"BİLİME DAYALI DİJİTAL TARIM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DÜNYANIN GELECEĞİ İÇİN KRİTİK"

Sağlık, kalite ve lezzet odağında ürettiği ürünlerle yarım asırdan uzun bir süredir sofraların vazgeçilmezleri arasında yer alan Tat Gıda, dijital teknolojilere yaptığı yatırımları, tarımın sürdürülebilirliğini esas alan akıllı tarım odaklı projeleri, çiftçinin gelişmesine ve güçlenmesine katkıda bulunan çalışmalarıyla sektöre öncülük ediyor.

Çağın gereklerini, değişen ihtiyaç ve beklentileri öngörerek ürünlerini ve iş süreçlerini her zaman güncellediklerini belirten Tat Gıda Genel Müdürü Evren Albaş, "İlk günden bu yana yatırım yaptığımız tarımda dijitalleşme konusu önümüzdeki dönemde de stratejik önceliklerimizden biri olmaya devam edecek" diyor.

Tarımın geleceğine destek olmak ve Türkiye konserve sanayiinin küresel pazarda rekabetçiliğine katkı sunmak vizyonuyla çalışmalarını kesintisiz sürdüren Tat Gıda, tüketicilerin talep ve beklentileri doğrultusunda şekillendirdiği doğaya saygılı ürün portföyüyle kârlı ve sürdürülebilir bir büyüme hedefliyor. Nesiller boyu sahip olduğu bilgi birikimini ve deneyimini üreticilerin hizmetine sunan Tat Gıda'nın Genel Müdürü Evren Albaş ile maliyet, verimlilik, sürdürülebilirlik ekseninde imza attıkları çalışmaları konuştuk.

Tarımın sürdürülebilirliği, güvenilir gıdaya ulaşım, fiyat istikrarı ve enflasyon, gelişmiş ülkeler de dahil tüm dünyanın ortak sorunu. Tarımda küresel arzda da sıkıntılar yaşanıyor. Belirsizliklerin hâkim olduğu bu ortamda işinizin sürdürülebilirliği ve kârlılık adına süreçlerinizi nasıl yapılandırıyorsunuz? Sürece uyum sağlama ve hızla aksiyon alma konusunda hangi yetkinlikleriniz size yardımcı oluyor?
Özellikle son yıllarda yaşadığımız pandemi ve şiddetini günden güne daha fazla hissettiren iklim kriziyle birlikte, biz de gerek tüketici gerekse toplum nezdinde değişen ihtiyaçlar doğrultusunda önemli bir yenilenme ve kendimizi geleceğe hazırlama süreci yaşıyoruz. Yerli üretimin korunması ve güçlendirilmesi, her alanda sürdürülebilirlik bakış açısı ile ilerlemek son derece kritik başlıklar; bizim de üzerinde titizlikle çalıştığımız ana konularımız. Şirket olarak, tüm süreçlerimizde dijital dönüşüm en temel başlıklardan biri. Bu kapsamda sürdürülebilirlik odaklı üretim anlayışımız ve fabrikalarımızın dijitalleşme yolculuğunda öncelikle mevcut durum tespiti ve gelişim alanlarının belirlenmesi için bir çalışma yaptık. Bu doğrultuda, Smart Industry Readiness Index (SIRI) analizi ile gelişim fırsatlarımızı önceliklendirdik ve dijitalleşme yolculuğumuzun kutup yıldızı olarak Türkiye'de gıda sektöründe ilk "Lighthouse Üretim Tesisi" olma hedefini belirledik. Ayrıca yardımcı tesisler ve üretim sahasında operasyon izlenebilirliğini sağlayarak, özellikle enerji ve OEE yönetiminde performans artışı hedefliyoruz. Uçtan uca entegrasyonla proseslerin birbiriyle konuşmasını ve bütüncül bir yaklaşımla dijital platformlarda yönetilebilir olmasını planlıyoruz. İşletmelerimizde bu yıl öne çıkan projelerimiz:

• Artezyen kuyularını dijitalleştirerek su yönetimini dijital ortama taşıyoruz. Bu şekilde kullandığımız suyu en az enerji ile elde edecek şekilde optimizasyon modellerine sahip olacağız.

