

ქართული უაღკოპოლო სასმელაზის ბრენდების ისტორია – ლაღიმის წყლები

ბრენდი ცოცხალი არსებაა და მომხმარებლების მიერ გასულიერებული ცოცხლობს მანამ, სანამ მასთან ურთიერთობს.

2000 წელს შვედეთში გამოქვეყნებულ ტომას გელის წიგნში „4 ბრენდინგი“ (2001 წელს სანკტ-პეტერბურგში, სტოკჰოლმის ბიზნესის სკოლის გამომცემლობაში დაიბეჭდა ამ წიგნის რუსული თარგმანი) აღწერილია მეთოდი, რომელიც ბრენდის ერთიანი სახის მოდელირებაში მკითხველს დახმარებას სთავაზობს. ტომას გელის მოდელით შესაძლებელია, სისტემურად მივედგეთ არა მხოლოდ ძველი ბრენდების ანალიზს, არამედ, შევქმნათ ახალი ბრენდები.

ტომას გელის თანახმად, ყველა ბრენდს 4 განზომილება აქვს: ფუნქციონალური, სოციალური, მენტალური და სულიერი. ყოველი მათგანი მჭიდროდ არის დაკავშირებული მომხმარებლის აღქმასთან. საერთო ჯამში, მომხმარებლისთვის სამყარო სხვა არაფერია, თუ არა გარემო, რომელსაც აღიქვამს და ეჭვი, რომ შესაძლოა, არსებობს კიდევ რაღაც სხვა, რაც მისი აღქმის მიღმაა. არც ბრენდია ამ მხრივ გამონაკლისი. ეს განზომილებები სწორედ მომხმარებლის აღქმაში არსებობენ. თითოეული განზომილების არსებობა და ძალა უშუალო კავშირშია პროდუქტის დამატებით ფასეულობასთან. რაც უფრო მეტგანზომილებიანია ბრენდი - მით უფრო ძლიერია, მაგრამ, ამავდროულად, მეტი პასუხისმგებლობაც აკისრია: ოთხ განზომილებაში თანმიმდევრულობა უფრო ძნელია, ვიდრე თუნდაც, ორში.

აი, როგორი შეიძლებოდა ყოფილიყო „ლაღიმის წყლების“ ბრენდი ოთხ განზომილებაში ზრდასრული მომხმარებლების თვალთახედვით [1] (რომ არ გაუქმებულიყო რუსთაველის გამზირზე მდებარე „ლაღიმის წყლების“ საფირმო მაღაზია)

ფუნქციონალური განზომილება

რუსთაველის პროსპექტზე მდებარე „ლაღიმის წყლები“ ეს იყო: შესანიშნავი გემო და კონსისტენცია, ხელმისაწვდომი ფასი, ხალისიანი და მხიარული ატმოსფერო, პერსონალის კეთილგანწყობა, მოხერხებული ადგილმდებარე-

მარინა თოფჩიშვილი
სტუ-ს დოქტორანტი

ობა, სისუფთავე, სიგრილე, დიდი სივრცე, ოდესღაც ტრადიციული, ახლა კი - რეტროდიზაინი, დამზადების განსაკუთრებული წესი...

სოციალური განზომილება

ლაღიმის წყლის თითოეული ყლუპი, ქვეყნის კულტურული ტრადიციებისა და ფასეულობების, ღირებულებების დაკარგვის წინააღმდეგ პროტესტს განასახიერებს. ესაა მათი მოფერების, სათუთად მოვლის, შენარჩუნების, განვითარებისა და ამ ყველაფრით თავმოწონების სიმბოლო.

მენტალური განზომილება

„ლაღიმის წყლები“ ზრდასრულ მომხმარებელს უდარდებლობისა და სიღალის განცდას ანიჭებს. მისი ოდნავ გამოკვეთილი სურნელი წამით ბედნიერ ბავშვობაში აბრუნებს. ამ მარმარილოს ცნობილი წინაპრების ხელის შეხებაც ახსოვს. ამ ადგილის მონახულება სიცოცხლით აღავსებს და ახალ ძალებს მატებს ცხოვრების გზაზე.

