



Burger King, Türkiye'deki 20. yılında 600'den fazla restoraniyle büyümesini sürdürüyor!

70 ilde 600'den fazla restorani ve 15 bin çalışanı ile Burger King, Türkiye'deki 20. yılını kutluyor. Türkiye'deki büyüme başarısı Türkiye sınırlarını aşarak 2012 yılı itibariyle Çin'de büyümeye başlayan Burger King, bu ülkede de 500 restorana ulaştı.

Türkiye'de 1995 yılından bu yana TAB Gıda bünyesinde faaliyet gösteren Burger King, 20. yılını kutluyor. 70 ilde 600'den fazla restorani ve 15 bin çalışanı ile her geçen yıl büyümeye devam eden Burger King'in Türkiye'deki 20. yılına özel bir davet gerçekleştirildi. TAB Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Erhan Kurdoğlu, TAB Gıda Genel Müdürü Caner Dikici ve TAB Gıda Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Seçil Kurdoğlu'nun katıldığı toplantıda, markanın Türkiye'deki büyüme başarısı ve bu başarının globale taşınmasındaki kilometre taşları anlatılarak, gelecek döneme ilişkin yatırım ve hedefler anlatıldı.

Kurdoğlu: "800 milyon dolar yatırımla restoran sayımızı 3 bine çıkaracağız"

Toplantıda konuşma yapan TAB Gıda Yönetim Kurulu Başkanı Erhan Kurdoğlu, 20 yıl önce 65 milyon dolar sermaye ile Burger King'in master franchise'ı olduklarını ve rakiplerinden çok geride işe başladıklarını anlatarak, "Hiç bilmediğimiz bir sektöre adım attık ama hedefimizde hep büyüme vardı. İş sıfırdan öğrendik. Her yıl yüzde 30 büyüme hedefimiz doğrultusunda yaptığımız yatırımlarla çok hızlı büyüdük. Bu başarı globalinde dikkatini çekti ve Türkiye'de gerçekleştirdiğimiz bu başarılı operasyon modelini Çin'e ihraç ettik. Son 10 yılda tüm markalarımızda restoran sayımızı Çin operasyonumuzla beraber 100'den 1500'e çıkardık. Hammaddemizin yüzde 95'ini yurtdışından alırken, bugün yaptığımız yatırımlarla, hammaddemizin yüzde 98'ini yurtiçinde tedarik etmeye başladık" dedi.

"Restoranlarımızla ekonomiye olan katkımız, istihdama olan katkımızı da arttırdı" diye belirten Kurdoğlu, "Sadece Burger King'de 15.000, TAB Gıda genelinde 18.000 kişiye iş imkanı sağlıyoruz. Tüm grup şirketleri ve üretici yatırımcılarımız ile Türkiye genelinde 25.000 kişiye

istihdam sağlıyoruz. 2019 yılına kadar yaklaşık 800 milyon dolar yatırım yaparak, Çin ve Türkiye'deki restoran sayımızı 3 bine çıkarmayı hedefliyoruz. Yatırım ve büyümemiz ile Türkiye'de sağladığımız istihdamın da 40-45 bin kişiye çıkmasını bekliyoruz" dedi. Kurdoğlu, sözlerine şöyle devam etti:

"Restoranlarımız ile ekonomiye yaptığımız katkının yanı sıra diğer alanlardaki yatırımlarımız da yadsınamaz. Tedarikçilerimizin kalite standartları da birlikte yapmış olduğumuz başarılı çalışmalar ile dünya standartlarına ulaştı. Teknolojik alt yapıları ileri seviyeye geldi ve yurtdışı rekabette önemli atılımlar gerçekleştirdiler. Tüm bu yatırımlar ile birlikte bir sonraki büyüme hedefimizin bir ayağı da franchise'lar olacak. Çin ve Türkiye'de yaklaşık 300 olan franchise sayımızı 1.200'e çıkarmayı hedefliyoruz."

Kurdoğlu, gıda sektörüne sadece bir markayla değil 5 markayla girmelerinin kendilerine büyük bir açılım sağladığına da değinerek, üretim yatırımları ile pazarda hareket kabiliyetlerini arttırdıklarını söyledi. Yılda 300 milyon kişiye hizmet verdiklerini anlatan Kurdoğlu, "Bugün gelinen noktada bir foodcourt'ta TAB Gıda markaları mutlaka olmalı diye düşünülüyor, bu önemli bir başarı. Bu nedenle sektöre karşı olan sorumluluğumuz çok daha fazla, kendimizi geliştirmek zorundayız. Çin ve Türkiye'de yılda ortalama 400 restoran açabilecek yeteneğe sahibiz. Süren yatırımlarımız ve her gün artan iş hacmimiz ile önümüzdeki dönemde de ülke ekonomisi için kazanç sağlamaya devam edeceğiz" diye konuştu.