• Buhar üretimimizi dijitalleştirerek, optimum çalışma için kazanlarımızın verimini 7/24 izleyebilir hâle geleceğiz.

• Üretim hatlarımızda elektrik tüketimini izleyerek, doğru maliyetlendirme ve verimsizlik kaynaklarını tespit için baz bilgilere sahip olacağız.

Diğer taraftan, son iki yılda değişen tüketici ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda farklı ürün gruplarında üretim hattı ve kapasite yatırımları gerçekleştirdik. Tüketicinin hız ve pratiklik arayışı doğrultusunda son dönemde ciddi şekilde büyüyen hazır yemek kategorisinde mevcut ürün ailemizi yeni formatta tüketim imkânı veren ürünlerimizle genişletiyoruz. Aynı zamanda sağlıklı ve iyi beslenme motivasyonu ile beraber artan bitki bazlı beslenme trendine hâlihazırdaki birçok ürünümüzle karşılık verir durumdayız. Gerek domates ürünleri gerekse fonksiyonel fayda da sunan turşu kategorisinde kapasite artışını destekleyecek yatırımlar yaptık. Bununla beraber, tüm bu ürünleri sofralara taşıyabilmemiz için tarımın önemi tartışılmaz. Tarımda kaynak kullanımı ve karbon emisyonu verilerine baktığımızda, dünyada suyun yüzde 70'inin tarımsal amaçlı kullanıldığını görüyoruz; karbon salınımının yüzde 23,7'lik kısmı ise tarımsal faaliyetlerden geliyor. Hepimizi yakından ilgilendiren iklim kriziyle başa çıkmak, gübre, su ve kimyasal kullanımını azaltırken karbon ayak izini sıfırlamak için tarımda sürdürülebilirliğe yatırım yapmak önemli. Bu noktada, Tat olarak bizim de odaklandığımız bilime dayalı dijital tarımın kritik bir konu olduğunu düşünüyoruz.
Dijital tarım konusunda yıllardır yürüttüğümüz çalışmalar sayesinde, önemli tecrübeler biriktirdik. Tarım alanlarıyla üretim tesislerimiz arasındaki entegrasyonu artırarak, sözleşmeli tarım modelimizi yeni tarımsal ürünlerle genişleterek ve bize ürün üreten çiftçilerimize dijital tarım alanındaki bilgi birikimimizi sürekli aktararak tarımda sürdürülebilirlik adına öncü çalışmalara devam edeceğiz.

Hâlihazırda 40 ülkeye ihracat gerçekleştiriyorsunuz. Yurt dışı pazarlara açılırken hangi kriterleri göz önünde bulunduruyorsunuz? Yeni pazarlara girerken müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını nasıl ölçümleyip, planlarınıza ne ölçüde dahil ediyorsunuz?

Tat'ın yurt dışı pazarlardaki büyüme vizyonu, şirketimiz kurulurken rahmetli Vehbi Koç tarafından çok güzel ifade edilmiş. Vehbi Bey fabrikanın açılış konuşmasında, "Esas gayesi dış pazarlara dünya fiyatları üzerinde iyi kalite mal vererek döviz kazandırmak ve bu endüstri sahasında dış pazarlarda memleketimizin mamullerini en iyi şekilde tanıtmak" diyerek, yurt dışına ürün satışının öneminden bahsediyor. Tat Gıda'nın sürdürülebilir ve kârlı büyüme hedefleri içerisinde ihracatın rolü kurulduğumuz günden beri önemli bir yer tutuyor.