სულიერი განზომილება

„ლაღიმის წყლებმა“, ვაჟკაცურად გაუძლო დროისა და უცხოური კონკურენციის შემოტევას და საუკუნეების მანძილზე შეინარჩუნა განუმეორებელი ინდივიდუალურობა.

აღსანიშნავია, რომ მცირეწლოვანი მომხმარებლებისა და მწარმოებელი კომპანიის გადასახედიდან იგივე ოთხი განზომილება შეიძლება სულ სხვაგვარად ჩამოყალიბებულიყო.

„მიტროფანე ლაღიმის“ ბრენდის საოცარი ისტორია დაიწყო ას წელზე მეტი ხნის წინ, მე-19 საუკუნის მიწურულს, როცა 14 წლის მიტროფანე ლაღიმე, დაბადებული ქუთაისის გუბერნიის სოფელ ჩოლევში, გახდა პოლონელი წარ-

მოშობის ავთიაქარის მოწაფე.

ახალგაზრდა მიტროფანემ სიამოვნებით აითვისა ფარმაცევტიკის საფუძვლები და, ამავდროულად დაეხმარა თავის მასწავლებელს საზღვარგარეთული ესენციებიდან გამაგრებელი სასმელების მომზადებაში. ერთხელ, ნიჭიერ ახალგაზრდა კაცს გაუჩნდა ბრწყინვალე აზრი, დაემზადებინა ლიმონათი იმ ნატურალური ხილის, ბალახისა და კენკრის გამოყენებით, რომლითაც ესოდან მდიდარია მისი მშობლიური ქართული მიწა. მრავალი ცდისა და დიდი მონდომების შედეგად, მის არსენალში გაჩნდა რამდენიმე უნიკალური რეცეპტი ხილის ნატურალური ვაჟინისა, რომელიც შემდგომში საფუძველი გახდა მისი ლეგენდარული ლიმონათების წარმოებისა. ყველაზე საინტერესო კი შემდეგ დაიწყო...

მიტროფანე ლაღიძე დაიბადა 1869 წელს სოფელ ჩოღევში (ამჟამად წყალტუბოს მუნიციპალიტეტი, იმერეთი). 1880-იანებში მიებარა მოწაფედ ავთიაქარებს კოკოჩაშვილსა და ივანიცკის ქუთაისში. ავთიაქში იგი ამზადებდა გამაგრებელ სასმელებს საზღვარგარეთიდან შემოტანილი ესენციებიდან. თანდათან მან დაიწყო ექსპერიმენტირება ნატურალური ნედლეულით, იყენებდა რა უკვე ბუნებრივ მასალებს - ბალახეულს, კენკრას და ხილს ესენციების დასამზადებლად და 1887 წელს შექმნა ნატურალური ხილისა და პროდუქტებისაგან დამზადებული წყლების უნიკალური რეცეპტურა.

1900 წელს მ. ლაღიძემ ქუთაისში გახსნა გამაგრებელი სასმელების მწარმოებელი მცირე ზომის ქარხანა, ხოლო 1907 წელს იღია ჭავჭავაძისა და აკაკი წერეთლის შუამდგომლობით დააარსა გამაგრებელი სასმელების წარმოება თბილისში და რუსთაველის გამზირზე გახსნა მაღაზია „ლაღიძის წყლები“. ქარხნის პროდუქციამ სწრაფად მოიპოვა პოპულარობა და 1913-1914 წწ დაჯილდოებულ იქნა პეტერბურგის, მოსკოვის და ვენის გამოფენა-ბაზრობების უმაღლესი ჯილდოებით. მალე მიტროფანე ლაღიძე ამარაგებს თავის პროდუქციით რუსეთის იმპერატორისა და ირანის შაჰის კარს.

