



EZGİ GIDA Turizm Tıbbi Ürn. Paz. İml. San. Tic. Ltd. Şti.

www.ezgigida.com

Ülkemiz dünyada en zengin mutfığa sahip ülkelerden biri. Ankara Ticaret Odası (ATO) ile Ankara Patent Bürosu'nun ortak çalışmasıyla ortaya konan ve 81 ilimizin tesbit edilebilen yöresel yiyecek ve içeceklerinden oluşan lezzet haritasına göre Türkiye, 2 bin 205 çeşit yöresel yiyecek ve içecekten oluşan çok zengin bir mutfığa sahip.

Bu lezzet haritasında, pek çok ilin sahip çıktığı çok sayıda yiyecek de bulunuyor. Paylaşılabilen yiyeceklerin başında da çiğ köfte geliyor. Türk mutfığının önemli lezzetlerinden olan çiğköftenin bir süredir etsiz olanı da mevcut, Ezgi Gıda tarafından geliştirilen ve hem de patentlenen bir ürün olarak.

Bebek pusetinde başlayan ilk girişimcilik

Tıp Doktoru olan ve bir hastanede çalışan baba ile ekonomist ve özel bir şirkette çalışan annenin yeni doğan bebekleri özel bakım gerektirince, Selmin Selime Kaya işten ayrılır. Bebeğini dolaştırırken yakındaki büfeler için dökme meze yapma fikri doğar.

1993 yılında evde 1'er kilo bezelye, patates, havuç ve ayçiçeği yağından sermayesini oluşturduğu 2 kg Rus salatasının satışıyla EZGİ Gıda'nın temelleri atılır. Ürün hızla tükenir ve çok beğenilir. Önce bebek arabasıyla gerçekleştirdiği dağıtım işini daha sonra bisikletle yapmaya başlar. Ürün gamına Antep domates ezme, yoğurtlu tarator, Arnavut ciğeri gibi yeni lezzetler dahil olur. 1996 yılında üretim kapasitesinin ev duvarlarının sınırlarını aşmaya başlamasıyla küçük bir imalathane açan karı-koca Kaya'lar EZGİ GIDA'yı kurarlar.

Müşterileri arasına Real hipermarket ve Metrogrossmarket gibi büyük hipermarketler de girince işleri büyümeye başlar. 1998 yılında şirkette yeni bir gıda mühendisi çalışmaya başlar. O kanalla da üniversite ile ilk temaslar kurulur.

- 1993 Evde ilk meze denemelerinin yapılması
- 1996 Ezgi Gıda'nın kuruluşu
- 2005 İlk ar-ge projesi
- 2006 İkinci ar-ge projesi
- 2007 Ticarileşme projesi





İlk ar-ge çalışmaları

Selmin Selime Kaya, mayonezdeki yumurtadan kaynaklanan hızlı mikrobiyolojik bozulmayı önleyerek raf ömrünü uzatmak ve daha sağlıklı bir ürün için yumurtasız mayonez üretme denemelerini ilk ar-ge çalışmaları olarak belirtiyor. Ancak yurtdışından sağlanan bazı hammaddelerde kesinti yaşanması ile çalışma yarım kalmış. Bir üniversite öğretim üyesinin desteğiyle gerekli bazı hammaddeleri aracısız ve doğrudan getirme yolu açılınca daha sistematik bir ar-ge çalışmasına başlanılmasına karar verilmiş ve bu aşamada TTGV ile tanışmışlar.

2005 yılında, ilk projeleri olan “Vejeteryan Mayonez, Ezmetçap ve Antep Domates Ezme Geliştirme” çalışmaları TTGV’den destek almaya değer bulunur. Bu proje ile TÜBİTAK-TEYDEB’in sanayi ar-ge desteğinden de yararlanırlar. Selmin Selime Kaya bu ilk desteğin sonuçlarını “18 ay sonra proje bittiğinde ar-ge proje yürütme metodolojisini öğrenmiş ve sistematik çalışma alışkanlığı edinmiştik. Ezgi Gıda da bilimsel metodlarla çalışan bir firma imajı kazanmıştı” şeklinde açıklıyor.

Yerel lezzetlerde ar-ge çalışmaları

Yerel lezzetleri ar-ge ile buluşturmak olarak nitelendirildikleri çalışmaları çoğalarak devam etmiş. Bunların en önemlilerinden olan etsiz çiğköfte etli çiğköftele alternatif arayışları sırasında ortaya çıkmış. İlk denemeler başarılı olunca raf ömrü artımı ve daha sistematik bir üretim prosesi geliştirme çalışmalarını “Uzun raf ömürlü et tadında etsiz çiğköfte geliştirme ve şekil verme sistemi” başlığıyla projelendirmişler ve bu proje de TTGV’den desteklenmiş. 1.5 yıllık ar-ge çalışması sonucunda +4° de, 2 ay raf ömrü olan etsiz çiğ köfte geliştirmeyi başarmışlar. Bu süre zarfında, rengini, tadını ve kıvamını koruyan etsiz çiğ köftenin EZGİ GIDA tarafından geliştirilen proses makinesiyle el değmeden üretildiğini belirtiyorlar.

Bu ürün çok talep görmeye başlayınca basında da epeyce yer almış. Ancak hızla taklitleri de çoğalmış.

