

TATHMINI YA SOKO
LA TANZANIA
**MUHTASARI WA
SERA**



Tathmini ya Soko ya ATNi Tanzania 2025:
Kutathmini Uhalisia wa Bidhaa na Mienendo ya
Kampuni Kubwa za F&B Tanzania

UTANGUZI

Wakati vyakula vikuu vibichi na vilivyochakatwa kidogo vikibaki katikati ya mlo wa Watanzania, matumizi ya bidhaa zilizofungashwa na kusindikwa mara nyingi huwa na mafuta mengi, chumvi, na sukari – kuongezeka kwa kasi. Mabadiliko haya yanachangia kuongezeka kwa mzigo wa uzito kupita kiasi na unene uliopitiliza, wakati lishe duni na upatikanaji mdogo wa mlo wenye afya bado ni changamoto kwa wengi.

JINSI DATA YA ATNi INAVYOSAIDIA SERA YA LISHE YA TANZANIA

Tanzania ina msingi imara wa sera ya lishe, ikiwa ni pamoja na sera zilizoinishwa katika Mpango wa Kitaifa wa Pamoja wa Lishe II (NMNAPII) na Mpango wa Kitaifa wa Mabadiliko Endelevu ya Mifumo ya Chakula 2030. Hata hivyo, mapitio ya hivi karibuni ya uwiano wa sera katika mifumo ya chakula yalibaini kuwa eneo la mlo wenye afya, ulaji zaidi wa vyakula vyenye lishe bora na ulaji mdogo wa vyakula visivyo na afya, likuwa na kiwango cha juu zaidi cha kutokuwepo kwa ulinganifu wa sera ikilinganishwa na matokeo mengine ya mfumo wa chakula.

Kutokuwepo kwa ushirikiano huu kunachangiwa, kwa sehemu, na mipaka inayofanana ya majukumu ya mashirika mbalimbali, jambo linalosababisha changamoto za uratibu. Hata kama NMNAPII inaratibiwa na Ofisi ya Waziri Mkuu, Viwango vya Chakula vinatengenezwa na Bodi ya Viwango Tanzania pamoja na Wizara ya Viwanda na Biashara, huku Mpango wa Kitaifa wa Mabadiliko Endelevu ya Mifumo ya Chakula 2030 unaendeshwa na Wizara ya Kilimo. Kampuni pia zinaeleza kuwa kutokuwepo kwa mshikamano katika sera hizi kunawazuia kuwekeza katika chaguo zenye afya zaidi, na wengi hawataki kuchukua hatari ya kuwa wa kwanza kuanzisha, kwa sababu faida za kifedha kutokana na uwekezaji katika bidhaa zenye afya zinaweza kuwa zisizo za uhakika.

Ulinganifu bora wa sera na uongozi thabiti wa serikali unahitajika. Sera zinazounga mkono soko kutoa bidhaa zenye afya na zinazopatikana kwa bei nafuu zinaweza kuongoza sekta binafsi kuongeza upatikanaji wa vyakula vyenye afya na nafuu, na hatimaye kunufaisha afya ya Watanzania wote.

MBINU

Ili kusaidia serikali ya Tanzania katika kuimarisha sera zao za mazingira ya chakula, ATNi, shirika lisilo la kiserekali la kimataifa, liliendesha tathmini ya soko ili kuelewa masuala mawili muhimu yanayohusiana na ajenda ya sera za lishe za Tanzania:

- 1 Ramani ya Mazingira ya Chakula ya Tanzania (FEMR):** FEMR ya ATNi ilichunguza fasihi pana kuhusu mazingira ya chakula, ikiwa ni pamoja na sera zilizopo nchini Tanzania zinazounga mkono upatikanaji wa vyakula vyenye afya, salama na vyenye virutubishi, kwa kipaumbele maalum kwa vyakula vilivyosindikwa, vilivyofungashwa na vilivyoimarishwa. Ripoti hiyo inapatikana [hapa](#).
- 2 Wasifu wa Bidhaa:** Wasifu wa bidhaa unakagua afya ya vyakula 21 vikubwa zaidi vilivyopangwa na vilivyofungashwa 48% ya jumla ya sehemu ya soko^a. Ripoti kamili inapatikana [hapa](#).
- 3 Wasifu wa Kampuni:** Wasifu wa kampuni unakagua kampuni 10 kubwa zaidi za chakula na vinywaji (F&B) kuhusu kile wanachofanya ili kuchangia katika lishe bora kwa Watanzania, pamoja na maeneo yanayohitaji hatua zaidi^b.

