

ჯანსაღი კვება მდგრადი მარკეტინგის კონტექსტში

ბაბუღია მღებრიშვილი

ასოცირებული პროფესორი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სტატიის ავტორი ჯანსაღ კვებას, განიხილავს რა ადამიანის ჯანმრთელად ყოფნის აუცილებელ პირობად, ახასიათებს მას მდგრადი განვითარებისა და მდგრადი მარკეტინგის კონტექსტში. მისი აზრით, ჯანსაღ კვებასა და მდგრად განვითარებას შორის ორმხრივი კავშირი არსებობს. ერთი მხრივ, ჯანსაღი კვება ხელს უწყობს ადამიანების ჯანმრთელად ყოფნას და ამ გზით მათ აქტიურობას მდგრადი განვითარების მიღწევაში. მეორე მხრივ, სწორედ მდგრადი განვითარებით და მდგრადი მარკეტინგის განხორციელებით არის შესაძლებელი ჯანსაღი საკვების სანარმოებლად პირობების შექმნა და ადამიანის ჯანმრთელად ყოფნისთვის ხელის შეწყობა. სტატიის ავტორი იზიარებს მოსაზრებას, რომ ჯანსაღი კვებით საზოგადოების დასაინტერესებლად აქტიურად უნდა იქნეს გამოყენებული სოციალური მარკეტინგი, რომლის შესაძლებლობები საქართველოში, ჯერჯერობით, ან/ვერ გამოიყენება. სტატიის ავტორს მიაჩნია, რომ ქართული ტრადიციული სამზარეულოს გონივრულად გამოყენება ჯანსაღ კვებას უზრუნველყოფს იმ შემთხვევაში, თუ საქართველოს მინა და წყალი, ჰაერი და ტყე, მთელი გარემო სათანადოდ იქნება დაცული არახელსაყრელი ზემოქმედებისგან.

საკვანძო სიტყვები: ჯანსაღი კვება, ჯანმრთელობა, მდგრადი განვითარება, მდგრადი მარკეტინგი, სოციალური მარკეტინგი

მდგრადი განვითარების გარეშე საფრთხე შეექმნება არა მხოლოდ მომავალი თაობების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, არამედ დღევანდელ თაობასაც. მაგრამ, როგორც აღმოჩნდა, ეს ჭეშმარიტებაა თანამედროვე საზოგადოების მხოლოდ პროგრესულად მოაზროვნე ნაწილისთვის, რაც დასტურდება უკრაინაში ნამოწყებული და უკვე ერთ წელზე მეტი ხნის განმავლობაში მიმდინარე ომით. ომი და მდგრადი განვითარება ურთიერთსაპირისპირო ცნებებია. შუაგულ ევროპაში მიმდინარე ომის პირობებში რომელ მდგრად განვითარებაზე შეიძლება იყოს ლაპარაკი?! ადამიანების ნაწილი დაიღუპა, ნაწილს მოუწია საცხოვრებელი ადგილების დატოვება და სხვა ქვეყნებისთვის თავის შეფარება. ნაწილი ადამიანებისა ადგილზე დარჩა და მუდმივი საფრთხის პირობებში აგრძელებს არსებობას. განადგურდა უკრაინის ბევრი რეგიონის გარემო ნაწილობრივ ან მთლიანად. ომმა შეცვალა არა მხოლოდ დაპირისპირებული ქვეყნების, არამედ ბევრი ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობა, გააუარესა ადამიანების ცხოვრების პირობები. მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მსოფლიო საზოგადოების ძირითადი ნაწილი მაინც იბრძვის მდგრადი განვითარების მიმართულებით დასახული მიზნების მიღწევისთვის. ასეა საქართველოშიც. ქვეყანა ცდილობს, ეროვნულ პრიორიტეტად აღიარებული, მდგრადი განვითარების მიზნების მისაღწევად განსაზღვრული, ამოცანების რეალობად გადაქცევას.

მდგრადი განვითარების ერთ-ერთი მიზანია ადამიანების ჯანმრთელობისა და კეთილდღეობის მიღწევა. ჯანმრთელობის უზრუნველყოფის მდგრადი განვითარების მიზნებში შეტანა შემთხვევითი არ არის, რადგან მხოლოდ ფიზიკურად და ფსიქიკურად ჯანმრთელ ადამიანს შეუძლია თავისი მოვალეობების შესრულება, სრულფასოვნად, საკუთარი ოჯახისა და მთლიანად ქვეყნის წინაშე. ადამიანების ჯანმრთელობის დაცვა და მთელი საზოგადოების კეთილდღეობის მიღწევა არის ის ძირი-

