შემთხვევაში, იმ 18,000 მომხმარებლის, გამყიდველისა თუ თანამშრომლისთვის, ვინც ლას-ვეგასში Knowledge-ის - ServiceNow-ს დეველოპერთა წლიური კონფერენციის - გამო ჩასულიყო.

„როცა ამდენ ხალხს შენი ნახვა უხარია, გულწრფელად ვიტყვი, თავი როკვარსკვლავი გგონია“, - თქვა თვალეზბადრწყინებულმა ლადიმ, რომელსაც გარკვეული დრო გამოენახა უამრავ თავგანისმცემელთან ერთად ფოტოგადაღებათა შორის.

ლადის ასეთი განებივრება ეპატიება. თოთხმეტი წლის წინ ის, ფაქტობრივად, გაკოტრებული იყო: ერთ ღამეში, საბუღალტრო თაღლითობის შედეგად, \$35-მილიონიანი პირადი ქონების აორთქლების მოწმე შეიქმნა თავის წინა კომპანიაში. ცამეტი წლის წინ სოლოკარიერას მიჰყო ხელი: სახლიდან ServiceNow-ს მთავარ პროდუქტზე მუშაობდა. და როცა ექვსი წლის წინ პირველადმა საჯარო შეთავაზებამ მისი შრომის ეფექტიანობა დაადასტურა, კომპანია მიიწვია მოკრძალებულ \$2 მილიარდად იქნა შეფასებული.

დღეს სანტა-კლარაში (კალიფორნია) დაფუძნებული ServiceNow-ს საბაზრო კაპიტალიზაცია \$30 მილიარდს შეადგენს, Forbes-ის ყველაზე ინოვაციურ კომპანიათა რეიტინგში კი პირველ ადგილს იკავებს.

6,000-ზე მეტი თანამშრომლისგან შემდგარ კომპანიას 4,000-ზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს, მათგან 850 კი Forbes Global 2000-ის, ანუ მსოფლიოს ყველაზე დიდი საჯარო ფირმების, რეიტინგის წევრია. შარშან მისმა შემოსავლებმა \$1.93 მილიარდი შეადგინა და ნავარაუდევია, რომ ზრდის ტემპი წელს 30%-ზე მაღალი იქნება. 500 კომპანიაზე მეტი, ყოველ წელს, სულ ცოტა, \$1 მილიონს ხარჯავს Service Now-ს პროდუქტებზე.

და რას იფიქრებ ამის სანაცვლოდ? მართივ, მოქნილ სამუშაო პროცესს, რომელიც დაქირავებულებს საშუალებას აძლევს, ადვილად მართონ თავიანთი მოთხოვნები IT-სგან. როგორც Salesforce-ი აძლევს კომპანიას საშუალებას, თავისი გარე-

რბ ბრის ინოვაციები? მისი განსაზღვრება ისეთივე რთულია, როგორც - მისი წარმატებით კეთება, თუმცა შეგვიძლია, გითხრათ, ვინ არიან ლიდერები. მერვე წელია, Brigham Young University-ს ჯეფ დაიერთან და MIT-ის ჰალ გრეგერსენტან ვთანამშრომლობთ, რათა ზუსტად დავადგინოთ, რომელ საჯარო კომპანიებს შესწევთ საუკეთესოდ უნარი, კაპიტალიზება მოახდინონ ინვესტორთა ნდობაზე მათი შემოქმედებითობისა და გამოგონებულობის მიმართ, რასაც „ინოვაციის პრემიუმით“ ვზომავთ, რომელიც, თავის მხრივ, აფასებს მეწილეთა რწმენის დონეს ამ კომპანიათა ზრდის უწყვეტობაში. წლებადნელ რეიტინგს ახალი პირველი ადგილის მფლობელი ჰყავს - cloud-ზე დაფუძნებული პროვაიდერი ServiceNow (იხ. სტატია). მეტი ინფორმაციისთვის, მათ შორის, მეთოდოლოგიის სრულად გასაცნობად, ეწვიეთ ვებგვერდს: FORBES.COM/INNOVATIVE-COMPANIES.

კომპანია	ინოვაციის კომპანიის ინდექსი	ინოვაციის პრემიუმი
1. SERVICENOW სისტემათა პროგრამული უზრუნველყოფა აშშ	89.22	
2. WORKDAY სისტემათა პროგრამული უზრუნველყოფა აშშ	82.84	
3. SALESFORCE.COM სისტემათა პროგრამული უზრუნველყოფა აშშ	82.27	
4. TESLA ავტომობილმშენებელი აშშ	78.27	
5. AMAZON.COM ინტერნეტი და შუამავალი მარკეტინგი აშშ	77.40	
6. NETFLIX ინტერნეტი და შუამავალი მარკეტინგი აშშ	71.23	
7. NETFLIX ინტერნეტი და შუამავალი მარკეტინგი აშშ	70.59	
8. HINDUSTAN UNILEVER სახლის პროდუქტები ინდოეთი	67.20	
9. NAVER ინტერნეტის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები კორეა	64.62	
10. NAVER ინტერნეტის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები აშშ	64.62	
11. MONSTER BEVERAGE ბავშვთა სასმელები აშშ	64.26	

ADOBE / კომიზია: 13

ყველაზე ინოვაციური ხელთნაწერი ინტელექტი

2016-ის ნოემბერში Adobe-მა Sensei (იაპონურად „მასწავლებელი“) ჩაუშვა - ხელოვნური ინტელექტისა და მანქანური სწავლების პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელსაც, მაგალითად, შეუძლია, Photoshop-ის ფაილში სახის ნაკვეთები იცნოს და ისე შეცვალოს ადამიანის გამოუმეტყველება, რომ ფოტო ბუნებრივად გამოიყურებოდეს. Sensei Adobe-ის cloud-პროდუქტებშია ხელმისაწვდომი. ეს მხოლოდ იმ მრავალთაგან ერთ-ერთი გზაა, რითაც Adobe-მა თავისი პროგრამული უზრუნველყოფის შემოქმედებითი ინტეგრირება მოახდინა. „შედეგად, ერთ სისტემაში იმაზე გაცილებით მეტი რამის გაკეთება შეგიძლია, ვიდრე ეს აქამდე შეგიძლო“, - ამბობს Piper Jaffray-ის ანალიტიკოსი ალექს ზაკინი. - *ივორ ბოსილოვსკი*



შეკლებები მართოს, რისთვისაც ყველა კონტაქტისა და ინტერაქციის აღრიცხვას ახდენს (და ახლა უკვე გაყიდვების წარმომადგენლებს ეუბნება, რა უნდა იყოს მათი მომდევნო ნაბიჯი), ServiceNow შიდა სისტემას გვთავაზობს, რათა თანამშრომელთა მოთხოვნები იქნას დაკმაყოფილებული, ამით კი IT სერვის-მენეჯმენტის პროგრამული უზრუნველყოფის ისეთ ტრადიციულ მოთამაშეებს ჯაბნის, როგორც BMC Software-ი, Hewlett Packard Enterprise-ი, Cherwell Software-ი და CA Technologies-ი არიან, და, შესაბამისად, ამ ბაზრის ნახევარზე გამოთქვამს პრეტენზიას.

საფირმო საკაზმი - ის, რაც ServiceNow-ს მსუყე „ინოვაციის პრემიუმს“ ანიჭებს, ჩვენი რეიტინგის სათავეში მოსახვედრად რომ არის საჭირო - პროდუქტის ორ ისეთ მახასიათებელში იმალება, რომელთაც მასშტაბების გაზრდის პოტენცია აქვთ: სიმარტივე და ინდივიდუალურ მომხმარებელზე მორგების უნარი. ServiceNow-ს IT-ინსტრუმენტების დაყენებას IT-განყოფილების ჩარევა არ სჭირდება. ერთხელ თუ გაუშვებ, ეს ინსტრუმენტები ერთიან ცენტრს უზრუნველყოფს, სადაც მოთხოვნები, მონაცემები და დავალებათა სიაა თავმოყრილი, რომლებიც, თავის მხრივ, ავტორითებით შეგიძლია, გააანალიზო და იწინასწამტყველო საჭიროებები, ამოიცნო პრობლემური მხარეები და გაზომო ეფექტიანობა. იმ ბიზნესშიც კი, სადაც განახლების მაჩვენებელი, როგორც წესი, 90%-ია, ServiceNow-ს მაჩვენებელი 98%-ს უტოლდება. „მსოფლიოს უდიდესი კომპანიების ნომერ პირველ IT პარტნიორად დაიმკვიდრეს თავი და, თანაც, მათზე არავინ ამბობს უარს“, - აღნიშნავს Piper Jaffray-ის ანალიტიკოსი ალექს ზაკინი. ყველა ეს მახასიათებელი იმგვარ მომავალზე მეტყველებს, IT-სერვისებს რომ სცდება.

მაგრამ ლადის ტრიუმფი სათავეს მენეჯმენტური ინოვაციიდანაც იღებს, კერძოდ, მას დამუშავებლისათვის იშვიათი თვისება აქვს: იცის, როდის უნდა გადგეს განზე და როდის მისცეს სხვას საქმის მართვის უფლება. 2011-ში ლადი აღმასრულებელი დირექტორის თანამდებობიდან პროდუქტის დირექტორის თანამდებობაზე გადავიდა. „ფრედი არაჩვეულებრივი მრჩეველია, მასწავლებელი, მეგობარი და პიროვნება, რომელიც მუდმივ გამოწვევებს გვიწყოფს, რათა გავაუმჯობესოთ მომხმარებლის გამოცდილება და უზრუნველყოთ, რომ პროდუქტებით სარგებლობა სულ უფრო იოლი იყოს“, - ამბობს ამჟამინდელი აღმასრულებელი დირექტორი ჯონ დონაპო, რომელიც მანამდე eBay-ს აღმასრულებელ დირექ-



ORIENTAL LAND /პოზიციები: 40
აღმოსავლეთი DISNEY

Oriental Land-ი, ლიგენზის პირობებში, ფლოოს და ამუშავებს Tokyo Disneyland-სა და Tokyo DisneySea-ს, რომლებზეც გასულ წელს 30 მილიონზე მეტი მნახველი მოიხილეს და ამით აზის ორ (სამიდან) ყველაზე ფუფუნა თემატურ პარკად მოგვევლინენ. ახლა კომპანია აპლიკაციას უშვებს, რათა ხალხმრავლობით გამოწვეული ნაკლოვანებები გამოასწოროს, მნახველებს საშუალება მისცეს, წინასწარ იყიდონ ბილეთები, დაჯავშნონ სასტუმროები და რესტორნები და ჭკვიანი ტელეფონებით შეამოწონ, როდის მოვა მათი რიგი ატრაქციონებზე. „ტექნოლოგიების, მათ რიცხვში, ჭკვიანი ტელეფონების, გამოყენების თვალსაზრისით, Oriental Land-ი საოცრად მოქნილი ხდება“, - აღტაცებით აღნიშნავს Jefferies Group-ის ანალიტიკოსი ს. ტაკეუჩი. ამასთან, კომპანია \$100 მილიონზე მეტ ხარჯავს ისეთ ტექნოლოგიაში, როგორც ფოტომომენტის სისტემებია, რომელთაც წლიური საშუალოდ იდენტიფიცირება შეუძლიათ. აქამდე კომპანია მსგავსი ინოვაციებით საკუთარ პარკებში იფარვებოდა, ვაითუ გარეშე თვალს ჯადოსნური ატმოსფეროდან ყურადღება სხვაგან გადაეტანა. - *პრისცა ენგი*

