



# NAFİ GÜRAL

*Türkiye Seramik Sektörü'nü Amlatıyor  
on the Turkish Ceramic Industry*

*Nafi GÜRAL, Kütahya Porselen, Kütahya Seramik ve Kütahya Ambalaj tesislerinin bulunduğu Kütahya Porselen San. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Başkanı. Aynı zamanda halen Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdürmekte. İş hayatının ilk basamağı ağaç sanayi olmuş. Daha sonra, madencilik, kiremit ve tuğla sanayi, porselen, seramik, vitrifiye, ambalaj, cam sektörlerinde ve turizm alanlarında, yaklaşık 8400 kişinin hizmet verdiği Gürallar Grubu'nun bir ferdi olarak çalışmalarını sürdürmeye devam etmiş. 2008 yılında TBMM Üstün Hizmet Ödülünü alan Güral, Nafi Güral Eğitim Vakfı'nın da kurucusu. Türkiye Seramik Sektörü'nün önde gelen isimlerinden Sayın Güral ile 50 yıllık iş yaşamı ve seramik macerası hakkında konuştuk.*

*Nafi GÜRAL is the Chairman of the Board, Kütahya Porselen San. A.Ş. comprising Kütahya Porselen, Kütahya Seramik and Kütahya Ambalaj. At the same time, he serves as Chairman of the Board of Kütahya Chamber of Trade and Industry. The first step in his business life was the forest industry. Then, he has continued to serve as a member of Gürallar Group in the fields of mining, tile and brick industry, porcelain, ceramic, vitreous ware, packing and glass industries and tourism, employing approximately 8,400 people. Recipient of Republic of Turkey Grand Assembly Superior Service Award in 2008, Nafi Güral is also the founder of Nafi Güral Education Foundation. We talked about his 50-year-long business life and his ceramic adventure with Mr. Güral, a leading name of the Turkish ceramic industry.*

**Hazırlayan: Prof. Dr. İskender Işık**



**HER GÜN YENİ BİR  
HEYECANLA GÜNE  
BAŞLARIM BEN.  
HEYECANIM BENİM İTİCİ  
GÜCÜM OLDUĞU İÇİN,  
GEREK İŞ HAYATIMDA  
GEREK SOSYAL  
SORUMLULUĞUMUN  
GEREKTİRDİĞİ  
ÇALIŞMALARIM GEREĞİ  
YAPTIĞIM HER İŞ BANA  
ÇOK HEYECAN VERİR.**

I START THE DAY WITH A  
GREAT NEW EXCITEMENT  
EVERY DAY. SINCE  
EXCITEMENT IS MY DRIVING  
FORCE, ANYTHING I DO  
EXCITES ME BOTH IN MY  
BUSINESS LIFE AND ALSO  
MY SOCIAL RESPONSIBILITY  
ACTIVITIES.

**Aile olarak sanayileşme ve istihdam alanında ülkemize büyük hizmetler verdiniz ve vermeye de devam ediyorsunuz. Bize Güral Grup'un gelişiminden bahsedermisiniz?**

1961 yılında babamın yanında iş hayatına atıldım. O tarihlerde kereste üretimi yapıyorduk. Aile olarak 1966 ve 1976 yıllarında iki otel inşa ederek turizm sektörü ile tanıştık. 1973 yılında kömür madenciliği, 1980 ve 1982 yıllarında iki kiremit fabrikası, 1984 yılında Kütahya Porselen, 1989 yılında Kütahya Seramik, 1994 yılında ise Kütahya Ambalajı Güral Grubu'na kattık. 52 yıldır çalışıyorum. Sanırım çalışmaktan besleniyorum. Hayattaki tek korkum, çalışmaktan uzaklaşmak.

You offered and continue to offer great services to our country as a family in the fields of industrialization and employment. Could you tell us about how Güral Group developed?

I joined the life of business beside my father in 1961. At the time, we were producing lumber. As a family, we got introduced to the tourism industry, building two hotels as a family in 1966 and 1976. We dealt with coal mining in 1973 and we introduced two tile factories in 1980 and 1982, Kütahya Porselen in 1984, Kütahya Seramik in 1989 and Kütahya Ambalaj in 1994 to the Güral Group. I have been working for 52 years. I believe I'm nurtured by working. My only fear in life is to be distanced from working.



