

კრაფტ მეწარმეობა (უცხოური და ეროვნული გამოცდილება)

ჯიმშიტაშვილი ია

იაკობ გოგებაშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თელავი

DOI: <https://doi.org/10.52340/idw.2023.70>

აბსტრაქტი. თანამედროვე გლობალური ბიზნესი თანდათან ავიწროვებს ადამიანს და გადადის ციფრულ-მანქანურ-კონვეიერულ წარმოებაზე, ამის საწინააღმდეგოდ ფეხს იკრეფს კრაფტ წარმოება, რომელიც სრულიად დამოკიდებულია მეწარმის ინოვაციურ შემოქმედობით იღებებს და მის განხორციელებაზე. სტატიაში საუბარია თუ რა არის კრაფტ წარმოება? რომ დღეს ეს მიმართულება თანდათან ძლიერდება და მოიცავს უფრო და უფრო ფართო მასშტაბებს, ნაჩვენებია მისი განსხვავება ბიზნესისაგან შემოთავაზებულია მცირე ისტორიული მიმოხილვა, პროდუქტი და მოყვანილია ადგილობრივი წარმოების მაგალითი, კერძოდ, კრაფტ ლუდის წარმოების სფეროდან.

საკვანძო სიტყვები: მეწარმეობა, ბიზნესი, კრაფტ წარმოება, კრაფტ ლუდი

გლობალური ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების პროცესში აქტიურ როლს თამაშობს მომხმარებელი, რამეთუ მოხმარება სწორედ ის ფაქტორია რომელიც განაპირობებს მოთხოვნას, რაც წარმოებაში თავისთავად მოითხოვს შესაბამისი გადაწყვეტილებების მიღებას, ტექნოლოგიურ ცვლილებებს და ა.შ. ამ პროცესში მთავარი მოთამაშე მსხვილი წარმოებაა და ძირითად გადაწყვეტილებებს სწორედ ისინი იღებდნენ, მაგრამ თანამედროვე „საწარმოო რევოლუციაში“ როდესაც გაიზარდა განათლების დონე, ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა, შემოსავლები თვალსა და ხელს შუა გაჩნდა ახალი ეკონომიკური ფენა - კრეატიული ეკონომიკის სახით, რომელიც მიმართულია ძალიან რთული, ცვალებადი და აქტიური მომხმარებლის მოთხოვნების დაკმაყოფილებისაკენ.

საუბარია კრაფტ მეწარმეობაზე, დღეს ის გვხვდება სარესტორნე ბიზნესში, სასმელების წარმოებაში, განათლების სფეროში, ტურიზმის სფეროში, შენობათა დიზაინში და ა.შ.

რა არის კრაფტ წარმოება? დღეს ეს მიმართულება თანდათან ძლიერდება და მოიცავს უფრო და უფრო ფართო მასშტაბებს, მცირე ბიზნესისაგან მას განასხვავებს ის რომ აბსოლუტურად ახალ მიდგომაზეა დაფუძნებული და მას ყოველთვის ახასიათებს მწარმოებლის ძალიან დიდ ემოციური მიჯაჭვულობა პროდუქტთან. კრაფტ მეწარმე-ბიზნესმენებს, როგორც წესი, არა მარტო მოგების მიღება უნდათ არამედ ეს ერთგვარი მათი თვითგამოხატულებაა, მათი შემოქმედობითი თავისუფლება. დიდი დოზით ექსპერიმენტულია და მწარმოებლის სურვილებს, მისწრაფებებს, აზრებს, რწმენას გამოხატავს.

ერთნი საკუთარ სამზარეულოში ქმნიან პროდუქტს, მეორენი მხოლოდ სხვადასხვა ფესტივალებზე წარმოსადგენად, სხვა საკუთარ მაღაზიებსა თუ სკოლებს ხსნის. ისინი ინტერნეტ სივრცეში ფართოდ არიან ცნობილნი. კონვეიერული წარმოების ნივთებს ანაცვლებს ამგვარად შექმნილი პროდუქცია. ამავე დროს მათ აქვთ მოქმედების სრული თავისუფლება, არავისთანაა საჭირო შეათანხმოს სამუშაო მომენტები, დრო, თავად მუშაობის ტექნიკა, მეთოდისა და სრული პროცესი.