1921 წელს ლაღიძის წყლების ქარხანა ხანძრისაგან განადგურდა და მიტროფანე ლაღიძე იძულებულია შეიქნა დაემზადებინა ვაჟინები და ჩამოესხა წყლები საკუთარი სახლის სარდაფში. 1927 წელს საბჭოთა ხელისუფლება აშენებს ახალ ქარხანას და მიტროფანე ლაღიძე მის დირექტორად დაინიშნა. ეს ქარხანა ფუნქციონირებს დღემდე, ხოლო მას სათავეში უდგას დიდი გამოძიებების შეილიშვილი-თორნიკე ლაღიძე.

იმდროისთვის, ქარხანა იყო ტექნოლოგიუ-

რად კარგად აღჭურვილი და 1934 წელს, პირველად საქართველოში, წყლების ჩამოსხმისას გამოყენებულ იქნა ნახშირყანგით წყლების გაზიფიცირება.

საბჭოთა პერიოდში ლაღიძის წყლები სარგებლობდნენ უდიდესი პოპულარობით საზოგადოების ყველა ფენაში, მათ შორის ელიტაში. მაგალითად, არსებობს ინფორმაცია, რომ იალტის კონფერენციის დროს, ფრანკლინ რუზველტმა დააგემოვნა რა ლაღიძის ლიმონათი, თან გაიყოლა ამერიკაში 2000 ბოთლი. სტალინიც უპირატესობას ანიჭებდა სწორედ ამ ბრენდის ლიმონის გამაგრებელ სასმელს (ლიმონათს). „ლაღიძის წყლების“ ქარხანაში ფუნქციონირებდა საამქრო, რომელიც სპეციალურად ასხამდა ლიმონათს ქვეყნის უმაღლესი მმართველობისთვის: ცნობილია, რომ „ლაღიძის წყლების“ შესაბამისი პარტია მოსკოვში ორშაბათობით იგზავნებოდა. აგრეთვე, არსებობდა ინფორმაცია, უმაღლეს ხელისუფალთა გემოვნების შესახებ: ნ. ხრუშჩოვი უპირატესობას ანიჭებდა მსხლის და ფორთოხლის ლიმონათს, ლ. ბრეჟნევი - მსხლის და ტარხუნისას, მ. კალინინი - ფორთოხლისას, ხოლო ა. მიქოიანი არჩევანი მსხლისა და ლიმონის გემო იყო. 1952 წელს „ლაღიძის წყლების“ რჩეული პარტია (მსხლის, ლიმონის, კრემ-სოდის, ნაღების და შოკოლადის გემოთი) გაეგზავნა პარი ტრუმენს პასუხად მის მიერ გამოგზავნილი კოკა-კოლის 1000 ბოთლისა.

ცნობილია, რომ მიტროფანე ლაღიძე შეხვედრია სტალინს და ბერიას. ამ უკანასკნელს ეჭვი მიუტანია, თითქოს ლაღიძე წარმოებაში იყენებდა საიდუმლო ტექნოლოგიებს, რის შემდეგაც წველების დიდოსტატი იძულებულ გახდა დარა დაემზადებინა წვენი სტალინის თვალწინ.

1952 წელს ლაღიძე დანიშნეს სსრკ-ის კვების მრეწველობის სამინისტროში მთავარ კონსულტანტად, სსრკ-ის კვების მრეწველობის სამინისტროს მიერ გამოცემულ უალკოჰოლო სასმელების რეცეპტების კრებულში, რეცეპტების 90% მიტროფანე ლაღიძეს ეკუთვნოდა.

მიტროფანე ლაღიძე მეცენატი და ქველმოქმედიც იყო. მისი ძალისხმევით აშენდა პირველი ელექტროსადგური დასავლეთ საქართველოში, ხოლო მის მიერ დაარსებულ ტიპოგრაფიაში დაიბეჭდა მრავალი მისი თანამედროვე პოეტისა და პროზაიკოსის პირველი წიგნები.