Tathmini ya soko ya ATNi nchini Tanzania inatoa data za kuunga mkono matokeo mawili ya kimkakati yaliyowekwa katika NMNAPII: matokeo ya kimkakati ya nne, kuimarishwa kwa ushirikiano wa sekta mbalimbali na sekta binafsi katika lishe (ikiwa na kipaumbele kwenye ushirikiano wa sekta binafsi) na matokeo ya kimkakati ya tano, kuunda sera na mifumo ya kutosha inayounga mkono lishe, ikizingatia sera zinazounda mazingira ya chakula.

^a Tathmini ya Wasifu wa Bidhaa ilifanyika kwa kutumia mifumo mitatu ya upangaji wa virutubisho (NMPs): Health Star Rating (HSR), HSR iliyorekebisha yenye virutubishi vidogo (HSR+), na modeli ya WHO AFRO.

^b Ikiwemo kampuni 7 zenye makao makuu nchini Tanzania na Kampuni 3 zenye makao makuu kimataifa. Kampuni kizo kumi ni: ASAS, Bakhresa Group, Coca-Cola, Darch, Iringa Food and Beverages, MeTL, Motisun, PepsiCo, Tanga Fresh, na Wilmar.

KIELEZO 1

KAMPUNI ZILIZOTATHMINIWA KATIKA WASIFU WA BIASHARA WA TANZANIA



MATOKEO YA MUHIMU

Matokeo ya utafiti yalitolewa kwa kundi la watunga sera wa Tanzania kutoka serikalini ikiwa ni pamoja na Kituo cha Chakula na Lishe Tanzania (TFNC), Wizara ya Biashara na Viwanda, pamoja na wadau wengine wa maendeleo ikiwa ni pamoja na mashirika ya kiraia na wanazuoni kutoka Chuo Kikuu cha Dar es Salaam na Chuo Kikuu cha Kilimo cha Sokoine, mnamo tarehe 26 Juni, 2025 jijini Dar es Salaam.



Wasifu wa Bidhaa

- **Kwa ujumla, kiwango cha afya cha bidhaa za kampuni 21 za Tanzania kiko chini, ambapo ni 25% ya bidhaa zinazofikia kiwango cha 'afya'** chini ya mfumo wa 'Health Star Rating (HSR) (nyota 3.5 kati ya 5), kiwango hiki kikiongezeka hadi 37% wakati kinapozingatia mauzo.
- Ni 9% pekee ya vyakula vilivyosindikwa na vilivyofungashwa nchini Tanzania vinavyochukuliwa kuwa na afya ya kutosha kutangaziwa kwa watoto.
- **Kampuni za kimataifa kwa ujumla huuza bidhaa zisizo na afya sana nchini Tanzania ikilinganishwa na masoko yao mengine.** Kati ya kampuni saba makao makuu nje ya nchi zilizojumuishwa katika tathmini hii, kampuni sita zina wastani wa alama ya HSR ya chini zaidi kwa bidhaa wanazouza Tanzania ikilinganishwa na wastani wao wa kimataifa.

Uimarishaji wa hiari: Kati ya kampuni 21 zilizojumuishwa kwenye tathmini ya Wasifu wa Bidhaa, kampuni saba zilionekana kuimarisha angalau bidhaa majo katika orodha yao.

- Bidhaa nyingi zilizokaguliwa (81%) zilikuwa zimeimarishwa kwa hiari.
- Kulikuwa na upungufu wa taarifa kuhusu viwango vya virutubishi vidogo katika bidhaa mingi. Kwa bidhaa ambazo data ya virutubishi ilipatikana (40 kati ya 483), asilimia 67.5% (n=27) zilifikia kigezo cha 'afya' cha mfumo wa HSR, yaani nyota 3.5 kati ya 5.

