

Business opportunity

In

Tanzania

By

ปรีชา ตรีสุวรรณ

Content

1. Executive Summary
 - 1.2 Highlight
 - 1.2 Objective
2. Company Summary
3. Products and Services
4. Market Analysis Summary
5. Economy stability and Political
6. SWOT
7. Target Group to meet
 - a. Target for Business sector
 - b. Target for Official sector
8. Product opportunity
9. Number of Local participants
 - a. Tanzania main land
 - b. Tanzania Zanzibar

1. Executive Summary and Highlight

สหสาธารณรัฐแทนซาเนีย หรือ United Republic of Tanzania เป็นประเทศหนึ่งในกลุ่มตลาดใหม่ที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนไทย โดยเฉพาะธุรกิจในกลุ่มเหมืองแร่ เนื่องจากแทนซาเนียมีแหล่งทรัพยากรแร่มากมาย เช่น Tanzanite เพชร ทองคำ เหล็ก กลุ่มแร่ทองคำขาว ดีบุก ทังสแตน รัตนชาติ ถ่านหิน

ประกอบกับรัฐบาลแทนซาเนียมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และโดยเฉพาะอุตสาหกรรมเหมืองแร่ ซึ่งปัจจุบันนักธุรกิจไทยได้เข้าไปเจาะตลาดซื้อขายแร่รัตนชาติในแทนซาเนีย และเริ่มมีการทำเหมืองพลอยบ้างแล้ว นอกจากทรัพยากรทางบกแล้ว แทนซาเนียยังมีทรัพยากรทางทะเล จำนวนมาก มีปลายอดนิยมของไทยคือปลาทู อยู่ในทะเล รัฐบาลแทนซาเนียยังสนใจให้ประมงไทยไปร่วมทุนในการร่วมการทำประมงแทนซาเนียด้วย

สหสาธารณรัฐแทนซาเนีย ประกอบด้วย 2 สาธารณรัฐ คือ แทนกานยิกา (Tanganyika) และ แซนซิบาร์ (Zanzibar)

สาธารณรัฐ Tanganyika (แทนกานยิกา) ตั้งอยู่บนชายฝั่งตะวันออกของทวีปแอฟริกา ติดกับมหาสมุทรอินเดีย ระหว่างประเทศเคนยาและโมแซมบิก

อาณาเขต

ทิศเหนือและตะวันออกติดต่อกับ Kenya, Uganda และ Victoria Lake

ทิศตะวันตกติดต่อกับ Rwanda, Burundi, DRC และ Tanganyika Lake

ทิศตะวันตกเฉียงใต้ติดต่อกับ Zambia Malawi และ Malawi Lake

ทิศใต้ติดต่อกับ Republic of Mozambique, Kilimanjaro ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในทวีปแอฟริกา

สาธารณรัฐแซนซิบาร์ (Zanzibar) ประกอบด้วยเกาะ Zanzibar และเกาะPemba อยู่ห่างจากชายฝั่งของแทนกานยิกา ประมาณ 40 กิโลเมตร ความยาวชายฝั่ง 1,424 กิโลเมตร

United Republic of Tanzania มีรัฐธรรมนูญว่า หากประธานาธิบดี มาจากแผ่นดินใหญ่ รองประธานาธิบดี จะต้องมาจาก Zanzibar และ Zanzibar ยังมีรัฐบาลท้องถิ่นปกครองตนเองเรียกว่า Revolution Government of Zanzibar

โดยส่วนตัวแล้วได้มีโอกาสสัมผัสมือกับท่าน ประธานาธิบดี Tanzania ขณะนี้พ้นตำแหน่งแล้ว เมื่อครั้งเดินทางร่วมกับอดีตนายกรัฐมนตรีของไทย เมื่อ ปี 2013 เพื่อทำการลงนาม

จัดตั้ง Thailand Tanzania Business Center กับ Counter part ฝ่าย Tanzania และในขณะนี้ได้รับตำแหน่งเป็น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร ประมง และ ทรัพยากรธรรมชาติ ของ Revolution Government of Zanzibar ในการจัดตั้ง ได้ใช้ชื่อว่า Tanzania Thailand Business Center โดยใช้ชื่อย่อว่า Tan Thai Trade Center โดยมีวัตถุประสงค์

