



#GarabakhisAzerbaijan

BUSINESS TIME



AĞILLI KƏND TƏSƏRRÜFATI

119/2021



CASPIAN COAST



Siyəzən rayonu
AZE 5313, Böyük Həmyə kəndi
+994 70 208 11 75
info@caspiancoast.az
www.caspiancoast.az
fb.com/caspian.coast.winery.vineyards

from

IMPORT to

PRODUCTION



+994 12 498 70 50

+994 70 393 66 33

info@azseeds.az

28 May street 9/23, Nasimi, Baku, Azerbaijan AZ 1000

www.azseeds.az



Редактор
Кямаля Рагимова

Выпускающий редактор
Джамия Аплахвердиева

Арт-директор
Вагиф Иманов

Контакты:
Тел.: (+994 12) 511 69 37

Генеральный директор
Мамед Гаджиев

**Главный советник
генерального директора**
Чингиз Искендеров

Директор департамента рекламы
Исмаил Агаев

Директор департамента PR
Парвин Тарвердиев

Департамент PR
Саид Тарывердиев

При подготовке блоков новостей использованы материалы агентств: **TREND**, **SIA**. Редакция не имеет возможности вступать в переписку, рецензировать и возвращать не заказанные ею рукописи и иллюстрации. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях и сообщениях информационных агентств. Редакция не предоставляет справочной информации. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции.

Журнал зарегистрирован в Министерстве юстиции Азербайджанской Республики. Номер регистрации № 2671
Дата регистрации 08.08.2008
© 2021 Business Time

- 4 **НОВОСТИ КАРАБАХА**
- 6 **НОВОСТИ ХЛОПКОВОДСТВА**
- ПАРТНЕРСТВО**
- 8 **СОЮЗ ИТАЛИИ
С АЗЕРБАЙДЖАНОМ – СМЕНА
ПАРАДИГМЫ В ОТНОШЕНИЯХ
С ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПОЙ**
- AQRAR SEKTORU**
- 10 **AĞILLI KƏND TƏSƏRRÜFATI**
- QIDA SƏNAYESİ**
- 12 **NAR: İXRAC POTENSİALI**
- 14 **ЧЕРЕЗ ВИНОГРАДНИКИ
К ЗВЕЗДАМ!**
- 16 **AZƏRBAYCANIN SÜD
MƏHSULLARI: İXRAC
İSTİQAMƏTİNİN ÇOX
BÖYÜK POTENSİALI VAR**
- 18 **HƏR ZÖVQƏ UYĞUN**
- 20 **ФУНДУК ДЛЯ ВСЕХ**
- 22 **İLLƏRİN SEVİLƏN DADI – “İCELAND”**
- 24 **FƏRQLİ LƏZZƏT**
- 26 **ВИНО ТРЕБУЕТ ВРЕМЕНИ И
УМЕНИЯ РАЗГОВАРИВАТЬ**
- 30 **ВИНО С ИСТОРИЕЙ
И ТРАДИЦИЯМИ**
- 34 **СЛАВА ВИНОГРАДАРСТВА И
ВИНОДЕЛИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА
ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ**
- 36 **GƏLƏCƏYİN TOXUMLARI**
- 38 **ДЛЯ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ**
- 40 **KEYFİYYƏTLİ MƏHSUL –
ÜSTÜNLÜYÜMÜZDÜR**
- 42 **DÜYÜ: DADLI VƏ EKOLOJİ**

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- 44 **ЭФФЕКТИВНОЕ ОРОШЕНИЕ**
- 48 **РАСШИРЯЯ ВОЗМОЖНОСТИ**

SU İSTENSALI

- 52 **TƏBİİ MİNERALLI BULAQDAN –
SÜFRƏNİZƏ**
- 54 **ЖЕСТКАЯ ПРАВДА
О «ЛЕГКОЙ» ВОДЕ**

ИНВЕСТИЦИИ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- 56 **СТАБИЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ
КАК ГАРАНТ БУДУЩЕГО**

AQROTEKHNIKA

- 60 **XARICI TƏRƏFDAŞLARIMIZ
BU İŞDƏ MARAQLIDIR**

TİBBİ TURİZM

- 62 **AZƏRBAYCAN VƏ TÜRKİYƏ:
SAĞLAMLIQ TURİZMİN POTENSİALI**

BANK XİDMƏTLƏRİ

- 64 **KAPİTAL BANK SAHİBKARLAR
ÜÇÜN YENİ KONSEPSİYALI
“KOB MƏRKƏZİ” FİLİALINI
İSTİFADƏYƏ VERDİ**

TİKİNTİ

- 66 **ARZULARIN EVİ**

OFİS MEBELİ

- 68 **OFİSƏ YENİ GƏLƏCƏK**

FASHION

- 70 **ЭЛЕГАНТНОЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ**
- 72 **ВАША ИДЕАЛЬНАЯ ПАРА**

МЕНЕДЖМЕНТ

- 76 **КАКУЮ MBA-ПРОГРАММУ
МОГЛИ БЫ РЕКОМЕНДОВАТЬ
ИЛОН МАСК И ДЖЕФФ БЕЗОС?**



AZERI BUSINESS AWARD
İLİN MİLLİ BRENDİ

SEVGİ



“CAMAL” LTD şirkəti

+994 12 310 10 40

www.iceland.az

  ICELAND.ice.cream

iceland
dondurmalari 

«АЗЕРСУ» ПОСТРОИТ НОВЫЙ МАГИСТРАЛЬНЫЙ ВОДОПРОВОД В ШУШУ

С целью обеспечения города Шуша питьевой водой, ООО «Азерсу» начало выполнение неотложных мер.

Как сообщили в координационном штабе, созданном для централизованного решения вопросов на освобожденных от оккупации территориях Азербайджанской Республики, для обеспечения Шуши постоянно питьевой водой подготовлена и начата реализация неотложных мер.

Согласно Плану мероприятий, будет проведена реконструкция малых водоприемных сооружений Кирс и Зарыслы, обеспечивающих Шушу питьевой водой. От источника Кичик Кирс до Шуши будет проложен новый магистральный водопровод, на территории города будут построены 6 км распределительных водопроводов, 3 резервуара емкостью 500 м³ каждый.

В настоящее время по трассе автомагистрали Лачин-Шуша продолжают строительно-монтажные работы.

В соответствии с новым генеральным планом Шуши будут реконструированы городские сети, а также построены очистные сооружения для питьевой воды и сточных вод.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАРАБАХА ПРЕДСТАВЛЕН НА МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ

Азербайджан принимает участие в международной туристической выставке Arabian Tourism Market в Дубае (ОАЭ).

Об этом сообщает пресс-секретарь Госагентства по туризму Кянан Гулузаде. По его словам, это первое очное участие страны в международной туристической выставке с начала пандемии коронавируса (COVID-19): «До сих пор мы были представлены на выставках только онлайн, на этот раз мы присутствуем здесь. На азербайджанском стенде впервые представлена информация о туристическом потенциале Карабаха, в том числе города Шуша. Участники выставки проявляют к нему большой интерес».

ПОДГОТОВЛЕНА ГОСПРОГРАММА ПО ВОДОХОЗЯЙСТВЕННОМУ КОМПЛЕКСУ

ОАО «Мелиорация и водное хозяйство» подготовило Госпрограмму по восстановлению и развитию мелиоративного и водохозяйственного комплекса на освобожденных территориях.

«Цель программы заключается в восстановлении режимов работы мелиоративных и водохозяйственных объектов, а на последующем этапе – в эффективной организации управления этими объектами. В этом году акционерное общество представило соответствующим структурам предложения по продолжению строительных и реконструкционных работ мелиоративных и водохозяйственных объектов», – отметил заместитель председателя правления ОАО Закир Гулиев.

ЗАЛОЖЕН ФУНДАМЕНТ АВТОМОБИЛЬНОЙ ДОРОГИ ЗЯНГИЛАН-ГОРАДИЗ

26 апреля Президент Ильхам Алиев заложил фундамент автомобильной дороги Зянгилян-Горадиз.

По поручению главы государства на освобожденных территориях уже начата и успешно продолжается реализация нескольких дорожных проектов.

Эти проекты будут играть очень важную роль в социально-экономическом развитии деокупированных районов и сел. С этой точки зрения автомобильная дорога Зянгилян-Горадиз также выделяется своим стратегическим значением. Общая протяженность дороги составляет 124 км, которая будет состоять из 6 полос движения.

31 ЗДАНИЕ В ШУШЕ БУДЕТ ОБЕСПЕЧЕНО ТЕПЛОМ

Президент Ильхам Алиев подписал Распоряжение о мерах по проектированию, строительству и монтажу системы теплоснабжения в городе Шуша.

Согласно распоряжению, в целях проектирования, строительства и монтажа котельных, внутренних систем для обеспечения 31 здания в городе Шуша в оче-

редней отопительный сезон отоплением и горячей водой, из предусмотренного в государственном бюджете Азербайджанской Республики на 2021 год резервного фонда Президента Азербайджанской Республики Открытому акционерному обществу «Азеристилик-теджжизат» первоначально выделено 1 млн AZN.

Chabiant

Wines from the cradle of wine making



Address: Ismayilli Wine-2 OJSC, Hajihatamli village, Ismayilli, Azerbaijan
Tel: +994 51 700 32 22, e-mail: Info@chabiant.az

 [chabiantwinery](#)  [chabiantwinery](#)

АЗЕРБАЙДЖАН СУЩЕСТВЕННО НАРАСТИЛ ЭКСПОРТ ХЛОПКА

Экспорт хлопка из Азербайджана в январе-феврале 2021 года составил в суммарном выражении \$45,175 млн, что указывает на рост относительно января-февраля 2020 года на \$7,63 млн (20,3%).

Как говорится в сообщении Государственного таможенного комитета Азербайджана, доля этой продукции в общем экспорте Азербайджана увеличилась с 1,16 до 1,62%.

При этом в импортных операциях по хлопку за год наблюдается сокращение на \$297,43 тыс (28,7%). Так, их объем составил более \$737,2 тыс. Долевое участие данной продукции в общем импорте Азербайджана составило 0,05% против 0,06% за январь-февраль 2020 года.

В результате за отчетный период объем внешне-торгового оборота хлопка превысил \$45,9 млн, что на \$7,3 млн (19%), больше показателя за январь-февраль 2020 года.

«АЗЕРПАМБЫГ» ЗАКУПАЕТ МИНЕРАЛЬНЫЕ УДОБРЕНИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ НА 2,1 МЛН AZN

ОО «Агропромышленный комплекс Азерпамбыг» закупает удобрений и оборудования на общую сумму 2 млн 73,905 тыс AZN. С этой целью подписано два контракта.

Первый контракт – с ООО Buta Trading, который предусматривает закупку минеральных удобрений на предстоящий хозяйственный год. Сумма контракта – 1 млн 914,900 тыс AZN.

Второй контракт – с ООО Azchem, предусматривающий закупку оборудования по определению влажности хлопка-сырца. Сумма контракта – 159,005 тыс AZN.



«АЗЕРПАМБЫГ» УВЕЛИЧИЛ ДОХОДЫ ОТ ЭКСПОРТА В 4 РАЗА

ОО «Агропромышленный комплекс Азерпамбыг», принадлежащее ОАО «Азербайджанская промышленная корпорация», в январе текущего года экспортировало продукцию на сумму \$5,2 млн.

По данным, это на \$4 млн или в 4,3 раза больше чем за тот же период прошлого года.

«Агропромышленный комплекс Азерпамбыг» создан в 2018 году. В его составе действуют 6 хлопкоперерабатывающих заводов (Ширванский, Саатлинский, Агджабединский, Бейлаганский, Бардинский, Билясуварский), 6 пунктов по производству и поставкам хлопка (Сабирабадский, Имишлинский, Сальянский, Агдамский, Тертерский, Геранбойский), опытно-испытательное хозяйство, расположенное в Билясуварском районе.

В АЗЕРБАЙДЖАНЕ БУДУТ СОЗДАНЫ НОВЫЕ СОРТА ХЛОПКА

Научно-исследовательский институт защиты растений и технических культур Министерства сельского хозяйства сможет создать мутантные сорта хлопка, устойчивые к болезням, засухе и засолению.

Было отмечено, что это станет возможным благодаря оборудованию, подаренному институту на основе проекта, реализуемого совместно с Международным агентством по атомной энергии.

Оборудование стоимостью более €150 тыс позволит развивать биотехнологические исследования и анализы на молекулярном уровне.


Наряду с этим, поскольку визуальная оценка устойчивости сортов хлопка к неблагоприятным климатическим условиям иногда бывает ошибочной, будут использованы возможности оборудования по проведению анализа ДНК.






Bütün anaların seçimi



 AZ0400, Azərbaycan, Ağcabədi rayonu, Ağabəyli kəndi

 info@atena-agro.az
www.atena.az

 +994 12 404 99 88

  [atena.azerbaijan](https://www.instagram.com/atena.azerbaijan)

СОЮЗ ИТАЛИИ С АЗЕРБАЙДЖАНОМ – СМЕНА ПАРАДИГМЫ В ОТНОШЕНИЯХ С ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПОЙ



В конце февраля 2020 года, за несколько дней до того, как Италия стала первой европейской страной, подвергшейся изоляции из-за COVID-19, Президент Азербайджана Ильхам Алиев отправился в Рим для проведения двусторонних переговоров со своим итальянским коллегой президентом Серджо Маттареллой.

Итоговая совместная Декларация об укреплении разностороннего стратегического партнерства заложила основу для перспективных торговых отношений между двумя странами. Тактический альянс Италии и Азербайджана, базирующийся на торговле энергоресурсами, теперь включает целостное торговое соглашение, которое охватывает сферы обороны, инфра-

структуры и инвестиций. Многие эксперты и инсайдеры теперь считают Италию главным европейским союзником Азербайджана, утверждая, что данное партнерство дает представление о растущих возможностях для европейских стран за пределами традиционного центрально-европейского охвата.

Богатый залежами нефти Апшеронский полуостров Азербайджана – самая восточная часть Кавказа, – на протяжении тысячелетий привлекал торговцев. Есть предположения, что великий итальянский путешественник Марко Поло в произведении *Il Milione*, в котором описал свои путешествия по Шелковому пути, указал территорию современного Азербайджана. Именно с этого полуострова Азербайджан на протяжении веков строил свои самые прочные торговые отношения. В последние годы он также стал отправной точкой самых интригующих современных отношений и мегапроектов, одним из которых является «Южный газовый коридор» (ЮГК).

Посредством Южного газового коридора азербайджанский газ поставляется в итальянский промышленный порт Бриндизи через Грузию, Турцию, Грецию и Албанию. Впервые 30 декабря 2020 года природный газ из Азербайджана был поставлен в Италию по Транскаспийскому трубопроводу (ТАР), который является составной частью ЮГК.

ТАР является заключительным звеном в линии, составляющей основу итало-азербайджанской торговли энергоресурсами, который превратил Италию в основного торгового партнера Азербайджана. Товарооборот между двумя странами по итогам 2019 года составил \$6 млрд. В том же году 17% импортируемого Италией газа пришлось на долю Азербайджана. Ожидается, что ЮГК позволит расширить эти отношения, и поставки газа в Италию превысят 10 млрд м³ в год.

По инициативе Европейской комиссии ЮГК нацелен на снижение зависимости Европы от российского и североафриканского газа, за счет диверсификации источников. Россия остается крупнейшим поставщиком ЕС, на долю которого в 2018 году приходилось 40% общего импорта газа. Для ЕС и, в частности для Италии, ЮГК представляет собой новую альтернативу на востоке. Для Азербайджана же ЮГК является прекрасной возможностью для более конструктивного взаимодействия с Европой посредством Италии.

Таким образом, в феврале Президент Ильхам Алиев после визита в Рим добился не только подписания соглашения в сфере энергетического сотрудничества, но и приобрел мощного союзника в Европе, который 7 месяцев спустя поддержит Азербайджан в разрешении Нагорно-Карабахского конфликта.

Действия, направленные на освобождение от армянской оккупации Нагорного Карабаха и прилегающих районов, начались утром 27 сентября и завершились 10 ноября 2020 года. Несмотря на сомнения западных держав, было принято решение об урегулировании кон-

фликта, и вот уже несколько месяцев неуклонно сохраняется режим прекращения огня.

Турция получила широкое международное признание за свою помощь в разрешении конфликта: президент Реджеп Тайип Эрдоган был приглашен в качестве почетного гостя на празднование победы Азербайджана на Площади Свободы. В Европе именно участие Италии помогло заручиться молчаливой поддержкой Запада. Как член Минской группы ОБСЕ, созданной для поиска путей мирного урегулирования конфликта между Азербайджаном и Арменией, Италия первой выступила за принципы суверенитета, территориальной целостности и нерушимости национальных границ – три столпа международного права, на которых Азербайджан традиционно основывал свои притязания на Нагорный Карабах, что способствовало признанию международным сообществом территориальных претензий Азербайджана.

СОГЛАСНО СОГЛАШЕНИЮ, ПОДПИСАННОМУ
В ДЕКАБРЕ 2020 ГОДА, ИТАЛИЯ
ВНЕСЕТ СВОЙ ВКЛАД В СОЗДАНИЕ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА
ОСВОБОЖДЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ.

Отношения между Азербайджаном и Италией вышли на новый уровень. Если раньше между этими двумя странами имелись просто экономические соглашения, то теперь существует политический союз.

За участие в урегулировании конфликта Италия получила контракт на создание энергетической инфраструктуры в Карабахе. Согласно соглашению, подписанному в декабре 2020 года, Италия внесет свой вклад в создание энергетической инфраструктуры на освобожденных территориях.

Готовность Италии продемонстрировать дружбу с Азербайджаном может иметь последствия для ЕС в целом. Политические лидеры в Европе с подозрением относятся к России и будут заинтересованы в изучении альтернатив для избавления от существующей зависимости от российских энергоносителей. В частности, по мере того, как геополитический ландшафт адаптируется к новому президенту США, вполне возможно, что западные державы будут искать новые альтернативы. Для Азербайджана это хорошая возможность оказаться в нужном месте в нужное время.

Патрик ЛАНДАУ,

*председатель правления Maudex AG,
ведущий консультант ряда крупнейших компаний
мира в сферах энергетики, транспорта и обороны*

AĞILLI KƏND TƏSƏRRÜFATI

Aqrar bölmənin müasir texnika ilə təchizatı, aqroxidmətlərin göstərilməsi məsələlərinin çevik şəkildə tənzimlənməsi ölkənin aqrar sahəsinin inkişafına əsaslı şəkildə müsbət təsir göstərir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalçıları üçün aqrotekniki xidmətlərin düzgün şəkildə həyata keçirilməsi bu sahə üzrə fəaliyyət göstərən fermerlərin problemlərinin böyük əksəriyyətinin həll edilməsi deməkdir.



Ölkəmizdə bu məsələlərin həlli ilə məşğul olan “Aqroservis” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin İdarə Heyətinin sədri Elmin Rəhmanov suallarımızı cavablandırır.

– “Aqroservis” ASC-nin əsas fəaliyyət istiqamətləri nələrdir?

– Azərbaycan Prezidentinin 2020-ci il 17 avqust tarixli, 1137 nömrəli Fərmanına uyğun olaraq, “Aqrolizinq” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin adı dəyişdirilərək “Aqroservis” ASC adlandırılıb və müəssisənin lizinq fəaliyyəti dayandırılıb. Artıq “Aqroservis” ASC-də Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin tabeliyində olmaqla bu sektorda fəaliyyət göstərən digər təchizatçı şirkətlər kimi kənd təsərrüfatı istehsal vasitələrinin satışını bərabər hüquqla həyata keçirir.

Bundan başqa, cəmiyyətin 44 rayon bölməsi fəaliyyət göstərir. Həmin bölmələr vasitəsilə fermerlərimizə aqrotekniki xidmətlər göstərilir, texnikalar istifadəyə verilir, mineral gübrələr, pestisidlər satılır. Hazırda “Aqroservis” 3 əsas fəaliyyət prinsipi əsasında – şəffaf idarəçilik, kəndli və fermerlərə yaxınlıq, innovasiyaların tətbiqi prinsiplərini rəhbər tutaraq fəaliyyətini davam etdirir.

– İstehsalçılar üçün daha çox hansı aqrotekniki xidmətlərin göstərilməsinə ehtiyac var? Bu xidmətin təkmilləşdirilməsi üçün hansı işlər aparılır?

– Cəmiyyətin yerli bölmələri vasitəsilə məhsul istehsalçıları üçün mövsümi tələbatına uyğun aqrotekniki işlər həyata keçirilir. Bura əkin üçün torpağın hazırlanmasından məhsulun yığılmasına qədər görülən bütün aqrotekniki işlər, o cümlədən torpağın şumlanması, mala çəkilməsi, toxumun səpilməsi, gübrələmə və dərmanlama, becərmə işləri, taxıl biçini, pambıq və qarğıdalı yığılı, silos yeminin yığılı və s. kimi aqrotek-

niki xidmətlər daxildir. Bütün mövsümlərdə əkin, becərmə və yığılı işləri başlamadan öncə texnika və avadanlıq tələbatı öyrənilir, maddi-texniki baza yaxşılaşdırılır. Əsas strateji aqrotekniki işlərdən olan taxıl biçini hər il fəaliyyətimizin prioritet sahəsidir. Hər il dövlət büdcəsi hesabına kombaynların alınaraq satışının təşkili və tələbat yarandığı zaman fermerlərin istifadəsinə verilməsi təmin edilir. Ölkə üzrə bir milyona yaxın ərazidə taxıl biçininin təşkili ilə bağlı özəl kombaynların biçinə cəlb edilməsi və “Aqroservis”ə məxsus kombaynların dislokasiya planının hazırlanması işləri görülür. Qeyd edim ki, taxıl zamanında yığılmadığı təqdirdə böyük həcmdə itkilər yarana bilər. Bu baxımdan taxıl sahələrinin yetişmə dövrünə uyğun dağlıq və dağətəyi rayonlarda yerləşən bölmələrimizə məxsus kombaynların aran bölgəsinə mərhələli dislokasiyası təşkil edilir ki, biçin optimal müddətdə itkisiz başa çatdırılsın. Kombaynlara quraşdırdığımız GPS izləmə cihazları vasitəsilə onların işləmə hərəkətinə, dislokasiya planına uyğun işləməsinə, işlərin keyfiyyətinə və biçilən ərazilərin hesablanması nəzarət edilir. Artıq ötən mövsümdən etibarən çətin relyefli ərazilərdə taxıl yığılımının çevik aparılması və operativliyinin təmin edilməsi məqsədilə müasir standartlara cavab verən xüsusi konfigurasiyaya malik innovativ dağ kombaynları Cəmiyyət tərəfindən satın alınaraq biçinə cəlb edilib. Aqrar sahədə innovasiyaların tətbiqi istiqamətində görülən tədbirlər çərçivəsində sahələrin dərmanlanmasında xüsusi pilotsuz uçuş aparatlarından (dronlardan) istifadə olunması planlaşdırılır. Eyni zamanda, innovativ texnologiyalardan istifadənin genişləndirilməsi məqsədilə nümunəvi pambıqçılıq təsərrüfatlarının yaradılmasına başlanılıb. Ucar rayonunda Çin texnologiyası və Beyləqan rayonunda türk texnologiyası əsasında pambıq istehsalı üzrə pilot layihələr həyata keçirilib. Türk texnologiyası ölkəmizin torpaq-iqlim şəraitinə daha çox uyğunlaşıb. Burada əsasən əkin metodunun daha fərqli həyata keçirilməsi, bitki sıxlığının daha yüksək təşkil edilməsi, o cümlədən suvarmanın və əlaq otlarına qarşı mübarizənin daha mütərəqqi metodlarla həyata keçirilməsi nəzərdə tutulub. Bu innovativ texnologiya fermerlərin daha az əziyyət çəkmələrinə, əlaq otlar-





rına qarşı mübarizə tədbirləri və suvarma üçün daha az vəsait xərcləmələrinə səbəb olub.

– Fermerlərin əkin üçün tələb olunan mineral gübrələrlə təminatı məqsədlə hansı işlər görülür? İstehsalçılar daha çox hansı gübrələrdən istifadə edirlər və gübrələr hansı ölkələrdən idxal edilir?

– Fermerlərin əsasən şumaltı (ammofos, nitroammofoska) və yemləmə (ammonium nitrat, karbamid) gübrələrinə tələbatı var. Logistika baxımından daha səmərəli olduğu və daha ucuz qiymətə başa gəldiyi üçün “Aqroservis” mineral gübrələri əsasən Rusiyadan idxal edir. Socar Karbamid Zavodunun fəaliyyətə başlaması azot gübrəsinə olan tələbatın ödənilməsində mühüm yer tutub. Yüksək azot tutumuna malik karbamid gübrəsinin istehsalının Azərbaycanın kənd təsərrüfatının inkişafına mühüm töhfə verəcəyi gözlənilir. Karbamid gübrəsi ən yüksək azot tutumuna malik olmaqla, ən keyfiyyətli azot tərkibli gübrə hesab olunur. Yerli istehsal karbamid gübrəsinin alışı qiymətinin idxal olunan gübrələrlə müqayisədə aşağı olması kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıların bu gübrəyə marağını daha da artırır. “Aqroservis” ASC ilə SOCAR Karbamid zavodu arasında bağlanmış müqavilə əsasında 25,0 min ton karbamid gübrəsi satın alınıb və kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarına satışı təmin edilib.

– Azad olunmuş ərazilərimizdə ilkin olaraq, kompleks şəkildə hansı aqrotexniki xidmətlər göstərilə bilər? Bununla bağlı hazırda işlər aparılırmı, bu sahə üzrə təklifləriniz varmı?

– İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə kompleks şəkildə aqrotexniki xidmətlərin göstərilməsi məqsədlə “Aqroservis” tədbir-



lər planı hazırlayıb. Azad edilmiş ərazilərdə 150 min ha yaxın əkin təyinatlı torpaqların yararlı vəziyyətə gətirilərək əkilməsi, orada müxtəlif aqrotexniki xidmətlərin göstərilməsində istifadə olunması məqsədlə innovativ kənd təsərrüfatı texnikalarının tətbiqi planlaşdırılır. Həmin ərazilərdə fəaliyyətimizin təşkili üçün Cəmiyyətin rayon bölmələrinin yaradılması, onların müasir standartlara cavab verən gübrə anbarları və kənd təsərrüfatı texnikaları ilə təmin edilməsi nəzərdə tutulub. Burada əkin prosesindən məhsul yığımina kimi tələb olunan bütün aqrotexniki xidmətlərin kompleks şəkildə göstərilməsi təmin ediləcək.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin təşəbbüsü ilə Zəngilan rayonunun Ağalı kəndində “Ağıllı kənd” layihəsinin icrasına başlanılıb. “Ağıllı kənd” təsərrüfatında ağıllı texnologiyalar və aqreqatlar ilə aqrotexniki xidmətlərin mexanikləşdirilməsi, vahid platforma üzərindən datanın formalaşdırılması və idarəetmənin sistem üzərindən aparılması nəzərdə tutulur. Aqrar sahədə bu cür həllərin reallaşması “Ağıllı kənd” layihəsini zamanın zərurətinə çevirib.

“Ağıllı kənd təsərrüfatı” layihəsi çərçivəsində torpağın əkilib-becərməsində, məhsulun dərmanlanmasında və toplanmasında istifadə edilməsi üçün “ağıllı texnikalar”ın təşviq edilməsi istiqamətində “Aqroservis” zəruri işlər aparır.



– Təsərrüfatların avadanlıqlarla, xüsusilə yeni nəsil avadanlıqlarla təminatı sahəsində hansı işlər görülür?

– Əkin təyinatına və iqlim şəraitinə məqbul olan texnika və aqreqatların ölkəmizdə tətbiqi üzrə mütəmadi işlər aparılır. İri həcmli müasir suvarma sistemlərin, torpağın əkinə hazırlanması üçün ən son model ripərlərin ölkəyə gətirilərək güzəştli satışı təşkil edilib, dərmanşəpən dronların tətbiqinə başlanılıb. Dronlar nəinki sahələrin dərmanlanmasında, hətta daha çox suya ehtiyac olan və zərərvericilərlə mübarizə məqsədlə həşəratlar olan sahələrin müəyyən edilməsində müstəsna əhəmiyyət daşıyır. Biz artıq həmin dronlara xüsusi avadanlıqların quraşdırılması vasitəsi ilə torpaq sahələrinin “scan” edilərək təhlil edilməsi, becərmə dövründə ziyanvericilərin dronlar vasitəsilə müəyyən edilməsi və dərmanlanmasının tətbiqinə başlayırıq. Çətin relyefli ərazilərdə HILLSİDE dağ kombaynları ilə istehsalçılara xidmət göstərilməsi təmin edilib. Bu kombaynlar kəskin relyefli ərazilərdə avtomatik və manual rejimdə idarə edilə bilər və məhsul yığımu tam itkisiz həyata keçirilir.

Aylin QİSMƏTLİ

NAR: İXRAC POTENSİALI



Azərbaycanın unikal iqlimi sayəsində uzun illərdir ki narın demək olar ki, bütün növləri burada yetişdirilir. Son zamanlarda hər kəs tərəfindən sevilən bu meyvənin istehsalı uğurla inkişaf edir və xaricə ixracat sahəsindəki böyümə meyillərini nümayiş etdirir. Azərbaycan Nar İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyasının rəhbəri Fərhad Qaraşov indi bu sektorda baş verənlər barədə danışır.

– Azərbaycan Nar İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası yüksək fəallığı ilə seçilir. Hazırda hansı layihələr üzərində işləyirsiniz?