პოზიციები	კომპანია	ინოვაციის	ინდექსი
ინდექსი	კომპანია	ინდექსი	ინდექსი
12.	UNILEVER INDONESIA	63.91	სახლის პროდუქტები <i>ინდონეზია</i>
13.	ADOBE SYSTEMS	63.91	გამოყენებითი პროგრამული უზრუნველყოფა <i>აშშ</i>
14.	CELLTRION	62.30	ბიოთექნოლოგია <i>კორეა</i>
15.	AUTODESK	62.04	გამოყენებითი პროგრამული უზრუნველყოფა <i>აშშ</i>
16.	REGENERON PHARMACEUTICALS	61.11	ბიოთექნოლოგია <i>აშშ</i>
17.	VERTEX PHARMACEUTICALS	60.93	ბიოთექნოლოგია <i>აშშ</i>
18.	AMOREPACIFIC	60.81	პირადი მოხმარების პროდუქტები <i>კორეა</i>
19.	AMERISOURCEBERGEN	58.69	ჯანდაცვის დისტრიბუტორები <i>აშშ</i>
20.	ILLUMINA	58.33	სინოსხლის შემსწავლელი ინსტრუმენტები და სერვისები <i>აშშ</i>
21.	MARRIOTT	58.15	სასტუმროები, ავტორიტები და კრედიტის ხაზები <i>აშშ</i>
22.	ALEXION PHARMACEUTICALS	58.04	ბიოთექნოლოგია <i>აშშ</i>
23.	CP ALL	57.32	საკვებითი ვაჭრობა <i>თაილანდი</i>
24.	RED HAT	56.93	სისტემათა პროგრამული უზრუნველყოფა <i>აშშ</i>
25.	TENCENT HOLDINGS	56.77	ინტერნეტის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები <i>ჩინეთი</i>
26.	FLEETCOR TECHNOLOGIES	56.77	მოსახლეობის მართვა და მართვა <i>საერთაშორისო სერვისები აშშ</i>

DASSAULT SYSTEMES /პოზიციები: 48
3-D-ს აფრენა

Dassault-ს 3-D ბიზნესდომინი და სიმულაციური პლატფორმები ბიზნესების საწვავს წარმოადგენს 14 ინდუსტრიაში, მათ შორის, Tesla-სთვის, Exxon Mobil-ისა და Pfizer-ისთვის. გასულ ივლისს Boeing-მა კონტრაქტი დადო Dassault-სთან, რათა თავისი ავიაციის, სივრცისა და თავდაცვის განვითარების პროგრამებში \$3.8-მილიარდიანი (შემოსავლით) კომპანიის პლატფორმის, 3DEXPERIENCE-ის ინტეგრირება მოახდინოს. „რაც Dassault-ს დანარჩენებისგან გამოარჩევს, ისაა, რომ კომპანია, კარგა ხანია და სტაბილურად, შემოსავლის ძალიან მსუყე ულუფას კვლავ კვლავს და განვითარებაში ახანდებს, - ამბობს ჯეი ვლექსიზუვერი Griffin Securities-იდან. - ეს უკვე ათწლეულებია, მის კულტურად იქცა“. გარდა ამისა, Dassault-მ შესანიშნავად გაიყვანა კომპიუტერის დახმარებით მომუშავე დიზაინის პროდუქტები Catia V6 და Solidworks-ი. - *კარტერ კუდრი*





ფრედ ლადი დელ-მარში (კალიფორნია), თავის სანაპირო სახლში. წარმატებამ მეთი დრო მოუპოვა თავის 10 წლის ვაჟთან სათამაშოდ და მომდევნო პროექტზე სამუშაოდ, რაც აშშ-ის ჯანდაცვის ხელმისაწვდომობისა და ეფექტიანობის გაზრდაში მდგომარეობს.

ტორად მსახურობდა.

თავმდაბალი ეგო ფასობს... ყოველ შემთხვევაში, ჩვენს

რეიტინგებში, სადაც ServiceNow-მ აჯობა Facebook-ს, Tesla-სა და იმავე პერიოდში ჩაშვებულ დამფუძნებლებზე ცენტრირებულ არაერთ ტექნოლოგიურ გიგანტს. ხისტი თავდაჯერებულობის ნაცვლად, ლადი ბრძნულად მოქმედებს. ბოლო-ბოლო, ServiceNow მან მოწიფულ ასაკში წამოიწყო (ტექნოლოგიური სტანდარტებით) – 50 წლისამ. ან, უფრო ზუსტად თუ ვიტყვით, 49 წლის და 346 დღის რომ იყო, მაშინ – თავის დაბადების დღემდე ორი კვირით ადრე. „ველარ მოვითმინე, – ამბობს ის, – იმიტომ რომ, თითქოს რაღაც შინაგანი ხმა მკარნახობდა, რომ კომპანიას 50 წლის ასაკში ვეღარ წამოვიწყებდი“. მაგრამ ლადის საგა ადასტურებს, რომ ეს სენტემენტი მცდარი აღმოჩნდა, არადა მისი ინოვაციური ინგრედიენტი – გამოცდილება – ხშირად არასათანადოდაა შეფასებული სილიკონის ხეობაში.

SERVICE NOW-ს შთაბეჭდილება აღზევების ფესვები პროგრამული უზრუნველყოფის მენეჯმენტის IT-კომპანიის, Peregrine Systems-ის ფერფელში უნდა ვეძიოთ, რომელიც ერთხანს \$4 მილიარდზე მეტად იყო შეფასებული. 13 წლის მანძილზე, ტექნოლოგიური დირექტორის რანგში, ლადი კომპანიის საწვავად გვევლინებოდა, მაგრამ გაირკვა, რომ ზრდა საეჭვო წყაროების დამსახურება იყო: ორ წელიწადში შემოსავლის მანევრებლები და აქციათა ფასები რომ გაებერა, Peregrine-მა რამდენიმე თაღლითურ მეთოდს მიმართა. 2002-ში ამ ყოფილმა წარმატებულმა ბიზნესმა თავი ბანკროტად გამოაცხადა, ხოლო რამდენიმე აღმასრულებელი, მათ რიცხვში, აღმასრულებელი დირექტორი, ციხეში აღმოჩნდნენ. ლადისთვის კრიმინალში არ დაუდიათ ბრალი, თუმცა მისი \$35-მილიონიანი წილი ერთ ღამეში აორთქლდა.

„მძულდა ჩემი სამუშაო“, – ასეთია ლადის დღევანდელი პოზიცია – დროის გასვლისა და მილიარდი დოლარის მოპოვების შემდეგ. – ამ ფულის დაკარგვა უდავოდ საუკეთესო რამ იყო, რაც შეიძლებოდა, მომხდარიყო“. აპათიაში გადაშვების მაგივრად, ლადიმ განიზრახა, კაპიტალიზება იმაზე გაეკეთებინა, რაც სძულდა, – IT-განყოფილებებზე, რომლებიც რიგითი თანამშრომლისთვის ზედმეტად რთული გასამკლავებელი იყო, – და დაკარგული ფულის დაბრუნებას ცდილიყო. თავისი ქონების აორთქლებიდან მაღევე, ის თავის სან-დიეგოს სახლში ჩაჯდა და პროდუქტზე მუშაობას შეუდგა, რომელიც ServiceNow გახდებოდა.

მსგავსი პროაქტიური ოპტიმიზმი სათავეს ნიუ-ქასლიდან (ინდიანა) იღებს – ინდიანაპოლისის ახლო მდებარე საშუალო ზომის ქალაქ რასტ-ბელტიდან. მამამისი ბუღალტერი

მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

YAHOO JAPAN / კომპანია: 69
გაბლენის პორტალი

თუ მისი ამერიკული სესხია გავლენას კარგავს, Yahoo Japan-ი ქვეყნის მესამე უმსხვილეს ინტერნეტკომპანია იფურჩქნება. წელს, წლის დასაწყისში, ახალი აღმასრულებელი დირექტორი აიყვანა – კენტარო კავაბე. ეს უკანასკნელი თავისი ახალი კომპანიის ახალი სანავით მომარაგებას ცდილობს, რისთვისაც მეტ ინვესტიციას ახორციელებს ციფრულ გადახდებსა და რეკლამებში. ამავე მიზნის მისაღწევად, აპრილში კომპანიამ, თავისი შვილობილი Z Corp.-ის მეშვეობით, 40%-იანი წილი იყიდა ტოკიოში დაფუძნებულ კრიპტოვალუტის გადამცველ BitArg-ში. კავაბე ელ-ვაჭრობაშიც მიიწეწს წინ, ხოლო იაპონიის SoftBank-ი, რომელიც Yahoo Japan-ში 42%-ს ფლობს, გულუხვ ერთგულების პროგრამას სთავაზობს თავისი ფიჭური სერვისის იმ გამოშვებებს, რომლებიც Yahoo Japan-ში „დადიან“ საყიდლებზე. – კ.კ.



კომპანია კომპანია ინდუსტრია **კომპანია** ინოვაციის კომპანია

- 27. LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE** 55.26
პირადი მოხმარების პროდუქტები *კორეა*
- 28. CTRIP.COM** 53.55
ინფორმაციით და უზუზაგველო მარკეტინგით *ჩინეთი*
- 29. HERMÈS** 52.38
თანსაცმელი, აქსესუარები და ფუფუნების საგნები *საფრანგეთი*
- 30. STARBUCKS** 50.77
რესტორნები *აშშ*
- 31. ALIGN TECHNOLOGY** 50.58
ჭანდაცვის დანადგარები *აშშ*
- 32. FAST RETAILING** 50.57
თანსაცმელით ვაჭრობა *იაპონია*
- 33. IHS MARKIT** 50.40
კვლევისა და კონსულტირების სერვისები *ღიმი ბრიტანეთი*

- 34. EXPEDIA** 49.82
ინფორმაციით და უზუზაგველო მარკეტინგით ვაჭრობა *აშშ*
- 35. SIRIUS XM** 48.90
კაბელი და საბოლოო *აშშ*
- 36. VISA** 48.44
მონეტარული და მონეტარული და ბარე მხარის სერვისები *აშშ*
- 37. ANHEUSER-BUSCH INBEV** 47.64
ლუდსაბრუნავი *ბელგია*
- 38. KEYENCE** 47.50
ელემენტარული აღჭურვილობა და ინსტრუმენტები *იაპონია*
- 39. BARD** 46.80
ჭანდაცვის აღჭურვილობა *აშშ*
- 40. ORIENTAL LAND** 46.28
ბასარტოში მენეჯმენტი *იაპონია*
- 41. MOLSON COORS** 46.07
ლუდსაბრუნავი *აშშ*

UNILEVER / კომპანია: 70
როგორ გავაძროთ პროდუქტი?

