

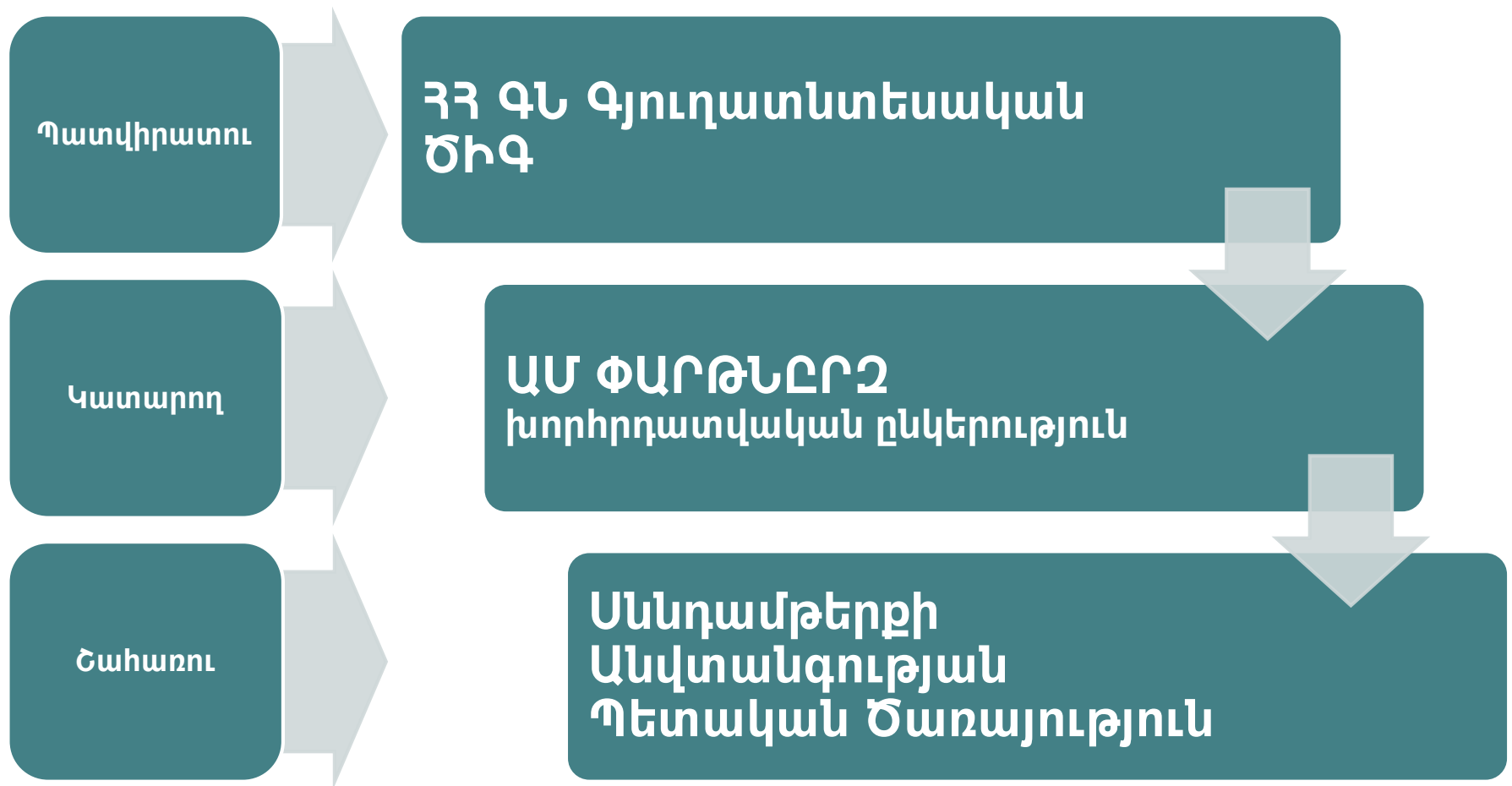
ՍՆԴԱՄԹԵՐԹԻ ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅԱՆ ԲՆԱԳԱՎԱՌՈՒՄ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԻՐԱԶԵԿՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐԱԲԵՐՅԱԼ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՀԱՐՅՈՒՄ

Երևան

17 Հունիս, 2015



Հետազոտության իրականացումը



Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չետագոտության նպատակները

Պարզել սննդամթերքի անվտանգության հարցերում...

Հանրային տեղեկացվածության խնդիրները

Վստահության մակարդակը

Գնորդների վարքագծի դրսևորումները

ՍԱՊԾ հաղորդակցության ռազմավարության համար քանակական ելակետային տվյալների ապահովում



Լուծվում է 2 խնդիր...

Հանրային իրազեկվածության լայնածավալ քանակական հետազոտության միջոցով ապահովում է թարմ տվյալներ, որոնց միջոցով կարելի է լրացումներ անել ՍԱՊԾ հաղորդակցության ռազմավարության և գործողությունների պլանում

Սննդամթերքի անվտանգության հարցերի շուրջ հանրության իրազեկվածության մակարդակի և տեղեկատվական կարիքների կանոնավոր մոնիթորինգի համար այն կծառայի որպես ելակետային տվյալների բազա

Հետազոտության մեթոդները

ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն

- ▶ Աշխատակազմը՝ 18 հոգի, այդ թվում՝
 - ▶ Հետազոտության համակարգող - 1
 - ▶ Փորձագետ - 1
 - ▶ Վերահսկողներ - 2
 - ▶ Հարցազրուցավարներ - 12
 - ▶ Վարորդներ - 2

- ▶ 3 մոբիլ աշխատանքային խմբեր
 - ▶ Երևանում - 1 խումբ (բաղկ. 4 հոգուց)
 - ▶ Մարզերում - 2 խումբ (բաղկ. 4-ական հոգուց)

ՈՐԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն

- ▶ Աշխատակազմը՝ 1 հոգի, այդ թվում՝
 - ▶ Փորձագետ / հարցազրուցավար - 1

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ աշխատակազմը՝ 19 հոգի

ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն. Ընտրանքը և ծածկույթը

- ▶ Թիրախային խումբ՝ Սննդամթերքի գնումներ կատարող անձինք՝ Հայաստանի 20 և ավելի տարիքի բնակչության կազմից
- ▶ Ընտրանքի չափը՝ 1,066 հոգի, որը թույլ է տվել ապահովել.
 - ▶ վստահության մակարդակ (confidence level) - 95%
 - ▶ վստահության միջակայք (confidence interval) - 3%
- ▶ Ընտրանքի աշխարհագրությունը՝ ողջ Հայաստանը, այդ թվում՝ ըստ բնակավայրերի տիպի.
 - ▶ Երևան - 1
 - ▶ Մարզերի քաղաքներ - 20
 - ▶ Գյուղեր - 21

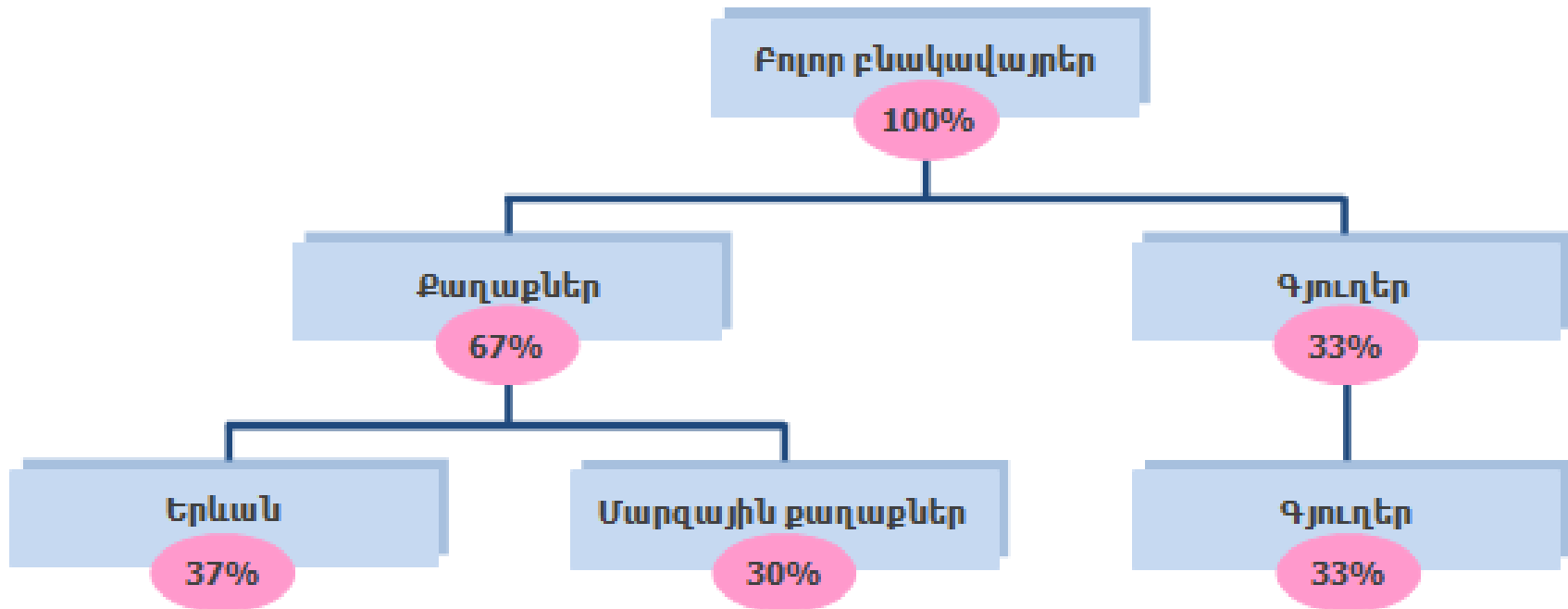
Սևնդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն. Ընտրանքի բաշխվածքն ըստ մարզերի

Մարզեր	Քաղաքներ		Գյուղեր		Ընդամենը	
	Ընտրանքի չափը	Համայնք- ների թիվը	Ընտրանքի չափը	Համայնք- ների թիվը	Ընտրանքի չափը	Համայնք- ների թիվը
Երևան	398	1	-	-	398	1
Արագածոտն	10	1	33	2	43	3
Արարատ	25	2	58	3	83	5
Արմավիր	30	2	53	3	83	5
Գեղարքունիք	24	2	45	3	69	5
Լոռի	56	3	38	2	94	5
Կոտայք	50	3	36	2	86	5
Շիրակ	56	3	35	2	91	5
Սյունիք	37	2	17	1	54	3
Վայոց Ձոր	7	1	11	1	18	2
Տավուշ	20	1	27	2	47	3
Ընդամենը	713	21	353	21	1,066	42

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

ՔԱՆԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն. Ընտրանքի բաշխվածքն ըստ բնակավայրերի տիպի

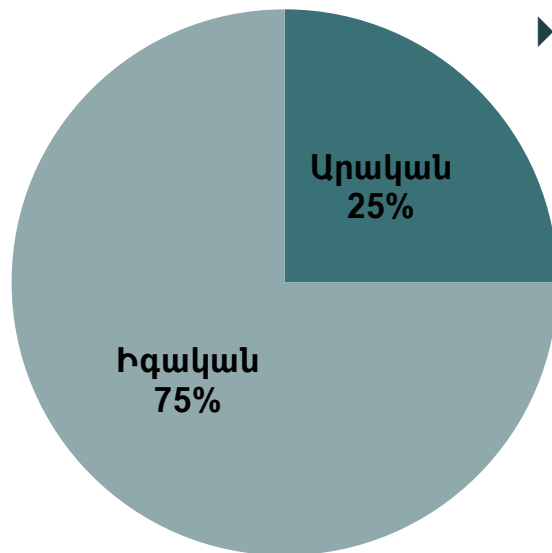


ՈՐԱԿԱԿԱՆ հետազոտություն. Ընտրանքը և ծածկույթը

- ▶ Թիրախային խումբ՝ Սննդամթերքի գնումներ կատարող անձինք՝ Հայաստանի 20 և ավելի տարիքի բնակչության կազմից
- ▶ Ընտրանքի չափը՝ 33 հոգի, այդ թվում՝ տարբեր սեռատարիքային խմբերի ներկայացուցիչներ
- ▶ Տվյալների հավաքման մեթոդը՝ անհատական խորին հարցազրույցներ
- ▶ Ընտրանքի աշխարհագրությունը՝ ողջ Հայաստան

Հետազոտության ընտրանքի նկարագիրը (1/3)

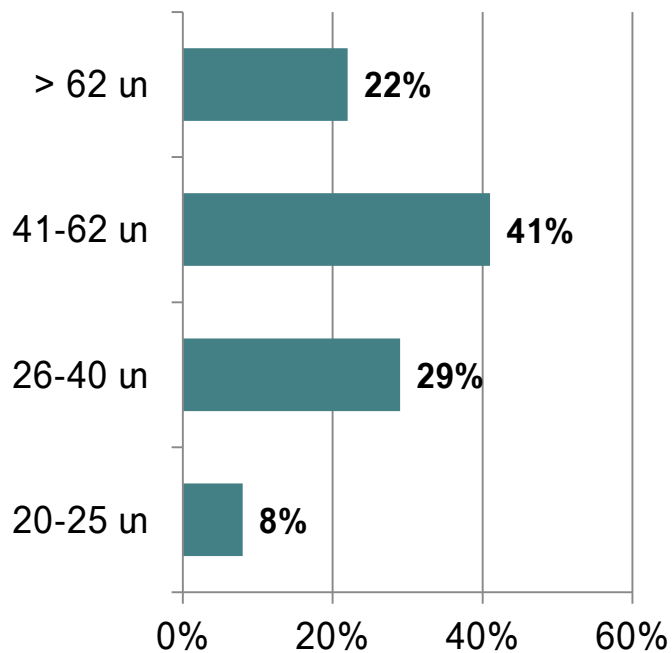
Հարցվածներն ըստ սեռի



- ▶ **Ինչու՞ են գերակշռում կանայք...**
 - ▶ Տեսային տնտեսությունների գերակշիռ մասում **տնտեսության վարման գործառույթն իրականացնում են կանայք**: Դա վերաբերվում է նաև սննդամթերքի գնումներին: Սա Հայաստանի բնակչության համար տնտեսական, սոցիալական և մշակութային գործոններով պայմանավորված փաստացի իրողությունն է:
 - ▶ Հետազոտության իրականացման պահին տեսային տնտեսությունների անդամների կազմում **անհասանելի անդամների ճնշող մեծամասնությունը տղամարդիկ են**: Նրանք անհասանելի են տարբեր պատճառներով, օրինակ՝ գտնվում են արտագնա աշխատանքի մեջ, ժամկետային զինվորական ծառայության մեջ և այլն:

Հետազոտության ընտրանքի նկարագիրը (2/3)

Հարցվածներն ըստ տարիքի

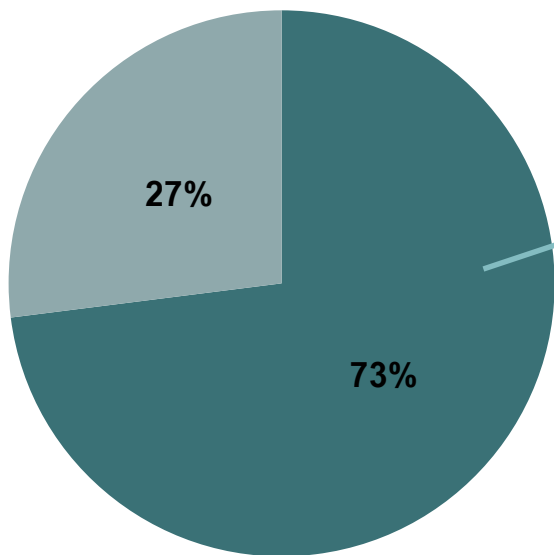


- ▶ Սննդամթերքի գնումներ կատարող հանրության մեջ գերակշիռ մեծամասնություն (70%) են կազմում **կենսագործունեության առավել ակտիվ փուլում գտնվող տարիքի (26-62 տարեկան) անձինքն**:
- ▶ Ընտրանքում կենսաթոշակային տարիքում (≥ 63 տարեկան) գտնվող մեծ թվով (ընդհանուրի 22%-ը) անձանց հայտնվելը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ տևալիս տնտեսությունների կազմում բավականին մեծ թիվ են կազմում **բացառապես միայն տարեց մարդկանցից բաղկացած տնտեսությունները**:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության ընտրանքի նկարագիրը (3/3)

Իրենց տնային տնտեսությունում սննդամթերքի
հիմնական գնումներ կատարողների մասնաբաժինը