### **Seramik sektöründeki yolculuğunuza nasıl başladınız? Neden bu sektöre yatırım yapmayı istediniz?**

Porselen üretirken, ikinci bir sektör arayışında olduk. Arayışlarımız sonucunda, porselen ile aynı kökten gelen seramik üretimine karar verdik. Seramik ve porselen, her ne kadar üretim teknolojileri farklı olsa da özünde doğadan gelen minerallerin ateş ile buluşmasından ibaret. Gerek porselen gerekse seramik ateş ile buluşması ile hayat bulduğu için biz üretimlerimizi "Ateşte açan çiçekler" olarak kabul ediyor ve bu sözleri sloganımız olarak kullanıyoruz.

### **Bu sektöre girmenizden günümüze kadar, seramik konusunda Türk Seramik Sektörü nasıl bir değişim yaşadı?**

İlk seramik üretimi 1950'li yıllarda başladı. Rekabet olmadığı için bu sektör olması lazım gelen seviyede gerçekleşmedi. Ne zaman yeni yeni fabrikalar devreye girdi, rekabet başladı ve rekabetle birlikte sektör gelişme sürecine girdi. Avrupa'da gerileyen seramik sektörünün bu günkü kapasitesine bakarsak, Türkiye miktar olarak Avrupa'da üretim liderliğini yakaladı.

### **Mutlaka çalışma hayatınızda yaşadığınız unutulmaz hatıralarınız olmuştur. Unutamadığınız bir anınızı bizimle paylaşır mısınız?**

Alman Rozenhall firmasını almamız teklif edildi bize. Gittik, gördük, konuştuk anlaştığımız sandığımız bir anda elimizden kaydı gitti. "Neden alamadık?" sorusunu araştırırken gördük ki, küresel tecrübe eksikliğimiz bizi hayal kırıklığına uğratmış. Hemen tecrübe eksikliğimizi giderme çalışmalarına başladık. Şu anda Alman Mitterteich firmasının sahibi olmak başarısını elde ettik. Bu başarılarımız daha da devam edecek.

### **Bu sektörün bir Duayeni olarak üniversitelerde bilhassa seramik mühendisliği, sanatı veya bilimi okuyan gençlere neler tavsiye edersiniz? Gelecekleri için nelere dikkat et-sinler? Ne gibi donanımlara sahip olmaya çalışsınlar?**

İşlerini aşk derecesinde sevmeleri halinde başarı gelir. Sevmiyorlarsa hiç uğraşmasınlar. Her alanda, seven insanın neler yapabildiğine yaşantımızın her gününde tanık oluyoruz. Öğrencilere gençlere tavsiyem, iş aramasınlar, kendi işlerini kursunlar. Kendi işini kurmak isteyenler için en müsait kulvardır seramik sektörü.

### **How did you start your journey in the ceramic industry? Why did you want to invest in this sector?**

When producing porcelain, we were searching for a second industry. As a result of our search, we decided to get involved in production of ceramic which has the same origin as porcelain. Although production technologies differ, ceramic and porcelain, in essence, consist of meeting of natural minerals with fire. Since both porcelain and also ceramic come to life when meeting with fire, we see our production as "flowers blossoming in fire" using these words as our slogan.

### **What kind of a transformation did the Turkish Ceramic Industry undergo in the field of ceramics from your getting involved in this industry until the present?**

The first ceramic production was started in 1950s. Since there was no competition, this industry did not come to the level required. When new factories were launched, competition started and the industry started to develop in parallel. Looking at the capacity today of the ceramic industry which is retarding in Europe, Turkey now has captured production leadership by volume in Europe.

### **You must have had unforgettable memories in your business life. Could you share one of these with us?**

We were offered to purchase the firm Rozenhall of Germany. We went, we saw, we talked, at a moment we thought we had made the deal, we lost it. When we investigated the question "Why couldn't we buy it?", we saw that our lack of global experience had disappointed us. We immediately started working on eliminating this experience shortage. Presently, we managed to own Mitterteich of Germany. These achievements will continue.

### **As a doyenne of this industry, what do you recommend to youth especially studying ceramic engineering, art or science in universities? What would they pay attention to for their future? What kind of knowledge should they try to have?**

Success will come if they are in love with their work. If they don't love it, they shouldn't be bothered. We witness everyday what a loving person can do in any field. My recommendation to students, to youth is they shouldn't look for work. They should set up their own business. The ceramic industry is the most convenient lane for those wishing to set up their own business.

### **Overall, what do you recommend to people, especially**

**Genelde iş dünyasında olan insanlara, özellikle de seramik işi ile ilgili olanlara neler tavsiye edersiniz? Nelere dikkat etmeliler, nelerden sakınmalılar?**

Seramik, sanat ile taçlandırılmış endüstriyel bir üründür. Hem görsel anlamda hem de özgün tasarım anlamında yaratıcı olmakla elde edilecek başarı kalıcıdır. Sektörün en büyük hatası, taklitçilik ve ucuz üretim, ucuz fiyat kaygısı ile kaliteden uzaklaşılmasıdır. Sektörün geleceği için tasarımcılar, teknisyenler yetiştirilmesine özen göstermek ve tabii ki inovasyon anlayışına bağlı kalmak önemlidir.

