MUHTASARI

UTANGULIZI

Sekta ya chakula nchini Tanzania inakibiliwa njia panda muhimu. Kutumia chakula chenye lishe si chaguo tena bali ni jambo la muhimu. Kuna muunganiko wa mienendo inayohusiana nchini Tanzania ikiwa ni pamoja na kuongezeka kwa kuenea kwa maduka ya kisasa ya rejareja ya chakula; kuongezeko kwa matumizi ya vyakula visivyofaa vilivyosindikwa; na ongezeko la unene wa kupindukia na upungufu unaoendelea wa virutubishi vidogo nchini.

Tathmini hii huru ya kwanza kabisa ya sekta ya viwanda ya Chakula na Vinywaji (F&B) Tanzania inachambua afya bora ya makampuni 21 makubwa ya (F&B) yanayozalisha vyakula na vinywaji vilivyowekwa kwenye vifurushi nchini Tanzania. Kwa pamoja, kampuni hizi zinawakilisha takriban 48% ya soko rasmi la F&B liliowekwa rasmi nchini. Miongoni mwa bidhaa 483 za F&B zilizofungashwa zilizochanganuliwa, 37% hukutana na vizingiti vya afya – 63% hazifikii.

Hii repoti inatoa data muhimu na uchanganuzi wa kusaidia: watunga sera kuunda sera za kuunda soko ili kuboresha mazingira ya chakula; wawekezaji wanaowajibika kutenga mtaji kwa busara katika boashara za chakula na sekta ya chakula ili kuboresha bidhaa kwa afya bora; na uhamasishaji wa mashirika ya kiraia na watumiaji ili kuhakikisha sauti zao zinatumika kwa uboreshaji wa bidhaa wanazotumia.

HISTORIA

Japokuwa vyakula kamili vinavyotoka mashambani na visivyochakatwa sana bado vinachangia sehemu kubwa ya mlo wa wa Tanzania, ulaji wa vyakula vilivyochakatwa na kufungwa kwenye mifuko ,vikiwemo vyenye mafuta , chumvi, na sukari kwa wingi - kama vile vinywaji vilivyoongezewa sukari nyingi unaongezeka kwa kasi. Mauzo ya vyakula vilivyochakatwa sana na kufungwa kwenye mifuko yaliongezeka kutoka dola milioni 1,913.9 mwaka 2017 hadi dola milioni 2,269.3 mwaka 2023, ikiwa ni zaidi ya dola milioni 300 katika kipindi cha miaka sita.

Mabadiliko katika ulaji yanaambatana na kuongezeka kwa viwango vya unene uliozidi pamoja na viribatumbo . Kwa mujibu wa tafiti ya Afya ya Uzazi wa Mama na Mtoto ya mwaka 2022, inakadiriwa kuwa, asilimia 32 ya wanawake walio katika umri wa kuzaa wanakabiliwa na changamoto ya kiribatumbo na uzito uliozidi. Aidha, asilimia 17 ya wanaume na asilimia 4 ya watoto walio chini ya miaka mitano wameathirika na tatizo hilo. Kwasasa, tafiti zinaonesha kuwa Tanzania imepiga hatua katika kupunguza udumavu na uzito pungufu kwa watoto chini ya miaka mitano, sambamba na upungufu wa damu kwa wanawake walio katika umri wa kuzaa. Hata hivyo, asilimia 75.5 ya watanzania katika mwaka 2022 hawakuweza kumudu gharama za upatikanaji wa vyakula mchanganyiko na vyenye virutubishi vya kutosha. Ili kukabiliana na changamoto hizi kunahitajika mikakati madhubuti ambayo itaboresha upatikanaji wa vyakula mchanganyiko, kuhimiza uchaguzi na ulaji sahihi wa vyakula na kupunguza athari hasi zinazotokana na utandawazi na ukuaji wa miji.

