

# *Tatko Lastik Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve CEO Vedat Özçelik ile kişisel kariyer ve bugün iş dünyasına bakış..*

*Dünya ve Türkiye lastik endüstrisinin yıllar içindeki dönüşümüne sadece tanıklık etmekle kalmayıp, bu dönüşümü yöneten ve yönlendiren isimlerden biriyle, Vedat Özçelik ile buluştuk.*

*1987'de Goodyear'da başlayan bu yolculuk, sıradan bir kariyer hikâyesinden çok, bir vizyonerin serüveni oldu. Bu özel söyleşide, lastiğin ötesine uzanan bir hikâyeyi; sektörün dününü, bugünü ve yarınını birlikte konuştuk.*

**Lastik Magazin:** İş hayatınız Goodyear'da Kamyon Lastikleri Teknik Temsilcisi olarak başladı. O günün profesyonel çalışma donanımları ve şartları nasıldı?

**Vedat Özçelik:** 1987 yılında Goodyear'da işe başladığımda, Türkiye lastik sektöründe üç önemli oyuncu öne çıkıyordu: Goodyear, Lassa ve Pirelli. Bu şirketler yalnızca lastik sektörünün değil, Türkiye sanayisinin de devleriydi. O dönemde böylesine güçlü yapıların parçası olmak, pozisyonu ne olursa olsun çalışıyorum demek, iş bulmak, başlı başına bir değer ve ayrıcalıktı.

Benim görevim, dünyada yeni yaygınlaşmaya başlayan 'radyal lastiklerin' filolarla tanıtılmasıydı. Goodyear'ın bu amaçla kurmuş olduğu teknik ekibin bir üyesi olarak İskenderun, Gaziantep ve Antakya bölgelerinden sorumluydum. Görevimiz sadece yeni teknolojiyi tanıtmak değil, aynı zamanda bu lastiklerin sağladığı avantajları aktarmak ve filoları konvansiyonelden radyal lastik kullanımına teşvik etmektir.

Sahada çalışmak, o günün koşullarında oldukça zorluydu. Aracımız, tulumlarımız ve birkaç ölçüm aletimiz ile tüm gün çalışırdık, bütün bu zorluklara rağmen yaptığımız işin bizim için anlamı çok büyüktü ve bu anlam bizi motive ederdi.

**L.M:** Bütün bu şartlar içerisinde ilk işinizi kurma motivasyonunuz neydi?

**V.Ö:** İş hayatımın ilk yıllarında Adana'da tanıdığım bir iş insanı vardı. Büyük bir nakliye şirketinin sahibiydi ve oldukça düzenli, etkileyici bir lastik kaplama tesisi kurmuştu. Bu tesis beni derinden etkiledi, içimde bir kıvılcım vardı. Derken bambaşka bir hayat yolculuğu oluştu, İstanbul'a taşındım ve iş hayatıma devam ettim fakat kaplama tesisi kurma fikri aklımdan çıkmadı. Bu kez Mardin'in



önde gelen iş insanlarından amcamla bir araya geldik, ona bu fikri açtım ve ikna ettim. O dönemde Goodyear da Tatko'dan bir lastik kaplama tesisi kurmasını istiyordu. Amcamla İstanbul'da yer bakarken şöyle dedi: "Biz bir kaplama tesisi kuracağız, Tatko da yakın dönemde kuracak, kırk yıllık hukukum var, Tatko'ya rakip olacak bir iş yapmam,

yapamam." Bunun üzerine Tatko'nun kapısını çaldım. Aslında ortada bir yıldır çözüm bekleyen bir konuda "Ben bu işi yaparım" dedim, karar hemen alındı. İşte o gün hem Tatko hem de benim için dönüm noktası oldu. Yalman Ailesiyle birlikte nice zorlu süreçleri omuz omuza aşarak, sırt sırta vererek ve birbirimize duyduğumuz tarifsiz güvenle

Tatko'yu bugünlere taşıdık. 38 yıllık kariyerimin 34 yılı Yalman Ailesi ile iç içe geçti.

**L.M:** Uzun iş yaşamınız ve tecrübenizle bugün iş yaşamının getirdiği donanım zenginliğini, çalışma şartlarını değerlendirir misiniz?

## *“Yalnızca lastikler değil, dünyadaki her şey hızla değişiyor.”*

**V.Ö:** Bu değişim yalnızca lastik sektörüyle sınırlı değil; aslında her alanda köklü bir dönüşüm yaşanıyor. Bu dönüşümün temelleri sanayi devrimiyle atıldı. Eskiden bir sürecin dönüşmesi, bir trendin yerleşmesi yıllar alırken bugün artık aylar, hatta haftalar içinde büyük değişimlere tanıklık ediyoruz.