მიტროფანე ლაღიძე გარდაიცვალა 1960 წელს. მის მიერ აშენებული ქარხნის ეზოში დგას მისი ძეგლი, ხოლო სასაქონლო ნიშანი «MITROFAN LAGIDZE 1887», 2004 წლის 26 ივლისს დარეგისტრირებულ იქნა ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის

საერთაშორისო ბიუროში. რუსეთის ტერიტორიაზე „ლალიდის წყლების“ ერთადერთი ლეგალური მწარმოებელია ტიხვინის ლიმონათის ქარხანა.

ტიხვინის ლიმონათის ქარხანა „ლალიდის წყლები“ იყენებს მოწინავე ტექნოლოგიებს, რომელიც საშუალებას იძლევა კონსერვანტების დამატების გარეშე აწარმოოს სრულიად ნატურალური ლიმონათი „ლალიდე“, განსხვავებით დღეისათვის ლიმონათის წარმოების გავრცელებული ქიმიური ტექნოლოგიებისა, როდესაც კონცენტრირებული ფხვნილი იხსნება ნახშირმჟავას გაზით გაჯერებულ წყალში და, კონსერვანტის სახით ემატება ნატრიუმის ბენზონატი, მარკირებული როგორც საკვები დანამატი E211. ევროპულ ქვეყნებში უკვე საგანგაშოდ მიიჩნევა ნატრიუმის ბენზონატისა და ხელოვნური საკვები საღებავების კომბინაციის ნეგატიური გავლენა ბავშვების ინტელექტზე. გარდა ამისა, ლიმონათების წარმოებაში გამოყენებული შაქრის სინთეტიკური შემცველი-ასპარტამი- შაქარზე 168-ჯერ ტკბილია და იწვევს დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას. მაგრამ მისი გამოყენება საგრძნობლად აიაფებს წარმოებას და შესაბამისად, პროდუქციის საბოლოო ღირებულებას.

საბედნიეროდ, ქიმიური ფხვნილების წყალში გახსნა და კონსერვანტების დამატება არ არის ერთადერთი თანამედროვე საშუალება ლიმონათების წარმოებისა. ნატურალური ლიმონათების „ლალიდის წყლების“ წარმოების კლასიკური დაპატენტებული ტექნოლოგია გაცილებით ჯანსაღი და ამავდროულად რთულია. აღნიშნული პატენტის მფლობელია ამ ბრენდის შემქმნელის შვილიშვილი, რომელიც დღეს სათავეში უდგას „ლალიდის წყლების“ წარმოებას საქართველოში. მას ჰყავს მხოლოდ ერთი ექსკლუზიური პარტნიორი -ლეგენდარული ლიმონათის მწარმოებელი რუსეთის ტერიტორიაზე - მალხაზ ძიმისტარიშვილი, რომელმაც მოიპოვა განსაკუთრებული უფლება “Mitrofan Lagidze 1887” სასაქონლო ნიშანზე, რაც გულისხმობს დაპატენტებული ნატურალური ინგრედიენტების ვაჟინებით ლიმონათების წარმოებას. მალხაზ ძიმისტარიშვილისათვის საქმეში არ არსებობს წვრილმანი და უმნიშვნელო და მეორეხარისხოვანი დეტალი -მნიშვნელოვანია ყველაფერი: წყლის ხარისხი- იგი უნდა იყოს უმაღლესი კატეგორიის, მრავალსაფეხურიანი, რომელსაც ანალოგი არ გააჩნია რუსეთში, ნახშირმჟავას გაზის გაწმენდის ტექნოლოგია, ჰაერის გაწმენდის ოთხსაფეხურიანი სისტემა. ეს არ არის ამბიციური მეწარმის

კაპრიზი, - ეს არის დახვეწილი მაღალტექნოლოგიური წარმოება, რომელიც იძლევა საშუალებას კონსერვანტების სრული უზღუდველყოფისა.

