

TİM REPORT

HAKAN AKKAYA

MODANIN
DÂHİ ÇOCUĞU

ŞAFAK ÇAK

SINIR ÖTESİ TASARIMCI

200

MİLYAR DOLAR İLE
TARİHİ REKOR KIRILDI

İHRACAT AİLESİ
'DÜNYAYI TÜKETMEDEN,
DÜNYA İÇİN ÜRETİYOR'

TÜRK DERİ SEKTÖRÜ
YENİ PAZARLARA
AÇILIYOR

MARKALAR
DİJİTALLEŞEREK
KAZANIYOR

NG KURUCU BAŞKANI

NAFİ GÜRAL

NG KURUCU BAŞKANI

NAFİ GÜRAL

İŐ DÜNYASININ MARKA İSMİ

KÜTAHYA'DA iş hayatının ilk basamaklarını ağaç sanayi ile şekillendirdikten sonra bugün porselen denildiğinde akla gelen ilk isimdir Nafi Güral... Hem Türkiye hem de dünyada aranan marka hâline gelen NG şirketlerinin kurucusu; bugün porselen sofraya eşyası üretiminden, seramik yer ve duvar karolarına; endüstriyel mineral üretimine ve turizme kadar farklı alanlarda yaklaşık 4 bin 500'ü aşkın kişiyi istihdam ediyor.

Türkiye'nin ilk kez dünyaya açılmaya başladığı dönemde NG Kütahya markasına hayat verdiniz. Üstelik Kütahya Porselen'in yüzde 95 civarındaki hissesi bankalara aitken... Bugün için de azim ve çok çalışmak sizce yeterli mi?

Hayatımız boyunca başarıya ulaşmak için azimli olmak, inanmak ve çalışmak tabii ki çok önemli oldu. Bunların yanı sıra her ortamda ihtiyaçları erken fark etmek, kendine güvenerek başarmayı istemek, fırsatlar yaratmak, uygun çözümler sunmak, kaldırılabilecek kadar risk almak, planlı olmak, ayaklarını yere basarak zirvelere odaklanmak işin en önemli sırlarındandır. Aile içindeki eğitim, sevgi, saygı, bağlılık, çalışkanlık, sosyal ve ticari ortamlardaki itibarın maksimum seviyede olmasının da çok önemli olduğunu düşünüyorum.

NG Kütahya markasının ilk yıllarında, bu noktaya kadar gelip büyüyeceğini düşünüyor muydunuz?

Bir şeyi yapmayı arzu etmek ve onun için gayret sarf etmek çok önemli. Bu sadece iş değil, eğitim, spor, aile hayatı için de geçerli. Biz Kütahya'da doğup, dünyayı takip ederek; kendimizi sürekli geliştirerek ve sadece Türkiye'ye değil, dünyaya açılan bir markanın yaratıcıları olmayı başardık. Çünkü bunu

hayal ettik ve halen de hep yeni projeler geliştirerek geleceğe bakıyoruz.

"İLK İHRACATIMIZ HÜSRANDI"

Bugün dünyanın birçok ülkesine ihracat yapan NG Kurucu Başkanı Nafi Güral, ilk ihracatını 1970'li yıllarda gerçekleştirmiş. O günkü tecrübesini şu cümlelerle anlattı: "İlk ihracatımızı kerestecilik yaptığımız 1970'li yıllarda Libya'ya, orada inşaat işleri yapan Türk firmasına yaptık. İhracat nedir, nasıl yapılır bilmediğimiz için çok bocaladık, neyse ki malımızı alan Türk firması diğer



BİR MARKAYI OLUŞTURMAK, ONU YILLARCA EMEK VEREREK BÜYÜTMEK, DÜNYAYA AÇMAK VE SONRASINDA ONU DÜNYADA ARANAN MARKA HÂLINE GETİREBİLMEK TAKDİR EDERSİNİZ Kİ BAŞKA BİR TECRÜBE GEREKTİRİYOR... BU ANLAMDA İŞ DÜNYASININ EN SAYGIN İSİMLERİNDEN NG KURUCU BAŞKANI NAFİ GÜRAL'A KONUK OLDUK.



ihtiyaçlarının tedarikçisi firmalara olduğu gibi bize de yol gösterdi ve ihracat gerçekleşti. Ancak ne yazık ki, gemi çok çeşitli malların dengesiz yüklenmesi nedeniyle alabora oldu, kerestelerimiz denize döküldü. Yani ilk ihracat tecrübemiz hüsrarla sonuçlandı. 1983 yılında ihracatçı sermaye şirketleri devreye girdi ve bana göre çok önemli hizmetleri oldu. Firmalar ihracat yapmayı öğrendi, günümüzde her firma kendi ekibini kurdu, bugün için herhangi bir firma rahatlıkla malını ihraç edebiliyor.”