Ili kupunguza athari za mabadiliko yanayotokea katika ulaji vyakula, serikali imeridhia na kuanzisha mpango wa urutubishaji wa vyakula vikuu na vinavyoliwa kwa wingi na watanzania. Vyakula hivi ni kama vile mafuta ya kula, unga wa ngano na mahindi pamoja na chumvi. Mpango Jumuishi wa pili wa Taifa wa Lishe unajumuisha ahadi na matamko mbalimbali ya kisera yanayosaidia kuimarisha lishe nchini. Mpango huu unajumuisha utekelezaji wa ahadi na hatua mpya za kisera, ikijumuisha kuzingatia kanuni na sheria katika

uuzaji na usambazaji wa vyakula vya watoto, uwekaji wa maelezo mafupi ya lazima kuhusu bidhaa iliyozalishwa (lebo) kwa kila kundi (FOP), kuzingatia lishe katika maeneo ya kazi, kuongeza ushuru kwenye vyakula au vinywaji vyenye sukari, chumvi pamoja na mafuta kwa wingi. Baadhi ya ahadi hizi pia ziliwasilishwa na serikali kwenye kongamano la kimataifa la Lishe lililofanyika nchini Ufaransa mwaka 2025.

MALENGO NA SHABAHA

Ili kusaidia michakato wa kitaifa wa utungaji Sera, Taasisi ya "ATNi" (Access to Nutrition initiative) ilifanya tathmini huru ya kwanza kwenye kampuni kubwa 21 zinazosindika na kusambaza vyakula na vinywaji nchini Tanzania. Kwa pamoja, kampuni hizi zinawakilisha wastani wa asilimia 48 ya masoko rasmi ya vyakula na vinywaji.

Tathmini hii inatoa mwanga kuhusu ubora kiafya wa bidhaa za vyakula na vinywaji zinazozalishwa na kuuzwa katika soko la Tanzania. Aidha, umefanyika uchambuzi katika bidhaa 483 za vyakula na vinywaji zilizofungashwa. Katika kufanya tathmini hii, mbinu tatu kubwa za kuangalia wasifu, uwepo wa virutubishi na ubora kiafya kwenye bidhaa hizi zilitumika. Hii ni pamoja na matumizi ya mfumo wa nyota katika kukadiria ubora kiafya wa bidhaa za vyakula na vinywaji (HSR), matumizi ya nyota katika kukadiria ubora kiafya na uwepo wa virutubishi kwenye bidhaa za vyakula na vinywaji (mHSR+) pamoja na kutumia muundo uliotolewa na Shirika la Afya Duniani (WHO AFRO) Kanda ya Afrika ili kusaidia kubaini ubora wa bidhaa zinazostahili kuuzwa kwa ajili ya watoto wachanga na wadogo.

Aidha, ili kuelewa vyema mchango uliopo kwenye sekta ya uzalishaji wa chakula na athari zinazoweza kujitokeza kuharibu mazingira ya vyakula, mbinu ya kutafsiri Wasifu wa Biashara Tanzania ilitumika kutafsiri sera na taratibu zinazohusiana na lishe kwenye kampuni 10 nchini. Kampuni hizi ni pamoja na Asas; Bakhresa; Darsh; IFB; MeTL; Wilmar; PepsiCo; Motisun; Tanga Fresh; Coca-Cola.

Viwango vya taasisi ya kimataifa vya ATNi vya mwaka 2024 vilitumika kama msingi wa kuandaa mfumo wa tathmini ya Wasifu wa Biashara Tanzania. Mfumo huo ulifanyiwa mapitio ili kujumuisha masuala ya lishe kulingana na taratibu zilizopo nchini na kuhakikisha kama taratibu hizi zinafuatwa na kutekelezwa na kampuni zilizochaguliwa. Mchakato huu wa kufanya mapitio ulitokana na majadiliano ya moja kwa moja na wadau na wataalam husika; hii ni kutokana na ripoti ya wadau wa Mazingira ya Chakula Tanzania ya mwaka 2025. Aidha, taasisi imefanya mapitio mbalimbali na miongozo iliyotolewa na mashirika yenye mamlaka ya afya ya umma na kujumuisha masomo yaliyopatikani kutokana na tathmini kupitia viwango ATNi vilivyopita.