ვაჟინების სიმწონია

ვაჟინები, რომელიც გამოიყენება „ლალიდის“ ნატურალური ლიმონათების წარმოებაში და მისი შემადგენელი ინგრედიენტები, ცალკე, საკუთარი სილამაზისა და პოეზიის მქონე ისტორიაა. მაგალითად, ყველასათვის არაა ცნობილი, რომ „ლალიდის“ ტარხუნის ლიმონათის წარმოებაში, მისი ვაჟინის დასამზადებლად, გამოიყენება აღნიშნული მცენარის ერთადერთი ჯიშში, რომელიც იზრდება მხოლოდ საქართველოში და დამახასიათებელი, ყველასათვის საყვარელი გემო და არომატი მიიღება მხოლოდ 5-6 წლიანი მცენარის დაკრეფიდან 8 საათის განმავლობაში გადაამუშავებით.

ასევე საყურადღებოა პიტნის არომატის მქონე ლიმონათის ვაჟინის დამზადებაც - ახალდაკრეფილი მცენარის დამუშავება ხდება ტექნოლოგიით გათვალისწინებულ ვადებში, წინააღმდეგ შემთხვევაში იკარგება გემოც და არომატიც.

მიტროფანე ლალიდე, თავის მთავარ მიღწევად თვლიდა „ლიმონის“ ვაჟინისა და ლიმონათის წარმოება-გამოშვებას. ლეგენდარული გემოს საიდუმლოება მდგომარეობს იმაში, რომ ლიმონის ცედრის მოშორება ხდება ხელით-ქალის სათუთი ხელით. ვაჟინისათვის გამოიყენება ცედრის მხოლოდ ზედა-ყვითელი ფენა. საკმარისია შეერიოს ქვედა-თეთრი ფენა, რაც გარდაუვალია მანქანური წესით გაფცქვნისას, და ვაჟინი შეიძენს არასასიამოვნო მწარე გემოს. „ლალიდის“ წარმოებაში მომუშავე თითოეული ქალი ამუშავებს 50 კილოგრამ ლიმონს დღეღამეში, რაც მოითხოვს საკმაოდ მძიმე და გულმოდგინე შრომას, მაგრამ როცა საქმე ეხება ნატურალური, ჯანსაღი პროდუქტის წარმოებას, სხვა ალტერნატივა არ არსებობს.

ფარმაცევტის მოწაფე

ბრენდის ეს ისტორია დაიწყო XIX საუკუნის მიწურულს, როცა 14 წლის მიტროფანე ლალიდე აყვანილ იქნა ფარმაცევტის თანამემწე ქუთაისის ერთ-ერთ აფთიაქში. აფთიაქის მფლობელი პოლონელი ეროვნების ივანიცკი, წამლებთან ერთად, საზარვარგარეთიდან მიღებული ქიმიური ესენციების საფუძველზე ამზადებდა გამაგრილებელ სასმელებს. სწორედ ამ დროს ემაწილ მიტროფანეს გაუჩნდა იდეა, გამოეშვა ნატურალური პროდუქტებისაგან დამზადებული ვაჟინები, რა-

მაც შემდგომში საფუძველი ჩაუყარა „ლალიდის“ ლიბონათების წარმოებას.

პირველი შაბრიბა ქუთაისში

1887 წელს ლალიძემ დაარეგისტრირა საკუთარი საწარმო „მიტროფანე ლალიძის“ სასმელების გამოსაშვებად, ხოლო 1900 წელს ქუთაისში გახსნა გამაგრებული სასმელების მწარმოებელი მცირე ზომის ქარხანა, ბუნებრივი მასალების-ბალახეულის, კენკრისა და ხილისაგან ვაჟინების დასამზადებლად.

პატარა ბიჭები, რომლებიც ყიდნენ ლიბონათს, გაყვიროდნენ: „თუ გინდა იყო ლამაზი, დალიე ლალიძის წყალი“, - ლიბონათი იყიდებოდა დილის გახეთქზე სწრაფად.