Tat Gıda olarak, bugün Japonya'dan ABD'ye kadar 40 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Odaklandığımız ihracat pazarlarına yaptığımız pazarlama yatırımlarıyla markalı satışlarımızı artırıyoruz. 2021 yılında ihracat gelirlerimiz dolar bazında bir önceki yıla göre yüzde 27 büyüyerek önemli bir gelişme gösterdi. Bu yılın ilk çeyreğinde ise geçtiğimiz yılın aynı dönem cirosuna oranla 2 kattan fazla büyüdü. İhracatımızın toplam satışlarımız içindeki payı 2021 toplamında yüzde 31 iken, ilk çeyrekte bu oran yüzde 46'ya yükseldi. Yurt dışı satış oranımızın önümüzdeki dönemde daha da artmasını hedefliyoruz. Mevcut ülkelere yaptığımız ihracatın yanında, yeni pazarlara girme konusunda da 2022 yılında kararlı bir şekilde çalışmaya devam ediyoruz. Bu süreçte dünyadaki ithalat-ihracat verileri, Türkiye'nin dış ticareti, ülkeler arası vergi ve düzenlemeler, ilgili kategorilerde ülkelerin pazar büyüklükleri, kişi başına düşen ürün tüketim miktarları, dağıtım kanalları ve rekabet gibi konularda incelemeler yapıyor, saha araştırmaları ile çalışmalarımızı detaylandırıyoruz. Tüketici tercihleri ve tüketim okazyonları doğrultusunda bu pazarlara sunacağımız ürünleri belirleyerek gerekli hazırlıkları gerçekleştiriyoruz. Önümüzdeki dönemde yurt dışı pazarlarda markalı büyümeyi hedefliyoruz.

Yurt içinde ve yurt dışında kaydettiğiniz istikrarlı başarıyı neye borçlu olduğunuzu düşünüyorsunuz?

Tat, 55 yıllık güçlü ve köklü bir marka. Kurulduğu günden bu yana tüketicimizi ilklerle buluşturmak, en doğal ve kaliteli ürünleri sofralara güvenle taşımak bütün çalışmalarımıza yol gösteren en önemli değerlerimiz. Diğer yandan sürekli öğrenen, dinamik bir şirketiz. Çağın gereklerini, değişen ihtiyaç ve beklentileri öngörerek ürünlerimizi ve iş süreçlerimizi her zaman güncelliyoruz. Bu çalışmaların neticesinde Türkiye'de içinde bulunduğumuz ana kategorilerde (salça, ketçap, mayonez) markalı olarak lideriz.
Gerek yurt içinde gerek yurt dışı pazarlarda bu anlayışımızın başarılarımızda önemli bir yeri olduğunu düşünüyorum.

Gıda sektöründe yarım asırdan uzun süredir faaliyet gösteren Türkiye'nin pazar lideri bir marka olarak tarımın geleceği için çiftçiye ne gibi destekler sağlıyorsunuz?
Tat Gıda olarak, kuruluşumuzdan bu yana domates tarımının geliştirilmesi, çiftçimizin güçlenmesi için çalışıyor, sözleşmeli tarımı ülkemize kazandırarak başladığımız uygulamalarımıza, tarımda dijitalleşme ve modern uygulamalara öncülük etmeye devam ediyoruz. 55 yıldır kesintisiz bir şekilde sürdürdüğümüz sözleşmeli tarım uygulamamız, çiftçi destek paketlerimiz, eğitimlerimiz, dijital tarım uygulamalarımız, mevsimlik tarım işçilerimiz için geliştirdiğimiz projeler ve çiftçilerimizin aileleri için yaptığımız çalışmalarla çiftçilerimizin her an yanındayız. Bu yıl sözleşmeli çiftçimizin mahsulüne verdiğimiz alım garantisinin yanında, yüzde 25-30 oranında ayni ve nakdi avans desteği sağlıyoruz. Tarımın sürdürülebilir olması adına hazırladığımız çiftçi destek paketi; tohum, fide, tarımsal gübre ve diğer sulama materyalleriyle beraber nakit avansı da kapsıyor.

Sözleşmeli çiftçilerimizin, şirketimizin değer yaratmada kullandığı finansal kaynaklardan faydalanmasını sağlamak ve finansal sürdürülebilirliklerini desteklemek amacıyla "Tarım Değer Zinciri"ni hayata geçirdik. Bu kapsamda; çiftçilerimizi, alacaklarının vadesini beklemeden, limit çalışmasına gerek duymadan, teminatsız ve piyasa şartlarına göre uygun koşullarda tarımsal finansman imkânına kavuşturduk. Bu yıl ise çiftçilerimize bir ilk olarak, tarımsal üretim girdi ihtiyaçlarını vade farksız ve hasat vadeli olarak temin etmek adına kullanabilecekleri Verimli Çiftçi Kredi Kartı'nı sunduk. Proje kapsamında 230 sözleşmeli çiftçimize 2022 sezonu boyunca 8 milyon TL seviyesinde finansman imkânı sunmayı planlıyoruz.

