

Прибрежные воды Батуми в Черном море были такими чистыми и свежими, в отличие от Каспийского моря.

Длина Черного моря составляет 1 150 километров, ширина - 610 километров, а глубина - 2 200 километров. С Черным морем граничили шесть стран - Турция, Болгария, Румыния, Украина, Россия и Грузия, а Турция занимала большую часть южной части моря.

Хотя Россия захватила Крымский полуостров, если бы Турция решила блокировать Россию, страна была бы отрезана от Средиземного моря. Черное море было открыто для любых торговых судов со всего мира, но военные суда были строго заблокированы, если только они не принадлежали прибрежным государствам.

В случае войны Турция имела право закрыть пролив Босфор, поэтому России пришлось бы поддерживать хорошие отношения с Турцией.

Прибрежные страны Черного моря заключили пакт о том, чтобы не воевать в пределах Черного моря, что означало, что море было самой безопасной водой. Пакт мог быть расторгнут, если бы страны решили это сделать, но пока это было мирное море.

Тем более, что грузинский Батуми был самым популярным местом отдыха в южных регионах Черного моря, и все известные отели мира были расположены в этом городе. Среди них был и отель "Ариранг". Поскольку регион примыкал к Турции, большинство гостей были турками. Большинство из них принадлежали к высшему классу, так как цены в Батуми были высокими, и он был известен как место высококачественного отдыха.

Отель "Ариранг" в Батуми был создан по образцу бакинского отеля "Ариранг", и гости отеля наслаждались европейской антикварной атмосферой отеля.

Сейчас Леон, Джелян и Зейнеп играли в открытом бассейне отеля.

"Ты можешь присмотреть за Леоном? Я должна научить Джеляна плавать".

"Она не научится плавать за один день. Просто дай ей спасательный жилет и пусть играет".

"Она не боится воды. Я думаю, она легко научится".

Это была правда, она действительно не сопротивлялась воде. Наигравшись в воде, Леон уже засыпал, так что Юнхо не пришлось за ним присматривать.

Несмотря на то, что в бодрствующем состоянии он был непоседой, изматывающим своих родителей, во сне он выглядел как ангел.

Пока он разглядывал лицо Леона, кто-то поставил перед Юнхо банку с напитком. Это был Чо Чхольхван.

"Юнхо. Ты видишь светловолосого мужчину средних лет, сидящего на стуле для загара? Он хотел поговорить с тобой".

"Почему?"

"Он интересуется отелем и спросил меня, могу ли я представить его владельца. Вы хотите с ним познакомиться?"

"Хорошо, я поговорю с ним. Это хорошо, что он интересуется гостиницей".

Представив Чульхвана, Юнгхо поприветствовал его.

Мужчину лет пятидесяти звали Ясар Кемаль, и он был турецким бизнесменом-дистрибьютором.

"Я приехал остановиться в этом отеле с семьей только потому, что мне понравилось название "Ариранг", и как я и думал, вы кореец. Хотя ваш турецкий великолепен..."

Поскольку азербайджанцы и турки могут говорить друг с другом на своих языках без переводчиков, естественно, что Юнгхо свободно владел турецким.

"Я живу в Баку, поэтому выучил немного турецкий".

"О! Это здорово. Я приезжаю в Батуми каждое лето, и мне нравится все в этом отеле, включая его название".

"Я польщен, что вы хвалите мой отель. Я приложил немало усилий для этого".

Похоже, этот господин был состоятельным бизнесменом, раз он наслаждался отдыхом со своей семьей в пятизвездочном отеле. Многие люди наслаждались алкоголем во время отпуска, но он совсем не был пьян. На столе у него лежали книга и газета. Юнгхо понравился этот парень. Он казался человеком, с которым Юнхо мог бы долго разговаривать.

"Итак, я слышал, что вы хотели встретиться со мной..."

"О, простите. Я хотел узнать, откуда взялся уникальный дизайн отеля".

"В Баку есть старый отель, и здание было построено по его образцу. Я приложил некоторые усилия, чтобы оно выглядело так же. Здание было спроектировано турецкой архитектурной компанией. Если вам нужна информация о компании, я могу вас с ней познакомить".