ეკოლოგია დღეს ისეთი ბიზნესია, როგორც არასდროს ყოფილა, Unilever-ი კი მასში ბოლომდე არის ჩართული. გასულ წელს \$60-მილიარდიანმა (გაყიდვებით) სამომხმარებლო საქონლის გიგანტმა პირობა დადო, რომ 2025-ისთვის თავის ყველა პლასტიკატის შეფუთვას გადამუშავებისთვის, კვლავ გამოყენებისა ან კომპოსტირებისთვის ვარგისს გახდის. ჩვეულებრივ პლასტიკატებს არადაამინძურებელი, კვლავ გამოყენებული ფორმა რომ შესძინოს, ის ქიმიკატების კომპანია Indorama Ventures-სა და ზოლანდიურ სტარტაპ Ioniqa-სთან თანამშრომლობს. ამასთან, ის არა მხოლოდ ამცირებს თავის ბოთლებში პლასტიკატის შემცველობას, არამედ თავის ტექნოლოგიურ პროცესებს საჯაროს ხდის, რათა სხვა კომპანიებმაც შეძლონ სარგებლობა. „ვიფიქრეთ, რომ სწორი იქნებოდა, თუ ამ ტექნოლოგიის უფრო ფართო გამოყენებას გავხდით შესაძლებელს“, – ამბობს Unilever-ის კვლევისა და განვითარების დირექტორი დევიდ ბლანჩარდი. – კ.კ.



იყო, დედა – კათოლიკური სკოლის მასწავლებელი. ახალგაზრდა ლადი, მისივე თქმით, გულგრილი მოსწავლე გახლდათ, თუმცა აპარატები და დანადგარები მუდამ იტაცებდა და ყველაფერს შლიდა ხოლმე, რაც კი რამ ხელში ჩაუვარდებოდა. 17 წლისა, როცა American Standard-ში ხელის ბიჭად მუშაობდა, ოფისში HP კომპიუტერის დამონტაჟების მოწმე შეიქნა და უფროსებს შევედრა, მისი გამოყენების უფლება მიეცათ. პროგრამირების სახელმძღვანელოების (და 1972 წლის ნიუ-ქასლში პროგრამირების მცოდნეთა დეფიციტის) დახმარებით, ათ დღეში, ლადი კომპანიაში პროგრამისტის თანამდებობაზე მოგვევლინა.

მაღვეე გააცნობიერა, რომ პროგრამულ უზრუნველყოფას ადამიანების ცხოვრების გაუმჯობესების ძალა ჰქონდა. ბრძანებათა შეყვანის პროგრამა ისე დაწერა, რომ კომპანიის კლერკს ყოველდღე ერთი და იმავე ინფორმაციის შემცველი ტონა ბრძანებების ბეჭდვა აღარ დასჭირვებოდა. „არ არსებობს უკეთესი გამოცდილება, – ამბობს ლადი და ამ მომენტს იხსენებს, – თუ არა, მისცე ვინმეს რაიმე ტექნოლოგია, რაც მას

ისეთი რამის კეთების საშუალებას აძლევს, რასაც ვერასდროს წარმოიდგენდა“.

ServiceNow-ს მომხმარებელთა რიცხვში Global 2000-ის 850 ყველაზე დიდი კომპანიაა.

ინდიანის უნივერსიტეტის მიტოვების შემდეგ (მთელ დროს, ლექციებზე სიარულის ნაცვლად, პროგრამირებაში ატარებდა), სილიკონის ხეობისკენ, Amdahl Corp.-ში გაემუშა - IBM-ის ადრეულ კონკურენტში დიდი კომპიუტერების ძვირ ბაზარზე.

Peregrine-ის კოლაფსის მიუხედავად, ლადის რევოლუციური იდეა გაუჩნდა, რაც პროგრამირებაში გატარებული სამი ათწლეულის დამსახურება იყო: როგორც კომპანიის სახელი გვკარნახობს, ლადი საოფისე სერვისებს გამოწერების საფუძველზე

(თვითრად) ინტერნეტით აწვდიდა მომხმარებლებს, პროგრამული უზრუნველყოფის განახლება კი იოლი იყო – მომხმარებლებს არ სჭირდებოდათ დისკებიდან სხვადასხვა ოპერაციულ სისტემაზე მისი ხელით ჩამოტვირთვა. იმის გათვალისწინებით, რომ 2003 წელი იდგა, ლადი სერვისად ქცეული იმგვარი პროგრამული უზრუნველყოფის პიონერი აღმოჩნდა, რომელმაც მომხმარებელთან დამეგობრებული, ოფისის რიგით თანამშრომელზე მორგებული ინტერფეისი დაამკვიდრა. მისი

მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

პოზიციის კომპანია ინფოსტრუქტურა **ინოვაციის** პრემიუმი

42. PRICELINE 45.35

ინფორმაციის და უზუბავლო ბარკატიონით ვაჭრობა **აშშ**

43. CHINA MOLYBDENUM 45.27

დოვითრფიციტრახული ლითონები და ნიალისაულის მოპოვება **ჩინეთი**

44. INTUITIVE SURGICAL 45.18

ჭანდაცვის აღჭურვილობა **აშშ**

45. BAIDU 45.15

ინფორმაციის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები **ჩინეთი**

46. MASTERCARD 44.31

მონაცემთა და მომსახურება და ბარტ მყაროს სერვისები **აშშ**

47. FALABELLA 44.09

სინივარმაღები **ჩილე**

48. DASSAULT SYSTEMES 43.76

გამოყენებითი პროგრამული უზრუნველყოფა **საფრანგეთი**

49. GENERAL MILLS 43.28

დაფასოებული საკვები და ხორცპროდუქტები **აშშ**

49. ROPER TECHNOLOGIES 43.28

ინფოსტრუქტურა კონვოლუციონები **აშშ**

51. INTUIT 43.17

გამოყენებითი პროგრამული უზრუნველყოფა **აშშ**

52. ESSILOR INTL 43.16

ჭანდაცვის დანადგარები **საფრანგეთი**

53. COCA-COLA 42.73

გაზიანი სასმელები **აშშ**

54. INDITEX 42.64

თანსაცმლით ვაჭრობა **ესპანეთი**

55. EDWARDS LIFESCIENCES 42.13

ჭანდაცვის აღჭურვილობა **აშშ**

56. RECKITT BENCKISER 41.83

სახლის პროდუქტები **დოლი ბრიტანეთი**

57. EXPERIAN 41.80

კვლევისა და კონსულტირების სერვისები **ირლანდია**

58. CONSTELLATION BRANDS 41.75

სახდლები და მემდინეობა **აშშ**

59. KONE 41.70

ინფოსტრუქტურული დანადგარები **ფინეთი**

60. BROWN-FORMAN 41.69

სახდლები და მემდინეობა **აშშ**

61. LUXOTTICA 41.54

თანსაცმელი, აქსესუარები და ფუფუნების საგნები **იტალია**



ASSA ABLOY / პოზიციის: 78

მომავლის გასაღები

შესაძლოა, არასდროს გსმენიათ Assa Abloy-ს შესახებ, მაგრამ დიდი შანსია, მის მიერ დამზადებული რომელიმე საკეტს ფლობდეთ. შვედური კომპანია, რომელმაც \$8.9-მილიარდის შემოსავლიდან შარშან \$1 მილიარდი ჩაიყიდა, გაყიდვებიდან, სულ მცირე, 3%-ს კვლევასა და განვითარებაზე ხარჯავს. „ახალგაზრდებს არ უნდათ, კარის გასაღებად ტრადიციული გასაღებები გამოიყენონ, – ამბობს აღმასრულებელი დირექტორი ნიკო დელვო. – უნდათ, ეს iPhone-ებით ან Apple Watch-ით გააკეთონ“. ზოდა, კომპანიამ შარშან სან-ფრანცისკოში დაფუძნებული ჯკვიანი საკეტების სტარტაპი August Home-ი იყიდა, წელს კი პროდუქტთან დაკავშირებით თანამშრომლობა დაიწყო Cigital-ის „ჭკვიანი“ სახლის კომპანია Nest-თან. დელვო უკვე წინ იყურება. „პროგნოზის თანახმად, მომდევნო 12 წელიწადში კიდევ 250 მილიონი ჩინელი რურალური მხარეებიდან ქალაქებში გადავა... იმედია, ყველა ამ ადამიანს დაგჭირდებათ“. – კარსტენ სტრაუსი

უმცროსი ძმა, რობი (რომელიც ასევე Peregrine-ში მუშაობდა) საბჭოს 2005-ს წელს, კომპანიის გაყიდვების პირველი წარმომადგენლის ამპლუაში შეუერთდა, ჰოდა, პროდუქტის გაიტანეს ბაზარზე.

ბაზრის რეაქცია ენთუზიაზმით გამსჭვალული სულაც არ ყოფილა.

„არადა, არაჩვეულებრივად მარტივი პლატფორმა შეექმენით სამუშაო პროცესისთვის, მივდიოდით ხალხთან და ვეუბნებოდით, ამით აი, ამის და ამის გაკეთება შეგიძლიათ, მაგრამ უბრალოდ არ ინტერესდებოდნენ, - იხსენებს ლადი, რომელსაც რაღაც მომენტში მანქანის გაყიდვაც მოუხდა, ხელფასები რომ გადაეხადა. - ასე რომ, საქმეს მივებრუნდი... მივხვდით, რომ მშვენიერი ინსტრუმენტი გვქონდა IT-მენეჯმენტისთვის, ჰოდა, ვიფიქრეთ, იქნებ ბოლომდე შეგვესხა ამ იდეისთვის ხორცი და IT-ის მხარდამჭერი პროდუქტი შეგვექმნა“. ამჯერად, ბაზარი ღია გამოდგა.

2005 წლის ივლისში ServiceNow-მ პირველი ინვესტიცია მოიზიდა; ეს \$2.5-მილიონიანი Series A რაუნდი იყო, რომელსაც JMI Equity უძღვებოდა (რასაც მომდევნო ორ წელიწადში კიდევ ორი რაუნდი მოჰყვა - ჯამში \$11-მილიონიანი). კომპანიამ პირველი კონტრაქტი 2005-ის შემოდგომაზე ოფშორულ გემბლენგ-საიტს, WagerWorks-ს მიჰყიდა. ზრდის ტემპი ვერ

იყო სწრაფი (ამ პირველ წლებში რამდენიმე ათეული თანამშრომლის პირობებში, რამდენიმე მილიონიანი შემოსავალი ჰქონდათ), თუმცა - ძალიან სტაბილური.

იმ დროისთვის, როცა 2009-ის მიწურულს ფირმის \$41.4-მილიონიანი Series D რაუნდს Sequoia Capital-ი გაუძღვა, მმართველი პარტნიორის, დაჯ ლეონის თქმით, მომხმარებლისგან საოცრად დადებით რეცენზიებს იღებდნენ. ServiceNow-ს შემოსავალი ყოველწლიურად ორმაგდებოდა, ფულის ნაკადი პოზიტიური გახდა, პერსონალის რიცხვმა 100-ს მიაღწია და გარიგებებიც უკვე უხვად იდებოდა ისეთ მომხმარებლებთან, როგორც Deutsche Bank-ი, Intel-ი და McDonald's-ია.

სწორედ ამ დროს გადადო ლადიმ საკუთარი ეგო გვერდზე და თავის ჩანაცვლება გადაწყვიტა. ის კარგად იცნობდა პროდუქტს. სჭირდებოდა აღმასრულებელი, რომელიც კარგად იცნობდა ზრდას. ლეონმა ლადი უამრავ ინტერვიუზე წაიყვანა, ბოლოს კი ლეონმა „ზეციური საჩუქარი“ ჰოლანდიელ ფრენკ სლუტმენში აღმოაჩინა - საკმაოდ ხისტ, პრაგმატულ აღმასრულებელში, რომელსაც Data Domain-ი საჯარო ბაზარზე გაეტანა, ხოლო მერე EMC-ისთვის მიეყიდა.