- เพื่อการส่งเสริมการลงทุน การค้า และ การท่องเที่ยว
- เพื่อความร่วมมือกันในด้านเกษตร และ การศึกษา
- เพื่อความร่วมมือของภาคเอกชนทั้งสองประเทศ

นอกจากนี้ Zanzibar ยังได้ชื่อว่าเป็น Spicy Island เนื่องจากสมบูรณไปด้วยเครื่องเทศต่าง ๆ นานาชนิด และนอกจากนี้ยังสมบูรณไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังบริสุทธิ์ สวยงาม ขึ้นชื่อไปยังยุโรป และอเมริกา ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนจำนวนนับล้านคน แต่ยังคงขาดการบริการที่ดีอยู่เนื่องจากเคยตกอยู่ใต้การปกครองของอาหรับ

Tanzania แผ่นดินใหญ่ก็เช่นกัน ในขณะนี้เศรษฐกิจของ Tanzania ยังมีความเจริญเติบโตมากกว่าหลายประเทศในแถบแอฟริกาตะวันออกด้วยกัน พร้อมทั้งเพียบพร้อมไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยว อาทิเช่น Safari และ Kilimanjaro ที่ซึ่งชื่อไปทั่วโลก

การเมืองการปกครองและการปกครอง

แทนซาเนียปกครองในระบอบ สหสาธารณรัฐประชาธิปไตย (United Republic) มีประธานาธิบดีดำรงตำแหน่งประมุขแห่งรัฐ ผู้นำรัฐบาล และผู้บัญชาการทหารสูงสุดดำรงตำแหน่ง คราวละ 5 ปี ทั้งนี้ หากประธานาธิบดีมาจากแซนชิบาร์ รองประธานาธิบดีต้องมาจากแทนกานยิกา ในทางกลับกันหากประธานาธิบดีมาจากแทนกานยิกา รองประธานาธิบดีต้องมาจากแซนชิบาร์ ผู้นำฝ่ายค้านกับผู้นำฝ่ายรัฐบาลไม่มีปัญหาสามารถพูดคุยกันได้ในด้านกรบริหารและมีความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

ดีซึ่งต่างกับการเมืองของบางประเทศ แต่ในสภากาการเมืองก็คือการเมือง หากมีการ โคนล้มกันได้อาจจะทำ และในปี 2015 จะมีการเลือกตั้งทั่วไปอีกครั้งเนื่องจากครบ วาระ 5 ปี

ภาษา

ชาวแทนซาเนียใช้ภาษาอังกฤษ และ Swahili เป็นภาษาราชการและใช้กันทั่วไป

ศาสนา

ศาสนาคริสต์ 61.4 % อิสลาม 35.2 และ อื่น ๆ 3.4

ข้อมูลเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน

แทนซาเนียมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(GDP) ประมาณ 51.194 พันล้าน ดอลลาร์สหรัฐฯ (ค่าประมาณ ปี2559) มีรายได้ประชาชาติต่อหัวอยู่ที่ 3,296 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจราว 6.5% ส่วนใหญ่พึ่งพา รายได้จากภาคเกษตร มีสินค้าส่งออกที่สำคัญ คือ ทองคำ และผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ กาแฟ ผ้าย ชาน้ำชา ป่านไซซาล กานพลู เม็ดมะม่วงหิมพาน และยาสูบ โดยมีตลาด หลัก ได้แก่ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เยอรมัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนสินค้านำเข้า ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องกลและอุปกรณ์การขนส่ง วัตถุดิบ และน้ำมันดิบ โดยมีประเทศคู่ค้า คือ จีน แอฟริกาใต้ เคนยา อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ แอฟริกาใต้

ด้านความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและแทนซาเนียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าส่งออกของไทยที่สำคัญไปแทนซาเนีย ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก แบตเตอรี่และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์พลาสติก รถยนต์และส่วนประกอบ ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญของไทยจากแทนซาเนีย ได้แก่ ด้ายและเส้นใย สัตว์น้ำแช่ เย็น แช่แข็ง แปรรูป และกิ่งสำเร็จรูป เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ

นโยบายการส่งเสริมการลงทุน

แทนซาเนียมีนโยบายส่งเสริมการลงทุน (Investment Promotion Policy) โดยมีการกำหนดเป้าหมายหลัก ดังนี้ การระดมปัจจัยและการใช้ประโยชน์จากกำลังการ

