

Базовое изучение практики потребления пшеничной муки и/или мучных продуктов в Хатлонской области, Таджикистан

Июнь 2014

Контактные лица

Ведущие авторы: Дарра Финглтон,

darragh.fingleton@z-analytics.tj

Мадина Муратова,

madina.muratova@z-analytics.tj

Z-Analytics: Гульнора Бекназарова,

gulnora.beknazarova@z-analytics.tj

Консультант: Эверет Причей,

epeachey@umich.edu

GAIN: Грег С. Гаррет,

ggarrett@gainhealth.org

***Составление данного отчёта стало возможным благодаря
поддержке американского народа, оказанной через Агентство США
по международному развитию (USAID)***



Содержание

АББРЕВИАТУРА И СПИСОК ПРИНЯТЫХ ТЕРМИНОЛОГИЙ

А. КРАТКИЙ ОБЗОР

В. РЕКОМЕНДАЦИИ

С. ВВЕДЕНИЕ И МЕТОДОЛОГИЯ

- i. Контекст проекта
- ii. Задачи исследования
- iii. Методология
- iv. Недостатки исследования

Д. ЗНАНИЕ

- i. Знание домохозяйств о рационе, питании и обогащении
- ii. Знание школьных поваров о рационе, питании и обогащении
- iii. Знание работников здравоохранения о проблемах, связанных с питанием и диетой
- iv. Резюме

Е. ПРАКТИКА

- i. Практика потребления домохозяйств
- ii. Практика потребления детей школьного возраста
- iii. Резюме

Ф. БИЗНЕС И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СРЕДА

- i. Оценка бизнес среды
- ii. Оценка политической среды
- iii. Резюме

ПРИЛОЖЕНИЕ

- i. Список глубинных интервью

Аббревиатура

ФГД	Фокус групповые дискуссии
FTF	Продовольствие во имя будущего
GAIN	Глобальный альянс по улучшению питания
ГИ	Глубинное интервью
МР	Медицинские работники
КИП	Краткое интервью с продавцом
ПШП	Программа школьного питания
USAID	Агентство США по международному развитию
ВПП	Всемирная продовольственная программа

Список терминологий и глоссарий продуктов питания

<i>Обогащённая мука</i>	Мука, обогащенная специальными питательными веществами и витаминами
<i>Атола/орди бирён</i>	Каша из жареной муки
<i>Чака</i>	Вид густого кислого йогурта, несколько похожего на сметану
<i>Чалпак</i>	Жареная тонкая лепешка
<i>Фатир</i>	Слоенная тонкая лепешка
<i>Калама</i>	Тонкая лепешка как фатир, которую едят с сахаром
<i>Компот</i>	Чистый, безалкогольный сок, сваренный из фруктов и воды
<i>Канди сафед</i>	Сахар рафинированный
<i>Кулча</i>	Маленький дрожжевой круглый хлеб
<i>Курутоб</i>	Национальная таджикская еда, приготовленная из фатира, чаки и овощей
<i>Лагман</i>	Суп с длинной, густой домашней лапшой
<i>Манту</i>	Большие центрально азиатские пельмени
<i>Мастоба</i>	Рисовый суп
<i>Набот</i>	Леденец/Кристаллический сахар
<i>Нон</i>	Большой дрожжевой круглый хлеб
<i>Ош</i>	Национальная центрально азиатская еда из риса, моркови и мяса
<i>Пирожки</i>	Жареное тесто с мясом и / или овощами
<i>Самбуса</i>	Центрально азиатское сдобное тесто с мясом и/или овощами
<i>Шурпо</i>	Центрально азиатский суп
<i>Туппа</i>	Кусочки теста, оставшиеся от теста для манты и добавленные в суп

А. Краткий обзор

ПРЕДИСТОРИЯ

В конце 2013 года Агентство США по международному развитию (USAID) в Таджикистане обратился в швейцарский фонд Глобального альянса по улучшению питания (GAIN), который имеет мировой опыт в области здравоохранения, питания и обогащения пищевых продуктов для проведения исследовательского проекта, который бы позволил получить подробное новейшее знание и понимание о питании в домохозяйствах, обогащении пищевых продуктов и связанных с ними последствий для здоровья в 12 FTF районах Хатлонской области, а также для подготовки рекомендаций по дальнейшим действиям и областям для улучшения политики, основанной на этих результатах.

РЕЗЮМЕ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ

Данное исследование представляет собой обзор сведений по вопросам питания, диеты и здоровья в домашних условиях и обществе, что является повседневной практикой семей и детей школьного возраста, проживающих в Хатлонской области, в Таджикистане. В рамках исследования также рассматривается бизнес и политическая среда обогащения пшеничной муки, которая является основным продуктом питания в таджикском рационе.

Знание

Знание об обогащенной муке у домохозяйств, живущих в областях, охваченных данным исследованием, практически отсутствует. «Пшеничная мука» (2-ой сорт) используется для приготовления стандартного домашнего *нона*, тогда как «белая мука» (высшего и 1-го сорта) покупается для выпечки. Пшеничная мука считается более полезной, сытной и наилучшим источником энергии, в то время как белая мука, или, вернее, продукты, изготовленные из него, используются больше для особых случаев и гостей.

Люди, как правило, не знают различие кулинарных масел от льняного масла и масло получаемого от животных жиров, оба из которых рассматриваются как имеющие конкретные преимущества для здоровья. Преимущества йодированной соли хорошо известны и набот рассматривается как самый полезный сахар.

В целом, родители заявили, что их местные школьные столовые имеют низкий уровень, но при зондировании некоторые респонденты фактически рассказали о том, какие продукты продают в школах. Родителям хорошо известно, что многие снэки являются вредными, тем не менее, они дают своим детям карманные деньги для покупки этих же самых продуктов. Родители при возможности покупают для своих детей молочные продукты, фрукты и овощи из-за их высокой питательной ценности.

В основном, участники ФГД заявили, что они хотели бы покупать для своих детей больше фруктов и молочных продуктов, а также большой и широкий спектр мясных продуктов и шоколадных конфет. Однако, учитывая однообразие того, что люди покупают, несмотря на возможные различия в доходах, трудно с уверенностью сказать, что люди стали бы тратить больше денег на продукты питания, если бы у них были деньги на это. Сезонные колебания цен, особенно на фрукты и овощи, помогает поддерживать в целом консервативное бюджетное отношение к еде.

Около 2000 школ охватывающие около 356 000 детей младшего школьного возраста в Таджикистане поддерживаются Программой школьного питания (ПШП) Всемирной продовольственной программы (ВПП). То есть в рамках программы школы обеспечиваются обогащенной мукой и маслом, а также йодированной солью и фасолью. Эти продукты дополняются продуктами, которые школьники приносят из дома. В школьных столовых работают непрофессиональные повара, обеспечивающие бесплатным питанием учащихся раз в день. Повара очень мало знают о питательной ценности ингредиентов, которые они используют и не имеют знания об обогащенной муке, несмотря на то, что они используют ее. Хотя повара, опрошенные в рамках данного исследования, не хвалят достоинства еды, которую они готовят, они указали, что предлагаемые продукты являются весьма полезными для обычного школьника.

МР указали, что, говоря в целом, здоровье и питание жителей Хатлонской области является хорошим и продолжает улучшаться, но при этом люди должны есть больше витаминов и молочных продуктов, также должны быть более внимательными в том, как вскипятить воду и мыть продукты. Существует много общих заболеваний, в основном, связанные с плохой гигиеной, но только диарея была рассмотрена как особенно острое заболевание среди детей. В общем, МР указали, что рацион питания людей не сбалансирован и что пациенты, особенно менее образованные, стараются изо всех сил

придерживаться назначенного рациона. По словам МР дети едят слишком много невымытых продуктов, мороженого, сэнка и пьют слишком много некипячёной воды. Мероприятия по повышению осведомленности рассматриваются как наилучший способ борьбы так, как бедность и отсутствие образования остаются большими препятствиями.

Практика

Землевладельцы выращивают пшеницу и относят её в местную мельницу для обработки. Люди редко покупают необработанную пшеницу, но все, включая землевладельцев, покупают промышленно измельченную белую муку для выпечки; казахская белая мука считается самой лучшей. Участники едят мучные продукты зимой больше и летом меньше, когда фрукты и овощи в изобилии. Люди сами пекут свой собственный *нон* и покупают его только в особых случаях или для гостей. Женщины регулярно также пекут другие мучные изделия.

Участники покупают масло, мясо, рис, лук и картофель круглый год. Летом снижение расходов на фрукты и овощи позволяет больше расходоваться на мясо. Сухофрукты и консервированные овощи выгодны, особенно когда цены на фрукты и овощи повышаются зимой, но они не могут заменить большого сокращения в потреблении свежих продуктов. В основном хлопковое масло широко используется, но все растительные масла, независимо от вида, используются повторно. Йодированная соль используется повсеместно, и *канди сафед* является широко известным сахаром.

Как правило, дети едят вместе с остальными членами семьи в домохозяйствах и, следовательно, имеют типичный таджикский рацион питания с того момента, как они могут есть густую пищу. Родители покупают некоторые продукты специально для своих детей, в том числе молочные продукты, фрукты и сладости. В школах, где функционирует ПШП, дети едят как до, так и после школы, потому что, по мнению родителей, еда в столовой одно и то же самое каждый день. В школах, где ПШП не функционирует, дети не едят в течение дня. Как правило, все дети школьного возраста едят широкий спектр сэнка.

Среда

В целом, доступные продукты и соответствующие цены на них мало варьируется между районами FTF в рамках данного исследования. Интервью показывают, что есть какой то

разрыв между продавцами и продуктами, которые они продают. Большинство продуктов питания, доступные на базарах, магазинах и пекарнях произведены в Таджикистане или закупаются на местном уровне. Большая часть муки в обращении произведена в Таджикистане, даже если они произведены из казахской пшеницы. Вообще, казахская мука высоко ценится. Несколько респондентов были заинтересованы в продаже мучных изделий, но ни один из них не знал об обогащенной муке.

Местные семейные мельницы обрабатывают пшеницу, которую приносят фермеры, и оставляют себе различные количества пшеницы в качестве оплаты. Колхозабадская мельница находящаяся в районе Руми (бывшем районе Колхозабад) ранее считалась крупнейшим мукомольным заводом в стране, но теперь работает не на полную мощность и во многом уступает частным фирмам. Вообще, рынок муки является конкурентоспособным и растет с каждым днем; он твердо сосредоточен в Худжанде и вращается вокруг импорта пшеницы из Казахстана.

Хотя это и не является главным предметом данного исследования, исследование выявило, что существует ряд существенных препятствий на пути обогащения муки в Таджикистане, начиная от недостаточной осведомленности потребителей до главной озабоченности бизнеса и непримиримости и непредсказуемости правительства.

По словам бывших представителей правительства, предыдущее законодательство об обогащении, изданный в рамках проекта Азиатского банка развития в период с 2002 по 2007 год, не было принято, потому что Таджикистан не был готов или способен обеспечить обогащение всей муки как того требовало предлагаемое законодательство. Хотя те же бывшие представители отметили, что дополнительное вмешательство в пищевые продукты было бы целесообразным, и законодательство весьма возможным, значительная приверженность в плане ресурсов и персонала будут необходимы наряду с содержательной и постоянной поддержкой Министерств здравоохранения и сельского хозяйства, и Государственного агентства по стандартизации (ТаджикСтандарт), что будет крайне трудно обеспечить, не говоря уже о поддержке.

Ни один из представителей малых или больших предприятий не были осведомлены об обогащенной муке. Бизнес-представители указали, что они будут придерживаться закона, если законодательство об обязательном обогащении муки будет принято. Однако, не

известно будет или сможет ли бизнес нести расходы по старт-апу в уже конкурентном рынке, учитывая инвестиции в основной капитал по обязательному обогащению муки.

Вообще, опрошенные считают, что широкое экономическое развитие, ведущее к соразмерному росту покупательной способности населения и увеличению доступности разнообразных, питательно сбалансированных, отечественно произведенных продуктов в качестве единственного долгосрочного решения более широких вопросов в области здравоохранения.

В. Рекомендации

Обязательное обогащение муки не было в повестке дня в Таджикистане с 2008 года, и новые усилия подтолкнуть того же или аналогичного законодательства потребует значительных затрат времени, денег, опыта и усилий, и будет зависеть от государственных чиновников высокого уровня и поддержки бизнеса. Добровольная программа обогащения, с участием ключевых отечественных производителей, представляется более реальным в ближайшей перспективе, но потребует полного участия производителей муки и мучных изделий.

В отчете отмечается, что среди потребителей практически отсутствует знание об обогащенной муке, но не отмечаются какие либо серьезные противостояния к концепции. Связывание продвижения обогащенной муки к новым или существующим, и столь необходимым кампаниям по вопросам здоровья и гигиены могут доставить более насущные и устойчивые успехи. Кроме того, более тесное сотрудничество с потребителями, а также с ключевыми производителями заложат более сильную, более прочную основу для введения законодательства об обязательном обогащении муки в будущем.

Работа в тесном сотрудничестве с ВПП для улучшения существующей Программы школьного питания, которая уже кладет обогащенную муку на обеденный стол по всему Таджикистану, может оказаться эффективной стратегией. Помощь ВПП в обеспечении более разнообразных продуктов в школах или расширении программы, чтобы покрыть больше классов в школах, а также детские сады, школы-интернаты, детские дома и медицинские учреждения, может оказаться очень эффективным дополнительным вмешательством в существующей поддержке высокого уровня и сети распространения ВПП.