თადი მიზანი, რომლის განხორციელებაზეც უშუალოდ არის დამოკიდებული მდგრადი განვითარების დანარჩენი მიზნების შესრულება [Mghebrishvili, B. 2019:2]. ამიტომ არის საჭირო ზრუნვა ადამიანების ჯანმრთელობისთვის. ხარისხიანი და საყოველთაოდ ხელმისაწვდომი, სოციალური სამართლიანობის პრინციპებზე დაფუძნებული, ჯანმრთელობის დაცვის სისტემის შენარჩუნება და შემდგომი განვითარება ქვეყნის უმთავრესი პრიორიტეტია [2021-2024 სამთავრობო პროგრამა, 2020:37]. ამ მიმართულებით საქართველოში ბევრი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადაიდგა, მაგრამ ჯანდაცვის სისტემაში პრობლემები, ჯერ კიდევ, მაინც ბევრია. ამასთან, საყოველთაო ჯანმრთელობის დაცვის სისტემის შექმნით ვერ გადაწყდება ჯანმრთელობასთან დაკავშირებული პრობლემები, თუ თვითონ ადამიანებმა არ იზრუნეს საკუთარ ჯანმრთელობაზე და ბიზნესმა არ განახორციელა საქმიანობა მდგრადი მარკეტინგის პრინციპების შესაბამისად.

ადამიანის ჯანმრთელობაზე ზრუნვა, ცხოვრების ჩვეულებრივ პირობებში, ჩვენი აზრით, პირველ რიგში, ვლინდება ჯანსაღი კვებითა და ფიზიკური აქტივობით, რომელიც, თავის მხრივ, ფიზიკური ვარჯიშით, სპორტით დაკავებით არის შესაძლებელი. ამჯერად ჩვენი ყურადღების ცენტრში მოექცა ჯანსაღი კვება, რომელიც თანამედროვე საქართველოს აქტუალური პრობლემაა [თოდუა ნ. (2018:45)]. ჯანსაღ კვებას შეუძლია მნიშვნელოვანი როლის შესრულება ავადმყოფი ადამიანების განკურნებაში. ის დაავადებათა თავიდან აცილების საუკეთესო საშუალებაა.

კვლევის შედეგები

ჯანსაღ კვებასა და მდგრად განვითარებას შორის ორმხრივი კავშირი არსებობს. ჯანსაღი კვება, ადამიანების ჯანმრთელობის უზრუნველყოფაში თავისი როლის შესრულებით, ქმნის პირობებს მდგრადი განვითარებისთვის, რადგან მხოლოდ ფიზიკურად და ფსიქიკურად ჯანმრთელ ადამიანებს შეუძლიათ მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევაში მონაწილეობის მიღება. ამასთან, სწორედ მდგრადი განვითარება, ბიზნესსაქმიანობის მდგრადი მარკეტინგის პრინციპების საფუძველზე განხორციელება, ქმნის პირობებს იმისთვის, რომ ადამიანები იყვნენ ჯანმრთელნი და იზრუნონ ჯანსაღ კვებაზე. ასეთი ურთიერთქმედების პირობებში შესაძლებელი ხდება საზოგადოების სწორი მიმართულებით განვითარება. სამუხაროდ, ყველა ადამიანი არ არის ფიზიკურად და ფსიქიკურად ჯანმრთელი. ასეთ ადამიანებს, თავიანთი ჯანმრთელობის მდგომარეობის გამო, ან არ შეუძლიათ საზოგადოებისთვის სარგებლობის მოტანა ან შეგნებულად ხელს უშლიან საზოგადოების სწორი მიმართულებით განვითარებას. ადამიანთა იმ ნაწილს, რომელიც ხელს უშლის მდგრად განვითარებას, ჩვენი შეხედულებით, არ ესმის მდგრადი განვითარების მნიშვნელობა დედამიწისთვის, ადამიანთა საზოგადოებისთვის ან კიდევ ყველაფერს, შეგნებულად, აკეთებს ისე, რომ თვითონ ნახოს სარგებელი. უცოდინარი ადამიანების სწორ გზაზე დაყენება, ვფიქრობთ, შესაძლებელია, მთავარია მათთან ურთიერთობის ენის გამონახვა, მათი სწავლება და დარწმუნება. ამ ტიპის ადამიანების მდგრადი განვითარებით დაინტერესების ერთ-ერთ გზად გვესახება მათი სწორად ინფორმირება მდგრად განვითარებასა და ადამიანების ჯანმრთელობას, აგრეთვე, ჯანმრთელობასა და ჯანსაღ კვებას შორის კავშირზე. რაც შეეხება იმ ადამიანებს, რომლებიც ყველაფერს მხოლოდ საკუთარ ინტერესებს უქვემდებარებენ, მათ შორის საზოგადოების მიმდინარე და მომავალ კეთილდღეობასაც, მათთან ურთიერთობა არ არის მარტივი. ამ კატეგორიის ადამიანების მდგრადი განვითარების მიმართ დამოკიდებულება, სავარაუდოდ, არ შეიცვლება, თუ მათ სარგებელს საფრთხე შეექმნება. ეს ადამიანები მით უფრო საშიში არიან, რაც უფრო მაღალი ადგილი უკავიათ საზოგადოებაში, იერარქიული კიბის მაღალ საფეხურზე იმყოფებიან. მაგრამ, ბრძოლას ყოველთვის აქვს აზრი და საზოგა-

დოებამ უნდა იბრძოლოს მათ „გონზე მოსაყვანად“, უნდა დაანახოს მათ, რომ მხოლოდ მდგრადი განვითარების პირობებშია შესაძლებელი ჯანსაღი კვება, რომელზეც არის დამოკიდებული ადამიანების ჯანმრთელობა.