ჩვენს ძირითად ინტერესს წარმოადგენს კრაფტ ლუდის წარმოება, რომელიც ბოლო დროს მრავალ ქვეყანაში გახდა საკმაოდ პოპულარული. ტერმინს Craft beer თუ პირდაპირ გადავთარგმნით მივიღებთ „ხელნაკეთ ლუდს“, თუმცა ამგვარი თარგმანი სრულ წარმოდგენას არ შეგვიქმნის იმაზე თუ რა არის კრაფტ ლუდი და როგორ იქმნება იგი, ამავდროს არ არსებობს ზუსტი განმარტება და არც მითითება (რეცეპტი) თუ როგორი უნდა იყოს კრაფტ ლუდი.

თუ დავეყრდნობით ლუდისმხარშველთა ამერიკულ ასოციაციას, მათი განმარტებით კრაფტ ლუდსახარში სამ მოთხოვნას უნდა აკმაყოფილებდეს:

1. უნდა იყოს პატარა: წლიურად აწარმოოს 6 მილიონი ბარელი ლუდის ან ნაკლები (აშშ-ს წლიური გაყიდვების დაახლოებით 3 პროცენტი). ლუდის წარმოება მიეკუთვნება ლუდსახარშს ალტერნატიული მესაკუთრეების წესების მიხედვით.

2. უნდა იყოს დამოუკიდებელი: ლუდსახარშის 25 პროცენტზე ნაკლებს ფლობს ან აკონტროლებს ალკოჰოლური სასმელების ინდუსტრიის წარმომადგენელი, რომელიც თავად არ არის კრაფტ ლუდის მხარშველი.

3. მელუდე (ლუდის მხარშველი): იხდის გადასახადებს და ამზადებს ლუდს.

აქედან გამომდინარე კრაფტულად შეიძლება ჩაითვალოს მცირე ზომის ლუდსახარში, რომელიც უშვებს მცირე პარტიების ლუდს და რომლის მთავარი მისწრაფებაა არა მოგების მიღება არამედ ლუდის ხარშვის შემოქმედებითი პროცესი და შედეგად ხარისხიანი, მრავალფეროვანი, არაჩვეულებრივი ლუდის შექმნა. აშშ-ში კანონი არეგულირებს შესაბამის სფეროს, იქ მკაფიო კრიტერიუმებია თუ როგორი საწარმო შეიძლება ატარებდეს ამ სახლს, რა მოცულობის უნდა იყოს, რამდენ პროდუქს უნდა აწარმოებდეს (სამწუხაროს საქართველოში ეს ღია საკითხია), მხარშველი თავად უნდა იყოს 65% ბიზნესის მფლობელი და მას არ უნდა ქონდეს ბანკის ვალი რადგან ეს უკანასკნელი მიუთითებს ფაქტზე რომ კრაფტმელუდეს ინტერესი მეტწილად იქნება მოგების მიღება და არა შემოქმედობითობა და ა.შ. კრაფტ ლუდის ინდუსტრიაში ფართოდაა ჩართული სოფლის მეურნეობის სამინისტროც, რომელიც კურირებს სვიის ახალი ჯიშების გამოყვანას (ამ მხრივ აშშ ლიდერი ქვეყანაა საუკეთესო და მრავალფეროვანი პროდუქციის შექმნისა და გასაღების ნაწილში).

უფრო გასაგებად რომ ვთქვათ კრაფტ ლუდი არის ჩვეულებრივი კლასიკური ტექნოლოგიით (წყალი, ალაო, სვია, საფუარი) მოხარშული ლუდი დამატებული სხვა ინგრედიენტები: სანელებლები, ბალახეული, კენკრა, ხილი და ა.შ. კრაფტ ლუდი ეს არის ის რასაც გასწვდება მელუდეს ფანტაზია და კრეატიული მიდგომა.

