



Sayın Dr. Mehtap ULUCEVİZ, kısa bir süre önce Fırat Profil Pazarlama Müdürlüğü'nün başına geçtiniz ve bir röportaj yaptık. Bu süre içinde gerek ürün çeşitlerinizde, gerekse kurumsal hedeflerinizde hissedilir bir ivmelenme oldu ve tekrar kapınızı çaldık. Neler oluyor Fırat'ta?

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Fırat'ın kararlı yürüyüşü sürüyor. Bu, biz de hiç eksilmeyen bir üretme yeteneği ve tutkusu. Her zaman söylediğimiz gibi "başarı odaklı" bir kurumuz. Bu duygu ve ilke, sadece merkezi organizasyonumuzla sınırlandırılacak bir bakış değil. Bizim Fırat olarak başarıdan kastettiğimiz; aynı zamanda ülkemizin, bayilerimizin, tali bayilerimizin de başarısı. Hatta bir adım ötesine geçerse, müşterilerimizin de başarısı.

Bunu biraz daha açar mısınız?

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Dışarıdan bakıldığında "ticari" bir işletme olarak algılanmamız doğal. Bizi ekonomik kurum olarak farklı kılan, dünyanın en büyük 5 büyük plastik üreticisinden biri olmamız ve bunun etrafından toplanan yatırım, üretim, teknoloji ve pazarlama yeteneğimizdir. Ancak biz sadece bu değiliz. Bu yetenekler fayda üretmek ve dünya ile yarışmak için biriktirdiğimiz, yenilediğimiz iç dinamikler. Her kurum gibi bizim de toplumla bulduğumuz, yüzleştirdiğimiz alanlar var. Asıl önemli nokta da burada. Biz, tam da bu noktada ekonomik gerçekliği inkâr etmeden, onun tutsağı olmadan, sosyal hedeflerimiz ve duruşumuz doğrultusunda emin adımlarla ilerliyoruz. Bu anlamda, "ürünlerin demokratikleştirilmesi" ilkemiz sürekliliği olan ciddi bir kurumsal felsefedir. Biz gelir ve beğeni düzeyi farklı olan her kesime, her aileye ulaşacak geniş bir ürün gamına sahibiz. Üstelik benzer kullanım faydalarına sahip ürünlerle yapıyoruz bunu.

Uluslararası projelerde de yer alıyor Fırat...

Dr. MEHTAP ULUCEVİZ: Bu yanı da, sosyal sorumluluk anlayışımızın diğer ayağı. Milli bir duruşumuz var. Yer aldığımız ulusal

Geldikleri Gibi Gidecekler!

ya da uluslararası projelerde, temel önceliğimiz ülkemizin başarısı. 70'den fazla ülkeye, 4 kıtada ihracatla, sektörümüzün ihracat lideri olmakla sınırlanacak bir başarı endeksimiz yok. Ülkemizin, insanımızın yüzünü ağartacak, büyük sosyo-ekonomik yararlar sağlayacak projelerde risk katsayısı yüksektir. Böyle durumlarda korkup sinen, geri çekilen bir kurum hiç olmadık. Risk almak, hele bu ülkenin çıkarları söz konusu ise bizim için namustur. Ve altından kalkacak inanca, kadroya, organizasyon yapısına ve milli sermaye gücüne sahibiz. Daha önce Kuzey Kıbrıs'a sutaşıma projemizi konuşmuştuk. Hafızalarda olması gerek, geçtiğimiz aylarda açılışı gerçekleşti. Asrın Projesi olarak nitelendirilen bu projenin HDPE Borularını biz ürettik ve projenin en önemli aşaması denizin içinden suyu taşıyacak borulardı. Her biri yekpare 500 metre uzunluğunda, toplamda 80.000 metrelik 160 adet HDPE boruyu bir yıl gibi kısa sürede üretecek Fırat'tan başka bir firma dünyada çıkmadı. Bir nevi kimse bizimle yarışmadı! Norveçli firma yılda sadece 15 km boru üretebilmeyi teklif edebildi. Bu ne demek biliyor musunuz? Tüm proje için gerekli 80 km'lik HDPE boruları Norveçlinin 5 yıl sonra 2021'de teslim edebilmesi demek. Yani projenin en az 5 yıl daha uzaması demek. Bu 5 yılda Kuzey Kıbrıslı kardeşim ne olur, ekonomisi ne olur? Hiç düşündünüz mü? Deniz suyu ile yüzünü yıkayan, yemek yapan, susuzluktan tarlaları kavruyan, hasat yapamayan, sanayisi su bulamayan bir ülke düşünün. Büyük bir üretim kaybı ve yoksullaşma demek. Biz, bu gecikmenin bedelinin ağırlığını hem soydaşlarımız hem de Türkiye açısından her gün yüreğimizde hissederek bu projeye katıldık. 80.000 metrelik 160 adet HDPE boruyu tam bir yılda üretme garantisi verdik. Bu işi mühendislik ve PE Boru üretimindeki tecrübemizle 50 milyon \$ daha indirim yaparak, kârımızdan vazgeçerek başardık.