ჯანსაღ კვებას ყურადღება უძველეს წარსულშივე მიექცა. ჯერ კიდევ ჰიპოკრატე ამბობდა: „დაე, თქვენი საკვები თქვენი წამალი იყოს, ხოლო წამალი-კვება“. ადამიანები უძველეს დროშივე მიხვდნენ, რომ საკვები აძლევდა მათ ენერგიას და რაც უფრო სრულყოფილი იყო მათი კვება, მით უფრო მეტი შანსი არსებობდა იმისთვის, რომ მათ ორგანიზმისთვის საჭირო ნივთიერებები მიეღოთ და გაეხანგრძლივებინათ სიცოცხლე. დღეს ადამიანების მნიშვნელოვან ნაწილს უჭირს ჯანსაღად კვება, რაც, საკმაოდ ხშირად, გამოწვეულია არა ფინანსების ნაკლებობით, არამედ საცალო სავაჭრო ქსელში არაჯანსაღი კვების პროდუქტების დიდი რაოდენობით არსებობითა და ცხოვრების აჩქარებული რიტმით. მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევასა და ჯანსაღი კვების პრობლემის გადაწყვეტაში საცალო ვაჭრობას დიდი როლის შესრულება შეუძლია. ამისთვის საჭიროა საცალო სავაჭრო საწარმოების სოციალური პასუხისმგებლობით მუშაობა, რაც, თავის მხრივ, მოითხოვს საცალოდ მოვაჭრეების დარწმუნებას სოციალური პასუხისმგებლობით ფუნქციონირების ხელსაყრელობასა და მომგებიანობაში როგორც მთლიანად ქვეყნისთვის, ისე თვითონ საცალოდ მოვაჭრეებისთვის [მღებრიშვილი ბ., უროტაძე ე., ვეშაგური მ. (2023)].

სოციალური პასუხისმგებლობით მუშაობა ხორციელდება რამდენიმე მიმართულებით, რომელთა შორის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია: მარკეტინგული ეთიკის მოთხოვნების აქტიურად დაცვა; გარემოს დაცვის საკითხების მიმართ მეტი ყურადღების გამოჩენა; საზოგადოების სოციალური პრობლემების გადაწყვეტაში მონაწილეობის მიღება [მღებრიშვილი ბ., უროტაძე ე., ვეშაგური მ. 2022:323]. ე.ი. საცალო ვაჭრობის მენეჯერების ზნეობრივად მუშაობა, მათ მიერ გადაწყვეტილების მიღების დროს ეთიკური ნორმებისა [Mghebrishvili B. (2014)] და გარემოს დაცვა [[Mghebrishvili B., Mghebrishvili A., Atoshvili T. (2020)], აგრეთვე, საზოგადოების სოციალური პრობლემების მოგვარებაში ჩართვა აუცილებლობას წარმოადგენს. ასეთი მიდგომით საცალო ვაჭრობა ჯანსაღი კვების პრობლემის მოგვარებაში დიდ წვლილს შეიტანს. საზოგადოების ჯანსაღი კვებით დაინტერესებაში, სხვა საშუალებებთან ერთად, დიდი როლის შესრულება სოციალურ მედიას შეუძლია. სოციალური მედია თავისი ქსელებით სერიოზულ ბერკეტს ფლობს მომხმარებლებზე ზემოქმედებისთვის [ჯაშიჩი. (2020)] და ეს ბერკეტები აუცილებლად უნდა იქნეს გამოყენებული ადამიანების საკეთილდღეოდ.

ჯანსაღი კვების, და საერთოდ კვების, მიმართ სხვადასხვა ერში, საუკუნეების განმავლობაში, განსხვავებული დამოკიდებულება ჩამოყალიბდა. ამას საფუძვლად მათი ცხოვრების განსხვავებული ბუნებრივი, სამეურნეო და სოციალური პირობები, აგრეთვე, რელიგიური რწმენა, დაედო. ცხადია, განსხვავებულ გარემოპირობებში ცხოვრება განსხვავებული კვების პროდუქტების შექმნის შესაძლებლობას იძლევა. ადამიანები საუკუნეების განმავლობაში თავიანთ საკვებ პროდუქტებს ქმნიდნენ იმ ნედლეულისგან, რომელსაც არსებული ბუნებრივი გარემოს პირობებში მოიპოვებდნენ. შექმნილი კვების პროდუქტები, როგორც წესი, ადამიანებს არსებული კლიმატის პირობებში ჯანმრთელობის შენარჩუნებისა და სიცოცხლის გახანგრძლივების საშუალებას აძლევდა. ამის შედეგია ის, რომ ყველა ხალხს თავისი, ისტორიულად ჩამოყალიბებული, ტრადიციული სამზარეულო აქვს, რაც დამოკიდებულია წეს-ჩვეულებებზე, ტრადიციებზე, რეგიონის გეოგრაფიულ-კლიმატურ პირობებზე [კოლუაშვილი პ., გახოკიძე რ. (2022)]. საქართველოშიც, სხვა ქვეყნების მსგავსად, ჩამოყალიბდა განსხვავებული, მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი, კვების კულტურა, რომელსაც დღეისთვის დაცვა სჭირდება.