მისი წარმოება, როგორც ავღნიშნეთ ხდება მცირე მასშტაბით ხოლო რეალიზაცია როგორც წესი ლოკალურად. რადგანაც იგი არ არის განკუთვნილი მასიური მომხმარებლისათვის, არამედ განსაკუთრებული კლიენტისათვის ვინც შეძლებს მის ადექვატურად შეფასებას.

კრაფტ ლუდი ეს არ არის მხოლოდ მოდური ტრენდი რომელიც მიმართულია მომხმარებლის მისატყუებლად და მისაზიდად, მარკეტინგული ხრიკები შორსაა მისგან, ეს არის ალკოჰოლური წარმოების ინდუსტრიაში მთელი მიმართულება, რომელიც თანდათან ხდება უფრო მოთხოვნადი და საჭირო.

მეწარმე თვალყურს ადევნებს რა მომხმარებლის გემოვნებას და ცვლილებებს მასში, ასევე ბაზრის ტენდენციებს, ანალიზებს მოთხოვნას - მუდმივად არის ახალი გემოების ძიებაში.

შეგვიძლია გავაანალიზოთ თუ რა განასხვავებს მას ჩვეულებრივი ლუდისგან და რაშია მისი უნიკალურობა.

პირველ რიგში აღსანიშნავია ის ფაქტი რომ როგორც ზემოთ ვახსენეთ მისი საფუძველი მაინც რჩება ლუდის ხარშვის კლასიკური ვერსია, არავითარი ქიმიური დანამატები - სწორედ ეს არის მისი მაღალი ხარისხის საწინდარი. დიდი მასიური საწარმოები ვერ უზრუნველყოფენ ამგვარ ხარისხს კონვეიერული წარმოების გზით, ამასთანავე მათი მიზანი არის დიდი მოცულობა და მოგება;

დიდი საწარმოები არ ანიჭებენ დიდ მნიშვნელობას ექსპერიმენტებს და სიახლეებს გემოებში, რეცეპტებში, ინგრედიენტებში - ეს მცირე საწარმოების პრეროგატივაა;

მომზადების ტრადიციული ტექნოლოგია არის ნატურალური შემადგენელი და ფერმენტაციის გრძელვადიანი პერიოდი, ეს კი იმისი მაჩვენებელია რომ მზა პროდუქტი დაბალი ფასის ვერ იქნება, ამიტომაც კრაფტ ლუდი ღირს გაცილებით ძვირი ვიდრე ჩვეულებრივი მასწარმოების. მისი გასაღების ადგილიც არის არა სუპერ და ჰიპერ მარკეტები არამედ უმთავრესად ადგილობრივი პაბები;

მისი შეფუთვაც განსხვავებულია, თუ პროდუქტი ჩამოსხმულია მინის ბოთლებში მისი ეტიკეტი დიზაინერული და გამორჩეულია - ფერადი, კრეატიული და თვალისმომჭრელი. ხოლო თუ ეს ჩამოსასხმელი პროდუქტია, მაშინ მისი მირთმევა განსხვავებული ბოკლებით არის რეკომენდირებული, რომელიც ღვინის ბოკლებს წააგავს, ის პატარა ყლუპებით უნდა დაილიოს რათა ბოლომდე შეივიგრძნოთ მისი არომატი და ვისიამოვნოთ;

ზოგიერთი მათგანი მაღალალკოჰოლურია (მაგ. 12%), მაგრამ ეს არ ნიშნავს მის ნაკლს, არამედ პირიქით, მის უკან იმალება უნიკალური გემოვნური თაიგული და არავითარი ე.წ. „დასპირტულობის“ გემო;

კიდევ ერთი რამ რაც მათ განასხვავებს მასიური წარმოების ლუდისაგან არის მისი შენახვის ვადა, თუ ეს უკანასკნელი წელიწადიც კი შეიძლება საწყობში შევინაოთ კრაფტ ლუდი ამდენ ხანს „ვერ ძლებს“ და წარმოებიდან მაქსიმუმ რამოდენიმე (3-5) თვე შეიძლება შევინახოთ შესაბამისი პირობების გათვალისწინებით.