ბოთლები „ლალიძის წყლებისთვის“ ჩამოქონდათ საფრანგეთიდან, სადაც მიტროფანე ლალიძემ მიიღო პირველი კონსულტაცია ახალი ბრენდის რეკლამირებისა და წინაწვევისათვის. ფრანგების ნაკარნახევი სლოგანი „მოითხოვეთ ყველგან და უფროხილდით ფალსიფიკაციას“, მარკის უცვლელი დევიზი ხდება-იგი დღემდე ამშვენებს ლეგენდარული ლიბონათის ეტიკეტს.

ირანის შეიხის საყვარელი სასმელი

1906 წელს მიტროფანე ლალიძე ჩამოვიდა თბილისში და დააარსა „ლალიძის წყლების“ მწარმოებელი ქარხანა და საფირმო მაღაზია რუსთაველის გამზირზე. საინტერესოა, რომ იმ დროისთვის თბილისში უკვე არსებობდა უაღკოპოლური სასმელების ორი ქარხანა, მაგრამ „ლალიძესთან“ კონკურენციას ვერ გაუძღეს და დაიხურნენ.

XX საუკუნის დასაწყისში „ლალიძის წყლებით“ მარაგდებოდა რუსეთის საიმპერატორო კარი, ხოლო ირანელი ვაჭრები ყიდულობდნენ სასმელის დიდ

პარტიებს ირანის შეიხისათვის.

1913 წელს სასმელების პირველ საერთაშორისო გამოფენაზე ვენაში „ლალიძის წყლები“ იქცა მსოფლიო აღმოჩენად და დაჯილდოვებულ იქნა უმაღლესი ჯილდოთი- დიდი ოქროს მედლით. ვენის გამოფენაზე „ლალიძის წყლების“ მიერ, სულ მოპოვებულ იქნა ორი ოქროს და ორი ვერცხლის მედალი.

წარმატება განმეორდა შემდეგ წელსაც, 1914 წელს სანკტ-პეტერბურგის სასურსათო გამოფენაზე „ლალიძის წყლები“ კვლავ დაჯილდოვდა ორი ოქროს და ორი ვერცხლის მედლით.

ყველას საკუთარი „ლალიძე“ აქვს

საბჭოთა პერიოდში „ლალიძის წყლების“ ქარხანაში ფუნქციონირებდა საამქრო, რომელიც სპეციალურად ასხამდა ლიბონათს ქვეყნის უმაღლესი მმართველობისთვის: არსებობდა ინფორმაცია, უმაღლეს ხელისუფალთა გემოვნების შესახებ: სტალინისთვის იგზავნებოდა ლიბონათი ლიბნიის გემოთი, ნ. ხრუშჩოვი უპირატესობას ანიჭებდა მსხლის და ფორთოხლის ლიბონათს, ხოლო ლ. ბრეჟნევი - მსხლის და ტარხუნისას.

ქიმიური მინარევების არარსებობისა და მდიდარი ვიტამინური კომპლექსის შემცველობის გამო, დროით გამოცდილი სრულიად ეკოლოგიური და ნატურალური „ლალიძის“ ლიბონათი რეკომენდებულია სპეციალისტების მიერ როგორც სამკურნალო-დიეტური პროდუქტი.

დღესდღეობით, ლეგენდარული ლიბონათი წარმოდგენილია შემდეგი გემოთი ასორტიმენტით: „ვაშლის“, „ფორთოხლის“, „კომშის“, „ალუბლის“, „მსხლის“, „კახური“, „იზაბელა“, „ისინდი“, „პიტნის“, „ყავის“, „ვარდი“, „კრემ-სოდა“, „სიტრო“, „ლიმონის“, „საამო“, „ტარხუნის“, „შოკოლადის“, „ფეიხოა“, „თბილისი“.

ბამოყენებული ლიტერატურა:

1. <http://www.nplg.gov.ge/gsdll/cgi-bin/library.exe?e=d-01000-00—off-0period—00-1—0-10-0—0-0—0prompt-10—.%2e-4—4—0-11—11-en-10—10-preferences-50—00-3-help-00-0-00-11-1-0utfZz-8-00-0-11-1-0utfZz-8-10&a=d&c=period&cl=CL1.13&d=HASH0884ba34b712c1cde40528.2>