

## ხარისხობრივი კვლევა მარილის მსოფლიო კვირეულის ფარგლებში

2019 წლის 4-10 მარტს აღინიშნება „მარილის შესახებ გათვითცნობიერების მსოფლიო კვირეული“. არაგადამდებ დაავადებათა დეპარტამენტის ქრონიკულ დაავადებათა და ტრავმატიზმის სამმართველოს მიერ ჩატარდა კვირეულისადმი მიძღვნილი ხარისხობრივი კვლევა - შეფასდა შეფ-მზარეულების და მზარეულების დამოკიდებულება მარილის გამოყენებისადმი საკვების მომზადებისას, მათი შეხედულებები მომხმარებლის ქცევის შესახებ ამ მიმართულებით.

კვლევის ინსტრუმენტები:

- ✓ სტრუქტურირებული კითხვარი მზარეულთათვის (ხარისხობრივი ფრაგმენტებით).

კვლევაში მონაწილეობის შეთავაზება გაეგზავნა სუპერმარკეტების ქსელებს, რესტორნებსა და სწრაფი კვების ობიექტებს.

### რესპონსი კვლევაზე: 60%

გამოკითხულ იქნა 5 შეფ-მზარეული და 23 მზარეული.

კვლევის იდენტური ინსტრუმენტით, 2014 წელს ჩატარდა მზარეულებს შორის კვლევა, რაც 5 წლიანი დინამიკის შეფასების საშუალებას იძლევა.

### კვლევის შედეგები:

- ✓ საკვების მომზადებისას, მარილის დამატების მიზანი 90%-ში, საკვების გემოს გაძლიერება და გაუმჯობესებაა, ხოლო 10%-ში საკუთარი გემოვნებითი მახასიათებლებია.
- ✓ საკვების მომზადების პროცესში 2014 წელს მარილის დამატებისას, ძირითადი ორიენტირი იყო რეცეპტით გათვალისწინებული დოზა (67%), რომელსაც მოსდევდა რეცეპტი და საკვების გემოს გაძლიერება ერთობლივად (10%), მარილის მიღება-ჯანმრთელობის მოსალოდნელი სარგებელი (10%), „გააჩნია, რა საკვებს ვამზადებ“ – (13%); ხოლო 2019 წელს ძირითადი ორიენტირი იყო გემოს გაუმჯობესება (50%) და რეცეპტით გათვალისწინებული დოზა (40%), საკუთარი გემოვნებითი მახასიათებლის შესახებ მცირე პროცენტმა მიუთითა (10%).
- ✓ 2014 წელს გამოკითხულთა 30% თვლიდა, რომ მარილის შემცირებით საკვების გემოვნებითი თვისებები შესაძლებელია დაკნინდეს 15%-მდე; 2019 წლის კვლევის მონაცემებით კი გამოკითხულთა დიდი უმრავლესობა (90%) თვლის, რომ მარილის შემცირება აუარესებს კერძის გემოს; აღნიშნულ რესპოდენტთა 50%-ის აზრით, გაუარესებას ადგილი აქვს 15%-მდე, ე.ი მცირედ, ხოლო 40%-ის აზრით კერძის გემო მნიშვნელოვნად, 15%-ზე მეტად იცვლება.
- ✓ აღმოჩნდა, რომ მომხმარებელი კრიტიკულად იშვიათად ითხოვს ნაკლებმარილიან ან საერთოდ უმარილო კერძის მომზადებას; 2014 წელს მსგავსი მოთხოვნები ძირითადად აღინიშნა „კარტოფილი ფრი“-ს შემთხვევაში, რაზეც პასუხობდნენ: „გათვალისწინებული იქნება“ ან - „კერძი მომზადებულია წინასწარ“. 2019 წელს - რესპოდენტთა 60%-ის პასუხის მიხედვით მომხმარებელი არ ითხოვს ან ძალიან იშვიათად ითხოვს ნაკლებმარილიან ან უმარილო საკვებს.

- ✓ 2014 წელს სწრაფი კვების ზოგიერთ ობიექტში (კვლევაში მონაწილეთა 6-7%) სამარილე მაგიდაზე არ იყო და მოთხოვნის შემთხვევაში, კლიენტს მარილის ერთჯერადი პაკეტი მიეწოდებოდა, ხოლო 2019 წელს ყველა ობიექტში, სადაც კვლევა ჩატარდა, მაგიდაზე იყო სამარილე.
- ✓ 2014 წელს მარილის ჭარბი მოხმარების რისკების შესახებ უმრავლესობას ჰქონდა ინფორმაცია და დასახელდა გულ-სისხლძარღვთა სისტემის დაავადებები და მათ შორის ყველზე ხშირად - მაღალი არტერიული წნევა. 2019 წელს მარილის ჭარბ მოხმარებასთან კორელაციაში ძირითადად დასახელდა ძვალ-სახსროვანი სისტემის და თირკმლის დაავადებათა რისკი.
- ✓ გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა თვლის, რომ საკითხი საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის პრობლემაა, მაგრამ ძირითად პასუხისმგებლობას მომხმარებელს აკისრებს, პასუხისმგებლობის თვალსაზრისით რიგით მეორე ადგილზე ჯანდაცვის მუშაკები აღმოჩნდნენ (2014 და 2019 წლები).
- ✓ 2014 წელს გამოკითხულთა 60% ვერ ასახელებდა მარილის მოხმარების რეკომენდირებულ დღიურ ნორმას, 2019 წელს გამოკითხულთა 80%-ს არ აქვს სწორი ინფორმაცია მარილის მოხმარების რეკომენდირებული დოზის შესახებ.
- ✓ 2019 წლის კითხვარში დამატებით შესაძლებელი გახდა პირადად მათი ქცევის შესახებ ინფორმაციის მოპოვება „ამატებთ თუ არა მარილს უკვე მომზადებულ კერძს, თქვენს ულუფას?“ შემთხვევათა აბსოლუტურ უმრავლესობა პასუხი იყო „დიახ.“

## დასკვნა

სუფრის მარილის მოხმარების თვალსაზრისით მომხმარებლის ქცევის სტერეოტიპი, ცვლილების პოზიტიურ ტენდენციას ავლენს; ამასთან საგანმანათლებლო ინტერვენცია უნდა გაგრძელდეს ყველა შესაძლო საკომუნიკაციო არხის გამოყენებით.

## რეკომენდაციები

- შეფ-მზარეულთა გათვითცნობიერების დონის ამაღლების თვალსაზრისით სასურველია პერიოდული ლექცია-საუბრების გამართვა, აგრეთვე მარილის შესახებ სამახსოვროების, ბუკლეტების მომზადება და გავრცელება საზოგადოებრივი კვების ობიექტებში.
- რეკომენდირებულია მათ სასწავლო პროგრამაში „ჯანსაღი კვების“ მოდულის გაძლიერება
- რეკომენდირებულია პოპულაციის უფრო აქტური განათლება ამ მიმართულებით
- პოპულაციის გათვითცნობიერების ამაღლების პროცესში ჩართული უნდა იყოს როგორც მას-მედია, ასევე სოციალური ქსელები (Facebook) და თანამედროვე ტექნოლოგიები (Twitter).