С. Введение

I. КОНТЕКСТ ПРОЕКТА

Согласно исследованию, проведенному исследовательской организацией “Z-Analytics” в Апреле-Мае 2014, были выявлены данные по знанию и практике питания и обогащения еды в районах, поддерживаемых проектом FTF, что дает рекомендации для улучшения и развития политических аспектов.

II. ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное базовое исследование рассматривает вопросы здоровья, питания, приобретения и потребления пищи, и среды обогащения в Хатлонской области, в Таджикистане. Это является попыткой помочь USAID Таджикистан, а также правительству Таджикистана и другим заинтересованным сторонам понять интересы, атрибуты, реалии жизни и потребности различных слоев населения в этом регионе страны. Формативное/базовое исследование является разведочным тем, что оно приводит к разработке или реализации программы. Это является важным шагом в определении и разграничения целевых групп населения, а также позволяет создать программу и мероприятия характерные для потребностей этих индивидов. В настоящем отчете освещаются результаты из следующих взаимосвязанных направлений исследования:

- Оценка уровня знаний в домохозяйстве относительно рациона и питания, пользы питательных веществ, продуктов питания и обогащения муки;
- Оценка уровня знаний работников школьной столовой;
- Оценка уровня знаний медицинских работников и родителей относительно рациона и условий, связанных с питанием;
- Описание основных продуктов питания, которые семьи, а также их дети школьного возраста, регулярно покупают, в том числе и производственно сбытовая цепь для этих продуктов;
- Изучение источников пшеницы, пшеничной муки, и продуктов из пшеничной муки, доступные для домохозяйств в Хатлонской области;
- Оценка текущей среды политики вокруг обогащения продуктов питания.

III. МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование для этого проекта было проведено исследовательской компанией «Z-Analytics», дочерней компании Центра социологических исследований «Зеркало». Основанная в Душанбе, в Таджикистане, компания «Z-Analytics» была выбрана из-за ее значительного опыта, а также от качества и прочности написанного предложения для проведения полевых работ по данному проекту. Сотрудники «Z-Analytics», Дарра Финглтон и Мадина Муратова работали вместе с консультантом GAIN Эверетт Пичи, который является докторантом в области государственной политики и социологии в Университете штата Мичиган, и разработали соответствующие протоколы и инструменты исследования, которые лучше всего подходят к целям данного проекта.

Данное исследование имеет отношение к 12 районам FTF: Носири Хусрав, Шаартуз, Кабадиён, Джиликуль, Кумсангир, Руми, Хуросон, Яван, Джоми, Бохтар, Сарбанд и Вахш. Решение сосредоточить исследование на подмножестве 12 районов FTF, было принято в основном из-за логистики и необходимости получить представление о знаниях и практике людей в плане здоровья и питания, в районах, которые отличались в плане характеристик, которые могут влиять на эти вопросы. Два района, Носири Хусрав и Руми, были выбраны потому, что эти районы отличаются по качеству почвы и наличию воды и, таким образом сельскохозяйственным производством, а также с точки зрения других социально-экономических показателей. В частности, Руми является районом, который имеет более высокое качество земли с высокой производительностью сельского хозяйства по сравнению с Носири Хусрав. В Носири Хусрав и Руми были проведены ФГД (см. 8 ниже). КИП и ГИ состоялась в одном или же сразу в двух близлежащих районах, т.е. Носири Хусрав и Шаартуз, Руми и Вахш (см. 3-7 ниже). Интервью были проведены также в городе Душанбе и при необходимости по телефону (см. 1-2 ниже).

Все инструменты исследования были тщательно разработаны и предварительно прошли тестирование. Все исследования проводились на таджикском, русском или английском языке и все соответствующие, а также копии интервью и гайды ФГД можно найти в приложениях к настоящему отчету.

Это исследование опирается на качественных данных, собранных с помощью следующих восьми инструментов:

1. **ГИ с лицами, которые формируют политику**, были проведены с Региональным директором ВПП в Таджикистане и с бывшими чиновниками высокого уровня из Министерства сельского хозяйства и Министерства здравоохранения для лучшего понимания политики ландшафта. Интервью были проведены в городе Душанбе. Список лиц, которые были опрошены, приведен в приложении 1 к настоящему отчету. (n=3)
2. **ГИ с поставщиками муки и мучных продуктов** были проведены с представителями компании Маколли и Буона, с двумя основными поставщиками мучных продуктов в Таджикистане, а также с бывшим сотрудником Колхозободской мельницы. Эти интервью были проведены для лучшего понимания рынка муки и мучных продуктов. Интервью были проведены в городе Душанбе или по телефону. Список лиц, которые были опрошены, приведен в Приложении 1 настоящего отчета. (n=3)
3. **ГИ с медицинскими работниками (МР)** были проведены в Носири Хисрав, Шаартуз и Руми для того, чтобы получить мнение профессионалов относительно вопросов здоровья, рациона и питания пациентов, которых они лечат в своем районе в целом. Эти беседы были проведены конфиденциально. (n=4)
4. **ГИ со школьными поварами** были проведены для обеспечения дополнительного внимания к детскому питанию в Хатлоне. Однако, столовые в центре Руми больше не работают, поэтому интервью были проведены только в Носири Хусрав. Эти беседы были проведены конфиденциально. (n=2)
5. **КИП (с продавцами муки на базаре)** был разработан для сбора информации о рынке с точки зрения базаров (5), местных магазинов (6) и пекарни (7). Полученные данные были использованы, чтобы помочь понять цепочку поставок пшеничной муки и мучных продуктов в Хатлон, а также понять механизмы, лежащие в основе практики покупки и потребления людей. Один из КИП проводилось в одном базаре, магазине и пекарне в Носири Хусрав, Шаартуз, Руми и Вахше соответственно.
6. **КИП (местные магазины)** (см. 5 выше)
7. **КИП (местные пекарни)** (см. 5 выше)

8. **ФГД** были разработаны для сбора подробной информации о знаниях и практике здоровья и питания в домохозяйствах районов FTF. Информация, собранная в ходе ФГД предлагает реалистичный взгляд на здоровье с точки зрения практики и восприятия жителей Носири Хисрав и Руми.

В каждом из этих двух районах были проведены четыре ФГД с семи-восьми участниками. Участники ФГД должны были соответствовать особым критериям (связанные с полом, полом соответствующей главы семьи, формой собственности на землю, и наличием детей в возрасте до 16 лет) для каждого из ФГД (см. **ТАБЛИЦУ 1** ниже). Разделив фокус-группы таким образом, это исследование могло исследовать взаимодействие наиболее важных факторов, как они относятся к здоровью и питанию. В общей сложности шестьдесят два (n = 62) человека участвовали в ФГД в двух целевых районах.

ТАБЛИЦА 1: Критерии ФГД

ФГД	Местность		Пол		Глава домохозяйства		Землевладение		Дети до 16 лет
	Носири Хисрав	Руми	Муж	Жен	Муж	Жен	Земля	Нет земли	
1	✓			✓		✓		✓	✓
2	✓		✓		✓		✓		✓
3	✓			✓		✓	✓		✓
4	✓			✓	✓			✓	✓
5		✓		✓		✓		✓	✓
6		✓	✓		✓			✓	✓
7		✓		✓	✓			✓	✓
8		✓		✓	✓		✓		✓

IV. НЕДОСТАТКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Не смотря на то, что это исследование излучает много света на здоровье домохозяйств и их питание, особенно среди неблагоустроенных и сельских жителей в районах FTF, существует целый ряд недостатков данного исследования. Во-первых, из-за того, что данный исследовательский проект был, по определению, направлен на конкретные подгруппы населения, выборка не является репрезентативной. Таким образом, результаты не следует использовать для представления всех слоёв населения из 12 районах FTF Хатлонской области. Например, этот проект в значительной степени сфокусирован на сельских, неблагоустроенных группах населения, имеющих детей. Следовательно, выводы не могут быть экстраполированы для охвата городских или пригородных населений Хатлонской области. Далее, не смотря на то, что данное исследование направлено в основном на 12 районах FTF Хатлонской области, мы должны быть осторожны при экстраполяции результатов этого проекта к другим непредставленным в выборке районам. Не смотря на то, что существует целый ряд демографических сходств во всех районах Хатлонской области, каждый район имеет свои уникальные географические и демографические атрибуты. Именно по этим причинам результаты этого проекта не должны представлять население за пределами Хатлонской области.

Наконец, так как в рамках аспектов этого базового исследования необходимо было вспомнить практики респондентов из прошлого, выводы данного отчета не следует воспринимать как доказательство, или экспертиза продольных тенденций в области здравоохранения, питания, цены на продукты питания, или потребления в районах FTF или Хатлонской области в целом.

Для количественной динамики в Таджикистане в отношении обогащения пшеничной муки, пожалуйста, посмотрите «Оценку обогащения пшеничной муки в Таджикистане, май 2014», которая была проведена GAIN при поддержке USAID.

D. Знание

В данной части исследования рассматривается знание и понимание домохозяйств, школьных поваров и местных медицинских работников относительно питания.

I. ЗНАНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ ОБ ОБОГАЩЕНИИ И ПИТАНИИ

В данном разделе отчета рассматривается знание домохозяйств об обогащении муки и питании в целом. Эта информация основана на данных, полученных от восьми ФГД, проведенных в Носири Хусрав и Руми с участием 62 человек.

Обогащенная мука

Из всех 62 участников ФГД, только четыре человека слышали об обогащенной муке, и только один реально обладал знанием об этом. Два участника слышали об обогащенной муке случайно, один из телевидения, а другой слышал, что несколько лет назад больница раздавала муку, которая, возможно, была обогащенной. Одна женщина читала об этом, но относилась к этому скептически и заявила, что *«я прочитала информационный листок (для ПШП), и по их словам это обогащенная мука, но муку они используют такую же, какую мы покупаем на базаре»*. Только один участник ФГД, инженер, работавший в связанной сфере, имел предметное знание об обогащенной муке. Он был единственным из респондентов, который смог описать, как обогащенная мука отличается от других видов муки. Тем не менее, он добавил, что плохо обработанная мука может быть вредным для здоровья и что местные мельницы не могут выработать обогащенную муку, в то время как государственные или другие крупные мельницы обладают соответствующей мощностью. Тот же самый участник заявил, что *«обогащенная мука продаётся (на базаре)»*. Тем не менее, он выразил сомнения в ее подлинности и в качестве импортной муки в целом, *«сегодня, если на мешке написано с Колхозабада или Худжанда, я мог бы в это поверить, но из Казахстана или Киргизии, я не знаю»*. Когда его спросили, будет ли он покупать обогащенную муку, он сказал, что *«если честно, мы импортируем муку из Казахстана ... Я не знаю (обогащена ли это мука) или нет, но она вкусная»*. После дальнейшего обсуждения, все участники той же ФГД, узнав об обогащенной муке, согласились, что они не видят причин не покупать её, однако ясно, что уровень осведомленности крайне ограничен.

Мука

В Таджикистане используется старая советская система для определения видов или сортов муки. Согласно этой системе существует высший, первый и вторые сорта муки. Существует также мука третьего сорта, но, как правило, она используется в качестве корма для животных. Как правило, люди относятся к муке с базара, как белая мука (высшего или 1-го сорта), а к муке молотой в местных мельницах (часто из их собственной пшеницы), как пшеничная мука (2-го сорта). Тем не менее, некоторые люди также покупают муку более высокого качества из местной мельницы, так как она стоит дешевле, чем на базаре. Другие участники заявили, что они покупают муку и смешивают её со своей собственной мукой, так как это дешевле и хватает на долгое время. По мнению участников ФГД 2-ой сорт муки предназначен для домашнего использования, то есть для каждодневного *нона*. Люди, как правило, считают, что мука 2-го сорта (или черный сорт) полезнее, хорошо для больных людей (в частности, для диабетиков) и дает гораздо больше энергии, чем белая мука, которая, по мнению участников, была слишком много обработана. Люди покупают белую муку для выпечки (*манту, самбуса и т.д.*). Многие отметили, что *«мы не можем использовать нашу собственную пшеничную муку для выпечки»*. Люди также покупают белую муку при приготовлении пиццы для гостей или во время праздников, так как пицца, приготовленная из этой муки, выглядит *«на много красивее»*.

С точки зрения качества, в одном из ФГД участники отметили, что казахская мука лучше, даже если она стоит дороже. Эти данные соответствуют с данными полевых наблюдений, которые предполагают, что казахская мука гораздо больше востребована, как, например, пекарни или рестораны повсеместно утверждают (или требуют), что они используют казахскую муку. Не смотря на то, что одна группа участников ФГД были недовольны качеством муки из местного комбината и выразили, что *«качество пшеницы оставляет желать лучшего»*, большинство участников ФГД были, казалось бы, очень довольны качеством собственной пшеницы, которую все они относят в местную мельницу для обработки.