Katika kufanya tathmini ya makampuni, viashiria 21 vilitumika na kugawanywa katika maeneo makubwa matatu (3) na kuzingatia vipengele nane (8). Maeneo haya ni ubora wa bidhaa kiafya (hii imezingatia wasifu wa bidhaa, uboreshaji wa bidhaa, kutoa ripoti kuhusu masuala ya afya, uwepo wa virutubishi na urutubishaji wa vyakula). Ushawishi kwa walaji (kuweka maelezo mafupi kuhusu bidhaa, matangazo ya bidhaa husika sambamba na urahisi na upatikanaji wa bidhaa). Uratibu na utawala (uratibu wa utekelezaji wa masuala ya lishe sambamba lishe ya wafanyakazi).

Ripoti hii unatoa matokeo ya thathmini iliyofanyika kwa makampuni kwa kuzingatia sera, ahadi zilizowekwa na kampuni na mbinu za kujiripoti, kwenye mashirika na taasisi za umma au ushiriki wa moja kwa moja wa kampuni husika na taasisi ya ATNi. Hata hivyo, katika zoezi hili uthibitishwaji wa wazi wa kujitegemea wa makampuni haya haukuhusishwa kwenye tathmini hii.

MATOKEO YA TATHMINI

Ngazi za ushiriki katika mchakato wa kukusanya taarifa za lishe zitokanazo na tathmini ya sera na kanuni zinazohusiana na lishe kupitia Wasifu wa Kampuni zimetofautiana. Tathmini hii ilijumuisha watengenezaji kutoka kwenye kampuni tano za kitaifa na kimataifa, kati ya hizo, kampuni mbili za kimataifa zilizoshiriki ni Coca-Cola na PepsiCo, na kampuni tatu za ndani zilizoshiriki Bakhresa, Tanga na Darsh.

Utafiti uliofanywa na taasisi ya ATNi uligundua kuwa masuala ya lishe na afya yameendelea kuwa ni ajenda kubwa kwenye kampuni 10 zinazo zalisha vyakula na vinywaji nchini, japokuwa yapo mambo kadhaa ya msingi ambayo kampuni za ndani zinahitaji kuyajumuisha na kuboresha kwenye utekelezaji wao ili kuweka malengo tarajiwa kama yanavyoainishwa na mataifa mbali mbali. Aidha, mataifa mbalimbali yanahitaji kuboresha suala zima la uwazi katika utekelezaji na kupitia hii utekelezaji wa makampuni ya ndani utaborehsa pia.

Ubora wa bidhaa kiafya

Maelezo ya bidhaa: Kwa ujumla utekelezaji wa masuala ya afya kwenye makampuni 21 ya kitanzania bado uko chini, aidha kuna utofauti kubwa za utekelezaji zilizopo kati ya kampuni zilizohusishwa kwenye tathmini hii. Matokeo yanaonyesha kuwa kupitia mbinu ya matumizi ya nyota katika kukadiria ubora kiafya wa bidhaa za vyakula na vinywaji (HSR) asilimia 25 tu ya bidhaa zilifikia kikomo cha "afya" cha nyota 3.5 kati ya 5.0,1 ambayo iliongezeka hadi 38% wakati matokeo yalipimwa na mauzo ya kampuni - mabadiliko makubwa.

Wakati data ya virutubishi vidogo ilipojumuishwa kwa kutumia modeli ya mHSR+, takwimu hizi zilipanda kwa 5%. Matokeo ya chini chini ya modeli ya WHO AFRO (9%; 16% ya uzani wa mauzo) yanaonyesha vigezo vikali zaidi vinavyotumiwa na WHO kwa ustahiki wa kuuza bidhaa za chakula na vinywaji kwa watoto.