ასევე გასათვალისწინებელია მისაყოლებელიც, რომელიც ასევე განსხვავდება კლასიკური ჩიფსებისა თუ გახუხული პურებისაგან. მისაყოლებელიც ასევე კრაფტულია: ყველის თუ სოსისების ნაირსახეობა, შემწვარი სტეიკი, თევზეული ან ზღვის პროდუქტები.

ცოტაოდენი ისტორიას თუ გავეცნობით კრაფტ ლუდის ფესვები ამერიკის შეერთებულ შტატებში იღებს სათავეს, დიდი დეპრესიის დროს, მეოცე საუკუნის 30-იან წლებში ჩნდება მცირე საწარმოები სადაც გურმანი ექსპერიმენტატორები იწყებენ ლუდის ალტერნატიული სასმელის ძიებას, იწყებენ რეცეპტების მოფიქრებას და ამ ყველაფრით ცდილობდნენ კონკურენცია გაუწიონ მონოპოლიურ დიდ საწარმოების.

რამდენიმე ათწლეულის შემდგომ კრაფტი ევროპის ქვეყნებშიც ხდება პოპულარული, ბელგია, გერმანია, ავსტრია, დიდი ბრიტანეთი და ა.შ.

თვითონ ტერმინი პირველად გაჟღერდა 1983 წელს ჟურნალში “New Brewer”, სტატიაში საუბარი იყო ერთერთ საწარმოზე სიეტლში რომელიც საავტორო ლუდს აწარმოებდა და სტატიაში ავტორი მას იხსენიებს სახელობო (craft - ხელობა) ლუდსახარშად (Craft Brewing).

თუმცა ისტორიულად ბელგია ითვლება კრაფტ ლუდის სამშობლოდ სადაც უძველეს მონასტრებში ხდებოდა ლუდის ხარშვა სხვადასხვა ბალახეული დანამატებით, ჯინჯერით და ა.შ.

საინტერესოა გერმანული მაგალითიც, სტილი გიოზე სადაც აუცილებელი ინგრედიენტი მარილია, მაგრამ გერმანიაში ძალიან მკაცრად რეგულირდება ლუდის წარმოება და ცალსახა ჩამონათვალია თუ რისგან უნდა შედგებოდეს იგი და მარილი არანაირად არ მოიაზრება ამ ჩამონათვალში, გერმანელებმა ემშაკობა იხმარეს და ზღვის წყალი

გამოიყენეს პროდუქტის შესაქმნელად.

ისიც უნდა აღინიშნოს რომ კრაფტ ლუდი არ არის სასმელის სახეობა, არამედ მისი პირობითი აღმნიშვნელია და თავის თავში მოიცავს მრავალ სახეობას. ყველაზე ცნობილი სახეობაა Pale Ale (ღია ეილი) ამ სასმელს აქვს ალაოს გამოხატული არომატი, ასევე სვიისა და კარამელის ძლიერი არომატი და ოდნავ სიმწარე. ეს არის კლასიკური ლუდი, რომელსაც დიდ პატივს სცემენ "ნამდვილი" ლუდის მოყვარულნი. India Pale Ale (ინდური ღია ეილი) აღნიშნული სასმელს გასდევს სვიის და მწვანე ილის მდიდარ გემო, რაც განასხვავებს მას სხვა ჯიშებისგან. ზოგიერთი ბრენდი ამატებს ისეთ ინგრედიენტებს რომლებიც აძლევენ ლუდის ციტრუსის და ფიჭვის ნოტებს. ეს სახეობა ყველაზე მეტად იყიდება, რადგან სხვებთან შედარებით დაბალი ფასი აქვს. Porter (პორტერი) მუქი ლუდი, ალაოს მდიდარი არომატით. გასდევს სიტკბოს და სიმწარის ერთდროული გემოები. გაყიდვაში შეგიძლიათ იპოვოთ პორტერი შოკოლადის ან ყავის ნოტებით. Stout (სტაუტი) ესეც მუქი ლუდი გამოხატული დამწვარი არომატით. საუბარია მისი მომზადების ტრადიციულ ტექნოლოგიაზე - ქერი და ალაო წინასწარ იწვება. Sour Ale (საურ ეილი - მჟავე) რომელიც ბოლო დროს ნამდვილ ტრენდად იქცა. მისი მომზადების ტექნოლოგია გულისხმობს ლუდის ბადაგის ველური საფუარით დუღილს, რაც მზა პროდუქტს შესამჩნევ სიმჟავეს ანიჭებს. გემო ყველას არ მოსწონს, მაგრამ ნამდვილ გურმანებს ლუდის ეს სახეობა ძალიან ორიგინალურად მიაჩნიათ.