სლუტმენი გაყიდვების გუნდის შექმნასა და პროდუქტის ისეთ უფრო ფართო, მსხვილად გადამხდელ მომხმარებელზე მორგებას შეუდგა, როგორც Johnson & Johnson-ია. „ფრენკმა

მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

პოზიცია კომპანია ინდუსტრია ინოვაციის არეალიზაცია

- 62. MONDELEZ INTL** 41.28
დაფასებული საკვები და ხორცპროდუქტები *აშშ*
- 63. COMPASS** 41.25
რესტორნები *დღივი ბრიტანეთი*
- 64. JIANGSU HENGRUI MEDICINE** 41.12
ფარმაცევტიკა *ჩინეთი*
- 65. BOSTON SCIENTIFIC** 40.96
ჭანდაცვის აღჭურვილობა *აშშ*
- 65. PROCTER & GAMBLE** 40.96
სახლის პროდუქტები *აშშ*
- 67. PEPSICO** 40.74
გაზიანი სასმელები *აშშ*
- 68. CERNER** 40.56
ჭანდაცვის ტექნოლოგია *აშშ*
- 69. YAHOO JAPAN** 40.38
ინტერნეტის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები *იაპონია*
- 70. UNILEVER** 39.62
კირადი მოხმარების პროდუქტები *კოლმანია*
- 71. COLGATE-PALMOLIVE** 39.59
აპირბაღამინებელი და ლოგოსტიკა *აშშ*

- 72. UNITED PARCEL SERVICE** 40.56
აპირბაღამინებელი და ლოგოსტიკა *აშშ*
- 72. SODEXO** 39.59
რესტორნები *საფრანგეთი*
- 74. CIELO** 39.16
მონაცემთა დამუშავება და გარემოსათვის სერვისები *ბრაზილია*
- 75. ASML** 39.08
ნახევარგამზარების აღჭურვილობა *კოლმანია*
- 76. PAYCHEX** 38.55
მონაცემთა დამუშავება და გარემოსათვის სერვისები *აშშ*
- 77. CLOROX** 38.22
სახლის პროდუქტები *აშშ*
- 78. ASSA ABLOY** 38.14
პროდუქტების შექმნა *შვედეთი*
- 79. ALPHABET** 37.91
ინტერნეტის პროგრამული უზრუნველყოფა და სერვისები *აშშ*
- 80. NIDEC** 37.77
ელექტრონული კომპონენტები და აღჭურვილობა *იაპონია*
- 81. FANUC** 37.91
ინდუსტრიული დანადგარები *იაპონია*



HERSHEY / პოზიცია: 83
ცხელ-ცხელი შოკოლადი

The Hershey Co. 1894 წელს დაარსდა, მაგრამ მისი განვითარებისა და ინოვაციის ტემპები მისი მეათედი ასაკის (და ზომის) კომპანიისას არ ჩამორჩება. ჯერ მარტო დეკემბერში მან „მეოთხე შოკოლადი“, Hershey Gold-ი, გამოუშვა - კარამელიზებული კრემიანი ფილა, რომელიც გვერდს უმშვენებს უფრო პროზაულ თეთრი, რძისა და შავი შოკოლადის ფილებს. პარალელურად, კომპანიამ \$1.6 მილიარდი დახარჯა ბატიბუტ SkinnyPop-ის მფლობელი Amplify Snack Brands-ის შესაძენად. წელს, კომპანიის თანახმად, ის პორტფოლიოს გამარტივებასა და ამ ახალ პროდუქტებზე ფოკუსირებას გეგმავს, რისთვისაც საერთოდ ამოიღებს რამდენიმე ისეთ პროდუქტს, მხოლოდ დღესასწაულებისთვის რომ უშვებს. „ჩვენი ხედვა იმაში მდგომარეობს, რომ სასუსნავების სფეროში მძლავრი ინოვაციური ცენტრი ვიყოთ, ეს კი, ჩვენი ღრმა რწმენით, ტენდენციას უზუსტად ეხმიანება იმდენად, რამდენადაც მომხმარებელი სწორედ აქეთ მიდის: უფრო ეტანება სასუსნავს, მეტ ალტერნატივებს ეძებს“, - ამბობს აღმასრულებელი დირექტორი მიჩელ ბაკი. - *მეტი მაქვრეთი*

ძალიან დიდი სტარტაპიდან ძალიან დიდ, კარგად გაპრიალე-ბულ მანქანად გვაქცია, - ამბობს ლადი. - დანერგა პროცესები და პროცედურები და ორგანიზაციას ისეთი მოქნილობა და მასშტაბები შესძინა და იმგვარად, მე რომ ვერასდროს შევძლებდი“.

გვიანი 2011 უკვე გზაჯვარედინების წელი გამოდგა: ლეონის თანახმად, VMware-ი კომპანიაში მათ \$2.5 მილიარდს სთავაზობდა. ლადის, ისევე როგორც საბჭოს უმეტესობას, გაყიდვა უნდოდა - თვლიდა, რომ ServiceNow-ს პროდუქტთა არეალი VMware-ის ფარგლებში გაიფურჩქნებოდა, თანაც გაყიდვა ფინანსური უსაფრთხოების გარანტიაც იქნებოდა. მაგრამ Sequoia-მ, ლეონის სიტყვებით, ეს „კომპანიის განაივებად“ აღიქვა. „მიგვანდა, რომ ServiceNow, თავისი პროდუქტით, ბაზარზე წაუგებელ პოზიციაში იყო, გვყავდა არჩევნულებრივი ხელმძღვანელობაც, - ამბობს ლეონი. - მეთქე, ფაქტობრივად, არ გვყავს... Salesforce-ისთვის, მაგალითად, ნომერი მეორე კომპანია არც არსებობს“.

ლეონმა \$10 მილიარდისკენ მიმავალი ადვილი გზა დაინახა და მოქმედებაც დაიწყო: ნებისმიერისგან შევისყიდი საკონტროლო წილს VMware-ის შემოთავაზებულ ფასად. საბოლოო ჯამში, ანკესზე არავინ წამოეგო.

თავიდან გზა ეკლიანი იყო. სამი-ოთხი თვის განმავლობაში Sequoia, ლეონის თქმით, მთლად არ ემეგობრებოდა მმართველ გუნდს. მაგრამ შემდეგ, ნელ-ნელა, კომპანია სულ უფრო მეტ პოპულარობას იძენდა. 2012-ის ივნისში ის საჯარო ბაზარზე გავიდა, თუმცა ფინანსურად იმაზე მეტად მაინც არ ულხინდა, ვიდრე VMware-ს რომ მიჰყიდვოდა.

შეთავაზებიდან მიღებული ნაღდი ფულითა და ახალი აქციების გაცემის უნარით აღჭურვილმა, ახალი ტექნოლოგიის შექმნისა და შემდეგ ხელეწიურ ინტელექტში კაპიტალდაბანდების მიზნით, სლუტმენმა კომპანიების შესყიდვებს მიჰყო ხელი, თითქმის ისევე, როგორც ამას Salesforce-ი, Microsoft-ი და თითქმის ყველა მსხვილი ტექნოლოგიური მოთამაშე აკეთებდა. ServiceNow-ს ზრდის ტემპმა კიდევ უფრო იმატა. ინფორმაციული დირექტორებისთვის, პრაქტიკულად, უნივერსალურ „მაღაზიად“ იქცა, ეს კი იმგვარი დამხმარე IT-ინსტრუმენტების ცენტრალიზებისა და ავტომატიზების დამსახურებაა, როგორც არის ინციდენტებისთვის თვალის მიდევნება, პაროლების აღდგენა, აღჭურვილობის გამოთხოვნა, მომხმარებელთა ახალი ანგარიშების შექმნა, IT-სისტემებისა და რეაგირებათა ანალიზი, მართვა და პრობლემების მოგვარება, და ეს ყველაფერი - მარტივი დიზაინის მქონე სერვის-პორტალების მეშვეობით.

2016 წლისთვის შემოსავლებმა - \$1.39 მილიარდს, საბაზრო კაპიტალიზაციამ კი \$12.34 მილიარდს მიაღწია. მაგრამ, თუ ლეონმა კომპანიას \$10 მილიარდამდე ასვლა უწინასწარმეტყველა, ServiceNow-ს გუნდმა დაინახა, რომ გაცილებით,

2016 წლისთვის შემოსავლებმა - \$1.39 მილიარდს, საბაზრო კაპიტალიზაციამ კი \$12.34 მილიარდს მიაღწია. მაგრამ, თუ ლეონმა კომპანიას \$10 მილიარდამდე ასვლა უწინასწარმეტყველა, ServiceNow-ს გუნდმა დაინახა, რომ გაცილებით,

მსოფლიოს ყველაზე ინოვაციური კომპანიები

კომპანია	კომპანია	ინოვაციის ინდექსი
82. ALLERGAN	ფარმაცევტიკა	37.59
83. HERSHEY	დაფასოებული საკვები და ხორცპროდუქტები	37.56
84. WASTE CONNECTIONS	ეკოლოგიური სერვისები	36.99
85. RELX	კვლევისა და კონსულტირების სერვისები	36.90
86. LARSEN & TOUBRO	შენიშვნა და ინჟინერია	36.88
87. SHISEIDO	პირადი მოხმარების პროდუქტები	36.76
88. KELLOGG	დაფასოებული საკვები და ხორცპროდუქტები	36.58
89. REPUBLIC SERVICES	ეკოლოგიური სერვისები	36.50
90. HANGZHOU HIKVISION	ელემენტარული აღჭურვილობა და ინსტრუმენტები	36.16
91. CHINA SHIPBUILDING	საჰემინალო დანადგარები და საბირთო მანქანები	36.09
92. BHARTI AIRTEL	უკაბლო ტელეკომუნიკაციის სერვისები	35.95
93. ECOLAB	სამეცნიერო-სამედიცინო	35.87
94. L'ORÉAL	პირადი მოხმარების პროდუქტები	35.77
95. NXP	ნახევარგამტარები	35.66
96. SUN PHARMACEUTICALS	ფარმაცევტიკა	35.64
97. ESTÉE LAUDER	პირადი მოხმარების პროდუქტები	35.53
98. DIAGEO	სახმარებლო და მფინანსება	35.18
99. MARUTI SUZUKI INDIA	ავტომობილები	35.08
100. NORILSK NICKEL	დამამუშავებელი ლითონები და მინერალური მთავარობა	34.92



WASTE CONNECTIONS / კომპანია: 84
ბინძური ფული

ამ \$20-მილიარდიანი საბაზრო კაპიტალიზაციის მქონე ნაგვის შემგროვებელ კომპანიას თავის 10,000-ზე მეტ სატვირთო მანქანაზე ორიდან ექვსამდე ვიდრე ვიდრე აქვს მიმავლებული, რათა აღრიცხოს ყოველი არქარებული ან უცვარი მოქმედება და სწრაფი დამუხრუჭება. შემდეგ კი ყოველი ამ კადრის განხილვა მძღოლებთან ერთად ხდება. „ჩვენ ტექნოლოგიას ქვევების შევცვლისათვის ვიყენებთ“, - ამბობს აღმასრულებელი დირექტორი რონ მიტელშტეტი. როგორც ჩანს, ეს მუშაობს: 2016-ში კომპანია დიდ მეტოქესთან, Progressive Waste Solutions-თან გაერთიანდა და სწრაფად გააუმჯობესა ამ უკანასკნელის უსაფრთხოება. მიტელშტეტმა Waste Connections-ი 1997-ში დააფუძნა, საჯარო ბაზარზე კი შვიდ თვეში გაიტანა. დღეს ის ნარჩენების სერვისისთა შესაძენ ყველაზე მსხვილი პროვაიდერია ქვეყანაში, რომელიც 39 შტატსა და კანადაში ოპერირებს. - ი.ბ.