Իրենց տնային տնտեսություններում
ՍՆՆԴԱՄԹԵՐՔԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ
ԳՆՈՒՄՆԵՐ ԿԱՏԱՐՈՂՆԵՐԸ

Ջեռագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՍԱՊԾ-ի ճանաչելիության մակարդակը

- ▶ Թե որ պետական մարմինն է վերահսկողություն իրականացնում սննդամթերքի անվտանգության, անասնաբուժության և բուսասանիտարիայի բնագավառներում՝
 - ▶ ...իրենց տեղյակ են համարում հարցվածների **27%-ը**
- ▶ Թե որն է այդ պետական մարմինը՝
 - ▶ ...կարողացել են նշել հարցվածների **10%-ը**
- ▶ Որ այդ պետական մարմնի անվանումն է Սննդ. Անվտանգ. Պետ. Ծառայություն՝
 - ▶ ...հստակ կարողացել են նշել հարցվածների **1%-ը**

Հետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՅՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՍԱՊԾ-ի ճանաչելիության մակարդակը

- ▶ ՍԱՊԾ-ի անունը **ճշգրիտ** կերպով գիտեն հարցվածների **1%**-ը
- ▶ Տեղյակների մյուս **9%**-ը ՍԱՊԾ-ի անունը գիտի **մոտավորապես**, որոնք մենք պայմանականորեն կոչել ենք **«ճշմարտանման» պատասխաններ**: Այդպիսիք են.
 - ▶ Սննդի անվտանգության կազմակերպություն, ծառայություն, կենտրոն, կոմիտե, վարչություն, հանձնաժողով, տեսչություն, բաժին, մարմին - **1.9%**
 - ▶ Սննդամթերքի անվտանգության պետական կոմիտե - **1.8%**
 - ▶ ՀՀ Գյուղատնտեսության Նախարարություն - **1.8%**
 - ▶ Սննդամթերքի անվտանգության պետական տեսչություն - **1.6%**
 - ▶ Սննդի վերահսկողության կոմիտե, հանձնաժողով - **1.2%** և այլն
- ▶ Հարցվածների **17%**-ին կարելի է կոչել **«տեղյակ անտեղյակներ»**: Այս խումբը կամ չգիտի ՍԱՊԾ-ի անունը (10%), կամ էլ նրա գործառույթը վերագրել են ՀՀ Առողջապահության Նախարարությանը (2%%), ՍանԷպիդԿայանին (2%), ՀԿ-ներին (1.7%), Արտակ Շաբոյանին, հարկային տեսչությանը, ոստիկանությանը և այլն

Ջետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՅՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

2. ՍԱՊԾ-ի տարածքային ստորաբաժանումների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

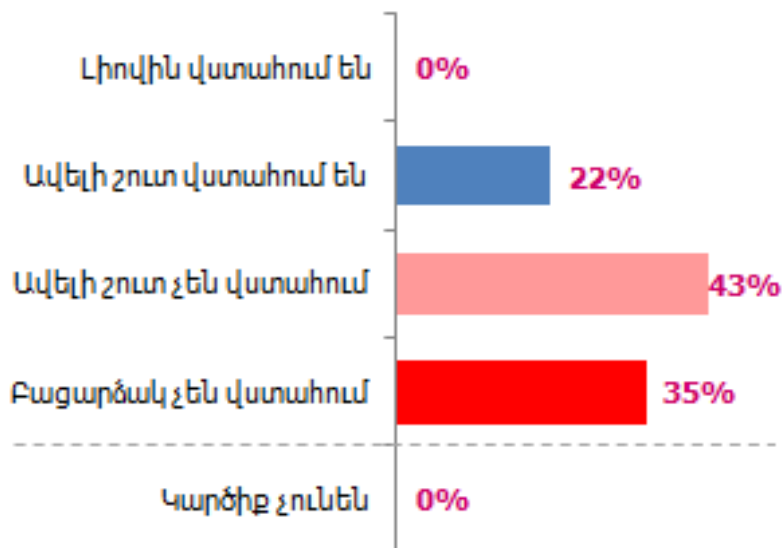
- ▶ Այն, որ ՍԱՊԾ-ն ունի տարածքային ստորաբաժանումներ՝
 - ▶ ...տեղյակ են հարցվածների **2%-ը**
- ▶ Այս 2%-ը ՍԱՊԾ տարածքային ստորաբաժանումների նկատմամբ ունի ոչ միանշանակ վերաբերմունք, ինչն արտահայտվում է **վստահության ցածր մակարդակով**
- ▶ Զանազակապես հետազոտությամբ ստացված **տվյալներն անբավարար են ՍԱՊԾ տարածքային ստորաբաժանումների նկատմամբ վստահության վերաբերյալ բացատրություններ ներկայացնելու համար**: Ուստի այդ հարցն առայժմ կթողնվի առանց մեկնաբանության...

Սևնդամբերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

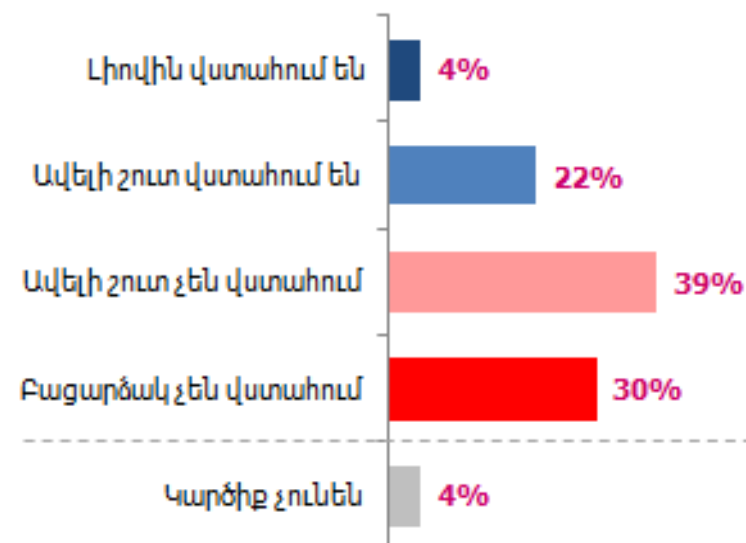
Ջեռագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՅՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

2.1. ՍԱՊԾ-ի տարածքային ստորաբաժանումների նկատմամբ վստահությունը

Վստահությունը հնարավորությունների (ունակությունների) նկատմամբ



Աշխատակիցների պրոֆեսիոնալիզմի և ազնվության նկատմամբ

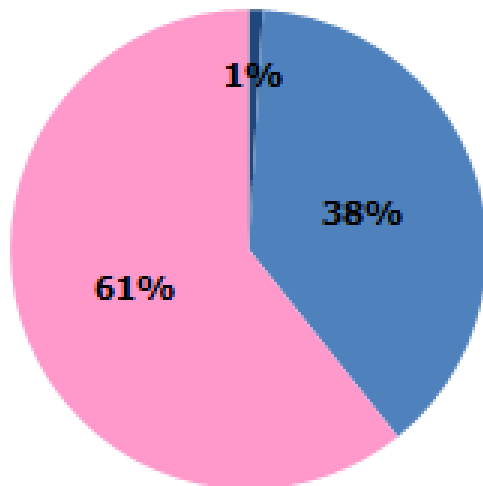


Սևնդամբերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՅՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

3. ՍԱՊԾ թեժ գծի ((010) 20-60-40) վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

- Տեղյակ են թեժ գծի մասին և համարը գիտեն
- Տեղյակ են թեժ գծի մասին, բայց համարը չգիտեն
- Տեղյակ չեն թեժ գծի մասին

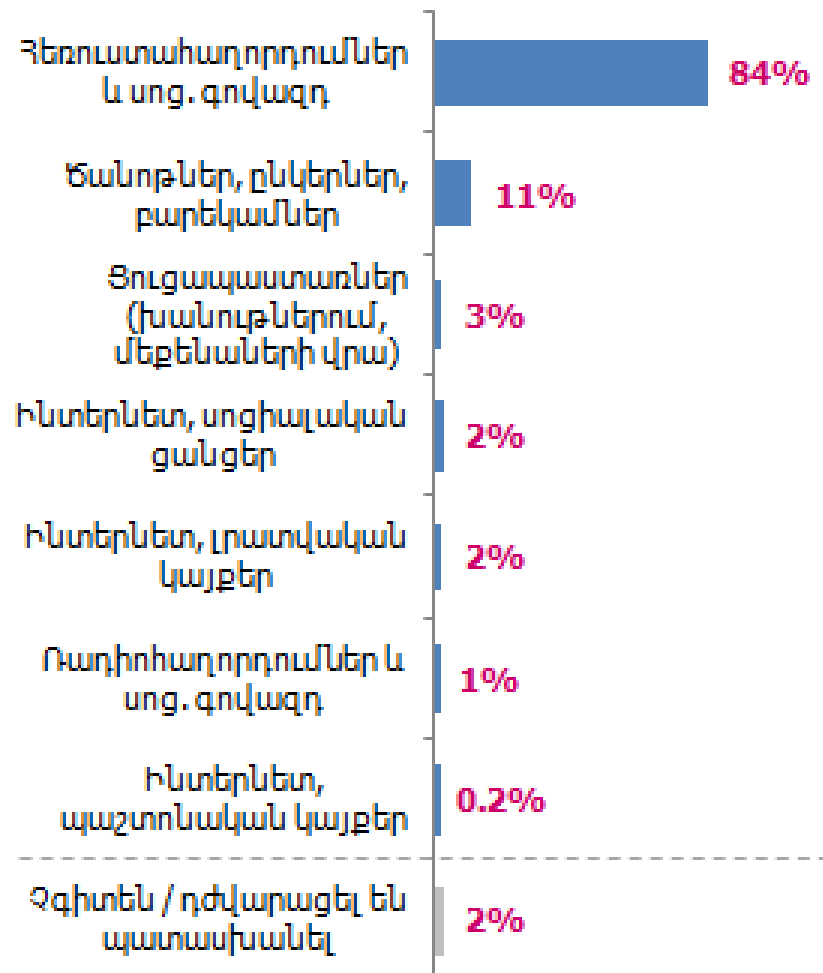


- ▶ Այն, որ սևնդամբերքի անվտանգության հարցերով գործում է թեժ գիծ՝
 - ▶ ...տեղյակ են հարցվածների 39%-ը
- ▶ Սակայն թեժ գծի համարը հստակ գիտեն...
 - ▶ ...հարցվածների 1%-ը

Ջեռագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱԾՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

3.1. ՍԱՊԾ թեժ գծի վերաբերյալ տեղեկացվածության աղբյուրները

- ▶ Արդյունքները ներկայացված են ըստ հարցվածների 39%-ի պատասխանների
- ▶ Ստացվել են բազմակի պատասխաններ
- ▶ Ջեռուստատեսությունը հանդիսանում է տեղեկատվության ստացման աղբյուրների մեջ բացարձակ առաջատարը



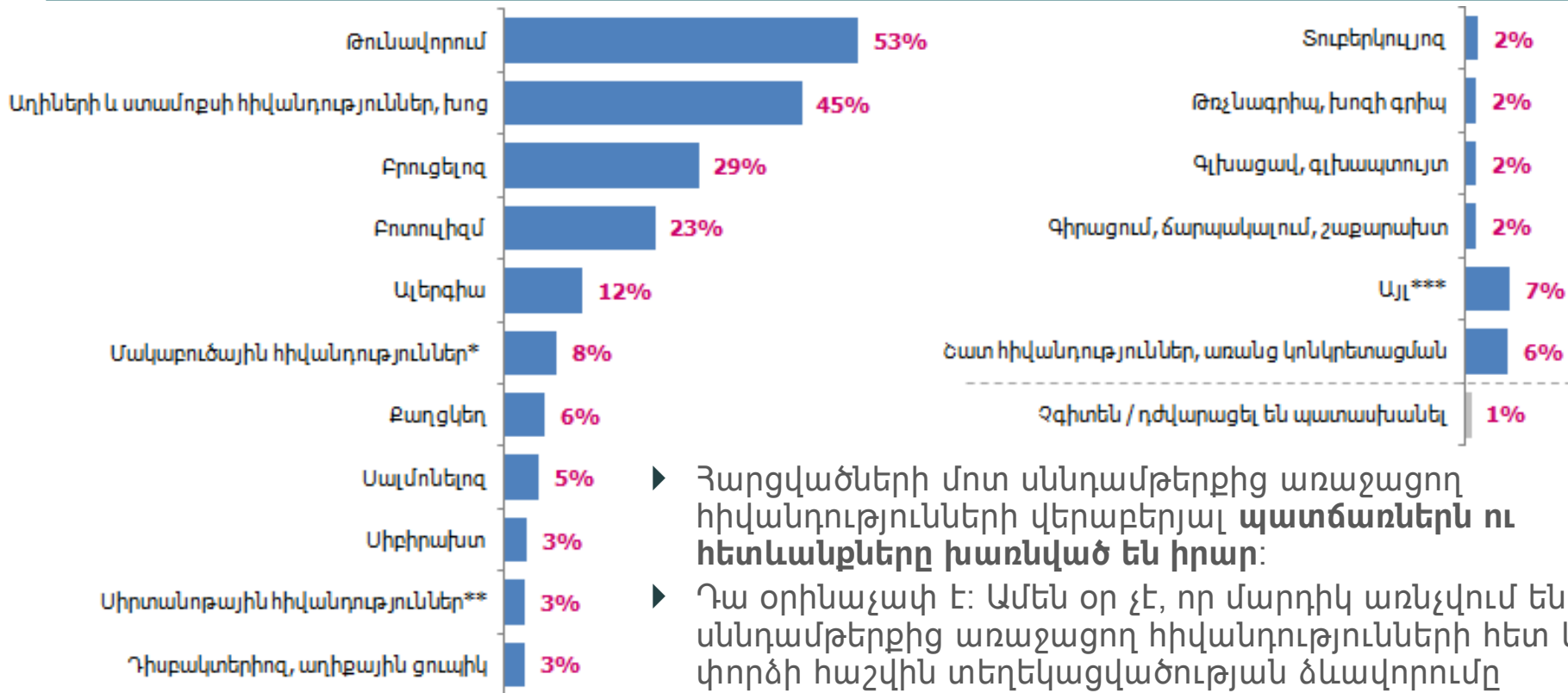
Չետագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

4. Սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

- ▶ Անորակ սննդամթերքի վտանգավորությունը կամ սննդամթերքով պայմանավորված առողջապահական ռիսկերի առկայությունը գիտակցում է գրեթե ամեն ոք:
- ▶ Հարցվածների **99%**-ից ավելին (1,066 հարցվածներից 1,057-ը) նշել են սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների **առնվազն մեկ** տարբերակ:
- ▶ Այդ 1,057 հարցվածները բոլորով միասին տվել են սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների վերաբերյալ 2,248 պատասխան: Այսինքն՝ սննդամթերքի գնորդներից յուրաքանչյուրը գիտի միջին հաշվով 2.11 հիվանդության անուն:
- ▶ Հաջորդիվ ներկայացված են հարցվածների պատասխանները...

Չետագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

4. Սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը



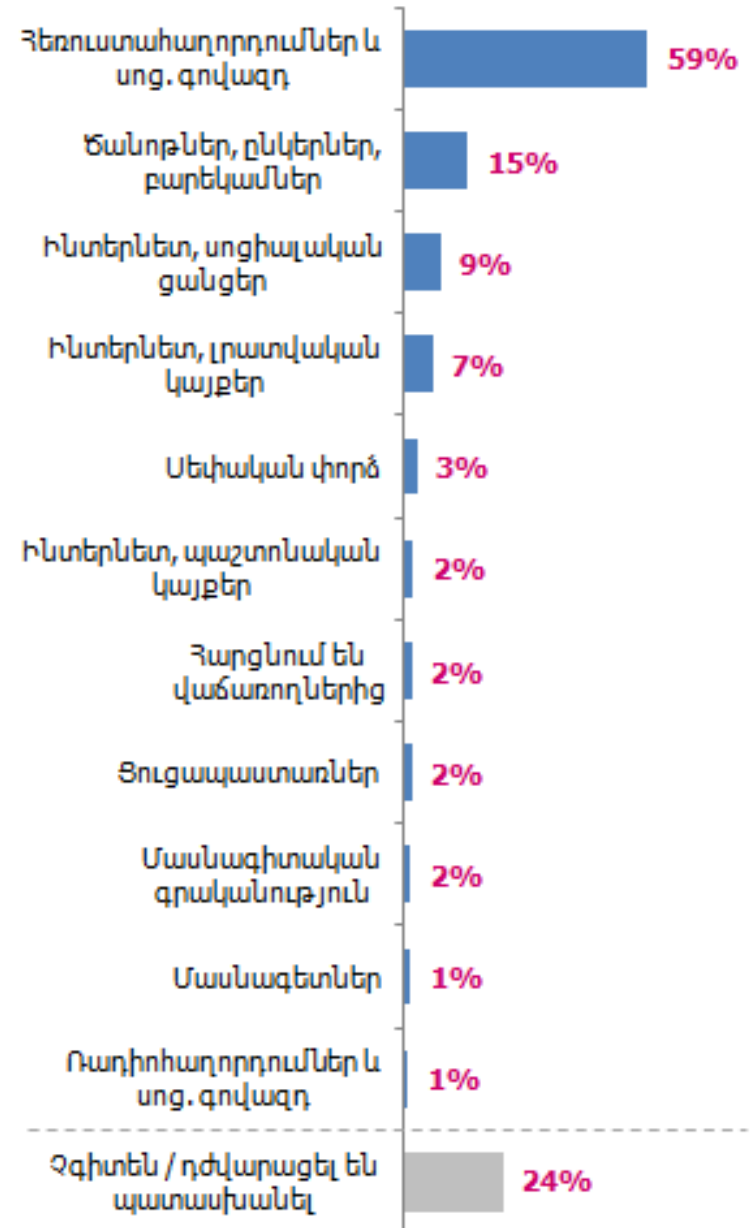
- ▶ Զարցվածների մոտ սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների վերաբերյալ պատճառներն ու հետևանքները խառնված են իրար:
- ▶ Դա օրինաչափ է: Ամեն օր չէ, որ մարդիկ առնչվում են սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների հետ և փորձի հաշվին տեղեկացվածության ձևավորումը գրեթե անհնար է:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Հետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

4.1. Սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների վերաբերյալ տեղեկացվածության աղբյուրները

- ▶ Արդյունքները ներկայացված են ըստ հարցվածների 99%-ի պատասխանների
- ▶ Ստացվել են բազմակի պատասխաններ
- ▶ Ինչպես և թե՛ գծի դեպքում՝ հեռուստատեսությունը հանդիսանում է սննդամթերքից առաջացող հիվանդությունների մասին տեղեկատվության ստացման աղբյուրների մեջ հիմնականը

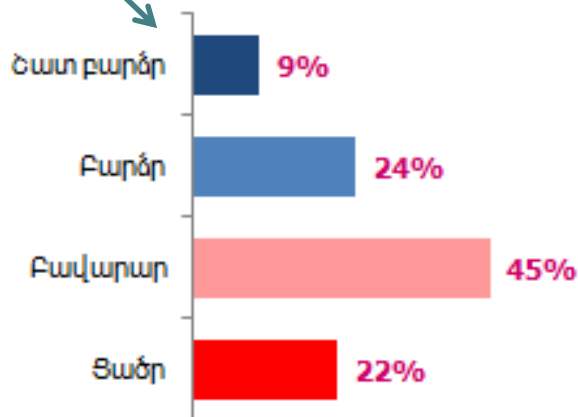
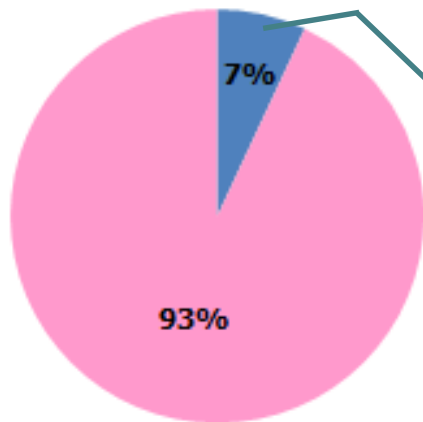


Սևնդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

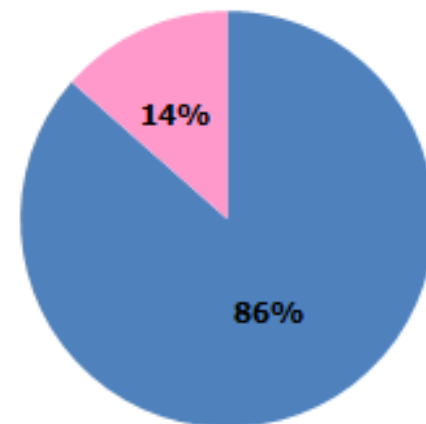
Ջեռագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

5. Խաչաձև աղտոտման վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

- Տեղյակ են խաչաձև աղտոտման մասին
- Տեղյակ չեն խաչաձև աղտոտման մասին

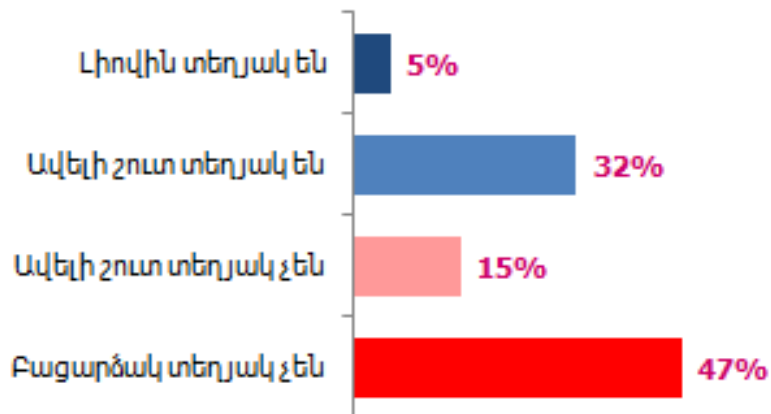


- Ցանկանում են լրացուցիչ տեղեկատվություն ստանալ խաչաձև աղտոտման մասին
- Չեն ցանկանում լրացուցիչ տեղեկատվություն ստանալ խաչաձև աղտոտման մասին



Հետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

6. Սննդային հավելումների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

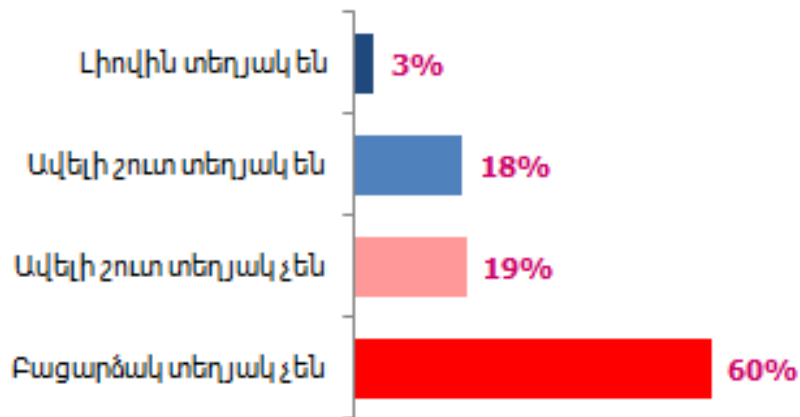


- ▶ Սննդային հավելումների մասին հանրային տեղեկացվածությունը կազմում է **37%**
- ▶ Իրենց *Լիովին տեղյակ* համարող հարցվածները (5%) տեղյակ են, թե սննդամթերքի մակնշման վրա ինչ է նշանակում **Ե կողավորումը**, գիտի **Ե կողավորման բազմաթիվ նշանակությունների** մասին, դրանց վտանգավոր և անվտանգ տեսակների մասին և այլն:

- ▶ Իրենց *Ավելի շուտ տեղյակ* համարող հարցվածները (32%) ունեն ավելի սակավ տեղեկություններ, քան նախորդ խումբը:
- ▶ Այս խումբը եթե անգամ չգիտեն Ե կողավորման, գունանյութերի, կոնսերվանտների և այլ հավելումների մասին, ունեն համոզմունք, որ սննդային հավելումները վտանգավոր են առողջության համար:
- ▶ Այս խմբի տեղեկացվածությունը կցկտուր է, երբեմն սխալ: Հետևաբար՝ այս խմբին, ինչպես նաև սննդային հավելումների մասին բոլոր անտեղյակներին պետք է դիտարկել որպես տեղեկացվածության բարձրացման հիմնական թիրախային խումբ:

Ֆետագոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

7. ԳՄՕ-ների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

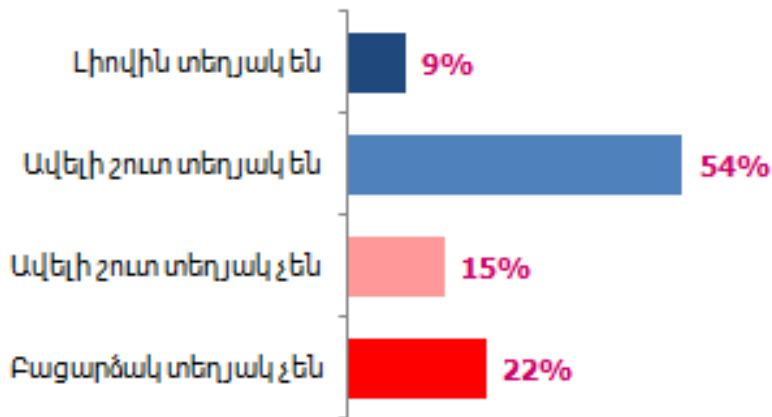


- ▶ Գենետիկորեն մոդիֆիկացված օրգանիզմների մասին հանրային տեղեկացվածությունը կազմում է 21%
- ▶ Ի տարբերություն սննդային հավելումների դեպքի, ԳՄՕ-ների մասին իրենց *Լիովին տեղյակ* համարող հարցվածները (3%) չեն փայլում իրենց տեղեկացվածությամբ և գիտելիքներով:

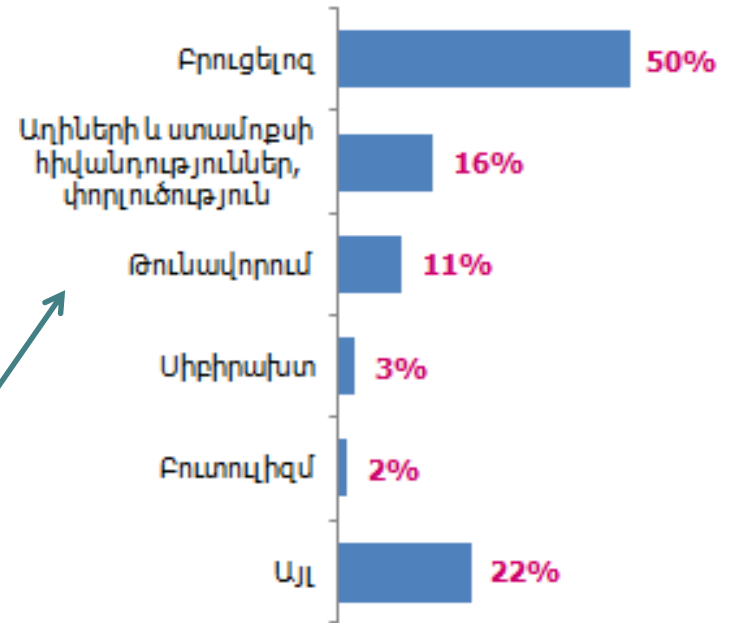
- ▶ Նրանք, ինչպես նաև իրենց *Ավելի շուտ տեղյակ* համարող (18%) հարցվածները հիմնականում նշում են ԳՄՕ պարունակող սննդամթերքի վտանգավորության մասին: Սակայն ինչն է այդ վտանգավորության պատճառը կամ ինչ ռիսկեր է այն պարունակում, հստակ չգիտեն:
- ▶ Շատերը ԳՄՕ-ի երևույթը չեն տարբերում սննդային հավելումներից: Ռեսպոնդենտների միայն 2-3%-ն է կարողացել ճշգրիտ նկարագրել ԳՄՕ պարունակող սննդամթերքը, դրա ստացման մեթոդները և դրանից բխող կոնկրետ վտանգները:

Հետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱԳՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

8. Համապատասխան վերամշակում չանցած կաթնամթերքից սպառնացող վտանգների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը



- ▶ Համապատասխան վերամշակում չանցած կաթնամթերքից սպառնացող վտանգների մասին հանրային տեղեկացվածությունը կազմում է 63%
- ▶ Ընդհանուր առմամբ նրանք ճիշտ են պատկերացնում, որ պատշաճ չվերամշակված կաթնամթերքից կարելի է ստանալ զանազան հիվանդություններ

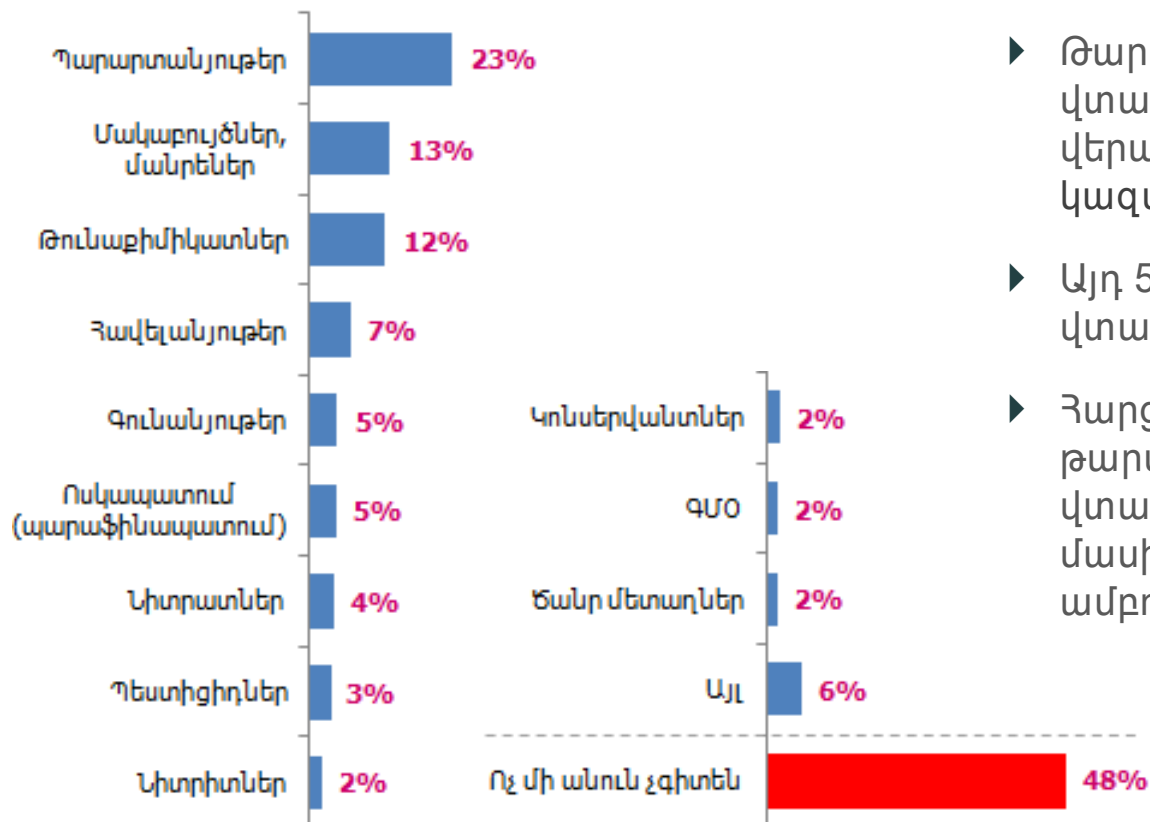


- ▶ **Այլ** պատասխաններում խմբավորված են ընդհանուր բնույթի պատասխանները՝ մարսողական համակարգի հիվանդությունները, մանրէային սննդային թունավորումները, ինֆեկցիոն հիվանդությունները, ինչպես նաև շատ քիչ ստացված հիվանդությունների անուններ, ինչպիսիք են դաբաղը (2.5%), տուբերկուլյոզը (2%), ալերգիան (1%):

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Հետազոտության արդյունքները. ՏԵՂԵԿԱՑՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

9. Թարմ պտուղ-բանջարեղենում առկա վտանգավոր և թունավոր նյութերի վերաբերյալ տեղեկացվածությունը