Как ранее было указано, участники считают, что белый *нон* нужен им для гостей, для походов в гости и для проведения торжеств. Только два или три участника из всех восьми ФГД отметили, что покупают *нон* для повседневного потребления. *Нон* для продажи в пекарнях или на базаре изготавливаются из самого высокого 1-го сорта муки. Черный *нон*

(со 2-го сорта муки) можно найти, но труднее. Один из участников отметил, что они предпочитают черный *нон* «*нон из черной муки лучше*». В одном из ФГД, несколько участников заявили, что пекут *нон* из собственной муки и продают его на базаре. Они добавили, что их клиенты покупают только *нон* испеченный из пшеничной муки. Участники сами готовят мучные продукты как из-за стоимости и вкуса. Респонденты отметили, что «*дешевле испечь самим*», но самая важная причина эта вкус. Почти в каждом ФГД вкус был отмечен с такими комментариями: «*лучше печь самим в домашних условиях, вкус лучше*».

Другие необходимые ингредиенты: масло, соль и сахар

Другими ингредиентами, используемые в кулинарии и выпечке, которые включены в данном исследовании, являются масло, соль и сахар. Хлопковое масло является наиболее распространенным видом масла для повседневного использования в большинстве блюд и особенно для *оша*. Многие участники мужского пола отметили, что причиной покупки хлопкового масла заключается в том, что «*(моя) жена говорит мне покупать хлопковое масло*». Стоимость хлопкового масла более приемлемая для повседневного потребления, а подсолнечное масло, несмотря на то, что его качество и запах всем нравится, в действительности используется только для выпечки из-за его высокой стоимости. Льняное масло потребляется больше зимой, так как люди считают, что оно дает много энергии и помогает людям согреться. Считается очень полезным для беременных женщин и больных людей, так как оно повышает иммунитет, но оно используется редко, и еще реже вне зимний сезон. Животный жир также рассматривается как полезное масло для здоровья и хорошо для защиты от простуды, однако, «*это масло не желательно для людей старшего возраста, которые имеют высокое кровяное давление*». Абсолютное большинство считают, что йодированная соль является более полезной и помогает предотвратить заболевание щитовидной железы, при этом некоторые респонденты говорят, что она также помогает предотвратить изжогу. Одна группа отметила, что «*все врачи говорят, что мы должны использовать йодированную соль*». Участники покупают *канди сафед* «*для ежедневного использования*», поскольку он более полезный и дешевле, чем сахар и *набот*, хотя *набот* считается «*слишком сладким*». Родители отметили, что *канди сафед* облегчает уборку после детей, так как он производится в виде цельных кусков в отличие от сахарного песка. Сахарный песок стоит дороже, но считается хорошим для выпечки и приготовления компота и варенья. Даже если *набот* является самым дорогим видом сахара, считается полезным для здоровья,

так как в своем составе он имеет глюкозу и «очищает кровь». Он также считается полезным для беременных женщин и больных людей, хотя некоторые подразумевают, что это исключительно для больных.

Продукты для детей

Родители отметили, что они покупают специальные продукты для своих детей: *«вы будете покупать для своих детей все, что они потребуют»*. Родители уверены, что дети не могут переваривать тяжелую пищу, и что они нуждаются в витаминах. Домашнее молоко / молочные продукты и яйца, кажется, обладают большой питательной ценностью и являются хорошим источником энергии. Родители отметили, что фрукты обеспечивают организм энергией, являются полезными и хорошим источником витаминов. Родители также заявили, что дают своим детям фрукты и овощи для укрепления их иммунитета.

Когда был задан вопрос, какие продукты они хотели бы купить и почему, участники перечислили много фруктов и сказали, что купили бы эти продукты потому, что в них больше витаминов и меньше химических веществ. Однако родители не покупают эти продукты из-за стоимости. Один из участников заявил, что: *«Я много чего хочу купить для своего ребенка ... но я не могу ... деньги не в моих руках»*. В одном из ФГД родители отметили вопрос доступности, так как ближайший базар находится далеко от них, и нет ежедневного транспорта, что бы съездить туда. Другие семьи отметили, что в настоящее время экономят деньги, в случае если им понадобятся дополнительные поставки или рабочая сила во время сбора урожая. В целом, после продажи урожая летом они постараются купить больше продуктов для своих детей.

Многие родители признались, что покупают продукты в соответствии с пожеланиями своих детей. Многие родители сказали, что они покупают то, что их дети просят, потому что иначе они начнут плакать и жаловаться. Касательно сэнка, один из родителей отметил, что если вы платите больше, то качество лучше, но родители отнеслись к этому больше пессимистично, утверждая, что сэнк продукты являются *«вредными»* или содержат *«одни химикаты»*. Один из родителей также добавил, что в Таджикистане часто продаются просроченные продукты.

Родители не были хорошо информированы о питательной ценности предлагаемой еды в школах, но никак не отреагировали на нее, тем не менее, заявив, что *«если бы еда была*

вкусной, они бы (их дети) кушали». Один из родителей добавил, что беда в разнообразии, и даже при том, что в наличии имеются только четыре ингредиента (мука, масло, соль и фасоль, предоставляемые ПШП), повара могли бы приготовить несколько видов еды, но школа разрешает им готовить одно блюдо. Одна из участниц зашла настолько далеко, сказав, что она не позволяет своей дочери есть в школьной столовой, так как она не уверена в качестве предлагаемой там еды, хотя она не уточнили почему. Другие родители, казалось, относились почти безразлично. Один из участников заявил, что если ребенок захочет, он / она может покушать в школьной столовой, если нет, то они могут купить все, что хотят в магазинах. Другие родители признались, что не знают, что предлагается в школьных столовых и никогда не проверяли.

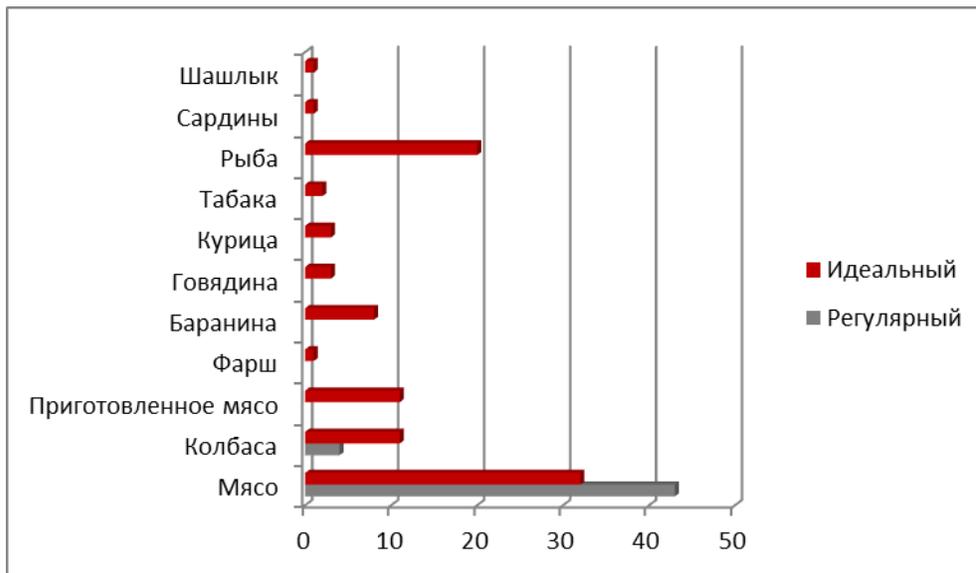
Чтобы поощрять детей поесть в школах, важно разнообразить и улучшить вкус, *«даже если еда не бесплатно, то она должно быть вкусной»*. Таким образом, родители считают, что использование мяса и других ингредиентов изменит вкус. Предложение введения каши тоже все поддерживают.

Обычный и идеальный список покупок

Один из компонентов ФГД предоставил участникам возможность составить два гипотетических списка продуктов, в первом списке описаны продукты, которые они обычно покупают, и во втором списке описаны продукты, которые они бы купили если бы не было никаких финансовых ограничений или проблем с доступом. Во всех ФГД первый список содержит *«продукты в которых семья нуждается каждый день»*. Один участник отметил что *«если у нас нет денег, мы берем кредит, чтобы купить (эти продукты)»*.

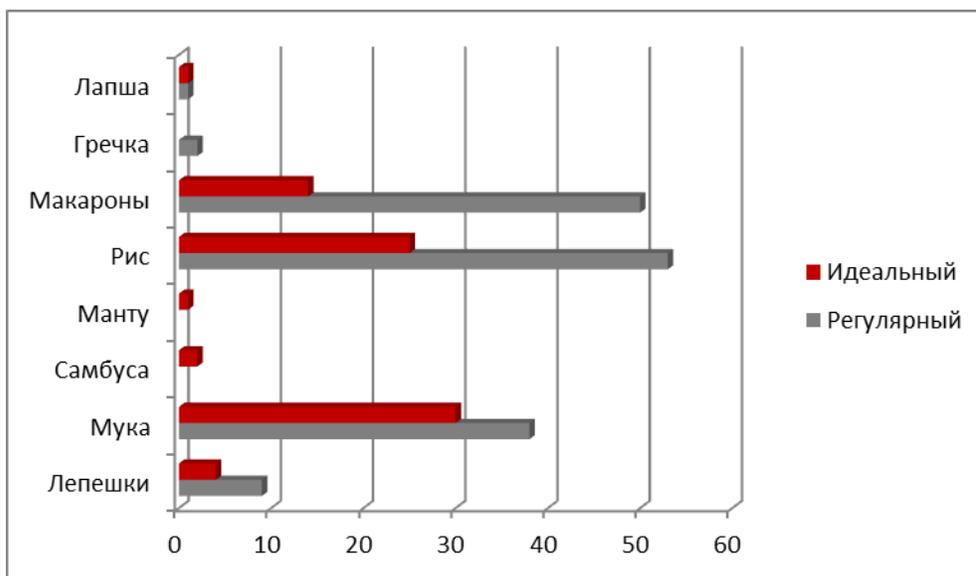
Во втором списке многие участники назвали те же продукты питания, которые были перечислены в первом списке, но только в больших количествах, хотя в этом гипотетическом списке не были отмечены денежные вопросы или вопросы доступа. После этого участники перечислили продукты для приобретения которых семьи *«не имеют денежных средств»*. Родители также отметили, что они будут тратить больше денег для улучшения питания своих детей, *«если еда полезная, то это хорошо для здоровья детей»*. Большинство респондентов также выразили желание покупать побольше мяса и более разнообразные виды мяса, а не только куриные ножки и говядину (см. **ДИАГРАММУ 2** ниже). Кроме того, участники будут покупать побольше фруктов, молочных продуктов и конфеты (см. **ДИАГРАММУ 4** ниже).

ДИАГРАММА 2: Регулярное и идеальное потребление мяса



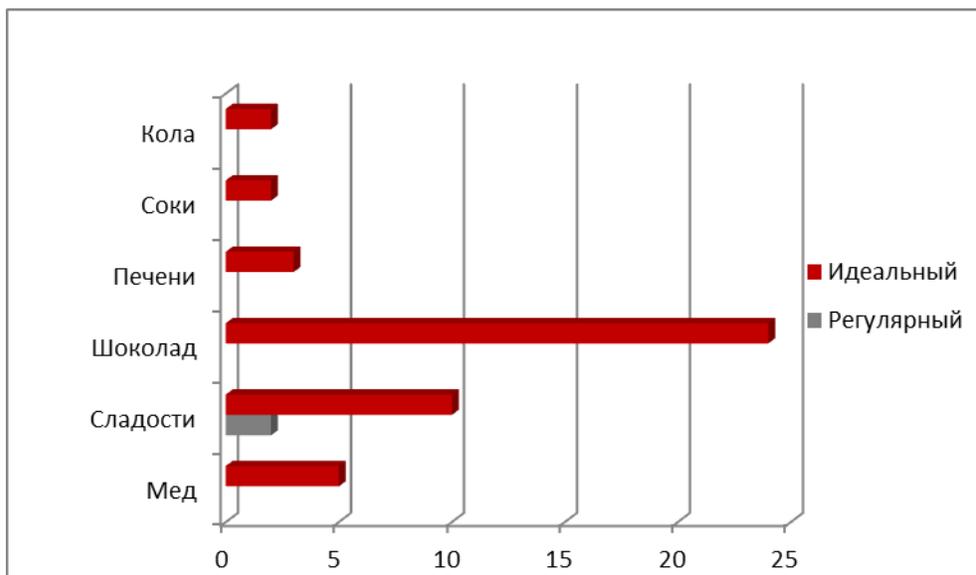
Потребление муки более или менее стабильно в обоих списках, но в целом потребление мучных изделий, в частности, макаронных изделий и риса значительно падает в идеальном списке (см. **ДИАГРАММУ 3** ниже).

ДИАГРАММА 3: Регулярное и идеальное потребление муки и мучных изделий



Если бы у участников не было бюджетных ограничений они бы купили гораздо больший ассортимент сладостей и шоколадных конфет (см. **ДИАГРАММУ 4** ниже).

ДИАГРАММА 4: Регулярное и идеальное потребление шоколадных конфет



На вопрос, почему они будут покупать продукты перечисленные во втором списке, наиболее распространенным ответом было иметь в наличии большее количество, «я хочу иметь в наличии запасы муки». В двух ФГД участники отметили, что продукты из второго списка в основном для гостей «рис и мясо для гостей ... в основном мы покупаем для гостей, и после (гостей), едят дети».