ผลิตท้องถิ่น รวมไปถึงความร่วมมือกับประเทศพัฒนาแล้วและประเทศอุตสาหกรรมให้มากที่สุด

การส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการเพื่อพัฒนาภาคการส่งออกให้มีศักยภาพในการแข่งขัน การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจกรรมซึ่งมีผลโดยตรงกับประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพ และการเพิ่มของศักยภาพในการแข่งขัน การสร้างเสริมระบบกฎหมายที่โปร่งใส ซึ่งอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมและการปกป้องการลงทุนลดขั้นตอนยุ่งยากในการอนุญาตการลงทุน แก้ไขบทบาทของภาคเอกชนและเพิ่มบทบาทให้เป็นศูนย์กลางมากขึ้น

แทนซาเนียยังมีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการลงทุนแซนซิบาร์ (Zanzibar Investment Promotion Agency, ZIPA) สืบเนื่องจากการรุกของนโยบายพื้นฐานของความร่วมมือเสรีภาพทางเศรษฐกิจและการลงทุนของภาคเอกชนบนหมู่เกาะ (รวมทั้ง Unguja และ Pemba ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งกับ Zanzibar) ZIPA ได้ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2535 มีการกำหนดกรอบระเบียบด้านกฎหมายเพื่อส่งเสริมการลงทุนและการค้าขายบนเกาะ ลดขั้นตอนกฎระเบียบทางราชการและการจัดการคอร์รัปชัน และปรับปรุงสถานะแวดล้อมให้เป็นสวรรค์ของนักลงทุนบนหมู่เกาะให้มีความได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศทางธรรมชาติในการค้าขายเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคแอฟริกาทางทิศตะวันออก ตอนกลาง และทางทิศใต้ โดยเกาะตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งของมหาสมุทรอินเดีย ห่างจากแผ่นดินใหญ่ประมาณ 45 ไมล์ หมู่เกาะมีข้อได้เปรียบในตัวในธุรกิจอุตสาหกรรมส่งออกสำหรับตลาดในภูมิภาคและต่างประเทศ พลเมืองจำนวน 300 ล้านคน ของประชาคมแอฟริกาตะวันออก(EAC) และประชาคมแอฟริกาใต้ (SADC) ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดธุรกิจการค้าผ่านเมืองท่าเสรีของZanzibar นอกจากธุรกิจส่งออกและนำเข้าแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับวันที่จะมีศักยภาพเพิ่มขึ้นเนื่องจากธรรมชาติที่สวยงามของชายทะเลและเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ ดังนั้น จึงเป็นเป้าหมายหลักของรัฐบาลZanzibar ที่จะใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ของเกาะที่จะบรรลุถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยการส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การผลิต และการพาณิชย์

1.1 Highlight

สิทธิประโยชน์

สิทธิพิเศษสำหรับนักลงทุนตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมการลงทุนของแทนซาเนีย พ.ศ. 2540 และได้รับใบอนุญาตจาก TIC ที่ได้รับมีดังต่อไปนี้

การยอมรับการถือครองทรัพย์สินของเอกชน และปกป้องความเสี่ยงที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์ปัจจุบันแทนซาเนียเป็นสมาชิกของ World Bank Foreign Investment Insurance wing, Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA), International Center for Settlement of Investment Disputes (ICSID), ซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งในธนาคารโลก

สามารถใช้เงินทุน 100 % ในการคำนวณส่วนต่างและกำไรของกิจการ ลดภาษีศุลกากรนำเข้าของส่วนทุนที่ใช้ในโครงการ เสียภาษีนำเข้า 5 % สำหรับการลงทุนใน Priority Sectors และ 0 % ในการลงทุนใน Lead Sectors