გაცილებით უფრო დიდ ნიშნულამდე ასვლა შეეძლოთ. რატომ მხოლოდ სერვისის IT-განყოფილებები? ServiceNow-ს პროგრამული უზრუნველყოფა და რეპუტაცია იმას მოასწავებდა, რომ მათ სხვა სფეროებშიც შეეძლოთ განტოტვა - მომხმარებლის მომსახურებით დაწყებული, ადამიანური რესურსებით დამთავრებული.

საჭირო განწყობა კი კვლავ ლადის დამსახურებას უნდა მივაწეროთ. ზუსტად ისევე, როგორც მან გადაწყვიტა, რომ საწყისი ეტაპების შემდეგ უკვე ვეღარ დაეხმარებოდა კომპანიას, სლუტმენმაც გააცნობიერა, რომ უფრო ღრმად და სხვა სფეროებში, მაგალითად, ადამიანურ რესურსებსა და უსაფრთხოებაში შესვლისთვის ServiceNow-ს სხვა აღმასრულებელი დირექტორი სჭირდებოდა. შარშან კომპანიამ eBay-ს ყოფილი შეფი, ჯონ დონაპო დაიქირავა, ლადიმ კი ზედა სართულზე - პროდუქტის დირექტორობიდან თავმჯდომარედ - გადაინაცვლა - გადაწყვეტილება, რომელიც ოფიციალურად მიმდინარე თვეს განხორციელდება.

ჯონ დონაპოს ნამდვილად არა აქვს IT-გამოცდილება: eBay-მდე, სადაც ის განსაკუთრებულ ყურადღებას PayPal-ს უთმობდა, საკონსულტაციო გიგანტ Bain-ის აღმასრულებელი იყო. თუმცა კიდევ უფრო ფართო ხედვა აქვს იმავე იდეის გარშემო, ლადის რომ ჰქონდა 15 წლის წინ: კომპლექსური პროცესები აუცილებლად ელვგანტური და მარტივი უნდა გახდეს. „ახალი ათასწლეულის წარმომადგენლები ჩივიან, PayPal-ის პაროლის გადაყენება 20 წამში თუ შემიძლია, ჩემი სამუშაო ი-მეილისა და სატელეფონო ზარის გადაყენებას 20 წუთი რატომ უნდა სჭირდებოდესო, - ამბობს დონაპო. - მომხმარებლებს ერთი შეუფერხებელი გამოცდილება სჭირდებათ. იგივე ითქმის თანამშრომლებზე“.

პოდა, დონაპოს ServiceNow-ს ურთიერთდაკავშირებული, იოლად გამოსაყენებელი IT-მხარდაჭერი სისტემა საწარმოს ყველა კუთხე-კუნჭულში შეჰყავს. ეს სერვისები, რომელთაც შიდა სამზარეულოში „ამომავალ პროდუქტებს“ უწოდებენ, ყველა განყოფილებას ერთმანეთთან აკავშირებს - ადამიანური რესურსებითა და უსაფრთხოებით დაწყებული, მომხმარებლის სერვისით, მარკეტინგით, სამართლებრივი და ფინანსური ნაწილითა და კეთილმოწყობილობებით დასრულებული - და ერთ საზიარო ონლაინმონაცემთა ბაზას ქმნის, სადაც ორგანიზაციას ინფორმაციის გაანალიზება და შესაბამისი ქმედებების განხორციელება შეუძლია.

მიზანი გაყიდვათა გახუთმაგება ანუ \$10 მილიარდამდე აყვანაა, რისთვისაც კომპანია, დაქირავების დღიდანვე, თანამშრომლის სამუშაო ცხოვრების კულისებში მოქმედ, მუდამ მზადყოფნაში მყოფ დრაგად უნდა იქცეს. ServiceNow-მ გასულ წელს მობილური აპლიკაცია ჩაუშვა, რომელიც თანამშრომ-

ლის მთელ მოგზაურობას უმკლავდება - სამსახურში აყვანით დაწყებული, ყოველდღიური მუშაობით, პოზიციის შეცვლით, შვებულებითა თუ სამსახურიდან წასვლით დამთავრებული. ერთ აპლიკაციაში დაქირავებულს შეუძლია, მოიძიოს ინფორმაცია იმასთან დაკავშირებით, თუ სად იქნება მისი სამუშაო მაგიდა ან ვინ იქნებიან მისი თანამშრომლები; ნახოს ოფისის რუკები; გაუგზავნოს კითხვები პერსონალის კოორდინატორს; დასვას კითხვები ხელფასისა თუ IT-პრობლემების შესახებ. დონაპო თვლის, რომ სამუშაო მაგიდაზე ტელეფონის დამონტაჟება ისეთივე ადვილი უნდა იყოს, როგორც Uber-ის გამოძახება ან Snapchat-ზე საუბარია.

„ეს როდია ტექნოლოგია ტექნოლოგიის სერვისში, - ამბობს დონაპო. - ჩვენ გვინდა, მომუშავეთა ცხოვრების ხარისხი გაგაუმჯობესოთ, და სულ ერთია, IT-ს დამხმარე პროფესიონალი ხარ თუ პროდუქტის საბოლოო მომხმარებელი“. ეს მხოლოდ ლამაზ ინტერფეისზე არ დადის. „ამას თანამშრომელთა გამოცდილებას უწოდებენ, თუმცა ჩემთვის ეს პროდუქტიულობაა, - ამბობს ჯონ ბერსინი, რომელიც სენიჩა საკონსულტაციო ფირმას თაოსნობს Deloitte-ის ფარგლებში. - ჩემი 401(k)-ს გასაახლებლად მხოლოდ სასიამოვნო გამოცდილებით არ ვკმაყოფილდები, უბრალოდ მინდა, რომ ეს თითის ერთი დაწკაპუნებით მოვაგვარო“.

ბიზნესსტრატეგიის ცვლილების პროცესში, ლადი და დონაპო უფრო მოქნილ და მარდჯვულს ეჯიბრებიან, რომელიც Salesforce-ს, Microsoft-ს, IBM-სა და Workday-ს მოიცავს. ServiceNow-ს ერთადერთი უპირატესობა

მდგომარეობს უნარში, უფრო ძვირად გაყიდოს პროდუქტები, რისთვისაც ბერკეტად თავისი IT-სერვისის გაღვნიანობას იყენებს და სხვა ურთიერთდაკავშირებულ პროდუქტებს ერგება. დონაპომ გაყიდვებისა და მარკეტინგის ხარჯები შარშან, სულ მცირე, 30%-ით გაზარდა.

გაზრდილმა ხარჯვამ შედეგებიც გამოიღო. ServiceNow-ს პროგნოზით, 2018 წელს გამოწერებიდან მიღებული შემოსავალი დაახლოებით \$2.4 მილიარდს დაწერს და, მართალია, ეს მეტწილად IT-კომპონენტის ზრდის ხარჯზე მოხდება, კომპანია ვარაუდობს, რომ წელს „ამომავალი“ კატეგორიები ახალი წლიური კონტრაქტების ღირებულების, სულ ცოტა, მესამედს შეადგენენ, მაშინ როცა გასული წლის დასაწყისში ეს მაჩვენებელი 20%-იც კი არ იყო. ამ განშტობებათა სახით წარმოდგენილი შესაძლებლობა, რასაც Credit Suisse-ის ანალიტიკოსი ბრედ ზელნიკი \$34 მილიარდად აფასებს, კიდევ უფრო მსხვილია, ვიდრე, საშუალოდ, cloud-ზე დაფუძნებული IT-ბაზრისა, რომლის ღირებულება, თავის მხრივ, დაახლოებით \$27 მილიარდს უტოლდება.

რა იქნება მომდევნო ნაბიჯი ყველა ამ სფეროში? - გამოიყენე ალგორითმები, რათა ყველა ეს მოთხოვნა, მონაცემი და

ლადის საგა
არჩვენებს, რომ
ინოვაცია,
შესაძლოა,
სათანადოდ
არ იყოს
დაფასებული
სილიკონის
ხეობაში.

დავალებათა სია მიიღო და იწინასწარმეტყველე საჭიროებები, წითელი აუნთე პრობლემურ მხარეებს და გაზომე ეფექტიანობა. სერვისის შეუფერხებლობაზე მეტად, კომპანიას ახლა ხელოვნური ინტელექტის მეშვეობით ავტომატიზებისა და ანალიტიკის გაუმჯობესება უნდა. არაერთი ინოვაცია მესამე წყაროდან - აპლიკაციათა შემქმნელებისგან მოდის (კლიენტებს დაახლოებით 35,000 საგანგებო აპლიკაცია აქვთ შექმნილი, რათა, მაგალითად, მაღაზიაში თვალი ადევნონ ისეთ ინციდენტებს, როგორც მაღაზიის ქურდობა ან ფანჯრების გატეხა, ან კი თვალი ადევნონ გადაშენების პირას მისული ცხოველების სტატუსს პარკში). ხოლო ზრდას, მეტწილად, ხელოვნური ინტელექტისგან ელიან. გასულ იანვარს ServiceNow-მ \$15 მილიონი დახარჯა DXContinuum-ის შესაძენად, რომელიც ServiceNow-ს cloud-პლატფორმაზე აქტიურად გამოიყენება, რათა მომხმარებლებს იმგვარი პროგნოსტული პოტენციალის მოდელთა შექმნის საშუალება ჰქონდეთ, რომლებიც შემომავალი მოთხოვნების კატეგორიზაციას ამარტივებს. მაისში ServiceNow-მ ხელოვნური ინტელექტის სტარტაპი Parlo იყიდა; მიზეზი ამ სტარტაპის ტექნოლოგია იყო ბუნებრივი ენის გაგებაში, რის დანერგვასაც კომპანია თავის ძირითად პლატფორმაზე გეგმავს, რათა მომ-

ხმარებლებმა ადვილად შესაქმნელი სერვის-კატალოგებით, შეტყობინებებისა და დავალებების ინსტრუმენტებით აღჭურვილი ჯკვიანური ბიზნესაპლიკაციები შექმნან. თუმცა ეს ყველაფერი როდი ნიშნავს, რომ ლადიმ თავისი კომპანიის ფესვები გამოგლიჯა. მისი შეუღამაზებელი პრაქტიკულობა დღემდე თავს იჩენს სანტა-კლარაში - ServiceNow-ს სათავო ოფისში, რომელიც მოწესრიგებული და მზიანია, თუმცა მისი ეზოს კოხტად გაკრეჭილი ხეები და შადრევნები თავმდაბლურად გამოიყურება Facebook-ისა და Apple-ის კამპუსების სათამაშო სივრცეებსა და მოდურ დიზაინთან შედარებით. როცა ამას წინათ ლადის მშობლიურ ქალაქში, სან-დიეგოში, ლანჩისთვის ადგილის არჩევა ვთხოვეთ, მილიარდერმა Rudy's Taco Shop-ზე შეაჩერა არჩევანი, რომელიც მომხმარებლებს შეახსენებს, რომ შიგნით პერანგისა და ფესხაცმლის გარეშე არ უნდა შევიდნენ. ლადის, რომელსაც დღეს მეტი დრო აქვს ჩოგბურთისა და თავისი ათი წლის ვაჟისთვის, ჯინსი და სპორტული ფესხაცმელი ეცვა. „ეს ბოლო ექვსი წელიწადი ერთი ლამაზი სიზმარით იყო, - ამბობს მოგვიანებით თავის სანაპირო სახლში და შუადღის მზეს ეფიცება. - ყველას ვეხუტები, მაგრამ არავის ვაძლევ ნებას, მიპწკინოს“.



