

# İÇİNDEKİLER

| Sıra | Tarih      | Yayın   | Başlık  | Sayfa |
|------|------------|---------|---|-------|
| 1    | 01.06.2017 | Capital | <a href="#">KAPASİTEYİ 2 KATINA ÇIKARACAĞIZ</a> | 2     |



AYÇE TARCAN AKSAKAL

aaksakal@capital.com.tr

# İS'TE

## “Kapasiteyi 2 katına çıkaracağız”

Mersinli Memişoğlu Grup'un sahibi olduğu **Tat Bakliyat**, Türkiye'nin en büyük 3 bakliyat üreticisinden biri. En büyük sanayi kuruluşları arasında 382'nci, en fazla ihracat yapan firmalar arasında ise 441'inci sırada yer alıyor. 2016'da ihracata odaklanan **Tat Bakliyat**'in ihracatı 100 milyon dolara, cirosu ise 504 milyon TL'ye ulaşmış durumda. **Memişoğlu Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Veysel Memiş**, 2017'de kapasiteyi 2 katına çıkarıp yüzde 30 büyümeye planladıklarını söylüyor. 2017 hedeflerinin mevcut kapasiteyi 2 katına çıkarmak olduğunu belirtiyor. İkinci kuşak Veysel Memiş Tat'ın yeni dönem stratejisini ise şöyle anlatıyor:

### “İHRACATA ODAKLANDIK”

“350 çalışmamız var, 82 ülkeye ihracat yapıyoruz. Ürünlerimizin yüzde 55'ini ihraç ediyoruz. 2016'da ihracata odaklandık. Bu sayede ihracatımızı yüzde 44 büyütürük 100 milyon dolara taşıdık. 2016'da Edirne Uzunköprü'de 16 milyon TL yatırımla 2'nci çeltik fabrikamızı açtık. Edirne ve Mersin'deki fabrikalarımızla günlük pirinç üretimimiz 300 tona ulaştı.

### “YÜZDE 30 BÜYÜYECEĞİZ”

Satışlarımızın ve pazar payımızın artmasından dolayı 2017'de fabrikalarımızın kapasitesini artırmayı planlıyoruz. Kimi mercimek ve bulgur fabrikamızın kapasitesini 2 katına çıkaracağız. Kapasite artışıyla bu yıl yüzde 30 büyümeyi hedefliyoruz.”

## İKİNCİ KUŞAK NASIL HAZIRLANDI?

### “İŞLETME OKUDUK”

Alle şirkettiyiz. Alledede ikinci kuşak genelde işletme ağırlıklı eğitim aldık. Yurt dışında okuduktan sonra aile şirketimize döndük. Bizim grupta iş verilmez alınır politikası var.

### “DENEYİM KAZANDIK”

“Şirkette tüm departmanlarda kısa süre çalışarak deneyim kazandık. Daha sonra da yeteneğimiz ve eğitimimiz doğrultusunda kendimize uygun bir departmanda göreve başladık.



## Uludağ'ın başarısının sırrı ne?

Türkiye'de aile şirketlerinin yüzde 80'inin 2'nci kuşağa geçmeden dağıldığı düşünülürse Uludağ İçecek, Türkiye'de 4'üncü kuşağın yönetiminde olduğu nadir şirketlerden biri. Bu nedenle 87 yıl önce kurulan bu şirketten alınacak önemli dersler var. Uludağ İçecek'in 4'üncü kuşağı ve başkan yardımcısı olan **Ömer Kızıl**, uzun yıllar büyüyerek ayakta kalmalarının sırrını şöyle anlattı:

### KÂRLI VE SAĞLIKLI BÜYÜMEK

“Bizim için en önemlisi kârlı ve sağlıklı büyümek. Ayrıca faaliyet gösterdiğimiz her kategoride en önemli hedefimiz 1'inci ya da 2'nci olmak. Bunu da başardık. Bugün olduğumuz her kategoride birinci ya da ikinciyiz.

### ÇİFT HANELİ BÜYÜME

Geçen yıl zor bir yıl olmasına rağmen çift haneli büyümeyi sürdürdük. Ciromuz yarı milyar TL'yi geçti. 2017'de de çift haneli büyümeyi planlıyoruz. Son 2 yılda çok büyük yatırımlar yaptık. Bu yıl yeni yatırım yok. 2017 bizim için kârlı büyüme yılı olacak.