"Понятно. У вас есть какие-то связи с Турцией".

"

Это потому, что мы "кан кардеш"

Это означало "родной брат".

"О, кан кардеш! Я не могу забыть Чемпионат мира по футболу 2002 года, когда корейцы болели за команду Турции".

Когда началась Корейская война, турецкие студенты, как говорят, протестовали, чтобы их отправили в Корею на помощь. Среди войск ООН Турция отправила четвертое по величине число солдат - 15 000 человек, и все они были добровольцами. Это показало, что турки думают о корейцах.

Во время Олимпийских игр 1988 года в Корее турецкие журналисты, приехавшие в Корею, были разочарованы, увидев, что Корея забыла о Турции, и стало известно, что они пообещали больше не любить Корею. Однако их снова поразило то, как корейцы болели за турецкую команду на чемпионате мира по футболу 2002 года, и благодаря этому отношения двух стран восстановились.

Корея и Турция имели долгую историю дружбы, и было естественно, что Юнхо и турецкий

джентльмен были связаны в отеле, которым владел Юнхо. Они разговаривали и пили до поздней ночи.

"Парень, ты такой пьяница. Этот Кемаль такой же, как и ты. Если бы Сангтэк не вмешался, вы бы вдвоем пили всю ночь".

"Я не знаю, что на меня нашло прошлой ночью. Наверное, потому что я в отпуске. Кемаль был таким веселым, что я потеряла счет времени".

"Ты действительно собираешься распространять свое вино в его магазине?"

"Мне нужно диверсифицировать рынки сбыта моего вина. Распространение вина в центральной и северной Европе будет базироваться в Германии, а если я смогу распространять вино из Турции, то это будет базовый рынок для южной Европы. Я должен это сделать".

Кемаль владел одной из крупнейших рыночных сетей в Турции. Когда он предложил распространять вино Zeuner Wine в своем рыночном магазине, Юнгхо поддался искушению.

В Турции было очень трудно выйти на традиционный рынок алкогольных напитков, поэтому это была отличная возможность, если его вино будет представлено в его рыночном магазине, где у него были свои сетевые магазины по всей Турции.

Юнгхо был уверен, что его вино приобретет популярность благодаря одной-двум дегустациям, поскольку трудно найти органическое, натуральное вино, выдержанное в дубовой бочке. Это было элитное вино, которое могло привлечь европейцев - любителей вина.

Юнгхо предложил Кемалю свое вино, чтобы угостить его, но после нескольких глотков Кемаль спросил о запасах вина. Когда Юнгхо сказал, что есть дубовые бочки, в которых может быть два миллиона бутылок вина, Кемаль был ошеломлен. Затем он потребовал заключить с ним дистрибьюторский контракт.

Когда Юнгхо сказал, что он не может распространять вино короткой выдержки, потому что оно продается только в России, Кемаль сказал, что он будет обращаться только с вином премиум-класса, выдержанным в течение длительного времени. В этот момент именно Юнхо больше всего хотел заключить контракт.

Распространение его вина в крупных сетевых магазинах обошлось бы ему очень дорого и оставило бы ему совсем немного от продажи вина, но поскольку он познакомился с Кемалем, то смог бы выставлять свое вино в его магазинах бесплатно. Отличный вкус вина был доказан еще раз, так как Кемаль не стал бы просить его подписать контракт, если бы оно не было хорошим.

"О, я подумала, что вы слишком много выпили с гостем, и собиралась поговорить с вами, но, видимо, это была деловая встреча".

"Фатима, похоже, ты тоже не можешь удержаться перед деньгами. Ты выглядишь слишком взволнованной".

"Хахаха... Я тоже внесла свой вклад в выращивание винограда. Не забывай о моей доле!"

"Я даю тебе плату за этикетку, о чем ты говоришь?"

Зейнеп подслушала разговор пары и прервала их.

"Что? Плата за этикетку? Какое имя вы используете для лейбла, и куда идут деньги?"

Юнгхо забыл о присутствии Зейнеп. Было слишком поздно менять свои слова.