Bizim kuşağı düşüncecek olursak teknolojik dönüşümün ilk halkasını yaşayan kuşaktı diyebiliriz. Evlerimize ilk giren teknolojik ürünler sırasıyla buzdolabı, televizyon, çamaşır makinesi oldu. Bunlara sahip olmak, o dönem için sosyoekonomik bir statü göstergesiydi. Ardından bilgisayarlarla tanıştık. Pager yani çağrı cihazları geldi vs.. Bugün ise oyun bambaşka bir ligde oynanıyor. Artık yapay zekâdan, algoritmaların bizim adımıza karar vereceği sistemlerden söz ediyoruz. İş süreçleri daha kısa, karar döngüleri daha hızlı.

Bu dönüşüm sadece ürünlerle sınırlı da değil jeopolitik anlamda da çok ciddi bir değişim yaşanıyor. Örnek vermek gerekirse; biz iş hayatına başladığımızda sektörümüzde dünya pazarında üç-dört büyük oyuncu vardı. Bugünse Japonya'dan Kore'ye, oradan Çin'e kadar birçok ülke sadece üretimde değil, teknoloji geliştirme ve pazar payı açısından da güçlü aktörler haline geldi. Yani yalnızca lastikler değil, dünyadaki her şey hızla değişiyor. Önemli olan bu dönüşümü görebilmek, doğru okumak ve adapte olabilmek.

**L.M:** Nasıl bir yöneticisiniz? Çalışanlarınız sizi nasıl tanımlar?

**V.Ö:** Nasıl görünmek isterdim sorusunun cevabı çok net benim için: Anlayışlı, destekleyici, motive eden, çalışanlarının kişisel gelişimiyle gerçekten ilgilenen bir yönetici. Gerçekte nasıl algılandığımı ise ancak ekip arkadaşlarım anlatabilir.

Ama şunu söyleyebilirim; 1960'larda doğmuş, 70'lerin siyasi ikliminde büyümüş bir nesil olarak bizler, ortaokul-lise çağlarında

felsefe, tarih, siyaset gibi insan ve toplum odaklı konularla şekillendik. O dönemler konuştuğumuz temel değerlerin merkezinde insan vardı. Bu bakış açısı, beni şekillendiren önemli bir unsur oldu.

**L.M:** Bugün yaşamın her alanında ortaklaştığımız Yapay Zeka ile büyüyen, eğitilen ve çalışan gençlere tavsiyeleriniz nedir?

**V.Ö:** Yapay zekâ, kendi içinde bir sürü tartışmayı barındırıyor. Bugün yalnızca teknolojik bir gelişme değil; aynı zamanda ahlaki, etik ve yasal açılardan çok boyutlu bir tartışma alanı.

Çok kutuplu bir dünyadayız artık. Bu çoklu kutuplar içerisinde Asya kendi teknolojik yolculuğunda önemli bir oyuncu, Amerika başka bir vizyonla ilerliyor, Avrupa ise daha çok regülasyon odaklı. Tüm farklılıklara rağmen ortak gerçek şu ki yapay zekânın insan yaşamı üzerinde çok büyük etkileri olacak. Bu değişim yalnızca teknoloji şirketlerini etkilemeyecek, lastik sektörü de bu dönüşümden nasibini alacak.

Tatko olarak bizim de dijital dönüşüm başlığı altında, verimlilik artırmaya yönelik ciddi çabalarımız oldu. Sürekli daha iyisini arayan, ölçen ve iyileştiren bir organizasyon yapısına kavuşmamız şart. Bugün sektörde kim bu alanda fark yaratırsa, kim yapay zekâyı süreçlerine entegre ederek katma değer üretmeyi başlarırsa, oyunun kurallarını değiştirecek.

**L.M:** Türkiye lastik endüstrisinin geçmişiyile bugünü arasındaki farkları nasıl değerlendiriyorsunuz?

**V.Ö:** Bu soru aynı zamanda benim iş hayatımın da özeti aslında.

Cumhuriyet'in kurulduğu ilk yıllarda Türkiye'de resmi kayıtlı araç sayısı 3.000 civarındaydı, dolayısıyla lastik tüketimi de son derece sınırlıydı. 1950'lere kadar büyüme çok kısıtlıydı. 1960'lar, Türkiye'de sektörümüzün asıl şekillendiği dönem diyebiliriz. Bu yıllarda ithalatçıların olduğu pazara artık üreticiler de dâhil oldu. Türkiye'nin önde gelen sanayi grupları yabancı teknoloji ortaklarıyla birlikte üretime girdi ve üç yıl içerisinde üç üretici üretime başladı; Koç Uniroyal, Tatko Goodyear, Pirelli Eczacıbaşı. 1970'lerde ise bir kırılım yaşanıyor, ilk kez %100 yerli sermaye ile Türk şirketler sektöre adım atıyor.