Из всех перечисленных продуктов участники считают более полезными следующих продуктов в нисходящем порядке: мясо, фрукты, масло, лук, картофель, мука, яйца, рис, *канди сафед*, *нон*, зелень, шоколад, мед, соль, и макаронные изделия. Только три участника не перечислили масло в своем первом списке и вышло как то удивительно, что участники подчеркнули его значение в повседневной кухне, «у вас может быть все, ... но если у вас нет масла, вы не можете ничего приготовить». Когда был задан вопрос касательно полезности этих продуктов, участники подчеркнули важность витаминов в этих продуктах и энергию, которую дают эти продукты. Иначе говоря участники указали, что они будут покупать продукты из второго списка, потому что в них больше витаминов, они вкуснее, для гостей, или редко для самих, потому что дети любят их или потому, что они полезны. Все участники согласились, что список полезных / здоровых продуктов питания в значительной степени зависит от сезона.

II. ЗНАНИЕ ШКОЛЬНЫХ ПОВАРОВ О РАЦИОНЕ И ПИТАНИИ

В данном подразделе отчета будет рассмотрено знание школьных поваров и базируется оно на основе двух интервью, проведенных в Носири Хусрав. В обеих школах функционирует ПШП. ПШП обеспечивает около 400,000 детей, из 1-4 классов в 2,000 школах 53 округах каждый день обогащенной мукой (приобретенной у российских производителей в соответствии с условиями донорского соглашения с Российской Федерацией), маслом, солью и бобами.

Семьдесят и 260 школьников из 1-4 классов едят в соответствующих школьных столовых один раз в день с 10:00 до 10:30, если они учатся в первой смене, или с 14:30 до 15:00, если они учатся во второй смене. Повара сообщают, что у школьников есть 15 минут, чтобы поесть. В маленьких школах, столовые чередуют два вида блюда, предлагая один день лагман в мастоба на следующий. В больших школах дают только шурпо. Семьи обеспечивают продукты питания для школьных столовых в дополнение к предоставленным ПШП продуктам питания. В обеих школах еду дают бесплатно.

Существует разные внутренние соглашения в двух столовых, хотя ни у одно из поваров нет официального письменного контракта. В одной из школ повар не получает зарплату, но ее дети учатся в школе бесплатно. Другой повар получает зарплату. Оба повара сообщили, что прошли санитарную проверку, что, кажется, осуществляться Центром по санитарии и эпидемиологии при Министерстве здравоохранения, а также в школах тоже проводят проверки.

Повара готовят свои собственные мучные изделия, а именно *лагман* и *туппа*. Повара отметили, что используют 1-й сорт муки, предоставляемой ПШП. Ни один из поваров не знал производство какой страны мука; один повар сказал, что мука произведена в Таджикистане, другой в Казахстане. На самом деле, мука из России и она обогащенная, но ни один повар не знал об обогащении. Когда был задан вопрос об обогащенной муке, один повар сказал, что «*я некогда не видел (ее)*», хотя они (по крайней мере, на словах), используют обогащенную муку каждый день. Оба повара указали, что они используют йодированную соль произведенную в Таджикистане. Повара также утвердили, что они используют хлопковое масло хотя один из них не был уверен. В общем, масло предоставляемое ПШП является обогащенным растительным маслом. В отличие от

общей практики в Таджикистане, школьные повара сообщили, что они повторно не используют масло, потому что они получают каждый день новую бутылку.

Оба респондента указали, что их соответствующие столовые могут быть улучшены. Они предположили, что расширение или изменение их меню поможет улучшить в то же самое время один повар отметил, что увеличение и фиксированная зарплата также помогли бы улучшить условия. Повара указали, что они не внедряли эти изменения, так как у них не было возможности сделать это, а также у них бюджетные ограничения. Повара конкретно не говорили о полезности блюд, которые предлагаются в столовых. Вместо этого, один повар сказал, что дети не завтракают дома, поэтому им полезно покушать, а другой повар заявил, что *«они учатся, а позже хотят есть ... это хорошо»*. Школьные повара считают, что общее состояние здоровья и питания школьников хорошее.

III. ЗНАНИЕ МР О ПИТАНИИ И РАЦИОНЕ

В данном подразделе отчета будет рассмотрено знание МР, и данные будут базироваться на основе четырех опросов, проведенных, с одним врачом и тремя медсестрами в Носири Хусрав, Шаартуз и Руми. МР указали, что здоровье и питание в их районах в целом хорошее, и наблюдается улучшение в последние годы, *«по сравнению с прошлыми годами здоровье в целом становится лучше»*. Другой МР привлек внимание к связи между здоровьем и экономическими условиями, *«(например) один человек беден, а другой может позволить себе (больше / еду получше)»*. Врач из Шаартуза указал, что *«здоровье в нашей области лучше, потому что качество еды здесь лучше. У нас нет настолько много сложных заболеваний»*. Респонденты из Руми сделали аналогичные заявления о своем районе, отметив, что у людей меньше проблем со здоровьем, чем в других частях Хатлонской области, потому что воздух чист. Тем не менее, они советуют людям потреблять побольше витаминов и пить побольше кипяченой воды.

МР указали, что наиболее распространенными медицинскими проблемами являются проблемы с желудком, кровяное давление и грипп. Почки, желчный пузырь и проблемы с печенью, астма и инфекции также были упомянуты, и только диарея одна из главных проблем распространенная среди детей. Различные причины этих заболеваний были перечислены. Например, МР связали проблемы с желудком и почками с отсутствием чистой питьевой воды и надлежащей гигиены заявив, что не существует *«никаких надлежащих фильтров для воды, что приводит к накоплению солей в почках»*, в то

время как проблемы с желудком и диарея случаются *«потому что люди не могут фрукты и овощи перед тем как есть»*. Другая медсестра вновь подчеркнула важность гигиены, *«если люди пьют не кипяченную воду или не могут фрукты как следует перед тем как есть - это вызовет проблемы со здоровьем»*. МР также указали, что ежедневное использование хлопкового масла, *«которое не соответствует стандартам»* приводит к проблемам с желудком и желчным пузырем. Высокое кровяное давление было связано со стрессом и тревогой частично вытекающие из-за плохих экономических условий, *«стресс из-за плохих условий жизни и бедности»*. МР согласились, что грипп больше всего вспыхивает в холодные месяцы, в то время как хронические заболевания и повышенное кровяное давление усугубляются из-за переменной погоды весной и осенью. Плохое питание было обозначено в качестве конкретной причины двух проблем, диареи и анемии, обе из которых вспыхивают больше весной и летом, *«когда слишком жарко и кушать толком не хочется»*.

МР отметили, что они информируют пациентов о соответствующих причинах проблем со здоровьем. Одна медсестра отметила, что *«каждой весной и летом мы ходим по домам и беседуем с людьми о разных заболеваниях»*. В целом, МР считают, что люди имеют какие то предварительные знания о наиболее распространенных медицинских заболеваниях и одна медсестра добавила, что *«в настоящее время образование в школах улучшается, и, вероятно, дети будут знать лучше (в будущем)»*.

МР заявили, что люди в основном обращаются к врачам, когда у них проблемы со здоровьем, но они выразили озабоченность по поводу длительности времени, которое проходит до момента обращения людей за консультацией к профессионалу, *«если человек образованный - он сразу же обратится к врачу, но другие не идут к врачу, пока не становится слишком поздно»*.

В целом, МР указали, что рацион их пациентов не сбалансирован. Врач также обсудил назначение специальных диет в качестве средства для лечения определенных заболеваний, *«мы советуем людям ограничить мучные продукты в своем рационе, меньше есть тяжелую пищу, меньше есть белый хлеб, нон, рис и т.д.»* Врач добавил, что рацион питания связан с экономическими условиями семей, заявив, что: *«если у человека есть деньги, то почему бы нет (иметь хороший рацион)? Вы можете найти на базаре все сейчас»*. Вместе с тем, одна медсестра отметила, что сбалансированность

рациона не зависит от денег, *«некоторые семьи имеют ресурсы и, следовательно, едят только жареное мясо, я говорю им, чтобы они готовили не только жареное мясо ... но они не слушают»* сказала она. При назначении диеты, МР заметили, что у всех пациентов одинаковые реакции; они придерживаются диеты в первые дни, но не могут продолжить ее дальше. *«Пациенты стараются держать диету, пока не увидят первую самбусу на базаре»*. В целом МР указывают, что реакция пациентов во многом зависит от образования, *«есть люди, которые следуют нашим советам и другие, которые этого не делают. Возможно из-за отсутствия образования, они не слушаются»*. При обсуждении влияния сезонности на диету, МР ссылались на зимний летний разрыв. Согласно МР, люди в основном едят «тяжелую пищу» в зимний период, которая готовится с большим количеством масла, такие как *ош, курутоб и шурпо*. Люди также имеют поменьше или вообще не имеют свежие фрукты или овощи в зимний период и вместо этого полагаются на своих запасах фруктов и овощей с лета, как правило, закрученных в банках. Напротив этому, диета летом состоит из свежих фруктов и овощей. МР предположили, что улучшение финансовых обстоятельств является отправной точкой для повышения питательных качеств ежедневного рациона.

МР, работающие с детьми отметили высокие показатели диареи и лихорадки летом и случаи гриппа в зимний период. МР указали потребление невымытых фруктов и переедание фруктов и мороженого как причину диареи, а другая медсестра отметила, что у детей обычно слабый иммунитет. Касательно детской диеты, МР привели пример совета, которого они дают молодым матерям, *«детям в возрасте от 4-5 месяцев нужно есть суп и пюре ... в возрасте от 7-8 месяцев матери могут кормить своих детей мясом»*. МР также подчеркнули, что они встречаются с людьми и обсуждают вопросы питания, в особенности по грудному вскармливанию. Одна медсестра отметила, что дети едят слишком много нездорового сэка, *«в сэке имеются много химических веществ, которые вредны для вашего здоровья»*. Когда был задан вопрос о том, как улучшить детское питание, МР еще раз подчеркнули, что *«бедность, отсутствие образования»* остаются серьезными препятствиями. МР предложили провести просветительские мероприятия, где люди будут проинформированы о том, какие витамины и пищевые продукты полезны детям. Один МР заявил, что необходимо *«проводить больше семинаров с людьми, некоторые из них просто не знают, что делать»*. Другой МР согласился, что люди должны быть лучше проинформированы, *«они должны потреблять овощи, молоко, витамин С, фрукты побольше»*.

Конкретные продукты: мука, масло, соль и сахар

Оценки МР по домашней муке и использованию муки тесно коррелируют с комментариями участников ФГД. МР считают, что люди используют хлопковое масло в домашних условиях. Один из МР заявил, что люди начинают меньше использовать хлопковое масло, потому что оно наносит вред организму. Все МР указали на риск хлопкового масла, но подчеркнули, что часто ключевой проблемой является качество самого масла, "*бог знает, соответствует ли масло стандартам*", а другой МР добавил, что "*некоторые добавляют алюминий в масло, чтобы он поменял цвет или, чтобы цвет масла стал лучше*". МР согласились, что люди покупают йодированную соль в пачках с магазина и рынков, но один МР отметил, что люди все еще не обращают внимания на это. МР отметили, что люди, в основном, покупают *канди сафед* для повседневного использования, сахарный песок для приготовления варенья на зиму и покупают *набот* весной, поскольку он даёт им много энергии. В плане улучшения питательной ценности своего рациона, МР предположили, что люди должны покупать более качественные продукты и больше молочных продуктов, в частности, молоко.

IV. РЕЗЮМЕ

В выводах этого раздела рассматривается знание и понимание домохозяйства, школьных поваров и местных МР о питании.

i – Знание домохозяйств

Участники ФГД не имеют почти никакого знания об обогащенной муке. Семьи ежедневно используют пшеничную муку вместо белой муки, поскольку она считается лучшим источником энергии. Белая мука используется для выпечки и служит в качестве социальной функции, поскольку продукты, приготовленные из белой муки, считаются более красивыми и имеют более высокий статус. Участники не различали основные виды масла. Преимущества йодированной соли хорошо известны и доступны и используются многие разновидности сахара.

Родители покупают молочные продукты, фрукты и овощи для своих детей, потому что они являются хорошим источником витаминов, имеют питательную ценность, обеспечивают организм энергией и укрепляют иммунитет. Однако, многие

родители не могут позволить себе купить эти товары. Дети едят много снека, хотя родители хорошо знают, что такие продукты вредны для здоровья. Родители мало знали о предлагаемых продуктах в школах, но считали, что столовым необходимо предложить более широкое разнообразие продуктов, поскольку их дети там не едят.

Один из компонентов ФГД позволяет сделать сравнение между продуктами, которые покупают родители и продуктами, которые родители могли бы купить, если бы не было никаких ограничений. Эти списки показывают, что многие родители просто хотели бы купить те же «необходимые» продукты в большем количестве. Участники также хотели бы купить широкий ассортимент мяса, а также по больше фруктов, молочных продуктов и шоколада. Однако, учитывая однородность в покупательских привычках, несмотря на неравенства доходов, не обязательно, чтобы люди тратили больше денег на продукты питания, если бы у них были деньги, чтобы потратить. Кажется, что участники тратятся на продукты питания консервативно.

ii – Знание школьных поваров

В обеих школах, где были проведены интервью, столовые работали при поддержке ПШП и местных семей. Ученики ели бесплатно один раз в день, но мало и без разнообразия еды. Школьные повара очень мало знают об ингредиентах, которые они используют на ежедневной основе и ничего не знали об обогащённой муке. Родители считают, что более разнообразное меню позволило бы улучшить школьные столовые.

iii – Знание МР

МР заявили, что здоровье и питание хорошее и оно улучшается, хотя они советуют людям есть больше витаминов и молочных продуктов и пить больше кипячёной воды. МР перечислили многочисленные общие медицинские болезни, вызванные недостатком питьевой воды, плохой гигиеной, потреблением плохого масла и стрессом. Диарея является очень распространенным явлением среди детей, потому что они едят слишком много невымытых продуктов, пьют не кипячёную воду и едят мороженое. МР также выразили озабоченность в связи с тем, что дети употребляют снэк. МР считают, что питание людей не сбалансировано и, хотя они

часто назначают определенные диеты, пациенты не хотят следовать им, особенно менее образованные. Сезонность влияет на рацион питания, так как есть бешеное отличие в доступности и цене между летом и зимой. Повышение деятельности по осведомленности рассматривается как лучший путь вперед, так как бедность и недостаток образования остаются большим препятствием.