Garnet70



selenit75

FIRATPEN



redonit 85

zenia
SLIDE

Başardık çünkü bu projeyi sadece ekonomik bir faaliyet, bir ihale olarak görmedik. Milletimize karşı bir borç ve sorumluluk olarak gördük. İşte bu ve benzeri başarılarımızın, tekelci bir anlayışla içe dönük kurumsal başarı olmaktan çıkmasını istiyoruz. Biz, toplumun bize duyduğu güveni başarıya dönüştürüyoruz. Bu anlamda, tedarikçimizden bayi teşkilatımıza, müşterilerimizden çalışanlarımıza kadar herkes bu başarının asli unsurudur. Bundan gurur duyma hakkı vardır. Bu projedeki başarının PVC pencere ile iştilig olan bayi teşkilatımızla doğrudan bağı yok gibi görülebilir. Aslında doğrudan bağı var. Yanımızda durdukları için, birlikte yürüdüğümüz için, bizleri büyük ve güçlü bir aile kıldıkları için...

PVC pencere sektörüne dönersek, bu alandaki atılımlarınızda da hissedilir bir artış söz konusu. Yeni ürünler, yeni çeşitler...

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Yenilikçi bir kurumuz. İnovasyon da diyorlar. Birbirinden farklı estetik ve kullanım alanlarına sahip çok sayıda yeni ürünümüz var. Bunun birinci nedeni, yapı sektöründeki yoğun gelişmeler ve artan talep skalası. Sadece ölçek, konfor ve kalite talebinde yükselme yok. Yeni estetikler, renk ve desen arayışları da var. Artık daha prestijli projeler, sorunsuz ve estetik çözüm arayışları var. Bildiğiniz gibi, yerleşmelerin bina ölçeğinden site ya da yapı kompleksi ölçeğine doğru dönüşmesi neticesinde bu yeni taleplerin oluşması çok doğal. Pazardaki bu değişimlerin farkında olarak yeni serilerimizi hayata geçirdik. Önümüzdeki 10 senenin perspektifi de hazır.

Yeni serileri detaylandırmanız mümkün mü?

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Selenit'le başlayalım. Selenit serimizin kasa ve kanat genişliği 75 mm ve 6 odacıklı. Üstelik bu ürünü damlalıklı kanatlı olarak 70'lik fiyatına 75'e 75 veriyoruz. Opsiyonel olarak 3. contası mevcut. Selenit'e bir de elit projeler için A sınıfı et kalınlığına sahip "Selective" serisini ekledik. Selective'nin de kasa ve kanat genişliği 75 mm ve mükemmel bir ürün. Yine damlalıklı kanatlı ve 3 contalı. Birçok proje Selenit serilerimizi tercih ediyor ve memnuniyetleri bizi sevindiriyor. Bu sene gerçek oval hatlara sahip, pencereye sanatsal bir yorum getiren Opal 70 serimiz farklıyım diyen mimarlarımızın çözüm ortağı olacak. Kasa ve kanadın birleşim noktalarındaki bu ovaliği ve yuvarlak hatları mutlaka incelemelerini tavsiye ediyorum. Yine kasa ve kanat genişliği 70 mm ve 5 odacıklı Garnet serimiz 70 mm'lik pazarda yeni bir dönem başlattı. Tüm bayi teşkilatımız bu üründen çok memnun. Garnet de damlalıklı kanatlı ve 60'lık fiyatına 70'e 70. Yeni dönemin bir diğer önemli ürünü 85 mm profil genişliği, A sınıfı et kalınlığı, 7 odacıklı tasarımı ve sabit 3 contalı sistemiyle Redonit! Redonit'i pencerenin zirvesi olarak da konumlandırabiliriz. Redonit'le yüksek rüzgâr yüküne dayanım gerektiren çok katlı residencelere ve esen tepelere inşa edilmiş yapılara çözümler üretiyoruz. Devam ediyorum,