გვიან მომნიჭებულები

ყველა წუკერბერგი როდია. ეს ხუთი მილიარდერი 40 წელს გადაცილებული იყო, როცა გახდიდრა.



შელდონ ადელსონი, 84 წლის

ქონება: \$43.3 მლრდ
 აზარტული თამაშების მამას კამინოებში ფეხი 55 წლამდე არ შეუდგამს, 55 წლისამ კი ლას-ვეგასში SANDS HOTEL & CASINO იყიდა \$128 მილიონად. თუმცა „ცოდვების ქალაქი“ მისთვის უცხო არ ყოფილა: მანამდე იქ კომპიუტერების სავაჭრო შოუს დგამდა და თათსწობდა.



დავიდ დაფილდი, 77 წლის

ქონება: \$8.9 მლრდ
 IBM-ის ყოფილი თანამშრომელი უკვე 40-ის გამხდარიყო, ბიზნესის პროგრამული უზრუნველყოფის ორი კომპანია რომ წამოიწყო. 47 წლის ასაკში PEOPLESOFT-ი ჩაუშვა, რომელიც თითქმის ოცი წლის შემდეგ უფრო მსხვილ მებრუნეს, ORACLE-ს \$10.3 მილიარდად მიჰყიდა. გაყიდვიდან მალევე, WORKDAY დააფუძნა - ადამიანური რესურსებისა და ფინანსური მენეჯმენტის პროგრამული უზრუნველყოფის კომპანია.



დიდრიხ ბატიშვილი, 74 წლის

ქონება: \$24.7 მლრდ
 მას მერე, რაც კორპორაციული გაყიდვების აგენტის რანგში ისეთი პროდუქტების გაყიდვაში შეიტანა წვლილი, როგორც შამპუნი და კბილის პასტა, მატეშიცა 42 წლის ასაკში RED BULL-ი დააარსა. ამ ოსტატმა გამყიდველმა ენერჯეტიკული სასმელი ერთობ თამამი მიზნების მიღწევისთვის საჭირო სანავად შეფუთა (შეგახსენებთ ცნობილ ლოზუნგს: „RED BULL-ი აფრთიანებს“) და ბრუნდი პარაშუტისტების, მოტოციკლისტებისა და მოთხილამურეთა ტანსაცმელზე ამოტიფრა.



ჯიმს დაისონი, 71 წლის

ქონება: \$5.5 მლრდ
 როცა თავისი ოჯახის განახლებულმა მტვერსასრუმმა HOOVER-მა მას სევდა მოჰგვარა (როგორც ჩანს, მტვერს ნესიერად ვერ ისრუტავდა), დაიწყო უკეთესი მტვერსასრუტის შექმნა განიზრახა. თხუთმეტი წლის მუშაობისა და 5,127 პროტოტიპის შემდეგ, 46 წლის ასაკში, მან ბაზარზე მსოფლიოში პირველი ე.წ. უტომრო მტვერსასრუტი გაიტანა. დღეს მას 60-ზე მეტი პროდუქტი აქვს - ფენებით დაწყებული, ვენტილატორებით დამთავრებული.



დავიდ ჩარიტონი, 67 წლის

ქონება: \$6 მლრდ
 1998 წელს, 47 წლის სტენფორდის პროფესორმა \$100,000-ის ჩეკი გამოუწერა ორ დოქტორანტ სტუდენტს, რომელთაც ლარი და სერგეი ერქვათ, და რომლებიც მასთან სახლში მისულიყვნენ იმ კომპანიისთვის ფულის საშოვნელად, რომელსაც GOOGLE-ი ერქვა. მე-40 დაბადების დღის შემდეგ ჩერიტონი კიდევ სამი ტექნოლოგიური კომპანიის თანადამფუძნებლად მოგვევლინა, რომლებიც ან გაიყიდა, ან საკარო ბაზარზე გაიტანა.

\$600-მილიონიანი კერძო მუზეუმი იაკობაშვილისგან

ანტიკვარული საათების, მუსიკალური ინსტრუმენტებისა და რუსული ბრინჯაოს კოლექციას, რომელიც დღეს მოსკოვში, სოლიანკაზე, მუზეუმ „სობრანიეშია“ გამოფენილი, დავით იაკობაშვილი 18 წლის განმავლობაში აგროვებდა.

8 ოჯგერ მგონია, რომ ძალიან შევცდი, 18 წლის წინ კოლექციონერობა რომ განვიზრახე, მაგრამ წარსულში დაბრუნების საშუალება რომ მქონდეს, ალბათ იმავეს გავიმეორებდი.

ამ 18 წლის განმავლობაში მსოფლმხედველობა შემეცვალა. ჩემს კოლექციაში უამრავი საგანია, რომლებიც ერთადერთ ეგზემპლარადაა შესრულებული, იქნება ეს ბრინჯაოს ქანდაკებები, ფაიფურის მცირე პლასტიკა თუ ფერწერული, გრაფიკული, საიუველირო და დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების ნიმუშები. მათი შეფასებისას იმის გათვალისწინებაა მნიშვნელოვანი, თუ რა განწყობილებით ქმნიდა ავტორი ნამუშევარს. ეს ურთიერთობის, განწყობის ქიმია საიუველირო ნაკეთობის, ნახატისა თუ ქანდაკების თითოეულ დეტალში, თითოეულ შტრიხში აისახება. ამ ნამუშევრების შესწავლა, ამოცნობა, თვალყურის უსასრულოდ შეიძლება - ეს რებუსი გიზიდავს და გითრევს. რაც დრო გადის, კოლექციას სულ უფრო მეტი დრო მიაქვს, ის სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება ჩემთვის.

ჩემი ახლობლები ჩემს გატაცებას იზიარებენ და პატივისცემით ეკიდებიან. ჩემი ვაჟი, მიხეილი, ახლა მუზეუმის ელექტრონულ აღჭურვასა და მნახველებისთვის ინტერაქტიული გართობის კონცეფციაზე მუშაობს.

მეც და ჩემი შვილიც დარწმუნებულები ვართ: მუზეუმმა საგანმანათლებლო ცენტრის ფუნქცია უნდა შეითავსოს, მის კედლებში აუცილებლად უნდა ჩატარდეს ლექციები, სემინარები.

მუზეუმის ქვედა სართულები დათმობილი აქვს სარესტავრაციო სახელოსნოებს, სადაც დამთვალიერებლებს საშუალება აქვთ, საკუთარი თვალით ნახონ, როგორ მიმდინარეობს ექსპონატების აღდგენის სამუშაოები, როგორ მოჰყავთ მწყობრში მექანიზმები, როგორ მუშაობენ დურგლები და ოქრომჭედლები, როგორ ხდება ოქროთი დაფურვა, რა შრომა დევს ამ ყველაფრის უკან.

ჩემი პირველი კოლექცია იმ პირობით შევიძინე, რომ მუზეუმს გავხსნიდი. ცხადია, მაშინ წარმოდგენაც კი არ მქონდა, რა საქმეს შეგვიტოვებდა. ეს გახლდათ ჩემი პარტიორის, ბიზნესმენ ბილ ლიდვალის მუსიკალური ზარდახშების კოლექცია - სტოკჰოლმის ცენტრში, 200 კვ/მ ფართობის მუზეუმში გამოფენილი 430 ექსპონატი. მაშინ გავიფიქრე: რა პრობლემაა, ასეთი მუზეუმის გახსნას ბევრი არაფერი უნდა... შემდეგ კიდევ ერთი კოლექციის სანახავად წავედი, მერე - კიდევ ერთის და აღმოჩნდა, რომ აი, ეს ეგზემპლარი არ მაქვს, არც ეს, არც ის... ასე დავიწყე ნამუშევრების შეძენა. შემდეგ ბრინჯაოს მცირე პლასტიკის რამდენიმე ნიმუში მომიტანეს, რომელთა ყიდვას



გასაჩუქებლად ვაპირებდი, მაგრამ კარგად რომ დავაკვირდი, გავიფიქრე, ანკი რატომ უნდა ვაჩუქო ვინმეს? და აი, სწორედ მაშინ, ბრინჯაოთი დავიწყე კოლექციონირება.

შესაძლოა, ჩემი მხრიდან არცთუ თავმდაბლად უღერდეს, მაგრამ ფაქტია: რუსული ბრინჯაოს ყველაზე დიდი კოლექციის შეგროვება შეეძელი - მსოფლიოს არც ერთ მუზეუმს არა აქვს ასეთი კოლექცია. ექსპონატების 20% რუსეთში შევიძინე, დანარჩენი საზღვარგარეთიდან ჩამოვიტანე.

ჩვენ მსოფლიოს ყველა ძირითად აუქციონს ვადევნებთ თვალყურს, კოლექციის შესავსებად ბევრს ვმოგზაურობ, ყოველდღიურად ვეცნობი როგორც ამერიკული, ისე ავსტრალიური, ევროპული, ჰონკონგური ბაზრის შეთავაზებებს. იაპონურ ბაზარსაც შევისწავლი, მაგრამ იქ, ლარნაკების გარდა, საინტერესო ჯერჯერობით ვერაფერი აღმოვაჩინე.

წელიწადში ათობით, ასობით ნივთს ვყიდულობ, მათგან „ნამდვილი“ ბრინჯაო სულ 5-7 ნამუშევარზე მეტი არაა, ისიც იმ შემთხვევაში, თუ ბაოლო ტრუბეცკოს, მარკ ანტოკოლსკის ან ევგენი ლანსერეს ბრინჯაოს სკულპტურებს მივაგენი. ლანსერეს 170 ცნობილი მცირე პლასტიკიდან 120 ჩემს კოლექციას ამშვენებს. ტრეტიაკოვის გალერეაში ახლა გახსნილ ბაოლო ტრუბეცკოს გამოფენის ექსპონატების დიდი ნაწილი ჩემი კოლექციიდანაა.

ჩემს კოლექციაში დიდი რაოდენობითაა თავმოყრილი ცნობილი ოსტატების მიერ შექმნილი სუფრის ჭურჭელი. 2000-ის დასაწყისსა და შუა პერიოდში რუსეთის დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნების რევოლუციამდეღ ნიმუშებზე დიდი მოთხოვნილება გაჩნდა, ამ აჟიოტაჟმა კი ფასების ზრდა და ბაზრის ყალბი ნამუშევრებით გაჯერება გამოიწვია. ამ მოთხოვნას მსოფლიოს უდიდესი სააუქციონო სახლებიც კი ვერ უმკლავდებოდნენ, ბაზარი გაივსო ყალბი ნამუშევრებით



და კომპილატებით (როდესაც, მაგალითად, ძველ ნამუშევარში მინა ან სხვა დეტალია შეცვლილი, ან ძველი ფრაგმენტებით ახალი საგანია აწყობილი).