Diğer taraftan, son yıllarda daha belirgin şekilde hissedilen iklim krizi ve kuraklık nedeniyle, daha az kaynak kullanımı ile daha verimli üretimin önemi artmış durumda. Tat Gıda olarak gerçekleştirdiğimiz başarılı dijital tarım uygulamalarını ve iyi örnekleri üreticilerimizle paylaşarak, maliyet-verimlilik-sürdürülebilirlik ekseninde iyi sonuçlar almalarına katkıda bulunuyoruz. Genç ve dinamik ziraat ekibimizle, devamlı olarak sahada yeni projeler üzerinde çalışıyoruz. "Tat Lider Çiftçi" mobil uygulamasıyla da çiftçilere önceden bilgilendirmelerde bulunabiliyor, tarlalarının gelişimini ve bitki sağlığını uydu görüntüleri ile analiz edip ziraat mühendislerimizin yorum ve yönlendirmeleriyle birlikte ücretsiz bir şekilde bu uygulama üzerinden iletiyoruz.

Zamanın en önemli değer olduğu günümüzde hazır yemek sektörü de hâliyle yükselişte. Bu konuda gerçekleştirdiğiniz çalışmalardan ve tüketicilerle buluşturduğunuz yeni ürünlerden bahsedebilir misiniz?

Kurulduğumuz ilk günden bu yana tüketicisinin güvenini, sevgisini kazanmış, her eve girmeyi başarmış bir marka olmanın yüksek sorumluluğuyla en üst seviyedeki gıda güvenliği, kalite ve lezzet kriterlerimiz çerçevesinde ürünlerimizi büyük özenle hazırlıyoruz. Dinamik, yenilikçi ve trendlere öncülük eden marka kimliğimizle her fırsatta kendimizi geliştirerek yepyeni ürünlerle tüketicimizin karşısına çıkmaya devam ediyoruz.

Tüketicilerimizin gün geçtikçe artan hız, pratiklik, besleyici ve sağlıklı yemek arayışını dikkate alarak, Tat Hazır Tabak'ı kısa bir süre önce piyasaya sunduk. Bu ürün ailemizde, Tat titizliğiyle hazırlanmış, ev yapımı tadında geleneksel lezzetlerimiz ve Türkiye'de ilk olan hem sıcak hem soğuk tüketime uygun bowl ürünlerimiz bulunuyor. Geleneksel Türk mutfağının eşsiz lezzetlerini ve bowl ürünlerimizi inovatif ambalaj çözümümüzle, ısıtmaya ve tüketime hazır tabaklarda sunarak, bir kez daha herkesin bildiği ve güvendiği Tat kalitesinin altına imzamızı atmış olduk. Böylece lider olduğumuz hazır yemek kategorisinde kendi çıtamızı, "Tat Hazır Tabak" ile bambaşka bir noktaya taşıdık.

Faaliyet gösterdiğiniz sektöre her daim öncülük etmek gibi bir felsefeye sahipsiniz. Bu çerçeveden bakıldığında akıllı tarım uygulamaları ve tarımdaki mekanizasyona yönelik yatırımlarınızdan bahseder misiniz?

Tat Gıda olarak, domates tarımının geliştirilmesi, çiftçimizin güçlenmesi için çalışırken, sürdürülebilirliği odağımıza alarak tarımda dijitalleşme ve modern uygulamalara öncülük ediyoruz. "Tarım geleceğimizdir" farkındalığından hareketle, sürdürülebilirlik anlamında ilk günden bu yana yatırım yaptığımız tarımda dijitalleşme konusu son yıllarda stratejik önceliklerimizden biri hâline geldi.

Bu kapsamda; veri toplamadan yorumlamaya, mekanizasyondan uzaktan takibe yönelik farklı dijital çözümleri önce pilot projeleri ve devamında ise yaygınlaştırma projelerini hayata geçiriyoruz. Bu dijital teknolojileri kullanarak, tarla verileri ile ürün performansı arasında ilişki kurmaya yönelik teknolojik altyapı ve takip sistemi kurduk.