– Avropa Birliyinin Azərbaycandakı Nümayəndəliyinin maliyyə dəstəyi ilə Azərbaycan Nar İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyasının (ANİİA) icra edəcəyi “Narçılıq Dəyər Zəncirində Üstün Keyfiyyətin Əldə Edilməsi və Dəyişikliklərə Dəstək” adlı yeni layihə 2020-ci ilin avqust ayından etibarən start götürüb. Layihə ANİİA və onun yerli tərəfdaşları sayılan Azərbaycan Turizm Assosiasiyası (AZTA) və Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası (AQSİA) ilə birlikdə həyata keçirilir. 20 aylıq bir dövrü əhatə edəcək bu layihə Ucar, Kürdəmir, Göyçay, Hacıqabul, Sabirabad, Saatlı və İmişli rayonlarında 100 kənddə 1-5 hektar nar bağına sahib olan 2000 kiçik miqyaslı nar istehsalçıları əhatə edir. Burada onlara məhsuldarlığı və keyfiyyəti artırmaq üçün təlimlər, seminarlar keçirilir, aqronom məsləhət xidmətləri vasitəsilə yeni və ən yaxşı aqrotexniki metodlar, vasitələr və qida təhlükəsizliyinə aid daha faydalı məlumatlar əldə edirlər. Nəticədə narçı fermerlər məhsullarını daha yüksək qiymətlərlə satmaq imkanına malik olacaqlar, eləcə də xammal tədarükçüləri və geniş miqyaslı nar istehsalçıları ilə əlaqələr və nar istehsalçıları arasında şəbəkə formalaşmış olacaqlar.

– Jurnalımıza son müsahibəyinizdə Assosiasiyanın Qazaxıstan ilə iş imkanlarından və Azərbaycan narının ixracatını artırmaq planlarından danışmışdınız. Bu sahədə hansı irəliləyişlər var?

– Azərbaycan Nar İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası olaraq hər zaman Azərbaycan narının yeni bazarlara çıxması və geniş alıcı auditoriyasının formalaşması üçün müxtəlif bazar araşdırmaları aparırıq. Bildiyiniz kimi narımız öz tərkibi və dadı etibarilə kifayət qədər alıcılıq potensialına malikdir. Bu əsasla hətta bizim araşdırmalarımızla yanaşı qonşu ölkələrdən də təkliflər gəlir. Qazaxıstanın müxtəlif tədarükçüləri tərəfindən bizə daxil olan sorğu əsasında təqdimat hazırlanmış və alıcı firmalara göndərilmişdir. Təbii ki, bu məsələdə Azərbaycanın Qazaxıstanda fəaliyyət göstərən ticarət evi də bizə öz dəstəyini göstərmiş və buradakı satış bazarının genişləndirilməsi istiqamətində alternativ təkliflər irəli sürmüşdür. Assosiasiya olaraq yerli üzvlərimizlə bu barədə müzakirələr aparılmış və alıcı firmalara keyfiyyət və qiymət ilə bağlı məlumat toplusu göndərilmişdir. Hər hansı bir cavab gəldiyi təqdirdə ixracat barədə hazırlıqlara başlanılacaqdır.

– Heç kimə sirr deyil ki, narın ixracat potensialı kifayət qədər yüksəkdir. Bugün nar və onlardan hazırlanan məhsullar hansı ölkələrə ixrac olunur? Bu il bu siyahının genişlənməsi gözlənilirmi?

– Öncədən də qeyd etdiyim kimi Azərbaycan narının ixracat potensialı kifayət qədər yüksəkdir. Xüsusən pandemiya dövründə bu potensial bir qədər də artmışdır. Çünki bu meyvənin tərkibində yüksək antioksidant var və virusla mübarizədə effektiv təsir göstərir.

Azərbaycan narı və nardan hazırlanan məhsullar əsasən Rusiya, Ukrayna bazarlarına ixrac edilir. Çünki bu bazarlarda məhsulumuzun satış qiyməti, tələbat və alıcı kütləsi yüksək səviyyədədir. Bizim narımızın Avropa ölkələrinə ixracatını genişləndirmək mümkündür. Avropada bizim narımız daha baha qiymətə satılır. Bu isə fermerlərin rifahına yaxşı təsir göstərir və bizim ixracatımızı genişləndirir. Qeyd edim ki, artıq Avstriya və İsveçrədən bizə təkliflər gəlmiş və nümunə olaraq nar məhsulu göndərilmişdir. Həmçinin nar şirələrimiz artıq Çinin müxtəlif şəhərlərində rəğbət qazanmışdır.

– Yerli narın beynəlxalq keyfiyyət standartlarına uyğunluğu məsələsi necə həll olunur? Dünyadakı mövcud epidemioloji vəziyyəti nəzərə alsaq, tədarük zəncirinin qurulmasında hər hansı bir problem varmı?

– Yerli narın beynəlxalq standartlara uyğun olması ixracat prosesinin əsas şərtlərindən biridir. Belə ki, bildiyiniz kimi dünya ölkələri məhsul alışı zamanı onun tərkib ekvivalentinə yüksək önəm verir və bu sağlam məhsul ticarətinə zəmin yaradır. Biz də öz növbəmizdə bu tələblərə cavab verməyə çalışırıq. Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi tərəfindən məhsul ixracat olunmadan qabaq verilən Fitosanitar sertifikatı, Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən verilən Mənşə sertifikatı və Global Gap sertifikatı məhsulun beynəlxalq keyfiyyət standartlarını müəyyən edir.

Mövcud pandemiya dövründə nar və nardan hazırlanan məhsulların ixrac prosesində heç bir problem ilə üzləşilməyib və tədarük zənciri də öz növbəsində artan silsilə ilə davam etmişdir. Dövlətimiz də bu yöndə gömrük və digər aidiyyəti orqanların fasiləsiz fəaliyyət mexanizmini təmin etmişdir.

– **Son söhbətinizdə bu sektorda kadr, ting və gübrə ilə bağlı mövcud problemə də toxundunuz. Bugün nar istehsalı sahəsində işlər necədir? Hər hansı bir inkişaf varmı?**

– Təəssüflə qeyd etmək istərdim ki, Azərbaycanda narçılığın hər hektara düşən orta məhsuldarlığı o qədər də qənaətbəxş deyil. Bu ölkə üzrə təxminən 5-6 ton təşkil edir. Təbii ki, bu problemin öz növbəsində çox ciddi səbəbləri var. İlk olaraq tingçilik təsərrüfatının olmaması və keyfiyyətli nar məhsulunun əldə olunmaması, bundan əlavə ixtisaslaşmış mütəxəssislərin həddindən artıq az olması və bu da öz növbəsində ümumi aqrotexniki qulluq və dərmanlama prosesinin düzgün yerinə yetirilməməsinə



gətirib çıxarır, həmçinin keyfiyyətli dərman və gübrə təminatının olmaması da bu problemi doğuran əsas səbəblərdən biridir. Eyni zamanda suvarmada da müəyyən problemlər yaşanmışdır.

Qeyd edim ki, hal-hazırda nar bağlarında aqrotexniki qulluq prosesləri həyata keçirilir. Yanvar ayından avqust ayına qədər olan son dərmanlama və gübrələmə işləri yekunlaşdıqdan sonra narçı fermerlər artıq yığıma qədərki son işləri həyata keçirəcəklər.

– **Assosiasiyası yaxın gələcəkdə daha hansı tapşırıqları həll etmək niyyətindədir? Azad edilmiş ərazilərdə kənd təsərrüfatı sektorunun bərpasında iştirakla bağlı planlar varmı?**

– Azərbaycan Nar İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası ictimai əsaslarla fəaliyyət göstərir və bizim əsas işimiz nar istehsalçılarının gəlirlərinin artırılması, nar və nar məhsullarının ixracının artırılması, narçılığın rifahının yüksəldilməsidir. Gələcək vəzifələrimizə gəldikdə isə Möhtərəm Cənab Prezidentin bu barədə müvafiq hər hansı sərəncamı olarsa biz də öz növbəmizdə fəaliyyət göstərməyə hazırıq.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə nar bağlarının salınması nəzərdə tutulur. Ermənistanın işğalından əvvəl Ağdamda, Qubadlıda, Zəngilanda nar bağları mövcud idi. Lakin hazırda nar bağlarının hansı ərazilərdə salınması ilə bağlı aidiyyəti qurumlar məlumat verəcək. Bütün məsələlər yəqin ki, minatəmizləmə ilə bağlı problem həll edildikdən sonra həyata keçiriləcək. Hökumət bu istiqamətdə təkliflərini verməsini gözləyirik.

Leyla AXUNDOVA

ЧЕРЕЗ ВИНОГРАДНИКИ К ЗВЕЗДАМ!



Чтобы добиться должного успеха в любой сфере, необходимо работать сообща, как единый механизм. Винодельческий сектор в Азербайджане тому пример. Начиная с 2005 года, в разных регионах страны началась массовая рассадка виноградников, а к концу 2016 была создана Ассоциация производителей и экспортеров вин Азербайджана. Мы пообщались с председателем Ассоциации Эльчином Мадатовым и разузнали об этапах развития винодельческой отрасли в стране и о планах восстановления виноградников в Карабахе.



– Ассоциация была создана в 2016 году. Что стало предпосылкой для создания Ассоциации?

– Верно, Ассоциация была учреждена и прошла регистрацию в октябре 2016 года. Основной предпосылкой для ее создания были принятые в начале октября правила и механизмы по поддержке нефтегазового экспорта и поощрения бренда Made in Azerbaijan. Все это и стало толчком для создания при поддержке AzPromo Ассоциации производителей и экспортеров вин Азербайджана.

– Входят ли в состав Ассоциации крупные местные винные бренды? И как создание Ассоциации отразилось на работе этих брендов?

– На данный момент в Азербайджане функционируют около 20 производителей вина и винной продукции и все эти предприятия объединены в нашей Ассоциации. Помимо этого, мы тесно сотрудничаем с другими производителями алкогольной продукции – это прежде всего водочные и спиртовые заводы, а также ведущие специалисты данной отрасли и частные фермеры-виноградари. Создание Ассоциации позволило создать единую платформу для общей работы. Была усовершенствована статистика, укреплены связи между предприятиями внутри Ассоциации, усилено международное сотрудничество, совместно обсуждаются и принимаются решения по индивидуальным и общим проблемам.

– Отличается ли виноделие в Азербайджане от виноделия за рубежом? Присущи ли нашему виноделию уникальные черты? Есть ли в стране автохтонные сорта винограда?

– Азербайджанские вина не только отличны от зарубежных, они разнообразны даже внутри республики. Как во Франции вина Бургундии отличаются от вин Бордо, также вина Джалилабадского региона отличаются от вин Шамкирского района. И так по всем регионам и винодельням

страны. Причина столь масштабного разнообразия вин в Азербайджане кроется в удивительном климате страны, качестве почвы, а также в наличии аборигенных, автохтонных сортов винограда. К сожалению, подобных сортов осталось очень мало. Самыми распространенными среди них являются Мадраса, Баян Шира и другие. Кроме этого, даже самые распространенные европейские сорта, такие как Каберне Совиньон, Мерло, Шардоне, в азербайджанских условиях получаются отличными от аналогичных сортов, выращенных в европейских климатических условиях.

– Бытует мнение, что у азербайджанского виноделия нет истории, как у Грузии или Чили, и именно поэтому в странах Европы с азербайджанским вином плохо знакомы. Как Вы прокомментируете данное мнение?

– Абсолютно неверное представление. Наоборот, виноделие Чили молодое так же, как и виноделие Австралии, Южной Америки и других стран. А вот виноделие Азербайджана по возрасту одинаково с признанным всем миром виноделием Грузии, так как именно регион южного Закавказья считается одним из древнейших центров виноградарства и виноделия. Азербайджанское виноделие прошло несколько этапов развития с древних времен, о чем свидетельствуют многочисленные раскопки на территории современного Азербайджана. Начиная еще со второй половины XIX века и по сегодняшний день, Азербайджан был центром производства коньяка на Кавказе, а в 80-х годах прошлого века Азербайджан занимал лидирующие позиции среди других республик по сбору винограда и производству виноматериалов.

– Как осуществляется экспорт местного вина в Россию и Европу? Как мы знаем, многие страны устанавливают стандарты качества вина. Соответствует ли азербайджанское вино этим стандартам и какие именно это стандарты?

– Широкая география экспорта азербайджанских вин свидетельствует о высоком качестве и конкурентоспособности винной продукции Азербайджана. Сейчас наши вина и коньяки экспортируются в страны Европейского Союза, Израйля, США, в страны Прибалтики, в Китай, ну и, конечно, на наши традиционные рынки Средней Азии, Белоруссии, Украины. А Россия всегда была основным рынком для нашей винной продукции и занимает порядка 80% от общего экспорта вина. Экспорт осуществляется на основе подписанных контрактов, импортерами являются передовые компании, которые помимо азербайджанских вин импортируют продукцию ведущих мировых винных брендов. Также хочу отметить, что азербайджанские вина удачно участвуют во всех международных дегустационных конкурсах. Всеми предприятиями были завоеваны десятки золотых медалей и дипломов с этих конкурсов и дегустаций. Все это говорит о международном признании наших вин.

– DOCG – знак качества вина, произведенного в Италии на конкретной территории и поддерживающий качество продукции более 10 лет. За данным процессом стандартизации тщательно следит правительство Италии. Существует ли в Азербайджане стандартизация вина наподобие итальянской DOCG или грузинской?

– Нет! К нашему большому сожалению, нет, и это большой минус. В Азербайджане регионально и климатически есть все основы для формирования данной системы и в этом направлении уже несколько лет ведутся работы совместно с международными организациями и нашим НИИ виноградарства и виноделия.

– Как азербайджанские виноделы пережили пандемию? С какими трудностями столкнулись и была ли им оказана какая-либо поддержка?

– Я бы сказал, что это был самый тяжелый год в истории современного виноделия Азербайджана. Как вам известно, вино тесно связано с гастрономией, ресторанным бизнесом, бизнесом развлечений и массовых мероприятий. А деятельность данных сфер в последний год просто свелась на нет. Остановка турпотока также негативно отразилась на финансовом благосостоянии наших винных предприятий. Аналогичная ситуация сложилась не только у нас, но и на внешних рынках – основных экспортерах наших вин и коньяков. В результате этого, общий объем производства и экспорта за прошлый год упал примерно на 50%. Но, несмотря на все трудности, нашим предприятиям удалось остаться на плаву, провести агротехнические мероприятия на виноградниках, собрать урожай и параллельно реализовывать свою продукцию через различные каналы продаж: онлайн-продажи, продажи в сетевых супермаркетах и другие.

– Как можно войти в состав вашей Ассоциации? Нужно ли предоставить какие-либо производственные показатели?

– Каких-либо ограничений нет. Нужно подать письменное заявление о желании на вступление в Ассоциацию. Данное заявление рассматривается на общем собрании и коллективно принимается решение.

– Проводит ли Ассоциация анализ внутреннего рынка? Есть ли сведения о том, как изменялись предпочтения в алкогольных напитках за последние 5 лет?



– Да, конечно! Совместно с соответствующими структурами, в том числе членами нашей Ассоциации, мы ведем анализ как внутреннего рынка, так и других показателей, сравниваем данные за прошлые периоды. Если не учитывать прошлый 2020 год, то за последние годы у нас во всех направлениях была положительная динамика. Из года в год увеличивались общая площадь виноградников, общее количество собранного винограда, урожайность, также рост наблюдался в переработке, производстве и экспорте вина. Естественно, все это не может не радовать, это наши достижения. Самым важным моментом является то, что начали больше употреблять азербайджанские вина как внутри республики, так и за рубежом.

– Существуют ли планы по развитию виноделия на освобожденных территориях? До Карабахского конфликта на данных территориях успешно развивалось производство вина. Какие меры следует предпринять для восстановления этой сферы? Может ли карабахский дуб стать альтернативой для производства бочек, которые виноделы закупают из Франции?

– Карабахский регион всегда славился своей историей виноделия, своими винами и знаменитыми сортами винограда. На территории Агдамского, Физулинского, Джабраильского и других районов были расположены тысячи гектаров виноградника и сотни заводов по выпуску винной продукции. Естественно, за 30 лет оккупации данная отрасль пришла в полный упадок. Как и все другие отрасли, виноградарство и виноделие будет возрождаться в Карабахском регионе, так как данная сфера является традиционной для региона и имеет важную роль в занятости населения, которое в скором времени вернется туда. Думаем, что в ближайшее время будут объявлены конкретные меры, программа и планы по возрождению именно виноделия. Но для этого нужно еще создать необходимые условия безопасной жизнедеятельности на освобожденных территориях.

В Карабахском регионе всегда было популярно бондарное ремесло (производство бочек из дерева - прим.) и в качестве сырья использовался именно карабахский дуб, который за годы оккупации жестоко эксплуатировался и продавался армянскими оккупантами. Считаю, что использование местных сортов дуба в будущем придаст особый и неповторимый вкус нашим винам.

Никита ЮДИН

AZƏRBAYCANIN SÜD MƏHSULLARI: İXRAC İSTİQAMƏTİNİN ÇOX BÖYÜK POTENSİALI VAR

Ölkədə bir iqtisadi fəaliyyət sahəsinin inkişaf etməsi həmin sahə üzrə yeni müəssisələrin fəaliyyətinə rəvac verməklə yanaşı, şirkətlər tərəfindən ortaya çıxan problemlərin də eyniləşməsinə səbəb olur. Eyni istiqamət üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələrin qarşılaşdıqları problemlər də bir-birindən az və ya çox dərəcədə fərqlənə bilər. Lakin nəticə olaraq, bu problemlərin həlli yolları eyni və ya oxşar olur. Bu baxımdan ölkədə süd və süd məhsulları üzrə fəaliyyət göstərən müəssisələrin də bir amal uğrunda bir nöqtədə birləşməsi onları yalnız inkişafa doğru aparan düzgün yolun bir hissəsi ola bilər. Artıq 3 ildən çoxdur ki, süd məhsullarının istehsalçıları və ixracatçıları bir assosiasiya ətrafında cəmlənərək problemlərini birgə həll edir, inkişaf yollarını birgə müəyyən edirlər.



Azərbaycan Süd və Süd Məhsulları İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyasının sədri Samir Eyyubov "Business Time"-in bu mövzu üzrə suallarını cavablandırır.

– Təxminən 3 ildir ki, fəaliyyət göstərən Azərbaycan Süd və Süd Məhsulları İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyasının hazırda nə qədər üzvü var? Assosiasiyaya üzvlük istehsalçılara hansı üstünlüyü verir?

– Assosiasiyaya 7 emal müəssisəsi və 36 müasir fermer təsərrüfatı daxil olub. Assosiasiya çalışır ki, bu sənayenin problemləri dövlət qurumlarının daim diqqətində qalsın. Digər tərəfdən, hökumətin sənayedən gözləntilərini emalçılara və istehsalçılara çatdırır və bir növ məlumat mübadiləsi mərkəzi rolunu oynayır. Assosiasiya üzvləri dövlət strukturları tərəfindən tətbiq edilən və ediləcək yeniliklər haqqında üzvlərini məlumatlandırır və onların tətbiq olunmasında öz köməyini göstərir.

– Assosiasiya yaradıldığı zaman qarşısına qoyduğu hədəflərə nail ola bilirmi?

– Hazırda assosiasiya hərəkatı Azərbaycanda çox gəncdir və o, çox zəif tempdə inkişaf edir. Həm dövlət orqanları, həm də sənaye iştirakçıları assosiasiyaların hansı istiqamətdə inkişaf edəcəyini hələ tam təsvir edə bilmirlər. Fikrimcə, dövlətimiz assosiasiyalara bir sıra xidmətləri həvalə etməli və bununla da assosiasiyaya hərəkatına müsbət dinamika verilməlidir.

– Assosiasiya süd və süd məhsullarının istehsalı sahəsində sahibkarlığın inkişafına, bu sahədə yeni texnologiyaların tətbiqinə, istehsalın və ixracın artmasına hansı formada dəstək göstərir?



– Assosiasiya olaraq, müasir tendensiyaları daim izləyirik, xüsusən Belarus təcrübəsinin öyrənilməsinin və tətbiqinin ölkəmiz üçün faydalı olduğunu düşünürəm. Onlarda baş verən yeniliklər, ferma idarəetmə standartları, bazarın idarəedilmə qaydaları və sair məlumatlar daim diqqətimizdədir və üzvlərimizi bu yeniliklərlə daim tanış edirik. Azərbaycanın süd məhsullarının ixracı istiqamətində çox böyük potensialı var. Lakin bir sıra problemlər ixracın artmasına ciddi mane olur. Dövlət orqanları ilə bu istiqamətdə daim müzakirələr aparılır. Ümid edirik ki, müsbət həll olduğu təqdirdə ixrac rəqəmlərimiz artacaq.

– Ümumiyyətlə, hazırda süd və süd məhsulları istehsalçılarının daha çox hansı istiqamət üzrə dəstəyə ehtiyacı var?

– Fikrimcə, bu sualı və müvafiq olaraq cavabı iki hissəyə bölmək lazımdır. Emal müəssisələrinin hansı dəstəyə ehtiyacı var və eyni zamanda istehsalçıların (fermerlərin) hansı dəstəyə

ehtiyacı var. Emal müəssisələrinin ədalətli yerli bazar, məqsəd-yönümlü vergi sisteminə və beynəlxalq qiymətlərə uyğun davamlı, yüksək keyfiyyətli xam südə ehtiyacı var. Hər bir bəndə daha detallı baxaq.

Yerli bazarın ədalətlik prinsipi – yerli bazarımızda qeyri-şəffaf rəqabət mövcuddur. Bir çox xırda emal müəssisələri bazara aşağı keyfiyyətli məhsullar təklif edir, məhsulların heç bir markirovka qaydaları qorunmur, istehlakçıları bilərəkdən və ya bilməyərəkdən çaşdırır və keyfiyyətli məhsulları istehlakçıların gözündə çox bahalı kimi göstərir. Məsələn olaraq, kərə yağı məhsulunu göstərmək olar. 1 kq 82,5% əsl kərə yağı əldə etmək üçün 22-24 litr südə ehtiyac var. Xam südün orta satış qiymətini 0.6 qəpikdən hesabladıqda kərə yağının satış qiymətinin ən azı 14 manat olması lazımdır. Ancaq piştaxtalarda 9-10 manata “Nehrə yağı” satılır ki, onun tərkibində minimum 50% bitki mənşəli yağ qatqısı var. Bitki mənşəli yağ dedikdə, əksər hallarda bu insan orqanizminə zərərli olan palma yağı nəzərdə tutulur.

Məqsədyönümlü vergi sistemi – hazırda respublikamızda kənd təsərrüfatı məhsulları ƏDV-dən azad olunub. Lakin xam süd emal prosesində daxil olan kimi onun bütün dəyərində 18% ƏDV şamil olunur. Beləliklə, son emal məhsulu 18% ƏDV-li qiymətlə piştaxtalara çatır. Lakin digər tərəfdən, yerli fermer ƏDV hesabı olmadığına görə ƏDV ilə alınmalı olan məhsullara əsas hesabdan pul ödəməyə məcbur olur ki, bu da yerli xam südü bahalaşdırır. Təklifimiz budur ki, ƏDV bütün dəyər zəncirinə tətbiq edilsin və 8% civarında müəyyən edilsin.

Beynəlxalq qiymətlərə uyğun davamlı, yüksək keyfiyyətli xam süd – bildiyiniz kimi respublikamız açıq bazar prinsiplərini qoruyur, beynəlxalq ticarət qaydalarını və bağladığı sazişlərə riayət edir. Belə ki, keçmiş SSRİ ölkələrinin əksəriyyəti ilə güzəştli gömrük qaydaları fəaliyyət göstərir. Süd məhsullarını ölkəmizə əsas idxal edən Belarus və Ukraynadır. Daha ucuz xammala malik olan bu iki dövlətin məhsulları piştaxtalarda yerli məhsullardan daha ucuz satılır və bununla da həmin məhsullar istehlakçılara daha cazibəli görünür.

İstehsalçıların ehtiyacı əsasən ucuz yem, maliyyə çatışmazlığı, peşəkar mütəxəssislərin sayının az olması ilə bağlıdır.

Ucuz yem – torpaq ehtiyatları məhdud olduğundan, suvarma sistemləri az inkişaf etdiyindən və peşəkar mütəxəssislərin azlığı, südün maya dəyərinin 70%-ni təşkil edən yemlərin istehsalını məhdudlaşdırır. Digər tərəfdən bir sıra yem komponentləri xaricdən gəlir və onların qiyməti bahadır. Bunları nəzərə alaraq, xam südün baha olması labüddür. Bunun qarşısını almaq üçün işğaldan azad edilən ərazilərdə geniş əkin işləri aparılmalı, xaricdən dövlət sifarişi ilə böyük həcmdə lazımı yem komponentləri idxal edilməli və ƏDV bütün dəyər zənciri üzrə tətbiq edilməlidir.

Maliyyə çatışmazlığı – emalçılara verilən xam südün vəsaiti bir çox hallarda gec qaydır. Bu müddət 2-3 aya qədər uzana bilər. Bu isə gündəlik yemə ehtiyacı olan fermerlərin maliyyə dayanıqlığına mənfi təsir göstərir. Ucuz kreditlər və pərəkəndə marketlərdə yerli istehsal üçün ödəniş şərtləri qaydaları çərçivəsində bu problemi dəf etmək olar.

Peşəkar mütəxəssislər – baytar həkimlərə, zootexnoloqlara, aqronomlara, ferma idarəedilməsi üzrə mütəxəssislərə və emal üzrə müxtəlif istiqamətli mütəxəssislərə çox böyük ehtiyac var. Bu ehtiyacın qarşılınması hazırda xaricdən gətirilən mütəxəssislər tərəfindən ödənilir. Bu isə öz növbəsində həm yerli mü-

hit amillərinin nəzərə alınmaması ilə nəticələnir, həm də istehsal prosesini bahalaşdırır.

– Assosiasiya süd istehsalçıları və tədarükçüləri arasında qırılmaz zəncirin təşkilinə öz töhfəsini verə bilər?

– Bu istiqamətdə davamlı iş aparılır. Assosiasiyanın təşəbbüsü ilə mütəmadi olaraq fermerlərlə emal müəssisələri arasında dəyirmi masa arxasında görüşlər keçirilir, sənayenin problemləri müzakirə edilir. Onlar bir-birinin problemlərini, qayğılarını hiss edir və həmin problemlərin həllinə öz dəstəyini verməyə çalışırlar.

– Südcülük sahəsində məhsul artımına nail olunması üçün yeni cins heyvanlara üstünlüyün verilməsi vacibdir. Bu məsələ ilə bağlı istehsalçıların hər hansı problemləri varmı? Assosiasiya istehsalçılara bu sahədə dəstək göstərə bilər?

– 2011-ci ildən başlayaraq ölkəyə yüksək məhsuldarlığı ilə seçilən cins heyvanlar dövlət tərəfindən gətirilir və onlar fermerlərə güzəştli şərtlərlə verilir. Bu proses indi də davam edir. Assosiasiyanın dəstəyi ilə ötən ildən başlayaraq Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yerli müəssisələr arasından cins heyvanların damazlıq müəssisələrini seçib və onlardan eyni güzəştli şərtlərlə düyələrin alışına həyata keçirir. Bu, həm fermerlərimizə xeyirdir, həm də ölkədən valyuta çıxışının qarşısını alır.

– İstehsalçılar müasir, intensiv texnologiyalardan yətinə istifadə edə bilərlər?

– Hesab edirəm ki, bu sahədə kifayət qədər iş görülüb, lakin hələ görüləsi bir çox işlər var. Xüsusən də yerli, müasir standartlarla dərinədən tanış olan mütəxəssislərin hazırlanmasına daha böyük ehtiyac var. KTN bu istiqamətdə fəaliyyət göstərən təhsil ocaqlarını müasirləşdirir. Bir neçə il qeyd etdiyimiz səviyyədə mütəxəssislərin sayı çoxalacaq ki, bu da sənayenin inkişafına müsbət dinamika verəcək.

– Ölkəmizdə süd tədarükü və qəbulu məntəqələrinin yaradılması ilə bağlı vəziyyəti necə dəyərləndirmək olar? Yeni məntəqələrin yaradılması sahəsində istehsalçıların dəstəyə ehtiyacı varmı?

– Süd qəbulu məntəqələrinin fəaliyyəti qənaətbəxş deyil və onların müasirləşməyə ehtiyacı var. Əksər hallarda elementar standartlar qorunmur, ucuz süd tədarük edilir və sonradan yuxarıda qeyd etdiyimiz keyfiyyətsiz süd məhsulları emalçılara satılır. Yeni məntəqələrin yaranması qaçılmazdır. Lakin onların kim tərəfindən yaradılacağı və idarə ediləcəyi müzakirə mövzudur. Bildiyimizə görə, KTN bu istiqamətdə tədbirlər planı hazırlayır.

– Bugün Azərbaycanın yerli süd məhsulları xarici ölkələrə ixrac edilir? Assosiasiyanın dəstəyi ilə ixracın həcmimin artırılması üçün hansı işlər görülür?

– Az olsa da ixrac var. İxrac xüsusən Rusiya bazarı üçün həyata keçirilir. Lakin həm Rusiya bazarında, həm də digər bazarlarda ixrac üçün geniş imkanlar mövcuddur. Yuxarıda sadələşdirdiyim məsələlər həll olunduqdan sonra bu potensialdan yararlanmaq mümkün olacaq.

HƏR ZÖVQƏ UYĞUN



ATENA MMC-nin direktoru Ceyhun Bəxtiyarlı "Business Time" jurnalına müsahibəsində şirkətin uğurlu fəaliyyətinə səbəb olan məsələlər barədə danışib.

– Ölkənin qida bazarında həm yerli, həm də xarici ölkələrə aid olan müxtəlif brendlər altında kifayət qədər çox adda süd və süd məhsulları təqdim edilir. ATENA-nın bu rəqabətli bazardakı yerini necə dəyərləndirmək olar?

– Hər bir məhsul istehsalçısı üçün bazarda öz yerini, alıcı dairəsini müəyyən etmək mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan ATENA şirkəti də istisnaqlıq təşkil etmir. Nəzərə alsaq ki, şirkətimizin məhsulları 10 ildən bir az artıq müddət öncə öz brendi altında 32 növ məhsulla kifayət qədər iştirakçısı olan süd və süd məhsulları bazarına daxil olub. Bu müddət ərzində 50 növ fərqli çeşidli məhsullarla ticarət şəbəkələrində geniş təmsil olunmağımız müəyyən uğurlarımızdan xəbər verir.