Bugün Türkiye'nin lider, dünyanın sayılı üreticilerinden oldunuz. Geriye dönüp baktığınızda bu başarı çok yorucu olmadı mı?

İlk günkü şevkimle çalışmaya devam ediyorum. 1961'de çalışma hayatıma başladığımda 16 yaşındaydım. O gün bugündür çalışma hayatının içindeyim. Durmadan çalışmak, üretmek, fayda sağlamak bana enerji veriyor ve aslında ben çalışırken dinleniyorum. O yüzden de hiç yorulmadım.

'Tarih tekerrürden ibarettir' denir, sizce öyle mi? Bugünkü yöneticiler ve o dönemler arasında herhangi bir fark yok mu?

Geçmişte yaşananlardan dersler almak elbette çok önemli. Ama iş hayatında kurallar ve yollar zaman içinde değişiyor. O yüzden tekerrür ediyor, diyemem. Çalışma modelleri,

müşteri talepleri ve gençlerin iş hayatından beklentileri her gün değişiyor. Bu çok doğal, önemli olan ise yöneticilerin bu değişimleri iyi gözlemleyebilmeleri, adapte olabilmeleri ve geçmişin tecrübeleri ile bugünün şartlarını birleştirerek yeni yol haritaları çizebilmeleri... İyi yönetilmeyen pek çok marka zaman içinde yok oldu, kendini sürekli geliştirebilenler ise var olmaya devam ediyor.

Ticaret hayatında büyük değişim ve dönüşümler yaşıyor. Müşterinin memnuniyeti, daima yenilikçi bir vizyona sahip olmak, markalaşmak, sürdürülebilirlik... Adeta kuşak değişikliği ticari işletmeler de kendini yeniliyor. Bu değişimi nasıl yorumluyorsunuz?

Son olarak dünyayı etkisi altına alan Covid salgını ile kurumlar bu dönüşümün ve sürdürülebilirliğin kapsayıcı bir perspektifle ele alınması gerektiğini bir kez daha gördü. Biz NG ailesi olarak tüm üretim ve yatırımlarımızda monoton bir modelle değil, yenilenmeye adapte olarak süreçlerimizi yönetiyoruz. Değişime uyum sağlamak kadar yeri geldiğinde değişime öncü olmak için de elimizden geleni yapıyoruz.

Peki, sizce yeni liderlerin olumsuz ya da yanlış yaptığı hamleler olmuyor mu?

Her insan hata yapabilir. Önemli olan bunları fark etmek, eleştirilere kulak tıkamamak, artıların ve eksilerin farkında olmak ve gelişmek için sürekli emek vermek. Bu soruya ters köşesinden yanıt vermek isterim aslında. Bence eşitlik ve adalet kavramından uzaklaşmayan liderler, her zaman başarıya daha yakınlar. Bence bu vizyonla çalışan ve gençlere örnek olmayı başaran yöneticiler en doğru hamleleri yapıyorlar.

Pandemi süreci sizin için bir mola oldu mu?

Çalışmayı çok seviyorum. Evde olduğumda da hiç boş durmam, sabahları 5 buçuk, 6 gibi kalkarım. Gün içinde okur, araştırmalar yaparım, düşüncelerimi yazarım. Biz pandemide de çalışmalarımızı, yatırımlarımızı sürdürdük.

İş hayatınızda geriye dönüp baktığınızda iyikileriniz mutlaka vardır ama hiç keşke dediğiniz oldu mu?

İş hayatından ziyade hayatımdaki tek

keşke olarak üniversite eğitimi alamayışımı görüyorum. Erkek Sanat Enstitüsü'nü 1961 yılında bitirdiğimde, o günlerin şartlarında babam bana "Oğlum, beraber çalışmak zorundayız, seni üniversiteye göndermeyeceğim." dedi. Kararını kabul etmekten başka seçeneğim yoktu. Bu eksiğimi kendimi yetiştirerek kapatmaya çalıştım, sanırım başarılı da oldum. İçimde ukde kalan üniversite hayalimi, üniversiteli gençlere Nafi Güral Eğitim Vakfı aracılığı ile burs temin ederek günümüzde yaşatmaya çalışıyorum.