นักลงทุนไทยที่ไปลงทุนใน Tanzania ในขณะนี้ได้แก่ CP เป็นรายใหญ่ส่วนรายเล็ก ๆ นั้นมีจำนวนมาก ที่ไปลงทุนรับซื้อ ขยาย ขุดเจาะ อัญมณี ต่าง ๆ และยังมีร้านอาหารไทยที่ขายดีจนไม่มีที่นั่งต้องขอร้องให้จัดโต๊ะพิเศษให้เมื่อเดินทางไปทดลองลิ้มรสอาหารไทย และอาหารทะเล ที่สดและแปลกไปจากสัตว์ทะเลในประเทศเล็กน้อยโดยเฉพาะ ปู ที่น่าสนใจคือมีคนไทยระดับปรมาจารย์ท่านหนึ่งเป็นชาวจังหวัดพิษณุโลก อำเภอ พรหมพิราม ซึ่งทุกคนที่เดินทางไป Tanzania จะต้องขอพบและคนไทยทุกคนใน Tanzania ให้ความเคารพเชื่อฟังอย่างที่สุด และท่านพร้อมที่จะสนับสนุนนักธุรกิจไทยทุกท่าน

1.2 Objectives

วัตถุประสงค์ของการ เดินทางไปประเทศ United Republic of Tanzania เพื่อการทำ Business matching และการจัดตั้ง Thailand Tanzania Business Consortium เพื่อเป็นการสานต่อกิจกรรมการ Business matching เพื่อให้ได้ประโยชน์ต่อเนื่องและทำกิจกรรมต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้

1. เพื่อเป็นการสานต่อจากการเดินทางไปร่วมงาน B2B

2. เพื่อการสนับสนุนให้ผู้ส่งออกและนำเข้าของสองประเทศได้มีโอกาสรับทราบข้อมูลทางการค้าและผลิตภัณฑ์
3. เพื่อสนับสนุนผู้นำเข้ารายย่อยไม่ต้องเดินทางมาซื้อสินค้าจากประเทศไทย ซึ่งเป็นเหตุให้มีต้นทุนสูงแต่สามารถสั่งซื้อและซื้อได้จาก TTBC
4. เพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างความมั่นใจในการเงินของผู้ส่งและนำเข้าทั้งสองประเทศ
5. เป็นการสร้างตลาดใหม่ทดแทนตลาดเก่าที่ต้องเสียไปให้กับคู่แข่งและมาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ
6. สามารถใช้เป็นฐานในการ Re-export ไปยังประเทศที่สามและประเทศอื่นในแถบแอฟริกาตะวันออก
7. เพื่อเป็นการเพิ่มยอดการค้าระหว่างไทย กับ แอฟริกา ให้มียอดการค้าสูงขึ้น
8. เพื่อการสร้างแหล่งแสดงสินค้าให้โลกใหม่ในแถบแอฟริกาตะวันออกได้รู้จักสินค้าไทยมากขึ้นและสามารถซื้อได้ทั้งปลีกและส่ง
9. เป็นการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของไทยให้ได้รับทราบเป็น One Stop Service ของไทยในต่างแดน

1.2 Keys to Success

การเดินทางไปทำกิจกรรม Business matching ครั้งนี้ไปทำการประสานงานกับนักธุรกิจในประเทศใกล้เคียงให้เข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ด้วย อาทิเช่น นักธุรกิจจากประเทศ Malawi, Zambia, Democratic Republic of Congo, Burundi, Rwanda และ South Sudan เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ไปพร้อมกันด้วย จึงทำให้การดำเนินการทำ Business matching ที่ต่างไปจากการกระทำของหน่วยงานอื่นที่เคยปฏิบัติมาก่อนหน้านี้ พร้อมทั้งเป็นการประหยัดเวลา ประหยัดงบประมาณ ในการเดินทาง

อนึ่ง Thailand Tanzania Business Center ซึ่งเป็นผู้ร่วมก่อการกับกรรมการบริหารและนักธุรกิจที่มีความคุ้นเคยกับประเทศ Tanzania และนักธุรกิจที่ร่วม จัดตั้งศูนย์ร่วมค้าไทย - แทนซาเนีย (Thailand Tanzania Business Consortium =TTBC) นี้เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในประเทศแทนซาเนีย เป็นเวลากว่า 10 ปี ได้รับการสนับสนุนจาก สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย (Thailand Exporter and Manufacturer Association=TEMA)

ร่วมมือกันตั้ง Thailand Tanzania Business Consortium ขึ้นในประเทศไทย เพื่อการสนับสนุนสินค้า จากโรงงานต่าง ๆ ซึ่งเป็น สมาชิก และผู้ประกอบการในทุกสาขาของไทย เพื่อส่งให้กับ TTBC ในประเทศแทนซาเนียโดยสนับสนุนและประสานงานด้าน การส่งสินค้า การชำระค่าสินค้า และการรวมตู้สินค้าให้กับผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าแบบ LCL เป็นการประหยัดค่าขนส่งเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้าไทยใน Tanzania และประเทศเพื่อนบ้านไปพร้อมกันด้วย