თანამედროვე გლობალიზაციის პირობებში, როცა აქტიურად მიმდინარეობს ერების დაახლოების პროცესი, სხვადასხვა ერის კვების კულტურაც, გარკვეულწილად, იცვლება, თუმცა, მაინც ინარჩუნებს თავის ტრადიციულ სახეს. ამას, სავარაუდოდ, განაპირობებს ის გარემოება, რომ კვების კულტურა გენეტიკური კოდის მატარებელია. თითქოს ადამიანს „ახსოვს“, თუ როგორ იკვებებოდნენ მათი წინაპრები უძველეს წარსულში [კოლუაშვილი პ., გახოკიძე რ. (2022)] და, მისდაუნებურად, ცდილობს თვითონაც მსგავსად იკვებოს. ეს პროცესი სხვადასხვა ერში, ჩვენი აზრით, მეტნაკლებად ერთნაირად მიმდინარეობს. მიუხედავად აღნიშნულისა, გლობალიზაციის ეპოქაში მაინც არსებობს ალბათობა იმისა, რომ ტრადიციული კერძები გაქრეს ერების სამზარეულოებიდან. არც ერთმა ერმა არ უნდა დაუშვას, რომ ტრადიციული ჯანსაღი კვების პროდუქტები თანამედროვე არაჯანსაღი კვების პროდუქტებით ჩანაცვლდეს.

ადამიანი, პირველ რიგში, ბიოლოგიური არსებაა. ის კვების გარეშე სიცოცხლეს ვერ შეინარჩუნებს. მაგრამ, თუ საკვები ჯანსაღი არ იქნება, ადამიანის სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნების საკითხი კითხვის ნიშნის ქვეშ დადგება. ამიტომ არის საჭირო ზრუნვა საკვების სიჯანსაღეზე. ეს კარგად იცოდნენ ყველა ერის წარმომადგენლებმა და ცდილობდნენ ისეთი საკვები პროდუქტების შექმნას და გამოყენებას, რომლებიც მათ სიამოვნებასაც მოუტანდა და ჯანმრთელად ყოფნაშიც დაეხმარებოდა. თუმცა, გამონაკლისები ყველა ერში და ყველა დროში ყოველთვის არსებობდა და დღესაც არსებობს. ადამიანთა ნაწილი დიდი სიამოვნებით მიირთმევს არაჯანსაღ საკვებს. მაგრამ, ამან ტრადიციულ სამზარეულოს საფრთხე არ უნდა შეუქმნას. ქართული სამზარეულო დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა, რასაც განაპირობებს საქართველოს ბუნებრივ-კლიმატური პირობები. პირველ რიგში, ბუნებამ მისცა ქართველ ხალხს შესაძლებლობა, რომ მრავალფეროვანი საკვები პროდუქტები შეექმნა. ამ საკვები პროდუქტებით ქართველები კვებაზე მოთხოვნილებასაც იკმაყოფილებდნენ და ჯანმრთელობასაც ინარჩუნებდნენ. ამასთან დაკავშირებით, ივანე ჯავახიშვილი შემდეგს აღნიშნავდა: საქართველოს ბუნებრივი მრავალფეროვნების საფუძველზე ქართველმა ერმა შექმნა მრავალნაირი საკვები და სასმელი, რომლითაც ის თავის ჯანმრთელობასაც იცავს და გემოვნების მოთხოვნილებებსაც იკმაყოფილებს. ამის დასადასტურებლად მარტო ჩურჩხელას მაგალითიც საკმარისია. ტრადიციული ქართული კვების პროდუქტები განსხვავებულია საქართველოს კუთხეების მიხედვითაც. ამ პატარა ქვეყანაში მთებიც არის და დაბლობებიც, ზღვაც და ნახევრად უდაბნოც. ასეთ პირობებში, ცხადია, განსხვავებული პირობები არსებობს ტრადიციული საკვების შექმნისა და გამოყენებისთვის. ასეც მოხდა. განსხვავებული ტრადიციული კვების პროდუქტები შექმნეს საქართველოში მცხოვრებმა ადამიანებმა მთასა და ბარში, დასავლეთ და აღმოსავლეთ საქართველოში. ამ კვების პროდუქტების შენარჩუნება ყველა ქართველის ვალია.

საკვები პროდუქტების წარმოებისთვის აუცილებელია ნაყოფიერი მიწის, სუფთა წყლის, სუფთა ჰაერის, ბიოლოგიური მრავალფეროვნების, ე.ი. ცოცხალი საკვების, შენარჩუნება [კოლუაშვილი პ. (2010)]. ასე რომ, მიწისა და წყლის, ჰაერისა და ტყის, მთელი გარემოს გაფრთხილება აუცილებელია. ადამიანებმა უნდა იცხოვრონ მდგრადი განვითარების პრინციპებით, რომ არ მიაყენონ ზარალი დედაბუნებას. ასეთ პირობებში საფრთხე არ დაემუქრება ადამიანების კვებას. ჯანსაღი გარემო ხომ ჯანსაღი საკვები პროდუქტების შექმნის საშუალებას იძლევა. აქედან მხოლოდ ერთი დასკვნის გაკეთებაა შესაძლებელი: ჯანსაღი კვება პირდაპირ არის დაკავშირებული მდგრად განვითარებასთან. მხოლოდ მდგრადი განვითარების პირობებშია შესაძლებელი როგორც თანამედროვე, ისე მომავალი თაობების ჯანსაღად კვება და მათი სიცოცხლისუნარიანობის უზრუნველყოფა.

