

# Devir, Hızlı Karar Alma Devridir



“Yılın geri kalan kısmında kurların mevcut durumu nedeniyle ihracatta artış yönünde birtakım gelişmeler bekliyorum”

**S**B PVC Sistemleri Firma Satış Koordinatörü Murat KÜÇÜKAYDIN ile gerçekleştirdiğimiz “İlk altı ay değerlendirmesi” konulu röportajımızda sorularımızı şu şekilde yanıtladı;

## **2014 yılının ilk yarısını geride bıraktık. Yıl başında belirlemiş olduğunuz hedeflerin ne kadarını gerçekleştirebildiniz?**

2014 yılı hedeflerimizde sene başında deponun İstanbul’da açılış projesi vardı. Fizibilitesi tamamlanmış ve Şubat ayının sonu gibi İstanbul’da bir depo açılışı olacaktı. Ancak, Türkiye’nin çevresindeki coğrafyanın (Suriye, Irak, Ukrayna, İsrail – Gazze, Libya ) mevcut savaş koşulları, dünya ve Türkiye’de var olan genel daralma nedeniyle bu planlarımızı ileri bir tarihe erteleme kararını aldık.

Bunun dışında da sorumlu olduğumuz bölgelerde (Türkiye, Afrika, Ortadoğu, Körfez Ülkeleri, Güney Asya) gibi ülkelerdeki kriz koşulları nedeniyle sene başında düşündüğümüz kadar agresif bir marketing kampanyası gerçekleştiremedik. Bu koşullar da doğal olarak hedeflediğimiz daha yüksek cirolara ulaşmamıza engel oldu.

## **2013 yılı ile 2014 yılının ilk yarısını kıyasladığınızda neler söylemek istersiniz?**

2013 ve 2014 yıllarının ilk yarılarını kıyasladığımızda genel olarak ciro bakımından aynı durumda olduğumuzu söyleyebiliriz. Ancak, mevcut olanı korumak bizim gibi çok geniş bir coğrafyaya hitap eden bir şirket için bir gerileme kabul edilmelidir. Çünkü potansiyel olarak, ürün gamımız, Alman PVC profillerinin dünyada gördüğü genel kabul, Salamander, Brüggmann ve BluEvolution PVC Profillerimizin Alman profilleri sistemleri içerisindeki ayrıcalıklı konumu, satış bölgelerimizin genişliği ve servis kalitemizle her yıl genişleme imkanına sahip bir şirketiz.

## **Yılın geri kalan kısmında sektörümüzde satış, pazarlama ve rekabet anlamındaki gelişmeler için öngörüleriniz nelerdir?**

Yılın geri kalan kısmında kurların mevcut durumu nedeniyle ihracatta artış yönünde birtakım gelişmeler bekliyorum.

Fuar organizasyonlarının hepsi tamamlandı. O nedenle pazarlama konusunda firmaların bire bir müşteri ziyaretleri ağırlıkta olacaktır.

Sürekli artan rekabet özellikle Türkiye’de üretim yapan firmaları düşük fiyat ve ürün kalitesinden feda etme şeklinde bir kısır döngüye doğru itiyor. Bu baskıya direnebilen yerli ve yabancı firmaların zaman içinde daha başarılı ve ayakta kalmalarını sağlayacak olgunun müşteri memnuniyeti olduğunu düşünüyorum. Her zaman aynı ürünün sizden daha ucuzunu ve daha kalitesizini yapacak firma veya ülke olacaktır.

Fakat Ar - Ge yatırımlarına önem veren, inovatif firmalar içinde sonunda ön plana çıkacaklardır. Sorun bu kaotik rekabet sürecini geçirirken ayakta kalabilecek finansal kabiliyete sahip olup olmadığınızda düğümlenmektedir.

Bir de pazarlamada ve yatırımda devir, hızlı kararlar alma devridir. Artık büyük balık, küçük balığı değil, hızlı balık yavaş balığı yutmaktadır.

### **2014 yılı içerisinde ürünleriniz arasına kattığınız yeni bir ürün var mı? Ya da ürünlerinizde yenilikler yaptınız mı?**

2014 yılı Mart ayında Salamander Industrie Produkt olarak katıldığımız Fensterbau / Frontale 2014 Nürnberg Fuarı’nda Salamander Decking, Fence & Facade ürünümüz olan Resysta’nın ürün gamını tanıttık. Çok başarılı bir dünya lansmanı oldu.