KIELEZO 2

MUHTASARI WA MATOKEO YA WASIFU WA BIDHAO KWA KAMPUNI 21



Chanzo: [Dashibodi ya Nchi ya Tanzania ya ATNi](#)

KIELEZO 3

MATOKEO YA HSR KWA KAMPUNI ZENYE MAKAO MAKUU YA KIMATAIFA: TANZANIA DHIDI YA KIMATAIFA

Company	Mean HSR in Tanzania	Mean HSR Globally
Coca-Cola	1.8 (n=26)	2.2 (n=1170)
Flora FG	2.5 (n=4)	2.0 (n=202)
Kraft Heinz	2.1 (n=8)	2.3 (n=2763)
Mars	0.6 (n=20)	1.4 (n=2999)
Mondelēz	0.7 (n=35)	1.3 (n=1945)
Nestlé	0.9 (n=34)	1.9 (n=4378)
PepsiCo	1.4 (n=22)	2.3 (n=2513)
Jumla ya wastani wa HSR wa kampuni zenye makao makuu ya kimataifa uchambuzi wa Tanzania	1.1 (n=149)	1.7 (n=21,617)
Jumla ya wastani wa HSR kwa kampuni zote katika uchambuzi	1.9 (n=483)	2.3 (n=52,414)

* Kwa wasifu wa bidhaa wa Tanzania 2025 pamoja na wasifu wa bidhaa wa Global Index 2024, kampuni 30 zilitathminiwa, lakini si kampuni zilezile – saba zinajirudia.

Wasifu wa Kampuni

Sera na vitendo vinavyohusiana na lishe vya kampuni 10 kubwa zaidi zinazozalisha vyakula vilivyosindikwa na vilivyofungashwa nchini Tanzania.

Sera za urekebishaji: Hakuna kampuni yoyote kati ya 10 zilizopatikana kuwa na malengo ya kubadilisha muundo wa bidhaa kwa soko la Tanzania.

- Kampuni moja yenye makao yake makuu nchini Tanzania (Tanga Fresh) ilionyesha kuwa ina mkakati wa kubadilisha muundo wa bidhaa ili kupunguza kiwango cha sodiamu, mafuta na sukari katika baadhi ya bidhaa, lakini haijawahi kutoa taarifa kuhusu juhudi hizo.
- Ni kampuni ya PepsiCo pekee iliyopatikana kuweka malengo ya kimataifa ya kupunguza viwango vya virutubishi vinavyohofiwa na kuongeza viwango vya vipengele vyenye faida kwenye chakula (kama matunda, mboga, karanga na jamii ya mikunde). Hata hivyo, hawakutoa taarifa maalum kuhusu utendaji wa malengo haya nchini Tanzania.

Kuripoti juu ya afya ya kwingineko: Makampuni bado hazijaanza kutoa taarifa kuhusu kiwango cha afya cha jumla cha bidhaa zao.

- Kampuni mbili yenye makao yake makuu nchini Tanzania (Motisun and MeLT) zilionyesha kuwa mifumo ya kutathmini wasifu wa virutubishi (NPMs) haitumiki sana sekta ya chakula na vinywaji nchini Tanzania kutathmini na kuripoti kuhusu afya ya bidhaa zao.
- Ni kampuni ya PepsiCo pekee iliyofichua kutumia mfumo wa NPM kutathmini afya ya baadhi ya bidhaa zake, ambao wanautumia kwa madhumuni ya kubadilisha muundo wa bidhaa katika masoko fulani; hata hivyo, hawatoi taarifa kuhusu afya ya bidhaa zao kwa kiwango cha dunia au hapa Tanzania.

Uwezo wa kumudu vyakula vyenye afya: uwezo wa kumudu mara nyingi hutumika kama mbinu ya masoko, lakini haujafanuliwa wazi na kampuni.

- Kampuni tatu zenye makao yake makuu nchini Tanzania (Darsh, MeTL, na Bakhresa) zinasisitiza uwezo wa kumudu bidhaa zao kenye tovuti zao, lakini hazielezi jinsi 'uwezo wa kumudu' unavyopimwa, wala hazijaweka wazi nia ya kuboresha uwezo wa kumudu wa bidhaa 'zenye afya'.
- Kampuni mbili, Wilmar na PepsiCo, zilitangaza kuwa zinakusudia kuboresha uwezo wa kumudu bidhaa 'zenye afya', lakini hazijatoa taarifa kuhusu juhudi zao hizo katika soko la Tanzania.

Masoko yenye uwajibikaji: ni kampuni chache pekee ambazo zina ahadi za kupunguza utangazaji wa vyakula visivyo na afya kwa watoto.