– ATENA bu güclü rəqabətə nəyin hesabına dözə bilir?

– Bu rəqabətə alıcıların tələblərini nəzərə almaq və onların zövqlərini oxşamaqla razı salmaq hesabına dözə bilirik. Şirkətimiz alıcı məmnunluğunu təmin etmək məqsədilə mütəmadi olaraq bazar araşdırmaları həyata keçirir, rəy sorğuları keçirir və digər marketing işləri aparır. Ən başlıca isə məhsullarımızın keyfiyyətli olmasına xüsusi diqqət verilir. İstehlakçıların məhsullarımızın keyfiyyəti və çeşidi ilə bağlı irad və təkliflərini öyrənmək üçün "Qaynar xətt"imiz fəaliyyət göstərir. Bu gün fəxrə qeyd edə bilərik ki, artıq ATENA məhsullarının daimi alıcılarının geniş dairəsi formalaşmışdır.

– ATENA məhsullarının istehsalı üçün lazım olan xammal, xüsusilə südü necə və haradan əldə edir? Məhsullarınızın istehsalında quru süddən istifadə edilir?

Süd və süd məhsulları qida bazarında ən çox tələbat duyulan, istehlakçısı olan məhsullardan hesab edilir. Təsadüfi deyil ki, bu məhsullar sağlam qida rasionunun da əsas tərkib hissəsi sayılır. Məhsula olan tələbatın artması sözsüz ki, bazara daha çox istehsalçı şirkətin daxil olmasına səbəb olur. Rəqabətin artmasına səbəb olan bu amil bazara geniş çeşiddə və çox adda məhsulun daxil olmasına gətirib çıxarır. Bazarın bundan sonrakı vəziyyətini isə artıq istehsalçının hazırladığı məhsulun keyfiyyəti müəyyən edir. Keyfiyyətsiz mal alıcı tapmadığı üçün bazardan təbii şəkildə sıxışdırılıb çıxarılır, keyfiyyətli mal isə əksinə, alıcılarının sayını getdikcə artıraraq bazardakı yerini daha da möhkəmləndirir. 2011-ci ildən fəaliyyətə başlayan ATENA MMC də artıq süd və süd məhsulları bazarında yerini kifayət qədər möhkəmləndirmiş və ətrafına çox sayda alıcı toplamış şirkətlərdəndir. Sadəcə Azərbaycanda deyil, dünyada sayılıb-seçilən bir süd toplama ferması və istehsal müəssisəsi olan ATENA bugün müştərilərinə müxtəlif növ məhsullar təqdim edə bilir.

– Məlum olduğu kimi, məhsullarımızın istehsalı üçün əsas xammal təbii süddür. Xüsusi vurğulamaq lazımdır ki, istehsalımızda yalnız yüksək yağlılıq dərəcəsinə malik və tərkibində hər hansı bir qatqı olmayan təbii süddən istifadə olunur. İstifadə olunan xammal "Atena Aqro" MMC-nin heyvandarlıq fermasından və respublikamızda fəaliyyət göstərən digər iri heyvandarlıq təsərrüfatlarından alınır. İstehsal prosesində quru süddən istifadə edilməsi zərurəti yaranmadığından yalnız təbii süd xammalından istifadə olunur.

– Sağlam, qatqısız qida məhsulları axtaran insanların sayı getdikcə artır. ATENA-nın məhsulları keyfiyyətinə, standartlarına görə sağlam qida sayıla bilərmi? ATENA məhsullarının tərkibində qida qatqıları hansı səviyyədədir?



– Tamamilə razıyam ki, istər xarici ölkələrdə, istərsə də respublikamızda istehlakçılar təbii məhsullara daha çox üstünlük verirlər. ATENA şirkəti olaraq yüksək keyfiyyətli təbii məhsulların istehsalına xüsusi diqqət veririk. Düzdür, belə halda istehsal xərcləri də yüksəlir, lakin buna uyğun olaraq qiymətləri qaldırmaq heç də həmişə mümkün olmur. Çünki bazarda daha aşağı keyfiyyətli məhsullar nisbətən aşağı qiymətlərlə satıldığından rəqabət mühitinə uyğun qiymət siyasəti yürütmək lazım gəlir. Bu səbəbdən məhsullarımızın keyfiyyətinə rəğmən gəlirlilik səviyyəsinin az olmasına baxmayaraq, təbii məhsul istehsalı bizim üçün əsas prioritet olaraq qalır. Onu da qeyd etməliyəm ki, zavodumuzda yüksək dəqiqlik göstəricilərinə malik keyfiyyət laboratoriyası fəaliyyət göstərir. Bu da ilk öncə məhsullarımızın keyfiyyət səviyyəsini daim nəzarətdə saxlamağa imkan verir. Bundan başqa, Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (AQTA) tərəfindən müntəzəm olaraq məhsullarımızın keyfiyyət göstəriciləri monitorinq olunur.

– **Bazara ilkin olaraq 32 növ məhsulla daxil olan ATENA bugün artıq 50 növ fərqli məhsulla müştərilərinə xidmət edir. Məhsullarınızın çeşidinin və istehsal həcmi-nin artırılması nəzərdə tutulur? Bununla bağlı planlar nə-dən ibarətdir?**

– Hazırda şirkətimiz “Atena” və “Dadlı” brendləri altında müxtəlif çeşidli süd və süd məhsulları istehsal edir. Lakin qeyd etdiyim kimi, məhsullarımızın istər çeşidinin artırılması, istərsə də formasının təkmilləşdirilməsi istiqamətində işlər davam etdirilir. Yaxın zamanlarda yeni bərk pendir növlərinin, kərə yağı istehsalının həcmi-nin artırılması, ultra-pastrelizasiya edilmiş (Extended shelf-life – ESL or ultra-pasteurized milk) süd istehsalına başlanılması nəzərdə tutulur.



– **İstehlakçılar ATENA-nın daha çox hansı növ məhsullarını bəyənirlər? Hansı növ məhsullarınızın alıcılıq qabiliyyəti daha yüksəkdir?**

– Təvazökarlıqdan uzaq olsa da deməliyəm ki, ATENA-nın bəyənilməyən məhsulları yoxdur. Bu, artıq başqa məsələdir ki, alıcıların müəyyən qrupu bu və ya digər məhsulları daha çox istehlak edirlər. Burada mövsümi amilləri də nəzərə almaq lazımdır. Rəqiblərimizin də etiraf etdikləri kimi “Ayran” məhsulu üzrə ATENA bazarda liderdir. Təsədüfü deyil ki, məhsullarımızla tanış olan Almaniyə və Polşa kimi Avropa dövlətlərindən olan alıcılar ayran məhsullarımızın idxalında maraqlıdırlar. Lakin Avropa İttifaqı ölkələrinə qida məhsullarının ixracı üçün bir sıra dövlətlərarası prosedurların həyata keçirilməsi tələb olunur ki, bu sahədə də yardım göstərilməsi üçün tərəfimizdən aidyyəti dövlət orqanlarına müraciətlər olunub. Ayranla yanaşı xama, müxtəlif pendir növlərimiz və qatıq məhsuluna da ölkədaxili tələbat böyükdür. Çox ümid edirik ki, alıcılar tərəfindən ATENA kərə yağlarının da yüksək keyfiyyət göstəriciləri layiqincə qiymətləndiriləcək və o, qısa bir vaxtda ən tələb olunan məhsullardan birinə çevriləcək.

– **Süd məhsulları tez xarab olduğuna görə onu alıcılara elə təqdim etmək lazımdır ki, o, həm qida dəyərlərini mühafizə etsin, həm də saxlanma müddəti çox olmasın. Buna nail ola bilərsiniz?**

– Şirkətimizin Süd emalı zavodunda əksər proseslər avtomatlaşdırılıb. Burada əl əməyinin payı cüzdür. Xam südün qəbulundan tutmuş hazır məhsul alınana qədər olan bütün texnoloji proseslər yüksək sanitariya-gigiyenik qaydalara əməl olunmaqla həyata keçirilir, steril təmizliyə xüsusi diqqət verilir. Bundan əlavə süd və süd məhsullarının istehsalı, daşınması, anbarlarda və satış nöqtələrində saxlanması uyğun şəraitə və temperatur rejiminə ciddi əməl olunmasını tələb edir. Bunlara əməl edildiyi təqdirdə süd və süd məhsulları nisbətən qısa saxlama müddətində də özünün qida dəyərlərini saxlamış olur.

– **ATENA öz məhsullarını xarici ölkələrə ixrac edirmi? Bununla bağlı qarşıda duran hədəflər nədən ibarətdir?**

– Məhsullarımızın xarici ölkələrə ixrac edilməsi fəaliyyətimizin prioritet istiqamətlərindəndir. Apardığımız ilkin araşdırmalar göstərir ki, məhsullarımıza bir sıra xarici ölkələrdə də tələbat var. Lakin hələlik Rusiya Federasiyasına məhsul ixracı həyata keçirilir. Bir sıra ərəb ölkələrinə məhsul ixracının bərpa edilməsi istiqamətində işlər görülür. Eyni zamanda, Orta Asiya ölkələri ilə də bu sahədə əməkdaşlıq edilməsi planlaşdırılır.

Aylin QİSMƏTLİ

ФУНДУК ДЛЯ ВСЕХ



Компания добилась высоких результатов в данной области, так как в течение многих лет занимается переработкой и экспортом фундука. Фундук поставляется в любой возможной форме, требуемой конечным пользователем. Высокое качество нашей продукции подтверждается сертификатами. Компания достигла успеха и имеет большое количество достижений. 28 декабря 2018 года ООО Azhazelnut было удостоено премии «Экспортер года по фундуку». В 2019 году на выставке WorldFood ООО Azhazelnut было удостоено премии «Продукт года» и награждено дипломом и медалью. 16 апреля 2021 года компания на выставке «Продэкс-по 2021» была удостоена премий «Лучший продукт – 2021» и «Лучшее предприятие – 2021». В 2020 году предприятие начало стройку новой фабрики повторной переработки, а в апреле 2021 года строительство было завершено. В ближайшее время компания планирует открыть эту фабрику. На этой фабрике фундук будет повторно переработан и упакован в 100 г, 200 г, 500 г, 1 кг пакетах в натуральном и в бланшированном виде для прямого предложения клиентам.



ООО Azhazelnut является производственно-торговой компанией и одним из крупнейших производителей и экспортеров фундука в Азербайджане. Компания Azhazelnut проводит процесс обработки фундука на открытой площади в 20 тыс м² и на закрытой площади в 6 тыс м². На сегодняшний день география поставок компании включает страны СНГ, большинство европейских и азиатских стран, таких как Россия, Узбекистан, Германия, Испания, Украина, Латвия, Франция, ОАЭ, Италия и Беларусь.

Компания более 20 лет находится на рынке по производству фундука (фабрик в Хачмазе с 2002 года) и имеет более 19 лет опыта на международном рынке.

Производственная мощность на основе современного оборудования достигает 30 т очищенного фундука в день.

Команда состоит из 400 квалифицированных специалистов по обработке, сбору и экспорту фундука. Годовой объем продаж превышает 5 тыс т.

Преимущество компании заключается в гибкости формирования ценовой политики и особом внимании к каждому из клиентов. А высокое качество управления и логистика товара позволяют поддерживать долгосрочные отношения с постоянными партнерами.

Еще одной особенностью является то, что фундук поставляется напрямую от производителя, без посредников.



Поставки осуществляются в любых объемах и в любое время года. В основном компания производит натуральный фундук (9-11, 11-13, 13-15, 15-17), бланшированный фундук (13-15), дробленый фундук (2-4, 4-6) и фундучную муку (0-2). Кроме того, ООО Azhazelnut ведет очень гибкую ценовую политику.

Сама продукция полностью соответствует государственным стандартам и EASC.

Важно отметить, что климатические условия позволяют выращивать высококачественный, экологически чистый фундук без использования ГМО.

Работники фабрик контролируют качество продукта на всех этапах с высокотехнологичным оборудованием, что и служит ключом к успеху. Активное сотрудничество с местными фермерами позволило компании стать заметным игроком на европейском рынке по очищенному фундуку.

Выращивание и экспорт фундука в Азербайджане



Azhazelnut Натуральный Продукт

Основной миссией общества с ограниченной ответственностью Azhazelnut является интеграция международного опыта в повышение качества и конкурентоспособности своей продукции, разработка политики безопасности пищевых продуктов ISO 22000-2018 и внедрение стандартов ISO 22000-2018.

İLLƏRİN SEVİLƏN DADI – “İCELAND”

Dondurma insanların ən sevimli çərəzlərindən biridir. Yaşından asılı olmayaraq, demək olar ki, hər kəs onu sevir. İsti yay günlərində dondurmanı bizlərə sevdiren yalnız onun sərinliyi deyil, o həmçinin insanın özünü xoşbəxt hiss etməsinə səbəb olur. Aparılmış tədqiqatlar da onu göstərir ki, dondurmanın qəbulu insanda xoşbəxtlik hormonunu artırır, ona anti-stress təsir göstərir.

Bugün ölkəmizin dondurma bazarında kifayət qədər müxtəlif brendlər altında məhsullar təqdim edilir. Lakin onların arasında yalnız keyfiyyətli və dadlı dondurmalar istehlakçı rəğbətini qazanaraq öz alıcılarını itirmir.

Azərbaycanda istehlakçı rəğbətini qazanan, alıcılarının dəstəyi ilə ölkəmizin dondurma bazarında yerini möhkəmlətmiş şirkətlərdən biri də məhz yüksək keyfiyyətli dondurmalar hazırlayan “Camal” LTD şirkətidir.

20 ildən artıqdır ki, fəaliyyət göstərən “Camal” LTD özünü kiçikdən böyüyə qədər hər kəsin damaq zövqünə uyğun olan ləzzətli dondurmalar hazırlayan şirkət kimi tanıdıb. Hazırda şirkətin istehsal etdiyi məhsul çeşidlərinin sayı 100-dən artıqdır. Lakin o, bu yola pillə-pillə çatıb. Bugün dondurmasəvərlərin sevimli ticarət markasına çevrilmiş “İceland” in tarixi 1998-ci ildən başlayır. Həmin ildə şirkətin dondurma istehsalı zavodu yaratmaq qərarına gələn təsisçiləri bu işə ilk olaraq, kiçik bir istehsal sexi ilə başlayıblar. Zavodun fəaliyyətinin ilkin dövrlərində dondurma istehsalı üçün Türkiyəyə məxsus texnologiya və avadanlıqlardan istifadə edilib.

2000-ci ildə müəssisə ilk dəfə olaraq yerli dondurma məhsullarını qablaşdırmağa başlayıb və “Bakinka” adlı ilk brendini satışa çıxarıb. 2002-ci ildən etibarən müəssisədə istehsal Avropanın aparıcı markalarının avadanlıqları və ən müasir texnologiyaların tətbiqi ilə həyata keçirilir. Şirkətin dondurmalarının elə ilk vaxtlardan sevilməsinin nəticəsidir ki, o, özünün istehsal gücünü get-gedə artırmaqla bəzən. Dondurmalara olan tələbatın getdikcə artması nəticəsində zavod 4 istehsal sexi yaratmaqla və müxtəlif növ dondurma istehsalı üçün 8 xətt istifadəyə verməklə fəaliyyətini genişləndirə bildi.



Növbəti illərdə isə hazırda yüksək tələbatın olduğu yeni brendlərini də yaradaraq məhsul çeşidlərinin sayını artırdı. Bunların arasında adı və dadı dillər əzbəri olan “Bakılı qız” və “Malik” brendlərinin özünəməxsus yeri var. Bugün alıcının zövqünü məhsulun yalnız qablaşdırılma forması və ya xarici görünüşü oxşamır. O, həm də, məhsulun təhlükəsizliyinə verilən təminatla maraqlanır. “İceland” in alıcıları bu baxımdan tamamilə rahat ola bilərlər. 2015-ci ildə “İceland” ticarət nişanı premium-klass segmentində xarici dondurma bazarlarını fəth etmək üçün böyük potensiala malik “SEVGİ” brendi ilə öz dondurma kolleksiyasını gücləndirdi. Hal-hazırda şirkətin istehsal etdiyi məhsul çeşidlərinin sayı 100-dən artıqdır.

Alıcısına keyfiyyətli məhsul təqdim etməyi özünün əsas prioriteti sayan “Camal” LTD hələ 2012-ci ildə müəssisədə istehsal sahəsində məhsulların sınağının həyata keçirilməsi üçün kimyəvi-mikrobioloji laboratoriya yaradaraq AZS İSO/IEC 17025:2009 standartına uyğun akkreditasiya olunub. Laboratoriya Almaniya və Yaponiya istehsalı olan yüksək texnologiyalı avadanlıqlarla təmin edilib. 2013-cü ildən müəssisədə “İSO 22000-2005”, “İSO 22000-2018” beynəlxalq standartların tələblərinə əsasən qida məhsullarının təhlükəsizliyi menecmenti sistemi tətbiq olunur. “Camal” LTD şirkətində ən müasir tələblərə cavab verən İtaliya, Avstriya, Almaniya, Türkiyə, Ukrayna, Latviya və digər inkişaf etmiş ölkələrin avadanlıqları quraşdırılıb. Hələ 2008-ci ildə 10 illiyini qeyd edən şirkət Avropa təcrübəsi və standartlarına cavab verən istehsal sahəsinə malik idi.





Bugün müəssisədə müasir standartlara cavab verən, rəqabətə davamlı məhsullar istehsal edilir. Sözsüz ki, keyfiyyətli və təhlükəsiz məhsul istehsalı ilk növbədə keyfiyyətli xammal alışımdan başlayır. İstehsal prosesində xüsusi diqqətlə seçilmiş yerli xammal məhsulları ilə yanaşı, dünyanın tanınmış xarici şirkətlərinin istehsalı olan xammal məhsullarından və ən yaxşı qida əlavələrindən istifadə olunur. Xammal məhsulları mütləq şəkildə fiziki-kimyəvi və mikrobioloji göstəricilərinə görə müasir avadanlıqla təchiz olunmuş laboratoriyada yoxlamadan keçirilir.

Dondurmaların daşınma şəraiti onun keyfiyyətinə təsir etdiyi üçün şirkət bu məsələyə də xüsusi diqqətlə yanaşır. Soyuducu ilə təchiz olunmuş avtomobillər məhsulun yüksək keyfiyyətdə ünvan çatdırılmasını təmin edir. Məhsulun təhlükəsizliyinin təminatı olaraq, dondurma, dondurulmuş məhsullar üçün qida təhlükəsizliyi sertifikatı və istehsalçı ölkələrin sertifikatları təqdim olunur. Təqdim olunan yeni məhsullar reklam və marketing dəstəyi ilə müşayiət olunur və brendləşdirilmiş soyuducu avadanlıqla təchiz edilir. Regionlarda fəaliyyət göstərən 5 filial (**Şirvan, Quba, Gəncə, Yevlax, Göyçay**) və **31 nümayəndəlik** bölgələri qısa zaman ərzində məhsulla təmin etməyə imkan yaradır.

Keyfiyyətə önəm verən şirkət alıcıların zövqünü oxşamaqdan ötrü yeni dadda dondurmaların hazırlanmasını da öz diqqətindən kənar saxlamır. Buna görədir ki, şirkət hər il mövsümün əvvəlində laboratoriyasında dondurma məhsulları üçün yeni resepturalar işləyib hazırlayır. Beləliklə, hər bir istehlakçının ağız dadına uyğun zəngin və bənzərsiz dadda malik dondurmalar istehsal olunur.

Şirkətin əsas məqsədlərindən biri də odur ki, **“İceland”** məhsullarının satışı yalnız mağazalarda deyil, eyni zamanda hotel, restoran və kafelərdə də mümkün olsun. Şirkətin dondurulmuş tərəvəzləri isə ilin hər fəslində sevilən yeməklərin hazırlanmasına imkan yaradır. Xüsusi şoklama vasitəsilə dondurulmuş meyvə-tərəvəzlər tərkibində olan vitamin və xeyirli maddələri qoruyub saxlayır.

Hazırda şirkət dondurma istehsalı ilə yanaşı, pərakəndə və topdan satış nöqtələri, şəbəkə marketlər, HoReCa-hotel, restoran, kafe, keytrinq şirkətləri, regionlarda fəaliyyət göstərən filiallarla yerli və beynəlxalq səviyyədə əməkdaşlıq etməklə dondurma və dondurulmuş məhsullar (meyvə, tərəvəz, kartof-fri

və yarımfabrikatlar), həmçinin dünyada tanınmış brendlərin (NESTLE, MARS, McCAİN, BONDUELLE, POLTİNO, TALOSTO) satışı ilə də məşğul olur.

2018-ci ildən **“Camal” LTD** şirkətində Avstriyanın **“HAAS”** şirkətinə məxsus yüksək texnologiyalı avadanlıqla təchiz edilmiş və gigiyenik cəhətdən sertifikatlaşdırılmış vafli istehsalı sahəsi fəaliyyət göstərir.

Bütün **“Camal” LTD** şirkəti yalnız yerli bazarın deyil, xarici bazarın da dondurma ilə təminatında xüsusi rol oynayır. Şirkət 2009-cu ildə yerli bazarın dondurma tələbatının çox hissəsini ödəmək gücünə sahib olduğdan sonra xarici bazarları araşdırmağa başladı. Beləliklə, 2010-cu ildə beynəlxalq satış arenasına çıxaraq Gürcüstana dondurma məhsullarını ixrac edən ilk Azərbaycan şirkəti oldu.

Özünəməxsus dadı və yüksək keyfiyyəti ilə yerli bazarda seçilən **“İceland”** məhsullarının **“Made in Azerbaijan”** ticarət nişanı altında digər xarici bazarlara da ixracı uğurla həyata keçirilir. Belə ki, **“İceland”** məhsulları Türkiyə, Gürcüstan, Fələstin, İraq, Türkmənistan, həmçinin Afrika qitəsindəki istehlakçıların da yüksək rəğbətini qazanıb.

Bütün istehsal şirkətlərinin ən gözəl mükafatı onun məhsullarına verilən dəyərdir ki, bu dəyəri də ona alıcıları verir. Təqdirəlayiq haldır ki, **“İceland”** ticarət nişanının sevilməsi onun müxtəlif mükafatlara layiq görülməsinə də səbəb olub.

“İceland” ticarət nişanı 2009-2010-cu illərdə **“Brand award Azerbaijan 2009”**, **“Brand award Azerbaijan 2010”** milli mükafatları ilə təltif olunub. Şirkət qida məhsullarının təhlükəsizliyi məncment sistemi təbiiqinə görə **“UĞUR 2013”** və dondurma istehsalı sahəsində dinamik inkişafına görə **“UĞUR 2017”** milli mükafatlarına layiq görülüb. 2015-ci ildə **“İceland”** ticarət nişanlı dondurma məhsulları **“Azərbaycan İstehlakçılarınun Qida Təhlükəsizliyi Nişanı”** proqramının tələblərinə uyğun olduğuna görə **“QIZIL”** səviyyəli Qida Təhlükəsizliyi və 2017-ci ildə **“PLATİN”** səviyyəli Qida Təhlükəsizliyi nişanları ilə təltif olunub. 26 Aprel – 23 May 2021-ci il tarixlərində **“İceland”** markası **“Brand Award Azerbaijan 2020”** layihəsində iştirak etməklə, brendlər arasında **2020-ci ilin** 50 ən tanınan brendlərin siyahısına daxil oldu və **“Brand Award Azerbaijan”** milli mükafatı ilə mükafatlandırıldı.



FƏRQLİ LƏZZƏT

Dondurma yalnız insana gümrəhlik hissi gətirə bilən bir desert deyil, o, həm də faydalı elementlərlə zəngin olan qida məhsuludur. Dondurmanın tərkibindəki kalsium və fosfor sümüklərin möhkəmliyi üçün əsas elementlərdən olduğundan bu məhsul insan orqanizmi üçün olduqca faydalı hesab edilir. Tam əminliklə demək olar ki, sağlam şərtlər əsasında, düzgün standartlarla istehsal edilən və saxlanılan dondurmaların insana heç bir zərəri yoxdur. Özündə ləzzət və sərinliyi birləşdirən dondurmaları qida mütəxəssisləri hətta qış aylarında da yeyilməsinin mümkünliyünü açıqlayırlar.

Daha çox yaz mövsümünün deserti sayılan dondurmalara olan tələbat havalər istilədikcə artır. Yay aylarında demək olar ki, hər gün gündəlik menyumuza daxil edilən, istehlakçıların ən çox tələbat duyduqları qida məhsullarından olan dondurmalara ölkəmizin ticarət obyektlərində olduqca geniş çeşiddə rast gəlmək olar. Xarici və yerli istehsal olan müxtəlif çeşidli dondurmalar arasında bəzən seçim etmək, onların arasından hansının daha keyfiyyətli olduğunu müəyyən etmək çətin olur. Bəzən dondurmaların



İlk dəfə Çində hazırlandığı güman edilən, 13-cü əsrdə Avropa mətbəxinə gətirilən dondurmaların hazırlanma menyusu və texnologiyası zaman-zaman dəyişib. Əsrlər keçdikcə çeşidliliyi artan dondurmalar bugün bütün ailələrdə böyükdən kiçiyə qədər hər bir kəsin sevə-sevə yeyə biləcəyi məhsullardandır.

xüsusi formada qablaşdırılması, onların rənglərinin al-əlvanlığı da alıcıların bu seçim imkanlarında yaranan çətinliyi daha çox artırır.

Gözəl formada qablaşdırılmış dondurmalar qarşısında dayanaraq "Hansı dondurmanı seçsək, daha keyfiyyətli, sağlam qida qəbul etmiş olarıq?" sualını özünə verən istehlakçıların aldığı cavabı bir çox hallarda brendin özü verir. Brend özü məhsulun keyfiyyətliliyinə təminat verir.

Son illərdə "A Klass" əmtəə nişanlı dondurmalar istehlakçıların məhız almaq istədikləri, bütün keyfiyyət göstəricilərini özündə birləşdirən qida məhsullarındandır. "A Klass"ın məhsulları ləzzət və olduqca fərqli təamli desert çeşidləri olmaqla, isti yay günlərində insanın özünü gümrəh hiss etməsinə yardım edən ən böyük desertlərdən sayıla bilər.

2014-cü ildən fəaliyyətə başlayan "A.Y.S-60" Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətinin (MMC) "A Klass" əmtəə nişanlı dondurmaları ölkənin dondurma bazarında qısa zaman ərzində özünə yer tutaraq istehlakçıların rəğbətini qazanmağı bacarıb.





“Plom1”, “Bakı Bulvarı”, “Klass”, “İpək Yolu”, “Dəniz Fənəri”, “Dessert”, “Skripka”, “Benefice” kimi dondurmalar artıq ölkəmizin dondurma sevrələrinin sevimli desrtlərindəndir. “A Klass” əmtəə nişanlı dondurmalar rəngarəng çeşidləri ilə fərqlənməklə fərqli dadlar, fərqli ləzzətlər axtaran dondurma həvəskarları üçün əsl tapıntı hesab oluna bilər. Yalnız klassik dondurmaların hazırlanması ilə kifayətlənməyən “A.Y.S-60” şirkəti bir istehsal müəssisəsi olaraq, qeyri-adi klassik, çiyləkli, kivili, bananlı, fıncıqlı, qozlu, şokoladlı, cəmli, qəhvəli, karamelli dadlarda və şəkərli vafflidə hazırlanan dondurma çeşidlərini istehlakçılara təqdim edir. Çeşidin genişliyi o deməkdir ki, “A.Y.S-60”ın dondurmalarını alan hər bir kəs özünün damaq



dadına uyğun məhsul tapa bilər. Məhsulun keyfiyyətinə qiymət verən və onun ləzzətini ilk dəfə dadan hər bir kəs onun təkrar alıcısı olur. Ölkəmizin çoxçeşidli, olduqca rəqabətli dondurma bazarında istehsal müəssisəsi kimi özünəməxsus yer tutan “A.Y.S-60”ın xalqımızın sağlam qida təminatının ödənilməsinə verdiyi töhfə, buna nail olmaq üçün əlindən gələni etmək istəyi də “A Klass” dondurmalarının qısa zaman ərzində sevilməsinə, onların öz dad və keyfiyyətləri ilə uzun illər fəaliyyət göstərən şirkətlərin dondurmaları ilə sağlam rəqabətə girməsinə və inkişaf edərək bu rəqabətliliyə dözə bilməsinə səbəb olub.



Şirkətin məhsuluna verilən dəyərin nəticəsidir ki, bu gün onun dondurmaları yalnız ölkə əhalisinin böyük kütləsinin topladığı paytaxt Bakıda deyil, bütün rayon və şəhərlərdə alıcıların sevrək aldığı desrtlərdəndir.

Bakı şəhəri və respublikamızın regionlarını əhatə edən geniş satış şəbəkəsi “A Klass” dondurmalarını ölkənin istənilən nöqtəsində olan ticarət obyektlərindən əldə etməyə imkan verir.

Sözsüz ki, bəzi hallarda dondurmaların xarici görünüşü, onların xaricdə istehsal edilməsi istehlakçılarda yanlış təəssüratların yaranmasına, alıcının aldanmasına səbəb olur. Xarici ölkə istehsalı olan dondurmaların baha olmasını yanlış olaraq, onun keyfiyyətinin yüksəkliyi ilə əlaqələndirən bəzi istehlakçılar əslində başa düşməlidirlər ki, dondurmaların qiymətinin baha olması onun keyfiyyəti ilə əlaqəli deyil. Xarici ölkələrdən



Bu baxımdan milli brend altında hazırlan “A Klass” dondurmalarını istehlakçılara sevdiren ən əsas amillər onun keyfiyyətinin yüksəkliyi, qiymətinin sərfəli olmasıdır. “Keyfiyyət uğurumuzun əsasıdır” şüarı altında istehsal edilən məhsulların gözəl qablaşdırılması ilə yanaşı, hazırlanması zamanı təbii xammallardan istifadə edilməsi onların keyfiyyət göstəricilərini yüksəldir.