JEDWALI LA 1
UWIANO WA BIDHAA NA MAUZO YA MTU BINAFSI YANACHUKULIWA KUWA 'BORA ZAIDI' KATIKA NPM TATU

NPM	Ibadi ya bidhaa zilizota-thminiwa	Kizingiti cha afya	% ya bidhaa zinazo-fikia kiwango cha afya	% ya mauzo ya bidhaa zenye afya
HSR	483	HSR % ≥ 3.5	25%	37%
mHSR+ madini	483	HSR % ≥ 3.5 + micro-nutrients	30%	41%
WHO AFRO	496	% eligible	9%	15%

Ukilinganisha wastani wa tathmini iliyofanywa kwa kupitia mbinu ya matumizi ya nyota katika kukadiria ubora kiafya wa bidhaa za vyakula na vinywaji (HSR) kwa makampuni saba ya kimataifa yaliyojumuishwa katika maelezo mafupi ya bidhaa hizi Tanzania (1.1, n=149) na wastani uliotokana kupitia kielezo cha Kimataifa cha ATNi 2024 (1.7, n=21.617), matokeo yanaonyesha kwamba makampuni sita kati ya saba yana wastani wa chini wa HSR nchini Tanzania kuliko wastani wao wa kimataifa.

Uboreshaji wa bidhaa: Hakuna kampuni yoyote iliyotoa taarifa ya jinsi inavyotarajia kufanya mabadiliko ya bidhaa ili kukidhi matakwa katika soko la Tanzania. Matokeo ya tathmini yanaonyesha ni kampuni moja yenye makao makuu ya Tanzania (Tanga) ilikuwa na mkakati wa kubboresha bidhaa utakaosaidia kupunguza viwango vya sodiamu, mafuta na sukari katika baadhi ya bidhaa, hata hivyo hakuna taarifa ambayo imekwisha tolewa kuhusu jitihada hizo mpaka sasa. Sambamba ni kampuni hiyo, kampuni ya PepsiCo inatekeleza malengo ya kimataifa ya kupunguza baadhi ya madini na kuongeza viwango chanya vya chakula (matunda, mboga mboga, karanga na kunde), ingawa hakuna taarifa ya utekelezaji mahususi wa malengo haya zilizotolewa.

Ubora wa bidhaa kiafya: Matokeo ya tathmini hii yanaonyesha makampuni mawili yenye makao makuu yake Tanzania (Motisun na MeTL) yalionyesha kuwa NPM hazitumiwi sana na hivyo sekta zinazozalisha vyakula na vinywaji nchini Tanzania kutathmini na kutoa matokeo ya ubora wa bidhaa kiafya kwenye mataifa mengine. Aidha kampuni ya PepsiCo pekee ndiyo ilitoa maelezo ya jinsi wanavyotumia NPM kutathmini ubora wa bidhaa kiafya na inavyotumika kwa sehemu kuboresha ya bidhaa zake kwa madhumuni ya kukidhi baadhi ya masoko; hata hivyo, kampuni haitoi taarifa yoyote kuhusu ubora wa bidhaa kiafya ndani na nje ya Tanzania.

Urutubishaji bidhaa za chakula na vinywaji: Katika tathmini hii matokeo kutoka kwenye makampuni saba yalionyesha bidhaa m 10 au zaidi zimeongezwa virutubishi kupitia maelezo mafupi kwenye vifungashio vya bidhaa hizi. Aidha, jumla ya bidhaa kuimarisha bidhaa moja au zaidi kwenye jalada lao. Kati ya hizi, jumla ya bidhaa 106 kati ya bidhaa 743 ziliongezwa virutubishi, kati ya hizi 87 ziliongezwa virutubishi kwa hiari. Kwa bidhaa ambazo viwango vya virutubishi vilivochakatwa viliainishwa kwenye maelezo mafupi (bidhaa 40 kati ya 483), asilimia 67.5% (n=27) ya bidhaa hizi zilifikia viwango vinavyokubalika (ilifikia kiwango cha nyota 3.5 kati ya 5 kulingana na thathmini iliyofanywa kupitia mbinu ya HSR). Asilimia 28% (n=11) ya bidhaa zilizokubalika ilifikia nyota 1.5 tu; (bidhaa hizi zilikuwa katika vyakula vya nafaka vinavyotumika kama kifungua kinywa(n=2, 5%), vinywaji vyenye nishati nyingi (n=1, 2.5%), Juisi za dukani (n = 5, 12.5%), viungo (n=1, 2.5%), Biskuti, Vitafunio na Vitafunio vya Matunda (n=5, 1, 2. 2.5%) pamoja "Sweet Spreads" (n=1, 2.5%).