- Hakuna kampuni yenye makao yake makuu nchini Tanzania iliyochapisha ahadi za kudhibiti utangazaji wa bidhaa zote – au bidhaa 'zisizo na afya' - kwa watoto nchini Tanzania.
- Kampuni tatu za kimataifa (Coca-Cola, Wilmar, na PepsiCo) zilionekana kuchapisha ahadi za kimataifa kuhusu masoko yenye uwajibikaji kwa watoto, ambapo mbili kati yao zina sera zinazobainisha njia na vyombo vya habari vinavyotumika. Hata hivyo, hakuna hata moja kati ya kampuni hizi inayoripoti kuhusu utekelezaji wa sera hizo katika soko la Tanzania.

MAPENDEKEZO YA SERA

Kuboresha Afya ya Bidhaa

1 Kukamilisha utayarishaji wa Mfano wa Wasifu wa Virutubishi wa Tanzania na uwekaji wa alama za mbele za vifungashio kwa lazima.

- Kwa muda mfupi, iwe ni sharti kutumia lugha ya Kiswahili kwenye lebo zote za vifungashio, jambo ambalo kwa sasa ni haba, na kuhakikisha kuwa maudhui ya virutubishi vidogo yanajumuishwa kwenye lebo ili kuzingatia viwango vya Afrika Mashariki vinavyohusu lebo za nyuma za vifungashio, ambavyo vinapaswa kujumuisha taarifa za lishe na orodha kamili ya viambato (TZS 538:2015 – EAS 38:2014).
- Kwa muda wa kati, kamilisha utafiti unaoendelea wa kubaini NPM wa Tanzania, pamoja na utafiti unaohusiana na muundo wa mpango bora wa uwekaji wa alama za mbele za vifungashio. Kupitishwa kwa NPM ni hatua muhimu ya awali kwa sera nyingine za mazingira ya chakula, kwani kunatoa msingi wa matumizi ya madai ya lishe na afya, malengo ya kubadilisha muundo wa bidhaa, na kuweka viwango na vigezo vya afya vitakavyodhibiti utangazaji wa bidhaa kwa watoto.

2 Kubadilisha muundo wa bidhaa ili kuondoa virutubishi vinavyohofiwa: NMNAPII

inatambua muhimu wa kuwa na miongozo ya kubadilisha muundo wa bidhaa katika sekta ya viwanda. Mpango mpya wa NMNAPII unatoa fursa ya kuendeleza zaidi miongozo hii ya kubadilisha muundo, pamoja na sera ya kushirikisha kampuni katika utekelezaji wake.

• Kuboresha maudhui ya virutubishi vidogo katika vyakula vilivyosindikwa na kufungashwa huku kuepuka hali ya 'halos ya afya'.

- Ili kuzuia 'halos ya afya' ambapo kampuni kuimarisha vyakula visivyo na afya ili vionekane vyenye afya (kwa mfano, biskuti zilizotengenezwa kwa unga ulioimarishwa), sera za uimarishaji zinapaswa kujumuisha viwango maalum vya kikomo, kwa kutumia mfumo wa kutathmini wasifu wa virutubishi uliothibitishwa na serikali.

3 Sera za kifedha za kuhamasisha upatikanaji wa vyakula vyenye afya vinavyoweza kumudu.

- Rekebisha ushuru uliopo wa vinywaji vyenye sukari ili uwe unategemea kiwango cha maudhui ya sukari, na chunguza njia za kuanzisha mpango mpana zaidi wa hatua za kifedha ili kuongeza uwezo wa kumudu vyakula vyenye afya.

4 Kuzuia watoto wasifikwiwe na matangazo hatari

Sera za lazima zinazolinda watoto wote walio chini ya umri wa miaka 18 dhidi ya matangazo ya vyakula visivyo na afya, kupitia njia na mbinu zote za uuzaji, ni muhimu sana. WHO na Mfuko wa Kimataifa wa Watoto (UNICEF) yameweka viwango vinavyoheshimu mahitaji na udhaifu maalum wa watoto, ambavyo vinaweza kutumika kama mwongozo katika uundaji wa sera.

- Tanzania ina sera thabiti za kudhibiti matangazo ya vyakula vya watoto wachanga, lakini haina sera za kuzuia matangazo kwa watoto walio chini ya miaka 18. Ingawa NMNAPII inapendekeza kupitishwa kwa mfano wa WHO AFRO kudhibiti matangazo kwa watoto, hili bado halijatekelezwa.
- Serikali iko katika mchakato wa kuunda NPM ili kuongoza uwekaji wa alama za mbele za vifungashio (FOB), ambao pia unaweza kutumika kudhibiti matangazo kwa watoto.