İstehsal prosesində yerli və xarici şirkətlərin yüksək keyfiyyətli xammallarından istifadə edilir. Alıcılarının qazanılmış rəğbətini itirmək istəməyən və müştəri məmnuniyyətini üstün tutan “A.Y.S-60” şirkətinin “A Klass” əmtəə nişanlı dondurmalarını hər bir istehlakçı onun keyfiyyətinə şübhə etməyərək yeyə bilər. Çünki dondurmaların hazırlanması üçün istifadə edilən hər bir xammal şirkətdə fəaliyyət göstərən laboratoriyada çox diqqətlə analiz edilərək yoxlanılır. Dondurmalar daha sonra birbaşa insan faktoru olmadan, müasir texnoloji tələblərə uyğun olan avadanlıqlarla hazırlanır.



Aylin QİSMƏTLİ

ВИНО ТРЕБУЕТ ВРЕМЕНИ И УМЕНИЯ РАЗГОВАРИВАТЬ



Беседовать о вине можно вечно, беседовать с бокалом вина еще дольше. Но погрузиться в глубины винной культуры Азербайджана можно только беседуя с настоящим ценителем и эстетом столь благородного напитка, коим является директор компании Caspian Coast Winery and Vineyards Фуад Моллаев.

– С какого момента начинается история Caspian Coast? Как мы знаем современный Caspian Coast является преемником Приморского винного завода.

– Совершенно верно. На месте нынешней винодельни Caspian Coast некогда располагался винный завод «Приморский», основанный в 1970 году в Сиязене. Именно данный завод и расположенная неподалеку железная дорога стали основными факторами развития поселка. Завод «Приморский» действовал вплоть до 1985 года. Затем он закрылся и спустя 25 лет на месте завода была основана компания Caspian Coast Winery and Vineyards. Старое заводское оборудование было заменено на высокотехнологичное, была перестроена основная часть здания и посажены виноградники на территории площадью 132 га. Виноград произрастает в долине Гамья, где местный климат благоприятно влияет на почву, а воздух наполнен свежестью Каспия. Идеальное место для виноградника.

– В ассортименте вашей компании присутствуют несколько линеек вин. В чем их различия? И какие вина считаются в Caspian Coast премиальными?

– В нашей компании при производстве вина мы придерживаемся полного цикла. Это означает, что сбор винограда, его обработка, производство вина и бутылирование проходят на одном предприятии. Только так мы можем нести ответственность за качество нашей продукции. Мы предлагаем потребителям премиальные линейки вин Намуа, Four Seasons и Cinqa Qala. Разные линейки вин различаются по сортам винограда, по технологии отжима, времени хранения в бочках.

– Правда ли, что на ваших виноградниках гроздья собираются вручную? Влияет ли данный фактор на качество вина и цену?





– Да, на наших полях весь виноград, который идет на производство вина и винной продукции, собирается вручную. Мы не сторонники сбора винограда специальной техникой. Техника повреждает ягоды, что в итоге отражается на качестве вина в момент производства. В ручном сборе проявляется забота о винограде и о вине.

– **Caspian Coast предлагает своим потребителям не только вино, но и водку, коньяк и гранатовое вино. Могли бы Вы подробнее рассказать о данной продукции?**

– В нашем ассортименте присутствует коньяк City Winds V.S.O.P. Он уже много лет на местном рынке и отлично зарекомендовал себя среди потребителей. Для нашей компании особой гордостью является гранатовое вино, получившее хорошие отзывы от потребителей не только из Азербайджа-

на, но и стран, в которые мы экспортируем наши вина. Что касается водки, то я, как профессиональный винодел, не разделяю стремления своих коллег расширить ассортимент водочной продукции. Я считаю, что именно в вине и коньяке существует эстетика, которая отсутствует в водке. Вино – это напиток, требующий времени и умения разговаривать. Я вижу в этом некую поэзию. Часто вспоминаю строки великого азербайджанского поэта Мирзы Шафи Вазеха о вине:

*«Уменье пить не всем дано,
Уменье пить – искусство.
Тот не умен, кто пьет вино
Без мысли и без чувства.»*

*Вино несет и яд и мед,
И рабство и свободу.
Цены вину не знает тот,
Кто пьет его, как воду!»*

– **В последние годы на местном рынке появилось множество винных брендов. Как Caspian Coast справляется с конкуренцией и чем выделяется на фоне других брендов?**



– Кроме качества, важными аспектами нашей работы являются доступность и стабильность. Мы стремимся предложить потребителям качественный продукт по приемлемой цене. Потребители, которые знакомы с нашим вином, выбирают нас снова, потому что уверены в стабильности нашего качества. Наше качество также было по достоинству оценено на винном ЭКСПО в Москве в прошлом году. Мы привезли оттуда медаль. В этом году вино компании Caspian Coast было награждено тремя медалями. Для нас это большой успех. Мы не собираемся останавливаться и будем прилагать усилия, чтобы предложить рынку больше качественного вина.

– Как компания Caspian Coast пережила пандемию? С какими трудностями столкнулись и как их преодолели? Отразилось ли это на экспорте?

– После прошлогоднего успеха в Москве мы подписали контракты по экспорту вин в Беларусь, Словению и Эстонию. Это было в феврале 2020 года. Но в начале марта вступили в силу карантинные ограничения. По этой причине экспорт был отложен до декабря. Во время пандемии мы решили акцентировать внимание на качестве вина. Были проведены десятки дегустаций, выявлены слабые стороны, разработаны улучшенные комбинации. Помимо этого, во время пандемии произошел рост спроса на коньячную продукцию по Азербайджану.

– Освобожденные земли постепенно восстанавливаются после оккупации. Планирует ли Caspian Coast открытие виноградников или брендовых магазинов в Карабахе?

– Карабахский регион всегда славился природными ресурсами, чтобы стать центром виноделия Азербайджана. Стоит отметить, что на территории Карабаха произрастает присущий именно этой территории сорт винограда – хиндогны. Вино из данного винограда обладает темно-гранатовым цветом, высокой танинностью и специфическим вкусом. Мы были бы счастливы получить возможность продемонстрировать миру прелесть вкусовых оттенков хиндогны. Данная миссия полностью согласуется с государственной программой по развитию виноделия и виноградарства в Азербайджанской Республике, рассчитанная до 2025 года и подписанная Президентом Ильхамом Алиевым. Также стоит отметить, что почва в Карабахе прекрасно подходит для выращивания зарубежных сортов винограда. Азербайджан имеет все шансы повторить успех Новой Зеландии, которая начала развивать виноделие всего 20 лет назад, но уже стала лидером по производству вин сорта Савиньон Блан.

– Чем компания Caspian Coast планирует удивить потребителей в ближайшем будущем?

– Совсем скоро мы презентуем наш новый напиток, не имеющий аналогов в мире. Мы провели несколько закрытых дегустаций, получили необходимые отзывы и готовы к запуску на местный рынок. Не могу рассказать во всех подробностях, но отмечу несколько деталей напитка. Это крепкий 40-градусный напиток, специфичный и приятный по вкусу и аромату. Напиток будет называться «Машриф», в честь одноименной долины, на которой произрастает основной ингредиент.

Никита ЮДИН




ArmaTrac


AQROFUN



AZI025, Bakı, Azərbaycan
Ayaz İsmayılov 8a

+99455 218 82 55

ВИНО С ИСТОРИЕЙ И ТРАДИЦИЯМИ

Виноделие в Азербайджане зародилось 6 тыс лет назад. С того времени изменилась методология, были завезены новые сорта винограда, стали применяться современные технологии. Но неизменным остались традиции и особый подход к качеству напитка. Именно эти два основополагающих аспекта стали догмой для винодельни, располагающейся недалеко от Баку между двумя солеными озерами и действующими гейзерами. Винодельня Marandi уже более 10 лет является одним из лидеров по производству вина на местном рынке. И главный технолог компании Будаг Багиров раскрыл несколько секретов, как Marandi удастся сохранить высокий уровень, несмотря на глобальные катаклизмы.



– **Marandi** – очень красивое название для компании. Откуда идут истоки данного наименования?

– В слове «Маранди» сочетаются одновременно история Азербайджана, местный фольклор и винодельческое искусство. В далеком 1747 году, во времена ханств, на юго-западе Азербайджана Мухаммед ханом Маранди было основано небольшое ханство, которое носило название Марандинское. Оно просуществовало вплоть до 1828 года.

Также в азербайджанском языке существует архаизм «мэрэнди». Это предмет, напоминающий серп. С помощью него земледельцы собирали урожай. Данное слово часто встречается в фольклоре. Например, в эпосе «Кероглу» имеются такие строки:

*«Bilirsənmi halım necə?
İlə dönər mənə gəcə.
Yeddi boynu bir qılınca
Mərəndi tək biçən gəlsin!»*

И наконец, «маранди» – это сорт винограда, произрастающий в шамахинской местности. Для данного винограда свойственны крупные яйцевидные ягоды с толстой кожурой и сочной мякотью.

По этой причине название Marandi как никак лучше демонстрирует философию нашей компании и приверженность к традициям.

– **Marandi Wine Company** предлагает любителям вина несколько линеек вин. Есть ли среди них класса «премиум»? И чем вина «премиум» отличаются от остальных линеек?

– В нашей винокурне вина подразделяются на несколько категорий: обычные, хранимые, марочные и коллекционные.

Вина линеек Vals и Tango, производимые нашей компанией, относятся к обычным винам. Они созданы по общепринятой технологии и будут продаваться до следующего сезона. Вина линеек Yanardağ и İlkin производятся путем добавления дубовых опилок во время ферментации, что



придает винам более мягкий и гармоничный вкус. Вина Terra Caspea и Terra Caucasea ферментируются по специальной технологии и хранятся во французских дубовых бочках из региона Лемузен. Именно эти линейки являются премиальными в нашей компании.

– Большинство вин Marandi Wine Company представляют собой купажи нескольких сортов винограда. Как уживается иностранный виноградник на склонах Азербайджана, и производит ли Marandi Wine Company вино из автохтонного винограда?

– Не все наши вина являются купажами. Большинство наших вин производятся в процессе ассамбляжа. Ассамбляж – это смешивание нескольких сортов винограда одного года для получения лучшего сочетания. Некоторые сорта винограда могут впитать больше солнечного света и придать вину сладости, другие сорта после продолжительных дождей могут оказаться излишне сочными. Процесс смешивания разных сортов придает новый изысканный вкус вину, собирая лучшие стороны каждого сорта винограда.

Что касается саженцев иностранного винограда, то перед тем как привести тот или иной сорт, проводится экспертиза земли на пригодность к данному сорту. Это позволит минимизировать риски, связанные с неудачным урожаем.

Мы также производим вина и из местного винограда. В нашем ассортименте вин присутствует премиальное вино Terra Caspea Madrasa из местного сорта винограда Madrasa. Также данный сорт применяется в производстве вин Yalli Red Dry и İlkin Red Dry. Для нас очень важно, чтобы как можно больше людей узнали о данном сорте, почувствовали его насыщенный, приятный вкус лесных ягод и чернослива.

– Как происходит проверка качества вина в Marandi Wine Company? И правда ли, что вина одного сорта винограда, но разных годов сбора могут отличаться? От чего это зависит?

– Наша компания предельно внимательно следит за процессом производства вина, начиная от созревания ягод, заканчивая бутелированием. Мы специально засаживаем цве-



ты возле виноградников, так как они являются индикатором появления болезни в почве. Цветы заболевают быстрее виноградников, и мы можем вовремя предпринять меры.

После сбора урожая мы проводим надлежащие пробы и тесты. Особое внимание уделяем кислотному балансу, который может отличаться из года в год из-за влияния климатических условий. Именно по этой причине вино, произведенное в разные периоды, может отличаться по вкусовым оттенкам.

– В ассортименте Marandi Wine Company присутствуют не только вина, но и водка. С чем связано расширение ассортимента?

– Изучая местный и зарубежный алкогольный рынок, мы наблюдали за тем, как растет доля иностранных брендов водки у нас в стране. По этой причине было решено расширить наш ассортимент водочной продукцией, которая не только не уступала в качестве зарубежным компаниям, но и превосходила бы их. Мы разработали уникальную технологию по производству водки с обработкой из обезжиренного козьего молока. Данная технология в разы повышает качество продукта. Сейчас у нас в ассортименте имеются следующие марки водки: Vuzlaq, «Генерал», «Столица» и «Крепость».

Стоит отметить, что в этом году Marandi Wine Company еще больше расширяет ассортимент и предложит любителям крепких алкогольных напитков коньяк, который выдерживается в наших погребах уже 6 лет.

– В период пандемии пострадали многие сферы бизнеса. Как Marandi Wine Company удалось пережить это не легкое время?

– Вы правы, пандемический кризис не обошел и нас стороной. Нашими основными партнерами являлись рестораны и дома торжеств. Но, несмотря на сложную ситуацию, нам все-таки удалось минимизировать воздействие пандемии, демонстрируя усердную работу и уделяя особое внимание качеству нашей продукции.

– Marandi Wine Company открывает новые фирменные магазины в различных районах страны. И есть ли в планах открыть первые магазины на освобожденных территориях?

– Открытие наших фирменных магазинов входит в стратегию компании по преодолению кризиса. В настоящее время магазины Marandi Wine Company работают в Гяндже, Гейчае и Агсу. В ближайшие дни магазины нашей компании откроются в Мингячевире, Агдажабади, Лянкяране и Масаллы. Фирменные магазины – это лицо нашего завода в разных регионах. Это приближает нас к потребителям и позволяет нам познакомить их с нашей продукцией. Следующим шагом станет открытие брендовых магазинов в Шуше, Лачине, Ханкенди, Физули, Губадлы и Зянгиране.

– В последние годы наблюдался рост винодельческой отрасли в Азербайджане. Появляются новые винодельни и бренды. Как Marandi Wine Company справляется с конкуренцией и чем выделяется на местном рынке?



– Массовая посадка виноградников в Азербайджане началась в 2005-2008 годах. Наши виноградники были посажены в основном в 2006-2007 годах. В настоящее время технические сорта винограда посажены на площади 118 га. Сорта винограда в нашем саду – это в основном Каберне Совиньон, Мерло, Шираз, Шардоне, Вионье, Верментино, Совиньон Блан, Санджовезе, Пти Вердо и другие. В нашем саду не собирают более 5 т винограда с гектара, что делает качество вина более высоким. Также стоит отметить, что мы единственные в Азербайджане используем кевври (большие глиняные кувшины конусообразной формы) для выдержки вина. Данный способ позволяет воссоединить в вине вкусовые оттенки мякоти, кожицы и косточек. Помимо этого, для производства премиальных линеек вин мы заказываем дубовые бочки из Франции. Все перечисленные нюансы выделяют нас среди конкурентов и позволяют оставаться одной из ведущих виноделен в Азербайджане.

– Экспортирует ли Marandi Wine Company продукцию за границу? Какие отзывы о винах Marandi Wine Company у иностранцев?

– Мы постоянно поддерживаем связи с нашими партнерами из-за рубежа, которые заинтересованы в экспорте наших вин в их страну. На данный момент наша продукция экспортируется в Россию, Украину, Китай. Сейчас ведутся переговоры по экспорту вин в Гану.

– Какое вино из линеек Marandi Wine Company Вы бы посоветовали попробовать в первую очередь?

– Как для родителя не бывает плохих детей, так и для винодела не бывает плохих вин. Любовь к вину зависит от вкусовых предпочтений каждого отдельного человека. Кто-то предпочитает фруктово-ягодные тона, другие отдают предпочтение винам с природной горчинкой и дубовыми оттенками во вкусе. Подход к выбору вина происходит индивидуально, поэтому выделить какое-то одно вино и посоветовать его пользователям будет неправильно.

Никита ЮДИН



*Хəyalınızdakıları
reallığa çevirək*



strafor_kesim@mail.ru



+994 51 700 25 25
+994 70 720 25 25



strafor_kesim



СЛАВА ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ

Местные и иностранные специалисты продегустировали продукцию ООО «Агро-Азеринвест» и высоко оценили ее качество и вкусовые особенности, что говорит о развитии виноградарства и виноделия в нашей республике. Надо отметить, что основным фактором, стимулирующим восстановление и развитие виноградарства и виноделия в нашей республике, является успешная реализация Государственной программы по развитию виноделия в Азербайджанской Республике в 2018-2025 годах, подписанной Президентом страны Ильхамом Алиевым.

Используя новейшие технологии, ООО «Агро-Азеринвест» постоянно расширяет свою деятельность и выпускает товары, которые выдерживают конкуренцию не только на внутреннем рынке, но и на рынках других стран.

Предприятие сочетает в своей деятельности современную технологию и традиции азербайджанских виноделов, организует поэтапное производство системы замкнутого цикла от сырьевой базы, ее переработки до выпуска высококачественной продукции.

Компанией на принадлежащих ей земельных участках заложены около 900 га собственных виноградников. Эти виноградники расположены в разных регионах: Гябалинском, Гейгальском, Евлахском, Джалилабадском и Лянкяранском районах Азербайджанской Республики.

На этих плантациях наряду с аборигенными местными сортами (Мадраса, Баян Ширей и другие) выращиваются привезенные из Франции, Италии, Грузии и других зарубежных стран элитные сорта винограда (Saperavi, Rkatsiteli, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Pinot Noir, Muskat).

ООО «Агро-Азеринвест» – динамично развивающееся предприятие, которое за короткий период своей деятельности под девизом «Наша гарантия – высшее качество» создало прочную базу для будущих своих успехов, ярким подтверждением тому является завоевание популярности первых его брен-



дов Gabala, Nazli и Gold Baku. Сейчас на предприятии наряду с этими винами, изготавливаемыми из 100%-ного натурального сырья, выпускаются также традиционные азербайджанские вина, такие как «Мадраса», «Акстафа», «Шамахи», «Алабашлы», «Шахдаг», «Чинар», «Баян Ширей». В ассортиментную линейку входят и новые торговые марки «Эриванская крепость», «Басаркечар», «Ведибасар», «Шах», «Ширин», «Гюзел», гранатовое вино Goldenes Baku и другие.

В последние годы существенно увеличилось производство коньяков различных лет выдержки. А максимальная выдержка запасов коньячных спиртов на предприятии достигает 20 лет, что позволило предприятию начать производство легендарного азербайджанского коньяка «Ширван». Кроме этого, в портфеле предприятия есть и собственные бренды под названиями Gold Baku, Iskandar, Nayat, Mersi Baku. На предприятии под торговыми марками Amigo, Seyran, Buzz и Gold Baku также выпускаются классические и фруктовые водки.

На вино-коньячную продукцию ООО «Агро-Азеринвест» спрос постоянно увеличивается. В настоящее время более 50% производимой продукции экспортируется. В числе основных партнеров – ведущие компании России, Беларусь, Украины, Киргизии, Казахстана, Украины, Израиля и другие. Также ведется эффективная работа по налаживанию и наращиванию новых связей и в других странах. На местном рынке продукция предприятия успешно продается в элитных супермаркетах, гостиницах, ресторанах, в магазинах Duty Free и Diplomat-shop, а также предлагается пассажирам на борту самолетов авиакомпании AZAL.



ООО «Агро-Азеринвест»

Головной офис: AZ 1072,

Азербайджанская Республика, г. Баку, ул. К. Рагимов, 3.

Тел.: (+994 12) 465-55-95

www.vine.az / sales@vine.az



SHIRVAN

Azerbaijan cognac

SINGLE BARREL
X.O.



GABALA
WINERY

SHIRVAN

Azerbaijan Cognac

SINGLE BARREL

X.O.

This cognac is a fusion of past and present, the epitome of the experience of generations of French cognac and distillers of the Azerbaijan wine makers, world-class wine and spirit of the dynamic development of Azerbaijan. It is an elegant cognac, which is a wonderful gift, intended for our cognac and connoisseurs of cognac.

PRIVATE COLLECTION

Produced and bottled by AGRO-AZERINVEST LLC
34, E. Karimov Str., Gabala, AZ3060, Azerbaijan

MADE IN AZERBAIJAN
PRODUCTION COGNAC SPIRITS, AGED NOT LESS THAN 21 YEARS TO DATE

Barrel n° 194	AGED 20 YEARS
241 Bottles produced	APPROVED
300 ml 40% alc./vol.	

GƏLƏCƏYİN TOXUMLARI



Bol məhsul əldə etmək bütün fermerlərin ən əsas məqsədlərindəndir. Buna nail olmağın birinci yolu isə toxumların düzgün seçilməsidir. Yerli aqrar şəraitə uyğunlaşdırılmış toxumlardan istifadə fermerlərin bazara çıxaracağı məhsulun həcmnin və keyfiyyətinin yüksək olmasına da təminat verir. 2016-cı il 31 avqust tarixində yaranmış “AZSEEDS” şirkəti fermerlərin bu sahə üzrə ən böyük yardımçılarındandır. Tərəvəz toxumlarının idxalı, istehsalı və satışı ilə məşğul olan “AZSEEDS” MMC-nin direktoru Orxan İsgəndərli jurnalımıza verdiyi müsahibəsində şirkətin fəaliyyəti ilə bağlı bir çox məsələlərə aydınlıq gətirib.

ların sınaq və qeydiyyatına çox ciddi yanaşır, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Genetik Ehtiyatlar İnstitutu və Dendrarı İnstitutu ilə müqavilə əsasında hər il 400-ə yaxın hibrid sınaqdan keçirilir. Aqrar Xidmətlər Agentliyində indiyə qədər 200-ə yaxın hibrid və sort qeydiyyatdan keçirilib, hal-hazırda da bir o qədər sınaq mərhələsindədir.

– **Hazırda nə qədər toxum sortunun istehsalı ilə məşğulsunuz?**

– **“AZSEEDS” şirkəti hazırda fermerlərə nə qədər toxum sortu təqdim edir? Bu sortlar ölkəmizə əsasən hansı ölkələrdən idxal edilir?**

– “AZSEEDS” şirkəti dünyanın bir çox toxum istehsalçıları ilə əməkdaşlıq edir. Əməkdaşlıq etdiyimiz əsas ölkələr ABŞ, Rusiya Federasiyası, Cənubi Koreya və Niderland Krallığıdır. “AZSEEDS” Rusiyanın ən böyük toxum istehsalçısı olan “Gavrish”, Cənubi Koreyanın ən böyük toxum istehsalı şirkəti olan “Nongwoo Bio”, ABŞ-in “Hollar Seeds”, Niderlandın “Monarch Seed” şirkətlərinin Azərbaycanda eksklüziv distribüteridir. Şirkətimiz həm də “Crookham”, “Innova Seeds”, “Maraldi Sementi” şirkətləri ilə əməkdaşlıq edir. Hazırda fermerlərə xarici ölkələrdən idxal edilmiş və qeydiyyatdan keçmiş 174 hibrid və sortun satışını həyata keçiririk. “AZSEEDS” toxum-





– “AZSEEDS” şirkəti təkcə tərəvəz toxumlarının idxalı və satışı ilə deyil, həm də istehsalı ilə məşğuldur. Azərbaycanda yerli şumar xiyar sortunun reproduksiya ilə çoxaldılmış və yaxşılaşdırılmış toxumların satışını həyata keçiririk. Bir neçə hibrid isə xarici seleksiya şirkətlərində bizim sifarişimiz əsasında eksklüziv olaraq “AZSEEDS” üçün istehsal edilib, ölkəyə idxal olunur. Çünki Azərbaycanda hibrid toxumları yetişdirmək üçün gərəkli maddi-texniki və elmi baza yoxdur. Bu istiqamətdə işlər görə bilmək üçün Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinə layihələr təqdim etmişik.

– **Hər bir ölkənin özünəməxsus iqlim şəraiti və buna uyğun da aqrar imkanları var. Məhz bu baxımdan toxum sortlarının ölkəmizə idxalı zamanı onların yerli iqlim şəraitinə uyğunluğu nəzərə alınır? Toxumların seçimi zamanı hansı faktorlara üstünlük verilir?**

– İstənilən toxumun satışına başlanılmamışdan əvvəl çox ciddi sınaqlar aparırıq. Gətirdiyimiz toxumları həm özümüz yoxlayırıq, həm də sınaq üçün Aqrar Xidmətlər Agentliyinə veririk. Sınaqdan keçirildikdən sonra onun satışına başlanılır. Bu işə sınaqsız başlamaq mümkün deyil. Çünki istənilən hibrid regionlaşdırılmalıdır. Hansı regionda toxumun necə yetişdiyini görməliyik. Ola bilər ki, Sabirabadda yaxşı nəticə verən toxum Xaçmazda pis nəticə versin. Ona görə də toxumları iki il sınaqdan keçiririk. Ondan sonra fermerlərin rəylərini nəzərə alaraq, qərar veririk ki, hansı hibridi satmaq olar, hansını satmaq olmaz. Bütün hallarda toxumların satılması üçün bir sıra amillərə nəzər yetirilir. Toxumun məhsuldarlığı, xəstəliklərə dözümlünün olması və digər amillər araşdırılır. Azərbaycanın toxumlara olan tələbatı digər ölkələrdən fərqlidir, məsələn elə ölkələr var ki, orada tikanlı xiyar süfrə üçün çox istifadə edilir. Azərbaycanda isə tikanlı xiyarı daha çox duza qoymaq üçün alırlar.

– **Ölkəmizdə sizin tərəfinizdən idxal edilən hansı növ toxumlara tələbat daha çoxdur?**

– Azərbaycanda istixanalarda əsasən, pomidor və xiyar əkilir. Açıq sahədə yetişdirmək üçün daha çox tələbat duyulan toxumlar, qarpız, qarğıdalı, kələm, çuğundurdu. Bəzən ölkəmizdə çuğundura olan tələbat yerli istehsalçılar tərəfindən tam ödənilir. Amma, pomidora olan tələbat təklif olunan məhsulun həcmindən aşağıdır. Ona görə də Rusiyaya ixracda problem yarandıqda pomidorun qiyməti çox ucuzlaşır. Qarğıdalıya olan tələbat intensiv olaraq artır. Söhbət həm yem qarğıdalısından, həm də şirin qarğıdalıdan gedir. Kələm toxumuna olan tələbat da getdikcə artır.

– **Toxumlarınızın satışı necə həyata keçirilir? Ayrıca satış mərkəzləriniz fəaliyyət göstərir?**

– Ayrıca satış mərkəzlərimiz yoxdur. Amma rayonlarda 14 əsas dilerimiz var, onlar kənd təsərrüfatı üzrə ixtisaslaşmış mağazalardır. Biz toxumları regionlara uyğun olaraq, satış üçün onlara veririk.

– **Beynəlxalq səviyyədə tərəfdaşlarınızın sayını artırmağı planlaşdırırsınız? Ümumiyyətlə, şirkətin yeni hədəfləri, gələcək planları nələrdən ibarətdir?**

– Toxum sahəsində artıq tərəfdaşlarımız bəllidir. Biz əsas 3 şirkətlə əməkdaşlıq edirik. Biz toxumları satdıqdan sonra da onlara görə məsuliyyət daşıyıyıq. Bu işə nəzarət çox çətindir, buna həm çox vaxt tələb olunur, həm də bunun üçün böyük və professional komanda lazımdır. Hər hansı şirkətlə əməkdaşlıq etməmişdən əvvəl onu daha çox tanımalıyıq. Çünki, toxum yetişdirmə zamanı gələcəkdə hər hansısa problem olarsa, istehsalçı şirkət buna cavabdeh olmalıdır. Buna görə də ancaq öz seleksiya və ən müasir elmi-texniki bazası olan şirkətlərlə əməkdaşlıq etmək lazımdır. Planlarımıza gəldikdə isə biz daha çox seleksiya sahəsində fəaliyyət qurmağı fikirləşirik. Ölkəyə orqanik gübrələrin, pestisidlərin, bitki mühafizə vasitələrinin idxal edilməsi ilə bağlı planlarımız var. Toxum sahəsində öz istehsalımızı daha çox artırmağı, yerli hibridləri Azərbaycanda istehsal etməyi düşünürük.

– **İşğaldan azad edilmiş ərazilərimizdə torpaqların münbitliyi, aqrar mühitin əlverişliliyi orada yeni işlərin görülməsinə imkan verir. Həmin ərazilərdə hansı işləri görməyi düşünürsünüz?**

– İşğaldan azad edilmiş Cəbrayıl və Qubadlı rayonları seleksiya işləri, toxumçuluq sahəsi üçün uyğundur. Artıq Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinə bu işlərin təşkili məqsədilə torpaq sahəsinin ayrılması üçün müraciət etmişik. Azad edilmiş ərazilərimizdə yəqin ki, bir neçə rayonlaşdırma mərkəzi salınacaq. Biz də həmin ərazilərə uyğun toxumların gətirilməsi ilə məşğul olacağıq. Orada əvvəlcə müəyyən işlər aparılmalıdır ki, ona uyğun da işimizi təşkil edək.

Aylin QİSMƏTLİ

ДЛЯ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ

С повышением уровня жизни общество все чаще придает большее значение здоровому образу жизни, начинает задумываться о сохранении окружающей среды и о качестве потребляемых продуктов.

В Азербайджане, как и во всем мире, каждый год растет количество компаний, реализующих органически чистую продукцию. К примеру, эко-ферма Razi Rice, предлагающая натуральный местный рис, который сохраняет в себе все полезные свойства.



Более подробно – в интервью с соучредителем Razi Rice Реной Алимардановой.

– Расскажите, пожалуйста, как Вам пришла идея создания рисового хозяйства?

– Как вы знаете, рисоводство в прошлом веке было одной из развитых отраслей сельского хозяйства нашей страны, которое, к сожалению, постепенно пришло в упадок. Мы практически потеряли эту культуру, но, наряду с этим, плов с сотнями вариаций продолжает оставаться королем азербайджанской кухни, а значит, потребность в рисе у нас очень высокая. После распада Советского Союза начался экспорт данной культуры из разных стран, и на сегодняшний день наши хозяйки готовят любимое всеми блюдо в основном из пакистанского и индийского риса.

Именно это побудило нас создать экологическую ферму Razi Rice, где мы решили возродить местные сорта риса, некогда пользовавшиеся большой популярностью.

Кстати, Рази – это название местности, где находится наше хозяйство. Дедушки моего супруга родом именно из этого места, и часть территории, на которой сейчас расположена наша ферма, когда-то принадлежала одному из них.