Türkiye’de de tanıtımını yaparak sektöre sunacağımız ürünümüz özel bir compound olup bir tür güçlendirilmiş Hybrid Materyal’dir. Resysta ürünümüz yaklaşık olarak % 60 pirinç kabuğu, % 22 genel tuz ve % 18 mineral yağdan müteşekkildir. Piyasada mevcut olan yerli ve yabancı tüm benzer decking ürünlerinden farklı evsaf ve kalitede patentli bir inovasyon ürünüdür.

Yeni ürünümüz Resysta, % 100’e yakın sıvı ve nem izolasyonu ile havuz kenarı zemin kaplamalarında; çok uzun süreli renk kalıcılığıyla dış yüzey bina kaplamalarında; doğal ahşabın kullanıldığı tüm mobilya uygulamalarında; tuzlu su, gün ışığı ve rüzgara dayanıklılığıyla, deniz yatlarının güverte kaplamalarında; iç mimari de tüm ıslak yüzeylerde (banyo, sauna, vs.); palet, profil gibi endüstriyel ürünlerde kullanım alanı bulmaktadır.

SB PVC Sistemleri olarak, 2014 yılında ürün gamımızda mevcut olan BluEvolution 82 mm PVC Profilimizin de aktif pazarlamasına ve satışına Türkiye ve tüm yurtdışı satış bölgelerimizde başlamış bulunuyoruz.

### **Bu yıl katıldığınız ya da katılmayı plandığınız fuarlar var mı? Tanıtım konusunda başka ne tür çalışmalar gerçekleştireceksiniz?**

Bu yıl Do – Win Tech 2014 Tahran Fuarı’na 300 m2’lik ve Fensterbau / Frontale 2014 Nürnberg Fuarı’na 1500 m2’lik standlarımızla katılmış bulunuyoruz. Bundan sonra da yurtdışındaki bölgesel fuarlara ziyaretçi olarak katılımlarımız olacaktır.

Tanıtımlarımızı genel olarak var olan ve potansiyel müşterilerimizi mevcut oldukları coğrafyalarda ziyaret ederek yapıyoruz. Ayrıca, internetin getirdiği tüm tanıtım imkanlarından da mümkün olduğunca faydalanıyoruz. İlgilenen herkes web sitelerimizi ziyaret edebilirler.

### **2014 yılı içerisinde sektörümüzde gördüğünüz gelişmeler nelerdir?**

Bu yılın özellikle iç piyasaya çalışan firmalar açısından artan bir ödeme ve tahsilat sıkıntısıyla kapanacağını tahmin ediyorum. 2014 yılının sektörümüz açısından mevcut durumu korumak ve ayakta kalmanın mücadelesiyle tamamlanacağını ön görüyorum.

### **Son olarak, sektörümüzde yaşanan tahsilât sıkıntısı probleminin arkasındaki etkenler nelerdir?**

Tahsilat sıkıntısıyla ilgili ana sorumlu sektördeki üretici firmalar diye düşünüyorum. Müşteriler bu konuda en az sorumluluğu olanlardır. Örnek vermek gerekirse, bugün yerli bir PVC markasının üretici bayisi büyüklüğüne ve cirosuna bağlı olarak 12 ayla 24 ay arasına çek vererek mal alabiliyorsa ve bu ürünü işleyip kapı – pencere olarak maksimum 6 – 9 taksitle satıyorsa alım – satım arasındaki bu zaman farkı üretici bayilerin finansal sağlığını aşırı derecede bozar. Çünkü her firma öz sermayesinin kat be kat üzerinde bir ticari faaliyet içerisinde. Aslında piyasada dönen çek-senet gibi finansal enstrümanlardır, para değildir. Bu sağlıklı bir ticaret değildir ve nitekim var olan tahsilat sıkıntısı sektördeki krizin nedeni değil sonucudur.

Ciddi boyutlarda kapasitesi ve cirosu olan bir üretici bayiyi kendi ürününü işlemeye razı etmek isteyen bir yerli PVC profil üreticisi o firmaya mal verdiğinde alabileceği en yakın vade 24 ay sonrasıdır ki bu da sektörün ödemeler dengesi bakımından geldiği yeri göstermeye tek başına yeter diye düşünüyorum.

Ümit ediyorum ki, tüm PVC üreticileri ve üretici alt bayileri 2014 yılını mümkün olan en hasarsız biçimde atatabilirler.