Ushawishi kwa walaji

Maelezo kuhusu bidhaa: Nchini Tanzania zipo mamlaka mahususi zinazosimamia uwekaji wa maelezo mafupi kuhusu bidhaa yanayowekwa nyuma wa vifungashio. Hii imepelekea suala hili kutokuhusishwa kwenye tathmini hii ambayo inalenga zaidi kutathmini ahadi za uwekaji maelezo mafupi kuhusu bidhaa zaidi ya kufuata kanuni zilizowekwa. Serikali ya Tanzania imeridhia na kupitisha FOP ya uwekaji wa maelezo kuhusu lishe hata hivyo mpaka sasa hayajatekelezwa. Hakuna kampuni iliyojitolea kuweka wazi madai isipokuwa bidhaa kupitia mkutano maalum unaohusu vigezo vya lishe (k.m. kupitisha NPM), hii inamaanisha kuwa madai yanayohusu afya na lishe yanaweza kuwekwa kwenye bidhaa zilizo na ubora mdogo wa lishe nchini Tanzania.

Matangazo ya biashara: Matokeo ya thathmini hii yanaonyesha kampuni tatu za kimataifa (Coca-Cola, Wilmar, PepsiCo) zinatumia ahadi za kimataifa zinazohusu uwajibikaji katika kufanya matangazo ya biashara kwa watoto. Hata hivyo, hakuna hata kampuni moja kati ya hizi inayotoa taarifa kuhusu utekelezaji wa sera hizi katika soko la Tanzania. Aidha Makampuni mengine yaliyojumuishwa kwenye tathmini hii hayajaweka ahadi za kuzuia matangazo ya biashara kwenye bidhaa zote—au bidhaa ambazo hazina ubora kiafya nchini Tanzania. Kati ya ahadi zinapofikia viwango vya WHO na UNICEF na kutekelezwa kikamilifu, ni muhimu ili kuhakikisha kuwa hii inafanywa tu kwa bidhaa zenye afya na kuheshimu mahitaji maalum na udhaifu wa watoto.

Upatikanaji wa bidhaa: Katika tathmini hii kampuni tatu zenye makao makuu yake Tanzania (Darsh, MeTL, Bakhresa) zimeonyesha urahisi uliopo wa upatikanaji wa bidhaa kupitia tovuti zao, hata hivyo hakuna maelezo yanayotolewa kuhusu upimaji wa upatikanaji wa bidhaaa unavyofanyika au kueleza namna ambavyo maboresho yanafanyika ili kurahisisha upatikanaji wa bidhaa zenye ubora kiafya'. Aidha kampuni mbili—Wilmar na PepsiCo—zimebainisha kuwa zinalenga kuboresha upatikanaji wa bidhaa zenye ubora kiafya lakini mpaka tathmini hii inafanyika hakuna taarifa yoyote inayotolewa kuhusu juhudi zao katika soko la Tanzania.