"Это просто срочные деньги на счету твоей сестры. Я называю это просто платой за этикетку".

"Bay!"

Зейнеп показала Юнхо открытую ладонь.

"Что это?"

"Оппа. Я должна получать свою часть непосредственно от тебя. Ты ведь знаешь, что я скоро стану совершеннолетней?".

Юнгхо смог найти общий язык с Зейнеп только после долгих переговоров с ней. Он согласился выплачивать 500 000 долларов из прибыли от продажи вина в фонд "Ариранг" каждый год.

Затем она продолжала спрашивать, сколько денег накопила Фатима. Она остановилась и отвернулась, улыбаясь, только когда Фатима сказала, что это те деньги, которые она отложила на свадьбу. В этот момент Юнгхо почувствовал, что не имеет значения, насколько драгоценно он воспитывает свою дочь. Зейнеп в конце концов оставит его ради мужчины, в которого влюбится. Если это будет хороший человек, то сколько денег будет потрачено на ее свадьбу, не имеет значения, но если это будет человек, который не заслуживает его Зейнеп, то для него не останется никакого супа. Мысли о будущем Зейнеп всегда заставляли его кровь кипеть. Казалось, что он был одержимым отцом.

Оставив все семьи в Батуми, Юнхо вместе с Илквоном улетел в Стамбул.

Это было связано с тем, что Кемаль пригласил его показать свой дистрибьюторский магазин.

Поскольку Юнхо сказал, что у него есть свой грузовой корабль для перевозки вина, Кемалю не терпелось подписать сделку. Поэтому Юнхо сначала посетил его магазин, так как подписать экспортный контракт с несостоятельной компанией было бы проблематично.

Он также должен был изучить репутацию Кемалья в Турции и его компании, прежде чем принять решение о подписании контракта, но его разум уже склонился к нему.

"Босс. Я слышал, что в Стамбуле часто происходят теракты. Надеюсь, проблем не возникнет".

"Ну, до сих пор не было терроризма в большом рыночном магазине. Все будет зависеть от репутации Кемалья".

Многие террористические группы обычно нападали на государственные учреждения, чтобы получить признание правительства и общественности. С другой стороны, иногда они нападали на определенные компании, к которым питали глубокую неприязнь. Таким образом, репутация бизнесмена была важным фактором в решении Юнхо о выборе партнера.

"Как дела? У нас довольно много клиентов, не так ли?".

"Это потрясающе. Это намного больше, чем большой рыночный магазин в Корее".

Кемалю принадлежало более 20 рыночных магазинов в Турции и пять в Болгарии. Этот бизнес был наследием семьи Кемалю. Это означало, что компания не теряла общественных настроений. Если бы это была нечестная компания, люди отказались бы покупать продукты в его магазинах. Кроме того, он, должно быть, поддерживал отличные отношения с поставщиками, поскольку в его магазине, похоже, были представлены высококачественные товары.

Юнгхо также посетил магазин, где продавались только спиртные напитки. Он был таким же широким, как огромный ресторан. Здесь были представлены ликеры со всего мира, а первая секция от входа была посвящена французскому или итальянскому вину. Цены варьировались от трех до пятидесяти долларов, и большинство покупателей набирали в свои тележки дешевое вино. Юнгхо задался вопросом, сможет ли здесь выжить вино высшего сорта.

"Большинство людей не интересуются элитным вином. Они ищут только дешевое".

"О! Это кулинарное вино. Домохозяйки не покупают дорогое вино для приготовления пищи, но многие люди склонны открывать свои кошельки в выходные, особенно мужчины".

Дешевые марки вина обычно использовались для приготовления пищи, а дорогое вино было популярно среди мужчин. Особенно в такой исламской стране, как эта, мужчины были основными любителями выпить, а не женщины. Многие мужчины покупали дорогое вино, чтобы сохранить свое лицо.

Таким образом, маркетинговая тактика Zeuner Wine заключалась в том, чтобы использовать менталитет мужчин, желающих сохранить свое лицо. Казалось, что у мужчин во всем мире есть что-то общее.

<http://tl.rulate.ru/book/27517/2131810>