Это в плодородном Лянкяране, который всегда был житницей страны, рядом с Гирканским заповедником.

Однажды, абсолютно случайно, супруг обнаружил в доме научную диссертацию своего деда, окончившего Московскую сельскохозяйственную академию имени К. А. Тимирязева, о... возделывании риса. Из этой работы мы узнали, что в Азербайджане до реформы Хрущева возделывалось более 20 сортов этой культуры.

Мы долго искали посевной материал на юге страны, а затем начали сотрудничать с научно-исследовательским институтом International Rice Research Institute, штаб-квартира которого находится в Маниле на Филиппинах. У этой организации есть и региональный офис, который расположен в Иране, климат и почва которого очень схожи с нашим.

В этой стране очень развито рисоводство, имеется обширная научная база и семенной фонд. Иранцы времени не теряли и зарегистрировали в международной номенклатуре некоторые географические названия, где возделываются определенные сорта риса. К примеру, иранский «хашими» и азербайджанский «амбарбу» – это один и тот же сорт риса, но, к сожалению, они зарегистрировали «хашими» раньше нас, и мы вынуждены продавать наш «амбарбу» под названием «хашими». Это очень ароматный, любимый многими сорт риса.

– Насколько большое у вас хозяйство? Занимаетесь ли Вы там разведением других культур?

– На данный момент территория фермы занимает 70 га, из них под рисовую площадь отведены 10 га. Изначально она была намного меньше, но мы постепенно скупали близлежащие участки.

У нас также растут цитрусовые, и мы разводим буйволов на вольном выпасе. Razi Rice – это органическая эко-ферма, где возведение культур и животноводство производится в максимально натуральных условиях. Это значит, что мы не используем химические препараты, гормоны и прочие ускорители для получения быстрых результатов.

Что касается рисоводства, первые посадки были произведены в 2014 году на 14 сотках земли. Кстати, именно там 100 лет назад также было рисовое поле, о чем мы узнали благодаря фотографиям, хранящимся в Академии Тимирязева. Эти снимки были сделаны для материала научной экспедиции, на них можно увидеть процесс посадки, проводимый вручную.

В нашем деле мы пробовали разводить рис как методом посева, так и проращивания, и остановились на втором. Он заключается в выращивании саженцев в питомнике, которые потом высаживаются вручную или машинным способом на рисовых чеках (отгороженных участках пашни для

посева). Так вот, на том историческом участке мы сажаем до сих пор вручную.

– В чем заключается основное отличие вашего риса от других, существующих на рынке?

– Как я уже отметила, Razi Rice – это биодинамическое хозяйство, где растительные культуры и животные находятся в естественном балансе между собой и с природой, без агрессивного вмешательства человека. Это так называемая пермакультура, суть которой состоит в том, что вы работаете с природой, а не против нее. Чем ближе мы работаем с природой, тем больше вероятности обрести баланс, который предоставит все необходимое без вреда для окружающей среды.

Конечно, агрессивное вмешательство способствует большой урожайности, но пестициды и химикаты запускают дегенеративные процессы в земле. Постепенно она становится истощенной и больше не плодоносит. К счастью, сторонников этой философии становится все больше во всем мире. Экологически чистые и органические продукты набирают популярность, и мы рады вносить свою лепту в это благородное дело.

Говоря о полезных свойствах нашего риса, отмечу, что он бурый, не шлифованный, то есть не поддается дополнительной машинной обработке, в нем сохраняются твердая рисовая оболочка, клетчатка, рисовое масло, белки, витамины группы В, калий, железо, магний, цинк, марганец, калий, фосфор и другие.

– Кем являются ваши основные покупатели?

– Razi Rice – это премиальный нишевый продукт, рассчитанный на любителей здорового питания.

Среди наших покупателей – мамы, ищущие полезную продукцию, аллергики, диабетики, спортсмены, люди, тщательно следящие за питанием, а также те, кто просто ностальгирует по «бабушкиному плову», который готовился из местных сортов риса.

Мы также сотрудничаем с корпоративными клиентами, гастрономическими бутиками и представителями Ho.Re.Ca.



– Рена ханум, нам известно о вашем сотрудничестве с мелкими фермерами. Расскажите, пожалуйста, как именно Вы им помогаете?

– В 2018 году была утверждена Государственная программа по развитию рисоводства в Азербайджанской Республике на 2018-2025 годы. В то время 95% потребностей в этой культуре покрывалось за счет импорта. После принятия программы в стране начались активные рисовые посадки, были завезены разные сорта из Турции, Италии и других стран, которые отличаются высокой урожайностью. Согласно данной программе, к

2025 году рисоводы Азербайджана должны достигнуть урожайности в 40 тыс т в год.

Razi Rice тоже участвует в реализации данной программы. Мы объединили вокруг себя мелких рисовых фермеров, которых снабжаем посевным зерном. Мы также предлагаем им агротехнические услуги, проводим для них тренинги и обрабатываем их зерно на нашей мельнице. Некоторые из них просят упаковку и последующее брендинг продукта. Так в магазинах появляются новые бренды местного риса. Мы с радостью популяризируем наши сорта, возвращая людям традиционный вкус азербайджанского риса.

Кроме того, нашей фирмой создан кредитный союз, выдающий мелким фермерам кредиты.

– Каковы ваши дальнейшие планы по расширению на местном рынке?

– Razi Rice уже получил международный сертификат по управлению ISO 2000, и мы намерены продолжить работу в этом направлении.

Наша цель – это получение эко-сертификатов от известных международных организаций, славящихся строгим отбором.

Мы также планируем запустить производство сопутствующих продуктов и продолжить восстановление других местных сортов риса. И, конечно же, после получения необходимых сертификатов мы займемся экспортом нашей продукции.



Кямала РАГИМОВА

KEYFİYYƏTLİ MƏHSUL – ÜSTÜNLÜYÜMÜZDÜR

2011-ci ildə fəaliyyətə başlayan “Abşeron Taxıl” MMC Respublikada yüksək keyfiyyətli un istehsal edən iri müəssisələrdən biridir. Müəssisənin 10 illik yubileyi ərəfəsində Baş Direktor Maşallah Tağıyev, Biznesin inkişafı üzrə Direktor müavini Zaur Əfəndiyev, Dövlət qurumları ilə iş üzrə müşavir Pərviz Əliyev, Distribütorlarla iş şöbəsinin rəisi Vüsal Qafarlı, İstehsalat müdiri Məhərrəm Abbasov, Keyfiyyətə nəzarət şöbəsinin rəisi Yevgeniya Mixaylovna Kornişeva və Marketing meneceri Corc Tutuncu ilə görüşdük.



Müəssisənin işi ilə tanışlıq zamanı “Abşeron Taxıl” MMC-nin fəaliyyətinə dair meydana çıxan suallarımızı isə Vüsal Qafarlı və Yevgeniya Mixaylovna Kornişeva cavablandırır.

– İstənilən müəssisənin fəaliyyəti üçün 10 il az müddət deyil, bu zaman ərzində Abşeron taxıl olaraq qarşınıza qoyduğunuz məqsəd və hədəfləriniz dəyişibmi?

– 10 il qısa bir zaman deyil və bu müddət ərzində “Abşeron Taxıl”ın hədəf və məqsədləri olduğu kimi qalır. Məqsəd isə çörək və çörək məmulatlarının istehsalı üçün müəssisələri yüksək keyfiyyətli un ilə təchiz etməkdən ibarətdir. İstehsal etdiyimiz məhsullara gəldikdə çörək və çörək məmulatlarının hazırlanması üçün 1-ci və 2-ci növ un, şirniyyatların hazırlanması üçün isə əla keyfiyyətli un istehsal edirik. Həmçinin buğda və arpanın, eləcə də pəhriz və diabetik çörəklərin hazırlanmasında istifadə edilən kəpəyin emalı həyata keçirilir. Bundan başqa emal məhsulları arasında heyvandarlıq üçün istehsal edilən məhsul da yer alır.

– Hansı regionlarımızda un və ya çörək alarkən brendinizi görə bilirik?

– Məhsullarımızın çatdırılma coğrafiyası çox genişdir. Böyük fəxrlə bütün Azərbaycana çatdırılmanın edildiyini deyə bilirik. Bütün regionlarımızda məhsullarımızın satışını həyata keçirən distribüterlərimiz var. Bu sistemi hələ yeni tətbiq etməyə başlamışıq. Zavodun fəaliyyət göstərdiyi 10 il ərzində faktiki olaraq bütün

regionlarda məhsulumuz olub, amma mağazalarda satış strukturu yeni tətbiq edilir. Son üç ayda istənilən məhsulun satışı üçün klassik olan distribüter sistemi yaratmışıq və demək olar ki, bütün Azərbaycanda məhsulumuz tanınır. Distribüter sistemi dedikdə həmin regionlarda bizim məhsulu tanıdan əməkdaşların fəaliyyəti nəzərdə tutulur. Amma böyük zavod, sex, qənnadı evləri bizim məhsulları keyfiyyətli məhsul kimi tanıyır və bizə etibar edirlər.

– Ətraf mühitin müdafiəsi üçün hansı məqsədyönlü ekoloji tədbirlər həyata keçirirsiniz?

– Müəssisə həm xammalın daxil olması, həm də məhsulun emalı zamanı istifadə edilən müasir təmizləmə aspirator sistemləri ilə təchiz edilib. Yəni hətta vaqonlardan xammal boşaldılarkən aspirator sistemləri artıq ətraf mühitə ziyan vura biləcək proseslərin qarşısını alaraq tozu aradan qaldırır. İstehsal prosesi də aparılan sahədə təbii ki, aspirator sistemləri yerləşir. Çıxışda isə ətraf mühitin çirklənməməsi üçün təmizləmə filtrləri yerləşir. İstehsal ərazisinə nəzər salsanız, bu işin böyük məsuliyyətlə yerinə yetirildiyinin bariz nümunəsi olan təmizlik və yaşıllığı görəcəksiniz. Qeyd edim ki, bu nəticənin əldə edilməsi üçün böyük səy göstərilib.

– “Abşeron Taxıl”ın qiymət siyasəti, məhsullarınızın qiyməti nə dərəcədə dəyişkəndir?

– Təəssüf ki, bazarda olan qiymət siyasəti bizdən asılı deyil. Biz bazar şərtlərinə riayət etməliyik. Nəzərə almaq lazımdır ki, xammal Rusiyanın və Qazaxıstanın iri təchizatçılarından əldə



edirik. Deməli biz həm də onların qiymət siyasətinə ayaq uydurmaliyiq. Təbii ki, biz mümkün qədər məhsullarımıza qiyməti sabit saxlamağa çalışırıq. Amma bizim iqtidarımızda olmayan kiçik dəyişikliklər də olur.

– Ərzaq təhlükəsizliyi məsələləri necə həll olunur, yetərli strateji ehtiyat mövcuddurmu?

– Ərazidə buğda saxlamaq üçün 6 min tonluq 10 bunker var, bu isə ümumilikdə 60 000 ton buğda ehtiyatı deməkdir. Həmin ehtiyatlar imkan daxilində sabit saxlanılır. Qeyd edim ki, mövcud karantinə baxmayaraq Rusiyadan buğda təchizatı dayandırılmayıb. Bu səbəbdən də düşünürük ki, istənilən karantin və ya digər gözlənilməz hadisə zamanı yetərinə strateji ehtiyatımız mövcuddur. Dəyirmanların işi stabil şəkildə davam edir.

– İstehsalat prosesinə nəzarət necə həyata keçirilir?

– Keyfiyyətə nəzarət prosesində laboratoriya göstəriciləri çox böyük önəm daşıyır. İstehsalın bütün mərhələ və sahələrində: buğda çatdırıldıqdan sonra keyfiyyətinin yoxlanılmasından başlayaraq, xammalın yerləşdirilməsinə, eləcə də dəyirmanla emala göndərilməsinə, daha sonra hazır məhsulun yerləşdirilməsi, saxlanılması daxil olmaqla bütün texnoloji proses ən müasir avadanlıqla təchiz edilmiş laboratoriyaya tərəfindən həyata keçirilir. Çünki məhsulun keyfiyyəti istehsalın şəraitindən və prosesindən asılı olduğu kimi, saxlanma və yerləşdirilmə şəraiti və prosesindən də asılıdır.

– Hansı çörək zavodlarını məhsul ilə təchiz edirsiniz?

– “Abşeron Taxıl” MMC Respublikada yüksək keyfiyyətli un istehsal edən iri müəssisələrdən biridir. Bizim un ilə təchiz etdiyimiz müəssisələr, əhalinin etibar və hörmətini qazanmış “N1”,

“Bred” MMC, “Sərxan” MMC, “İsrafiloğlu” MMC və “İlkin-92” şirkəti kimi iri çörək zavodlarıdır.

– Un istehsalçıları bazarında rəqabət nə dərəcədə güclüdür?

– Çox yüksəkdir. Çünki çox sayda böyük dəyirmanlar var və təbii ki, rəqabət yaranır. Bu rəqabət isə keyfiyyətə nəzarətin güclü olması tələbini meydana çıxarır. Keyfiyyəti hər zaman yüksək səviyyədə saxlamaq əsas hədəfdir. Bir sözlə sağlam rəqabət şərtlərinə riayət etmək deməkdir.

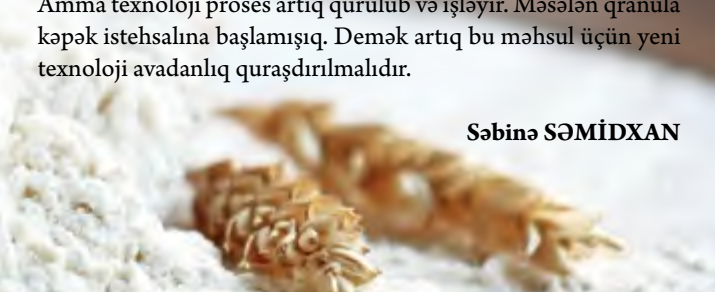
– “Abşeron Taxıl”ın rəqibləri qarşısında üstünlüyü nədir?

– “Abşeron Taxıl”ın əsas üstünlüyü istehsal etdiyi unun keyfiyyətindəki sabitlikdir. Birincisi burada fasiləsiz təchizat həyata keçirilir, bizdən un alan müəssisələr istədikləri zaman tələbatlarına uyğun həcmdə məhsul əldə edə bilərlər. Bizim unun sabit keyfiyyəti, çörək və çörək məhsulları istehsal edən müəssisələrin məhsulunun keyfiyyətinə birbaşa təsir edir. Yenə də təkrar edirəm ki, əsas göstərici sabit keyfiyyətdir.

– İstehsalatda hansı yeni texnologiyaları tətbiq edirsiniz?

– Əslində müəssisəmiz çox nəhəng müəssisədir. Dəyişiklik hər an mümkün deyil. Bəli, hər hansı avadanlıq dəyişdirilə, yenilənə bilər. Təbii ki, müasir texnologiyalara da yad yanaşmırıq. Amma texnoloji proses artıq qurulub və işləyir. Məsələn qranula kəpək istehsalına başlamışıq. Demək artıq bu məhsul üçün yeni texnoloji avadanlıqla quraşdırılmalıdır.

Səbinə SƏMİDXAN



DÜYÜ: DADLI VƏ EKOLOJİ

Yalnız ətrinə, dadına görə deyil, həm də müalicəvi xüsusiyyətlərinə görə çox fərqlənən düyü Azərbaycan alıcısının istehlak etdiyi əsas məhsullardandır. Lakin bu gün ölkədə alıcıların bu məhsula olan tələbatının çox hissəsi demək olar ki, xarici ölkələrdən idxal edilən məhsulların hesabına ödənilir. Yerli məhsullarımızın ümumi bazardakı çəkisi xarici məhsulların çəkisini üstələməsə də, öz dadına, keyfiyyətinə də onları qat-qat üstələdiyini deyə bilərik. Məhz buna görə də keyfiyyətli məhsul almaq istəyən alıcı yerli düyümüzü almağa üstünlük verir.

Bu gün alıcıya gigiyenik cəhətdən 100% təmiz, orqanik məhsul təqdim edən şirkət "FARAN MMC"dir. Lənkəran rayonu, Gərmətük qəsəbəsində fəaliyyət göstərən bu şirkət uzun illərdir ki, öz alıcısına keyfiyyətli şəkildə məhsullar təqdim edir.



"Business Time" jurnalı şirkətin fəaliyyəti ilə bağlı "FARAN MMC"nin direktoru Ağayar Axundovdan aldığı müsahibəni təqdim edir.

– Şirkət tərəfindən neçə növ düyü satışa çıxarılır və bu məhsullar bir-birlərindən nə ilə fərqlənilir?

– "FARAN MMC" tərəfindən "Haşimi", "Apollo", "Okean" növləri üzrə düyülər istehsal olunur. Hər bir düyü növünün özünəməxsus dadı və bişirilmə qaydası var. Məsələn "Haşimi" düyüsünün spesifik qoxusu var. "Apollo" və "Okean" düyülərinin həlimi, artımı və s. kimi fərqləndirici xüsusiyyətləri var.

– Şirkət çəltik şitillərini haradan əldə edir?

– Toxumluq üçün əldə olunan çəltiklər tərəfimizdən yeni texnologiya ilə xüsusi qaydalar əsasında cücərdilir. Bundan sonra çəltik şitilləri kasetlərə yığılır, istixanalarda yetişdirilir.

– Məhsullarınız harada əkilir və əkin üçün yerlər necə müəyyən edilir?

– Çəltik əkini Lənkəran rayonunun Girdəni kəndi ərazisində xüsusi olaraq, çəltik əkini üçün hazırlanmış torpaq sahəsində həyata keçirilir. Əkin üçün əlverişli yerin seçilməsi zamanı nəzərə alınan əsas faktorlardan biri əkin sahələrinin suvarılması üçün şəraitin olmasıdır. Artıq bu mövsümdə çəltik əkini işlərini tamamlamışıq.

– Şirkətin hazırda istehsal gücü nə qədərdir və istehsal gücünün yaxın zamanlarda nə qədər artırılması nəzərdə tutulur?

– Şirkətin dəyirmanı saatda 2 ton çəltik emal edə bilir. Keçən mövsümdə 939,95 ton çəltik emal olunmuşdur. Bu da öz növbəsində 564 ton düyü istehsalı deməkdir. Şirkətimiz həm öz sahələrimizdə yığılan çəltiyin emalı ilə, həm də kömək göstərmək məqsədi ilə fermerlərə aid olan sahələrdən yığılmış məhsulların emalı ilə məşğul olur. Qarşıya qoyulan məsələlərdən ən vacibi istehsalın artırılaraq 1500 tona çatdırılmasıdır.





– Satış həcminə görə istehsal etdiyiniz məhsullarınızın yerli bazarda tutduğu pay neçə faiz təşkil edir?

– Statistika görə, ölkəmizin düyüyə olan illik tələbatı 50 000 ton təşkil edir. Bunun 20%-i daxili istehsalın payına düşür. Şirkətimizin satış payı isə 6% təşkil edir.

– Məhsul hansı xarici ölkələrə ixrac edilir və ya edilməsi nəzərdə tutulur?

– Yerli bazarda istehsal etdiyimiz məhsullara tələbat çoxdur. Bunu nəzərə alaraq, hələ ki, xarici ölkələrə məhsul ixal etmərik. Amma xarici ölkələrdə yaşayan həmvətənlərimiz Facebook səhifəsi üzərindən məhsullarımızı alırlar. Azərbaycana turist kimi gələn insanlar da bizim məhsullarımızdan alıb yaşadıkları ölkələrə aparırlar. Ən mühüm hədəflərdən biri yaxın gələcəkdə

xarici bazara məhsul çıxarmaqdır. Artıq bunun üçün vacib olan işlərdən bəziləri görülmüşdür. Şirkətimiz 28 iyul 2019-cü il tarixində ISO 22000 sertifikatını əldə etmişdir.

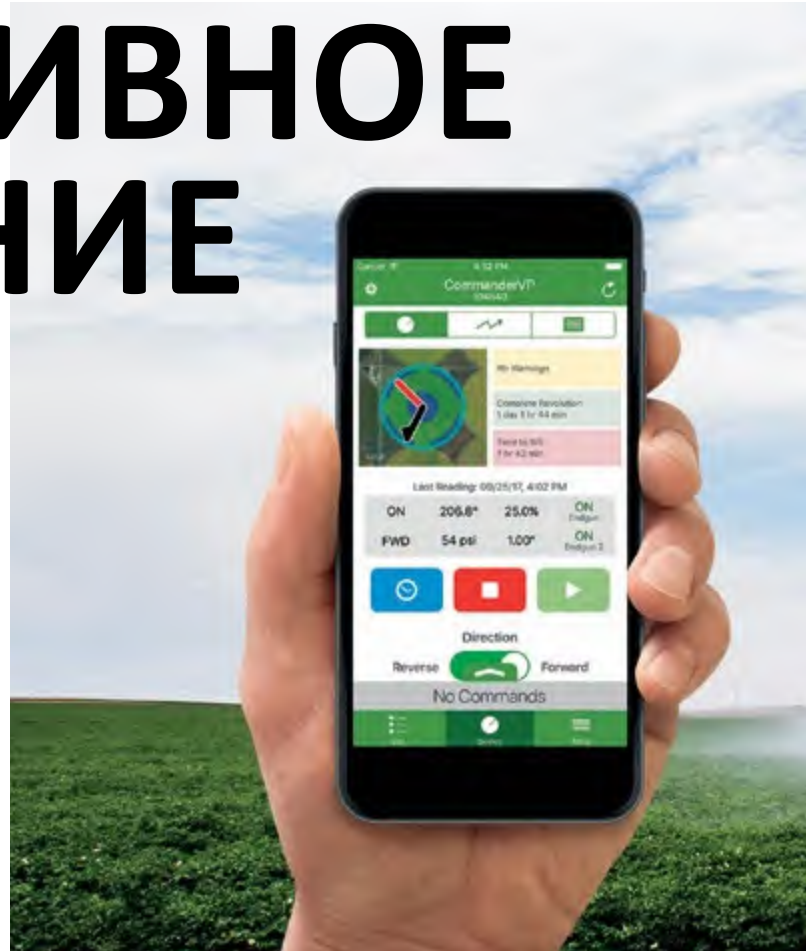
– Çəltiklərin qurudulması və emalı üçün hansı texnologiya və avadanlıqlardan istifadə edilir?

– Çəltiklərin qurudulması üçün ən müasir texnologiyadan istifadə olunur. Çəltiklər emal olunması məqsədilə şirkətimizin İtaliya istehsalı olan Mecmar çəltik qurutma avadanlığı və digər qurutma qurğuları tərəfindən tələb olunan dərəcəyə qədər qurudulur.

Aylin QİSMƏTLİ



ЭФФЕКТИВНОЕ ОРОШЕНИЕ



О повышении производительности орошаемого земледелия и эффективности управления водными ресурсами расскажет генеральный директор компании Gilan Pivot Руслан Алескеров.

За последние почти шесть десятилетий население земного шара увеличилось практически вдвое. И надо отметить, что люди не жили в таком изобилии, которое существует сегодня. Они потребляли меньше калорий, меньше мяса и поэтому потребности использования воды для производства продовольствия были существенно ниже. Оттого и давление на окружающую среду было меньшим: треть того объема воды, что забирается в настоящее время. И вот уже с самых высоких трибун слышны призывы к бережному отношению к тому, без чего человеческое существование немислимо. Сама жизнь приводит к необходимости изменить образ мышления о воде и сельском хозяйстве. Ведь наличие достаточных запасов водных ресурсов приемлемого качества является решающим фактором для устойчивого развития, комфортных условий проживания, удовлетворения всесторонних потребностей населения в воде, обеспечения продовольственной безопасности суверенного государства и сохранения окружающей среды.

– Расскажите, пожалуйста, о своей компании и деятельности, которую Вы осуществляете.

– Президент Азербайджана Ильхам Алиев не раз отмечал в своих выступлениях, что развитие сельского хозяйства в качестве нефтяного сектора страны отвечает стратегическим интересам национальной экономики. Более того, как вы знаете, наше государство активно субсидирует развитие аграрного сектора. Подобная поддержка государства и вдохновила нас на открытие нашей компании в 2017 году и в качестве партнера были выбраны мировые лидеры в области ирригационных решений – компания Valley, с головным офисом в США и компания Rivulus, с головным офисом в Израиле.

Наша компания предоставляет полный спектр услуг "под ключ", включающих в себя проектирование и строительство инфраструктуры поля, выбор оптимальной системы орошения, установку и шефмонтаж оборудования с последующим сервисом.

Цель компании заключается в том, чтобы отвечать ожиданиям аграрного сектора, внедрять инновационные технологии в сельское хозяйство, а также предоставлять оптимальные ирригационные решения для фермеров с



целью снижения расходов потребления электроэнергии, уменьшения расходов воды, увеличения урожайности. Ирригационные решения принимаются с учетом рельефа местности, анализа почвы, климатических особенностей данного региона, а также выращиваемых культур. Для этой цели мы собрали команду высококвалифицированных специалистов, а также активно используем международные площадки для обмена опытом с нашими зарубежными партнерами.

Все вышеуказанные меры в совокупности создают прочную основу для увеличения конкурентной способности наших аграриев.

С момента основания компании нами были успешно реализованы и сданы в эксплуатацию различные ирригационные проекты, совокупная площадь которых составляет более 20 тыс га.

– Что является первоочередным в выборе системы полива? Можно ли сказать, что правильно выстроенная стратегия орошения – залог процветающего бизнеса?

– Первоочередным в выборе системы полива является ее экономическая и агрономическая эффективность, а точнее баланс между стоимостью и эффективностью для той или иной культуры.

Выбор типа оросительной системы требует серьезного анализа и зависит от ряда факторов, в том числе от геометрии и размера площади участка, перепада высот, инфильтрации почвы, а также от выбора возделываемых сельскохозяйственных культур.

Несомненно, что верно выстроенная стратегия орошения является залогом для процветания бизнеса и к этому





вопросу нужно подходить профессионально и учитывать локальный и международный опыт экспертов. Наша компания осуществляет такую экспертную поддержку фермерским хозяйствам, а успешные результаты таких работ приводят к увеличению списка наших партнеров и клиентской базы.

– В недавнем своем заявлении Президент Азербайджана Ильхам Алиев отметил, что без грамотного подхода к мелнорации современное сельское хозяйство немислнмо. Он еще раз подчеркнул, что «вода – это жизнь» и заострил внимание на том, что «водные ресурсы оказывают огромное влияние на экологический баланс, развитие сельского хозяйства». Какую роль может сыграть ваша компания в контексте сказанного?

– Замечание Президента Азербайджана Ильхама Алиева на фоне критического снижения уровня реки Кура в 2020 году более чем своевременно и отражает комплекс всеобъемлющих мер, необходимых для предотвращения дефицита воды, путем рационального использования водных запасов для нужд сельского хозяйства, промышленного сектора и для населения. Кстати говоря, по прогнозам Всемирного института ресурсов, к 2040 году Азербайджан, согласно индексу дефицита воды, может попасть в высшую зону риска наряду с такими странами как Бахрейн, Кувейт, Катар, Сингапур, ОАЭ и другие. Надо отметить, что с ростом населения будет увеличиваться и спрос на сельскохозяйственную продукцию, а это неизбежно приведет к увеличению потребления водных ресурсов. В качестве всеобъемлющих мер хотелось бы отметить опыт стран, которые преодолевают дефицит водных ресурсов в более агрессивных климатических условиях, как например в Израиле. Изучение подобного опыта полезно для учета уроков, извлеченных такими странами, и создания еще более эффективной системы водных артерий в Азербайджане.

В качестве мер для рационального использования водных ресурсов, предполагаю, что среди прочего будут внедряться инновационные технологии, такие как мониторинг и контроль уровня воды в каналах, полная автоматизация и внедрение систем SCADA, использование датчиков и сенсоров для постоянного мониторинга влажности почвы, постоянный мониторинг и контроль депозита воды в водных резервуарах, мониторинг потерь воды во время транспортировки, оцифровка и компьютеризация

карт (плодородных угодий, почвенных характеристик, рельефа, топографических данных) и их интеграция в базу данных единой системы для справедливого распределения воды на сельскохозяйственные угодья, интеграция данных спутника в единую систему для мониторинга состояния посевных культур, определение квот воды для фермеров в зависимости от выращиваемых культур и учета их индекса стресса, создание возможности для фермеров наблюдать в реальном времени за состоянием своих посевных угодий и поливами.

Такие меры, возможно, будут сопряжены с необходимостью внесения определенных изменений в законодательство страны с целью поощрения соблюдения квот для рационального использования воды и предпочтения систем капельного и дождевого орошения фермерами.

– В заключение хотелось бы задать еще один вопрос. В настоящее время перед Азербайджаном стоит задача – рекультивация земель на освобожденных территориях, охват которых важен для растущих потребностей населения республики. Рассматриваете ли какие-либо проекты на этих землях? Каким видите их будущее?

– Наша компания вовлечена в разработку концепта для создания ирригационной системы на освобожденных территориях. Работа над упомянутым концептом на данных территориях сильно вдохновляет участников нашей команды. Каждый сотрудник считает своим долгом внести свой опыт, знания, экспертизу для разработки концепта рекультивации земель. Могу с уверенностью сказать, что Азербайджан во главе с Ильхамом Алиевым на освобожденных территориях представит всему миру Карабах XXI века, Карабах завтрашнего дня!

Пользуясь случаем, хочу выразить свою благодарность за предоставленную возможность общения с вашим изданием. Желаю вам успехов на поприще освещения интересных материалов и актуальных вопросов, стоящих на повестке дня нашей страны.

Татьяна ИВАНОВА



SLAVYANKA®

uzun ömrün sirri!

GƏDƏBƏY



*2121

www.slavyanka.az





РАСШИРЯЯ ВОЗМОЖНОСТИ

Современные условия мировой экономики привели к тому, что продовольственный сектор все глубже вошел в стратегическую сферу интересов страны. Государство призывает производителей продуктов обращать пристальное внимание на экологически чистое производство и качество. О том, как решать поставленные задачи, – в беседе с директором тепличного хозяйства компании Grow Group Джамалом Меджидовым.

