

İÇİNDEKİLER

Sıra	Tarih	Yayın	Başlık	Sayfa
1	26.01.2017	Dünya Ekonomi	BAKLİYAT SEKTÖRÜNDE	2

Tat Bakliyat, ikinci çeltik fabrikası ile üretim kapasitesini artırdı

Bakliyat sektöründe Tat markasıyla faaliyet gösteren ve sektörde en çok ürün çeşitliliğine sahip firmalar arasında yer alan Tat Bakliyat, yeni fabrika yatırımı ile çeltik kapasitesini ikiye katladı. Tat Bakliyat Genel Müdürü Tuba Memiş, 2016 yılında Edirne Uzun Köprü'de 16 milyon liralık yatırımla, ikinci çeltik fabrikalarını devreye aldıklarını açıkladı. Fabrikayı 18 bin metrekare alan üzerine kurduklarını belirten Memiş, burada saatte 10 ton kapasiteyle çalıştıklarını bildirdi. Fabrikayı 2016'nın son çeyreğinde devreye aldıklarını hatırlatan Memiş, "Edirne'de ürettiğimiz çeltiği Ege ve Marmara'ya göndermeyi hedefliyoruz. Şu an günlük 150 ton olan çeltik kapasitemiz bu yatırımla iki kat artmış oldu" dedi.



Bakliyat sektöründe paketli ürün üreten ilk firmalardan biri olduklarını anlatan Tuba Memiş, Mersin'de toplam 105 bin metrekare alanda kurulu tesislerinde faaliyet gösterdiklerini dile getirdi. Kırgızistan'da ise bakliyat eleme tesisi ve depolarının bulunduğunu ileten Memiş, halen fasulye, bulgur, pirinç, yeşil ve kırmızı mercimek, nohut, börülce, bakla ve popcornun ana ürünleri oluşturduğunu söyledi.

Yıllık ortalama 400 bin tonluk ürün işleme kapasitesi ile çalıştıklarını kaydeden Tuba Memiş, şöyle devam etti: "Türkiye'ye az tüketilen yada tüketilmeyen ürünleri de getiriyoruz. Özellikle siyah ve kırmızı fasulye bu bakımdan oldukça önemli. Türkiye pazarından ciro bakımından ilk üçte yer alıyoruz."

2016'da yaklaşık 505 milyon TL ciroya ulaştıkları bilgisini veren Tuba Memiş, söz konusu dönemde yüzde 24 büyüdüklerini kaydetti. Yurt genelinde 350 çalışan ve 55 bayi ile hizmet verdiklerini anlatan Memiş, ayrı-



ca 82 ülkeye, üretimin yaklaşık yüzde 60'ını ihraç ettiklerini dile getirdi.

İhracatta başlıca pazarlarını Ortadoğu ülkelerinin meydana getirdiğini ifade eden Tuba Memiş, bugün itibarıyla Irak, Suudi Arabistan, Lübnan, Ürdün Cezayir, Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa, İtalya, ABD, Azerbaycan, Malezya, Hindistan, Bangladeş, Suda'n çalıştıkları pazarlar arasında öne çık-

tığını bildirdi. Yeni dönemde ise Çin'i hedeflediklerini açıklayan Memiş, "Çin'de bakliyat çok tüketilmiyor ama zenginleşen bir ülke olduğu için tüketim alışkanlıkları değişiyor. Çinlilere bakliyat yedirmek istiyoruz" dedi. Azerbaycan, Irak, Almanya, ABD ve Lübnan'da ise bayilerinin bulunduğunu aktaran Memiş, Tat markasının yurtdışındaki bilinirliğini artırmak için farklı ülkelerde de bayilik vermek istediklerini anlattı.

"Stoklama kapasitemiz iki kat arttı"

Tuba Memiş, yaptıkları yatırımlarla stoklama kapasitelerini 63 bin tondan 120 bin tona çıkardıklarını dikkat çekti. Bünyelerindeki lojistik markası Tatlog ile kısa zamanda bölgenin en güçlü lojistik firmalarından biri olmayı başardıklarını dile getiren Memiş: "Toplamda 10 bin metrekarelik A tipi gümrüklü antrepolarımızın yanındaki 40 bin metrekarelik bir alana kurulu 13 bin 800 metrekare kapalı depo ile 5'er bin tonluk 8 tane ta-

hıl silosu yatırımlarımız da tamamlandı. Ayrıca lojistik sektöründe tam anlamıyla hizmet vermek için sektörün farklı unsurlarına da yatırım yapacağız" şeklinde konuştu.

Öte yandan, kalitede problem yaşanan başlıca sektörlerden birinin tarım olduğunu sözlerine ekleyen Tuba Memiş, "Biz de bu anlamda kaliteye önem veriyoruz. Pakete her zaman belli standartlarda ürünleri koyuyoruz. Çiftçiden kaliteli ürünleri almaya özen gösteriyoruz ve kendi işlediğimiz ürünlerde de belli kalite standardına ulaştık. Bu çizgimizden hiç vazgeçmiyoruz" şeklinde konuştu. Maliyet yükselse bile kaliteden taviz vermediklerinin altını çizen Memiş, "Bu hassasiyetimiz de bizim markalaşmamızı sağladı. Tüketici Tat paketli ürünleri güvenilir ürünler olduğu bilinciyle alıyor. Ayrıca paket tasarımlarımıza da özen gösteriyoruz. Tüketici talepleri doğrultusunda tasarımlarımızı zaman zaman değiştiriyoruz" dedi.