

## MARKET RAFLARI NEREYE GİDİYOR



Abdullah ŞEN  
APACK Kurucu ve Genel Müdür

Bugün ekonomi gazetelerinden birinde çıkan makaleyi gözüme çarptı, marketlerin düşük fiyatta ürün bulmakta zorluk çektiklerinden söz ediyordu. Marketlerin raflardaki ürün sayısını azaltmaya giderek bu soruna çözüm aradıklarını değerlendirmesi yapılmıştı.

Hammaddeye ulaşımın zor ve pahalı olduğu şu günlerde, elimizdeki ürünü **daha uzun süre rafta tutabilmemiz** gerekiyor.

Bunun çözümü de **Doğru Ambalaj'** dan geçiyor.

Ülkemizdeki üretici-market anlaşmalarında genel eğilim, market rafındaki ürünün bütün ticari yükümlülüğünü üreticiye yüklemekte. Ürün herhangi bir nedenle açıldığında, raftan düşüp kullanılmaz hale geldiğinde, mağaza müşterileri tarafından kasa öncesi hasar gördüğünde, raf ömrünün içinde veya sonunda bozulduğunda bütün ticari zarar üretici/temin edici firmaya fatura ediliyor. Doğal olarak markete ürün veren firma, ambalajının dirençli olmasına özen gösteriyor, daha **kaliteli ambalaj makineleri** ve **daha doğru ambalaj yöntemlerine** yöneliyor.



Bütün bunlara rağmen büyük market zincirlerin sadece raf kirasıyla karlılığını arttırmaları zor gözüküyor. Bu nedenle günümüz marketleri artık sadece al-satçılık ile yetinmiyor. Kendi katma değerli ürününü kendisi hazırlıyor. Bunun örneklerini büyük market zincirlerinde gözlemliyoruz.

Marketler, üretici firmalardan paketlenmiş et ürünleri aldıkları gibi, karkas eti kendisi porsiyonlayıp günlük olarak da raflara yerleştiriyorlar. Et ürünlerinde makineleşmeyi bir ölçüde gerçekleştiren market zincirleri, aynı hassasiyeti diğer ürünlerde pek göstermiyor. Şarküteri reyonlarında peynir, salam-sosis, meze çeşitlerini günlük olarak porsiyonlanarak satılıyor ama korumasız ambalaj yöntemleriyle. Aynı durum hamur ürünlerinde de söz konusu.

Halbuki benzer maliyetlere ürünler raf ömrü kazandırılarak paketlenabilir. Bu seçimde yerli müşterinin hala açık ürünlerle tazeliği eşleştirdiği algı hatasının etkisi var sanırım.

Açıksası bazı market zincirleri ürünü rafta daha uzun tutabilmek için çağdaş ambalaj teknolojileri kullanırken, bazıları hala köpük tabak üzerine streç film ile porsiyonlama yapıyor. Bu ürünlerin de +4 derecede raf ömürleri pek de uzun değil bildiğiniz gibi. Hijyen durumu ise şüpheli. Kim hangi koşullarda hazırladı, kıymanın içeriği nedir, dilimlenen pastırma-sucuk-sosis hangi markanın ürünü, peynir hangi tenekeden çıkarıldı, hangi bıçakla kesildi, o vitrine hangi koşullarda ulaştı, bunun raf ömrü ne kadardır ne bilgi ne belge var. Sadece bir gramaj ve fiyat etiketi o kadar.

Market içlerinde porsiyonlanarak satılan bu tip ürünlerin reyonlarda ne kadarlık bir raf ömrüyle durdukları ise meçhul. Günlük sirkülasyonda gözden kaçan bozuk bir ürünü sattığınızda markanızın üzerine düşen gölgeyi temizlemek hiç de kolay olmayacaktır.

Burada market işletmeciliğine büyük bir sorumluluk düşüyor. Ya kendileri bu yükümlülükten sıyrılıp tamamen dışardan ürün tedarik edecekler; ya da toptan aldıkları ürünleri market içindeki hijyenik ortamlarda porsiyonlayıp paketleyerek karlılık oranlarını arttırmaya çalışacaklar.

Ürünleri doğru bir şekilde paketlemek buradaki kilit taşı konumunda.

Son 10 yıldır, marketçilik konusunda bizden daha ileride olan avrupa dünyasını gözlemliyoruz, onlarla iş yapıyoruz, eğilimleri değerlendiriyoruz. Yukarıda sözünü ettiğimiz “market içi katma değerli ürün hazırlama” konusunda epeyce yol almışlar. Özellikle büyük market zincirleri, kimi reyon içinde, kimi depolama alanında hazırlanan mini üretim alanlarında günlük taze ürünleri ambalajlayarak raflarına yerleştiriyorlar. Örneğin İsveç’teki bir market zincirlerine verdiğimiz tam otomatik mini makinemiz oldukça verimli bir çalışma dönemi geçirdi. Ülkemizdeki market zincirlerinde de reyon arkası çalışan makinelerimiz mevcut. Burada üretilen katma değerli / porsiyonlanmış ürünler doğru bir sunum biçimi olduğu için müşterinin güvenle tüketmesini sağlıyor ve ürünlere MAP\*\* ile raf ömrü sağlayarak hem markete hem de dolayısıyla genel ekonomiye katkıda bulunmuş oluyor.

Marketteki gıda rafları özür kabul etmez.

\*\*MAP (Modifiye Atmosfer Ambalajı), ambalaj içindeki havanın, gıdanın raf ömrünü uzatıcı formülde hazırlanması ve dış ortama bağının tamamen kopartılması yöntemidir. APACK makineleri MAP ambalaj tekniğine sahip yarı otomatik veya tam otomatik sistemlerdir. Üretim kapasitenizin miktarına göre ister yarı otomatik, isterseniz tam otomatik mini sistemleri tercih edebilirsiniz. Uzun vadede hem marka değerimize değer katmış olursunuz hem de karlılık oranlarınızı arttırabilirsiniz.