– Расскажите, пожалуйста, подробнее о создании Grow Group. Какие основные цели ставились перед компанией?

– Компания Grow Group была организована в 2011 году, хотя сама идея родилась в 2009, когда владелец компании в личных целях на небольшом земельном участке недалеко от дачи решил высадить помидоры. Затея оказалась весьма успешной, и вскоре урожаи стали превышать потребности семьи. Излишки раздавались друзьям и знакомым, но на фоне этого пришло понимание перспективности направления в этой продовольственной «нише». Тем более для делового человека, владеющего несколькими компаниями и обладающего знаниями в области бизнес-подхода. Так появились 63 сотни маленьких туннельных теплиц, которые впоследствии в 2011 году «выросли» в 3,3 га. Таким образом, стартовала компания Grow Group Azerbaijan. И к 2019 году общая площадь тепличного хозяйства составила 20 га.

Основная цель компании – добиться производства качественной продукции, которую можно было бы реализовывать не только на местном рынке, но и экспортировать. Томаты и огурцы должны обладать такими качествами, о которых можно было бы говорить с гордостью, при этом подчеркивая отношение к компании, которой они были выращены.

– Ваша компания уделяет особое внимание выращиванию здоровой, натуральной продукции. Какие сорта помидоров вы сажаете? Исходя из каких критериев вы выбираете тот или иной сорт?

– Здоровая и натуральная продукция начинается с закладки семян, которые мы приобретаем у лицензированных компаний, специализирующихся на этом около 100 лет. На данный момент семена томатов, используемые компанией Grow Group, «родом» из Нидерландов, страны, являющейся лидером в данном сегменте. Затем они проращиваются другой компанией, но под непосредственным контролем специалистов нашей компании. Полученная рассада попадает в теплицы компании. Появление непосредственно томатов зависит от сезонности – от двух до трех месяцев. И в течение всего периода роста культуры она получает определенный уход. Например, опыление производят шмели, которых уже смело можно назвать местными, так как они выращиваются непосредственно в Азербайджане специализированными компаниями. Хотя их «предки» были специально привезены сюда для «трудовой деятельности» в наших теплицах. На данный



момент компанией Grow Group выращивается несколько сортов томатов: кистевой, розовый, томат черри, сливовидный и черный. Таким образом, мы ориентируемся на широкий круг потребительского спроса. Ведущей культурой является кистевой томат, составляющий в процентном соотношении 70% от общей площади. Но с каждым годом увеличиваются объемы рассады томата черри, по производству которого мы занимаем одну из ведущих позиций. Как видно, критерии выбора культур диктует непосредственно рынок, его ориентация и запросы. Исходя из этих показателей, мы постепенно наращиваем производство запрашиваемых сортов. Правда, есть «точные» сорта, которые мы представляем потребителям в качестве альтернативы привычным. Например, желтые черри отличны лишь цветом, тогда как по вкусу ничем не уступают красным. Постепенно интерес рынка завоевывает сорт черных томатов. Компания Grow Group, можно сказать, пытается задавать тренды. Ведь сколько людей, столько и вкусовых предпочтений. В качестве фокус-групп мы обращаемся к знакомым и близким людям, чьи отзывы дают понять, какие сорта вызывают больший отклик. Нам же остается выбрать идеальную середину: чтобы и вкус был самым лучшим и качество отвечало самым высоким стандартам.

– Сегодня технологии проникают буквально повсюду и стремительно меняют нашу жизнь. Цифровая трансформация прочно вошла и в сельское хозяйство. Какие умные системы использует ваша компания в своей деятельности?

– Тепличный комплекс компании Grow Group полностью автоматизирован. Помимо определения экологичности и прихотливости, перед агрономом стоит задача выставить определенные показатели температуры, влажности, солнечного освещения, на основании которых работают системы полива, котлов, карбонового газа (CO₂). Технологии на сегодняшний день позволяют отслеживать какое количество минеральных удобрений употребляет отдельное растение. Благодаря внутритепличному оборудованию, «весы» производят постоянные замеры субстрата, в котором высажены растения, и на их основании видна четкая картина

их «жизнедеятельности». Таким образом, мы имеем возможность прогнозировать, какой урожай томатов будет получен в последующие месяцы. Следовательно, наши основные партнеры, большие торговые компании в Азербайджане, в России и в странах арабского региона, получают точную информацию для своего планирования на две недели. Наши агрономы и команда продавцов несут ответственность за грамотное распределение будущего урожая, вплоть до того, какой ассортимент будет перевозить определенный грузовик.

– Каким образом Grow Group конкурирует на сельскохозяйственном рынке страны, который традиционно славится изобилием овощей? Каким образом повышает конкурентоспособность продукции?

– Мы уже касались этой темы чуть выше. В наших теплицах есть специально отведенные грядки под экспериментальные работы, которые в Grow Group идут постоянно. Мы «играем» с формами, цветом. Ищем оптимальный вкус. Например, как-то пытались вывести на рынок томат, по форме напоминающий хинкали. И если во Франции он пользуется огромным спросом, то наш рынок его не принял. Несмотря на замечательный вкус, форма отпугивала покупателей. Но мы его до сих пор выращиваем в небольших количествах. Говоря о конкурентоспособности, отмечу один из главных факторов – это максимальный сбор произведенной продукции с 1 м². Девиз нашей компании заключается в следующем: если стоять на одном месте, заиклившись на каком-то сорте, то спустя время можно оказаться в аутсайдерах. Риски экспериментальных подходов всегда оправдываются. Пусть не сразу, но они приносят свои плоды, позволяя держать ситуацию под контролем, и держат компанию в тонусе. Потому Grow Group продолжает выполнять поставленные перед собой задачи: осваивает новые тепличные площади для реализации запланированных проектов. Как видите, для Grow Group конкуренция является стимулирующим фактором, при этом экономить можно на том, что не входит в число важнейших критериев. Но забота о людях, новейшие технологии и инно-



вазии всегда находятся в приоритете. Экономические действия достаточно жесткие: инвестиции в оборудование – это вложение в будущее, а также оптимизирующие расходы на персонал. Однако при этом производство расширяется и количество рабочих мест увеличивается. Таков экономический материализм.

– Экспортируете ли вы свою продукцию? Если да, то в какие страны?

– Если изначально мы ориентировались лишь на внутренний рынок, то спустя несколько лет мы перешли в разряд экспортеров. Начали осваивать российский рынок, но конкуренция в данном направлении росла, и компания Grow Group взяла курс на другие рынки. Так, мы представили свою продукцию в Грузии, вышли на рынок арабских стран, в которых стоимость томатов в зимнее время весьма низкая, но достаточно привлекательна в летние месяцы. Постепенно знакомим с нашей продукцией европейских потребителей, где лучшими производителями считаются Нидерланды, Германия, Британия. Таким образом, мы доказываем, что наши томаты не уступают другим ни по качеству, ни по вкусу. Может, даже имеют больше предпочтений с учетом условий климата Азербайджана. Наша компания представила свои томаты класса "премиум" в Европе. На данный момент мы продолжаем прямое сотрудничество с крупными российскими сетевыми супермаркетами от Калининграда до Ново-Алтайска. Экспортируем в Украину, Латвию, Эстонию, Беларусь, Катар и ОАЭ. Но с 2018 года Grow Group начала работать напрямую с крупными отечественными супермаркетами по российской схеме доставки. С прошлого года было принято решение о развитии направления по доставке продукции непосредственно на дом: два раза в неделю томат, собранный с грядки утром, может быть доставлен к столу потребителя к вечеру.

– Компания Grow Group существует уже 10 лет. Какие результаты достигнуты, и какие новшества случились за это время?



– Как я уже отметил, за 10 лет компания фактически «территориально выросла» в 18 раз. Следовательно, количество производимой продукции с 1 м² увеличилось от 15 до 50 кг, что за предыдущий сезон стало самым высоким показателем в сегменте высокотехнологичных теплиц по республике. Подобный результат наблюдался и в тепличном хозяйстве, который не входит во владение нашей компании, но томаты выращивались именно под кураторством компании Grow Group. Несколько лет назад к нам начали поступать просьбы о помощи от компаний, которые только вошли на рынок выращивания помидоров, и их производство не могло преодолеть определенные трудности в достижении необходимых результатов. Так появилось еще одно направление в деятельности Grow Group – консалтинговые услуги в сфере выращивания томатов, в том числе огурцов и баклажанов. Томаты в Азербайджане заняли лидирующую позицию, появилось достаточно много компаний, работающих именно с данной культурой. В этой области наш накопленный опыт и организационные знания стали востребованы. Компания Grow Group возводит теплицы «с нуля», при этом правильно и качественно выполняя все технические задачи. Справедливо сти ради отмечу, что подобным строительством занимаются еще несколько компаний. Потому выбор вида теплицы и подрядчика на выполнение строительных работ остается за клиентом. А вот во время данных работ специалисты компании Grow Group будут «вести» весь технологический процесс по грамотному оборудованию теплицы. Наша консалтинговая служба сможет помочь с закупом территории, для того чтобы на данном этапе учесть доступ к газовым и электрическим линиям, при этом заранее сократив расходы на подвод коммуникаций. Тем самым мы организовываем их бесперебойное обеспечение газом, электричеством, водой. Мы консультируем в вопросах выбора земельного участка, наиболее подходящего под тепличное хозяйство. Рекомендуем проверенных поставщиков сырья, самого сырья, семян, рассады. По желанию, консалтинговая служба Grow Group помогает наладить реализацию готовой продукции. Эти многопрофильные задачи решает наша команда из 15 специалистов и агрономов, которые внимательно отслеживают выполнение основной задачи – выращивание правильной, качественной, вкусной продукции для дальнейшей беспрепятственной реализации. Таким образом, мы работаем и на развитие местного рынка, что, в свою очередь, положительно отражается на экономике республики. На данный момент у нас в арсенале завершённые проекты в Катаре, Дагестане. Хотелось бы попробовать свои консалтинговые услуги в России и ОАЭ. Задачи, стоящие перед компанией Grow Group, – это увеличение возможностей, а также намерение идти в ногу с технологическим прогрессом и ни при каких обстоятельствах не терять качество своей деятельности.

Татьяна ИВАНОВА





GROW GROUP
AZERBAIJAN



Мы представители КАЧЕСТВА



+994 12 490 06 50
+994 55 450 00 50

Азербайджан, Баку, AZ1025,
А.Исмаилов ул.35
www.growgroup.az



Müsaibimiz "Gədəbəy Mineral Suları" MMC-nin fabrik müdiri Nadir İbrahimov bizə istehsal etdikləri məhsullar barədə daha geniş məlumat verir.



TƏBİİ MİNİERALLI BULAQDAN – SÜFRƏNİZƏ

Qafqaz dağlarının sərin bulaq suyunu dadmaq üçün həmin ərəzilərə getməyimizə ehtiyac yoxdur. Çünki biz artıq onları istədiyimiz yerdə və istədiyimiz zaman içə bilirik. Artıq 17 ildir ki, "Gədəbəy Mineral Suları" Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyəti (MMC) istehsal etdiyi "Gədəbəy" və "Slavyanka-1" suları sayəsində dağlarda olmasaq belə, dağlardan axıb gələn sərin suyu içərək onun ləzzətini hiss edirik. Bu suların gözəlliyi yalnız onun dadında deyil, həm də müalicəvi təsirindədir.

– "Gədəbəy Mineral Suları" MMC-nin istehsal etdiyi sular öz mənbəyini haradan götürür? Niyə görə istehsal mənbəyi olaraq, ancaq bu yer seçilib?

– Gədəbəy rayonu yalnız tarixi və qədim abidələri ilə deyil, həm də gözəl iqlimi, səfalı bulaqları ilə məşhurdur. "Gədəbəy Mineral Suları"nın istehsal etdiyi suların mənbəyi də Gədəbəyin dağlarındakı bulaqlardır. Fabrik istehsala başlamamışdan əvvəl Gədəbəydə bir necə yerdən su götürərək onun tərkibini yoxladıq. Ən gözəl suları Slavyanka kəndində tapdıqımıza görə 2004-cü ildən "Gədəbəy Mineral Suları" MMC tərəfindən "Gədəbəy" və "Slavyanka – 1" markaları ilə su istehsalına başladıq. Suyu olan tələbatı nəzərə alaraq, 2010-cu ildə fabrik qurduq. Dünya standartlarına uyğun yeni texnologiyalarla təchiz olunmuş fabriki də elə bulaqların mənbəyinə yaxın hissədə, yəni Slavyanka kəndinə qonşu olan Zəhmət kəndində tikdik. 2014-cü ildən isə limonad fabriki fəaliyyətə başlayıb. Fabrik elə yerdə tikilib ki, bulağın suyunun daşınmasına ehtiyac olmasın. Bulaq suyu mənbəyindən necə çıxırsa, o formada da qidaya yararlı borularla fabriyə gəlir. Fabriklə ən uzaq bulaq mənbəyimiz arasındakı məsafə təqribən 2 km-ə yaxındır.

– İl ərzində zavod tərəfindən nə qədər məhsul istehsal edilir? Zavod öz istehsal gücünü artırmağı planlaşdırırmı?

– Zavodda il ərzində istehsal edilən məhsulun həcmi tələbatdan asılı olur. İl ərzində 60-70 milyon litr su istehsal edirik. Ancaq pandemiya ilə əlaqədar istehsalın həcmi bir az enib. Pandemiya olmasa, biz illik istehsal gücünü 100-120 milyon litrə çatdırmaqla bilərik. Zavodun istehsal gücünün artırılması ilə bağlı planlarımız var. Fabrikin su bölümündə istehsal gücünün artırılması üçün artıq Türkiyə və İtaliyadan yeni avadanlıqlar sifariş etmişik.

– Su istehsalı üçün istifadə edilən bulağın imkanları yetərli qədər məhsul istehsal etməyə imkan verir? Yeni bulaqlardan istifadə etmək nəzərdə tutulur?

– Hazırda bizim fabriyə bir saatda 40-45 min litr bulaq suyu gəlir. Ancaq fabriyə daxil olan suyun həcmi ilin fəslindən asılı olaraq, dəyişə bilər. Yay aylarında havalar isti olduğuna görə daxil olan suyun həcmi azala bilər. Lakin bu, yenə də bizim mövcud istehsalımızı ödəyəcək qədərdir. Həmin bu su ehtiyatı hesabına mövcud istehsalımızı 2 qat artırmaqla bilərik. Lakin həc-



mimizi daha çox artırısaq, yeni bulaqları da istehsala cəlb etmək olar. Çünki Gədəbəydə bulaq suları çoxdur.

– Zavodun sularının tərkibi digər sulardan nə ilə fərqlənir və o, hansı standartlara cavab verir? Bu suların təhlükəsizliyi təsdiq edilib?

– Suyun keyfiyyətini müəyyən edən bir neçə parametr var. Onlardan ən vacibi suyun turşu-qələvi balansı, yəni PH-dır. Su nə qədər qələviliyə meyillidirsə, Ph göstəricisi 7-dən yuxarıdır, o su keyfiyyətli sayılır. Digər tərəfdən, suyun elektrik keçiriciliyi də az olmalıdır. Çünki insan orqanizminin 75 faizi, insan beyninin isə 93 faizi sudan ibarətdir. Ona görə də suda minerallar nə qədər az olarsa, orqanizm mineralları lazımı qədər almaya bilər. Ancaq suyun tərkibində mineralın çox olması da ziyanlıdır. Mineral nə qədər çox olarsa, o, insanın böyrəyində, ödündə çöküntülər yaradaraq daşların əmələ gəlməsinə səbəb olur. Standartlara görə, suların tərkibində minerallıq göstəricisi 170-180 mikrosimens arasında dəyişir, Gədəbəy sularının tərkibində metasilikat turşusu var ki, bu da öd daşlarının, böyrək daşlarının əriməsinə kömək edir.

“Gədəbəy Mineral Suları” MMC-də bütün istehsal prosesi ISO standartlarına-keyfiyyəti idarəetmə sisteminin tələblərinə



tam uyğun şəkildə təşkil edilib. Buna görə Türkiyənin “Türk Standartları Enstitüsü” sertifikatlaşdırma təşkilatı tərəfindən müəssisəmizin sularının ISO 14001-2004; ISO 22000-2005; ISO 9001-2008 standartlarına uyğunluğu təsdiq olunaraq sertifikatlaşdırılıb. Hər il ISO təşkilatı tərəfindən zavodda yoxlama aparılır və onun əsasında sertifikatımız hər il yenilənir.

– Sular hansı ölkələrə ixrac edilir? İxrac potensialının artırılması üçün hansı işlər görülür?

– Sularımızı 2012-ci ildən Rusiyaya ixrac olunur. 2016-cı ildən isə Bəhreyn Krallığına və Belarusa ixrac edilir. İxracın həcmi artırmaq istəyirik. Bunun üçün dövlətin də bizə böyük dəstəyi var. Ancaq biz işlədiyimiz xammalların hamısını xaricdən gətirdiyimiz üçün məhsulun maya dəyəri bizə yüksək başa gəlir. Qiymət bu səbəbdən baha olduğuna görə biz xarici bazarda Türkiyə, Avropa suları ilə rəqabətə girə bilmirik. Maya dəyərimizin aşağı düşməsi üçün çalışırıq ki, biz də xaricdə həmin sularla rəqabətə girə bilək.

– Limonad fabriki tərəfindən il ərzində nə qədər limonad istehsal edilir və istehsal olunan limonadların çeşidinin artırılması nəzərdə tutulur?

– 4 il əvvəl tikdiyimiz limonad fabrikinin açılışında Prezident İlham Əliyev də iştirak etmişdi. Pandemiya dövründən əvvəl istehsal gücümüz fərqli idi. Hazırda il ərzində orta hesabla 9 milyon yarım litrə qədər limonad istehsal edə bilirik. Amma fabrikin gücü il ərzində 20 milyon litrədək limonad istehsal etməyə imkan verir. Hazırda fabrikdə 5 çeşiddə limonad buraxılır. Lakin biz bunlardan əlavə, daha iki çeşiddə limonad buraxmaq barədə düşünürük. Gədəbəyin özəl məhsullarından – itburnu və qızılgüldən limonad hazırlayaraq bazara çıxarmaq istəyirik.

– Azad edilmiş ərazilərimizə investisiya yatırmaq barədə düşünürsünüzmü?

– Qarabağda Azərbaycanın böyük su ehtiyatı var. Burada sular da tərkibcə çox gözəldir. MMC-nin 17 yaşı var və bu illər ərzində böyük təcrübə toplayıb. Su istehsalı üzrə təcrübəmiz çox olduğuna görə biz də dövlətin icazə verdiyi vaxtda bu sahəyə investisiya qoymaq istəyirik. Bizim hədəfimiz həmin sahəyə sərmayə yatıraraq orada bir su fabrikinin tikilməsidir. Əminəm ki, həmin sular həm Azərbaycanda, həm də xaricdə çox gözəl satıla bilər. Çünki ermənilərin Kəlbəcərlə sərhəd ərazisində çıxan suyun yarım litri İsraildə 4 dollara satılır. Ermənilər Kəlbəcər, Laçın və Şuşanın sularını xaricdə aparıb satırdılar.

ЖЕСТКАЯ ПРАВДА О «ЛЕГКОЙ» ВОДЕ

AQUAVITA

Международные правила запрещают изменять первоначальные природные свойства воды. В Азербайджане из-за отсутствия большого опыта в использовании деминерализованной воды еще не приняты соответствующие нормативные акты, защищающие потребителя от такой воды. А вот в мировой практике производитель, использующий обработку воды методом обратного осмоса, должен в обязательном порядке указывать на этикетке обозначение «С очень низким содержанием солей до 50 мг/л» или «Получена методом обратного осмоса». К сожалению, наш потребитель не имеет возможности осознанно сделать выбор, ориентируясь на надпись на этикетке. Международные стандарты предполагают, что натуральная минеральная вода добывается из естественного источника, поступает лишь из официально зарегистрированного источника, добывается только официально признанным методом и при этом сохраняет природную чистоту. Международные правила запрещают использование любых методов, которые могут изменить первоначальные природные свойства воды. Необходимо помнить, что мировые лидеры водного мира, такие как Evian, Vittel, Perrier и другие, которые принадлежат к дорогому сегменту и являются во всем мире наиболее предпочитаемыми для употребления, богаты содержанием кальция и магния. К счастью, нам также есть чем похвастаться, так как у нас есть своя азербайджанская природная вода, близкая к «мировым звездам» водной индустрии в сравнении по всем основным химическим показателям, – это Aquavita! Типичный минеральный состав Aquavita (в мг/л): кальций – 46, магний – 28, натрий – 59, калий – 3, гидрокарбонаты – 281, сульфаты – 104, минерализация – 0,543 г/л, общая жесткость – 4,6 мг экв/л. Воду подобной минерализации можно смело употреблять из расчета 30 мг на 1 кг массы тела, не боясь недостаточности или избыточности тех или иных минералов.

Умягченная, или другими словами деминерализованная (дистиллированная), вода – это вода, очищенная от растворенных в ней минеральных солей, органических веществ и других примесей. В дистиллированной воде в ничтожном объеме содержатся необходимые организму человека соли и иные химические соединения.

Качество воды – качество жизни!

Природная вода Aquavita добывается с глубины около 400 метров из артезианской скважины, расположенной в 200 км от Баку, в экологически чистом лесном массиве села Сусайгышлак Хачмазского района Азербайджана, где она надежно защищена от биологического и химического загрязнения окружающей среды. Вода проходит через пласты древнейших горных пород, слабо минерализуется, обретая дополнительные полезные свойства. На завод она доставляется в специальных автоцистернах, обеспечивающих сохранение естественного минерального состава, которыми ее наградила природа. Перед самым розливом вода проходит фильтрацию без изменения состава на фильтрах грубой и тонкой очистки с целью удаления взвешенных твердых частиц и обеззараживается УФ-лучами. Уникальность воды Aquavita в том, что природа сама создала безупречно чистую, идеально сбалансированную минеральными веществами и мягким вкусом воду. Ее считают физиологически полноценной, так как в ней содержатся необходимые для организма макро- и микроэлементы. Безупречная чистота, уникальный баланс минеральных веществ и мягкий вкус воды Aquavita помогают нашему организму получить необходимые для него вещества и быть всегда в тонусе.

Компания «ТАДЖ» является первой компанией в Азербайджане, созданной для снабжения населения качественной питьевой водой. «Качество воды – качество жизни!» – основной девиз компании, которого она придерживается на протяжении долгих лет и чем обуславливается успех и авторитет на отечественном рынке. Международные сертификаты ISO 9001:2008, ISO 22000:2005 свидетельствуют не только о высоком качестве, но и о безопасности выпускаемой компанией «ТАДЖ» продукции.



Лучшее, что есть в воде.



СТАБИЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ГАРАНТ БУДУЩЕГО



Намиг Гаджиев

Руководитель компании Yağmur-2

Карабахская земля всегда славилась плодородной и богатой почвой, цветущими садами и щедрыми виноградниками. Освобождение оккупированных территорий дало новый импульс развитию сельского хозяйства на этой земле и выращиванию различных культур с помощью современных сельскохозяйственных технологий.

За годы оккупации армянами были разрушены до основания не только сотни населенных пунктов Азербайджана. Земли, леса и водные ресурсы были подвергнуты экологическому террору, не говоря о тотальном заминировании этих территорий.

На сегодняшний день правительство Азербайджана в координации с международными структурами проводит оценку ущерба от армянской оккупации и начало активного процесса восстановления освобожденных районов с учетом исторических традиций региона.

Планом действий по развитию сельского хозяйства на освобожденных от оккупации территориях Азербайджана предусмотрено приведение этих земель в пригодное состояние, их восстановление, а затем установление там систем мелиорации.

Как известно из мирового аграрного опыта, эффективное земледелие невозможно без применения современных оросительных систем. Орошение, осуществляемое с помощью новейших смарт-технологий, позволяет преобразовать сельскохозяйственное производство в стабильный и надежный бизнес, не зависящий от капризов погоды.

Правильное орошение – это фактор №1 для получения изобильного урожая. Иригационные системы бережно используют водные ресурсы и в то же время увеличивают эффективность полива. Автоматический полив обеспечивает мягкий режим орошения, когда вода целенаправленно попадает в необходимое место. Растение при этом получает дозированное количество влаги. Приведем один простой пример, чтобы было ясно, к чему может привести экономия на современных системах полива. Дерево, которое требует определенного количества воды в сутки, через 2-3 года будет требовать ее в разы больше. Системы орошения полей обеспечивают оптимальный режим полива, питания и воздухообмена для почвы, а вот неправильное орошение делает почву непригодной для дальнейшего использования. Современные системы орошения позволяют экономить водные ресурсы без лишней утечки воды, и при использовании качественных материалов эти системы служат очень долго.

В связи с этим обратим внимание на размер частных инвестиций в агропромышленном комплексе Азербайджана, которые на данный момент невелики. Это связано с тем, что инвесторы еще не полностью осознают важности оросительных систем в сельском хозяйстве. Хотя автоматизированные системы орошения представляют собой основу эффективного сельскохозяйственного производства, и это неоспоримый факт.

Конечно, государство выделяет большие средства на покупку техники, на стимулирование развития сельского хозяйства, но нужно отметить и то, что частные инвестиции также немаловажны. Частный сектор должен в первую очередь быть заинтересован в развитии данного сегмента, тем более правительство оказывает большую поддержку в последние годы и создает благоприятные условия для работы.

На освобожденных территориях реконструкция региона тоже будет проводиться как за счет государственных инвестиций, так и благодаря привлечению частных средств. Для инвесторов будут созданы привлекательные условия. В 2021 году правительство Азербайджана намерено потратить на восстановление региона около \$1,5 млрд в виде государственных инвестиций.

В целом инвестиции в сельское хозяйство способны решить ряд ключевых задач для развития экономики как на освобожденных территориях, так и в остальных регионах страны. Во-первых, вложения в сельское хозяйство означают поддержку и стимулирование общего экономического роста. Во-вторых, это напрямую обеспечивает экологическую и продовольственную безопасность, а развитие этой сферы в долгосрочной перспективе снижает уровень бедности в стране. Кроме того, регулярные инвестиции в данный сектор экономики способствуют развитию инновационных технологий.

Отметим также, что в нынешнее время очень важно, чтобы выделяемые на развитие сельского хозяйства средства направлялись именно на локальных производителей, так как это будет еще более стимулировать местное производство и создавать условия для усовершенствования выпускаемой ими продукции.

Таким образом, для развития современного высокоэффективного сельского хозяйства как в Карабахе, так и в других регионах Азербайджана, необходимы стабильные инвестиции, направленные на применение инновационных смарт-технологий как в орошении земель, так и в сеянии, выращивании, сборе различных культур.



- › **MEXANİKİ SUVARMA**
- › **AVTOMATİK SUVARMA**
- › **YAĞMURLAMA**
- › **DAMCILI SUVARMA**
- › **SÜNİ GÖLLƏRİN YARADILMASI**

AK. HƏSƏN ƏLİYEV KÜÇ. 129A, BAKI, AZ1110, AZƏRBAYCAN

+994 50 222 92 52
+994 12 465 94 27

✉ yagmur2@yandex.ru
🌐 www.yagmur2.com
📘 rainmig
📷 avtomatiksuvarma



Əla növ
Qoyun ətinəndən
SERVELAT
Yalnız buca vəm ləvni kəlləndən



25 il sizinlə...





XARİCİ TƏRƏFDAŞLARIMIZ BU İŞDƏ MARAQLIDIR

Hazırda ölkədə inkişafına dövlət tərəfindən böyük dəstək verilən sahələrdən biri də kənd təsərrüfatıdır. Müasir texnikadan istifadə isə bu inkişafın sürətlənməsinə təkan verir. “Aqrofun” MMC-nin təqdim etdiyi aqrotexnika vasitələri ilə torpağın gübrələnməsi, becərilməsi, toxumun səpinə hazırlanması, səpin və əkin, əkinlərə qulluq, kənd təsərrüfatı bitkilərinin xəstəlik və ziyanvericilər ilə mübarizə, məhsul yığımı, həmçinin torpaq səthinin hamarlanması, suvarması və s. prosesləri yerinə yetirilir. Şirkətin direktoru Fərhad Məhərrəmov ilə müsahibəni təqdim edirik.

– “Aqrofun” MMC olaraq neçə ildir kənd təsərrüfatı texnikasının çatdırılması ilə məşğul olursunuz və fəaliyyət üçün niyə məhz bu sahəni seçdiyinizi bilmək maraqlı olardı.

– Şirkət olaraq 2015-ci ildən aktiv fəaliyyət göstəririk. Əslində təhsil sahəm tam fərqlidir. Hüququ bitirməyimə baxmayaraq, kənd təsərrüfatına, daha doğrusu bağ və bağçılıq işinə həmişə marağım olub. 2015-ci ildə daha öncə çalışdığım şirkətdə işimə son verdim. İşdən ayrıldıqdan dərhal sonra bu sahə ilə məşğul olmaq qərarını verdim. 2017-ci ilə qədər bu sahənin incəliklərini öyrəndim və “Aqrofun” olaraq bu yolda addımlar atmağa başladım. Fərqli fəaliyyət sahəsinə keçidə baxmayaraq həvəsim olduğu üçün heç bir adaptasiya çətinliyi yaşamadım. Əksinə hüquqi təcrübəm mənə, istər əməkdaşlarla, istər şirkəti təmsil edərək tərəfdaşlarla münasibətdə çox kömək edir.

– Kənd təsərrüfatı hazırda ölkədə dinamik inkişaf edən sahələrdən biridir. Həm iş şəraitinin, həm də məhsuldarlığın səviyyəsini yüksəltmək üçün isə sahibkarların müasir texnikadan istifadəsi mütləqdir. Təqdim etdiyiniz texnika növləri barədə danışardınız.

