

Tat Bakliyat, yeni hedef pazarı Çin ile ihracatı artırmak istiyor



BELMA BAĞRIK / MERSİN

Bakliyat üretim kapasitesi, çeşitliliği ve ihracatı bakımından sektörün önde gelen firmalarından biri olan **Tat Bakliyat**, Çin'e bakliyat ürünleri ihracatı yapmayı planlıyor. Ürünlerinin yüzde 45'ini 82 ülkeye ihraç ettikleri bilgisini veren **Tat Bakliyat** Genel Müdürü Tuba Memiş, geçen yılki ihracatlarının yaklaşık 70 milyon dolar olduğunu açıkladı. Bu yıl ihracatı yüzde 20 artırmak istediklerini söyleyen Memiş, "Başlıca ihracat pazarlarımız arasında Irak, Suudi Arabistan, Lübnan, Ürdün, Cezayir, Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa, ABD, Azerbaycan, Malezya, Hindistan, Bangladeş, Sudan gibi ülkeler yer alıyor. Hedef ülke ise Çin. Çin'de bakliyat çok tüketilmiyor ama zenginleşen bir ülke olduğu için tüketim alışkanlıkları değişiyor. Çinlilere bakliyat yedirmek istiyoruz" dedi.

Tat markasının yurtdışındaki bilinirliğini artırmak için farklı ülkelerde bayilik vermek istediklerini belirten Tuba Memiş, şu anda Azerbaycan, Irak, Almanya, ABD ve Lübnan'da bayiliklerinin bulunduğunu aktardı. **Tat Bakliyat** olarak İstanbul Sanayi Odası'nın (ISO) ilk 500, Fortune Türkiye'nin 500 ve TIM'in ilk 1000 ihracatçısı arasında yer aldıklarını bildiren Memiş, önümüzdeki dönemde ihracatta ilk 500 firma arasına girmeyi hedeflediklerinin altını çizdi. Türkiye'de hatırı sayılır bir pazar payına sahip olduklarına işaret eden Memiş, ciro bakımından sektörün ilk üç şirketi arasında yer aldıklarını kaydetti. Geçen yıl yaklaşık 450 milyon TL ciroya ulaştıkları

bilgisini veren Memiş, "Şu an 350 çalıştığımız var. Yıllık ortalama 400 bin ton işleme kapasitesiyle Türkiye'nin her bölgesine ürün gönderebilen ender firmalardan biriyiz. Türkiye genelinde 55 bayimiz bulunuyor" şeklinde konuştu.

Stoklama kapasitelerini iki katına çıkardı

Yaptıkları yeni yatırımlarla her sene düzenli olarak büyüdüklarını dile getiren Tuba Memiş, stoklama kapasitelerini bu yıl içinde gerçekleştirdikleri yatırımla 63 bin tondan 120 bin tona çıkardıkları bilgisini verdi. Bünyelerindeki lojistik markası Tatlog ile de kısa zamanda bölgenin güçlü lojistik firmalarından biri olmayı beklendiklerine dikkat çekti. Memiş, "Toplamda 10 bin metrekarelik A tipi gümrüklü antrepolarımızın yanı sıra 40 bin metrekarelik bir alana kurulu 13 bin 800 metrekareli kapalı depo ile her biri 5 bin tonluk sekiz tane tahıl silosu yatırımımızı da tamamladık. Ayrıca lojistik sektöründe tam anlamıyla hizmet vermek için sektörün farklı unsurlarına da yatırım yapacağız" diye konuştu.

"Sektörde farklı tatlarla ön plana çıkıyoruz"

Bakliyat sektöründe kapasite ve çeşitlilik bakımından Türkiye'nin önde gelen firmalar arasında yer aldıklarını vurgulayan Tuba Memiş, sektörde paketlenmiş ürün üreten ilk firma olduklarını ileri sürdü. Tat markasıyla yola çıktıklarını ve Mersin'de toplam 105 bin metrekare alanda kurulu tesislerde faaliyet gösterdiklerini anlatan Memiş, Kırgızistan'da ise bakliyat eleme tesisi ve depolama alanlarının bulunduğu bilgisini verdi. Fasulye, bulgur, pirinç, yeşil ve kırmızı mercimek, nohut, börülce, bakla ve pop corn'un ana ürünleri olduğunu açıklayan Memiş, ürün gamını sürekli genişletmeye yönelik çalışmalar yaptıklarını aktardı. Türkiye'ye az tüketilen yada tüketilmeyen ürünleri de getirdiklerini belirten Memiş, özellikle



Türkiye'de önemli bir pazar payına sahibiz. Ciro bakımından ise bakliyat sektörünün ilk üç şirketi arasında bulunuyoruz. Geçen yıl yaklaşık 450 milyon TL ciroya ulaştık.

le siyah ve kırmızı fasulyenin bu anlamda oldukça önemli olduğunu ifade etti. Ürün çeşitliliği bakımından sektörün önde gelen markalardan biri olduklarını vurgulayan Memiş, şunları kaydetti: "Tarım sektörü, kalitede problemlerin en çok yaşandığı sektörlerden biri. Biz de bu anlamda kaliteye çok önem veriyoruz. Pakete her zaman belli standartlarda ürünleri koyuyoruz. Çifti-den kaliteli ürünleri almaya özen gösteriyoruz ve kendi işlediğimiz ürünlerde de belli kalite standardına ulaştık. Bu çizgimizden vazgeçmiyoruz. Maliyet yükselse bile kaliteden taviz vermiyoruz. Bu hassasiyetimiz de bizim markalaşmamızı sağladı. Tüketici, Tat paketli ürünleri güvenilir ürünler olduğu bilinciyle alıyor. Ayrıca paket tasarımlarımız da özen gösteriyoruz. Tüketici talepleri doğrultusunda tasarımlarımızı zaman zaman değiştiriyoruz."