Е. Практика

Этот раздел исследования рассматривает практику питания домохозяйств и их детей школьного возраста. (Примечание: информация по потреблению муки промышленного производства по сравнению с мукой местного измельчения является только качественной. Для количественных тенденций по поставкам промышленной муки в Таджикистан, пожалуйста, обратитесь к "Оценке обогащения белой муки в Таджикистане, Май 2014 год", проведенной GAIN при поддержке USAID.)

I. ПРАКТИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ

Этот подраздел отчёта рассматривает практику потребления домохозяйств.

Мука

Только два участника ФГД, у которых имелась земля, не выращивают пшеницу, *"если у вас есть от 50 соток (0.5 гектаров) до 1 гектара или от половины до 2 гектаров, вы будете выращивать пшеницу"*. Большинство производителей пшеницы сами размельчают пшеницу в муку на местном уровне или продают её, если у них её много. Участникам нравится иметь свою собственную муку, и они неоднократно заявляли, что местная измельченная мука лучше. Несмотря на это, местные мельницы, кажется, обрабатывают муку достаточно хорошо, чтобы использовать её в выпечке, *"мы делаем нон из пшеницы. Для выпечки мы используем белую муку с базара"*. Люди, у которых нет земли, покупают муку с местных мельниц или с базара. Люди редко покупают необработанную пшеницу, поскольку есть большой риск (от личинок и т.д.) порчи. Только трое участников ФГД покупают необработанную пшеницу, которую они получают от

местных мельниц. Необработанная пшеница доступна на базарах, но полевые работы показывают, что бизнес идет медленно, и эти производители уделяют больше внимания на продаже необработанной пшеницы для пшеницы для животных.

Мука

Хотя пшеница широко выращивается, ни один участник не заявил, что они не покупают белую муку. Участники покупают белую муку для выпечки, таких как *самбуса*, *фатир*, *калама*, пирожки, печенье и т.д. Мука второго сорта используется для повседневной выпечки и респонденты, у которых нет своей собственной земли, покупают её для домашнего использования. Помимо местных мельниц, большинство участников заявили, что муку привозят с Казахстана, Согдийской области и, что интересно, с района Руми, хотя мельница Колхозабада работает теперь на очень низком уровне и во время полевых работ мельница не производила муку или не была упомянута в списке, полученном во время КИП. Вообще казахская мука рассматривается как мука высокого качества, и она более дорогая.

Участники, у которых есть своя собственная земля, в среднем, покупают 1 мешок муки на месяц или меньше месяца. Участники, у которых нет своей собственной земли, покупают больше одного мешка в месяц, в общем, 2 или 3 мешка в месяц. Они сообщили, что их использование муки в течение всего года является стабильным. Напротив, есть намного больше сезонных колебаний в использовании муки со стороны владельцев земли. Участники указали на то, что они покупают намного больше белой муки для выпечки и вообще едят больше мучных изделий зимой, *"зимой никаких фруктов, ничего кроме нона"*. Весной землевладельцы также покупают муку, так как урожай пшеницы еще не созрел. Когда летом их урожай созревает, они покупают значительно меньше муки и, в общем, едят значительно меньше продуктов, приготовленных из муки, из-за обилия фруктов и овощей, и высокой температуры.

Несмотря на то, что все участники покупают муку на базаре, многие скептически относились к качеству, *"на базаре всё смешано, на коробке написано одно, но в реальности муки там мало"*. Полевые работы подтверждают это, так как, кажется, что у многих фирм нет своих собственных маркированных мешков, и вместо этого они используют мешки других фирм (обычно зарубежных брендов) с некоторыми маленькими (которых часто тяжело найти) печатями своих собственных компаний. Это также может

быть преднамеренной стратегией продажи, учитывая высокое внимание, в котором производится казахстанская мука, но её проверка выходит за рамки данного исследования.

Нон

Учитывая, что большинство участников пекут свой собственный *нон*, маленьким сюрпризом является то, что только два респондента покупают *нон* на ежедневной основе. Большинство респондентов также отметили, что у них есть практика получения *нона* от соседей, когда они испытывали его нехватку. Как правило, оно включает в себя приём двух или трех *нона* и возвращение того же количества на более поздний срок. Люди покупают *нон* вовремя праздников, когда у них есть гости или они идут в гости, объясняя это тем, что им нужен “*белый красивый нон*” для гостей и специальных случаев.

Мучные изделия

Большинство участников пекут свои собственные мучные изделия дома, и только меньшинство покупает их. Участники перечислили широкий ассортимент мучных изделий, которые они готовят дома. Мужчины заявляли, что “*их жёны часто пекут*”. Наиболее часто упоминаются такие мучные изделия, как *самбуса*, *манту* и пирожное, пироги, *угро*, *лагман*, *атола*, печенье, паста, пельмени, *туппа*, пирожки. *Манту* и *самбуса* пекут примерно раз в неделю, особенно весной, поскольку они более востребованы, особенно, когда их готовят с зеленью. Другие мучные изделия, такие как *угро*, *лагман*, пельмени, *туппа* и пирожки, также пекутся довольно часто, обычно около 2 или 3 раз в месяц, а также на дни рождения и праздники.

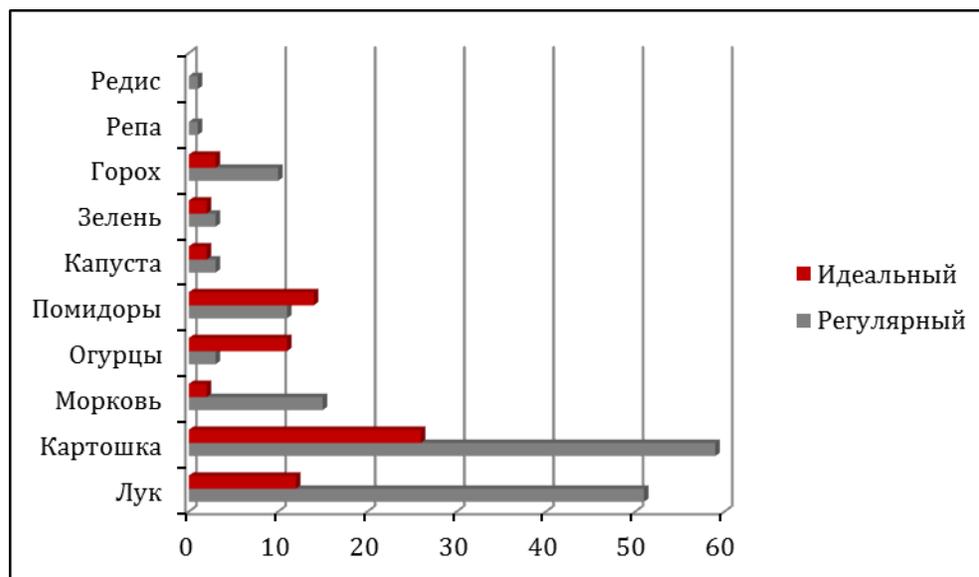
Участники, в целом, покупают только те мучные изделия, которые они не могут приготовить у себя дома, в основном, это паста или еда для гостей. Респонденты заявили, что паста изготавливается из муки самого высокого или первого сорта. Неоднократно были упомянуты такие бренды, как Макфа и Маколли. Макфа считается лучшей. Только небольшое количество респондентов покупают другие мучные изделия, такие как *самбуса* и пирожное. При обсуждении других ингредиентов для выпечки, которые они покупают, участники, в основном, перечислили основные, такие как мясо, яйца, масло и соль. Другие ингредиенты, такие как овощи и зелень, покупаются только зимой, так как у участников есть свои выращенные продукты с весны до поздней осени.

Кажется, что у участников также есть свои собственные коровы и, как результат, они редко покупают любые молочные продукты. В случае, когда они действительно нуждаются в молоке, они просто берут его у соседей.

Сезонность других продуктов

Когда попросили назвать продукты, которые они покупают в течение года, участники перечислили масло, мясо, рис, лук и картошку. Стабильное потребление картошки и лука также было отмечено во время исследования, где они были отмечены больше, чем другие овощи. Однако многие отметили, что они покупают овощи с этого списка только зимой и весной, так как у них есть свои собственные овощи летом и осенью. В свою очередь, при перечислении продуктов, которые они покупают в разные сезоны, участники четко различали сбор урожая (то есть весной и летом) и остальное время года. В идеальном списке, возможно из-за приближающегося урожая, картошка и лук были упомянуты значительно реже (см. **ТАБЛИЦУ 5** ниже).

ТАБЛИЦА 5: Регулярное и идеальное потребление овощей



Соответственно летом и осенью участники не покупают фрукты и овощи, так как у них есть собственные поставки овощей (лук, чеснок, картошка, горох и т.д.) и фруктов (вишня, гранаты, абрикосы, яблоки и т.д.), которые они выращивают дома. Снижение расходов на фрукты и овощи позволяет людям тратить больше денег летом на мясо. В начале осени они сушат фрукты, готовят джемы из фруктов, салаты из овощей и хранят их в банках.

Это помогает им компенсировать отсутствие свежих домашних выращенных продуктов в зимний период. Однако, участники ФГД заметили, что из-за отсутствия свежих фруктов зимой они должны покупать больше мяса, чтобы получать больше энергию. Участники, у которых нет своей собственной земли или домашних продуктов, подчеркнули, что они предпочитают покупать свежие продукты у своих соседей, потому что они знают, что эти фрукты не имеют никаких химических веществ.

Другие предметы первой необходимости: масло, соль и сахар

Хлопковое масло, в основном, является широко используемым маслом, на втором месте по популярности идёт подсолнечное масло. Цена подсолнечного масла, которое, в основном, импортируют, является стабильным круглый год, в отличие от цены на хлопковое масло, которое производится тут и варьируется в зависимости от обстоятельств в Таджикистане. Несколько групп участников говорили о том, насколько полезны масла из животного жира и льняного масла, подчеркнув, что оба типа полезны для людей, которые больны и чей иммунитет слаб. Масло из животного жира и льняное масло также используются в большей степени зимой, хотя большинство участников (в Руми) заявили, что в их районе льняное масло не доступно. Несколько участников отметили, что они покупают только растительное масло, не зная его вид, поскольку часто *“название написано на английском или на арабском языках”*. В целом, участники покупают таджикское растительное масло, которое производится в Муминабаде, Руми, Курган-тюбе и Шаартузе. Из импортных растительных масел, растительное масло из Ирана и подсолнечное масло из России являются самыми популярными среди различных растительных масел с Саудовской Аравии и Персидского залива. С точки зрения использованных привычек, участники повторно используют масло, *“если мы выбросим масло после первого использования, что мы будем есть завтра?”*. По словам участников, они используют масло несколько раз и самый последний раз используют для выпечки *нона* или *манту*. Единственным исключением из этого является масло, которое используется для приготовления рыбы. Оно ставится в сторонку и каждый раз используется только для приготовления рыбы. Аналогичная практика существует и с яйцами.

Участники покупают йодированную соль в пакетиках на базаре. Респонденты отмечают, что соль производится в различных районах Хатлонской области, в основном, Шурабад, Муминабад и Куляб и в районах Согдийской области, хотя по всей вероятности соль

завозится с Ходжа Мумина, возле района Восе. В общем, доступны два вида соли, одна для готовки, а другая для добавления в салаты и другие готовые продукты. Оба вида йодированы. Однако, у респондентов одной из групп (в Руми) есть сомнения на счёт этого. Они указывали, что "*мы покупаем (соль) с базара и не знаем, есть ли в нём точно йод... у нас у всех есть зоб*". Респонденты поделились своими воспоминаниями нескольколетней давности, когда нейодированная соль продавалась прямо с грузовика. Когда их спросили о том, можно ли найти эти грузовики, респонденты одной из групп решительно сказали нет, но в другой ФГД, в нескольких минутах ходьбы, участники сказали, что грузовики часто приходят.

Привычки покупки сахара у респондентов похожи. Большинство покупают *канди сафед*, а сахарный песок и *набот* покупают значительно реже. *Канди сафед* используется для повседневной жизни, хотя участники отметили, что летом они используют его меньше, потому что есть свежие фрукты. Участники используют *набот* в холодные месяцы, потому что он даёт больше энергии и согревает тело. Летом сахар используется для приготовления джемов на зиму, и вследствие этого цена на сахар поднимается. У участников не было серьёзных комментариев или жалоб относительно качества *канди сафед*, сахара или *набота*. Вообще качество *набота* воспринимается выше, но оно дороже. Участники покупают сахар килограммами в магазинах. Из-за того, что на нем ничего не написано, респонденты не знают, откуда завозится этот сахар.