– Biz işə bağçılıq texnikası ilə başladım. Ümumiyyətlə təqdim etdiyimiz texnikanın əksəriyyəti bağçılıq sahəsi ilə bağlıdır. Təsərrüfatda isə aqrotexnika çox geniş çeşidlərə malikdir. Müxtəlif növ, ölçü və markalı texnikalar mövcuddur. Bəzən sahibkarlar sırf ölçüsü uyğun olduğu üçün istifadəyə yararlı sayılan texnikalara üstünlük verirdilər. Amma məhz bağ traktoru növü texnika var. Bu traktorun ölkəyə gətirilməsi üçün şirkət olaraq Hindistana səfər etmişik. Baş ofisi həmin ölkədə yerləşən və dünyaca məşhur “Mahindra Rise” şirkətinin Azərbaycanda rəsmi distributoruq. Bu şirkət qeyd edim ki, sırf bağ traktorlarının istehsalı ilə məşğuldur. Həmin traktorların “ArmaTrac” növünün çatdırılmasını yerinə yetiririk. Yeni texnologiya ilə istehsal edilir və model olaraq 2019-cu ilin istehsalıdır. Bu texnika sahibkarlar üçün çox əlverişlidir. Bundan başqa Çinin dövlət zavodu olan “YTO International” ilə əməkdaşlıq edirik. Bu şirkətin istehsalı olan traktorlara gəldikdə isə artıq 1000-dən artıq texnika fermerlərin istifadəsinə verilib. Türkiyənin “Agrional”, “Karataş tarımcılık” və “ArmaTrac” şirkəti ilə əməkdaşlığımızı da vurğulamaq istərdim. Fəaliyyət müddətimiz qısa da olsa, ilkin olaraq qarşımıza qoyduğumuz məqsədin 20%-nə nail olmuşuq. Bundan sonrakı məqsədimiz, kənd təsərrüfatının digər sahəsində özümüzü sınamaqdır.



– Sırr deyilsə hansı?

– Xeyr, sırr deyil. Gübrə sahəsində işə başlamaq istəyirik. Laboratoriyaların qurulması üzrə danışıqlar gedir. Torpaqların mövcud vəziyyətini təhlil edərək, məhsuldarlığı artırmaq üçün atılacaq addımları müəyyənləşdirəcək laboratoriyaların qurulması planlaşdırılır.

– Şirkət bu texnikanı sahibkarlara hansı şərtlər altında təqdim edir?

– Dövlətimiz tərəfindən kənd təsərrüfatının inkişafına böyük dəstək verilir, ayrılan subsidiyalar bunun əyani sübutudur. Satdığımız texnikaları əldə etmək üçün fermer və sahibkarlarımız bu subsidiyalardan yararlanırlar. Sistem olaraq isə bir texnikanın bəyannamə dəyərinin 40%-ni dövlət güzəşt edir. Digər 40%-i dövlət tərəfindən faizsiz kredit şəklində təqdim edilir, sahibkar faktiki olaraq ümumi dəyərin 20%-ni ödəyərək texnika əldə edir. Bu isə kənd təsərrüfatının inkişafına böyük təkan verir.

– Texnika sahibkara çatdırıldıqdan sonra, göstərdiyiniz başqa bir xidmət varmı? (təmir, mütəmadi texniki dəstək və s)

– Mütləq şəkildə, bunun üçün şirkətimizin nəzdində servis fəaliyyət göstərir. Bildiyiniz kimi dövlətimizin subsidiyaların lizinqlə verilməsi zamanı qoyduğu şərtlərdən biri də zəmanətdir. Zəmanət verildikdə isə təchizatçı şirkətlərin servisinin olması labüddür. Bizim də şirkətin həm mobil, həm şəhərin mərkəzində ofis olaraq fəaliyyət göstərən servisimiz satışdan sonra fermerlərə öz xidmət və dəstəyini göstərir.

– Fəaliyyət coğrafiyanız nə qədər genişdir, ölkənin əsasən hansı regionlarından olan sahibkarlar ilə əməkdaşlıq edirsiniz?

– İlk olaraq Bakıdan başlamışdıq. Bugün artıq Quba, Şəmkir, Göyçay və Masallıda sırf mağaza və şirkət olaraq fəaliyyət



göstəririk. Hal-hazırda isə Şəmkirdə tələbat daha böyük olduğu üçün artıq ikinci mərkəzin açılışına hazırlaşırıq.

– Artıq hər bir şirkət qısa və uzunmüddətli planlar və perspektivlər siyahısına azad olunmuş ərazilərdə aparılacaq işləri də daxil edir. "Aqrofun" MMC olaraq bu ərazilərdə kənd təsərrüfatının inkişafı üçün nə kimi planlarınız var?

– Qeyd etdiyim kimi xarici tərəfdaşlarımız var. Onların bu işlərdə marağı böyükdür. Çalışacağıq ki, xarici tərəfdaşlarımızı bu ərazilərə sərmayə yatırılması üçün cəlb edək. Amma təbii ki, özümüzün də o ərazilərdə fəaliyyət göstərmək arzumuz böyükdür.

Səbinə SƏMİDXAN

AZƏRBAYCAN VƏ TÜRKİYƏ: SAĞLAMLIQ TURİZMİN POTENSİALI

Şirkətin rəhbəri Efe Emir Demirel
"Azər-Türk Medikal Turizm" şirkətinin
fəaliyyəti ilə bağlı suallarımızı cavablandırır.



Son illərdə Azərbaycandan Türkiyəyə müalicə almaq üçün gedən xəstələrin sayı getdikcə artır. Qonşu ölkəyə üz tutan xəstələr bir çox hallarda ya məlumatsızlıq səbəbindən düzgün həkimə müraciət etmirlər, ya əvvəlcədən randevu (görüş təyin etmək) almadıqları üçün həkimlə görüşə bilmirlər, ya da maliyyə sıxıntısı səbəbindən müalicə üçün tələb olunan prosedurları tamamlaya bilmirlər. Sözsüz ki, bütün bunlar vaxt itkisinə səbəb olmaqla yanaşı, xəstəliyin daha da inkişaf etməsinə gətirib çıxarır. Tibbi turizm üzrə fəaliyyətə başlayan "Azər-Türk Medikal Turizm" şirkəti bir çox fərqli üstünlükləri ilə artıq Türkiyəyə müalicəyə getmək istəyən Azərbaycan vətəndaşlarına yardım edəcək.

– Şirkətin yaranma zərurəti nə ilə bağlıdır?

– 2018-ci ildə tibbi turizm çərçivəsində Türkiyəyə 551 748 nəfər, 2019-cu ildə 662 087 nəfər, 2020-ci ilin ilk 3 ayında 143 266 nəfər xəstə gəlib. İl ərzində Türkiyəyə tibbi turizm xidməti almaq üçün müraciət edən ilk üç ölkə Azərbaycan, İraq və Almaniyə olub. Azərbaycandan gedən xəstələrin sayı ümumilikdə Türkiyəyə xaricdən gedən xəstələrin 18-20 faizini təşkil edir. Bu, o deməkdir ki, hər il Azərbaycandan Türkiyəyə 150-160 min xəstə müalicə olunmaq üçün gedir. "Azər-Türk Medikal Turizm" şirkətini də belə xəstələrə yardım etmək üçün yaratdıq. Şirkət iki ildir ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərir. Sadəcə, ötən müddət ərzində şirkətin fəaliyyəti aktiv olmayıb, daha çox koordinasiya işlərinin təşkili proqramları üzərində çalışmışıq. May ayından artıq xəstələrin transferlərinə başlayırıq. İndiyədək edilən müraciətlərdən görürük ki, xidmətlərimizə inanılmaz dərəcədə tələbat var.

– "Azər-Türk Medikal Turizm" in göstərəcəyi xidmətlərin fərqliliyi nədə olacaq?

– Türkiyədə dövlət səviyyəsində beynəlxalq tibbi turizm xidmətlərinin göstərilməsi üçün bir şirkət – USHAS yaradılıb. Türkiyə Səhiyyə Nazirliyinin dəstəyi ilə fəaliyyət göstərən USHAS-ın artıq Azərbaycan, İngiltərə, Almaniyə, Bolqarıstan, Rusiya, Ukrayna və s. daxil olmaqla, ümumilikdə 32 ölkədə nümayəndəliyi var. Azərbaycanda nümayəndəlik olaraq, bu işi biz həyata keçirəcəyik. Artıq Türkiyənin tibbi sığortası olmayan vətəndaşı tibbi xidmətə görə necə pul ödəyirsə, "Azər-Türk Medikal Turizm" şirkətinin xətti ilə bu ölkəyə gedəcək Azərbaycan vətəndaşı da xidmət haqqını elə ödəyəcək. Əvvəl bu sistem yox idi. Azərbaycandan gedən xəstələrin dövlət xəstəxanalarında müalicə olunmaq imkanları yoxdur. Bu xəstələr üçün sığorta sistemi keçərli olmadığından onlar özəl xəstəxanalara gedirlər. Əsas məqsədimiz xidmətləri dövlət xəstəxanalarının imkanları ilə özəl sektor keyfiyyətində təşkil etməkdir. Yəni xidmətin keyfiyyəti özəl, qiymətləri isə dövlət xəstəxanalarındakı kimi olsun.

– Şirkətə müraciət edən xəstə tibbi xidmətləri nə qədər endirimlə ala biləcək?

– Bizim özəl sektorla qiymət fərquyümüz təxminən 40 faizdir, yəni xəstələr 40 faiz daha aşağı qiymətə müalicə oluna biləcəklər. Məsələn, 10 min dollara olan əməliyyatı biz təxminən



5000-6000 dollara edə bilərik. Biz xəstəni pul gətirən müştəri kimi görmürük, onu xəstə kimi görürük- bu, bizim ən böyük məqsədimizdir.

– Xəstə “Azər-Türk Medikal Turizm” vasitəsilə hansı xidmətləri ala biləcək?

– Xəstə üçün beynəlxalq uçuş yardımı, hotel, xəstəxana nəqliyyatının təşkili, maliyyə prosedurları, tibbi hesabatlar, tibbi randevuların təşkili və s. kimi xidmətlər göstəriləcək. Xəstənin getmə günü, qarşılınması, nə zaman əməliyyat olunacağı, orada gözləmə müddətinin nə qədər olacağı, xəstənin yaxınının belə harada qalacağı - bütün bunları biz həll edəcəyik. Bizim təcili hallar üçün təyyarə ambulans xidmətimiz də var. Başqa sözlə, xəstə getdiyi zaman orada həkimlə qiymətlə bağlı danışmayacaq.

– Bəzən müayinə və müalicə üçün gözlənilən xərclər planlaşdırıldığından daha çox olur. Bu halda xəstənin maliyyə sıxıntısı olarsa, ona bunun həlli üçün yardım edəcəksiniz?

– Bəli. İnsan həkimə getdiyi zaman onda fərqli bir xəstəlik ortaya çıxa və bunun üçün fərqli bir əməliyyatın, müalicənin edilməsi lazım ola bilər. Özəl klinikalar bu halda deyirlər ki, pulunuzu ödəyin, sonra xidmət göstərək. Amma bizim sistemdə belə məsələ yoxdur. Biz xəstə ilə danışırıq ki, əgər növbəti prosedurları etmək istəyirsinizsə, problem deyil, edin. Xəstənin müalicəsinin yarımçıq qalmaması üçün xəstəxanalara “nə lazımdırsa, edin, biz ona təminat veririk” deməklə dövlətin verdiyi səlahiyyət çərçivəsində xəstənin arxasında dayanırıq. Xəstə müalicəsini alıb Azərbaycana gəldikdən sonra da onun vəziyyətinin necə olması barədə periodik olaraq, həkimə məlumat verəcəyik. Yaxud xəstənin şikayətləri olduğu zaman onu koordinasiya edəcəyik.

– Xəstə Türkiyəyə getdiyi zaman orada ödənişlər həyata keçirməyəcək?

– Xeyr. Biz müalicə məsrəflərinin qarşılınması üçün ödəmə məsələsini Azərbaycanda edə bilərik. Bunu qanuni şəkildə edirik. Bununla həm xəstənin psixologiyasını pozmadan onun daha rahat, maddi sıxıntı yaşamadan keyfiyyətli müalicə almasını təmin edirik, həm də bunu etdiyimiz zaman həmin pullar Azərbaycan daxilində qalır, görülən iş müqabilində ona görə dövlətə vergi ödəyirik.

– Siz xəstələrin müalicəsinin effektivliyinə təminat verəcəksiniz?

– Təbii. Çünki biz xəstənin vəziyyətini araşdırdıqdan sonra onu Türkiyəyə göndərəcəyik. Xəstənin riskli durumları olduqda biz ona bunu da izah edəcəyik. Xəstənin əməliyyat edilməsi-

nin heç bir faydası yoxdursa, biz ona “gəl, səni göndərim, Allah böyükdür, görək necə olar” deyərək göndərə bilmərik. Lazımı müayinələri aparmadan, diaqnozu qoymadan, ediləcək müalicənin və əməliyyatın nə olduğunu bilmədən xəstəyə heç bir halda “sizi əməliyyat edəcəyik” demirik. Bununla bağlı qərarları məsləhətləşmələr əsasında həkimlər verirlər.

– Xəstələr müalicə üçün getdikləri xəstəxanaları, şəhərləri özləri seçəcəklər?

– Biz bunları xəstələrlə müzakirə edəcəyik. Amma bu məsələlərin həlli yalnız xəstə ilə müzakirə etməklə bitmir. Bəzən görürsən ki, bir xəstə “İstanbulda bir həkim var, ora getmək istəyirəm” deyir. O, bunu kimdənsə eşidib və təəssüf ki, araşdırmayıb. Bu səbəbdən sonradan şikayətlər yaranır. Buna görə də doğru xəstəxanaya və doğru həkimə getmək lazımdır. Biz onu ən yaxşı və ən ekonomik xəstəxanaya yönəltməyə çalışacağıq. Hazırda 630-a yaxın xəstəxana ilə anlaşmamız var. Bunların sırasında dövlət, şəhər, universitet xəstəxanaları var. Bizim əsas işimiz sadəcə pulu almaq və xəstəni Türkiyəyə göndərmək deyil. İstəyimiz odur ki, xəstə həqiqətən müalicə oluna biləcək həkimlərə yönəldilsin və onun müalicəsi effektiv olsun, bunun üçün təminat alaqsın. Ancaq hansı özəl klinika xəstəyə təminat verir? Heç biri, onlar yalnız maddiyyatı düşünür.

Aylin QİSMƏTLİ



📍 Bakı, Azərbaycan
Mikayil Rəfilı küç. , 27

☎️ +994 12 440 10 30
+994 55 444 56 56

🌐 www.azerturkmedikalaturizm.az
info@azerturkmedikalaturizm.az

📷 📺 [azerturkmedikalaturizm](https://www.instagram.com/azerturkmedikalaturizm)

KAPİTAL BANK SAHİBKARLAR ÜÇÜN YENİ KONSEPSİYALI “KOB MƏRKƏZİ” FİLİALINI İSTİFADƏYƏ VERDİ

Ölkə bankları arasında ən böyük filial şəbəkəsinə malik Kapital Bank Azərbaycanda ilk dəfə olaraq kiçik və orta sahibkarlar üçün yeni konseptualı, “KOB Mərkəzi” filialını istifadəyə verdi. Bakı şəhəri, Nərimanov rayonu, Həsən Əliyev küçəsi 143 (Əhməd Rəcəbli küçəsi ilə kəsişmədə) ünvanında yerləşən yeni filial əsasən sahibkarlar üçün nəzərdə tutulub, onlara daha keyfiyyətli və rahat xidmət göstərmək üçün bütün zəruri şəraiti malikdir.



Kiçik və orta sahibkarlara bütün növ bank xidmətlərini göstərən “KOB Mərkəzi” filialı bir sıra xüsusiyyətlərinə görə digərlərindən fərqlənir. Belə ki, bu filialda sahibkarlar bank xidmətləri üzrə məsləhətlər ala, hesablar açsın, maliyyəyə məsulları sifariş edə, şəxsi menecerlə təmin oluna, həmçinin şirkət rəhbərləri və təsisçilər fiziki şəxslər üçün nəzərdə tutulan məhsul və əməliyyatlardan bəhrələnməyə bilərlər. Bundan başqa filialda müştərilərin rahatlığı üçün xüsusi görüş otaqları da mövcuddur.

Yeni filialda həmçinin Kapital Bank-ın Mərkəz, Bakıxanov və Xətai filiallarında olduğu kimi 24 saat fəaliyyət göstərən, sayca 4-cü özünxidmət sahəsi də yaradılıb. Özünxidmət sahəsinə giriş, NFC funksiyasını dəstəkləyən, əvvəlcədən qeydiyyatdan keçirilmiş xüsusi kartlar vasitəsilə mümkündür. Xidmət sahəsində müştərilərin mədaxil və məxaric əməliyyatlarının aparılması üçün ATM və ADM avadanlıqları quraşdırılıb.

“Bildiyiniz kimi Kapital Bank kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına böyük önəm verir. Hazırda bizim bir sıra filiallarımızda sahibkarlar və hüquqi şəxslər üçün xüsusi bölmələrimiz mövcuddur. Yeni konseptualı “KOB Mərkəzi” filialımızda isə sahibkarlar daha rahat və sürətli bank xidmətlərindən yararlanmağa biləcəklər. Ümid edirəm ki, ölkədə ilk dəfə təqdim olunan yeni filialımız sahibkarların ürəyincə olacaq”, - deyərək, Kapital Bank-ın Korporativ və KOS Satış İdarəsinin Baş Direktoru Fərid Hidayətzadə bildirdi.

Qeyd edək ki, Kapital Bank-ın KOS müştəriləri üçün nəzərdə tutulan Biznes Mərkəzləri Xətai, Səbail, Nəsimi, Gənclik, Yasamal, Mərkəz, 28 May filiallarında, həmçinin Sədərək TM-də yerləşən Ticarət filialı fəaliyyət göstərir. Biznes mərkəzlərində KOS müştərilərə xüsusi xidmət bölməsi ilə yanaşı fərdi müştəri menecerləri də vardır. Onlar sahibkarlara bankın təqdim etdiyi məhsullar barədə məlumat verməklə yanaşı, kredit, zəmanət, overdraft, faktoring və digər maliyyə xidmətlərinin sifarişlərini qəbul edirlər, biznesin inkişafı üçün maliyyə məsləhətləri və bir sıra digər xidmətlər də göstərilir.



Şirkət haqqında

“ON” MMC şirkəti özəl və fərdi layihələrdə bir neçə istiqamətlərdə fəaliyyət göstərir. Əsas istiqamətlər inşaat materiallarının nağd və kreditlə satışı, tikinti işlərinin görülməsi, həmçinin kirəmit və metal dam örtüklərindən, kirəmit texnologiyalardan, fibersement və sendviç panellərdən istifadə edərək prefabrik evlərin, villaların, kotteclərin, ofis, yeməxana, yataqxana binalarının, sosial sahə mərkəzlərinin, qonaq evlərinin tikintisi və quraşdırılması, eləcə də yüksək keyfiyyətli dam örtüklərinin quraşdırılması və satışı ilə məşğul olur.

Şirkətin digər fəaliyyəti isə özəl şirkətlərə uniformaların hazırlanması və satışıdır. Şirkət hotel və restoranlar üçün müxtəlif çeşidli uniformaların hazırlanmasını və satışını həyata keçirir.

Şirkətin ən başlıca fəaliyyət istiqamətlərindən biri də ölkəmizdə fəaliyyət göstərən yerli və xarici şirkətlərlə korporativ əməkdaşlığın aparılmasıdır. Məqsəd şirkətlərin təchizat işlərində onlara dəstək olmaq, onlara vaxtında, keyfiyyətli və münasib qiymətlərlə inşaat materiallarının təmin edilməsini həyata keçirtməkdir. Məsələn, PAŞA İnşaat, BCC Group, STP, Universal, Socar, Azəriqaz, Continental, Kaspi Yıldız Məktəb, ZZ Group, URBAN, Xəzər Dəniz Gəmiçiliyi və digər şirkətlərlə əməkdaşlıq davam edir.



ya fibersement örtüklərindən istifadə edilərək 15 gün ərzində hazırlanıb müştəriyə təhvil verilir. Bu ən çox dağlıq ərazilərdə və ya bağ evlərində yaşayan müştərilərə təklif olunur. Modul tipli konteyner evlərini bir müddətdən sonra bir yerdən başqa bir yerə daşımaq mümkündür. Burada müştərinin ziyanı sifirə bərabərdir. Müştəri bir torpaq sahəsindən digər torpaq sahəsinə yaşadığı evi apara bilir.

Prefabrik evdə də bu mümkündür, amma bu halda müəyyən zaman çərçivəsində prefabrik ev yerindəcə sökülür və digər yerdə yenidən qurulur. Bu da müştəriyə əlavə xərc hesabına başa gəlir.

Bütün hallarda bu evlər həm rahat, həm təhlükəsiz, həm də az xərc tələb edir. İndi bütün dünyada insanlar məhz bu üsulla qurulan evlərə üstünlük verirlər və artıq Azərbaycanda da bu rahat, uzunömürlü və təhlükəsiz evlər get-gedə diqqət cəlb edir və populyarlaşır.

Leyla AXUNDOVA

OFİSƏ YENİ GƏLƏCƏK

Pandemiya zamanı bir çox şirkət işçilərini onlayn iş rejiminə keçirdi, sonra isə tədricən onları ofislərə qaytarmaq prosesi başladı.

Uzaqdan iş rejiminin effektiv olduğu müəyyənləşsə də bir çoxları hər gün olmasa da ofisdə işləməyə, hibrid qrafikə üstünlük verirlər.

Bunun bir neçə səbəbi var: məhsul və strategiyanın hazırlanması, çətin mövzuların müzakirəsi yalnız video konfranslarla deyil, bədən dili və mimikalarla birlikdə olduqda daha sürətli keçir. Bundan əlavə, bir çox real həyat bacarığı qeyri-rəsmi, strukturlaşdırılmamış bir mühitdə daha effektiv şəkildə öyrənilə bilər. İş sahəsinin özü həm də korporativ mədəniyyətin daşıyıcısıdır və iş yerləri, keçirilən konfranslar, nahar fasiləsi, istirahət zamanları və s. şirkətin dəyərlərini əks etdirir, işçilərin davranış və qarşılıqlı münasibətlərinə təsir göstərir.

Buna görə, pandemiya ilə ortaya çıxan yeniliklərə baxmayaraq, ofis sahəsi öz aktuallığını itirmir. Bununla birlikdə, pandemiya müasir inzibati binaların simasını dəyişdirdi və iş sahələri tezliklə sosial məsafədən iş şərtlərinə uyğun yenidən dizayn ediləcək.

Sağlam həyat üçün

Ofis mebeli dəyişdirmək istəyənlər indi artıq aşağıdakı parametrlərə diqqət yetirməlidirlər: mebellərin asan dezinfeksiya edilə bilən olması, təbiətə və insana zərər verməyən istehsal, antibakterial parçalardan istifadə, dar sahələr üçün xüsusi dizaynların hazırlanması və gigiyenani dəstəkləyən boya, örtük və s. materialların istifadəsi.

Mebel istehsalındakı bütün bu incəliklər “Zivella” şirkəti tərəfindən diqqətlə nəzərə alınır.

Bu gün ofis işçilərinin ehtiyaclarına cavab verən dizaynları həyata keçirmək şirkətin prioritetlərindən biridir. Şirkət sağlam həyatı dəstəkləyən və təcrid olunmuş mühitlər yaradan dizaynlar üzərində işləyir.

İnsan psixologiyasına təsir edən canlı rənglərin istifadəsi də diqqət mərkəzindədir. Dizaynlardakı akustik parçalarla örtülmüş panellər sayəsində fiziki təcridi təmin etməklə, səssiz bir iş mühiti təmin edilir. Eyni zamanda, fərdi iş, komanda işi və ya qısa və sakit fasilələr üçün fərqli yerləşdirmə variantları ilə bir çox ehtiyacları qarşılayır. Bundan əlavə, yeni dövrdə tətbiq edilən dizayn görmə zənginliyi ilə rahat bir imtiyaz təqdim edərkən, izdiham içərisində kiçik və konsentrasiyalı sahələr yaratmağa imkan verir.

Pandemiyadan əvvəl daha böyük ərazilərə və böyük dizaynlara üstünlük verildisə, indi kiçik kvadrat metrlərdə funksional istifadə təmin edən modul dizaynlara üstünlük verilir. Bundan əlavə, insan psixologiyasına pandemiya mənfi təsir göstərdiyindən ofis mebeli dizaynında boz rəngləri daha canlı rənglər əvəz edir. Əlbəttə ki, indi sağlamlığa zərər verməyəcək məhsulların istifadəsinə “Zivella” şirkəti çox diqqət yetirir.

Çox vaxt sərf etdiyimiz ofislərin dizaynı işçilərin sağlamlığına, fəaliyyətinə və məhsuldarlığına böyük təsir göstərir.



Məsələn, təmiz hava, işıq, yaşıl bitkilərin yanında canlı rənglərə sahib olan ofis mebeli. Bu tərz dizaynlar işçiləri sağlam və enerjili edir. Erqonomikalı və funksional ofis mebeli dizaynları işçilərin məhsuldar olmasını dəstəkləyir. Təcridi təmin edən ofis mebeli ilə dizayn edilmiş ofislər işçilərin diqqətlərini yayındırmamalarına imkan verir. Texnologiya daşıyan modul ofis mebelləri və ya puflar kimi mobil dizaynlar, orta iş sahələrinin yaradılmasına dəstək verməklə işçilərin məhsuldarlığını dəstəkləyir. Kürəyə və boyuna dəstək olan stulların, ayaqüstə dayanan masaların istifadəsi işçinin sağlamlığını dəstəkləyən dizaynlardır. Boyun və bel ağrısını və bu ağrıların yaratdığı stresin qarşısını alır. Sağlam həyatı dəstəkləyən, mobil, çevik və dəyişkən, texnologiya ehtiva edən və ağıllı cihazlarla uyğun mebel rahatlıq üçün əvəzolunmazdır.

Yeni dizayn

“Ofisə Yeni Gələcək” şüarı ilə sadə dizaynları həyata keçirən “Zivella”nın yeni dizaynları ofislərdə və gözləmə sahələrində fiziki təcridi təmin etməyə, eyni zamanda konsentrasiya sahələr meydana gətirməyə dəstək olur. Yeni nəsil iş sahələri üçün xüsusi dizaynlara imza atan “Zivella”, insan yönümlü və yenilikçi yanaşmasını həm iş mühitlərinə, həm gözləmə sahələrinə əks etdirməyə davam edir. Sənaye Məhsul Dizayneri Alp Nuhoglu imzası daşıyan Part Bench, Unit Bench və Lenta “Zivella”nın yeni kolleksiyası içində yer alır. Yeni dizaynlar, ofislərdə və gözləmə sahələrində fiziki təcrid təmin etməyi, eyni zamanda konsentrasiya sahələr yaratmağı dəstəkləyir.



Lenta:
Enerjisi Yüksək və Dinamik

Təcrid iş mühiti meydana gətirmək istəyənlər üçün ideal bir seçimdir... İş sahələrinə taxtanın istiliyini gətirən Lenta, yerləşdiyi mühitə təbii və təmiz bir hava qatır. Lenta, dinamik, enerjisi yüksək, monotonluqdan uzaq iş sahələrini seçənlər üçün yaradılmışdır.



▲ **Unit Bench:**
Rahatlığın Zivella Halı

Gözləmə sahələrində uzun kürəklikli alternativini sayəsində təcrid təmin edən Unit Bench, oturacaq bölmələri arasına və ya küncələrinə yerləşdirilə bilən ştativləri və elektriklişmə sistemi ilə gözləmə sahələrindəki ziyarətçilərin rahatlığını artırmağı hədəfləyir..



◀ **Part Bench:**
Məkan İçində Məkan

Məkan içində məkan yaratmağa imkan verən Part Bench, toxuma örtük ara bölmələri ilə ətrafındakı faktorları minimuma endirərək səs təcridini təmin edir. Yenilikçi dizaynı ilə diqqət çəkən Part Bench, iş mühiti sakinləri üçün təcrid və fokuslanmağı asanlaşdıran bir məkan təqdim edir.



ЭЛЕГАНТНОЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ

Современный мужской костюм – один из выдающихся примеров того, как мода развивала форму. Изучению костюма посвящены множество научных трудов, которые именно через этот предмет гардероба рассматривали, как изменялась цивилизация наравне с людскими устремлениями и позиционированием отдельного человека в обществе. Многие из того актуально по сей день, а потому не удивительно, что человек стремится подчеркнуть собственную индивидуальность в каждой детали туалета. И вот здесь требуется особый подход, лежащий в основе азербайджанского бренда Mario Russo, который благодаря безупречности вкуса и тщательному исполнению заказов уже прочно связывается с высоким качеством. О самом бренде Mario Russo и обо всем, что он символизирует, – в беседе с его основателем, владельцем и директором Русланом Мамедовым. Человеком, стремящимся делать мир и отдельного человека красивым, обретающим счастье в благодарности за свою работу, влюбленным в профессию, стремящимся создать удивительную по энергетике атмосферу по имени Mario Russo.

– Азербайджанский бренд с итальянским звучанием и явной нацеленностью на право быть в линейке ведущих мировых брендов. Что есть Ваша «фишка», которая напрямую ассоциируется с Азербайджаном?

– Пожалуй, начну с себя. Правда, не в качестве «фишки», а как предпринимателя и владельца бренда. Я азербайджанец, патриот, бывший разведчик-снайпер, служивший в Физули. Отмечен почетными грамотами. Само же название, можно сказать, стало формироваться по аналогии с именем и фамилией: Руслан – Russo, Мамедов – Mario.

До пандемии мы начали экспорт своей продукции в Европу. Надеюсь, что в течение трех месяцев завершится подготовка к запуску очередных направлений: Казахстан, Украина и Россия. Страны СНГ выбраны сознательно с учетом отсутствия языкового барьера и наличия своеобразной ментальности, доставшейся в наследство от когда-то общей страны. Также взяли курс на Дубай, но здесь необходимо решить некоторые нюансы. Если в основном мы работаем по системе Made to Measure (изготовление по стандартным лекалам с учетом мерок заказчика), то для арабского региона ориентироваться будем на Bespoke (изготовление одежды вручную по индивидуальному заказу и меркам). В первом случае требуется лишь одна примерка, во втором же возможны пять примерок и практически 90% пошива всего костюма отшивается вручную. Отмечу, что заказ Bespoke исполняю сам лично. Понятно, что стоимость заказов будет различаться, но Mario Russo не просто shopping, а получение удовольствия от самого процесса создания уникальной одежды, и вследствие, обладания ею.