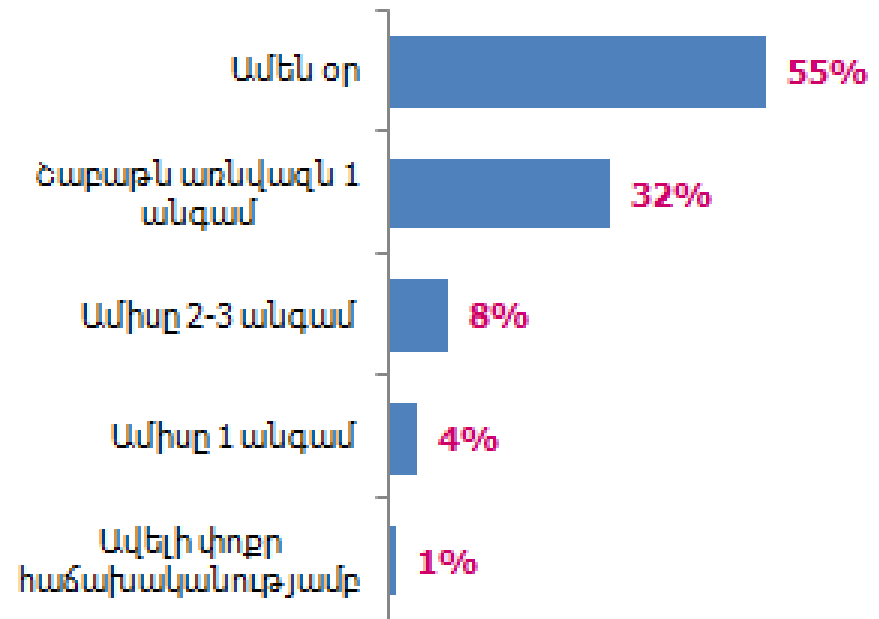


- ▶ Թարմ պտուղ-բանջարեղենում առկա վտանգավոր և թունավոր նյութերի վերաբերյալ տեղեկացվածությունը կազմում է **52%**:
- ▶ Այդ 52%-ը միասին նշել են 13 անուն վտանգավոր և թունավոր նյութեր:
- ▶ Հարցվածները գիտակցում են, որ թարմ պտուղ-բանջարեղենում առկա վտանգավոր և թունավոր նյութերի մասին իրենց տեղեկացվածությունն ամբողջական չէ:

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

10. Սննդամթերքի գնումներ կատարելու հաճախականությունը

- ▶ Սննդամթերքն ապրանքների այն խումբն է, որի գնման համար մարդիկ ամենահաճախ են այցելում առևտրի վայրեր: Սննդամթերքի կարևոր առանձնահատկությունները, որոնք ստիպում են մարդկանց հաճախ այցելել առևտրի վայրեր՝ հետևյալն են.
 - ▶ Սննդամթերքն ամենօրյա սպառման ապրանքների խումբ է:
 - ▶ Մթերքների որոշ տեսակների գծով պաշարներ ստեղծելը և այդ պատճառով ավելի փոքր հաճախականությամբ առևտրի վայրեր այցելելը գրեթե անհնար է՝ դրանց պահպանման շատ կարճ ժամկետի պատճառով:



Չեղարկության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

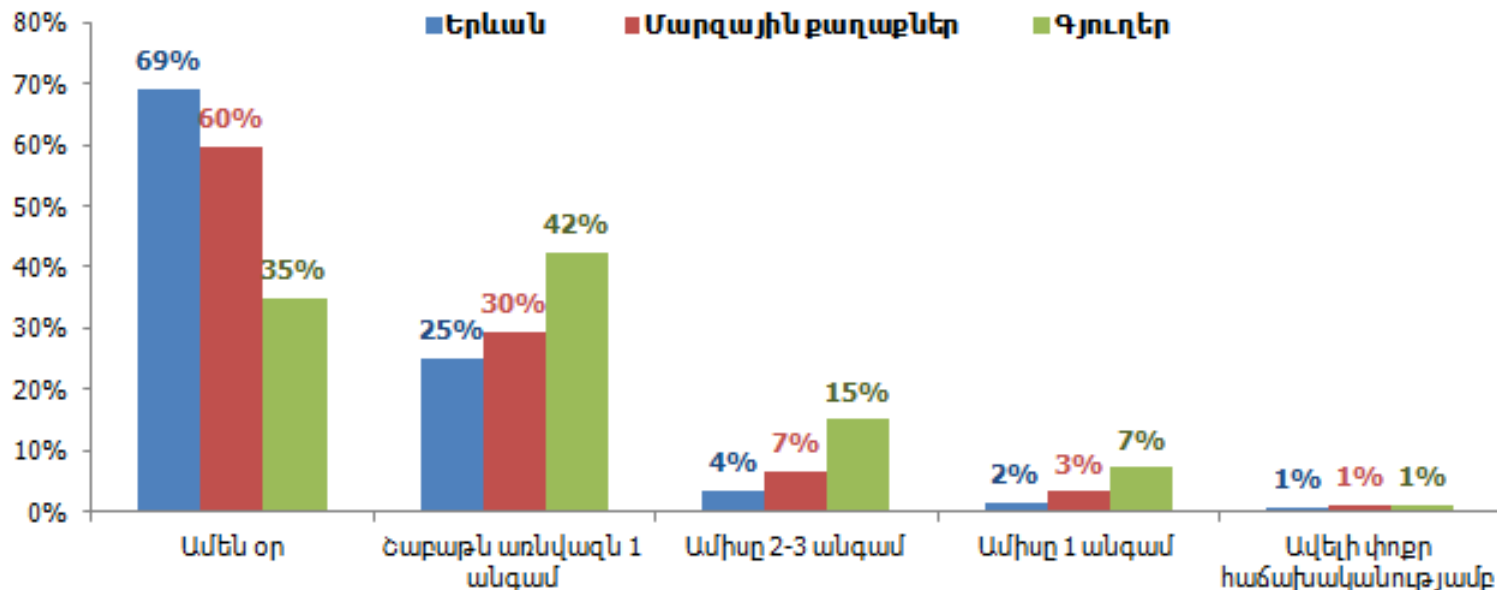
10. Սննդամթերքի գնումներ կատարելու հաճախականությունը

- ▶ **Կա առնվազն 3 պատճառ, որ մարդիկ սննդամթերքի գնումներ են կատարում տարբեր հաճախականությամբ.**
- 1. Սննդամթերքի գնումներ կատարելու հարցում անձի ֆունկցիոնալ դերակատարությունը.** - Չեղարկությանը մասնակցած անձինք, ճիշտ է, բոլորն էլ հանդիսանում են սննդամթերքի գնորդներ, սակայն այդ հարցում նրանք իրենց տնտեսություններում ունեն տարբեր դերակատարություն: Այն հարցվածները, ովքեր հանդիսանում են տնտեսությունների **հիմնական գնումներ** կատարողներ, գնումների են գնում մոտ 2 անգամ ավելի հաճախ (նրանց 63% սննդամթերքի գնումներ է կատարում ամեն օր), քան իրենց տնտեսության այլ անդամները (վերջիններիս 32%-ն է սննդամթերքի գնումներ կատարում ամեն օր):
 - 2. Սննդամթերքի գնումներ կատարող անձանց գործունեության կամ կենցաղի բնույթը.** - Շատ ռեսպոնդենտներ, կախված իրենց գործունեության կամ կենցաղի բնույթից, նախընտրում են ստեղծել սննդամթերքի պաշարներ: Ռեսպոնդենտների այս խմբում կան առանձին ենթախմբեր. ա) ռեսպոնդենտների մի խումբը ստեղծում է սննդամթերքի պաշարներ (հիմնականում կարճաժամկետ՝ մինչև մեկ շաբաթում սպառման համար)՝ գնումների վրա քիչ ժամանակ ծախսելու նկատառումով, բ) ռեսպոնդենտների մեկ այլ խումբ ստեղծում է սննդամթերքի պաշարներ՝ մշտապես սննդամթերքի պաշարներ ունենալու հնարավորությունից կամ սովորույթից ելնելով: Այս վերջին խմբի մեջ են մտնում նաև գյուղաբնակ տնային տնտեսությունների ներկայացուցիչները: Այն գյուղացիական տնտեսությունները, որոնք ունեն սեփական կարիքների համար սննդամթերք արտադրելու հնարավորություն (օրինակ՝ հաց են թխում կամ անասուն են պահում և ունեն կաթի և կաթնամթերքի սեփական աղբյուրը), ամեն օր սննդամթերք գնելու կարիք չունեն, իսկ ամենօրյա սպառման և իրենց կողմից չարտադրվող շատ մթերքներ (օրինակ՝ ալյուր, կարտոֆիլ, շաքարավազ, կարագ, յուղ, ձեթ) նրանք գնում են համեմատաբար մեծ քանակներով և պահեստավորում են:

Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

10. Սննդամթերքի գնումներ կատարելու հաճախականությունը

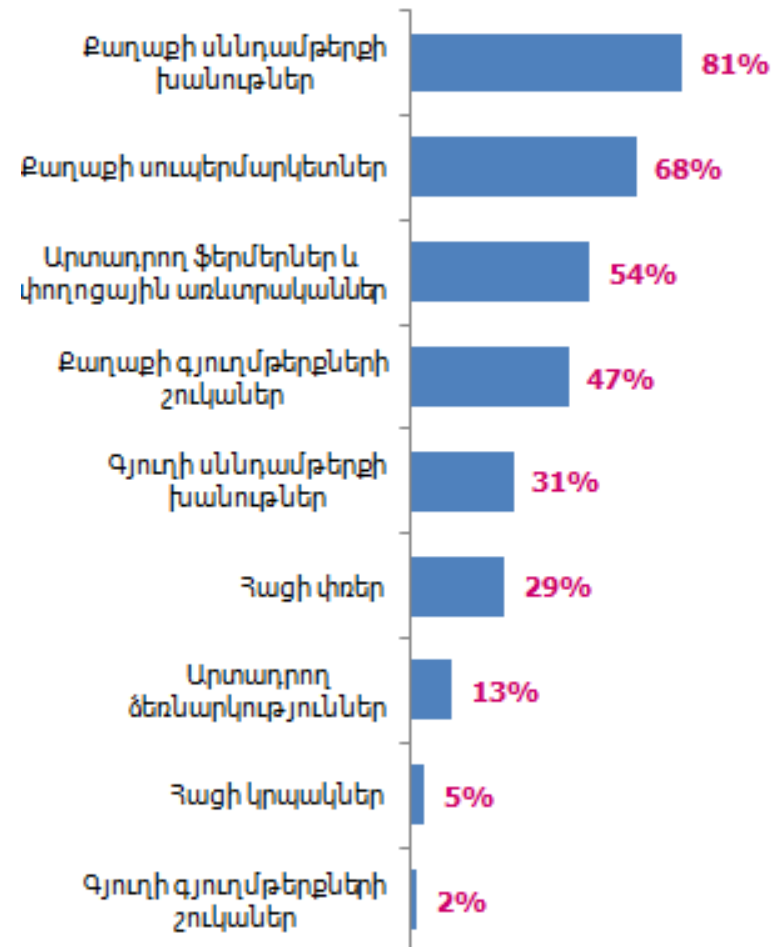
3. **Տնային տնտեսության գնողունակության մակարդակը.** - Պաշտոնական տվյալներով 32% (ոչ պաշտոնական տվյալներով՝ 2 անգամ ավելի շատ) աղքատության ցուցանիշ ունեցող երկրում ցավալի իրողություն է, երբ աղքատ և անապահով տնային տնտեսությունների գնողունակության ցածր մակարդակը թույլ չի տալիս նրանց լուծել հանապազօրյա հացի խնդիրը: Աղքատ տնային տնտեսություններում սննդամթերքի գնումները միշտ չէ, որ կատարվում են ամեն օր:



Հետազոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

11. Սննդամթերքի գնումների վայրերը

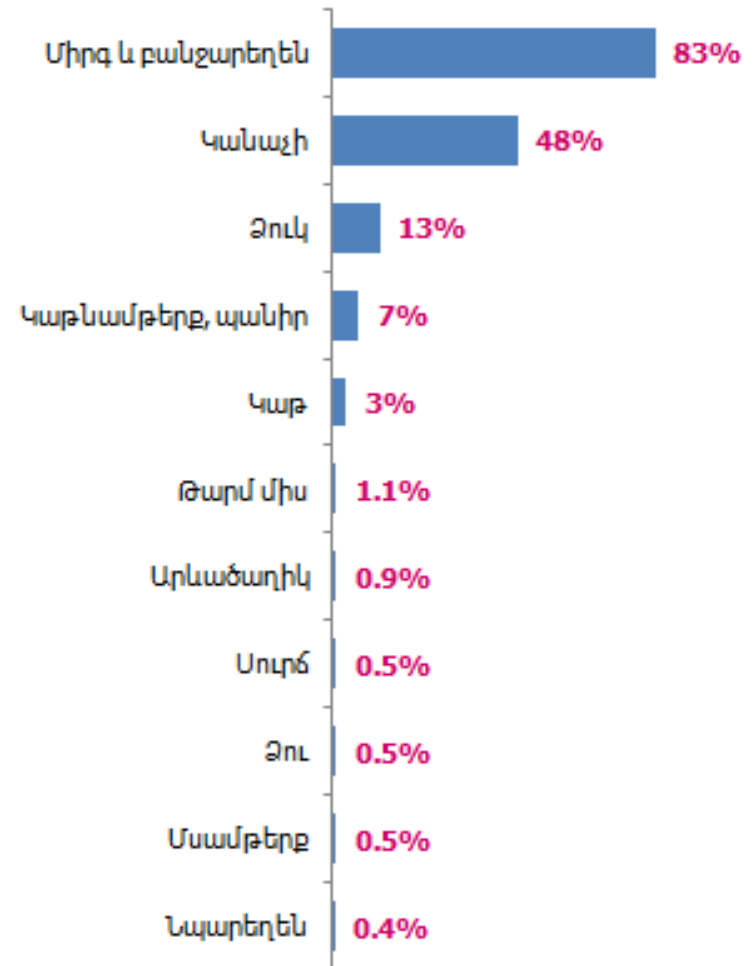
- ▶ Ռեսպոնդենտներն, ընդհանուր առմամբ նշել են սննդամթերքի առևտրի **10 տիպի վայրեր**:
- ▶ Մեկ ռեսպոնդենտը սննդամթերքի գնումների համար հաճախում է **միջին հաշվով 4 տիպի առևտրի վայր**:
- ▶ Որպես սննդամթերքի գնումների վայր, ռեսպոնդենտներն առավել հաճախ հիշատակել են **քաղաքների սննդամթերքի խանութները՝ 81%**: Սա զգալիորեն ավելի բարձր է, քան սուպերմարկետների ցուցանիշը (68%), եթե հաշվի առնենք հանգամանքը, որ սուպերմարկետներն իրենց չափերով բազմակի անգամ գերազանցում են մթերային խանութներին և վերջին տարիներին ապրել են լուրջ զարգացում՝ էապես ավելանալով քանակի մեջ:
- ▶ Պատճառն այն է, որ վերջին տարիներին սուպերմարկետներում առևտրի կենտրոնացման գործընթացը տեղի է ունեցել հիմնականում Երևանում, որտեղ բնակվում է Հայաստանի բնակչության 36%-ը:



Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

12. Փողոցային առևտրով զբաղվողներից գնումներ կատարելը

- ▶ Սննդամթերքի գնորդների 54%-ը մթերք է գնում արտադրող ֆերմերներից կամ նրանց մթերքների վերավաճառողներից՝ փողոցային առևտրի պայմաններում:
- ▶ Դա անելու համար սննդամթերքի գնորդներն ունեն **3 հիմնավորում**.
 1. Վաճառողի (փողոցային առևտրով զբաղվողի) **վստահության ռեսուրսը**,
 2. Սննդամթերքի **ապրանքային տեսքը** և/կամ համահոտային հատկանիշները,
 3. Սննդամթերքի **գինը**:
- ▶ Որպես կանոն, այս դեպքում ավելորդ է խոսել ապրանքի որևէ այլ ատրիբուտի՝ պիտակի, մակնշման, ծագման փաստաթղթի, արտադրության ժամկետի, առավել ևս՝ անվտանգությունը հավաստող որևէ փաստաթղթի առկայության մասին:

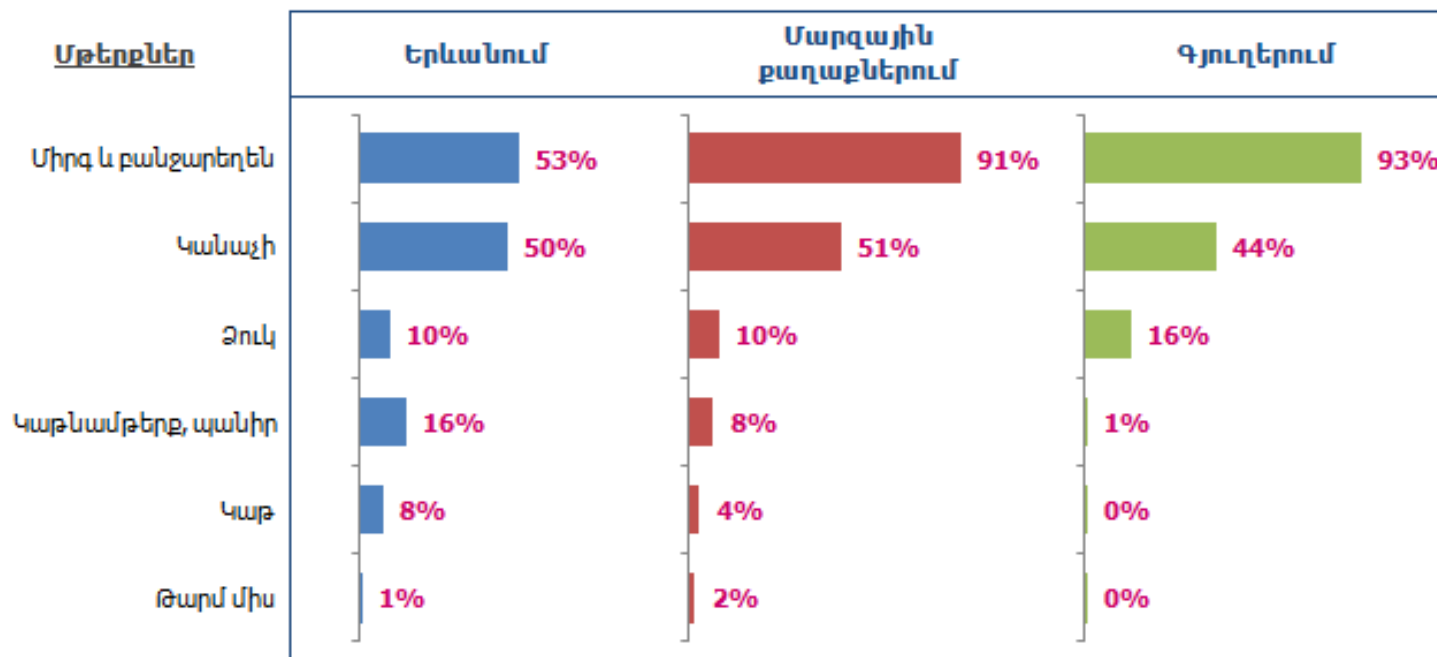


Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

12. Փողոցային առևտրով զբաղվողներից գնումներ կատարելը

- ▶ Երևանում սննդամթերքի փողոցային առևտուրն ունի ավելի փոքր ծավալներ, քան մարզերում:
- ▶ Երևանի ռեսպոնդենտների շրջանում վտանգավոր սննդի կամ նրա մեջ պարունակվող ռիսկերի մասին տեղեկացվածությունն ավելի բարձր է և նրանք ավելի զգույշ են անհայտ ծագման կամ ոչ գործարանային պայմաններում արտադրված սննդամթերք գնելու հարցում:

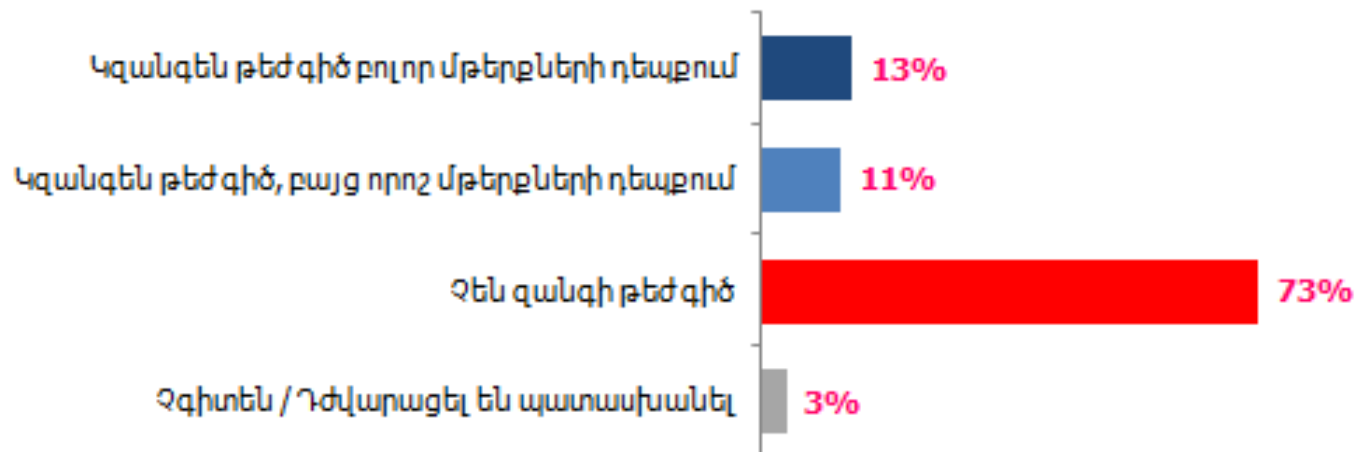


Սևնդամբերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

13. ՍԱՊԾ թեժ գծից օգտվելու պատրաստակամությունը

- ▶ Արդեն նշվել է, որ ՍԱՊԾ-ի թեժ գծի մասին տեղեկացվածությունը կազմում է 39%:
- ▶ Նրանց տրվել է հարց, թե սևնդամբերքի գնումների ժամանակ անհամապատասխանություններ հայտնաբերելիս արդյո՞ք իրենք դիմում են կամ կդիմեն թեժ գիծ: Պատասխանները հետևյալն են.



- ▶ ՍԱՊԾ թեժ գծից օգտվելու պատրաստակամությունը կազմում է **24%**:

Չեղարկության արդյունքները. **ՎԱՐՔԱԳԻԾ**

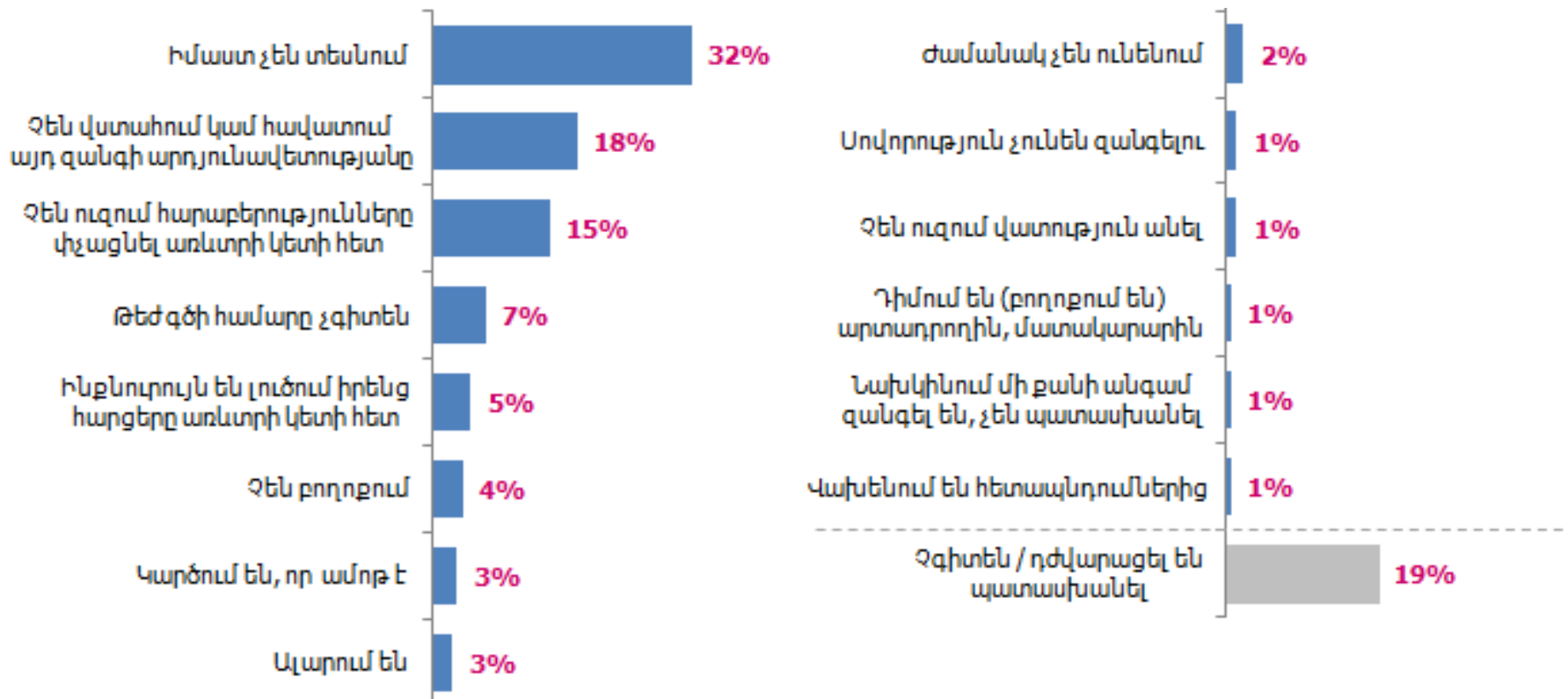
13.1. ՍԱՊԾ թեժ գծից չօգտվելու պատճառները

- ▶ Սննդամթերքի գնորդների՝ ՍԱՊԾ թեժ գծից չօգտվելու պատճառները տարբեր են և այդպիսի վարքագիծը պայմանավորված չէ միայն թեժ գծի համարը չիմանալով:
- ▶ Կան այլ՝ բազմաթիվ և բազմապիսի պատճառներ, որոնք կարելի է դասակարգել երկու խմբում.
 - ▶ Պատճառներ, որոնք պայմանավորված են թեժ գիծ զանգելու միջոցով հարցի լուծման նկատմամբ **անվստահությամբ**, և
 - ▶ Պատճառներ, որոնք պայմանավորված են Հայաստանի հանրության **սոցիալ-մշակութային առանձնահատկություններով**:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չեղբայրության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

13.1. ՍԱՊԾ թեժ գծից չօգտվելու պատճառները



Չեռազոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

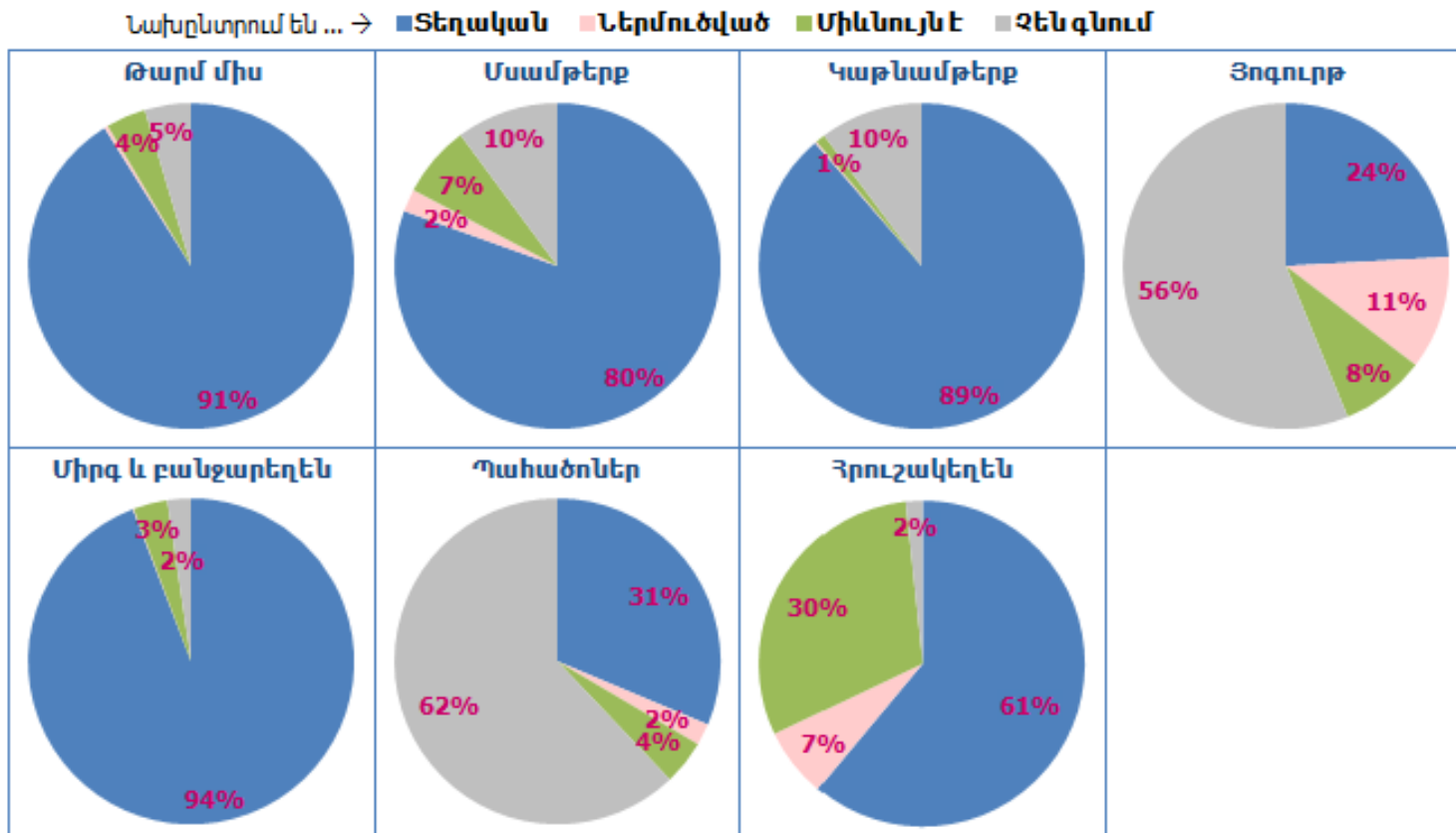
13.2. ՍԱՊԾ թեժ գծից չօգտվելու պատճառները Երևանում և մարզերում

- ▶ Ներկայացված տվյալներից հիմնական եզրահանգումները հետևյալն են.
 - ▶ Երևանում ՍԱՊԾ-ի թեժ գծի նկատմամբ անվստահությունն **ավելի մեծ է**, քան մարզերում: Թեժ գծի նկատմամբ վստահությունը ցածր է հատկապես տղամարդկանց շրջանում, որը կազմում է 68%: Կանանց մոտ այդ ցուցանիշը 46% է:
 - ▶ Առևտրի կետերի հետ **հարաբերությունները փչացնելուց ավելի շատ անհանգստանում են** մարզերի, և հատկապես՝ գյուղերի սննդամթերքի գևորդները: Չիմնական պատճառն այն է, որ մարզերում դեռևս լայնորեն կիրառվում է տարածամկետ վճարումների պայմանով կամ պարտքով սննդամթերք գնելու պրակտիկան: Սոցիալական դժվարություններ և տարվա կտրվածքով հիմնականում անկայուն դրամական հոսքեր ունեցող գյուղական բնակչության համար դա շատ կարևոր հանգամանք է: Ուստի նրանց համար որևէ առևտրի կետի հետ վստահելի հարաբերություններ ունենալն ավելի կարևոր խնդիր է, քան սննդամթերքի անվտանգության հարցերը:
 - ▶ Մարզերում (մարզային քաղաքներում և գյուղերում) սննդամթերքի գևորդներն ավելի պահպանողական են և զգույշ իրենց դիրքորոշումներում, քան Երևանում: Մարդկանց թիվը, ովքեր սննդամթերքի անվտանգության հետ կապված հարցերը լուծում են ինքնուրույն, առանց հրապարակային բողոքելու, մարզերում մոտ 2 անգամ ավելի մեծ է, քան Երևանում:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