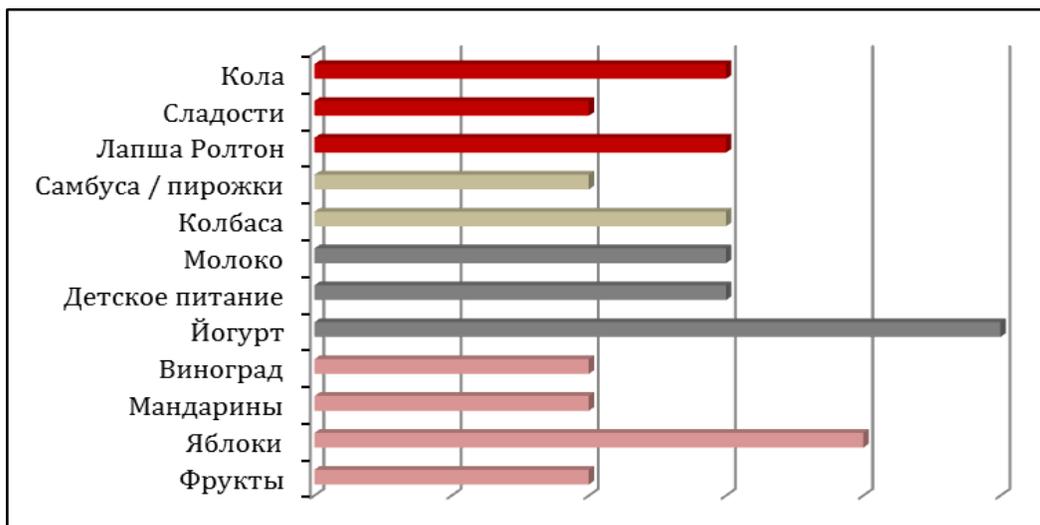
II. ПРАКТИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ ДЕТЕЙ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Этот подраздел отчёта рассматривает практику потребления детей школьного возраста. У 58 из 62 респондентов ФГД есть дети школьного возраста.

Дома

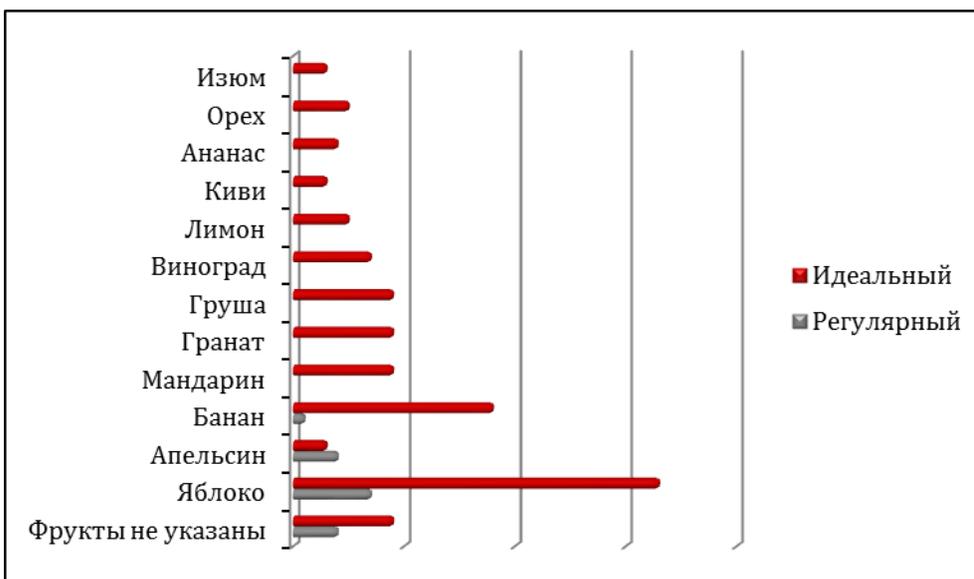
Дети обычно едят из одной тарелки с остальными членами семьи в доме, и в результате у них наблюдается довольно типичное таджикское питание (*ош, самбуса, шурбо* и т.д.) с акцентом на молочные продукты и фрукты. Участники из трех ФГД сказали, что не покупают специальные продукты для своих детей, заявляя, что "*все равны, неважно 2 года или 3. У нас нет такого бюджета*". Однако, как правило, это не является нормой, и участники в каждой ФГД отметили, что они покупали конкретные виды продуктов для своих детей (см. **ТАБЛИЦУ 6** ниже).

ТАБЛИЦА 6: Конкретные продукты, купленные родителями, для своих детей



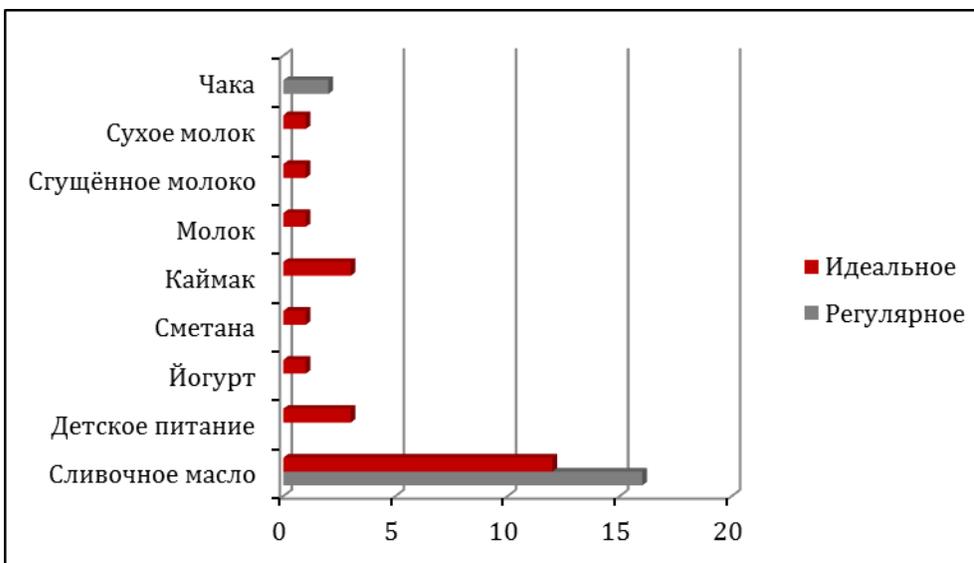
В целом, родители перечислили ассортимент изделий с разными видами молочных продуктов, фруктов и сладостей, упомянутых чаще всего. Родители заметили, что дети не едят жареное мясо, так как дома они готовят специальные блюда с молоком, особенно в семьях, у которых есть собственные коровы. Родители также покупают *“некоторые продукты с витаминами, такие как яблоко, мандарины, виноград и другие фрукты”* для своих детей. Большинство родителей заявили, что есть продукты, которые они хотели бы купить для своих детей, но они не могут себе это позволить. Фрукты упоминались наиболее часто, в частности, апельсин, банан и яблоко (см. **ТАБЛИЦУ 7** ниже).

ТАБЛИЦА 7: Регулярное и идеальное потребление фруктов



Родители также отметили, что они купили бы различные виды молочных продуктов, таких как сливочное масло, рисовое молоко, йогурты и детское питание, если у них не было бы никаких бюджетных ограничений или проблем с нахождением этих продуктов. Один родитель заметил, что они купили бы больше детского питания, если у них был бы шанс (см. **ТАБЛИЦУ 8** ниже).

ТАБЛИЦА 8: Регулярное и идеальное потребление молочных продуктов



Когда их спросили, как часто они покупают продукты питания для своих детей, участники ссылались на финансовые барьеры, предполагая, что они купили бы больше продуктов после получения денежных переводов или, когда у них есть больше денег. В одной из ФГД участники отметили, что покупают специальные продукты для гостей и после того, как гости уходят, их дети могут есть эти продукты. Только в одной из ФГД участники утверждают, что они имеют прежде всего то, что им нужно, однако позже они признались, что они хотели бы купить больше снежков и сладостей для своих детей.

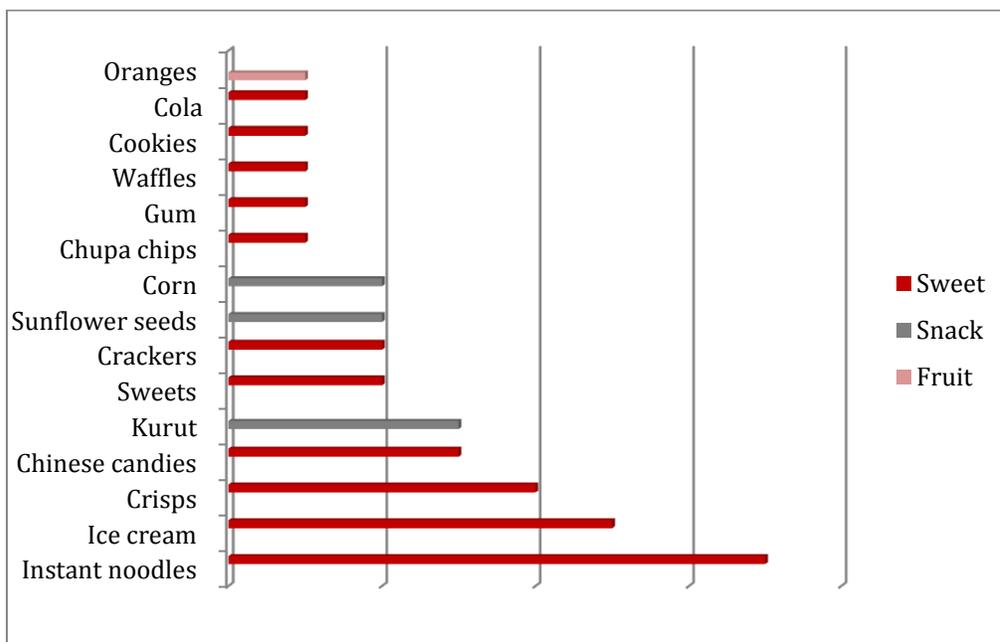
В школе

По словам родителей в районе Носири Хисрав, где школьные столовые работают при поддержке ПШП, школы обеспечиваются фасолью, маслом, мукой со стороны ПШП и ученики приносят соль, лук, картошку и другие продукты из дома, чтобы увеличить количество еды. Еда, в целом, является бесплатной, но родители в одной из ФГД заявили, что они дают школе по два сомони в месяц как часть этой программы. С тревогой родители преподнесли, что столовые дают только один вид блюда *“фасоль и ещё что-то”*, и дети не едят это блюдо. Кроме пирожков никакие другие продукты не доступны в школах. По словам родителей, дети едят дома, до похода в школы, чтобы они были сыты и берут хлеб в случае, если они проголодаются. Родители утверждают, что вам нужен профессиональный шеф-повар, поскольку дети не хотят есть одно и то же блюдо каждый день. Так как детям не нравится еда, приготовленная в школах, они иногда покупают хот-доги, сок, поп-корны, мороженое, *самбусу* или *чалпак*.

В школах, где нет ПШП, дети, кажется, не питаются вообще, хотя снеж, такие как пирожки, *самбуса*, *чалпак* кажутся более доступными. Вообще дети просто *“едят дома и это всё. (Они) едят снова после уроков дома”*. Пирожки и другие жареные теста стоят дешево, около 20 или 30 дирамов каждая. Цены других продуктов детально обсуждены не были.

Родители в каждой ФГД отметили, что их дети едят снеж в течение дня, в том числе широкий ассортимент вредных снежков, из которых больше всего упоминались лапша быстрого приготовления, мороженое, чипсы, небольшие китайские конфеты (см. **ТАБЛИЦУ 9** ниже).

ТАБЛИЦА 9: Потребление сэнка детьми школьного возраста по словам родителей



Родители больше всего обеспокоены китайскими конфетами. По словам участников они выглядят и помечены как витамины. Родители считают, что на самом деле конфеты вредны для здоровья. Один родитель вообще заявил, что они вызывают проблемы с кожей. Другие родители заметили, что эти китайские конфеты упаковываются в хороших коробках, с игрушками внутри, и иногда бывают в форме пистолетов, и хотя они вредны для здоровья, детям нравится покупать их из-за их упаковок. Эти заявления могут отражать более основополагающую озабоченность по поводу качества китайской продукции. Только в одной ФГД родители исключительно сказали, что они лично приобрели снеки для своих детей. Два родителя в группе отметили, что они готовят *курут* дома для своих детей. Родители обычно дают деньги своим детям, и дети покупают снек сами. В некоторых случаях, родители делают и то, и другое, то есть покупают своим детям и дают деньги детям, чтобы они купили сами. Участники отметили, что дети покупают снек в местных магазинах около своих домов или школ или, в редких случаях, с базара или школы. Родители отметили, что дети берут 1 или 2 сомони в школу каждый день, чтобы купить снек.

III. РЕЗЮМЕ

Этот раздел рассматривает практику питания домохозяйств и детей школьного возраста.

i – Практика потребления домохозяйств

Землевладельцы выращивают пшеницу, сами измельчают её в муку и предпочитают её муке из базара. Однако, мука, измельченная на местном уровне, кажется, не подходит для выпечки, поэтому для выпечки приобретается белая мука обычно с базара, несмотря на то, что у них есть сомнения по поводу качества этой муки. Респонденты отметили, что они потребляют больше мучных изделий зимой и меньше летом, когда зерновые культуры созревают, и температура становится высокой. Люди покупают *нон* только во время праздников, когда у них есть гости или они ходят в гости. Участники пекут свои собственные мучные изделия дома и покупают только те изделия, которые они не могут готовить сами.