Yalıtımlı Sürme Serimiz Zenia Slide! Firat'ın sektörde bir ilk ve özel olarak tasarladığı "Zenia Slide" sayesinde sadece Ege ve Akdeniz bölgeleri değil, Marmara, Kuzey ve Doğu Bölgeleri de sürme sistemlerinde ısı ve ses yalıtımının konforuyla buluşuyor. Her bir kanadın 200 kg taşıma kapasitesine sahip olduğu yalıtımlı sürme sistemi, küçük mekânların yanı sıra; ofis ve çalışma alanlarında, bahçe ve terasa açılan bölümlerin kapatılmasında da kullanılabilen ideal bir sistem. Yalıtımlı Sürmede mükemmel akustik ve termal izolasyon için tüm noktalarda ikişer adet EPDM Conta ve kıl fitiller kullandık. Bu yüksek yalıtım özelliği ve Zenia'nın her aralığa uygun tasarımı mimarlarımızın da işini kolaylaştıracaktır. Üstelik 'VW'den daha yüksek yalıtıma sahip bu ürünü neredeyse yarım fiyatına sunabiliyoruz. Son olarak, tüm pencere serilerimiz 21 ayrı lamine renk seçeneğine sahip. Sektördeki en geniş kartelaya sahip, her rengi en hızlı şekilde bayilerine ulaştıran firmayız. İsterseniz çıkıp sorabilirsiniz. Tüm mimarlarımızın, müteahhitlerimizin ve proje satınalma görevlilerinin karar vermeden önce teknik departmanımızla irtibata geçmesini tavsiye ediyorum.

Bu tırmanma nereye kadar sürecek diye sorsam?

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Pazardaki psikolojik böbürlenmeyi, içi boş megalomaniyi yenene kadar. Yeni dünya düzeni berabere sübjektif bir "yabancı-ithal marka" hayranlığı da dayatıyor. Ek olarak, modernist serüvenimizden gelen, bu dayatmaya hazır bir psikolojik hayranlık tabanı da var. Bunlardan yararlanarak PVC pencere pazarında yapay bir psikolojik satış yöntemi





oluşturulmuş. Nesnel ve fayda temelli değil bu. İthal mal daha kalitelidir diye inandırılıyor. İnandırılmanın ötesinde, müşteriler kandırılıyor. “Avrupalı” diye sunulan ithal ürünlerin sadece sermayesi Almanya gibi Avrupa ülkelerine ait. Üretim yerleri ise Romanya, Polonya gibi Doğu Avrupa ülkeleri. Bir müteahhit, bir mimar, bir mühendis kendi uzmanlığını, birikimini bu ülkelerdeki meslektaşları ile kıyasladığında daha geride olduğunu, kendi yaptığı işin onlardan daha kalitesiz olduğunu kabul edebilir mi? Daha da önemlisi bu ülkelere PVC pencere ve pvc pencere üretmeyi yakın geçmişte biz öğrettik. Çünkü çıraklar, bugün usta diye sunuluyor. Bu nasıl bir hayranlık ya da körlük anlamak mümkün değil. Bana bu ithal markaların ürünlerine cevap veremeyeceğimiz bir ürün söylesinler. Profil genişliği ise profil genişliği, et kalınlığı ise et kalınlığı. Bu uyuşturulmadan kurtulmamız gerek. Aslında bu pazar niş bir pazar ve geneli belirlemez diye düşünülebilir. Hayır, öyle değil! Bu bakış sektörel gelişmenin önünde önemli bir engel. Birileri yurt dışında üretecek, katma değer yaratmayacak, kazandığını kendi ülkesine götürecek, üretim istihdamı oluşturmayacak ve elini kolunu sallayarak benim ülkemde satış yapacak. Bizler de işçimizin çocuğuna, bayimizin çocuğuna, mühendise, mimara iş aracağız. Peki bu firmaları tercih edenlere sesleniyorum. Sizin çocuğunuza kim iş veriyor? Millî firmalar mı, yoksa kazandığını alıp kendi ülkelerine götüren ithal firmalar mı? Tercihlerimizi yaparken bu gerçeği hiç düşündük mü?

