

BİRAZ AMBALAJ BİRAZ LOJİSTİK



Abdullah ŞEN
APACK Kurucu ve Genel Müdür

DÜNYA PAZARINA GİRMENİN YOLU

AB uyum sürecinde gıda üretimi / ambalajı / işlemesi / taşınması / satışı ve tüketimi konularında oldukça bağlayıcı yeni yasalar hazırlandı son on yıl içinde. Avrupalı, “eğer bizden biri olacaksanız bizim yaşam modelimize uyum sağlamanız gerekir” diye bir takım dayatmalarda bulunuyor. Sağlık koşullarını öngörerek seyyar satışın önüne geçilmesi çalışmaları da bunlardan bir tanesi. Anlaşılan **Batı Pazarında Oyuncu Olabilmek** için oyunu kurallarıyla oynamamız gerekecek.

DÖNÜŞEN ALIŞKANLIKLAR

Artık alıştığımız görüntülerden ve kolaycılık anlayışımızdan vazgeçmek zorunda kalacağız. Bunlardan bir kısmı ayrılırken üzüleceğimiz tarzda olsa da büyük bölümü çağdaş gıda tüketimi için vazgeçilmez unsurlar durumunda. Sokak simitçisi, balıkçı, kokoreççi, tatlıcı, pilavcı, bozacı, pamuk şekerci vb. pek çok geleneksel görüntümüze veda edeceğiz. Ama yazın sıcaklığında açıkta balık satan seyyar balıkçılardan; buzdolabı olmayan kasaplardan; güğümle süt dağıtan sütçüden de kurtulacağız. Muhtemelen yakın zamanda semt pazarları da tarihin yapraklarında yerini alacak.

Yaşam modelimize uyarlanan market zincirleri, “manav tezgahı” görüntüsünü modernleştirerek kullanımımıza sunsa da, otomatik tartı sistemleri ile başlayan dönüşüm, bundan 20 yıl önce Almanya marketlerinde gördüğümüz tek tek streçlenmiş ve etiketlenmiş elma satışı yönüne doğru hızla ilerliyor. Domatesi elleyerek; maydonozu silkeleyerek, limonu mıcıklayarak filemize doldurmayı unutacağız.

Unutuyoruz da yavaş yavaş. Özellikle büyük şehirlerde alışverişin büyük bir oranı artık devasa marketlerde gerçekleşiyor. Raflarda sergilenen gıda ürünlerinin hemen hemen hepsi ürüne uygun ambalajlarda satışa sunuluyor. Son tüketici mutfağına girip paketi açtığı anda, üretim alanından mutfak masasına kadar kimsenin eli değmemiş, ortam kirlenmesine maruz kalmamış bir ürünü gönül rahatlığıyla tüketiyor. Bu ürünlerin bir kısmı pişirilmeye ve ısıtıldığında servis edilmeye hazır halde sunuluyor. Henüz pek çoğumuzun evinde mutfakta keyifle yemek yapan bir “anne” mevcut ancak önümüzdeki on yıl içinde mutfakta geçirecek zamanı olan herhangi bir aile bireyi kalmayacak.

ÜRETİM ALANLARINDAN TÜKETİM ALANLARINA

Son tüketiciye sunulan ambalajlı ürünler farklı alanlarda da gıda sektörünün hizmetine girdi. Ana üretim alanlarından, bireysel tüketim alanlarına gönderilen toplu malzemeler de ambalajın nimetlerinden yararlanıyor. Dış etkilerden korunan gıda malzemeleri daha steril, daha dayanıklı, daha taze olarak dağıtım merkezlerine ulaşıyor. Yemek Fabrikaları, belli bir reçeteyi uygulayan Restaurant Zincirleri, Catering Firmaları da ambalaj ve logistik çözümlerinden sonuna kadar yararlanıyor. Yasalar da giderek bütün sektörü bu noktalara doğru zorluyor.