RIS (რუსეთის იმპერიული სტაუტი) ეს არის ბრიტანული სორტი, ძალიან მუქი ფერის ლუდი, რომელიც გამოირჩევა მაღალი ალკოჰოლოზობით და მდიდარი გემოთი. მას ხშირად აძველებენ მუხის კასრებში, რაც დიდწილად განსაზღვრავს სასმელის ცოცხალ არომატს. Imperial stout-ს აქვს ძალიან რთული გემო - ხილის ეთერები, სვია, ალაო, მოხალული მარცვლები. კონკრეტული რეცეპტიდან გამომდინარე, ლუდს შეიძლება ჰქონდეს ზომიერი ან გამოხატული სიმწარე. თუ პროდუქტს კასრებში უფრო დიდ ხანს დავაყოვნებთ, ბრუტალური გემო და არომატი გაცილებით რბილი გახდება.

ამერიკული ბრენდებიდან შეიძლება გამოვყოთ New Albion, Sierra Nevada, Rogue, Boston Beer, Blind Pig. ბრიტანულიდან Buxton, Northern Monk, Wells, Siren Craft Brew, Moor Beer Co. ბელგიური - Barbar, Scotch Silly, Armand, Kasteelbrouwerij De Dool. ჩეხური Rodinny pivovar Bernard, Raven, Sebeeria, Pivovar Matuska. გერმანული Moosbacher, Maisel & Friends, Welde, Steam Brew, BraufactuM. იაპონური Kyoto Bakushu.

მიუხედავად იმის რომ საქართველო ღვინის ქვეყანად არის მიჩნეული, ლუდის ხარშვის გამოცდილებას აქ დიდი ისტორია აქვს, განსაკუთრებით მთიანი რეგიონის მოსახლეობაში, სადაც მას რიტუალური დანიშნულება გააჩნია და მთელ რიგ პროცესებთანაა დაკავშირებული. დღეს კი ქვეყნის მასშტაბით უკვე მრავალი მოქმედი ლუდსახარშია რომლებიც ინდუსტრიულ ლუდს აწარმოებენ (ზედაზენი, შავი ლომი, ნატახტარი და სხვა), მრავლადაა მცირე ტიპის ლუდსახარშებიც, რომლებიც კომერციულ ლუდს აწარმოებენ.

კრაფტ ლუდის წარმოებაში მკვიდრად უდგას ფესვი ალხანაიძის ლუდის წარმოებას, რომელიც 1991 წლიდან ფუნქციონირებს. მისი აზრით კრაფტ ლუდი ეს არის ცოცხალი ლუდის წარმოების მთელი ფილოსოფია, რომელიც მზადდება მცირე რაოდენობით, მზადდება ისე როგორც უახლოესი მეგობრებისათვის, იგი მას სოციალურ ფენომენსაც უწოდებს. მისი მიზანი საინტერესო ლუდის შექმნა და მისი მიწოდებაა საინტერესო მომხმარებელთან. აღნიშნულ ლუდსახარშიში იწარმოება შემდეგი სახეობის კრაფტ ლუდი: „ათენგენი“ – ნაკლებად გაზიანი, ქარვისფერი, თუშეთის ტრადიციული ლუდი; „მირაქის ველი“ – ხორბლის ლუდი; ლუდი „შეილი“ – ვარდის ფურცლებისგან, ასევე, „კაბა-ხაბარდა“ – ხავერდოვანი, მუქი ფერის ლუდი, აგრეთვე „ტიპა“ – ინდური სახეობა (სახელი