Ama bu bütün dünyada böyle. Ne yapacaksınız yabancı menşeli PVC profil firmalarına gelmeyin mi diyeceksiniz?

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Yok öyle şey. Niye gelmeyin diyelim ki? Onlar geldikleri gibi gidecekler. İlk olarak yabancı marka olarak ithal edilen ürünlerin önünü keseceğiz. Nasıl mı? Müşterilerin, ithal ürünleri talep etmeyeceği düzeyde yüksek kaliteli PVC pencereler üretiyoruz, üretmeye devam edeceğiz ve onların psikolojik abartılarını sonlandıracağız. Fiziki özellikler olarak, teknik olarak, estetik olarak, kalite olarak ithal pencereleri aşan, onların çok üzerinde yeni ürünlerimiz geliyor. İkinci olarak da bu güzel ülkedeki yabancı sermaye kökenli üreticilerin önüne millî sermaye üretimiyle çıkacağız. Bu ülkenin zar-zor üretebildiği katma değerlerin, yine bu ülkede yatırma, işe ve aşa dönüşmesinin mücadelesini vereceğiz. Yabancıların oluşturduğu katma değer bu ülkede kalmıyor ki. Bu ülkeden kazanılıyor ama yabancı ülkelerde yatırma dönüşüyor. Yani onların çocuklarına

iş ve aş oluyor. Olmuyor mu? Hiç düşündünüz mü bunu? Son kullanıcı olan müşterimizden, tüm Türkiye'ye yayılmış üretici ve tali bayilere bu bilinci paylaşacağız, yerleştirmek için çabalayacağız. En azından kendi evladının ve torunlarının geleceğini yeniden düşündürmek için emek vereceğiz. Buna üretimin millileştirilmesi de diyebiliriz. Bir vatan evladının bu ülkenin çıkarları için bu duruma el koymasının vakti geldi.

Serbest pazar ekonomisindeyiz ama!

Dr. Mehtap ULUCEVİZ: Bunu inkâr eden yok ki! Ama serbest ekonomiyi topluluk olarak algılayışımızda yanlışlar var. Serbest pazar teslim olmak değildir, inadına yarışmaktır. Müşteriler, kullanıcılar ve satış teşkilatları açısından da önemli olan millî olana, yerel olana, iş ve aş üretene sahip çıkmaktır. Bakın, “alışveriş” kavramı bir teslimiyet içermeye başladı. “Malı al, parayı ver; gerisini sorgulama” gibi bir anlam üretiliyor. Onun yerine “Ver-Al” kavramını koymalıyız. Verdiğini, verdiği paranın karşılığını geri alabiliyorsan oradan o malı al demeliyiz. Yani verdiğin para ülkende kalıyorsa, senin evladın ve torunun için işe aşı dönüşüyorsa; yani kanın damarlarında kalıyorsa al. Eğer ülke ve millî ekonomine bir dönüşü yoksa o malı neden oradan alıyorsun? 10 sene sonra evladın işsiz kalsın diye mi? Neden bu kadar kararlıyız diye sorulabilir. Kararlıyız, çünkü bu sektör ithal malla gitmez, ithal malla gelişmez. Hele bu sektör bu ithal kazığı hiç kaldırmaz. Bizim vizyonumuz, kendimizle sınırlı değil. Biz sektörün durumuna da bakıyoruz. Fırat'ın tarihinde hep olageldiği gibi, bu konuda da öncülük yapmaya, elimizi taşın altına koymaya mecburuz. Sektör gelişmeleri sadece seyredebilir, gelişmelerin ardında kalabilir ama biz geleceği yönetmeliyiz ve yöneteceğiz. Bu yabancı marka ve ithal kazığını kendine dert edinen sektörümüzün temsilcilerine seslenmek istiyorum. Bize güvenin, inanın. Üretim ciddiyetimizle, millî sermayemizle, kendi mühendisimiz, işçimiz ve bayi teşkilatımızın güveniyle bu paradoksu da çözeceğiz. Pazardaki psikolojik savaşı kazanıp müteahhidimizin, mimarımızın ihtiyacını ithallerin üstünde bir kaliteyle karşılayacağız. O zaman da ithal pencere efsanesi sona erecek ve geldikleri gibi gidecekler.

They go as they come!

The steady march of Firat continues. This is a producing ability and passion that never decay. As we always say, we are an “achievement-oriented” firm.