Участники покупают масло, мясо, рис, лук и картошку круглый год. Покупка других продуктов зависит от сезона. Учитывая разнообразие собственных свежих продуктов в урожайный сезон, участники тратят меньше денег на фрукты и овощи и могут вместо них купить другие продукты, обычно это мясо. Осенью сушат фрукты, закрывают джемы и компоты и хранят овощи.

Хлопковое масло является самым распространённым маслом для готовки. Большинство участников заявили, что масло животного жира и льняное масло особенно полезны для больных и больше всего используются в холодную зиму. Все масла для готовки используются несколько раз. Йодированная соль является почти универсальной, а сахар и *канди сафед* являются продуктами повседневного использования, сахарный песок для выпечки и *набот* для зимы или для больных.

ii – Потребление продуктов детьми школьного возраста

Дети обычно едят с остальными членами семьи, и, таким образом, имеют обычное таджикское питание. Родители покупают ассортимент продуктов для своих детей, включая молочные продукты, фрукты и сладости и готовят специальные блюда с молоком. Некоторые родители балуют своих детей фаст-фудом. Родители хотели

бы купить больше продуктов для своих детей, в частности, фрукты и молочные продукты, но не делают это из-за высоких цен на эти продукты.

В школах, где работает ПШП, родители утверждают, что их дети едят до и после школы дома, так как они не хотят есть еду, которую предлагают в школьных столовых, потому что еда там одна и та же. Из-за того, что детям не нравится еда в школах, вместо этого они покупают снэк. В школах, где нет ПШП, кажется, что дети вообще не едят, если они не покупают снэк конечно. Как правило, дети школьного возраста едят снэк, в том числе массу вредных снеков, среди которых популярны лапша быстрого приготовления, мороженое, чипсы и маленькие китайские конфеты. Родители очень обеспокоены качеством китайских конфет. Родители обычно дают деньги своим детям, и дети покупают снэк сами.

Г. Бизнес и политическая среда

Этот раздел исследования рассматривает среду политики Таджикистана в отношении питания и витаминизации, с особым акцентом на обогащении муки.

I. ОЦЕНКА БИЗНЕС СРЕДЫ

Этот подраздел отчёта рассматривает бизнес среду в Таджикистане с точки зрения малых и средних частных предприятий. Этот раздел предлагает обзор местных предприятий перед переходом на большие фирмы по продаже муки и мучных изделий. Раздел закончится кратким взглядом на цепочку цен этих продуктов.

Местные продавцы муки

Точки продажи муки находятся в благоприятных местах, в пределах или вблизи базаров. Там продаются различные сорта таджикской и импортированной муки и другие необходимые продукты, в основном масло. Магазины пользуются спросом, и клиенты задают много вопросов о муке на продажу, например, цена, качество, сорт, марка, место производства и качество *нона*, которые приготавливаются из этой муки. В общем, цены не написаны, но, кажется, что они фиксированные, хотя торг является обычным делом.

Розничные торговцы муки заявили, что они предлагают аналогичную продукцию аналогичного качества другим розничным торговцам. Большая часть муки завозится с самого Таджикистана, в основном, с Согдийской области. Некоторые респонденты заметили, что мука завозится из Душанбе и импортируется с России. Респонденты ссылались на местных и национальных розничных торговцев за последние несколько лет. Респонденты казались довольными своим ассортиментом продуктов и не имели никакого интереса к продаже других мучных изделий.

Мука и масло являются наиболее продаваемыми продуктами и сезонность сказывается на продажах. Половина респондентов сообщили, что продажи падают с прошлого года, а четверть респондентов сказали, что продажи были такими же, и другая четверть респондентов сказали, что продажи стали лучше. Респонденты отметили, что цена, качество, обслуживание и чистота являются важными для покупателей, а цена ключевым фактором. В среднем 21.25% клиентов покупают в долг, и продавцы верят, что они покупают и смешивают муку, чтобы сэкономить деньги. Ни один из респондентов не знал об обогащённой муке.

Местные магазины

Местные магазины варьируются по размеру и месту нахождения, но они пользуются спросом. Основными видами продуктов для продажи были мука, масло, вода, сок, водка и яйца. Клиенты свободно приходят в магазины и спрашивают про цену, качество и страну происхождения продуктов. Один из продавцов заметил, что *“они спрашивают, есть ли мука из Казахстана, потому что качество казахской муки намного лучше”*. Цены не указаны, но они фиксированные. В общем, сотрудники считают, что их магазины конкурентоспособны в плане размера и качества продукции, хотя только половина из них считают, что их продукция одинакова. Во всех магазинах есть продукция с Таджикистана, в равной мере с Согда, Душанбе и Хатлона. В некоторых магазинах также есть продукция с России. Респонденты ссылаются на местных и национальных розничных торговцев. Половина респондентов недавно нашла нового розничного торговца, который отвечает их требованиям. Интерес к другим мучным изделиям отсутствовал, за исключением одного продавца, который хотел бы продать больше пельменей и пасты.

Мука, масло, яйца, кефир и водка являются самыми продаваемыми товарами. Сезонность сказывается на продажах. Лето является худшим сезоном, а зима лучшим, потому что

количество свадеб увеличивается. Половина респондентов заявили, что продажи были хуже, чем в прошлом году, а четверть заявили, что продажи были такими же, а другая четверть сказала, что продажи стали лучше. Респонденты отметили, что качество, цена, личный вкус, доступность и чистота являются важным фактором для покупателей. Ни один фактор среди их ответов не был выделен как решающий. В среднем 31.25% потребителей покупают в долг. Один респондент заметил, что максимальный долг – это 20-25 сомони на месяц. Только половина продавцов заявили, что люди покупают и мешают разные виды муки. Ни один респондент не знает об обогащённой муке.

Местные пекарни

Пекарни, как правило, находятся в престижных местах и полны клиентов, которые спрашивают о цене и качестве *нона*, также о происхождении муки и когда он был приготовлен. Цены зафиксированы, но не указаны. Большинство сотрудников отметили, что их бизнес поменьше, чем у других, но они предлагают аналогичную продукцию аналогичного качества. Большая часть используемой муки является из Таджикистана и интересно, что респонденты отметили, что мука завозится с Хатлона. Только один человек заявил, что мука завозится с Согда и один заявил, что она завозится с России. Респонденты ссылались в равной степени на местных и национальных розничных торговцев, хотя половина респондентов отметили изменения в поставках за последние месяцы, поскольку они начали покупать муку с базара из-за её низкой цены. Ни один респондент не был заинтересован в продаже других мучных изделий.

Половина респондентов заметили, что люди следят за ценами и сезонность влияет на продажи. Большинство респондентов отметили, что продажи стали хуже по сравнению с прошлым годом. Респонденты отметили, что цена, качество, питательная ценность и личный вкус являются важными факторами для покупателей, а качество вообще считается ключевым фактором. Высокий процент клиентов (39%) покупают в долг. Один респондент, объясняя систему, заметил, что клиенты берут утром *нон* и платят за него только вечером. Только один продавец верит, что люди покупают и смешивают разные виды муки. Ни один респондент не знал об обогащённой муке.

Местные мельницы

Участник одной из ФГД, чья семья имела собственную мельницу, заметил, что большинство людей приносят свою пшеницу в мельницу и на каждые 50кг мельница берет

8кг как оплату за услуги. В другой ФГД участники заявили, что местные мельницы берут 5кг с 50кг в качестве оплаты за услуги и в других ФГД числа уменьшаются по цене от 2кг с 50кг. Существует много вариантов между деревнями.

Мельница Колхозобада (район Руми)

Бывший работник мельницы Колхозобада, который присутствовал на интервью, заявил, что мельница производила около 600 тонн пшеницы в день, но сейчас она работает в ограниченном режиме (100 тонн в день). Мельница выпускает муку высокого качества, 1, 2 и 3 сорта из казахской пшеницы, не рекламирует свою продукцию, так как у них есть стабильные клиенты, которые перепродают её розничным торговцам на базаре. Бывший сотрудник заявил, что клиенты покупают муку из-за её качества, но продажи этого года, и на протяжении 10 последних лет в целом падают, *"вы должны заботиться о своей фабрике, о ваших машинах, если оставите фабрику без людей и работы на один день, вы проиграете её. Эта мельница должна быть полностью реконструирована."* 1990 год был последний раз, когда было куплено новое оборудование, и он не думал, что мельница, учитывая его нынешний статус, изменится или расширится. Нынешние низкие продажи являются стабильными круглый год, но мельница часто сталкивается с перебоями в поставках.

Маколли

Маколли был основан 11 лет назад. Тогда основной продукцией, выпускаемой этой компанией, были хлеб и паста. Со времен его основания, Маколли измельчил казахскую и российскую муку, рожь и ячмень от конфиденциальных розничных торговцев в собственной мельнице. Мука высшего сорта используется для вафель, а мука 1-го и 2-го сорта для другой продукции. Любая дополнительная мука упаковывается и продаётся как мука. У Маколли есть широкий ассортимент продукции, в том числе 44 разновидностей хлеба *"потому что рынок запрашивает... люди теперь понимают, что, если вы будете есть черный хлеб, вы не поправитесь"*. Однако, главной продукцией Маколли является вафли, хотя они работают, чтобы расширить свой портфель снеков, включая лапшу быстрого приготовления, чипсы, семечки и сухари. Маколли продвигает свою продукцию через телевидение, радио и наружную рекламу с лозунгом *"лучшее качество для вас"*. Их представитель отметил, что качество и цена являются ключевыми для клиентов. Представитель не стал давать комментарии о продажах Маколли в этом году, но заметил, что только продажи вафель зависят от сезона. Поставки стабильны.

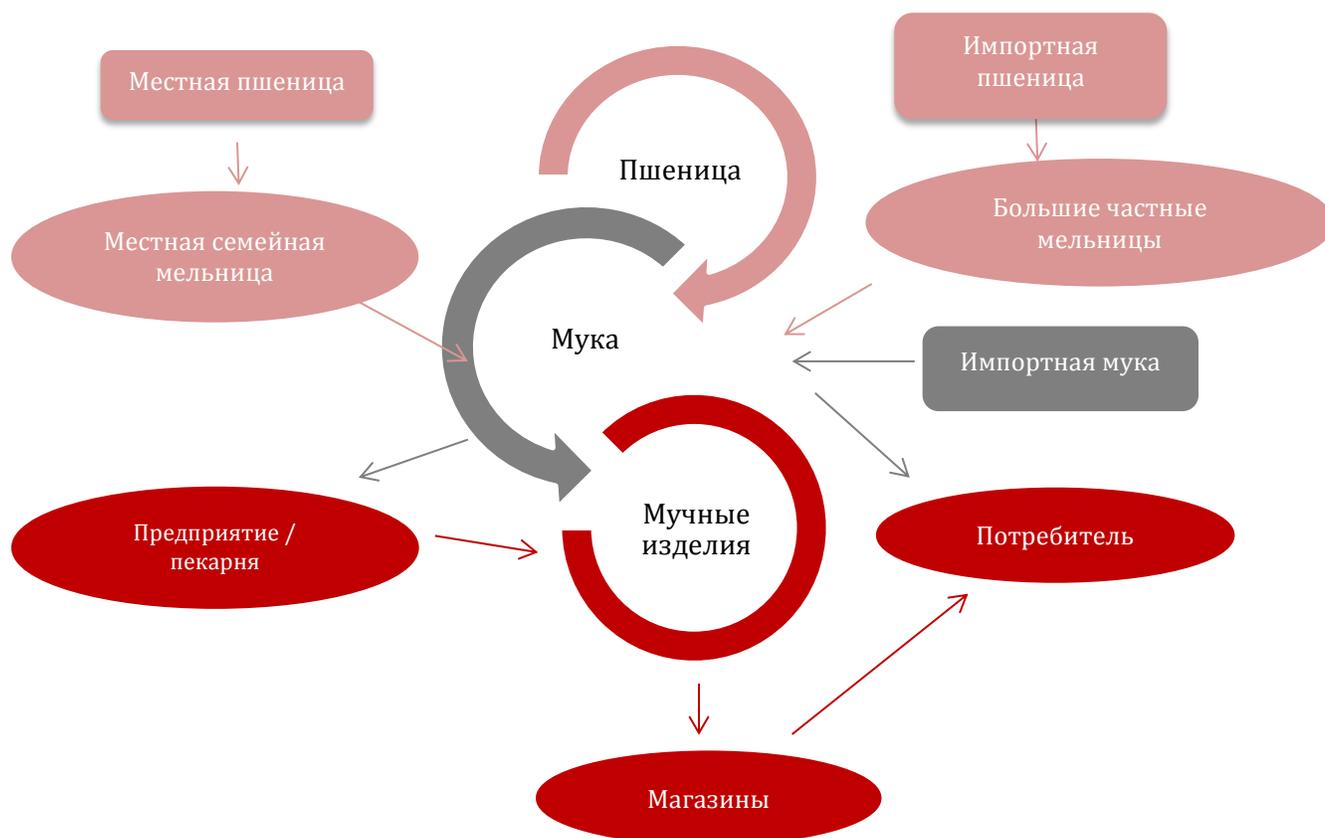
Буона

Буона вошла в рынок два года назад и её главной продукцией являются паста и мука. У Буона есть своя собственная мельница и они используют казахскую пшеницу, полученную от конфиденциальных партнеров. Буона использует муку высшего 1-го и 2-го сорта и продаёт всё сразу, как мука. Мука высшего сорта также используется для приготовления различных паст. У Буона нет планов по введению продуктов, изготовленных из новой муки, в рынок, но они надеются начать продвижение своих продуктов через телевидение и радио. Их представитель заявил, что качество и цена являются ключевыми для клиента, добавив, что дизайн и привлекательность их продуктов также является немаловажным фактором. Представитель заявил, что, несмотря на 2-х летний опыт пребывания на рынке, этот год стал лучшим по продажам. Продажи и поставки являются стабильными круглый год. Как отметил представитель: *"если бы у нас были (перебои в поставках), нас бы не было на рынке"*.