# ANADOLU

Başkanın ajandasında ne var?

## “Teknolojiye odaklandık”

Tahıl anbarı olarak anılan Konya, sanayide yaptığı akılcı hamlelerle önemli üretim merkezlerinden biri oldu. “İhracatımızın yüzde 74’ü sanayi mamullerinden oluşuyor” diyen **Konya Sanayi Odası Başkanı Memiş Kütükcü**, başta makine olmak üzere otomotiv, gıda, döküm ve savunma sanayinde iddialı olduklarını söylüyor. Teknoloji üretimine odaklandıklarını anlatan Kütükcü, ajandasını şöyle paylaşıyor:

### INNOPARK DOLDU

“Konya’yı, bilgiye dayalı, daha yüksek katma değer üreten yeni bir döneme hazırlıyoruz. Bu hedefle organize sanayi bölgemizde tamamen üretim odaklı bir teknoloji gelişime bölgesi kurdük. 1,5 yıl firma kabulüne başlayan Innopark Konya Teknoloji Gelişime Bölgesi, yüzde 100 doluluğa ulaştı.

### “MENTORLUK YAPIYORUZ”

Burada sanayicilerimizin inovasyona dayalı büyümelerini sağlamak için eğitim, danışmanlık, mentorluk, tasarım, kümelenme, rekabet öncesi iş birliği hizmetleri veriyoruz. Hızla büyüyen bölgemizin teknoloji üretim kapasitesini artırmak için ilave yatırımlarımız da devam ediyor.

### “SAVUNMA YATIRIMI İSTİYORUZ”

Bu yıl, hedefimiz, sanayicilerimizin Konya OSB’deki yatırım yeri talebine hızla cevap verebilmek. Bölgemizin 7 milyon metrekareden oluşan 5’inci genişleme alanını bu yıl içinde tahsise açarak, sanayicilerimizin talebini karşılamayı hedefliyoruz. İkinci önceliğimiz ise savunma sanayinde. Hedefimiz, sektörde Konya’yı merkez şehirlerden biri haline getirerek, ana sanayi yatırımı çekmek.”



## 400 MİLYON EURO YATIRIM

### 569 FABRİKA

Konya Organize Sanayi Bölgesi son 5 yılda 400 milyon Euro uluslararası yatırım aldı. Konya OSB’de fabrika sayımız 569’a ulaştı.

### İHRACATTA 6’NCI SIRADA

Son 15 yılda ihracatımız 10,2 kat artarak, 2016’da 1 milyar 333 milyon dolara çıkardık. 2002’de 517 ihracatçı firmamız vardı. Son 15 yılda ise şehrimize bin 217 yeni ihracatçı firma kazandırdık. İhracatçı firma sayısında Türkiye’de 6’nci sıradayız.

### İhracat yüzde 3 geriledi

Değişim (2015/2016, %)  
-3



## 6 AYDA 250 BİN KULLANICIYA ULAŞTI

### PROJE TEKNOKENT’TE DOĞDU

Geçtiğimiz ocak ayında hayata geçen Turkkom KOBİ Kart, Anadolu’da hızla yaygınlaşıyor. Pamukkale Üniversitesi Teknokent’te doğan sistem, 6 ayda Anadolu’da 50’ nin üzerinde şehirde kullanılmaya başlandı. 250 bin kişi tarafından kullanılan sistemin kurucusu **Turkkom Yönetim Kurulu Başkanı Nurettin Sönmez**, KOBİ Kart’ın küçük esnafıya yönelik sadakat kartı olduğunu belirtiyor.

### KULLANICI SAYISI ARTIYOR

KOBİ Kart’ın esnaftan alışverişini destekleyerek Anadolu’daki KOBİ’lere cirolarını ve müşterilerini artırabilme olanağı verdiğini anlatan Sönmez, sisteme ilgili şu bilgileri veriyor: Son 1 ayda KOBİ Kart kullanılarak 1.026 kez alışveriş yapıldığını görüyoruz. Bu kullanımlarda, alışveriş başına ortalama 500 -1.000 TL arası bir rakam harcanyor. Üye iş yerlerinde dönemsel olarak müşterilerine yüzde 50’ye kadar indirim olanağı sağlayan KOBİ Kart, Anadolu’da 50’ nin üzerinde ilde kullanılıyor. KOBİ Kart yıl sonunda her ilde ve ilçede kullanılabilir hale gelecek.