Utawala Bora

Uratibu wa masuala ya Lishe: matokeo ya tathmini hii yanaonyesha kampuni nne ambazo ni Asas, Bakhresa, Darsh, na Tanga zilishiriki katika kutoa taarifa kupitia tathmini iliyofanywa na taasisi ya ATNi. Taarifa hizi zilihusu uratibu wa masuala ya afya na lishe unavyotekelezwa katika shughuli zao za kibiashara hususani mada muhimu, urutubishaji wa bidhaa unavyofanyika na urahisi wa upatikanaji wa bidhaa hizo. Katika tathmini hii, kampuni tatu za kimataifa (PepsiCo, Wilmar, na Coca-Cola) zinatumi mikakati ya kimataifa iliyopo kuhusu lishe; hata hivyo, kati ya hizi kampuni ya Coca-Cola pekee ilitoa ushahidi wa utekelezaji mahususi kwa soko la Tanzania.

Nguvu kazi: Kutokana na matokeo ya tathmini hii yanaonyesha kampuni mbili ambazo ni Coca-Cola na PepsiCo ziinatekeleza sera na programu za lishe ya nguvu kazi kulingana na miongozo ya kimataifa (WFN). Miongozo hii imejumuisha maeneo kama vile upatikanaji wa vyakula mchanganyiko, elimu ya lishe, tathmini ya hali ya afya na lishe, pamoja na kutoa msaada wa ulishaji wa watoto wadogo na wachanga ikiwa ni pamoja na ulishaji wa vyakula vya nyongeza. Hata hivyo, makampuni yote mawili yalionyesha yana uwepo mdogo nchini Tanzania, na bado haijafahamika kama shughuli zao za WFN zinahusu wafanyakazi katika minyororo yao ya usambazaji au usambazaji nchini. Hakuna kampuni yoyote zenye makao makuu yake nchini Tanzania zilizo na sera rasmi au programu za kusaidia lishe kwa wafanyikazi zaidi ya mahitaji ya kisheria ya likizo ya mzazi.

HITIMISHO

Tathmini hii imeonyesha changamoto zilizopo katika kutekeleza majukumu ya sekta ya viwanda vya vyakula na vinywaji ili kuhakikisha mazingira ya chakula yanaimarishwa nchini Tanzania. Japokuwa serikali imefanya maendeleo makubwa kupitia ahadi za kisera na mifumo ya udhibiti ili kuimarisha lishe mwitikio wa sekta ya viwanda vya vyakula na vinywaji kuhusu utekelezaji wa masuala ya afya na lishe bado mdogo na haupo wazi.

Kwa ujumla, ubora wa bidhaa za vyakula na vinywaji kiafya ujumla uko chini, huku kampuni za kimataifa zikionekana kufanya vibaya zaidi ndani ya nchini ukilinganisha na utekelezaji wao kwenye nchi nyingine. Ingawa baadhi ya makampuni yanachukua hatua chanya—kama vile kuhakikisha bidhaa zao zinapatikana kirahisi, bado kampuni chache zimeonyesha dhamira endelevu ya kuboresha afya kulingana na majukumu yao au kutoa ushahidi wa mikakati madhubuti ya kuimarisha afya na lishe ya walaji. Hii inasisitiza haja ya makampuni ya kimataifa kutathmini kwa kina kama yanatengeneza bidhaa zao zinazokidhi ubora kiafya kwa usawa katika kimataifa, ikiwa ni pamoja na Tanzania.

Aidha, juhudi zilizopo katika kubadili tabia za walaji kupitia kuweka maelezo mafupi yanayohusu bidha na matangazo ya biashara hazitoshelezi na zilizopo hazitolewi taarifa. Katika tathmini hii hakuna kampuni iliyopatikana kutumia mbinu ya kubainisha virutubishi au vigezo vya virutubishi ili kubaini ubora wa bidhaa kiafya, sambamba na hilo hakuna kampuni yenye sera au taratibu zinazosimamia za uuzaji wa bidhaa ambazo zinafikia viwango vya Shirika la Afya Duniani (WHO) pamoja na Shirika la kuhudumia watoto (UNICEF).