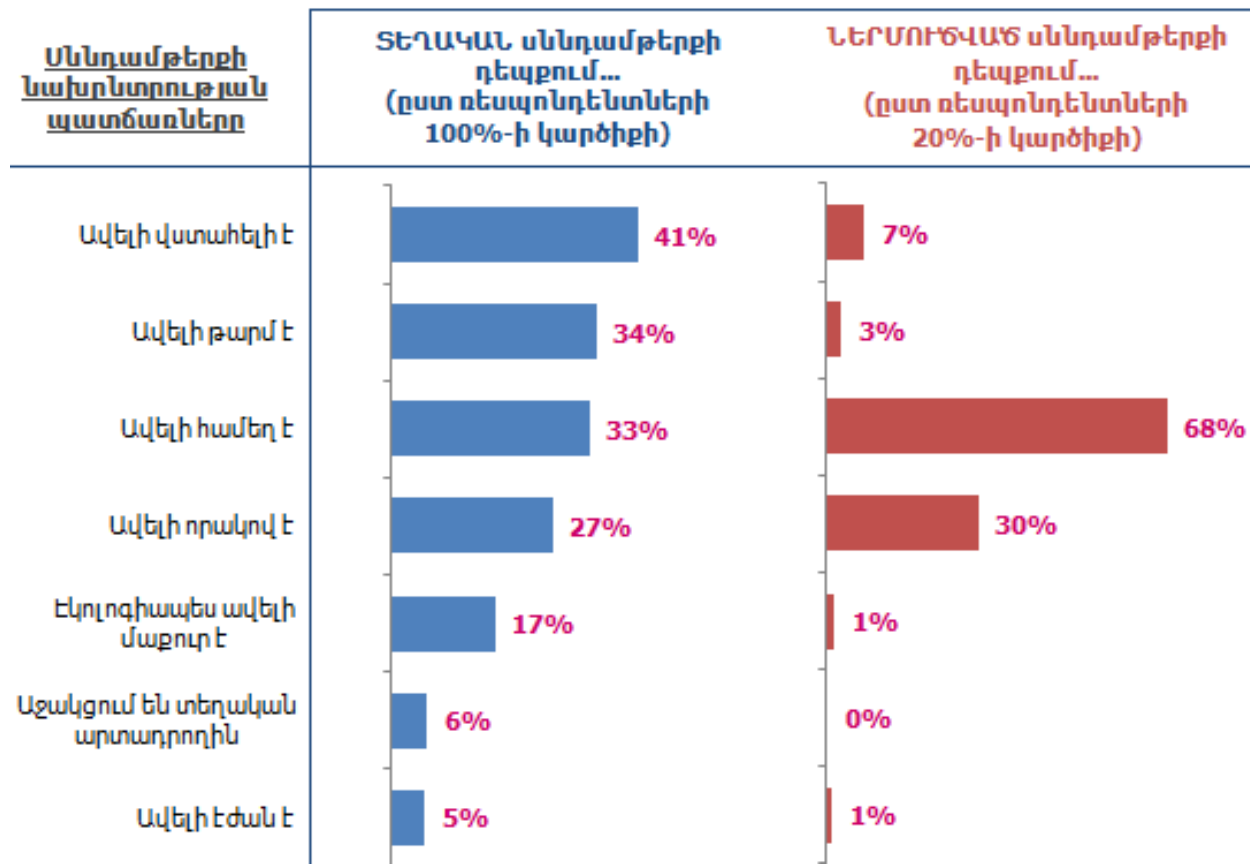
14. Սննդամթերքի ծագման հարցում գնորդների նախընտրությունները



Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

14.1. Սննդամթերքի ծագման հարցում գնորդների նախընտրությունները



Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

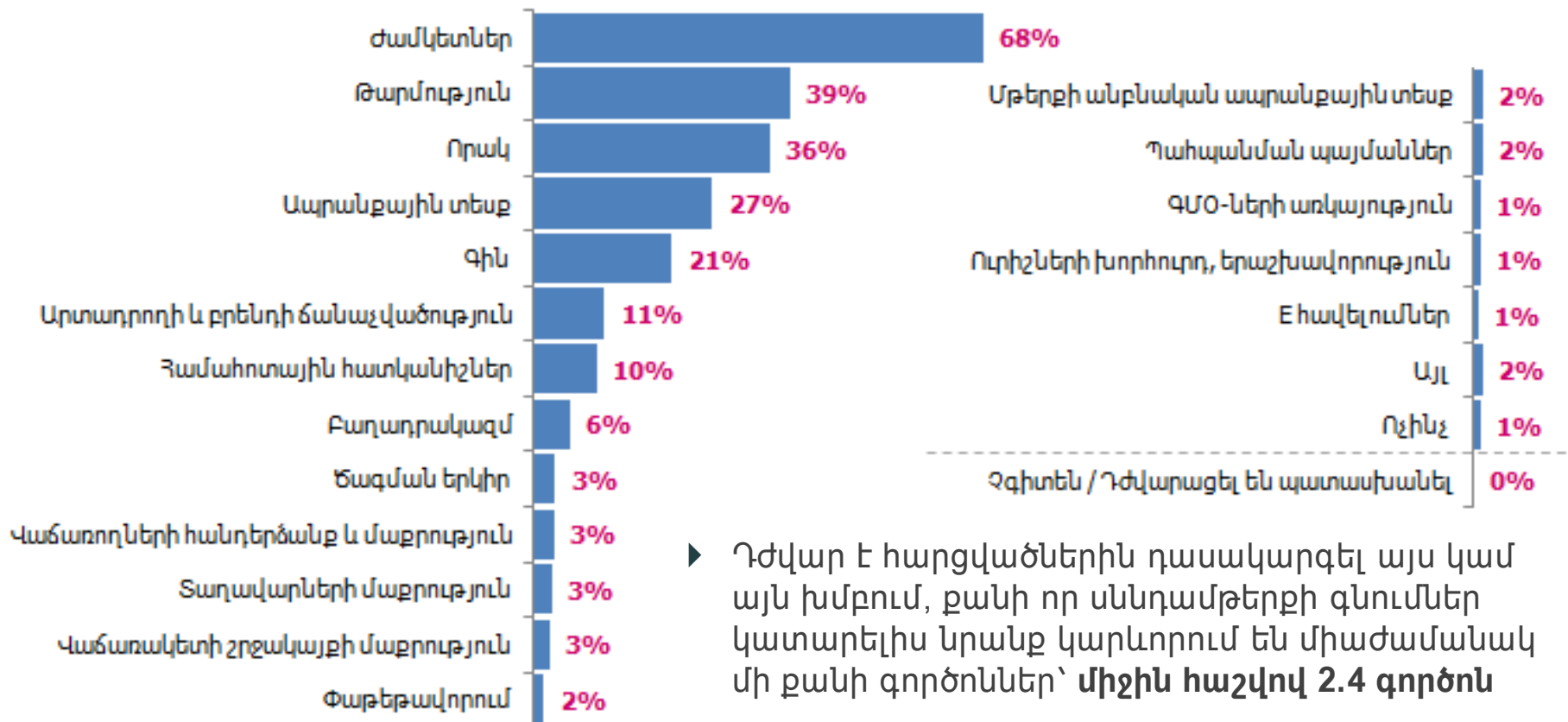
15. Սննդամթերքի գնումներ կատարելիս կարևորվող գործոնները

- ▶ Սննդամթերքի գնումներ կատարելիս գնորդները նայում և վերլուծում են մթերքը բնութագրող **4 խումբ** գործոններ.
 - ▶ **Սննդամթերքի մակնշմանը կամ անվտանգությանը վերաբերվող գործոններ՝** պիտանիության ժամկետ, բաղադրակազմ, և այլն: Այս խմբի ռեսպոնդենտները գնումներ կատարելիս բավականին բժախնդիր են:
 - ▶ **Սննդամթերքի գինը:** Այս ռեսպոնդենտները սննդամթերք գնելիս առաջին հերթին ելնում են իրենց գնողունակությունից և պատրաստ են անգամ գնել ոչ շատ ժամկետանց մթերքներ:
 - ▶ **Սննդամթերքի ծագումը, բրենդը կամ ճանաչումը:** Այս ռեսպոնդենտները ելնում են այն հանգամանքից, որ զարգացած երկրներում կամ համաշխարհային ճանաչում ունեցող ընկերություններում մթերքներն արտադրվում են սննդամթերքի անվտանգության նորմերի խստագույն պահպանման պայմաններում, ժամանակակից տեխնոլոգիաների կիրառմամբ: Ուստի կա համոզմունք, որ այն ավելի անվտանգ է և որակյալ:
 - ▶ **Սննդամթերքի իրացման սանիտարահիգիենիկ միջավայրը:** Այս ռեսպոնդենտների համար տաղավարների մաքրությունը, վաճառակետի շրջակայքի մաքրությունը, վաճառողների հանդերձանքի մաքրությունը շատ կարևոր են:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

15. Սննդամթերքի գնումներ կատարելիս կարևորվող գործոնները



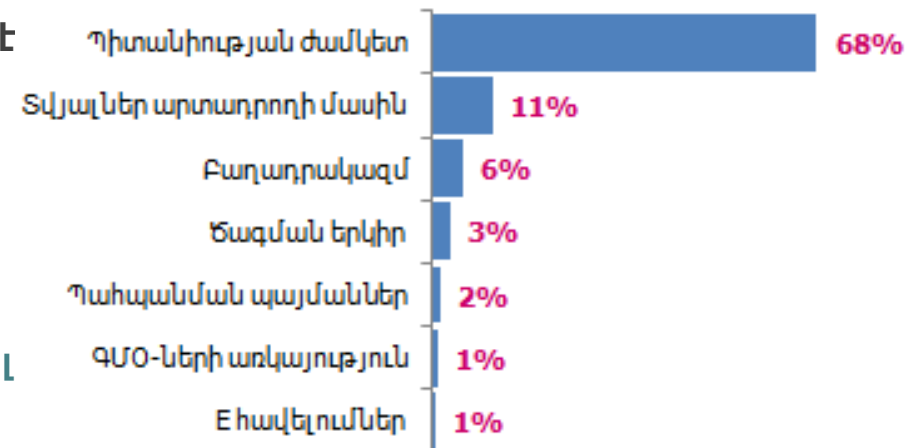
▶ Դժվար է հարցվածներին դասակարգել այս կամ այն խմբում, քանի որ սննդամթերքի գնումներ կատարելիս նրանք կարևորում են միաժամանակ մի քանի գործոններ՝ **միջին հաշվով 2.4 գործոն**

Յետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

16. Սննդամթերքի մակնշմանը հետևելը

- ▶ Օրենքով սահմանված է, որ **մակնիշը պետք է պարունակի** հետևյալ տեղեկությունները.
 - ▶ իրացվող սննդամթերքի **անվանումը, գտաքաշը կամ ծավալը**, եթե սննդամթերքը փաթեթավորված է,
 - ▶ սննդամթերքում **հավելումների** ցանկը,
 - ▶ արտադրության **տարեթիվը և պիտանիության ժամկետը**,
 - ▶ սննդամթերքի **օգտագործման վերաբերյալ ցուցումներ**, եթե առանց դրանց այն չի կարող պատշաճորեն օգտագործվել (բուժիչ, դիետիկ, մանկական սննդամթերք),
 - ▶ տվյալներ **արտադրողի մասին**,
 - ▶ սննդամթերքի **ծագման երկիրը**,
 - ▶ ոգելից խմիչքներում **ալկոհոլի պարունակության տոկոսը**,
 - ▶ **սննդային և էներգետիկ արժեքը**,
 - ▶ **գծային ծածկագիրը**, և
 - ▶ Նորմատիվ փաստաթղթերով սահմանված այլ տեղեկատվություն

Քաղվածք նախորդ գծապատկերից...

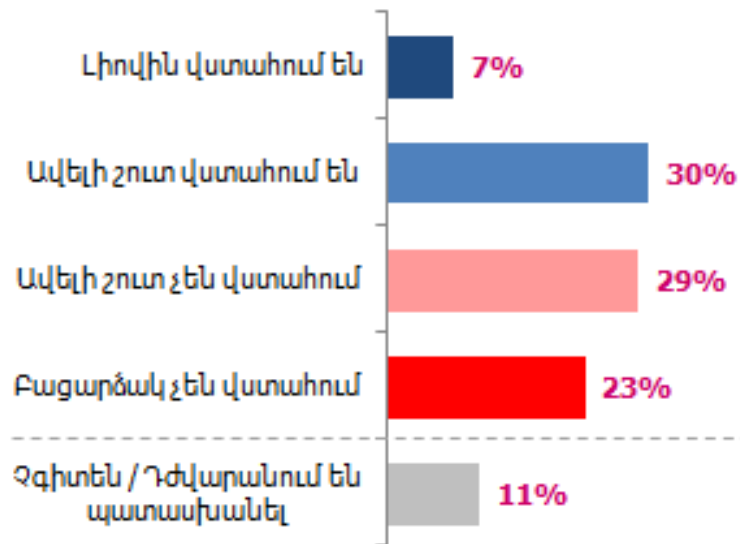


- ▶ Չարցվածների 68%-ը նշել է, որ իրենք հետևում են սննդամթերքի պիտանիության ժամկետին, սակայն մեկ այլ հարցով՝ **նրանց միայն 45%-ն է նշել, որ հետևում է մակնշման մեջ առկա տեղեկատվությանը:**
- ▶ Ակնհայտ է՝ **հարցվածների մեծ մասը տեղյակ չեն, թե ինչ է նշանակում սննդամթերքի մակնշում** ձևակերպումը:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

17. Սննդամթերքի մակնշման տվյալների նկատմամբ վստահությունը



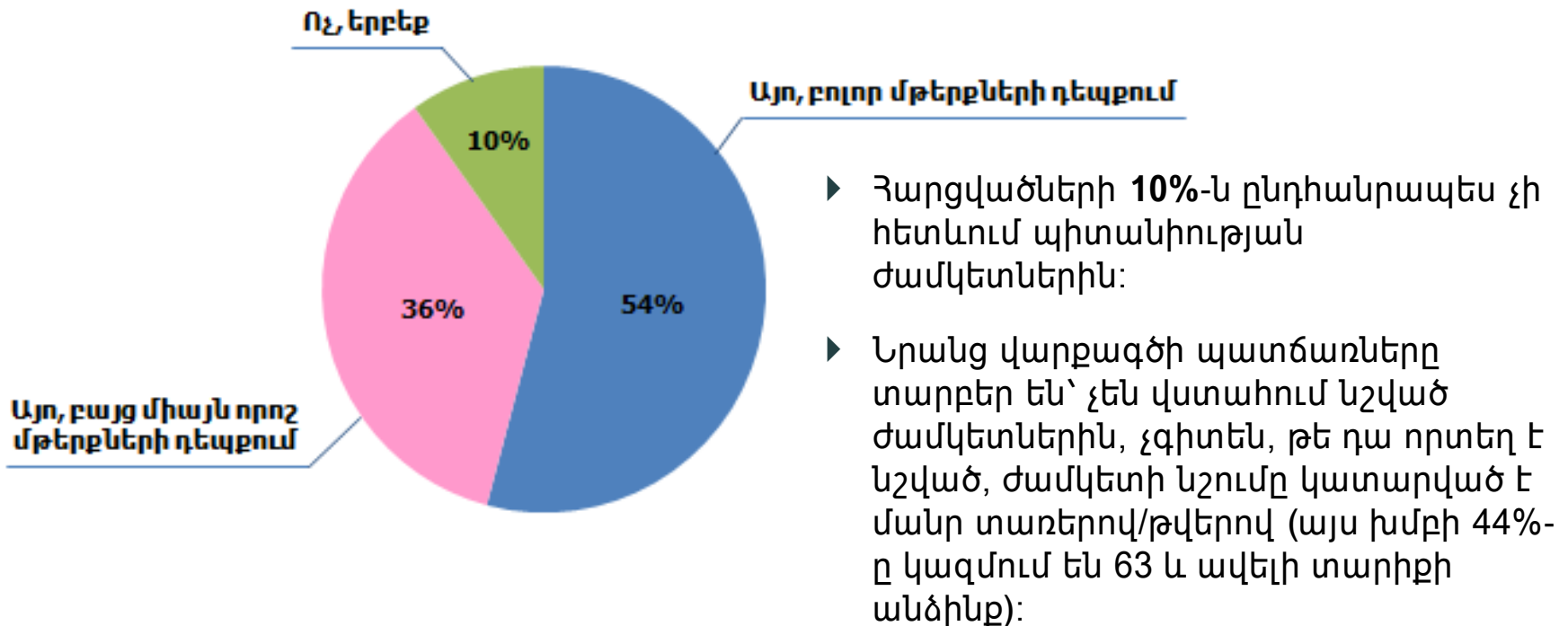
- ▶ Զարգվածների 52%-ը անվստահությամբ է վերաբերվում սննդամթերքի մակնշման տվյալներին:
- ▶ Անվստահության պատճառների մեջ գերակշիռ մասը կազմում են սննդամթերքի **պիտանիության ժամկետի** հետ կապված խնդիրները:
- ▶ Ընդհանրապես, սննդամթերքի պիտանիության ժամկետի հարցը մակնշման միակ բաղադրիչն է, որի շուրջ հիմնավոր դատողություններով հանդես գալու համար ռեսպոնդենտներն ունեն բավարար տեղեկացվածություն, գիտելիք և փորձ:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չեղարկման արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

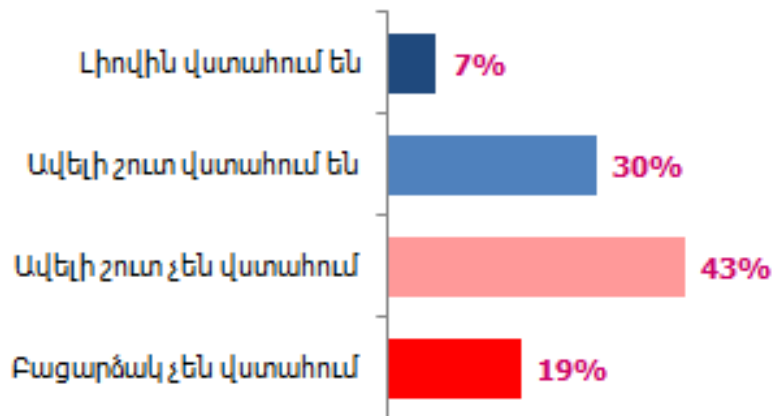
18. Սննդամթերքի պիտանիության ժամկետին հետևելը

Չեղարկում են սննդամթերքի պիտանիության ժամկետին ...



Չետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

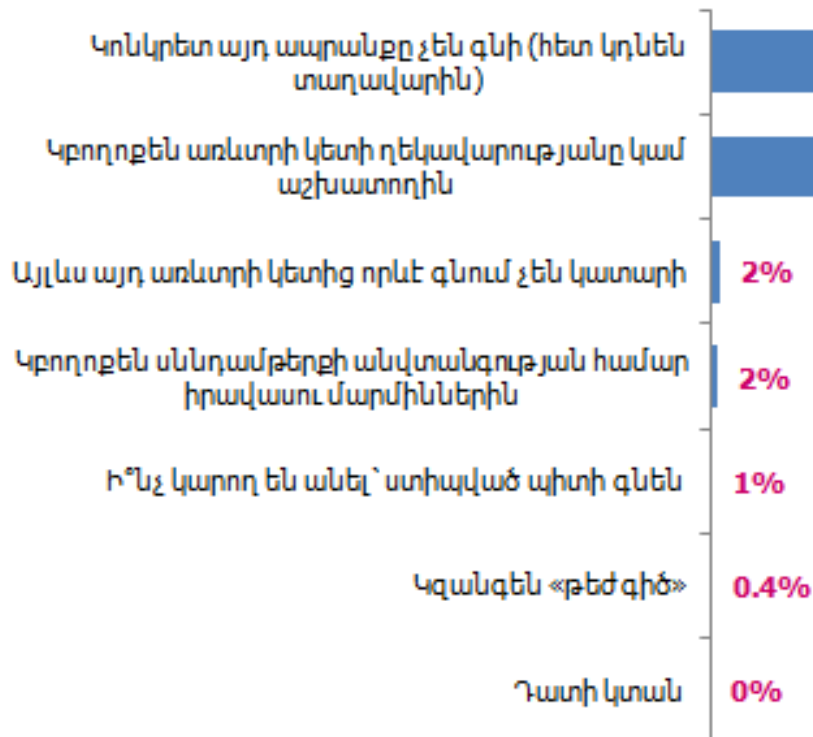
18. Սննդամթերքի պիտանիության ժամկետի նկատմամբ վստահությունը



- ▶ Գնումներ կատարելիս սննդամթերքի վրա նշված պիտանիության ժամկետին հետևում են հարցվածների 90%-ը, սակայն **դրա նկատմամբ վստահություն ունեն միայն 37%-ը**:
- ▶ Չարցվածների անվստահության հիմնական պատճառն է նշվել այն, որ...
 - ▶ ...սննդամթերք գնելիս մի քանի անգամ հայտնաբերել են ջնջված, վերապիտակավորված կամ ոչ հստակ երևացող պիտանիության ժամկետի տվյալներ:

Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

19. Առևտրի կետում ժամկետանց սննդամթերք հայտնաբերելու դեպքում գնորդների գործողությունները

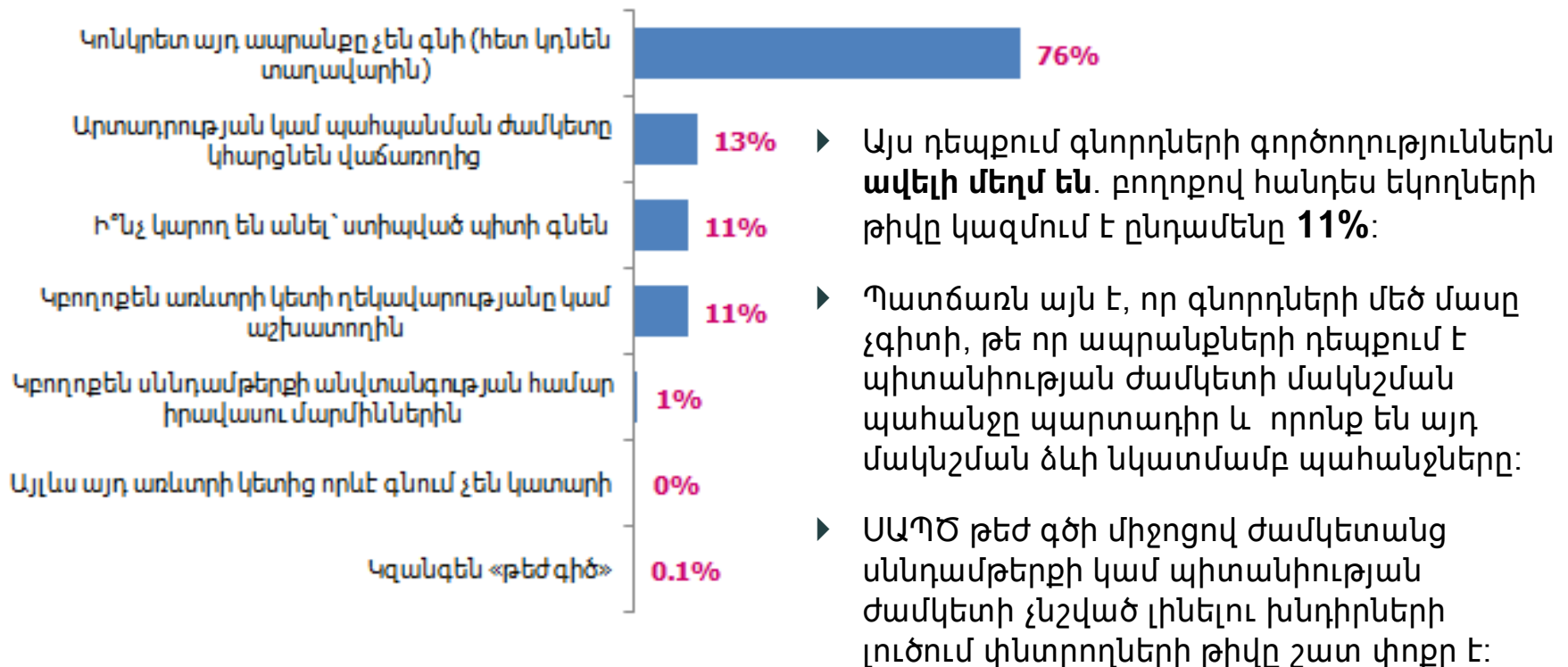


- ▶ Զարգվածների միայն **41%**-ն է պատրաստ բարձրաձայնելու ժամկետանց սննդամթերքի խնդրի մասին՝ այդ մասին բողոք ներկայացնելով առևտրի կետի ղեկավարությանը, աշխատակցին (39%) կամ սննդամթերքի անվտանգության համար իրավասու մարմիններին (2%):
- ▶ Մարդկանց **քաղաքացիական պարտքի և իրավունքի գիտակցումը ցածր մակարդակի վրա է**. գնորդների ճնշող մեծամասնությունը սպառողների իրենց իրավունքների պաշտպանության համար պատրաստ չեն ավելի կոշտ և հետևողական քայլերի:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

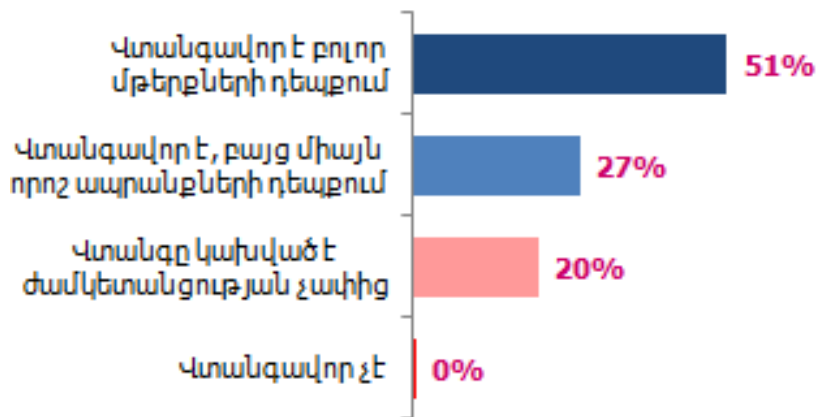
Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

20. Սննդամթերքի վրա պիտանիության ժամկետի բացակայության դեպքում գնորդների գործողությունները



Չեղարկության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

21. Ժամկետանց սննդամթերքի վտանգավորության ընկալումը

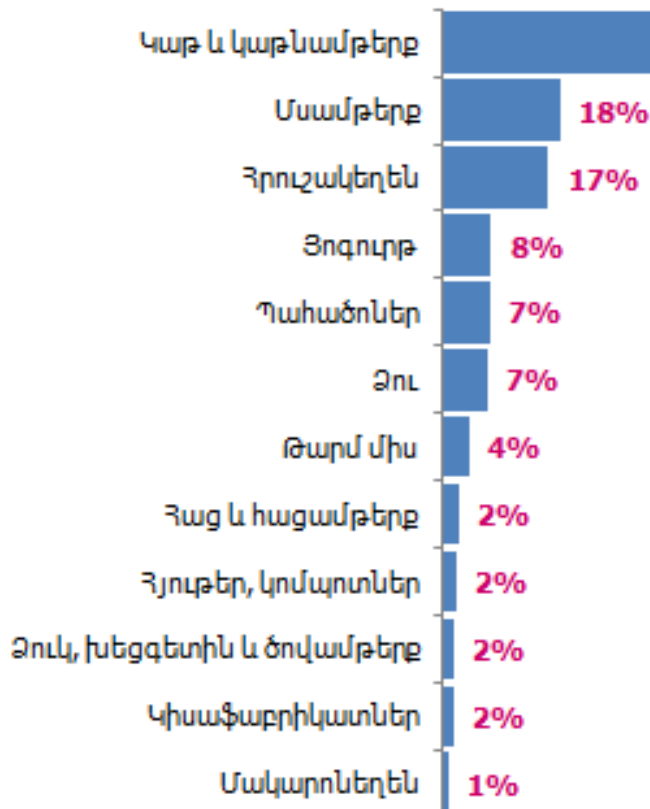


- ▶ Չարցվածների կեսը (**51%**) կարծում է, որ պիտանիության ժամկետի ավարտից հետո ցանկացած մթերք էլ վտանգավոր է: Այս խումբը բացառում է ժամկետանց սննդամթերքի գնման հնարավորությունը:
- ▶ Սննդամթերքի գնորդների 20%-ը կարծում է, որ մթերքի վտանգավորությունը կախված չէ ժամկետանցության չափից: Առավել վտանգավոր երևույթներ են սննդային հավելումների քանակը, մշակման/արտադրության տեխնոլոգիաներում քիմիկատների օգտագործումը և այլն:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չեղարկության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

22. Պիտանիության ժամկետի խախտմամբ առավել հաճախ հանդիպող մթերքները



Առավել հաճախ հանդիպող ժամկետանց մթերքների ցանկը գլխավորում են **առավել կարճ պահպանման ժամկետ ունեցող կամ պահպանման հատուկ ռեժիմներ** (օրինակ՝ հատուկ ջերմային ռեժիմ) պահանջող մթերքները՝ կաթը և կաթնամթերքը, մսամթերքը, հրուշակեղենը:

Չեղարկման արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

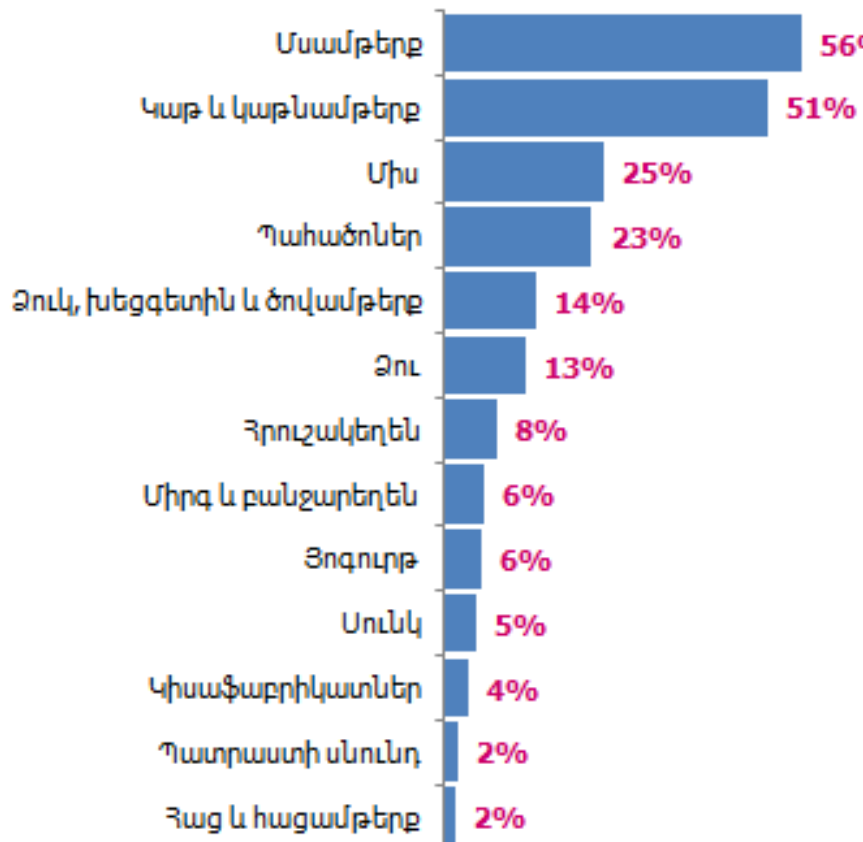
22. Պիտանիության ժամկետի խախտմամբ առավել հաճախ հանդիպող մթերքները

Մթերքներ	Բնակավայրի տիպեր			Ընդամենը
	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղեր	
Կաթ և կաթնամթերք	58%	59%	46%	54%
Մսամթերք	15%	16%	25%	18%
Ջրուշակեղեն	13%	17%	20%	17%

- ▶ Խորին հարցազրույցներին մասնակցած մի խումբ քաղաքացիներ, որոնք բնակվում են **մարզերի քաղաքներում և գյուղերում**, նշել են, որ այն խանութներում, որտեղից իրենք սննդամթերք են գնում, իրենք հաճախ են հանդիպում ժամկետանց սննդամթերքի:
- ▶ Նաև նշել են, որ նման դեպքերում իրենք **ոչինչ չեն ձեռնարկում**, քանի որ **չեն ուզում փչացնել հարաբերությունները խանութի տիրոջ հետ**, որին միշտ գումար են պարտք՝ նախկինում գնված և չվճարված սննդամթերքի դիմաց: Այսպիսի հայտարարությունները կարելի է ընդունել որպես ակնարկ այն մասին, որ մարզերի քաղաքների և գյուղերի խանութներում ժամկետանց սննդամթերքի քանակն ավելի մեծ է, քանի որ այդ խանութների միջոցով ժամկետանց մթերքների իրացման հնարավորություններն ավելի մեծ են:

Յետազոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

23. Պահպանման տեսանկյունից առավել վտանգավոր համարվող սննդամթերքը



- ▶ Պահպանման տեսանկյունից առավել վտանգավոր է համարվում **մսամթերքը՝ 56%**:
- ▶ Դրա վտանգավորությունը կայանում է նրանում, որ **դրանց բաղադրության մեջ օգտագործվում են գրեթե բոլոր տեսակի սննդային հավելումները՝** գոլյն և հոտ հաղորդելու, համը լավացնելու, պահպանման ժամկետը երկարացնելու համար:
- ▶ Պահպանման տեսանկյունից **Կաթ և կաթնամթերք** ապրանքային խմբի վտանգավորության համար ռեսպոնդենտները բերում են միանգամայն **այլ պատճառներ:** Շուկայում առկա է կաթնամթերք, որն արտադրված է ինչպես **գործարանային պայմաններում,** այնպես էլ **արտադրող գյուղացիական տնտեսություններում:**

Հետազոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

23. Պահպանման տեսանկյունից առավել վտանգավոր համարվող սննդամթերքը

- ▶ **Գործարանային պայմաններում** արտադրված կաթնամթերքի նկատմամբ վտանգները կայանում են. **ա)** որպես հումք՝ ոչ թե թարմ կաթի, այլ կաթի փոշու օգտագործման մեջ, **բ)** սննդային հավելումների օգտագործման մեջ (նկատի ունեն՝ որ հենց գործարաններն են ի վիճակի օգտագործել այդպիսի տեխնոլոգիաներ), **գ)** մթերքների պահպանման ժամկետի հետ կեղծիքներ թույլ տալու մեջ:
- ▶ **Գյուղացիական տնտեսություններում** արտադրված կաթնամթերքի վտանգավորության համար գլխավոր պատճառ է նշվում **արտադրության սանիտարահիգիենիկ պայմանների բացակայությունը**:
- ▶ Այստեղ ի հայտ է գալիս մի ուշագրավ փաստ, որի պարագայում գյուղացիական տնտեսություններում կամ այսպես կոչված ոչ արտադրական պայմաններում արտադրված կաթնամթերքը ստանում է լուրջ մրցակցային առավելություն: Հարցվածների կարծիքով, գյուղացիական տնտեսություններում արտադրված կաթնամթերքն ունի **մի մեծ առավելություն. այն պատրաստվում է թարմ կաթից**. Թարմությունը կաթի և կաթնամթերքի հենց այն **արժանիք է**, որը մասամբ կամ ամբողջությամբ փոխհատուցում է ոչ արտադրական պայմաններում թողարկված կաթնամթերքներից բխող վտանգները:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

24. Փողոցներում կաթի և կաթնամթերքի վաճառք իրականացնող անհատների գործունեությունը

- ▶ Թարմ կաթից արտադրված լինելու հանգամանքն է նպաստում, որ փողոցային առևտրով զբաղվող անհատների միջոցով կաթի և կաթնամթերքի իրացումն ունենա բավականին լայն տարածում.