ამერიკაში, მაგალითად, სახელოსნოების კი არის გახსნილი, სადაც იუველიერები ნამუშევრებს ფაბერჟეს, ლორიეს, კურლიუკოვის, საზიკოვის ფირმის ისტორიულ დამღას ასვამენ და გამოდის, რომ 150 წლის ოსტატი ცოცხალია, თავსაც მშვენივრად გრძნობს და აქტიურადაც მუშაობს.

ცხადია, გაყალბებული ნამუშევრები მეც შემიძენია.

ფრანგული მინის ნაწარმის კოლექციისთვის ემილ გალეს, ფრანსუა-ემილ დეკორშემონის, გაბრიელ არჟი-რუსოს, ძმები დომებისა და ძმები მიულერების

ნამუშევრებს ვყიდულობ - ამჯერად 1700 საგანი მაქვს. როგორც ექსპერტიზამ აჩვენა, მათგან 150 ყალბია. მაგრამ ვინც არ ცდებია, ის არც იმარჯვებს!

მე ვაგროვებ XIX საუკუნისა და XX-ის დასაწყისის ქვის მჭრელთა ნამუშევრებს, სპილოს ძვლის მინიატურულ სკულპტურებს, ასევე ზარდაშებს, სათუთუნებს - სასაჩუქრე საგნებს, არისტოკრატიული ოჯახების სიმდიდრის სიმბოლოებს. თითოეული ასეთი სათუთუნის შექმნას რამდენიმე თვეს უნდებოდნენ: სხვადასხვა ფერის ოქროსა და ძვირფას ქვებს იყენებდნენ, ამინანქრებდნენ, ავტომატონებით - ადამიანისა და ცხოველის გამოსახულებიანი დასაქოქი მექანიზმებით - რთავდნენ. კოლექციაში 1500-ზე მეტი ასეთი სათუთუნე გვაქვს, ასევე ვერცხლის ნაკეთობები: თასები, სხვადასხვა სასაჩუქრე საგნები, XVII-XIX საუკუნის რუსული

მინანქარი, ფაბერჟეს 800-ზე მეტი ნამუშევარი.

ჩემი კოლექციის მშენებელია მექანიკური საგნები, მოძრავი თოჯინების ჩათვლით, ასევე 800 მუსიკალური საათი - როგორც მაგიდის, ისე იატაკზე და ბუხარზე დასადგმელი. ყველა მექანიზმი მწყობრშია, მაგრამ, სამწუხაროდ, ყველას ერთდროულად ვერ ვრთავთ, რიგრიგობით უნდა ვაჩვენოთ დამთვალიერებლებს.

ასევე გვაქვს ჯიბის მუსიკალური საათები და ავტომატონები. ნაპოლეონის ხანაში ეროტიკული ავტომატონები იყო მოდური, ამავე პერიოდში, იმპერატორის ბრძანებით, მისი არმიის დაბალი ჩინის ოფიცერთათვის ეტლზე დასამაგრებელი საათები გამოუშვეს, რომელთაც იმ დროის საუკეთესო ოსტატები ქმნიდნენ, მაგალითად, აბრაამ ლუი ბრეგე - Breguet-ს მანუფაქტურის დამაარსებელი. მაღალი ჩინის ოფიცერთათვის გამიზნულ ჯიბის საათებს კი Jaquet Droz-ის, Piguet & Meylan-ის, Breguet-სა და Patek Philippe-ის მანუფაქტურები აწარმოებდნენ.

ჯიბის საათები უფრო ძვირად ფასობდა - მათი მინიატურული მექანიზმისთვის ბევრად მეტი დრო და ენერჯია იხარჯებოდა, ვიდრე ეტლის, სამაგიდო ან საბუხრე საათების ასაწყობად.

ჩემს კოლექციაშია XIX საუკუნის დასაწყისისა და XX-ის ბოლოს დამზადებული აკორდეონები, ასევე ორგანები და მუსიკალური ზარდახშები, სეკრეტრები, კარადებში ჩამონტაჟებული მექანიკური მუსიკალური აპარატები, ქუჩის ორგანები, წინათ ქალაქის მოედნებზე რომ იდგა. მუსიკალური კარადების რეპერტუარი იმის მიხედვით განსხვავდებოდა, თუ რომელ გასართობ ადგილას იდგა - რესტორანში თუ საროკიპოში.

შემდეგ პატეფონების ხანაც დადგა... ჩემს კოლექციაში პატეფონისთვის განკუთვნილი 30 000 საგანი მოგროვდა: ფირფიტები, ცილინდრები, ქალაქის დისკები, პერფორირებული ლენტები.

ცალკე აღნიშვნის ღირსია XIX საუკუნის რამდენიმე ათასი ფოტო, მათ შორის დმიტრი ერმაკოვის - დაუღალავი მოგზაურის, ომისდროინდელი ფოტოხელოვანის, რომელიც კავკასიის, შუა აზიის, სპარსეთის ყოფას ასახავდა. თავდაპირველად თითოეულ ფოტოს \$1000-ად ვყიდულობდით, მოგვიანებით კი ერმაკოვის საყვარლის შვილიშვილს მივაკვირეთ და მისგან მთელი კოლექცია - 3,500 ფოტო ვყიდეთ.

გვაქვს სურათებით მორთული ავტომატო-



ნები და საათები. ფერწერულ კოლექციაში აღსანიშნავია რუსეთის სამი იმპერატორის: ალექსანდრე I-ის, ალექსანდრე III-ისა და ნიკოლაი II-ის კარის მხატვრის, მიხაი ზირის 200 ნამუშევარი, ნიკო ფიროსმანის ტილო, ვლადიმირ მაკოვსკის ტილო, ალექსანდრე ორლოვსკის 60-ზე მეტი ნამუშევარი, ასევე ანტიკვარული წიგნების დიდი კოლექცია.

ჩვენ სამუზეუმო კოლექციის თითოეული მიმართულების მიხედვით სამეცნიერო ნაშრომების გამოქვეყნებას ვგეგმავთ. ამჟამად ფრანგული ლარნაკებისა და სათუთუნების კატალოგს ვამზადებთ. ვეძებთ სპეციალისტებს, რომლებიც არა მხოლოდ გამოიკვლევენ და აღწერენ კოლექციას, არამედ ზოგადად ხელოვნების ისტორიის კონტექსტში მისი მნიშვნელობის ანალიზს შესთავაზებენ მკითხველებს.

იმ წვალებად, რაც სოლიანკაზე მუზეუმის აშენებისას მხვდა წილად - სამუშაოები 18 წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა, რამაც, უნდა ვთქვა, სისხლი გამიშრო - და იმ ძალისხმევამ, კოლექციის შექმნას რომ დასჭირდა, ერთ რამეში დამარწმუნა:

ხელოვნების გარეშე სიცოცხლეს ფასი არა აქვს. მხოლოდ ხელოვნებას ძალუძს ჩვენ გარშემო დაგროვილ ნეგატიურ ენერჯიასთან გამკლავება. F

პირველი სასტუმროები ტფილისში

ავტორი: ემილ ავალაიანი



მიქაელ არამიანი

პირველი სასტუმრო თბილისში 1818 წელს ფრანგ, ნაპოლეონის არმიის ყოფილ ჯარისკაცს, გაუხსნია. საინტერესოა, რომ ამ ჯარისკაცის გვარს ვერსად ვხვდებით და მხოლოდ ის ვიცით, რომ მას უან პოლი

ერქვა. მისი სასტუმრო მდებარეობდა კალაში, ძველ თბილისში, იმდროინდელ „ტალახიან ქუჩაზე“. დღეს ის ალექსანდრ დიუმას სახელს ატარებს.

XIX საუკუნის დასაწყისიდან მოყოლებული, ტფილისის სასტუმროების მთელი ქსელი ვითარდებოდა. თუმცა ამ პერიოდის სასტუმროებს ერთი მთავარი რამ ახასიათებდა: შენობები XIX საუკუნის მიწურულამდე თავიდანვე სასტუმროებისთვის არ იყო განკუთვნილი. ხშირი იყო შემთხვევები, როდესაც სასტუმროს გახსნის მსურველები ღამაზ შენობებს ქირაობდნენ ტფილისის ცენტრალურ უბნებში.

ტფილისის ცნობილ სასტუმროებს შორის აღსანიშნავია ზაღვმანის სასტუმრო, რომელიც რიყეზე მდებარეობდა. რიყე განსაკუთრებული იყო, რადგან ამ ტერიტორიაზე გერმანელი კოლონისტების სახლები იყო განლაგებული. სასტუმრო თეოდორ (ფრიდრიხ) ზაღვმანმა თავის აშენებულ სახლშივე განათავსა.

საინტერესო იყო კიდევ ერთი გერმანელის, „ვეტცელის“ სასტუმრო, რომელიც მიხეილის პროსპექტზე (დღევანდელი დავით აღმაშენებლის N103) მდებარეობდა. ვეტცელს შორის ყველაზე წარმატებული იაკობ ფრიდრიხი (1835-1904) გახლდათ. მას ჰქონდა საკუთარი ლუდის ქარხანა, სასტუმრო, ფლობდა სახლებს თბილისსა და შემოგარენში (კოჯორსა და წავკისში). ფრიდრიხ ვეტცელი ატარებდა II გილდიის ვაჭრის ტიტულს. ერთხანს იგი ასევე იყო ქალაქის საათობიროს წევრი. 1870-იანი წლების დასაწყისში ფრიდრიხ ვეტცელმა თავის ძმასთან, იოჰან კასპართან ერთად ლუდსახარში ქარხანა ააგო. ქარხანა დიდი მთავრის (ახლანდელი უზნაძის) ქუჩაზე მდებარეობდა. ქარხნის გარდა, ვეტცელების ოჯახი ასევე



სასტუმრო კავკაზი

ფლობდა ლუდის რესტორანს.

ჩვენთვის საინტერესო სასტუმრო ფრიდრიხ ვეტცელმა 1897-1900 წლებში ააგო მისივე მიწის ნაკვეთზე, რომელიც, როგორც ითქვა, მიხეილის პროსპექტისა (ახლა დავით აღმაშენებლის პრ. #103) და ქსენიას (ახლა ზ. ჭავჭავაძის) ქუჩის კუთხეში მდებარეობდა. პროექტი განახორციელა თბილისში მოღვაწე გერმანელმა არქიტექტორმა ლეოპოლდ ბილფელდტმა (1838-1921 წწ.). სასტუმრო იმ დროს ყველა შესაძლო კომფორტით აღიჭურვა. სასტუმრო ნომრებში წყლის გათბობა და ელექტროგაყვანილობა იყო, ასევე იყო ლიფტი, საბილიარდე, კეგელებანი და ორი რესტორანი. ამასთან ერთად, „ვეტცელის“ სასტუმროს გამოარჩევდა შენობის მარცხენა ფრთაში მოწყობილი თეატრი.

„ლონდონი“ (Hotel de Londres) 1875 წელს გაიხსნა მადათოვის ქუჩის #21 სახლში (ახლანდელი ათონელის #31). ეს ტერიტორია თავდაპირველად ალექსანდრე იაკობის ძე ზუბალაშვილს ეკუთვნოდა, შემდეგ მის ძმას – კონსტანტინეს. XX საუკუნის დასაწყისში კი, კონსტანტინეს გარდაცვალების შემდეგ, ეს ტერიტორია მემკვიდრეობით ერგო მის მესამე ვაჟს – პეტრეს.