Продовольственно-сбытовая цепь

Информация, приведенная ниже, позволяет нарисовать эскиз рынка муки и продуктов, изготовленных из муки (см. **ТАБЛИЦУ 11** ниже).

ТАБЛИЦА 11: Продовольственно-сбытовая цепь пшеницы / муки и мучных изделий



Эта таблица показывает, что и местная и импортированная пшеница широко используется в домохозяйствах Таджикистана. Домохозяйства мельчат свою пшеницу в маленьких семейных мельницах и увеличивают свои запасы посредством белой муки с базара. Большие частные мельницы работают с импортной мукой, в основном, привезенной с Казахстана, и продают её либо сразу как муку базарам или предприятиям, которые используют её в своей продукции, либо изготавливают свои собственные мучные изделия.

Бизнес среда

Бывший сотрудник Колхозобадской мельницы предположил, что частные фирмы, которые импортируют муку с Казахстана, являются главными конкурентами мельницы. Мнения также были услышаны в интервью с бывшим представителем правительства, который ссылаясь на уменьшенную способность больших государственных мельниц и роста в частном бизнесе. Представитель бизнеса согласился, что рынок стал более насыщенным, чем был раньше и, что новые предприятия, когда открываются, все время пытаются

конкурировать. Представитель Маколли заметил, что *"каждый день открываются новые фабрики... они тоже занимаются бизнесом (как и мы)"*.

Когда его спросили об их конкурентах, представитель Маколли был уверен, что Маколли отличается от конкурентов на таджикском рынке из-за широкого ассортимента производимой продукции, *"мы являемся крупнейшими, я думаю, потому что многие конкуренты изготавливают только пасту или вафли... но мы изготавливаем очень много продуктов с использованием муки"*. Представитель Буона признал, что, принимая во внимание своих конкурентов, их бизнес является не таким большим. И Маколли и Буона отметили, что они были главными конкурентами друг для друга в плане производства пасты. Однако, Маколли более уверены в своих позициях в вафельном рынке, так как у других конкурентов она является дорогой и импортированной. Подобным образом они уверены в своих позициях на рынке хлеба из-за узнаваемости бренда.

II. ОЦЕНКА ПОЛИТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Этот подраздел отчёта рассматривает политическую среду с особым акцентом на обогащения муки. Были проведены интервью с бывшими высокопоставленными представителями Министерства сельского хозяйства и Министерства здравоохранения. Также было проведено интервью с Николасом Оберлином, страновым директором Всемирной Продовольственной Программы ООН (ВПП).

Оба бывших представителя правительства знали об обогащённой муке, бывший представитель Министерства здравоохранения, в частности, смог подробно описать минералы, которые должны быть включены в добавки. Он также отметил первые попытки обогащения муки в Таджикистане, а именно, когда ЮНИСЕФ создал специальные кормушки в мельницах Гиссара, Шахринава и Куляба и проблемы, с которыми позднее столкнулись эти мельницы. Когда его спросили о текущем статусе обогащения, бывший представитель Министерства сельского хозяйства открыто заявил, что *"оно становится лучше; в целом, мы работаем над питанием"*. Бывший представитель Министерства здравоохранения заявил, что есть кормушки, пшеница и производители, но нет добавок. Он заметил, что отсутствие опыта производителей, а также тех, перед кем вероятно будет поставлена задача по управлению процессом со стороны правительства, будет серьёзным препятствием для широкого обогащения муки в Таджикистане.

По словам бывшего представителя Министерства здравоохранения, предыдущая попытка принять закон об обогащении муки увенчалась неудачей, потому что *“в то время страна не была готова к этому, потому что нам пришлось импортировать слишком много муки и в проекте было написано, что “вся мука должна быть обогащена”, вот почему они не смогли управлять этим”*. По словам всё того же представителя, *“цена была проблемой”* на волне высоких цен того года, но она не была решающим фактором. Позднее он добавил, что проектные документы (относящиеся к законодательству) были либо *“удалены либо потеряны”* и, если какая-нибудь организация захочет начать работу над этим проектом, они должны будут начать его с нуля. Бывший представитель Министерства сельского хозяйства заявил, что любое будущее обогащение муки должно быть сделано согласно международным стандартам, учитывая местные особенности. Он предположил, что каждая область отличается с точки зрения климата и окружающей среды и, следовательно, должны быть добавлены разные виды питательных веществ в добавки для распространения в разные регионы.

Директор ВПП заявил, что ключевыми вопросами являются отсутствие продовольственной безопасности, недоедание, и хроническое и острое, и бедность, и, что в этих условиях обогащённая мука была бы одним из решений, в частности, для беременных матерей и детей в первые 1000 дней жизни. Он также подчеркнул важность параллельных улучшений в практике здравоохранения, медико-санитарных мер и осведомленности общественности о преимуществах грудного вскармливания. Когда был задан вопрос о программе домашнего обогащения добавками, содержащими микроэлементы/пакетики с порошком, бывший представитель Министерства сельского хозяйства сказал, что такой проект будет зависеть от бюджета. Он заявил, что приоритетом является повышение минимальных зарплат, так чтобы люди могли приобрести по крайней мере минимальное количество еды в месяц, чтобы каждый человек был здоровым. Директор ВПП заявил, что это *“был бы хорошим методом, потому что оно доказало уже свою эффективность”*, но добавил, что есть проблемы с устойчивостью, в целом, учитывая вероятно стоимость и материально-техническую сложность такого проекта.

Когда был задан вопрос о выполнимости любой питательной интервенции, бывший представитель Министерства сельского хозяйства заявил, что любой такой проект был бы выполнен, если были бы тщательно учтены региональные условия. Бывший

представитель Министерства здравоохранения заявил, что такие интервенции являются выполнимыми, если ответственные лица готовы начать с самого начала. Он озвучил меру предосторожности: *“(закон) нужно много работать, усилий, людей... Есть два законодательных учреждения: Президент и Парламент. Чтобы документ добрался до Парламента, нужно много трудиться. Кто сделает это?”*. С точки зрения производства, он предположил, что для того, чтобы обогащение начало работать, *“несколько семей”* должны вместе собрать деньги, чтобы купить подходящую мельницу, даже перед тем, как они купят кормушку и премикс витаминов, который сам по себе тяжело отыскать. Затем возникает вопрос о том, у кого есть опыт и знание для управления и контроля добавок, денег и т.д.

Бывший представитель Министерства сельского хозяйства предположил, что необходима поддержка Министерства сельского хозяйства и Министерства здравоохранения и Государственного агентства по стандартизации. Бывший представитель Министерства здравоохранения не упомянул конкретные институты или организации, вместо этого предпочёл подчеркнуть необходимость иметь большую команду для работы над проектом. Директор ВПП заявил, что такой проект *“не отличался бы от других инициатив общественного здравоохранения... Центры здоровья, Министерство здравоохранения, было бы идеально сделать всё через них, у них есть влияние и охват”*.

Представители правительства не были уверены в уровне осведомлённости об обогащённой муке по всей стране, но оба отметили, что, по их мнению, клиенты готовы платить больше за обогащённые продукты. Один из бывших представителей зашёл так далеко, что сказал *“деньги больше не являются проблемой, до этого мука была 80 сомони, теперь она стоит 150 сомони – и люди все ещё покупают её”*. Директор ВПП осторожно заявил, что люди вероятно не будут тратить больше денег на обогащённые продукты, указывая на то, что *“вам нужно больше образования и просвещения”* и было бы конечно легче, *“если оно не будет стоить больше”*.

Никто из интервьюированных представителей бизнеса не знали об обогащённой муке и не были уверены в том, что и в будущем клиенты будут готовы платить больше за обогащённые продукты. Представитель Маколли отметил, что *“может быть он заменит некоторые продукты”*, а представитель Буона предположил, что клиенты не будут

платить больше, так как *“они очень чувствительны с точки зрения цены”*. Учитывая их недостаточное знакомство с обогащённой мукой, представители местного бизнеса были не уверены в том, что какие барьеры могут существовать для обогащения в Таджикистане. Когда был задан вопрос о том, какой эффект будет иметь закон об обязательном обогащении муки на соответствующие предприятия, респонденты конечно заявили, что они должны будут соблюдать закон. Однако это официальный ответ, и он не гарантирует, что закон будет соблюдаться без адекватного принуждения. Кроме того, учитывая уровень инвестиций, которое требуется для обогащения муки, возможно, что предприятия будут сопротивляться изменению по неофициальным каналам.

Когда был задан вопрос о том, что думает ли он, что бизнес поддержит обогащение муки, Директор ВПП заметил, что любое инвестирование, требуемое по закону, может быть поддержано государством. Он заметил, что *“мельницы, импортёры пшеничной муки, и торговцы в этой стране стоят на нуле”* и поднял вопрос запрета экспорта на муку. Директор ВПП считает, что запрет является сдерживающим фактором для торговцев и, что *“обогащение идёт вместе с этим... либерализация рынка может предоставить больше стимулов... инвестировать и расширять и развивать”*.

III. РЕЗЮМЕ

В выводах этого раздела рассматривается среда бизнеса и политики Таджикистана в отношении питания и обогащения, с особым акцентом на обогащение муки.

i – Перспектива и среда бизнеса

Диапазон продуктов и их соответствующая цена чуть варьируется между районами в пределах рамок данного исследования. Продавцы на базарах, магазинах и пекарен были часто не уверены об некоторых аспектах продукции, которые они продают, например происхождение данной продукции. Продавцы боялись обсуждать цены купли-продажи.

Продавцы муки покупают свои товары с местных розничных торговцев, но редко говорили об этом подробно. Основная часть муки приходит от таджикских производителей, расположенных в Согдийской области. Мука, паста, лапша и

пельмени являются самым продаваемыми мучными изделиями в магазинах и большинство продуктов производятся в Таджикистане. Клиенты предпочитают казахскую муку, но полевые работы предполагают, что большинство «Казахской» муки на самом деле является таджикской мукой, произведенной в Согдийской области, которая продаётся в мешках с маркировкой казахской фирмы, вольно и невольно. В общем, пекарни предлагают широкий выбор *нона*, приготовленного из таджикской муки первого сорта, купленной на базаре. На базарах, магазинах и пекарнях респонденты казались довольными на счёт широкого выбора мучных изделий. Ни один респондент не знал об обогащённой муке.

Семьи приносят свою пшеницу в свои местные мельницы, которые затем берут определенное количество пшеницы в качестве оплаты за услугу. Колхозобадская мельница работает не на полную мощность, но продолжает обеспечивать клиентов мукой, которую они перепродают в местных базарах. В общем, мельница «отдала» свой бизнес частным фирмам. У таджикских предприятий, занимающихся производством мучных изделий, таких как Маколли и Буона, есть свои собственные мельницы и широкий выбор продуктов. Они делают свою работу очень хорошо, но они хорошо осведомлены о возрастающей конкуренции на рынке. По общему мнению, рынок муки является очень активным и конкурентоспособным.

ii – Политическая среда

Бывший представитель Министерства здравоохранения знал об обогащённой муке и заявил, что есть ряд существенных препятствий для обогащения муки в Таджикистане; основным среди них является отсутствие опыта всех вовлеченных сторон. Предыдущий закон об обогащении муки не был принят, потому что Таджикистан не смог гарантировать, что вся мука будет обогащена. Бывший представитель Министерства здравоохранения верит, что питательные интервенции выполнимы и закон возможен, но они потребуют значительных усилий и большой команды, включая опытный персонал для обеспечения её успеха. Поддержка Министерства здравоохранения и Министерства сельского хозяйства и Государственного агентства по стандартизации также была бы существенной. Бывший представитель Министерства сельского хозяйства заявил, что любое обогащение или интервенция должна отвечать местной специфике.

Представители правительства не были уверены об уровне осведомленности про обогащённую муку по всей стране и ни один представитель малого и крупного бизнеса не знал об обогащённой муке. Если закон об обязательном обогащении муки будет принят, представители бизнеса сказали, что они будут следовать этому закону. Невозможно оценить, если или как бизнес может поддержать или выступить против закона об обогащении, если он будет принят.

Все участники отметили важность более широкого экономического развития и, что только долгосрочное решение различных вопросов в области питания, с которыми сталкивается Таджикистан, повысило бы покупательную способность, сочетающих повышенную доступность разновидностей питательно сбалансированных отечественных продукций на рынке.

Приложения: Глубинные интервью

Всемирная продовольственная программа

Николас Оберлин,
Страновой Директор,
Nicolas.oberlin@wfp.org

Министерство сельского хозяйства

Бывший представитель, пожелавший остаться неизвестным

Министерство здравоохранения

Бывший представитель, пожелавший остаться неизвестным

Колхозобадская мельница

Бывший представитель, пожелавший остаться неизвестным

Маколли

Представитель, пожелавший остаться неизвестным

Буона

Представитель, пожелавший остаться неизвестным