Dikici: "2016'da 300 milyon ziyaretçiye ulaşacağız"

Toplantıda kapsamlı bir sunum yapan ve Burger King'in Türkiye'deki serüvenini anlatan TAB Gıda Genel Müdürü Caner Dikici, Türkiye'de 70 ilde 604 restoranla faaliyetlerini sürdürdüklerini belirterek, "Çin'de restoran sayımız 500 oldu. Türkiye ile birlikte toplam Burger King restoran sayımız 1.100'e çıkıyor" dedi. Dikici, TAB Gıda olarak Burger King, Popeyes, Sbarro, Arby's ve Usta Dönerci markalarıyla birlikte toplam restoran sayılarının ise 1.500 olduğunu söyledi.

TAB Gıda olarak yeni ürün geliştirmeye ayrı bir önem verdiklerini belirten Dikici, birçok ürünün dünyadaki Burger King restoranlarında olmadığı halde Türkiye'de geliştirildiğini ve Türkiye'deki Burger King restoranlarında satıldığını belirterek, "Hatta daha önceleri dünyada satışı olmayan ve bizim tarafımızdan geliştirilen Big King ve King Chicken, globalde birçok ülkede satışa çıkarıldı. Son olarak tüketici istekleri doğrultusunda iyileştirilen patateslerimiz ise son yıllarda yapmış olduğumuz en önemli inovatif girişimdir" dedi.

Burger King'in başarısında rol oynayan en önemli faktörlerin cesaret ve girişimcilik olduğuna değinen Dikici, patates kampanyasının tam bir cesaret örneği olduğunu söyledi. Dikici, "Geçen yıl ziyaretçilerimize en çok neyimizi beğenmiyorsunuz diye sorduk. Cevap patatesti. Yaklaşık 50 milyon dolar yatırımla Afyon'da patates fabrikası kurduk. Üretimini yaptırdığımız çiftçilerimizi sürekli eğitimlerle destekliyor, Türkiye'de beyaz patates üretimi yapılmadığı için kendi tohumumuzu çiftçilere vererek hasatlarını alıyoruz. Burada çiftçi sermayesini bağlamadan üretim yaptığı için hem satın alma garantisi hem de maddi anlamda avantaj sağlıyor. Böylece riskimizi minimize ederken, ülke ekonomisine de katkı sağlıyoruz. Ayrıca kalite ve fiyat avantajımızı da garantiliyoruz" dedi.

İş modellerini dikey entegrasyona kaydırarak, pazarda hareket kabiliyetlerini arttırdıklarının altını çizen Dikici, salata, ekmek ve patates fabrikası yatırımlarının ardından şimdi et fabrikası yatırımına başladıklarını söyledi. Dikici, TAB Gıda olarak, ihtiyaçları olan hammaddeyi kendilerinin ürettiğini ve bu üretim yatırımlarının gelecek dönemde büyümeyi etkileyebilecek engelleri ortadan kaldırmak için stratejik bir hamle olduğunu söyleyerek, "92 bin metrekare toplam arazi üzerine, 38 bin metrekare kapalı alan olarak inşa edilen Amasya'daki et işleme tesisimizin Mart 2016 itibarıyla açmayı planlıyoruz. Yılda 30 bin ton et üretimi yapılacak olan tesis, yine günde 400 büyükbaş hayvan kesimi gerçekleştirebilecek kapasiteye sahip olacak" dedi.

Dikici, kaliteye verdikleri öneme dikkat çekerek, konuya ilişkin şu açıklamalarda bulundu:

"Gıda Güvenliği Derneği'nin ilk üyelerinden olan TAB Gıda, 360° kalite felsefesiyle kaliteden asla ödün vermeyen ve sağlık konusunda daima maksimum hassasiyet göstermeyi kendine ilke edinmiş bir firmadır. Tüm et ürünleri Türk Gıda Kodeksine uygun şekilde üretim yapan helal et sertifikalı yerli üreticilerden temin ediliyor. Tüm ürünler sevk, pişirme ve servis standartları ile sağlık ve hijyen açısından uluslararası kalite standartlarına yüzde 100 uygun olarak hazırlanıyor ve tüm et ürünlerimiz, BRC sertifikalı tedarikçilerden kapalı bir şekilde alınarak lojistik firmasının -18°C sıcaklığındaki araçları ile sevk ediliyor. Bununla birlikte ürünlerimizde lezzet arttırıcı maddeler, GDO'lu ürünler ile trans yağlar kesinlikle bulunmuyor." dedi.

Çalışanlara yılda 80 adam/saat eğitim

Müşterilerine daima en kaliteli ve hızlı hizmeti sunmak üzere 2005 yılında TAB Akademi'yi kurduklarını belirten Dikici, TAB Akademi bünyesinde akademik prosedüre uygun hazırlanmış programlar dâhilinde eğitim alan her bir çalışanlarının, daha ilk iş gününden itibaren gıda güvenliği, müşteri ilişkileri yönetimi, gıda teknolojileri, elektro-mekanik ve pazarlama

süreçlerine hâkim olarak göreve başladıklarını, çalışanlarının yılda ortalama 80 adam/saat eğitim alırken, bir ekip üyesi, restoran müdürü olana kadar 500 adam/saat teorik ve işbaşı eğitimi aldığını söyledi. Tüm Burger King restoranlarında çalışanların ise yılda 1,2 milyon saat eğitim aldıklarını belirtti.