2021 yılında 2.500 dekarlık alanda kendi yaptığımız dijital tarım uygulamalarıyla ülkemizde 7-8 ton ortalama verime sahip domates hasadını 11 tona çıkararak dünya ortalamasının üzerine taşıdık.

Kritik bir diğer başlık olan su tüketimine yönelik yapılan çalışmalarla kendi tarlalarımızdaki su tüketimini yüzde 30 oranında azalttık.

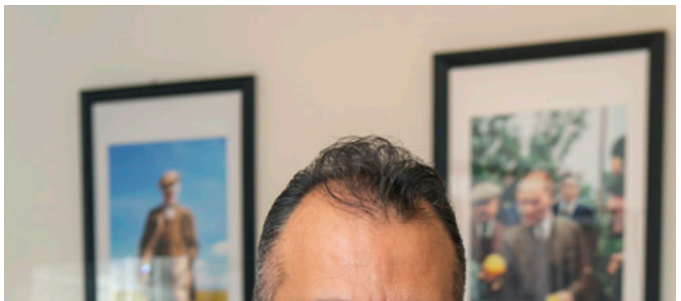
Sonraki hedefimiz ise birlikte çalıştığımız ve dijital tarım konusunda danışmanlık verdiğimiz çiftçilerimizin üretim yaptığı sahalarda bu teknolojilerin yaygınlaştırılması, bu sayede tarımsal verimin arttırılması ve daha bilinçli sulama ile su tüketiminin azaltılmasıdır.

Tarımda dijitalleşme çalışmalarımızı geliştirmek adına farklı gruplarla iş birliği gerçekleştiriyoruz. Tat Gıda olarak, Koç Holding - Microsoft iş birliğiyle başlatılan GrowthX Accelerator Programı'na katıldık. Program kapsamında tarım teknolojileri alanında faaliyet gösteren girişimlerle uzmanlık ve mentor desteği paylaşımları yaparak yeni iş birlikleri geliştirmeye yönelik buluşmalar gerçekleştiriyoruz. Aynı zamanda Kworks'ün düzenlediği KWORKS'22 Hızlandırma Programı'nın destekleyicileri arasındayız. Veriye dayalı tarım ve gıda teknolojileri odak alanlarındaki girişimlerle buluşarak, bu programa katılan girişimcilere 1 yıl süreyle destek olacağız.
Akıllı tarım uygulamaları ve tarımdaki mekanizasyona yönelik yatırımlarımız, 2022 için planlı yatırımlarımızla beraber son 3 yılda 25 milyon TL'ye ulaşacak. İlk günden bu yana yatırım yaptığımız tarımda dijitalleşme konusu önümüzdeki dönemde de stratejik önceliklerimizden biri olmaya devam edecek.

Döngüsel ekonomi tüm dünyanın odağında yer alan en önemli başlıklardan. Tat, atıkların katma değerli ürünlere dönüştürülmesi noktasında döngüsel ekonomiye ne gibi katkılar sağlamayı hedefliyor? Bu konuda hayata geçirdiğiniz/planladığınız projeleri bizimle paylaşır mısınız?
Sektörümüzün öncü ve lider firması olarak; çevreye, doğaya, paydaşlarımıza saygılı bir üretim anlayışıyla çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Tat Gıda olarak, tedarik zincirinin başından sonuna kadar tüm süreçte, her seviye çalışanımızın öneri ve katılımıyla atıkların yönetimini, enerji kullanımının ve sera gazı salımının azaltılmasını önemsiyoruz. İşletmelerde ve tesislerde atıklar meydana geldiği anda kaynağında oluşumunu önleyerek, azaltma yolunda bir politika uyguluyor ve geri dönüşümünü sağlayarak bu konuda etkin çalışmalar yürütüyoruz. Üretim tesislerinde imha sonucu meydana gelen atıklardan geri kazanım/enerji elde etmek için ise lisanslı firmalarla iş birliği gerçekleştirerek, enerji kullanımını ve sera gazı miktarını azaltıcı önlemler geliştiriyoruz. Geri dönüşüm sürecine girebilen ambalaj uygulamalarıyla daha etkin bir kaynak kullanımı ve çevreye duyarlı bir üretim anlayışı sergiliyoruz. Çevresel performansını sürekli geliştirme hedefiyle kurduğumuz "Sıfır Atık Yönetim Sistemi" ile döngüsel ekonomiye katkı sağlamaya devam ediyoruz. Uzun vadede hayata geçirmek üzere kendi atıklarımız ve çevredeki atıkları kullanarak biyo-enerji üretimi konusundaki projeler üzerinde çalışıyoruz.
WRI (World Resource Institute) tarafından başlatılan 10x20x30 projesinde gönüllü olarak yer alıyoruz. Atıkların katma değerli ürünlere dönüştürülmesine yönelik çalışmaları odağımıza dahil ederek döngüsel ekonomiye katkı sağlamayı hedefliyoruz.