გამომდინარეობს „იპადან“). გარდა ამისა საინტერესო ექსპერიმენტი იყო ცნობილ ბიზნესმენ გია პირადაშვილთან ერთად შექმნილი ლუდის ახალი ბრენდი „შანტრაპა“. რომელიც ალხანაიძის ლუდსახარში მოიხარშა. სასმელი ყოველ სამოც დღეში ერთხელ ისხმებოდა და პირველად ჩამოსხმული ლუდის რაოდენობა ათას ლიტრს შეადგენდა. შემდგომ ლუდს შამპანურის ტიპის, 0,75 გრამაჟის ბოთლში ასხამდნენ. „შანტრაპას“ ბრენდით მოხდა 6 სახეობის ლუდის წარმოება. მათ შორისაა: „ზანგური“, „შეილი“, „სტაუტი“, ქონდრის ლუდი, რომელიც მთათუშეთიდან ჩამოტანილი ბექტონდარას არომატით ჩამოსხა. ეს არ იყო საკამპანო მასშტაბის პროდუქტი არამედ მცირერიცხოვან მომხმარებელზე გათვლილი.

ალხანაიძის ბრენდის ლუდის პროდუქციის მთავარი ინგრედიენტი – წყალი, გამოყენებამდე ფილტრაციის პროცესს გადის. მეწარმე პროდუქტის რეკლამირებას არ ეწევა, არ იყენებს სოციალური მედიის არცერთ პლატფორმას, არ აქვს მარკეტინგული გათვლები ან ბიზნეს გეგმა. თუმცა, ფაქტია, რომ მის პროდუქციაზე გაცხოველებული მოთხოვნა წლებია არ წყდება, რაც მის მაღალხარისხიანობაზე მიუთითებს.

ზოგადად საქართველოში წარმოების ყველა მიმართულება მთელ რიგ პრობლემებს ეჯახება, დაწყებული ფინანსურიდან და დამთავრებული სახელმწიფო ინსტიტუციებით და საკანონმდებლო ბაზით, ასევე პრობლემებია კვალიფიციური ადამიანური რესურსის მხრივ რაც წარმოების განვითარებას დიდად აფერხებს და მეწარმეებს დამატებით პრობლემებთან აჯახებს. თუ აღნიშნულ მიმართულებას სახელმწიფოს მხრიდან დაეთმობა მეტი ყურადღება და მოხდება მათი რაციონალური სურვილების გათვალისწინება - ეს აუცილებლად დადებითად აისახება მთელი ქვეყნის ეკონომიკის მსგრადი განვითარების საკითხზეც.

ლიტერატურის/წყაროების სია:

1. <https://www.brewersassociation.org/>
2. <https://www.hse.ru/news/communication/405285303.html>
3. <https://ru.inshaker.com/trends/lifestyle/chto-takoe-kraftovoe-pivo-osobennosti-proizvodstva-sorta-populyarnye-brendy>
4. <https://topdialog.ru/2018/04/24/kraftovyy-biznes-eto-vsegda-eksperiment-rukovodstvo-k-tvorchestvu/>
5. <https://pivovarni.com.ua/ru/kak-varit-pivo/kraftovoe-pivo>
6. <https://entermedia.io/city/kak-i-iz-chego-varyat-kraftovoe-pivo/>

Craft entrepreneurship (foreign and national experience)

Jimshitashvili Ia

Iakob Gogebashvili State University, Telavi

Abstract

Modern global business gradually narrows the person and moves to digital-machine-conveyor production, in contrast to this, craft production is gaining ground, which completely depends on the entrepreneur's innovative creative ideas and their implementation. The article talks about what is kraft production? That today this direction is gradually getting stronger and covers wider and wider scales, in the article is shown difference of Craft and business, a small historical

review is offered, and an example from the field of craft beer production is given.

Keywords: Craft entrepreneurship; business; craft beer