ჯანსაღი კვება არის იმის გარანტია, რომ ადამიანის ორგანიზმი იქნება ჯანსაღი. მაგრამ, ადამიანებს, პირველ რიგში, ბავშვებსა და ახალგაზრდებს, უჭირთ ჯანსაღად კვება. მათ ეძნელებათ, რომ

უარი თქვან მათთვის საყვარელ საკვებზე, იქნება ეს სხვადასხვა ტკბილეული თუ ცხიმებით გაჯერებული სწრაფი კვების ობიექტების პროდუქტები [7]. როგორც პრაქტიკა უჩვენებს, არაჯანსაღი კვების პროდუქტები ადვილი ასატანია ახალგაზრდობაში, მაგრამ ასაკის მომატებასთან ერთად ადამიანს მათი მიღება ჯანმრთელობის პრობლემებს უქმნის. ასაკში ცხოვრება უადვილდებათ იმ ადამიანებს, რომლებიც ჯანსაღად იკვებებოდნენ მთელი ცხოვრების მანძილზე და ასაკში შესულე-ბიც ჯანსაღად იკვებებიან.

მაინც რას ნიშნავს ჯანსაღი კვება? ჯანსაღ კვებაში იგულისხმება ადამიანის მიერ ორგანიზმის-თვის საჭირო ნივთიერებების, კერძოდ, ცილების, ჯანსაღი ცხიმების, ნახშირწყლების, მინერალებ-ის, ვიტამინების, წყლის, რეგულარულად, საკმარისი რაოდენობითა და საჭირო თანაფარდობით მიღება. ჯანსაღად კვება, ნამდვილად, არ ნიშნავს მკაცრ აკრძალვებს. ის არის ადამიანის მიერ ჯან-საღი წარმოების პროდუქტების დაბალანსებულად მიღება. ცხადია, კვების ყველა პროდუქტს თავი-სი დანიშნულება აქვს. სწორედ, საკვები პროდუქტების დანიშნულების შესაბამისად და ოპტიმალუ-რი თანაფარდობით გამოყენება განაპირობებს ადამიანის დიდხანს და ჯანმრთელად ცხოვრებას. ეს ინფორმაცია რეგულარულად უნდა მიენოდოს ადამიანებს. ამისთვის არსებობს საზოგადოებრივი ინსტიტუტები.

როგორც უკვე აღინიშნა, ყველა ერს აქვს თავისი კვების კულტურა, რომელიც საუკუნეების განმავლობაში ჩამოყალიბდა. ჩვენ შორს ვართ იმ აზრისგან, რომ ქართული სამზარეულო, ტრადი-ციული ქართული კვების კულტურა სხვა ერების კვების კულტურას სჯობია. მაგრამ, ის, ნამდვი-ლად, უნიკალურია. ქართული სამზარეულო საუკუნეების მანძილზე იქმნებოდა და სულ უფრო სრულყოფილი ხდებოდა. ჩვენ ვეთანხმებით მოსაზრებას, რომ ქართული კვების კულტურა ქარ-თულ ღვინოს ეფუძნება. ბევრმა ქართულმა კვების პროდუქტმა (პური, ღვინო . . .) საუკუნეებს გა-უძლო, დღემდე მოაღწია და შეიძლება თავისუფლად ითქვას, რომ დიდი პოპულარობით სარგებ-ლობს არა მხოლოდ ქართველებში, არამედ უცხოელებშიც. ქართული კვების კულტურა უნდა შევი-ნარჩუნოთ. ეს, როგორც უკვე ითქვა, არ არის მარტივი თანამედროვე გლობალიზაციის პირობებში. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ქართველებს უნიკალური კვების კულტურის დასაცავად დიდი სიფრთხილე გვმართებს [კოლუაშვილი პ. (2010)], რადგან ერების დაახლოების პროცესი კვების კუთხითაც ხორციელდება. ახალგაზრდა თაობას იზიდავს სიახლე ცხოვრებაში და ეს კვებასაც ეხე-ბა. სიახლის გამოდევნებამ არ უნდა დაგვაკარგინოს ჩვენი ტრადიციები და წეს-ჩვეულებები, მათ შორის ქართული სამზარეულო. ეს რომ ასე არ მოხდეს, საჭიროა საზოგადოების, პირველ რიგში მო-ზარდებისა და ახალგაზრდების, სათანადოდ ინფორმირება.