2007 yılı sonlarında, TTGV’den destek alan ilk projelerinde geliştirdikleri ürünlerin daha büyük üretim ölçekleri ve raf ömürlerinin artırılması için TTGV’den ticarileştirme desteği de alınmış. Bu proje sonucu günlük mezelerin bir çoğunun raf ömrü 1 yıla çıkarılmış olup, böylece dağıtım alanları çok genişlemiş.

Ezgi Gıda, her yıl üretim kapasitesini ve pazarlama ağını genişleterek yerel lezzetlerin üretim ve dağıtımında önemli bir noktaya gelmeyi başarmış.

Selmin Selime Kaya geldikleri durumu ve başarı faktörlerini şöyle özetliyor; “Nispeten kısa geçmişimize rağmen oldukça başarılı bir performans göstermemizin temel nedenleri; hijyen, kalite ve maliyet faktörleri üzerinde son derece titiz olmamız ve en önemlisi ar-ge çalışmalarına verdiğimiz önem ve ayırdığımız kaynak. İlk başlarda kazandığımızın hemen hepsini ar-ge ye yatırdık. Yakın zamana kadar da cironun %25 kadarını ar-ge çalışmaları için harcıyorduk.”

Haksız rekabet

Selmin Selime Kaya, etsiz çiğköfte, yumurtasız mayonez, ezmetçap ve kokusuz çemen için Türk Patent Enstitüsü’nden patent alındığını ve şirketin TÜV CERT ISO 9001 ve TÜV CERT ISO 22000 ve T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Gıda Üretim Sertifikası ve Gıda Sicil belgeleri bulunduğunu söylüyor. En büyük yakınması ise haksız rekabet konusunda. Bu tür ürünlerin pişmemiş ve mikrobiyolojik bozunmaya çok açık ürünler olduğunu vurgulayarak, piyasada bu alanda yapılan pek çok üretimin sağlıklı koşullarda yapılmadığını ve yeterli kontrol bulunmadığını belirtiyor. Bu durumun kendileri açısından haksız rekabet koşulları oluşturduğunu, son kullanıcı açısından ise başta halk sağlığı ve sonra da tüketici hakları kapsamında önemli sorunlar bulunduğunun altını çiziyor.

Ar-ge desteklerinin getirdiği kazanımlar ve firma vizyonuna katkıları

Selmin Selime Kaya ar-ge proje desteklerinin ve sistematik proje yaklaşımının başlıca katkılarını şöyle sıralıyor; “Esas müşterilerimiz olan büyük alışveriş mağazalarının satın alma birimleri, bu tür desteklerin alınmaya hak kazanılmasını önemli bir güvence olarak görüyor ve daha sıcaklaşıyorlar.

Proje izleyicilerimizin önerilerinden çok yararlandık. Bir keresinde uzunca bir süredir devam eden bir sorun TTGV izleyicisinin katkısı ile bir anda çözüldü. Kurumsallaşma ve ar-ge altyapısı olarak da önemli gelişme sağladık.” TTGV desteği olmasa çalışmaların önemli bir kısmını belki gene gerçekleştireceklerini ama bu kadar sistematik ve bilimsel şekilde yapamayacaklarını belirtiyorlar.

Selmin Selime Kaya, piyasada bu alanda özellikle yabancı firmalar karşısında kabul gören bir ‘marka’ oluşturmanın oldukça zor, zaman alan ve güven gerektiren bir unsur olduğunun altını çizerek bilimsel çalışan firma imajı ve bu kapsamda da ar-ge çalışmalarının önemini vurguluyor. Tüketici alışkanlıklarının değiştirilmesinin zaman almasını diğer bir mücadele alanı olarak belirtiyor ve tüm bu unsurların ar-ge çalışmalarına başlarken karar aşamasında önemli olduğunu söylüyor.

Ar-ge faaliyetlerinin kontrollü ve sistematik şekilde yapılmasının risk yönetimi açısından gerekliliğini vur-

guluyor. Buna bağlı olarak ar-ge’ye ayrılan kaynakların kısa sürede geri dönmeyeceğini kabullenmenin önemli olduğunun, ar-ge yetenek ve kapasitesinin farkında olmanın, bu çalışmalarla kazanımların sistematik şekilde içselleştirilmesinin gerekliliğinin altını çiziyor.

Selmin Selime Kaya; Ezgi Gıda’nın vizyonu ve felsefesini şöyle özetliyor; “soğuk meze alanında ulusal ve uluslararası büyümeyi, tüketicisi ile bütünleşerek ulusal bir marka olmayı, çalışanlarıyla birlikte kârlılığı ve verimliliği arttırmayı ana hedef olarak belirledik. Bu hedefe doğru ilerlerken, yasalara ve ahlaki kurallara uygun davranan, çevre ve doğaya önem veren bir yaklaşımla üretim yapan, tüketicisinin korunmasına ve bilinçlenmesine önem veren, üstün kaliteli yeni ürünler arayışı içinde olan, insan kaynağını dikkatle değerlendiren bir şirket olarak gelişmek amacındayız.” Ve ekliyor; “Ar-ge proje destekleri bu vizyonumuzu ve amaçlarımızı gerçekleştirme konusunda önemli bir motivasyon sağlıyor. Bilimin ve lezzetin birleştiği ürünler üretme sloganı ile yolumuza devam ediyoruz.”