2022 yılının ilk çeyreği Tat için nasıl geçti? Finansal verilerden yola çıkarak 2022 yıl sonu ve 2023 yılı için öngörülerinizi öğrenebilir miyiz?

2021 Tat Gıda için yurt içi ve yurt dışı satışlarımız ve yeni yatırımlarımız ile oldukça başarılı bir yıl oldu. Bu yılın ilk çeyrek sonuçlarına baktığımızda da başarılı büyümemizin katlanarak devam ettiği görülüyor. 2022 yılının ilk 3 ayında toplam 536 milyon TL ciro ile geçtiğimiz yılın ilk çeyreğine göre 2,5 kat büyüme gerçekleştirdik. Diğer taraftan bizim için stratejik öneme sahip yurt dışı pazarlardaki ciro oranımızı daha önce bahsettiğim gibi yüzde 46'ya taşıdık.



Tat Gıda olarak, önümüzdeki dönemde Türkiye'deki lider

konumumuzu geliştirirken yurt dışı satışlarımızdan elde ettiğimiz gelirleri artırmayı, tüketici beklentileri doğrultusunda sağlıklı ve doğaya saygılı ürünler geliştirerek kârlı ve sürdürülebilir büyümeyi hedefliyoruz.
2023'te bu anlayışla yenilikçi çalışmalarımıza devam edeceğiz. Bitkisel bazlı gıda ürünlerine olan güçlü pazar talebinin ileriye doğru daha da gelişmesine öncülük etmeyi hedefliyoruz.

Son olarak eklemek istedikleriniz nelerdir?

Yakın zamanda şirket çalışanlarımızın da katılımı ile varlık amacımızı belirlemek adına çok güzel bir çalışma gerçekleştirdiğimizi de bu vesileyle sizlerle paylaşmak isterim.
Kuruluşumuzdan bu yana taviz vermeden bugünlere taşıdığımız geleneğimiz, aynı zamanda en önemli değerlerimiz sağlıklı ve kaliteli gıda üretimi. Bu süreçte iş ortaklarımızı, çiftçilerimizi ve faaliyet gösterdiğimiz pazarları geliştirmeyi de kendimize ilke edinmiş bir şirketiz. Tüm bunları ortak değerimiz ve hedefimiz olarak belirleyerek, "Herkesi iyi ve sağlıklı gıdaya ulaştıracak dönüşüme öncülük etmek için varız" dedik. Bu amaç, beni ve birlikte çalıştığım tüm çalışma arkadaşlarımı çok heyecanlandırıyor.
Şu anda bu amacımızla iş sonuçlarımızı hizalamak adına inisiyatifler belirliyor, performans hedeflerimizle uyumlu hâle getirecek çalışmaları yürütüyoruz. İlerleyen dönemde şirket içi ve dışında iletişim çalışmaları yapmayı da planlıyoruz. Bu doğrultuda tüketicilerimiz tarafından gıda üretimi gibi temel ve yaşamsal bir alanda insana, topluma ve çevreye değer katarak yaptığı çalışmalarla örnek alınan bir marka olarak hatırlanmayı ve uzun vadede bu başarıyı global olarak büyüterek tüm dünyaya yaymayı hedefliyoruz.