ამერიკულმა ონლაინმედია (Thrillist.com) გამოაქვეყნა ევროპის იმ ქვეყნების სია, რომლებიც უნიკალური სამზარეულოთი და სასმელებით გამოირჩევიან. 48 ქვეყნიდან საქართველო მეოთხე ადგილზე მოხვდა იტალიის, ესპანეთის და საფრანგეთის შემდეგ [10]. გამოქვეყნებულ ინფორმაცი-აში ყურადღებაა გამახვილებული მწვანილებისა და სანელებლების ფართო ასორტიმენტზე, ქინძი-სა და გამხმარი გულყვითელას უნიკალურ კომბინაციებზე, საკვებიდან „ნავის ფორმის“ აჭარულ ხაჭაპურზე, კუჭმაჭზე. ასეთი სამზარეულო არ უნდა დაიკარგოს ჩვენი ჩვევებისა და ცხოვრების წე-სის შეცვლის გამო. „კულინალურ ტრადიციებს მთელ მსოფლიოში აფასებენ“ [10], რადგან მასში ვლინდება ყოველი ერის თვითმყოფადობა. შესაბამისმა სახელმწიფო სტრუქტურებმა, სპეციალის-ტებმა ახალ თაობაში უნდა გააღვივონ ეროვნულ ტრადიციებზე, მათ შორის ქართულ სამზარეუ-ლოზე, ზრუნვის სურვილი.

ქართული სამზარეულოს გონივრულად გამოყენება დაეხმარება ადამიანებს ჯანსაღად ცხოვ-რებაში. ზომიერება კვებაში და ჯანსაღი პროდუქტების მიღება ხელს შეუწყობს ადამიანების ჯან-

მრთელობის შენარჩუნებას და სიცოცხლის გახანგრძლივებას, შესაბამისად, მათ შრომას საკუთარი ოჯახისა და მთელი ქვეყნის საკეთილდღეოდ.

ადამიანების, პირველ რიგში ახალგაზრდების, ჯანსაღი ცხოვრების წესით დასაინტერესებლად მუშაობა ბავშვობის ასაკიდან უნდა დაიწყოს. ჯერ ოჯახის წევრები, შემდეგ კი საზოგადოებრივი ინსტიტუტები (საბავშვო ბაღი, სკოლა, უმაღლესი სასწავლებელი, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები) მუდმივად უნდა აწვდინდნენ ინფორმაციას საზოგადოებას ჯანსაღ საკვებსა და ჯანსაღად კვების მნიშვნელობაზე როგორც თვითონ ადამიანისთვის, ისე მთელი საზოგადოებისთვის. უნდა წახალისდეს საგანმანათლებლო ღონისძიებები ჯანსაღი კვების აქტუალურობის, ჯანმრთელი ცხოვრების წესისა და სასურსათო პროდუქტების მარკირების მნიშვნელობის შესახებ [თოდუა ნ. 2018:50]. ცხადია, არაჯანსაღი საკვების მწარმოებელი და გამსაღებელი ბიზნესი ამ პროცესს დაუპირისპირდება და ეს დაპირისპირება იქნება როგორც პირდაპირი, ისე არაპირდაპირი. არც ის იქნება ადვილი დაარწმუნო ადამიანი, რომ ესა თუ ის საკვები პროდუქტი გრძელვადიან პერსპექტივაში მათ ჯანმრთელობაზე უარყოფითად იმოქმედებს. მაგრამ, ამ მიმართულებით მუშაობა აუცილებელია. არაჯანსაღი საკვების მიღება მაქსიმალურად უნდა შეიზღუდოს, თუ ადამიანები ვერ შეძლებენ მასზე, მთლიანად, უარის თქმას. დღეს, შესაბამისი კვალიფიკაციის მქონე სპეციალისტებისა და საზოგადოებრივი ინსტიტუტების ბრძოლა ადამიანების არაჯანსაღი საკვებისგან დასაცავად აუცილებელია, რადგან, როგორც უკვე ითქვა, სავაჭრო ობიექტებში დიდი რაოდენობით არის გასაყიდად გამოტანილი კვების არაჯანსაღი პროდუქტები. ისინი, თავიანთი გემოვნებითი თვისებებით და მიწოდებული ინფორმაციის გავლენით, იზიდავენ ბავშვებსა და ახალგაზრდებს. ამიტომ, ამ მიმართულებით მუშაობა არ არის და ვერც იქნება მარტივი. მაგრამ, ამ ბრძოლას მდგრადი განვითარების აუცილებლობა გვაგაღებულებს და უნდა ვიბრძოლოთ. ჯანსაღი კვება, ვარჯიშთან ერთად, ჩვენი ცხოვრების წესად უნდა ვაქციოთ. ამით დავიცავთ საკუთარ და სხვა ადამიანების ჯანმრთელობას და ჩვენ წვლილს შევიტანთ ქვეყნის განვითარებაში.