ผู้ร่วมกิจกรรมเป็นบุคคลที่ประกอบด้วยผู้ซึ่งมีประสบการณ์และวิสัยทัศน์ที่ดี สามารถจัดการจำหน่ายได้โดยเร็ว ด้วยชื่อเสียงพร้อมทั้งคุณภาพของสินค้าไทย ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวแทนซาเนียและประเทศแถบแอฟริกาตะวันออก รวมไปถึงประเทศในกลุ่ม EAC East Africa Community จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ Tanzania, Kenya, Uganda, Burundi, Rwanda และ South Sudan นอกจากนี้ยังมีสหภาพแอฟริกาตะวันออก (East Africa Union)

แนวทางในการจัดจำหน่ายสินค้านั้น TTC จะจำหน่ายทั้งปลีก และส่งให้กับ ผู้นำเข้า ทั้งรายเล็กและใหญ่ทั้งตลาดภายในประเทศและขยายออกไปสู่ตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีกำลังซื้อประมาณ 160,057,000 ล้านคน จากการดำเนินการขายตามช่องทางจำหน่ายที่วางไว้ ขึ้นต้นดังนี้

ช่องทางจำหน่าย

- 1.2.1 ตลาดภายในประเทศ Tanzania, Zanzibar และ Pemba
- 1.2.2 ตลาดภายนอกประเทศชั้นใน Kenya, Uganda, South Sudan, Zambia Burundi and Rwanda
- 1.2.3 ตลาดที่สามารถเชื่อมต่อได้ Zimbabwe, DRC and Angola
- 1.2.4 ตลาดต่าง ๆ ที่มีผู้สนใจแสดงเจตจำนงที่จะร่วมมือแล้ว

วิธีการจัดจำหน่าย

- จัดจำหน่ายทั้งปลีกให้กับ ประชาชนและผู้ดำเนินธุรกิจ SMEs
- จัดจำหน่ายให้กับผู้นำเข้าเพื่อการขายส่งให้กับตลาดจำหน่ายปลีก

- จัดนำหน่วย ให้กับผู้ดำเนินการค้าส่งรายใหญ่ และอื่น ๆ
- จัดจำหน่ายให้กับนักธุรกิจในแต่ละท้องถิ่นตามหัวเมืองต่าง ๆ ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองทางเศรษฐกิจ เช่น Dar es Salaam, Dodoma, Arusha

2. Thailand Trading Center Summary

TTC เป็นอีก องค์กรหนึ่ง ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตและส่งออก ขนาด SMEsของไทยให้มีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และเพื่อเป็นตลาดใหม่ ทดแทนตลาดเก่าที่มีการกีดกันทางการทั้งทางตรงและทางอ้อม

อนึ่งยังเป็นการสร้างผู้ส่งออกรายใหม่ โดยผู้ที่มีความเข้าใจลึกซึ้งกับตลาดใน แอฟริกาและให้ผู้ประกอบการรายใหม่ได้มีประสบการณ์สูงขึ้น ภายใต้การ สนับสนุนจาก Thailand – Tanzania Trading Business Consortium ที่จัดตั้งขึ้น จากความร่วมมือระหว่าง Thailand Tanzania Business Consortium กับ สมาคม ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย

TTBC ยังได้รับการสนับสนุนการจัดการหาสินค้าตามต้องการเพื่อส่งไปจัด จำหน่ายใน TTBC

TTBC มีผู้แสดงความจำนงในการร่วมธุรกิจไม่น้อยกว่า 4 ราย ในประเทศที่มีอาณา เขตใกล้เคียงและติดต่อกับ Tanzania อาทิเช่น Zambia, DRC Uganda และ Sudan ที่มีศักยภาพ ในด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ การร่วมธุรกิจกับผู้แสดงความสนใจนั้น จะต้องดูจากข้อเสนอดีที่สุดในทุกด้านและมีผลประโยชน์ที่ลงตัว