**Seramik sektörünün sizce günümüzdeki en önemli sorunları nelerdir?**

Piyasadan gelen "kalitesi önemli değil, ucuz olsun yeter" anlayışı üzerine yoğunlaşmış taleplerin kendilerini ve sektörü ne kadar zorda bırakacağını, hem sektörün hem de bizatihi firmanın gelişmesinin engellendiğini fark etmeyecek üretilen kalitesiz ucuz ürünler sektörün baş belasıdır. Bu anlayışa sahip fabrikaların ayakta kalmaları söz konusu olmayacaktır.

**Son olarak sizin bilinmesini istediğiniz veya söylemeyi arzu ettiğiniz bir konu var mı?**

Fabrikaları geliştiren bayileridir. Bayileri geliştiren müşterileridir. Müşteri ne isterse fabrika onu üretir. Burada yapılması gereken, ucuz zannettiği seramiklerin aslında ucuz olmadığını, hatta pahalı olduğunu müşteriye anlatmak lazımdır. Bir örnek vereyim: Metrekaresi 10 TL olan seramik kullanmak yerine metrekaresi 20 TL olan kaliteli bir seramik kullandığında insanlar kendilerini sanki %100 pahalı seramik kullanmış gibi algılıyor ve fena halde yanılıyorlar. Şöyle anlatayım: Vasat bir dairede 80 m2 seramik kullanılır. Metrekaresi 10 TL değil 20 TL fiyatlı seramik kullanılırsa 800 TL fazla ödeme yapılır ama bu daire satılacağı zaman onlarca bin lira daha pahalıya satılır. Böylece 800 TL fazla ödemekle onlarca bin lira fazladan kazanılmış olur. Nedenine gelince; ev alma kararını genellikle hanımlar verir. Bir hanımın baktığı ilk mekan ömrünün çoğunu geçirdiği mutfak ve banyo ile evine gelenleri ilk karşıladığı giriş holüdür. Bunlar bir hanıma hitap ediyorsa, fiyatına bakılmaz ev alınır.



**those involved in ceramics in the world of business? What should they care about, what should they avoid?**

Ceramic is an industrial product crowned with art. Achievements to be obtained by being creative both visually and also in terms of original design becomes permanent. The biggest error of the industry is to get away from quality through imitation and cheap production and by worrying about a low price. It is important to care that designers, technicians are developed and of course, to be loyal to the concept of innovation for the future of the industry.

**What do you think are the most important problems today of the ceramic industry?**

Cheap products with low quality, produced without being aware that demands coming from the marketplace focusing on the concept "quality is not important, just let it be cheap" will put them and the industry in difficulty and that the development both of the industry and also the firm itself being obstructed, are the biggest nuisances for the industry. Factories with such an understanding cannot stay in business.

**Lastly, is there anything you want people to know or you want to say?**

Dealers are the ones advancing factories. The ones advancing the dealers are customers. The factory produces whatever the customer wants. Here, what one should do is to tell the customer that ceramic ware he thinks to be cheap are actually are not cheap, actually expensive. Let me cite an example: When a quality ceramic of 20 TL per square meter is used instead of a 10 TL one, people perceive themselves as having used 100 % more expensive and they are badly mistaken. Let me explain: 80 m2 ceramic ware are used in an average apartment. If instead of 10, 20 TL ceramic is used, you pay 800 TL more but when the apartment is to be sold, it will be sold for ten thousands of Dollars more. Hence, by paying 800 TL more, you gain extra ten thousands of Liras. The reason is that generally ladies make the decision to purchase a home. The first place a lady looks is the kitchen and bathroom where she spends most of her life and the entrance hall where she receives guests. If these cater to a lady, the home is purchased regardless of the price.

**Tüm hayallerimi gerçekleştirdim, zaten gerçekleştiremeyeceğim hayallerim olmaz. Ben biliyorum ki, insanoglunun en büyük zenginliği gerçekleştirebileceği hayalleridir. Hayal etmeyen kişi neyin peşinden koşacak ki başarı elde etsin? I accomplished all my dreams, in fact, I don't have dreams I cannot accomplish. I know that the biggest wealth of a human being is his achievable dreams. What will a non-dreaming person chase to achieve accomplishments?**