„ლონდონის“ შენობის ერთ-ერთი მთავარი ხიბლი მისი სადარბაზო და კიბის უჯრედი გახლდათ. „ლონდონი“ პატარა სასტუმრო იყო: 1896 წელს ის 28 ნომრისგან შედგებოდა, სადაც დღე-ღამეში ერთი ოთახის ფასი ერთიდან ათ მანეთამდე მერყეობდა. 1914 წელს სასტუმროს კიდევ ორი ნომერი მიემატა.

„ლონდონის“ ოქროს ხანა 1880-1890-იან წლებზე მოდის. ამ დროს აქ ჩერდებოდნენ შეძლებული უცხოელი მოგზაურები და ისეთი საპატიო სტუმრები რუსეთიდან, ვეროპიდან და მახლობელი აღმოსავლეთიდან, როგორებიც გახლდნენ რუსი კომპოზიტორი პიოტრ ჩაიკოვსკი (1888 წს.), ჯორჯ კერზონი, შემდგომში ინდოეთის ვიცე-მეფე და ბრიტანეთის საგარეო საქმეთა მინისტრი (1892 წ.) და ცნობილი ნორვეგიელი მწერალი კნუტ ჰამსუნი (1899 წ.).

„ლონდონის“ პირდაპირ მდებარეობდა ე.წ. „მირზოელების“ სახლი. ამ შენობაში 1881 წელს პექტორ დელაღანდმა გახსნა სასტუმრო „გრანდ-ოტელი“. სასტუმროს შენობის (ახლა საცხოვრებელი სახლია, ათონელის ქ. #29/ ხიდის ქ. #1) მხოლოდ ერთი ნაწილი ეკავა. ამ შენობაში იყო განთავსებული სხვადასხვა მაღაზია და სადაზღვევო საზოგადოება „ლუზის“



გრანდ-ოტელი

(Ашорь) წარმომადგენლობა.

უნდა ითქვას, რომ ეს ორი სასტუმრო პოპულარობით მხოლოდ მცირე ხანს სარგებლობდა. ამის მიზეზი ბევრი იყო. მადათოვის კუნძულთან არსებული ტერიტორია არ მიიჩნეოდა ქალაქის ცენტრალურ ნაწილად; „ლონდონისა“ და „გრანდ-ოტელის“ სასტუმროების შენობები არ იყო იმ მასშტაბების, რაც XIX-XX სს მიჯნის ტფილისის ტურისტულ და კომერციულ მოთხოვნებს შეეფერებოდა.

მართლაც, XX საუკუნის დასაწყისში ტფილისში უკვე დიდი მასშტაბის სასტუმრო კომპლექსების აშენება იწყება. ცნობილმა მეცენატმა და მეწარმემ მიქაელ არამიანცმა გოლოვინის (დღევანდელი რუსთაველის გამზირი) პროსპექტზე ააგო მდიდრული სასტუმრო, რომელსაც შვილების სახელების პირველი ასოებისგან შემდგარი სახელი, „არფასტო“

(არამი, ფლორა, ანა, სოლომონი, თამარა [უფროსი ვაჟის მეუღლე] და ოვანესი) უწოდა. დღეს ამ შენობაში შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი განთავსებული.

შემდეგ არამიანცმა გოლოვინის პროსპექტზევე კიდევ უფრო გრანდიოზული პროექტის წამოწყება გადაწყვიტა. გოლოვინისა და ბარიატინსკის ქუჩების კვეთაზე ვინმე როტინოვის სახლი მდგარა, სადაც ფოტოგრაფ პეტრე განკვეინს ატელიე ჰქონდა მოწყობილი. არამიანცმა ეს შენობა შეისყიდა და მომავალი სასტუმროს პროექტის შექმნა იმ დროის ერთ-ერთ ყველაზე წარმატებულ, ტფილისსა და ბაქოში ცნობილ არქიტექტორს, გაბო ტერ-მიქელოვს მიანდო. არამიანცმა ტერ-მიქელოვი ევროპაში გაამგზავრა პროექტზე სამუშაოდ. შედეგად, 1915 წელს, გოლოვინის პროს-



ვეტცელის სასტუმრო

პექტზე აშენდა სასტუმრო „მაჟესტიკი“, რომელიც დღეს ჩვენთვის „თბილისის მარიოტით“ არის წარმოდგენილი. „მაჟესტიკის“ მშენებლობა საკმაოდ ძვირი დაჯდა, რადგან შენობა მომრგვალებული ფორმის იყო.

ამ ორი სასტუმროს მოშორებით, დღევანდელი თავისუფლების მოედნის ტერიტორიაზე, იქ სადაც დღეს „ქორთიარდ მარიოტია“, მდებარეობდა ცნობილი სასტუმრო „კავკაზი“. ამ შენობის პირველ სართულზე განთავსებული იყო სავაჭრო მაღაზიები და საკუთრივ სასტუმრო ცნობილი იყო თავისი მომსახურებით.

აღნიშნული სასტუმროების გარდა, ტფილისში ასევე მრავლად იყო სხვა ბევრი ნაკლებად ცნობილი სასტუმრო. ასე მაგალითად, დღევანდელი რუსთაველის გამზირის N19-ში მდებარეობდა სასტუმრო „საბადური“. ძველ ქართულ

გაბეთებში გვხვდება ამ სასტუმროს აღწერა, რომელიც არ გამოირჩეოდა განსაკუთრებული დეტალების გადმოცემით, თუმცა, მისგან განსხვავებით, სასტუმრო „პურ-ღვინოს“ აღწერილობა ბევრად მეტი ინფორმაციას გვაწვდის: „ორი თავი საჭმელი (ორჯერადი კვება) ჰღირს თვეში 12 მან. სამი თავი - 18 მან. ღვინისა, არყისა და ყავის მსურველებთან განსაკუთრებული და მეტად სახეირო პირობებით შეიძლება მორიგება“.

საინტერესოა 1890-იან წლებში თანამედროვე რკინიგზის სადგურის მახლობლად მდებარე სასტუმრო „აბაშის“ საგაზეთო რეკლამა, რომელიც გვამცნობს, რომ ოთახების ფასი დღეში 60 კაპიკიდან 1,5 მანეთამდე მერყეობდა.

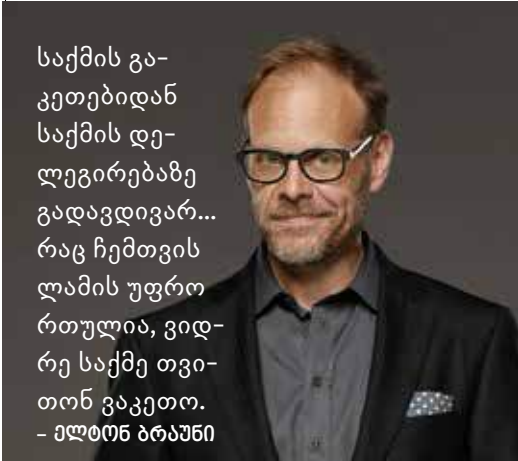
ეს მხოლოდ მოკლე ჩამონათვალია იმ სასტუმროებისა, რომლებიც XIX-XX საუკუნეების მიჯნის ტფილისში არსებობდა. **F**

დელეგირების შესახებ

**დელეგირება
შავ-თეთრი
საქმე როდია.
დიჰობატურასა
და ანარქიას
შორის ნაცრის-
ფრის არაერთი
ტონი გვხვდება.
- იურხენ აპელო**



თუ საქმე ცუდად მიდის და არ შეგიძლია, ამაზე პასუხისმგებელი ადამიანსკენ გაიშვირო თითი, მაშინ რეალურად არც არავინ გყოლია პასუხისმგებელი.
- ჰაიმონ გ. რიკოვირი



საქმის გაკეთებიდან საქმის დელეგირებაზე გადავდივარ... რაც ჩემთვის ლამის უფრო რთულია, ვიდრე საქმე თვითონ ვაკეთო.
- ელტონ ბრავუნი

იკოვმე პრობლემური სფეროები, დააბათმ სტრუქტურა და მოახდინე დელეგირება. მნახი საპირისპიროს გაკეთებაში მდგომარეობს. გაუძლი.
- დონალდ რამსფელდი



თუ შენს გარშემოყოფებზე შენი ღირებულებები ამოტვიფრე, მაშინ შეგიძლია, გაბედო და ენდო მათ, რომ სწორ ნაბიჯებს გადადგამენ.
- ჰივარდ შულსი

**გჯეროდეს პარმონის. შეამცირე კონფლიქტები. შეასრულე ბრძანებები, სანამ ერთ დღესაც თავად არ დაიწყებ ბრძანებების გაცემას.
- ენ ლი**



**უმეტეს შემთხვევაში, იყო კარგი უფროსი, ნიშნავს დაიქირაო ნიჭიერი ხალხი, მერე კი მათ გზიდან ჩამოეცალო.
- ტინა ფანი**



ნებისმიერი ადამიანი ნებისმიერი ოდენობის საქმეს გააკეთებს, თუ ეს ის საქმე არაა, რისი გაკეთებაც იმშუთას ევალება.
- რობერტ ბენფორდი

**ნუ ეტყვი ხალხს, როგორ აკეთონ საქმეები. უთხარი, რა უნდა აკეთონ და, დაე, გაგაკვირვონ შედეგებით.
- ჰორჯ ს. პატონი**

**ბრძანებათა დამორჩილება სწორია. არასწორი მიზეზების გამო ბრძანებების გაცემა - არა.
- ალექსანდრ ვოინოვი**



**თუ ეჭვობ, ილუღლუდი. თუ გასაჭირში ხარ, დელეგირებას მიჰყავი ხელი. თუ პასუხისმგებელი ხარ, კარგად დაფიქრდი.
- ჰაიმონ ჰ. ბორანი**

თუ შენს ხელთ დიდი ნიჭია, ინდუსტრია მას გააუმჯობესებს, ხოლო თუ საშუალო უნარები - ინდუსტრია მათ ნაკლოვანებებს გამამაფრებს.
- ჰოშუა რაინოლდსი



შენ იქნები ჩემი სახლის მოურავი და შენს სიტყვას დამმორჩილება მთელი ჩემი ხალხი. მხოლოდ ტახტით ვიქნები შენზე აღმატებული.
- დაბადება 41:40



საბოლოო მოსაზრება
ყველაზე ჭკვიანი ბოსები თავისზე ჭკვიან აღმასრულებლებს ირჩევენ.
- მალკოლმ ფორბსი

დახელოვნებული მხედარი ცხენს უმაღ აგებინებს, ვის ხელშია მართვის სადავეები, მაგრამ შემდეგ ამ სადავეებს ადუნებს და დეზსაც იშვიათად ჰკრავს ფეხს.
- სანდრა დეი თ'ქონერი

სწარმოები: რობერტ ე. დრენანის „ALGONQUIN-ის მახვილგონივრები“; ჰოშუა რაინოლდსის „ლისკურსები ხელმძღვანელებზე“; TIMES-ის ციხათა ნიშნი; იურხენ აპელოს #WDRKOUT; ალექსანდრ ვოინოვის „ლირსების ბნელი საკირი“; ტინა ფანის „ბოსები“; ჰივარდ შულსის „ჩაღვარე შიგ ბული“.