ჯანსაღი კვების კამპანიაში დიდი როლის შესრულება შეუძლია სოციალურ მარკეტინგს. მისი გამოყენებით შესაძლებელია ადამიანების შეხედულებების, ამა თუ იმ პროდუქტთან დამოკიდებულების, შეცვლა. დღეს პოპულარულია ე.წ. ჯანმრთელობის რწმენის მოდელის გამოყენება. ეს მოდელი ითვალისწინებს მომხმარებლის დარწმუნებას იმასთან დაკავშირებით, თუ რატომ უნდა მოიხმაროს ზუსტად ის საქონელი და მომსახურება, რომელიც კონკრეტულ ვითარებაში მისთვის აუცილებელი და ფასეულია [თოდუა ნ., ჯაში ჩ. 2021:164]. აქ ხაზი უნდა გაესვას იმ გარემოებას, რომ პიროვნება, რომელიც სოციალური მედიის გამოყენებით დაარწმუნებს ადამიანებს კონკრეტული პროდუქტის მოხმარების აუცილებლობაში, თვითონ უნდა იყოს მისაბაძი საზოგადოებისთვის ან კომპეტენტური ამ სფეროში.

საზოგადოების დარწმუნების კუთხით, სოციალური მარკეტინგის შესაძლებლობების შესახებ, ბევრი კვლევა არსებობს თანამედროვე მსოფლიოში, მათ შორის საქართველოშიც. ერთ-ერთი კვლევის თანახმად, სოციალური მარკეტინგის დახმარებით, შესაძლებელია ჯანმრთელობის მიმართ ახალგაზრდების დამოკიდებულების შეცვლა [Jashi Ch. (2017)]. ეს შესაძლებლობა აუცილებლად უნდა იქნეს გამოყენებული. მაგრამ, ისიც ფაქტია, რომ ჯერჯერობით სოციალური მარკეტინგის შესაძლებლობები საქართველოში ან/ვერ გამოიყენება. თსუ მარკეტინგის კათედრაზე ჩატარებული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ჯანსაღი კვების მნიშვნელობის შესახებ მომხმარებელთა არასათანადო ინფორმირება და ცოდნა ხელს უშლის სოციალური კამპანიების განხორციელებას საქართველოში [Todua N., Jashi Ch. (2018)]. მაშასადამე, პირველ რიგში, საჭიროა, ჯანსაღ კვებასთან მიმართებით, საზოგადოების ინფორმირების დონის ამაღლება, რადგან, საქართველოში ჩატარებუ-

ლი ერთ-ერთი კვლევის შედეგების მიხედვით, რესპონდენტების მხოლოდ 35% აცნობიერებს კვებასთან დაკავშირებულ ჯანმრთელობის რისკებს [Todua N. 2019:212]. ჯანსაღ კვებაზე მიღებული ცოდნა ადამიანებს გაუჩენს ინტერესს ჯანსაღი კვების მიმართ, ინტერესს კი მოყვება შესაბამისი ქმედება. დაინტერესება, გათვითცნობიერება და აღქმა, ჯანსაღ კვებასთან მიმართებით, ქართველი მომხმარებლის ქცევის ცვლილების განმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორებია [Todua N., Jashi Ch. (2018)]. ეს რეალობა უნდა გაითვალისწინონ, ჯანსაღ კვებასთან დაკავშირებით, მოსახლეობასთან მომუშავე საზოგადოებრივმა ინსტიტუტებმა და ცალკეულმა სპეციალისტებმა.

დასკვნა

ჯანსაღი კვების მდგრად განვითარებასთან კავშირში გააზრებამ საშუალება მოგვცა, გაგვეკეთებინა დასკვნა იმის თაობაზე, რომ მდგრადი განვითარების განმსაზღვრელ ფაქტორებს შორის ჯანსაღი კვება ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია. სწორედ ჯანსაღი კვების შედეგია, ძირითადად, ადამიანების ჯანმრთელად ყოფნა, რომლის გარეშე მდგრადი განვითარება ვერ მიიღწევა. უმეტეს შემთხვევაში ფიზიკურად და ფსიქიკურად ჯანმრთელ ადამიანებს აქვთ საზოგადოებრივად აზროვნებისა და შესაბამისად მოქმედების შესაძლებლობა. ჯანსაღი კვება შესაძლებელია ჯანსაღი პროდუქტებით, რომელთა წარმოების საშუალებასაც მდგრადი გარემო იძლევა, მდგრადი გარემოს არსებობა კი მდგრადი მარკეტინგის განხორციელებასთან არის მჭიდროდ დაკავშირებული. ამიტომ, არამარტო სახელმწიფო სტრუქტურების, არამედ მთელი ბიზნესსექტორისა და ყოველი ადამიანის ვალია გარემოზე ზრუნვა, რაც საკუთარ და ირგვლივ მყოფი ადამიანის ჯანმრთელობაზე ზრუნვას ნიშნავს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. თოდუა ნ. (2018). ჯანსაღ კვებასთან დაკავშირებულ მყიდველობით ქცევაზე სასურსათო პროექციის მარკირების გავლენა. ჟურნალი გლობალიზაცია და ბიზნესი, თბილისი, № 5(1), 45-52.
2. თოდუა ნ., ჯაში ჩ. (2021). სოციალური მარკეტინგის პარადოქსები ჯანდაცვაში (Covid-19-ის პანდემიის კონტექსტში). მე-6 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის - „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“ - მასალები. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. თბილისი, გვ. 163-168.
3. კოლუაშვილი პ. (2010). კვების ტიპები და ნორმები თანამედროვე მსოფლიოში. <https://iberiana.wordpress.com/saqartvelo/kveba/>
4. კოლუაშვილი პ., გახოკიძე რ. (2022). ტრადიციული კვება მოსახლეობის სიცოცხლისუნარიანობის ძირითადი ფაქტორია. ჟურნალი „ეკონომისტი“, თბილისი, გვ. 39-52.
5. მღებრიშვილი ბ., უროტაძე ე., ვეშაგური მ. (2022). ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის როლი საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში. მე-7 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის - „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“- მასალები, თბილისი, გვ. 321-329.
6. მღებრიშვილი ბ., უროტაძე ე., ვეშაგური მ. (2023). საცალო ვაჭრობის სოციალური პასუხისმგებლობის ძირითადი ასპექტები ქვეყნის მდგრადი განვითარების მიღწევაში. ჟურნალი ეკონომიკა და ბიზნესი № 1. თბილისი.
7. როგორ დავინყოთ სწორი კვება. (2022). <https://yourland.ge/rogor-davitskot-swori-kveba/>