Aynı dönemde devlet eliyle kurulan Kırşehir fabrikası, 1990'larda özelleşiyor. Bu, devletin lastik üreticisi olmaktan çıkıp

sektörü özel teşebbüslere devrettiği süreci başlatıyor. 2000'li yıllarda bir başka önemli dönüşüm yaşanıyor.

Bir de Türkiye'nin kendine özgü bir durumu var; Gümrük Birliği öncesi ve sonrası. 1996 Gümrük Birliği öncesi, Türkiye kapalı bir pazardı fakat Gümrük Birliği ile birlikte dünyaya açıldık. Bununla birlikte sektör renklendi, çeşitlendi.

Gümrük Birliği ve rekabet hukuku sektörde köklü bir değişimin önünü açtı. Artık Türkiye tek markalı, sınırlı sayıda oyuncunun olduğu kapalı bir pazardan çok markalı, rekabetçi ve dinamik bir sektöre geçti. Bugün çok markalı bayilik modeli sektörün temel dinamiği hâline geldi.

**L.M:** Türkiye'de ilk diyeceğimiz iş modelinizi bu anlamda değerlendirir misiniz? Bu modelin Tatko için etki ve anlamı ne oldu?

**V.Ö:** Tatko'daki yolculuğum 1991 yılında Yalman Ailesiyle birlikte kurduğum lastik kaplama firması Tatkap ile başladı. O günden bu yana Tatko'yu ve Tatkap'ı sadece ticari bir şirket olarak değil, lastik sektörünün bir oyuncusu olarak gördüm.

Kaplama malzemeleriyle ilgili eksikleri fark ettim, girişimlere başladım, ardından iş makinesi lastik kaplamasına yöneldim.

İşe başladıktan çok sonra ise "yeni lastik satışı"na başladım. İlk adım ticari lastiklerle oldu. Sonra iş makineleri lastikleri, ardından otomobil lastikleri geldi

Tatko, Türkiye'nin üretici olmayan ama çok markalı perakende kanalını kuran ilk şirketi oldu. 15 yıl önce bir hayalle çıktığımız yol, Türkiye'nin en büyük çok markalı lastik perakende kanalı LastikPark'a dönüştü. Sonra HerLastik, LastikVs ve Lastik Ustam perakende kanallarımızı ekledik ve şu an Türkiye'nin her noktasında tüketicilere hizmet veriyoruz.

**L.M:** Otomotivde EV ve yapay zekâ öne çıkarken, lastik sektörünü ve Tatko'nun konumunu nasıl değerlendirirsiniz?

## *“Bizi farklılaştıran, güçlü bir dağıtım kanalı ve tabelalı perakendeye sahip tek oyuncu olmamız.”*

**V.Ö:** Biz temelde bir otomobil yedek parça tedarikçisiyiz ancak bizi farklılaştıran, güçlü bir

dağıtım kanalı ve tabelalı perakendeye sahip tek oyuncu olmamız.

Otomotiv sektörü belki de tarihinin en radikal dönüşümünü yaşıyor ve bu değişimden ilk etkilenen ürün gruplarının başında lastik ve yedek parça geliyor. Bu, hem coğrafi hem teknolojik düzeyde çok katmanlı bir dönüşüm. Bir yandan da Çin'in yükselişine tanıklık ediyoruz.

İşte bu büyük dönüşüm sürecinde biz de Tatko olarak sadece ayakta kalmayı değil, yön göstermeyi hedefliyoruz. Hızla değişen tüketici alışkanlıklarına ve teknolojilere uyum sağlayabilecek çeviklikte bir organizasyona sahibiz ve tüm bu değişimleri yakından takip ediyoruz.

**L.M:** Türkiye'de lastik endüstrisinin ve yenileme pazarının geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?

**V.Ö:** Çinli yatırımcıların Türkiye pazarına girmesiyle birlikte lastik sektöründeki en önemli eksikliklerden biri olan rekabetçi dengenin tamamlanacağını düşünüyorum. Ayrıca Türkiye, lastik sektörü açısından sadece bir pazar değil, bir üretim üssü olma potansiyeline de sahip. Bugün Avrupa kıtasında lastik üretim kapasitesinin artabileceği birkaç ülke kaldı; Sırbistan, Romanya ve Türkiye. Bu üçlü arasında en büyük fırsat alanı ve üretim kabiliyeti ise kesinlikle Türkiye'de. Hem iç pazar büyüklüğü hem coğrafi konumu hem de insan kaynağıyla Türkiye, bu sektörde çok daha büyük bir rol oynamaya aday.