Ancak gerek bireysel tüketici için olsun, gerekse firmaların kullandığı büyük boyutlu bulk ambalajlar olsun, gıda ürünlerinin üretiminden tüketimine kadar her aşaması büyük riskler taşımaktadır. Dış etkilerden çabuk etkilenen gıda ürünleri, dışardan hemen algılanmayan patojenik organizmaların gelişmesiyle mikrobiyal bozulmalara çok açıktır. Dolayısıyla her gıda ürünü, kendi niteliğine bağlı olarak farklı koşullarda üretilir, işlenir, ambalajlanır, etiketlenir, taşınır ve dağıtılır.

BİLGİLİ YATIRIMCI – EĞİTİMLİ ÜRETİCİ

Bu nedenle yatırımcı ve üreticinin doğru bilgilere sahip olması ve doğru paydaşlarla çalışması projelerin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır.

Bütün bu aşamaların kilit noktası **ambalaj** kısmıdır. Doğru tekniklerle, doğru yöntemlerle, doğru malzemelerle ambalajı yapılmayan gıda ürünü, açıkta taşınmışcasına tehlikelere ve olası risklere açıktır.

Kapalı sistemlerde üretilen gıdanın besin içeriği yüksek kalır. Aromalar daha güçlü hissedilir, daha az baharat ve tuza ihtiyaç kalır. Lezzet arttırıcı katkı maddelerine, ek kimyasallara gerek kalmaz. Hatta raf ömrünü uzatan katkı maddelerine bile ihtiyaç duyulmaz. Suda çözünen mineraller pişme suyuna geçtiği için, klasik yöntemlerle pişirilen yemeklere oranla mineral içeriği daha zengin olur. Yüksek oranda vitamin ürün içerisinde kalır. Reçete bazlı olduğu için de ürünler standart kalitede üretilir. Kapalı sistemlerde, mikrobiyal bozulma oldukça yavaşlatıldığı için ürün kayıpları, tüketiciye ulaşan sağlık risklerinden de uzaklaşmış olur.

GÜNCEL TEKNOLOJİYE SAHİP OLMAK

Gıda Ambalajı konusunda batı ülkelerinden hiç de geri değiliz. Gerek makine parkı gerekse ambalaj malzemeleri teknolojileri dünyanın gelişmiş ülkelerinde olduğu gibi bizde de üretiliyor ve hatta dünya pazarlarına satılıyor.

Özellikle son birkaç yıldaki dünyasal etkilerden dolayı devlet yönetimleri, ticaret biçimleri, yaşam modelimiz başka bir evreye geçti. Neredeyse dünya üzerindeki bütün pazarların birleştiği bir rekabet ortamındayız.

FARKLI OLAN KAZANACAK

Bu rekabet ortamında kaliteli, değişik, farklı ve yeni olan kazanacak. Geleneksel ticaret anlayışının yerlebir olduğu süreçten geçiyoruz.

Ve biz dünya pazarlarına sunabileceğimiz pek çok farklılığa sahibiz. Batının mekanize olmuş ve standartlaşmış düzenine el atabilecek dinamiklere ve enerjiye sahibiz.

Beslenme açısından baktığımızda, muhteşem güzellikte bir mutfak geleneğimiz var. Bu lezzetleri dünya pazarına sunabilmenin yolu, bu hazineyi **“doğru” ambalajlamaktan ve lojistik organizasyonundan** geçiyor. Dünya marketlerindeki ürünlere bakınca işimizin hiç de kolay olmadığı görülüyor. Çok şık, çok fonksiyonel, hijyenik ve sağlıklı milyonlarca gıda ürünü Avrupa raflarını süslüyor. O rafta yer alabilmek için dünya standartlarında üretim yapacak yöntemler ve bilgili kadrolarla o rekabete girebiliriz.

Avrupa ülkelerinin başını çektiği ambalajlı ürün pazarlama mantığı ve sistematik yaklaşımı gerçekten de bizi yepyeni ekip çalışmalarının içine çekecek ve bölgesel gücümüzü ortaya koyacaktır.

Müşterimiz olun veya olmayın ziyaretinizi bekleriz.

Çayımız her zaman sıcak, kahvemizin hatırı dillere destandır.