Kwa upande wa uratibu na usimamizi wa masuala ya lishe, ni makampuni machache hususani yale ya kimataifa—yameeleza mikakati mahususi ya utekelezaji wa masuala ya lishe, japokuwa hakuna kampuni inayotekeleza mikakati hii nchini Tanzania. Lishe ya wafanyikazi imeendelea kuwa eneo ambalo halipewi kipaumbele hususani katika kampuni za ndani ya nchi. Hakuna kampuni ambayo imeweka mfumo rasmi wa kusaidia wafanyakazi hasa katika masuala yahusuyo afya na lishe.

Ili kudumisha mazingira bora ya chakula sambamba na kuboresha afya na lishe ya vyakula vilivyosindikwa na kusambazwa nchini Tanzania, tunahitaji mfumo thabiti wa uwajibikaji na usimamizi ambazo zitasaidia kuimarisha uwazi na ushirikishwajii zaidi katika sekta ya viwanda. Tathmini hii inatoa ushahidi wa kisayansi utakao wawezesha watunga sera kufanya maamuzi na kuchukua hatua za kusaidia mashirika ya kiraia. Ushirikiano endelevu wa sekta mbalimbali ni muhimu katika kuhakikisha kwamba vyakula vinavyozalishwa nchini vinapatikana kirahisi, ni salama na vinakidhi mahitaji ya kilishe ya watanzania.

MAPENDEKEZO

Wazalishaji

1. **Tathmini ubora wa bidhaa kiafya , Masoko kwa Watoto, na Urahisi wa upatikanaji wa bidhaa ukilinganisha na Mpango Jumuishi wa pili wa Taifa wa Lishe (NMNAP II)**

   Makampuni yanayozalisha bidhaa za chakula na vinywaji nchini Tanzania yanapaswa kutathmini ubora wa bidhaa zao kwa kutumia mbinu inayotambulika kimataifa ya kubainisha virutubishi (NPM) sambamba na kutoa taarifa ya ahadi zao katika kuimarisha lishe ya jamii. Hii ni pamoja na:

   - Kufanya tathmini ya ndani na zile za kimataifa ili kubaini kama bidhaa wanazozalisha zinakidhi ubora kiafya pamoja na zinapatikana kwa usawa katika maeneo yote.
   - Kuhakikisha kuwa bidhaa 'zisizokidhi ubora kiafya kulingana viwango vya "NPM" vya WHO kanda hazisambazwi wala kuuzwa kwa watoto.
   - Kuthathmini kiwango urahisi wa upatikanaji bidhaa zinazozalishwa na zenye ubora kiafya hasa kwa makundi ya watu wenye kipato cha chini.

2 **Weka malengo katika kuimarisha uzalishaji wa bidhaa bora zenye ubora kiafya, nafuu na zinazopatikana kiurahisi kwa jamii**

Makampuni yanapaswa kuwa na sera na malengo yanayopimika kwa:

- Kuongeza mauzo ya bidhaa zenye ubora kiafya, na vyenye gharama nafuu, aidha watendaji au wakuu wa bodi za makampuni wanawajibu wa kuhakikisha masuala ya lishe yanajumuishwa katika uzalishaji wao.

- Kuboresha upatikanaji wa bidhaa za vyakula na vinywaji vilivyorutubishwa zinazokidhi viwango vya afya na nafuu kwa makundi yote ya kipato.

- Kuimarisha utekelezaji wa masuala ya lishe kulingana na viwango vinavyoshauriwa na shirika la afya duniani (WHO) na shirika la kuhudumia watoto (UNICEF); kutambua watoto chini ya miaka 18 na kudhibiti matumizi ya bidhaa za vyakula na vinywaji zisizofikia viwango vya ubora zenye afya.

3 **Toa taarifa za Sera za lishe, maendeleo katika utekelezaji na udhibiti wa ubora.**

Kampuni kuzingatia uwazi katika utekelezaji:

- Kumpuni kutoa ripoti ya utekelezaji kwa kuzingatia mambo muhimu kwa mfano uzalishaji wa bidhaa zinazokidhi ubora kiafya, taarifa kuhusu masoko pamoja na taarifa fupi kuhusu bidhaa.