**L.M:** Tatko'nun geleceği ile ilgili nasıl bir yol haritası çizdiniz?

**V.Ö:** İki Tatko var aslında. Biri, 1927 yılında Yalman Ailesi tarafından kurulan ve 100. yılına yaklaşan Tatko... Diğeri ise, benim 1991'de lastik kaplama tesisi olarak kurduğum, zamanla farklı şirketlerle birleşerek 2016'da Tatko Lastik adı altında kurumsallaşan yapı. Şu anda bu yolculuğun lokomotifini Tatko Lastik diyebiliriz.

Bizim için en önemli kilometre taşlarından biri, 2027'de hem Tatko'nun kuruluşunun hem de lastik işine girişimizin 100. yılını kutlamak. Bu sadece bir tarih değil bir kültürün, bir vizyonun, bir misyona dönüşen yolculuğun simgesi.

Bu 100 yıllık başarıyı bir son değil, bir sonraki 100 yılın temeli olarak görüyoruz. O yüzden bizim ana meselemiz şu; Bu başarı nasıl



sürdürülebilir kılınır? Cevap ise aslında çok net "kültür" ile. Girişimci, yenilikçi ve sürdürülebilir bir kurumsal kültür inşa etmek zorundayız. Ve bu ruhu, kültürü yeni kuşaklara aktarabilecek bir yapı kurmak zorundayız. Şirket içinde bu ruhu destekleyecek platformları, süreçleri ve liderlik anlayışını inşa ediyoruz. Bayrağı devralacak olan arkadaşlarımızın da bu kültüre yetkin hale gelmesi en büyük önceliğimiz.

Şirketimizi ticari ve tüketici lastikleri olarak iki yapıya ayırdık. A'dan Z'ye tüm süreçleri yöneten iki genel müdür yapısıyla daha çevik ve odaklı bir model kurduk. Ben daha çok strateji tarafındayım. Yurtdışında yeni fırsatlara yöneliyorum. Kazakistan'da Michelin, Bridgestone ile partneriz. İngiltere'de Black Circle'ın en büyük tedarikçilerindeniz. T2 Global Limited ile Londra merkezli global ağ kuruyoruz. 11 Temmuz'da Panama'da sahneye çıkıyoruz. Pazar hedefimiz dar bir coğrafya değil; Kuzey ve Güney Amerika, Orta Doğu, Avrupa ve diğer tüm potansiyel bölgeler. LG'nin dünyaya yayılma iddiasını taşıyan, önce tüketici lastikleri ardından ticari lastik segmentinde geniş bir global ağ kurma hedefi olan bir yolculuk bu. Premiere Lig'den bir takımla sponsorluk anlaşmamız da yolda. Bu sponsorluk da markanın küresel bilinirliğini güçlendirecek.

**L.M:** Son olarak, genç profesyonellere ve yapay zekâ çağında büyüyenlere ne tavsiye verirsiniz?

*“Ne kadar doğru insanla bir araya gelerseniz, o kadar doğru işler yaparsınız.”*

**V.Ö:** Ne kadar doğru insanla bir araya gelerseniz, o kadar doğru işler yaparsınız.

Dünyanın en iyi projesi bile eğer doğru insanlarla hayata geçirilmiyorsa başarı şansı düşüktür. Ama sıradan bir fikri, vizyoner ve güvenilir insanlarla yola çıkarak başarıya dönüştürmek her zaman mümkündür.

Ben bugün 20'den fazla şirketin kurucu ortağıyım. Ancak hiçbirini tek başıma kurmadım. Her adımda birlikte yürüdüğüm insanları karakterine, vizyonuna, birlikte yol alabilme potansiyelimize göre seçtim. Hiçbir zaman sadece finansal ortaklık peşinde olmadım. Çünkü bir işi değerli kılan sadece sermaye değil, onu birlikte büyütecek ortak akıldır.

O yüzden gençlere tavsiyem şu; Kariyerinize yön verirken sadece işin "ne" olduğuna değil, "kiminle" yapıldığına da odaklanın. Birlikte yürüdüğünüz insanlar, hedeflerinize giden yolu ya kısaltır ya da tıkar. Doğru insanlarla birlikte çıktığınız her yolculuk, sizi hayal ettiğinizden daha ileriye taşıyabilir.

Röportajın tamamı için  
[www.lastikmagazin.com](http://www.lastikmagazin.com)