К моему огромному сожалению, отечественных производителей сырья необходимого качества единицы, и то в узком сегменте: кожа и некоторые не костюмные виды текстиля Gilan. Увы, то, что необходимо для продукции Mario Russo приходится закупать за границей. Текстиль для костюма и непосредственно сам костюм – вершина легкой промышленности, и я надеюсь, что в недалеком будущем бренд Mario Russo

будет полностью соответствовать Made in Azerbaijan. Говоря же о «фишке» Mario Russo, то отмечу, что мы заканчиваем работу над проектом, детали и подробности которого озвучивать не стану, потому что хочу быть первым, кто представит подобное на рынке Азербайджана с национальной принадлежностью. В этот проект вложено много сил и финансов, и он никого не оставит равнодушным. Может быть после выхода этого выпуска читатели журнала Business Time познакомятся с нашей «фишкой» уже воочию!

– Давно признано, что английский костюм – вершина стиля и элегантности. Это и определенные рамки. Насколько вписывается в них «особенная архитектура тела» азербайджанского мужчины?

– Пошив костюма, его воплощение в реальность – труд, требующий виртуозности. Без лишней скромности отмечу, что чем сложнее задача, тем для меня интереснее ее решение. В моем случае трудности ведения бизнеса являются стимулом. Mario Russo сегодня – ведущий бренд в сегменте рынка. Наряду с английским костюмом нельзя забывать и об итальянском. Британцы и итальянцы – родоначальники традиций пошива мужского костюма. Они пионеры трендов, делавшие акцент на тканях. Готовый костюм подчеркивал их особенности: структуру, ворс, эластичность. И это все «сажалось» на фигуру, придавая стильность ее обладателю.

Спорить о том, что в Азербайджане любят вкусно поесть, даже не буду пытаться. И да, кое-что придает фигурам наших мужчин определенные «линии». Но, к счастью, современные мужчины стали больше проводить время в спортивных залах, вдохновляясь примером нашего Президента Ильхама Алиева, лидера не только в мировой политике, но и в образе жизни, где приветствуется хорошая физическая форма независимо от возраста и социального статуса. А об «особенностях архитектуры тела» позаботится Made to Measure, способный скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства. Made to Measure – это next level после готовой продукции.

– Костюм – это не только пиджак и брюки. Как писала Магги Руф в «Философии элегантности»: «Костюм и аксессуары всегда должны общаться друг с другом, как старинные друзья, а не как случайные знакомые». Насколько глубоко Mario Russo «ведет» своего клиента в выборе общего стиля?

– Настолько «глубоко», что при малейшем сомнении, даже в визуальном восприятии костюма, можем просто отказаться от заказа, не обращая внимания на материальный аспект. С первых шагов в Mario Russo принимают во внимание цвет волос и оттенок кожи заказчика. Даже наличие бороды и стиль стрижки! Далее – второй этап. Это аксессуары, сочетание которых не менее важно. Они действительно должны дополнять друг друга, создавая последний штрих в идеальном образе. Мы советуем и обращаем внимание клиента на то, с чем лучше всего будет смотреться костюмная пара. Для этих целей в бутике Mario Russo есть выбор галстуков и рубашек, часть из которых мы сами отшиваем. Мы рекомендуем виды джинсов, t-shirt, polo для casual style, идеально подходящих под пиджаки Mario Russo. Можем заострить внимание заказчика на гармонической цветовой гамме. Отдельно отмечу удачную коллаборацию с обувным брендом Danilov, высоко оцененную потребителями. Союз двух азербайджанских брендов уже зарекомендовал себя и продолжает завоевывать новых «адептов».

– Одежда для человека играет роль своеобразной защиты. Можно ли за костюмом спрятать что-то не предназначенное для постороннего взгляда? Не в этом ли намек логотипа бренда?

– История Древней Греции известна многим, в том числе и по фильмам. Лого Mario Russo – спартанский шлем. С ним ассоциируются мощь, достоинство. Не устаю подчеркивать, что костюм Mario Russo – «стилизованные» доспехи современного мужчины, призванные создать ауру правильного восприятия в любых ситуациях. Идеально сидящий костюм в разы усиливает вашу собственную энергетику, играющую не последнюю роль, как в деловой жизни, так и каждый день.

– В книге Паолы Волковой «От Древнего Рима до Возрождения» сказано: «Только архитектура и костюм являются произведениями искусства. Именно от владения технологией, инженерией зависит совершенство абсолютных идей, коими и являются произведения архитектуры. Как от точности кроя и обработки зависит совершенство линий одежды». Кем Вы себя ощущаете, делая первый надрез на ткани?

– Приятно слышать, что костюм столь высоко оценен. Тем более для меня, уже признанного тейлора, взявшего курс на достижение мирового уровня портняжного искусства. Но нет в мире совершенства. Страсть к новым граням профессии есть личностный рост в развитии. И это относится ко всей команде бренда Mario Russo. В мою задачу входит умение передать любовь, страсть и остальные эмоции в момент «первого надреза», которые в дальнейшем несут в себе изделия бренда Mario Russo.

Делая «первый надрез», осознаю ответственность перед тем, кто выбрал Mario Russo. Мне важно даже не услышать похвалу, а увидеть довольную улыбку клиента. Это высочайшая степень оценки Mario Russo.

– Как в таком случае происходит выбор ткани, без которой костюм никогда не состоится?

– Лишь тактильным взаимодействием. Визуальный (по фотографии) выбор ткани – демонстрация тотального равно-



душия к своей профессии. Без прикосновения к поверхности ткани, без пристального рассмотрения ее, без того же энергетического взаимодействия ни один рулон не сможет попасть в Mario Russo. Потому что 99% тканей, из которых в дальнейшем «рождаются» костюмы и пиджаки Mario Russo – эксклюзивные! Ткань требует к себе «живого» отношения. Ее нельзя постоянно переглаживать, «мучать» различными манипуляциями. Надо понимать и принимать, что от происхождения шерсти и наличия примесей ткань обладает своего рода характером, который надо учитывать, если желаешь получить из нее эксклюзивное изделие. Я же мечтаю о том, чтобы появилась такая ткань, которая позволит мне создать повседневный костюм для условного Джеймса Бонда, способный отразить пули или удар острым оружием. Кто знает, может когда-нибудь мне удастся найти именно такую характерную ткань.

– Умение правильно носить костюм – отдельный аспект воспитания. Сегодня костюм ассоциируется с официозом или кастой «белых воротничков», а молодежь выбирает одежду «без заморочек». На Ваш взгляд, как вернуть костюму повседневный интерес?

– Давайте сразу договоримся различать готовый, так сказать, фабричный, костюм и Made to Measure. В последнем случае надо полностью иметь понятие того, что вам необходимо «на выход». Здесь рекомендую обращаться к профессионалам. Тейлор даже из обрывочных пожеланий сможет сформулировать цель заказа, аксессуары, стиль. Влюбленные в джинсы при определенных условиях обращаются к пиджакам, прекрасно вписывающимся в деловой casual. Обратите внимание, в Европе и США множество людей предпочитают такое сочетание. Особенно для встреч формата be to be. И здесь главную роль играет максимальный комфорт, во имя которого тщательно подбирается ткань для пиджака и его крой. В решении данной задачи помощь тейлора неоценима, а может даже и превалирующая. Ведь сочетание презентабельности и качества становится весьма привлекательным как у представителей среднего возраста, так и у молодежи. Говоря же о классике, признаю, что есть определенные нюансы, которые присущи именно классическому костюму: осанка, гордая походка, взгляд, посадка головы. Я, конечно понимаю, что сложно воспитать в настоящее время соответствующее стремление к умению держать себя в соответствии с требованиями классического костюма. В Mario Russo даются некие рекомендации, но при снятии мерок, прежде всего, предлагаем заказчику принять наиболее удобное для него положение тела в вертикальном положении. И, исходя из привычной стойки, идет пошив для конкретного человека. Да, мы усложняем себе задачу. Но ведь довольный и счастливый клиент стоит того!

Татьяна ИВАНОВА

ВАША ИДЕАЛЬНАЯ ПАРА



Danilov – это азербайджанский бренд, который представляет собой индивидуальный подход к качественному производству каждой пары обуви и вниманию к отделке. Бренд Danilov ассоциируется с мастерством и модными тенденциями, ориентирующийся на гармоничный фирменный стиль. Иногда эксцентричная, но всегда элегантная обувь подойдет под любой стиль. А все потому, что бренд Danilov возвел производство обуви в искусство, которую демонстрирует в каждой представленной паре. Искусство и обувь, которая влечет за собой творческий потенциал. Тенденция к эксклюзивности и индивидуальности привела к тому, что границы между искусством, ремеслом и дизайном продукции растворились. Мастера бренда Danilov вдохновлены социальными и творческими аспектами обуви. Владелец бренда Ильяс Данилов каждой обувной парой доказывает, что со временем обувь не только присоединилась к миру моды, но и к искусству.

– По словам Джорджо Армани: «Дешевая пара обуви – плохая экономия. Не экономьте на главном: обувь – основа вашего гардероба». Можно ли таким образом подчеркнуть, что обувная пара, в которой Вы выходите из дома, составляет впечатление о самом человеке?

– Скажу, что обувь – самый важный аксессуар в гардеробе человека. Обувь – отдельное искусство, требующее особого внимания. Обувная пара высокого качества своими изящными линиями придаст визуально высокую стоимость даже костюму бюджетной линии. Например, обычный черный костюм с простыми черными туфлями не придаст человеку шика, как это случится, если надеть с ним лакированную пару. Обувь подчеркивает индивидуальность и помогает получить определенные бонусы в общем впечатлении о ее обладателе.

– Насколько важен каждодневный «уют ног»?

– Не просто важен. Он основополагающий! И здесь не важно, какой тип обуви предпочитает человек: жесткую (тяжелую) или мягкую. Но в каждом из них комфорт играет главную роль. Поверьте, небольшое давление на стопу способно испортить как деловую встречу, так и дружеские посиделки. Задача специалистов бренда Danilov – создавать обувь с максимальным учетом анатомических особенностей ступней наших клиентов. И быть в этом лучшими! От уюта напрямую зависит настроение человека. Пусть ему «посчастливилось» надеть чуть стесняющую движения одежду, но это не столь категорично, как применительно к обуви. Вот и Danilov создает обувь, которая по всем показателям создаст тот самый «уют ног».

– Как отмечал Кристиан Лубутен: «Обувь меняет язык вашего тела. Она возвышает вас как физически, так и эмоционально». Может ли обувь диктовать манеру поведения человека?

– Даже спорить не стану! Лишь скажу, что «точкой отсчета» является подошва вашей обувной пары. Здесь надо точно понимать, под какой стиль выбирается обувь. Мягкая подошва подходит под неформальный, тогда как классика подчинена определенным канонам. В Danilov этому уделяют особое внимание и стараются объяснять подобные нюансы своим клиентам. Да, мягкая подошва даст, возмож-

но, более комфортный шаг. Но туфли, подошва которых при ходьбе сопровождается характерным чуть слышимым «щелчком» по поверхности пола, в паре с классическим костюмом, придадут походке элегантность, помноженную на транслируемую уверенность в себе. Даже модное веяние надевать под классический костюм спортивную обувь лишь дань сезонным тенденциям. Они меняются из года в год, а классика пережила ни одно десятилетие. Так что маэстро Лубутен очень четко охарактеризовал важность того, что мы выбираем для своих ног, что должно отвечать за наш имидж в тех или иных моментах жизни.

– Индивидуальный пошив – это как создание музыкального произведения. И в обоих случаях есть некоторая ограниченность. Как нот семь, так и основы в обувном деле базируются на «трех китах»: модель (лекало), кожа, исполнение. Не возникает ли рутинность?

– В любой ежедневной работе можно найти ощущение монотонности. Чем компенсирует рутинность Danilov? Это новые модели, которые никто на рынке не создает. И от этого работа становится все интереснее день ото дня. Бренд не занимается массовостью. Мы можем создать пару-тройку одинаковых моделей под заказы и все! Дальше начинаются очередные эксперименты над формой, играем фурнитурой, рассматриваем варианты цветовых решений. Нашей команде такой формат наиболее предпочтителен. Мы, кстати, шили мужские мюли. Недавно исполнили необычный заказ в стиле кед без подкладки, которые получились очень мягкими, придав этой полупаре необычный креативный цветовой дизайн с рисунками, добавив тем самым нотку юмора. Наш бренд исполнил заказ с гобустанской тематикой. Бренд Danilov старается разбить расхожее восприятие обуви как таковой. Нам нравится работать с нестандартностью, что привлекает к изделиям Danilov внимание, тем самым демонстрируя развитие бренда.

– Собственный бренд – огромная ответственность. Не только за качество. Репутация всегда требует постоянного подтверждения. Какова роль команды и Ваша непосредственно в удержании заданной высокой планки?

– Это весьма сложно – постоянное подтверждение состоятельности собственного бренда. Если я вижу или понимаю, что даже уже готовый заказ не отвечает параметрам «философии» бренда, то сразу же отправляю в условную корзину. Наш главный посыл и основная задача заключается в том, чтобы после первого заказа клиент захотел вновь вернуться к нам за очередной обувной парой. Иначе мы просто столкнемся со стагнацией отдельной компании. За последние 5–6 месяцев мы начали вести статистику, которая показала, что нет лучшей рекламы, чем та, что основана на личных рекомендациях. Надо отметить, что все рабо-

ты мы исполняем сами. Более того, мы даем пожизненную гарантию на свои изделия, что присуще только нам. Особо уделяем внимание подошве, которую собираем сами. Из-за рубежа мы привозим лишь сырье. И при этом верим, что в недалеком будущем нам не придется рисковать, обращаясь к иностранным производителям, а местный рынок сможет предоставить конкурентоспособную продукцию для изготовления обуви бренда Danilov. Название бренда, можно сказать, было определено изначально – собственная фамилия. И это налагало определенную ответственность. Я не могу предать свою фамилию, не дающую мне права на малейшую остановку или сомнение в правильности своего выбора.

– По словам Далай-ламы XIV: «Прежде чем осуждать кого-то, возьми его обувь и пройди его путь, попробуй его слезы, почувствуй его боли. Наткнись на каждый камень, о который он споткнулся. И только после этого говори ему, что ты знаешь, как правильно жить». Что из опыта семейного дела важно для Вас и есть ли советы, которые имели определенный вес?

– Сложно спорить с Далай-ламой. Помню, когда только организовывал собственный бизнес, представлял азербайджанский бренд, приходилось слышать скептические замечания со стороны других, в том числе и людей из ближнего круга. Но несмотря ни на какие трудности, никогда нельзя останавливаться. Сколько раз мне самому приходилось переживать моменты взлетов и падений, разочарований и душевного подъема. Потому я всегда подчеркиваю, если ты хочешь добиться успеха в своем деле, то этому надо отдаваться со всей страстью. Твоя работа – это твоя любимая девушка! Пусть даже в какой-то момент твои чувства не будут взаимными. Но ничто не может остановить тебя в желании реализоваться. Вот уже 4 года как существует бренд Danilov, но лишь последние 3 месяца я стал ощущать ответную любовь. Сейчас я начинаю чувствовать на практике, насколько бренд завоевал многие сердца и стал востребованным. Думаю, умение делать все, что приведет к высокому результату, идет из детства. Хотя мои дед и отец





были людьми чуть иной формации и задачи перед собой ставили в соответствии со временем, в котором жили. Но честность, преданность своему делу и верность семейным традициям есть та основа, на которой базируюсь сегодня я – Ильяс Данилов.

– В своих интервью Вы оговариваете, что в Азербайджане сложно найти профессионалов обувного дела. Может быть стоит растить своих?

– Увы... Всех лучших, а их оказалось очень мало, мы уже собрали или забрали себе. И стало понятно, что их численность совсем не отвечает запросам рынка индивидуального пошива обуви. Обувь изготавливается вручную, и значит, мы не успеваем охватить объемы по заказам. Более того, сама профессия сапожника долгое время воспринималась уничижительно. Мне приятно осознавать, что с появлением и подъемом бренда мнение окружающих стало меняться в лучшую сторону и обучение у Danilov на обувщика начало пользоваться спросом. У меня есть своя методика, позволяющая уже на первых этапах найти тех, кто действительно нацелен на результат.

Мы работаем с кожей, которая может в какой-то момент просто подвести. И даже на заключительном этапе, если увидим малейший дефект, пара разрезается. Порой я слышу, что можно было бы подарить такую пару. Но я помыслить не могу, чтобы о качестве изделий Danilov, даже не зависящих от мастерства исполнителя, можно было бы услышать хоть какую-то неудовлетворительную оценку. В том числе, невысказанную, но визуально читаемую в готовой обуви. Престиж измеряется лишь мнением потребителей.

– Обувь – это искусство?

– Без сомнения! Это отдельная его форма. В Испании есть сапожник, чья обувь по праву возведена в этот ранг. То, каким образом, включая техническое исполнение, он создает обувную пару, порой выходит за рамки привычного. Например, я обучался по учебнику времен СССР. И пусть в нем важная информация, но ведь это навязывание опре-

деленных рамок. Даже наши мастера, имеющие опыт не одного десятилетия, порой ограничивают себя этими рамками. Но те, кто не боится разрушать стереотипы, преодолевая пресловутое «нельзя, потому что просто нельзя», добиваются успеха. Сегодня, я испытываю удовлетворение, когда скептики, в том числе и среди своих друзей, становятся ценителями изделий Danilov. Выход за рамки привычного – это то самое искусство, которое базируется исключительно на смелости и бесстрашии. И это применительно в мире создания обуви.

– В Вашей деловой жизни был период, когда все пришлось начинать заново. Что вынесли из того периода времени, извлекли ли уроки и какие постулаты определили себе на будущее?

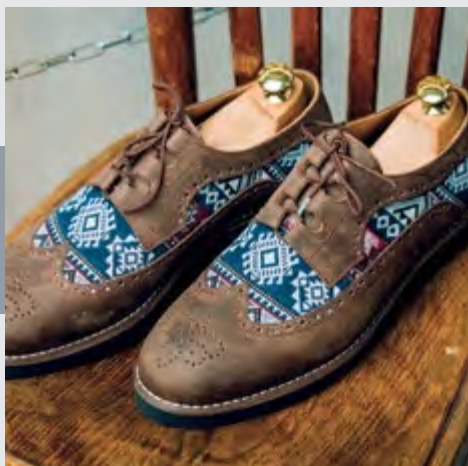
– Американский писатель Марк Твен сказал: «В жизни каждого человека есть два великих дня: день, когда он родился и день, когда он понял, для чего!»», или по интерпретации шотландского богослова Уильяма Баркли: «В жизни каждого человека есть два самых важных дня: первый – это когда он родился, а второй – когда понял – зачем». И день, когда я запустил бренд Danilov, можно считать тем самым вторым, согласно высказыванию этих двух знаменитых людей. До сих пор, несмотря на достигнутые на данный момент результаты, осознаю, что выбранный путь отвечает моему внутреннему стремлению. И никакие трудности, сложности, в конце концов, «набитые шишки» не смогут повлиять на упоение тем азартом, охватившим меня в момент, когда первая пара нашла «свои ноги». И с каждой изготовленной парой туфель происходит расширение «горизонта возможностей». Я люблю свое дело несколько из-за самого факта изготовления обуви, а скорее оттого, что оно мое, несет мою фамилию. Я люблю общаться с клиентами. Мне импонирует, что нашу обувь хотят носить.

Говоря же о целях, обозначу мою мечту – Danilov на Манхэттене. А пока что работаем над проектом в Украине. Рассматриваем Москву. Присматриваемся к Европе и Израилю. Думаем о рынке Арабских Эмиратов, где индивидуальность и эксклюзивность всегда востребованы. И никто не исключает появления нашего бренда в Милане! Мы просто движемся step by step. Просто сегодня важнее поднять имя бренда, которое уже потихоньку начинает работать на нас. Я вдохновляюсь теми, кто при жизни стал легендой. Сам же хочу оставить след в этой жизни не только в Азербайджане. В моих смелых мечтах Danilov – первый азербайджанский обувной бренд, вышедший на мировой уровень! Моя идеальная пара – признанный в мире шедевр.

Татьяна ИВАНОВА



One Step Higher



DANILOV
MADE IN AZERBAIJAN



+994 12 488 89 28
+994 55 674 66 74



Азербайджан, г. Баку
пр-т Ходжалы 32



КАКУЮ MBA-ПРОГРАММУ МОГЛИ БЫ РЕКОМЕНДОВАТЬ ИЛОН МАСК И ДЖЕФФ БЕЗОС?



Невероятный успех в бизнесе – далеко не все, что объединяет основателей компаний Tesla и Amazon. Оба сверхпредпринимателя разделяют критический взгляд на программы MBA. По их мнению, многие программы настолько зациклены на ключевых бизнес-показателях и финансовой составляющей, что упускают из вида нечто очень важное для предпринимателей, а именно способность создавать ценность для клиентов, умело применяя собственную креативность и энтузиазм. Каким же критериям должна соответствовать MBA-программа, чтобы получить высокую оценку от Маска и Безоса? Профессор Николаус Франке (Nikolaus Franke), академический директор программы Professional MBA Entrepreneurship & Innovation в WU Executive Academy, проанализировал все пункты, которые они раскритиковали, и на основе полученных данных составил собственный чек-лист.

Николаус Франке

Профессор, академический директор программы Professional MBA Entrepreneurship & Innovation

Критерий #1: способствует ли MBA развитию предпринимательской креативности?

И Джефф Безос, и Илон Маск считают инновации ключом к предпринимательскому успеху. Для них недостаточно просто совершенствовать чьи-то идеи – важно идти по неизведанным путям. По словам Джеффа Безоса, один из немногих способов найти выход из затруднительного положения – изобрести его. Итак, инновации должны стать ключевым компонентом MBA-программы, студенты должны черпать из нее конкретные идеи и вдохновение. Получают ли участники программы возможность пообщаться с профессорами, приглашенными докладчиками, отраслевыми экспертами и предпринимателями, способными вдохновить их? Отводится ли достаточно времени для дискуссий и обмена мнениями? Создает ли разнообразие среди участников среду, которая стимулирует на разработку новых идей? Являются ли студенты представителями разных компаний, отраслей и стран? Отличаются ли они друг от друга с точки зрения полученного ранее образования? Если посмотреть на класс, каков его состав? Сидит ли юрист рядом с бывшим физиком или профессионал в сфере ИТ рядом с директором музея? Илон Маск как-то сказал следующее: «Как возникает инновационное мышление? Я думаю, его корни – в мировоззрении».

ИННОВАЦИИ ВОЗНИКАЮТ ТОГДА, КОГДА ВЫ ПРОБУЕТЕ ЧТО-ТО НОВОЕ. ЕСЛИ ВЫ ХОТИТЕ НАУЧИТЬСЯ МЫСЛИТЬ КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, ВАМ ПРИДЕТСЯ ПРИМЕНЯТЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ НА ПРАКТИКЕ, ИЗВЛЕКАТЬ УРОКИ ИЗ СОБСТВЕННЫХ ОШИБОК И ПОСТОЯННО И ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННО РАЗВИВАТЬСЯ.

Критерий #2: насколько знания, полученные на курсе MBA, применимы на практике?


«Если вы собираетесь изобретать – значит, вы планируете экспериментировать», – сказал Джефф Безос. Инновации возникают тогда, когда вы пробуете что-то новое. Если вы хотите научиться мыслить как предприниматель, вам придется применять теоретические знания на практике, извлекать уроки из собственных ошибок и постоянно и целенаправленно развиваться. Практика очень важна и для Илона Маска: «Долой электронные таблицы и залы заседаний». Если говорить об MBA, то следует задать следующие вопросы: является ли изучение реальных




**PREFABRİK
EVLƏRİN / OFİSLƏRİN
QURAŞDIRILMASI**

**KONTEYNER
EVLƏRİN / OFİSLƏRİN
QURAŞDIRILMASI**

+994 55 301 12 00

 Bakı, Dərnəgül şosesi 31, məhəllə 5,
Ziya Bünyadov pr. 3105

 ON-LLC-1537915806227174

кейсов частью программы? Могут ли студенты применять инструменты и методы, о которых они узнали на программе, для решения индивидуальных проблем в рамках своей бизнес-практики? Предоставляется ли участникам качественная обратная связь? Каков характер дипломной работы по окончании программы МВА? Это лишь теоретическая игра в бисер или теория, применимая на практике, которую вполне можно использовать в конкретном проекте?

Критерий #3: достаточно ли место отводится командной работе? Соответствует ли размер группы «правилу двух пицц» (two-pizza rule)?

Размер класса на многих программах МВА зачастую огромен. Группа из 100 и более студентов – скорее правило, чем исключение, даже в лучших бизнес-школах. Однако Джефф Безос – сторонник так называемого «правила двух пицц»: «Если двух пицц недостаточно, чтобы накормить команду, она слишком большая». Маленькие группы более гибкие, маневренные и быстрые, они могут лучше концентрироваться на содержании, вместо того чтобы тратить время на координацию. Инновации – это ре-

«ЖИЗНЬ СЛИШКОМ КОРОТКА, ЧТОБЫ ОБЩАТЬСЯ С ЛЮДЬМИ, КОТОРЫЕ НЕ ОТЛИЧАЮТСЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬНОСТЬЮ», – ГОВОРИТ ИЛОН МАСК.

зультат совместных усилий всей команды, и обмен идеями наиболее эффективно происходит именно в небольших группах. «Это как в спорте: та команда, в которой есть лучший игрок, чаще всего выигрывает, однако шансы на победу зависят еще и от сотрудничества между игроками», – говорит Илон Маск. При выборе МВА-программы со специализацией в области предпринимательства особое внимание следует обращать на следующее: каков размер класса? Как организован учебный процесс? Практикуется ли деление на малые группы внутри класса при работе над заданиями? Что представляет собой класс? Это совокупность индивидуумов или в нем присутствуют сплоченность и дух коллективизма, гарантирующие результаты, которые никогда не могут быть достигнуты отдельным человеком?

Критерий #4: предоставляет ли МВА возможности для нетворкинга внутри предпринимательской экосистемы?

Для Джеффа Безоса сеть профессиональных контактов имеет величайшее значение, поскольку «новые открытия всегда связаны с интуитивной прозорливостью». Разумеется, недостаточно просто иметь огромное количество знакомых. «Жизнь слишком коротка, чтобы общаться с людьми, которые не отличаются изобретательностью», – говорит Илон Маск. Главное – качество деловых контактов, а также умение эффективно пользоваться этими связями. Что касается МВА, спросите себя: предлагает

ли программа достаточное количество возможностей для общения со стартапами, предпринимателями, инвесторами, предпринимательскими центрами, инкубаторами и другими игроками экосистемы стартапов?

Критерий #5: основано ли содержание программы на исследованиях?

По мнению Джеффа Безоса, всегда очень важно сохранять видение общей картины, даже если приходится сосредотачивать внимание на важных деталях и поступательных мерах настоящего: «Нам нужно всегда смотреть в будущее», – говорит он, подчеркивая важность нестандартного мышления. Илон Маск также убежден, что есть принципы, достижения и взаимосвязи, которые остаются неизменными, несмотря на обстоятельства. «Важно рассматривать знания как своего рода семантическое дерево: убедиться, что вы понимаете фундаментальные принципы (ствол и крупные ветви), прежде чем вы начнете углубляться в детали (листья), ведь в

противном случае им не на чем будет держаться». Оба замечания говорят о том,

какую важность Безос и Маск придают исследованиям. Если вы находитесь в поиске МВА-программы, отвечающей требованиям двух выдающихся предпринимателей, следует задать следующие вопросы: преподают ли на программе ведущие международные исследователи? Знакомят ли они

студентов с идеями и концепциями завтрашнего дня? Хотя изучение конкретных кейсов и возможность применения этой информации на практике нельзя переоценить, не менее важно извлекать из процесса обучения фундаментальные принципы и овладевать не подверженными течению времени инструментами, чтобы добиться успеха в будущем.

И в чем заключается мораль истории?

Даже МВА-программы, отвечающие всем перечисленным выше критериям, не могут стать гарантией предпринимательского успеха. Они всего лишь обеспечивают плодородную почву для этого. В конце концов, студенты сами определяют свою судьбу. Только те, кто еще во время обучения на программе обладают предпринимательским складом ума, то есть креативно используют предложения, ресурсы и возможности и непрерывно развиваются, способны превратить МВА в счастливый билет. Слишком сложно? Не волнуйтесь! Доверьтесь Илону Маску, который уверен: «Я считаю, что многие люди способны научиться гораздо большему, чем смеют предположить».





MARIO RUSSO



**ÖZƏL TİKİLİŞ KOSTYUM ,
ÖZÜNƏ İNAM VƏ
EKSKLÜZİVLİK DEMƏKDİR**

Düzgün seçilmiş kostyum işqubar görüşün və yaxud romantik şam yeməyinin artıq 90% uğurudur. Hər zaman fərqli və dəbli olmaq özünə inam yaradır. Individual tikiliş isə bir addım yüksək deməkdir

**Xocalı pr., 32
+994 50 430 84 84
www.mariorusso.az**



@ mario.Russo.Azerbaijan

KEYFİYYƏT

uğurumuzun əsasıdır








(+994 12) 406 43 35
(+994 55) 400 71 71

Bakı şəhəri, Binəqədi rayonu,
Biləcəri qəsəbəsi binəqədi sosesi, ev 4A

MillenniumDondurma
millennium_dondurma
millennium.az



 (+994 12) 406 43 35
(+994 55) 400 71 71
 Bakı şəhəri, Binəqədi rayonu,
Biləcəri qəsəbəsi binəqədi şosesi, ev 4A
 MillenniumDondurma
 millennium_dondurma
 millennium.az

"YENİ NƏSİL
İŞ SAHƏLƏRİ,
YENİ NƏSİL
HƏLLƏR"



LENTA
İŞ MASASI

Dizayner: Alp Nuhoğlu