TTBC จะใช้หน่วยงานที่ประเทศแทนซาเนีย โครงการนำร่องและจะขยายออกไปสู่ภูมิภาคอื่นต่อไปหลังจากดำเนินการเป็นมาตรฐานแล้ว

2.1 Start-up Summary

TTC มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจร่วมกับนักธุรกิจในท้องถิ่นของแทนซาเนีย ที่มีศักยภาพ ด้วยการร่วมมือกัน ดำเนินการร่วมกันในด้าน

- การให้คำปรึกษา
- การบริหารจัดการ

- การตลาด โดยการจัดหาบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านภาษาประเทศ เพื่อนบ้านมาร่วมงานด้วยการดำเนินงานตามนโยบายของ TTC
- การฝึกอบรมและการตลาด ของสินค้าไทยเพื่อให้มีความรู้เข้าใจในสินค้าแต่ละชนิด รวมทั้งการบริการในแบบไทย

3. ประเภทสินค้าและบริการ

3.1 สินค้าที่มีความนิยมและได้รับความสนใจได้แก่ เสื้อผ้าผู้ชาย, ผู้หญิง, เด็กเล็ก, เด็กโต, ยีนส์, อาหารกึ่งสำเร็จรูป, อาหารกระป๋อง, ผลไม้กระป๋อง, ผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค, ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของท่านชายและหญิง, สินค้าอุตสาหกรรมได้แก่ เครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วน, รถยนต์มือสอง, ะไหล่รถยนต์, ยางรถยนต์, สินค้าIT ได้แก่ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน, อุปกรณ์ไฟฟ้าและชิ้นส่วน, อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอะไหล่, หลอดไฟฟ้า LED, LED TV, Renewable Energy และท่อเกี่ยว

3.2 ธุรกิจบริการ ร้านอาหารไทย นวดแผนไทย, การบริหารจัดการโรงแรม และ สปา

3.3 การลงทุนที่น่าสนใจ ได้แก่ Renewable Energy, การทำเหมืองแร่, สาธารณูปโภค, การประมง, การพัฒนาทางการพืชผล, ผลไม้ทางการเกษตรและปศุสัตว์ และการเลี้ยงสัตว์

4. Market Analysis Summary (Tanzania)

4.1 Tanzania profile

- Population: 55.572 min
- GDP: \$ 163.522 billion
- Telephones / Mobile-Cellular: 9.3mil
- Illiteracy: 18.2%
- Education Expenditure: 2.2% of GDP
- Unemployment Rate: N/A%
- Languages: Kiswahili or Swahili (official), Kiunguja (name for Swahili in Zanzibar), English (official, primary language of commerce, administration, and higher education), Arabic (widely spoken in Zanzibar), many local languages
- Religion: Christianity and Islam

4.2 East African Community

- Members: Tanzania, Kenya, Uganda, Burundi, Rwanda and South Sudan
- Populations 160,057,000 min
- GDP: \$ 439,039 Billion
- Per capita: \$ 2,600
- Area: 2,467,202 Km²

5. Economy and Political situation ความมั่นคงและการเมือง United Republic of Tanzania ไม่เคยมีปัญหาทิศทางด้านศาสนา ทั้งในแผ่นดินใหญ่และในเกาะต่าง ๆ

5.1 การทำงานอาจจะล่าช้าบ้างแต่ไม่มีปัญหา

5.2 สินค้าที่จะต้องจดทะเบียน ทั้งอาหาร อาหารเสริมและยารักษาโรค จำเป็นจะต้องจดทะเบียนกับ TFDA แต่ขั้นตอนและระยะเวลาใช้ไม่นานมากเช่นในยุโรป ค่าใช้จ่ายในการจดต่ำกว่าในยุโรปและเอเชีย

5.3 แทนซาเนียเป็นประเทศที่มีสภาพเศรษฐกิจดีพอสมควรหากเปรียบเทียบกับประเทศบางประเทศในแถบเดียวกัน

5.4 แทนซาเนียมีข้อตกลงกับประเทศสมาชิก EAC และ AU จึงเหมาะที่จะใช้เป็นฐานในการทำ Re-Export ไปยังประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล และสามารถใช้ประเทศ Tanzania เป็น Hub เพื่อ Re-export ไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่มีทางออกทะเล