Փողոցներում կաթի և կաթնամթերքի վաճառք իրականացնող անհատների գործունեությունը ...

... երևանում

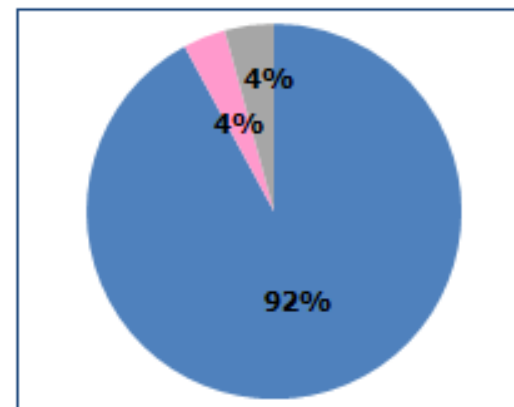
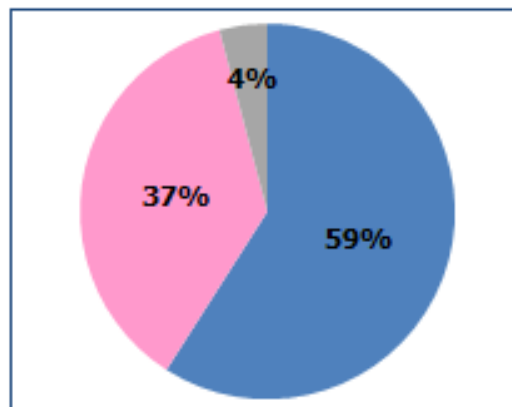
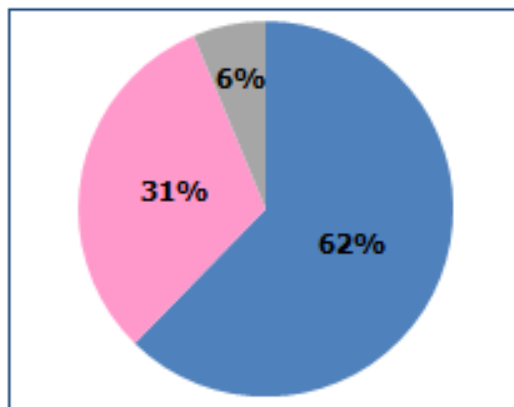
... մարզային քաղաքներում

... գյուղերում

■ Երևույթն առկա է

■ Երևույթը բացակայում է

■ Տեղյակ չեն



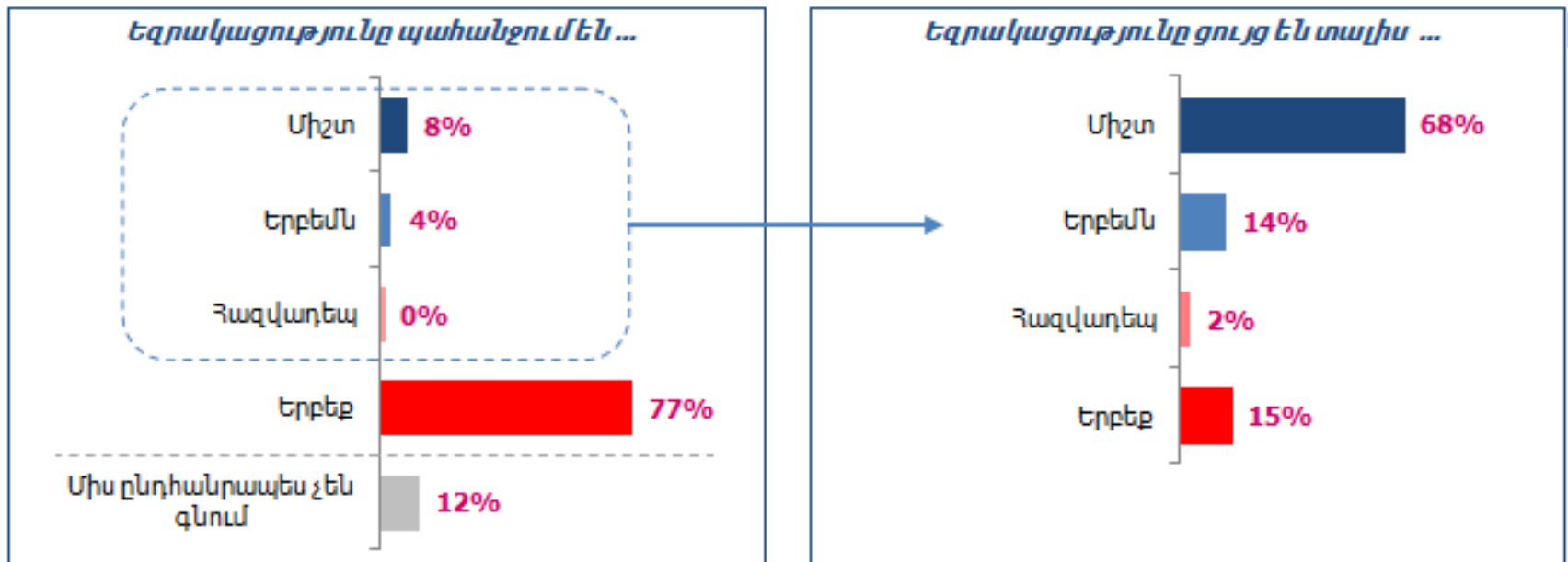
- ▶ Գևորդների մեծամասնությունը՝ 60%-ը վստահում է կաթի մաքրությանը և անվտանգությանը:

Սենդամբերքի անվտանգության բնագավառում հանրային իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ֆետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

25. Կենդանական ծագման մթերքի անվտանգությունը հավաստող փաստաթղթերին հետևելը

- Որպես օրինակ՝ հիմք է ընդունվել **անասնաբուժասանիտարական փորձաքննության եզրակացությունը**, որը կազմվում է սպանդի ենթակա բոլոր տեսակի ընտանի կենդանիների մսի անասնաբուժասանիտարական փորձաքննության արդյունքներով:



Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

25. Կենդանական ծագման մթերքի անվտանգությունը հավաստող փաստաթղթերին հետևելը

- ▶ Ինչու՞ հարցվածները միս գնելիս չեն պահանջում անասնաբուժասանիտարական փորձաքննության եզրակացությունը (հարցին պատասխանել են ռեսպոնդենտների 77%-ը):
- ▶ Ներկայացվում են 8 հիմնական պատճառներն՝ ըստ բնակավայրերի տիպի ▼

Եզրակացությունը չպահանջելու պատճառները	Բնակավայրի տիպեր			Ընդամենը
	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղեր	
Վստահում են վաճառողին	28%	61%	75%	54%
Վստահում են առևտրի կետին	39%	27%	19%	29%
Չեն վստահում այդ փաստաթղթի տվյալներին	20%	9%	6%	12%
Գլխի չեն ընկել, որ կարող են այդ փաստաթուղթը պահանջել	6%	7%	7%	7%
Կարծում են, որ եթե միս են վաճառում, ուրեմն այդ փաստաթուղթն ունեն	6%	5%	5%	5%
Անհարմար են զգում	5%	5%	3%	4%
Փաստաթուղթը փակցված է կշեռքին կամ պատին	4%	6%	1%	4%
Անիմաստ են համարում, կարիք չեն տեսնում	2%	5%	1%	3%

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային հրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Չեղարկության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

25. Կենդանական ծագման մթերքի անվտանգությունը հավաստող փաստաթղթերին հետևելը

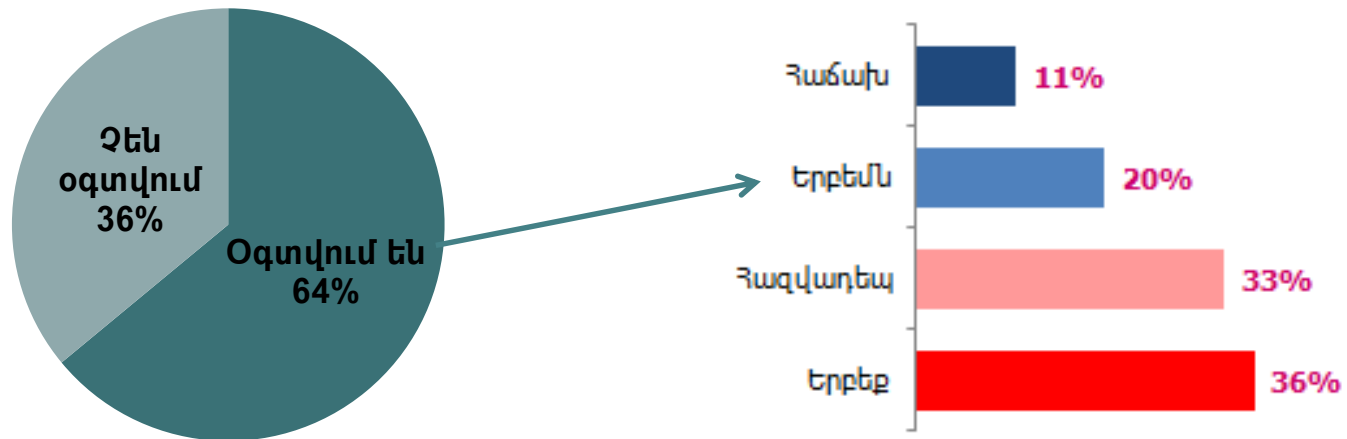
- ▶ Ի՞նչ գործողությունների են դիմում ռեսպոնդենտները, երբ առևտրի կետում հրաժարվում են ցույց տալ անասնաբուժասանիտարական փորձաքննության եզրակացությունը (հարցին պատասխանել են ռեսպոնդենտների 4%-ը):
- ▶ Ներկայացվում են 5 հիմնական պատճառներն՝ ըստ բնակավայրերի տիպի ▼

Ռեսպոնդենտների գործողությունները	Բնակավայրի տիպեր			Ընդամենը
	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղեր	
Այդ առևտրի կետից կոնկրետ այդ ապրանքը չեն գնի	42%	63%	44%	49%
Այլևս այդ առևտրի կետից որևէ գնում չեն կատարի	38%	13%	11%	28%
Ի՞նչ կարող եմ անել՝ ստիպված գնում եմ	8%	25%	44%	21%
Կբողոքեն առևտրի կետի ղեկավարությանը կամ աշխատողին	8%	0%	0%	5%
Կբողոքեն սննդամթերքի անվտանգության պատկան մարմիններին	4%	0%	0%	3%

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ջեռագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

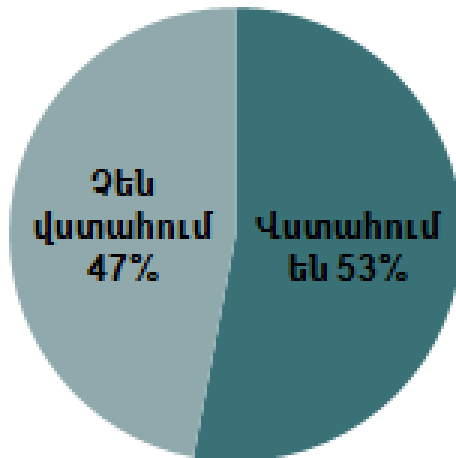
26. Հանրային սննդի օբյեկտներից օգտվելը



- ▶ Հանրային սննդի օբյեկտներից օգտվում են...
 - ▶ ավելի շատ՝ Երևանում հարցվածները - 76%
 - ▶ ավելի քիչ՝ մարզային քաղաքներում հարցվածները - 60%
 - ▶ Էլ ավելի քիչ՝ գյուղերում հարցվածները - 52%

Չետագոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

27. Չանրային սննդի օբյեկտներում մատուցվող սննդի պահպանման պայմանների և պիտանիության ժամկետի նկատմամբ վստահությունը



- ▶ Չանրային սննդի օբյեկտների նկատմամբ ռեսպոնդենտների վստահության և նրանց հաճախելիության միջև առկա է ուղիղ կապ.
 - ▶ որքան բարձր է վստահությունը, այնքան բարձր է հաճախելիությունը:
- ▶ Դրանում կարելի է համոզվել, համեմատելով տարբեր տիպի բնակավայրերի ռեսպոնդենտների պատասխանները:
 - ▶ Երևանում, որտեղ հանրային սննդի օբյեկտներից օգտվողները կազմում են 76%, այնտեղ մատուցվող սննդի պահպանման պայմանների և պիտանիության ժամկետի նկատմամբ վստահություն հայտնողները կազմում են 60%:
 - ▶ Գյուղերի ռեսպոնդենտների դեպքում այդ երկու ցուցանիշները կազմում են համապատասխանաբար 53% և 44%:

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Հետազոտության արդյունքները. ՎԱՐՔԱԳԻԾ

27. Հանրային սննդի օբյեկտներում մատուցված անորակ կամ փչացած սննդամթերքի դեպքում ռեսպոնդենտների գործողությունները

Ռեսպոնդենտների գործողությունները	Բնակավայրի տիպեր			Ընդամենը
	Երևան	Մարզային քաղաքներ	Գյուղեր	
Կրողոքեն օբյեկտի ղեկավարությանը կամ աշխատակազմին	72%	57%	55%	63%
Սննդամթերքը հետ կվերադարձնեն և չեն վճարի	38%	43%	46%	42%
Այլևս այդ օբյեկտ չեն հաճախի	28%	25%	24%	26%
Կպահանջեն, որ սննդամթերքը փոխեն	17%	18%	14%	16%
Սննդամթերքը հետ կվերադարձնեն, բայց կվճարեն	7%	6%	4%	6%
Կրողոքեն սննդամթերքի անվտանգության պատկան մարմիններին	2%	2%	2%	2%
Չեն օգտվի այդ սննդից	0%	4%	3%	2%
Կզանգեն թեժ գիծ	1%	1%	0%	1%
Բոլորի խորհուրդ կտամ, որ այդ օբյեկտ չհաճախեն	1%	1%	1%	1%

Սննդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.

Ամփոփում. ԵԶՐԱՅԱՆԳՈՒՄՆԵՐ

Սննդամթերքի անվտանգության հարցերի շուրջ սննդամթերքի գնորդներին կարելի է
տալ հետևյալ բնորոշումները... *...հետազոտողի սուբյեկտիվ բնորոշումը*

ՏԵՂԵԿԱՅՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ



Միջին մակարդակի

ՎՍԱԶՈՒԹՅՈՒՆԸ



Ցածր մակարդակի

ՎԱՐՔԱԳԻԾԸ



*Պասիվ և
հարմարվողական*

*Սևնդամթերքի անվտանգության բնագավառում հանրային
իրազեկվածության վերաբերյալ սոցիալական հարցում, 2015թ.*

Ամփոփում. ԱՌԱՋԱՐԿՆԵՐ

ՍԱՊԾ ՃԱՆԱԶԵԼԻՈՒԹՅԱՆ
ԲԱՐՁՐԱՅՈՒՄ



ԹԵԺ ԳԾԻ ՀԱՆՐԱՅՆԱՅՈՒՄ



ԹԵՄԱՏԻԿ ԲԱՅԵՐԻ ԼՐԱՑՄԱՆ
ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ԱՐՇԱԿ

ՎԵՐՋ

Շնորհակալություն ուշադրության համար