- Kuweka wazi sera zinazohusu sera za urutubishaji wa vyakula na kuhakikisha bidhaa zinazozalishwa zinazidhibitiwa ili kukidhi ubora unaohitajika.

- Kuhakikisha taarifa fupi za lishe kuhusu bidhaa zinajumuisha kiasi na viwango vya virutubishi vilivyomo.

Serikali / Watunga sera

- Kupitia Mpango Jumuishi wa pili wa Taifa wa Lishe (NMNAP II), serikali ya Tanzania imedhihirisha dhamira thabiti ya kupunguza utapiamlo hususani kupunguza tatizo la unene uliozidi pamoja na kiriba tumbo, kuzuia magonjwa yasiyoambukiza yanayohusiana na lishe, na kuimarisha lishe kwa kusisitiza ulaji unaofaa kwa jamii ya watanzania. Ili kuharakisha maendeleo na kuongeza ufanisi wa utekelezaji wa afua hizi, tunahitaji kuongezeka kwa ushirikiano wa kikanda—hasa kupitia uanzishwaji wa viwango vya lishe vya Afrika Mashariki—inapendekezwa.

- Serikali inahimizwa kutekeleza hatua muhimu za kisera zilizoainishwa katika Mpango Jumuishi wa pili wa Taifa wa Lishe nchini. Ikitia mkazo kwenye matumizi ya viwango vya "NPM" vinayokubalika kitaifa, kusimamia uwekaji wa maelezo mafupi yanayohusu bidhaa za vyakula na vinywaji (FOP), kusimamia sera na kanuni za kuwalinda watoto dhidi ya utangazaji hatari wa vyakula na vinywaji, sambamba na ujumuishwaji wa afua za lishe mahali pa kazi kama ilivyoshauriwa na mikakati ya afya ya kitaifa.

- Serikali inapongezwa kwa mapendekezo ya tozo ya kupunguza matumizi ya vyakula vyenye sukari (SSBs), ili kupunguza ulaji usiofaa pamoja na tatizo la uzito uliozidi. Serikali inashauriwa kuanzisha utekelezaji wa tozo hii wa haraka ili kusaidia kutimiza malengo kiafya na kusaidia kuondoa mivutano inayoweza kutokea kati ya vipaumbele vya afya na masilahi ya kiuchumi katika sekta ya viwanda vinavyotengeneza sukari. Mapato yanayotokana na tozo hii yanaweza kutumika kusaidia mipango ya afya kitaifa.

Wawekezaji

- Wawekezaji wanahimizwa kuzingatia uwazi katika utekelezaji sera za lishe, kufanya matangazo ya biashara kwa kuzingatia watoto, na mipango ya kuboresha lishe kwa nguvu kazi. Kusaidia uwekezaji unaozingatia miongozo na kanuni za lishe zilizowekwa kitaifa na kimataifa (kama vile "Codex Alimentarius na WHO/FAO") sambamba na kusaidia biashara zinazozalisha bidhaa bora za bidhaa ambazo zinachangia kufikiwa kwa malengo ya afya ya umma ya Tanzania.

- Kutumia zana, kama vile "ATN investors expectatins" kuhusu lishe, ulaji wa vyakula mchanganyiko na Afya, ili kusaidia kufanya kutathmini ya hatua za utekelezaji wa kampuni kuhusu lishe na afya.

- Wawekezaji wanaweza kusaidia kuhimiza wazalishaji wa kimataifa wa bidhaa za vyakula na vinywaji kuendeleza kuzalisha bidhaa zenye viwango vya afya na lishe sawa na vile vinavyosambazwa kwenye masoko yaliyokomaa zaidi.

- Wawekezaji wanahimizwa kuongeza ushawishi wao kwa kujumuisha lishe katika kutoaa taarifa.