5.5 TEMA หรือ สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย มีผู้ที่มีประสบการณ์ใน ด้าน Relation Connection Experience และ Political support ซึ่งเป็นจุดแข็งของการทำธุรกิจในทุกประเทศของแอฟริกา

6. SWOT Analysis

Strengths จุดแข็ง

- มีทางออกทะเลและมีท่าเรือ
- เป็น Hub ในการส่งออกต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่มีทางออกทะเล
- เป็นช่องทางในการ Re-export ไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้

- เป็นประเทศที่มีสภาพเศรษฐกิจที่มั่นคงกว่าประเทศอื่นข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร Barclay Bank
- เป็นประเทศที่นิยมสินค้าไทย และจำหน่ายสินค้าไทยอยู่แล้ว
- ไม่มีปัญหาด้านการเมืองและศาสนา

Weakness จุดอ่อน

- ระยะทางในการขนส่งไกลจากเอเชีย
- ภาษาใช้ภาษาอังกฤษและ Swahili เป็นภาษาราชการ
- ผู้ประกอบการทำงานล่าช้า(ช้าแต่ชัวร์)
- วัฒนธรรมแตกต่างกัน

Opportunities โอกาส

- ช่องทางในเพิ่มยอดการค้าทดแทนตลาดที่ถูกแย่งและถูกกีดกัน
- ช่องทางในการเป็นตลาดใหม่ทดแทนตลาดเก่า
- ช่องทางในการ Re-export
- ช่องทางในการเข้าสู่ประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล
- ช่องทางให้กับผู้ประกอบการได้มีโอกาสเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ

Threats อุปสรรค

- ข้อจำกัดได้แก่การสั่งซื้อต่อครั้งยังไม่มาก (แต่สามารถแก้ไขด้วยการจัดการทำ Consolidate ร่วมกันกับ TTC ประเทศไทย)
- ข้อจำกัดด้านการส่งสินค้า (สามารถแก้ไขได้ด้วยการดำเนินการของ TEMA ที่มีกิจการในการขนส่งอยู่แล้ว)
- ข้อจำกัดด้านการหาตลาด(แก้ไขได้ด้วยการดำเนินการของ TTC)
- ข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรม(TEMA มีผู้มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี)

7. กลุ่มเป้าหมาย ที่จะพบ

7.1 ของภาคเอกชน

- ผู้ประกอบการด้านการนำเข้าสินค้า ภายในประเทศ
- ผู้ประกอบการด้านการนำเข้าสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน

- ผู้ประกอบการค้าส่งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน
- ผู้ต้องการเข้าร่วมเป็นผู้ร่วมงานกับ สมาคมผู้ส่งออกและผู้ผลิตเพื่อจัดตั้ง
Thailand Tanzania Business Consortium

7.2 บุคคลและหน่วยงานที่จะเข้าพบของภาครัฐบาล

- H.E. Jakaya Kikwete Former president
- H.E. John Magufuli Minister of Industry and Trade
- Mr. Clifford Tandari Executive Director
Tanzania Investment Center

8. ประเภทสินค้าที่มีโอกาส

9.1 สินค้าอุตสาหกรรมได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ LED

9.2 สินค้าประเภทอาหาร อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุง เครื่องดื่ม

9.3 สินค้าด้านเครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าเด็ก เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ ยีนส์

9.4 อะไหล่รถยนต์ อุปกรณ์ที่ผลิตจากยางพารา

9.5 พลังงานทดแทน Solar system

9.6 ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร

9.9 ผลิตภัณฑ์ด้านการก่อสร้าง

9. จำนวนผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่จะเข้าร่วม

Tanzania main land

1. ผู้ประกอบการใน Tanzania แผ่นดินใหญ่ประกอบด้วย ผู้นำเข้าและผู้ประกอบการภายในประเทศ 200 ราย

2. ผู้นำเข้าและผู้ประกอบการจากประเทศเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ จาก Malawi Burundi 2 บริษัท Kenya 2 บริษัท Zambia 3 บริษัท Uganda 1 บริษัท และ DR Congo (Democratic Republic of Congo) 2 บริษัท

Tanzania Zanzibar

1. ผู้นำเข้าและผู้ประกอบการ 50-80 บริษัท

2. ผู้ประกอบการด้านพลังงาน 2 บริษัท และอสังหาริมทรัพย์ 3 บริษัท
