

Na Mwandishi Wetu

TANZANIA ina bidhaa za kipekee zinazotafutwa kote duniani.

Kahawa ya Kilimanjaro, viungo vya Zanzibar, korosho ya Pwani, asali safi kutoka Tabora, pamba, chai, na mkongwe zote zina ubora unaoweza kushindana katika soko la dunia.

Hata hivyo, bidhaa hizo mara nyingi hazipewi thamani stahiki kwa sababu hazina chapa na nembo za ubora zenye nguvu ya kuzibeba sokoni.

Mkurugenzi wa Mamlaka ya Maendeleo ya Biashara Tanzania, Dk Latifa Khamis anasema chapa si tu nembo au rangi ya kuvutia bali ni hadithi, ubora, uhusiano wa kihisia na wateja, na sifa ya taifa.

Anaongeza kuwa bidhaa zenye chapa zenye nguvu zinapandisha thamani, kuvutia wateja waaminifu, na kufungua masoko ya kimataifa.

Ukiingia katika maduka ya

bidhaa za hadhi ya juu jijini London, Paris au Dubai na kuna mfuko wa kahawa wenye maandishi makubwa: "Café Amiza au Africafé Arabica Asili ya Tanzania", bei yake ni Dolaza Marekani 35 kwa gramu 250.

Sasa fikiria kahawa ile ile, iliyolimwa kwenye miteremko ya Mlima Kilimanjaro, ikiwa imeuzwa kwa msindikaji wa nje kwa magunia ya kilo 50, ikapakiwa upya na kuwekwa chapa ya kigeni itauzwa kwa bei mara kumi zaidi. Hiyo ndiyo hali halisi kwa mamiliioni ya wakulima na wazalishaji wa Tanzania kwa sasa.

Kila bidhaa ya Tanzania ina hadithi ya kipekee. Viungo vya Zanzibar vinabeba historia ya karafuu, mdalasini, na vanilla; kahawa ya Kilimanjaro inalimwa kwenye miteremko yenye hali ya hewa isiyo na kifani; korosho ya Pwani na asali safi ya Tabora zinatoa ladha na ubora unaoshinda kimataifa,

Ubunifu unahitajika kuweka chapa bidhaa za Tanzania kimataifa

lakini hadithi hizi hazivezi kufikia wateja wa kimataifa kama



hazikusimamiwa na chapa yenye nguvu.

Mafanikio ya chapa

Mfano mzuri ni Ethiopia ilipoongeza thamani ya kahawa yake kwa kuipatia nembo rasmi na chapa ya ubora yenye nguvu, ilibadilisha thamani yake kimataifa, ikawa bidhaa ya kipekee, ya hali ya juu, inayolipwa bei juu zaidi.

Tanzania inaweza kufanikisha mfano huo na kutumia Made in Tanzania kama alama ya ubora, uhalisi, na fahari ya taifa.

Bidhaa zenye chapa bora zinapandisha thamani kwa kiasi kikubwa. Kilo moja ya korosho ghafi ya Tanzania inaweza kuuzwa kwa Dola za Marekani 2 hadi 3.

Kilo ile ile ikisindikwa au kufungashwa kwa ubora na ku-

wekwa chapa bora itakayovuta soko inaweza kuuzwa kwa Dola Marekani 15 hadi 25 huku chupa ya asali bora ya Katavi inaweza kuuzwa mara tatu hadi tano zaidi ikiwa imefungashwa vema na kwa ubora.

Chapa huunda imani na uaminifu kwa wateja. Ubora thabiti, mawasiliano ya kweli, na utambulisho wa kuvutia hufanya wateja warudi na kupendekeza bidhaa husika kwa wengine.

Masoko ya kimataifa yanahitaji zaidi ya bidhaa nzuri na bora. Waagizaji na wauzaji wa rejareja wanataka bidhaa zinazofungashwa kitaalamu, lebo za wazi, picha za kuvutia na uthibitisho wa ubora.

Bidhaa zenye chapa bora zinaweza kufika kwenye maduka ya kimataifa, kuwakilisha taifa,

na kudumisha fahari ya bidhaa za Tanzania.

Ethiopia imefanikiwa kujijengea sifa ya kipekee kupitia chapa za kahawa kama Yirgacheffe, Harrar, na Sidamo, hatua iliyosaidia kuongeza mapato ya zaidi ya Dola Marekani milioni 100 kwa mwaka.

Vivyo hivyo, Kenya imefanikiwa kuiweka chai yake katika hadhi ya juu kupitia chapa ya 'Kenya Tea', na hivyo kuiwezesha kuuzwa kwa bei ya juu katika masoko ya kimataifa.

Zanzibar inayojulikana kama kisiwa cha viungo, ina fursa kubwa ya kupenya na kung'ara katika soko la dunia. Hata hivyo, mafanikio hayo yanategemea juhudi za makusudi za kujenga chapa imara, kuboresha ufungashaji,

kuhakikisha uthibitisho wa ubora, na kusimulia hadithi zenye mvuto kuhusu asili na upekee wa bidhaa zake.

Mfano wa Kenya unaonesha wazi kuwa mafanikio hayo yanawezekana. Kwa kuwekeza katika ubora na utambulisho wa chapa, Zanzibar inaweza kuinua thamani ya viungo vyake na kujipatia nafasi ya ushindani katika soko la kimataifa.

Changamoto na suluhisho Mtaalamu wa maendeleo ya sekta binafsi na diplomasia ya uchumi, Octavian Mshiu anasema licha ya bidhaa zenye ubora, changamoto bado zipo.

Anafafanua kuwa wajasiriamali wengi hawana uelewa wa chapa huku wakindelewa utamaduni wa kuuzwa malighafi badala ya bidhaa zilizochoakat-

wa.

Anaongeza kuwa changamoto nyingine sokoni ni ufungashaji usio na mvuto, matumizi madogo ya mifumo ya kidijitali, ukosefu wa vyeti vya ubora na upatikanaji wa fedha kwa ajili ya utengenezaji wa chapa.

Hapa ndipo Tantrade inapingia kutoa msaada. Wajasiriamali wanahimizwa kuwekeza katika utambulisho wa chapa wa kitaalamu, ikijumuisha jina la kuvutia, nembo tofauti, ufungashaji wa ubora na bidhaa zenye ubora.

Masoko ya kidijitali kama Amazon, Shopify, Instagram, na LinkedIn hutoa fursa ya kufikia wateja wa kimataifa moja kwa moja lakini bila chapa inayojsimamia kwa ubora bidhaa ya Tanzania haiwezi

kufikia masoko hayo.

Mshiu anaona ni umuhimu Serikali na sekta binafsi washirikiane ili kujenga mfumo wa taifa wa chapa ya uzalishaji ya Tanzania (Made in Tanzania).

Anasema Tanzania iko katika kipindi muhimu cha mabadiliko ya kiuchumi. Rasilmali za asili, bidhaa bora, na vipaji vya kazi vinaweza taifa kwenye nafasi ya kuunda chapa zenye thamani ya juu.

"Wajasiriamali na wazalishaji wanapaswa kutumia rajamu ya Taifa 'Made in Tanzania' kujenga na kuimarisha chapa zao, kufikia masoko ya dunia, na kuwakilisha taifa kwa fahari," anasema.

Mkurugenzi wa Tantrade anasema "Acha kuuza kinacholimwa Tanzania, anza kuuza kinachosimamia Tanzania, jenga chapa, Miliki thamani, wakilisha taifa. Hii ndiyo dhamira ya 'Made in Tanzania' rajamu ya Taifa."