8. სამთავრობო პროგრამა 2021-2024 „ევროპული სახელმწიფოს მშენებლობისთვის“. დეკემბერი 2024, გვ. 34-35; 36-38.
9. საქართველოში კვების ეროვნული კვლევა.
<https://gfa.org.ge/wp-content/uploads/2018/11/3-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%97%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%A8%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%95%E1%83%9C%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%95%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%95%E1%83%90.pdf>
10. ქართული სამზარეულო ევროპის ქვეყნების საუკეთესო ოთხეულში მოხვდა. (2019).
<https://www.doctrina.ge/qarthuli-samzareulo-evrop/>
11. ჯაში ჩ. (2020). სოციალური მედიის ახალი მარკეტინგული კონტექსტი (კონცეპტუალური მიმოხილვა). ჟურნალი ეკონომიკა და ბიზნესი, თბილისი, #1, გვ.152-162.
12. Mghebrishvili, B. (2010). Contradictory Nature of Marketing Ethic. Journal of Economics and Business Iv. Javakhishvili Tbilisi State University, pp.135-140.
13. Mghebrishvili, B. (2014). The Ethics and Retail Management EE. In Proceedings of 2 nd International Scientific and Practical Conference – Strategic Imperatives of Modern Management (SIMM-2014). Kiev, Ukraine, pp. 42-44.
14. Mghebrishvili, B. (2018). Some Aspects of Social Marketing Development in Georgia. In Proceedings of 4 th International Scientific and Practical Conference – Strategic Imperatives of Modern Management (SIMM-2018). Kiev, Ukraine, 345-351.
15. Mghebrishvili, B. (2019). Situation of Health and Welfare in Georgia in the Context of Sustainable Development and Sustainable Marketing. Journal Ecoforum. Vol.8 (1)
16. Mghebrishvili, B., Mghebrishvili, A., & Atoshvili, T. (2020). Care about Environment Protection in the Conditions of Effectiveness of Sustainable Development Conception (Example of Georgia). In Proceedings of 5th International Scientific and Practical Conference – Strategic Imperatives of Modern Management (SIMM-2020). Kiev, Ukraine, pp. 253-258.
17. Todua, N. (2017). Influence of Food Labeling Awareness on healthy behavior of Georgian Consumers. Journal Ecoforum, Vol. 6, No.2.
18. Todua, N. (2019). Attitude of Georgian Consumers to Healthy Nutrition. In Proceedings of 46 th International Academic Conferences. International Institute of Social and Economic Sciences. At Sapienza University of Rome, Italy, pp. 208-219.
19. Todua, N. & Jashi, Ch. (2018). Influence of Social Marketing on the Behavior of Georgian Consumers Regarding Healthy Nutrition. Bulletin of the Georgian Academy of sciences, Tbilisi, 12 (2), pp. 183-190.
20. Jashi Ch. (2017). Changing Health Behavior of Youth Through Social Marketing. Journal Ecoforum Vol. 6, No.2.

Healthy Nutrition in the Context of Sustainable Marketing

Babulia Mghebrishvili

Associate Professor

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

SUMMARY

The author of the article considers healthy diet as a necessary condition for human health, and characterizes it in the context of sustainable development and sustainable marketing. She presents an opinion that there is a mutual relationship between healthy nutrition and sustainable development. On the one hand, healthy diet helps people to be healthy and thus they are able to be active in achieving sustainable development goals. On the other hand, sustainable development and sustainable marketing creates conditions to produce healthy food and support people to stay healthy.

The author of the article shares the opinion that in order to achieve increased public interest in healthy food, social marketing should be recognized as one of the main tools. However, this possibility has not been yet actively used in Georgia. The author of the article believes that the Georgian traditional cuisine can provide healthy nutrition only if the land and water, air and forest, the entire environment of Georgia will be properly protected from harmful effects.

Keywords: *healthy nutrition, health, sustainable development, sustainable marketing, social marketing*