"UMUDA VE İNANMAYA İHTİYACIMIZ VAR"

Nafi Güral'ın iş hayatında yasaklı kelimeleri var. Örneğin kriz' kelimesi yerine 'ekonomik türbülans'ı tercih ediyor. Nedeni ise şu şekilde anlatıyor: "Sorunlar yerine isteklere ve yapılabileceklerle odaklanmak, kötümser bir bakış açısı yerine gerçekleri göz ardı etmeden pozitif tarafları görmek hem sizin hem de çalışanlarımızın motivasyonunu artırıyor. Günlük hayatımızda da iş hayatımızda da umuda ve inanmaya ihtiyacımız var."

Meslek örgütleri noktasında sektörünüzü temsil ederek bugüne kadar Türkiye ekonomisine çokça katkı sağladınız. Bunu hiç siyasete girerek sürdürmeyi düşünmediniz mi?

Bu öneri çevremden sıkça geliyor ama bunu tercih etmedim. Siyaset sahada olmayı gerektiriyor. Ben işimin başında olarak, üreterek, çalışarak, farkındalık yaratacak projeler geliştirerek ülkem için çalışmaktan memnunum.

Siz rahmetli babanız Ali Bey'den çok şey öğrendiğinizi ifade ediyorsunuz. Fakat bu noktada biz de basında çokça çocuklarımızın da sizden pek çok şeyi öğrendiğini ve sizi rol model aldığına şahit oluyoruz. Bu muazzam bir duygu olsa gerek... Neler söylemek istersiniz?

Bu gurur verici sözleriniz için teşekkür ederim. Rahmetli babamdan hayata bakış ve iş hayatı anlamında çok şey öğrendim ve zaman içinde gördüm ki paylaşılmayan bilginin değeri olmuyor. Ben de tecrübelerimi çocuklarıma, profesyonellere ve çevremdekilere aktarmak için elimden gelen her şeyi yapıyorum. Paylaşarak,



anlatarak, dinleyerek, geri bildirimlerde bulunarak onlara katkı sağlayabiliyorsam ne mutlu bana... Ben de onlardan birçok şey öğreniyorum.

"YARINI DÜŞÜNEN MARKA KAZANIR"

"Marka yaratmak bir açıdan çok kolay gibi görünse de çok ciddi planlamalar gerektiriyor." diyerek markalaşma hakkında ip uçları veren NG Kurucu Başkanı Nafi Güral; "Markayı uzun yıllar devam ettirebilmek ve sürdürülebilir kılmak için insana önem vererek üretmenin, ihtiyaçları iyi gözlemlenmenin önemi çok büyük. Kültür kaynaklarını, doğayı, insanı görmezden gelerek sadece kârlı satış için yapılan yatırımlar yerine insanı, doğayı, gelecek nesilleri ve yarını düşünen markalar daha kalıcı olmayı başaracaklardır."

Sizce kendi sektörünüzdeki ihracat birim değeri nasıl yükseltilebilir?

Bizim sektörümüz yoğun emek, enerji ve sermaye isteyen bir sektör. Maalesef günümüz şartlarında geçerli olan yükte hafif, pahada ağır sıfatına uygun değil; aksine yükte ağır, pahada ağır sıfatı ile örtüşüyor. Katma değerli ürün üretimi ile Türkiye'nin uluslararası pazarda daha rekabetçi olması sağlanabilir. Biz de Ar-Ge ve inovasyona yaptığımız yatırımlarla katma değerli ürün noktasında önemli bir yerde bulunuyoruz ve bu alandaki çalışmalarımızı her gün büyütüyoruz.

"İHRACATÇILAR TİM ÇATISI ALTINDA BULUŞTU"

"Bizim yurt dışındaki önemli merkezlerde temsilciliklerimiz olduğu gibi fuarlardan ve e-ticaret sitelerinden yeni yeni müşterilerimiz oluşuyor. İhracatımız her geçen gün artıyor." Diyen NG Kurucu Başkanı Nafi Güral, ihracat yapmanın artık daha kolay olduğunu şu sözlerle aktardı: "Şirketlerimizin bulunduğu sektöre göre üretimimizin yüzde 35, 45 bandında ihracatı yapılıyor. İhracat günümüzde sıradan işler haline geldi. İhracatçılar, TİM çatısı altında organize oldu, bir anlamda çok önemli güç oluştu. Ülke ihracatımızın her geçen yıl artmasında bu gücün desteğinin önemli olduğunu düşünüyorum."