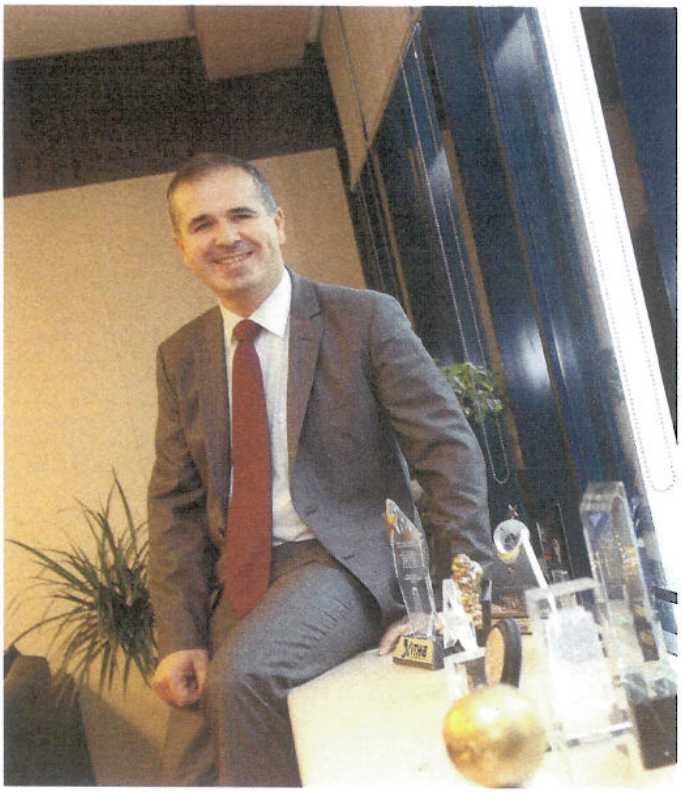
DÜNYANIN GÖZÜ

Kordsa'nın ürettiği ipliklerde

Beş kıtaya yayılmış üretim tesisleri ile dünyada en fazla naylon 6.6 ipliği üreten ve naylon 6.6 pazarında lider konumunda olan Kordsa Global firması, polyester iplik üretiminde de dünya dördüncüsü konumunda. Küresel bir marka olarak sektörde yer alan firmanın tüm stratejileri de Türkiye'deki merkezden geliştiriliyor.

CENK ALPER
Kordsa Global Başkan ve CEO'su



İplik üretiminde sürekli polimerizasyon ve "melt spinning" proses teknolojisi kullanarak NY66 ve HMLS Polyester iplik üreten Kordsa Global, ileri teknolojiye sahip tesislerinde naylon 6.6, HMLS polyester, rayon ve aramid iplikler işleyerek çok çeşitli uygulamalara dönük kord bezi üretiyor. Firma, 1973 yılında İzmit'te kord bezi fabrikası ile çıktığı yolda, esnek ve güçlü üretim yapısı, yüksek ürün ve servis kalitesi, uzun vadeli devam eden müşteri ilişkileri ve iş ortakları ile sektöründe küresel bir lider olarak faaliyet gösteriyor. Beş kıtaya dağılmış sekiz ülkede 10 işletmesi ve yaklaşık 4 bin kişilik iş gücü ile hizmet veren Kordsa Global'ın iplik sektöründe ki yerini firmanın Başkan ve CEO'su Cenk Alper ile ele aldık.

Kordsa Global'in iplik sektörüne yönelik faaliyetleriyle ilgili detaylı bilgi verebilir misiniz?

Kordsa Global, teknik tekstiller alanında lastik endüstrisine yönelik takviye malzemeleri üreten bir şirkettir. Bu amaçla hem NY6.6 ve HMLS Polyester iplik hem de kord bezi ve tek kord üretimine devam etmektedir. Kord bezi üretimimiz dünya çapında yıllık 145 bin ton seviyesinde olup bu kapasite ile dünya ikincisi konumundayız. İplik olarak naylon 6,6 ve HMLS Polyester üretiyoruz. Naylon 6.6 iplik kapasitesinde yıllık yaklaşık 140 bin tonluk üretim ile dünya pazarının yüzde 36'sına hakim olarak dünya lideriyiz. Kordsa, Türkiye dahil, beş kıtada sekiz ülkede üretim yapıyor. HMLS Polyester İplikte ise 52 bin tonluk üretimle dünya dördüncüsüyüz ve bu alanda büyümeye devam ediyoruz. 2013 yılında Türkiye iç pazarına yaklaşık 70 milyon dolarlık satışımız var. Türkiye tesislerimizin ana pazarı Avrupa ve Rusya... Bu sene bu pazarlara yaklaşık 260 milyon dolarlık ihracat yapmış olacağız. Kordsa Global'in tüm dünyaya yayılmış tesislerinden elde ettiği toplam ciro ise 850 milyon dolara yakın. Şirketimiz üretiminin yüzde 50'den fazlasını yurt dışında yapıyor. Türkiye'de yaptığı üretimin ise sadece yüzde 20'si iç pazara yönelik. Türkiye'de sanayi şirketlerinin gelişimine baktığınızda büyümelerinde üç temel aşama görüyoruz; Öncelikle iç pazar için Türkiye'de üretim sonra ihracata yönelik üretim. Üçüncü aşama ise yurt dışı pazarlara yönelik olarak yurt dışı yatırımlar. Kordsa Global bugün üçüncü aşamaya gelmiş ve NY6.6 pazarında dünya liderliğine ulaşmış bir şirkettir. Kordsa, Türkiye'deki hissedarlarına hem Türkiye'deki üretimi, hem de yurtdışı tesislerinden getirdiği temettüler ve teknoloji transfer bedelleri ile katma değer yaratan bir şirkettir.

Katma değerli ürününün yüksek teknolojiyle üretilmesi söz konusu. Sizin bu konudaki yatırımlarınızdan ve Ar-Ge'nin sizin için öneminden bahsedebilir miyiz?

Kordsa Global İzmit'teki ilk üretimine Good Year'dan

aldığı Teknoloji lisansı ile başladı. Sonrasında naylon 6.6 iplik üretimi için dünya lideri olan ve naylon 6.6 ipliği bulan Dupont ile ortaklık yaptı. Akabinde globalleşme yolunda Dupont'un dünya çapındaki NY6.6 iplik ve bez tesislerini devraldı. HMLS Polyesterde iplik üretiminde de Kordsa dünyanın önde gelen teknolojilerine sahip. 2006 yılında Dupont'la olan ortaklığın sonlanması ile birlikte Kordsa'nın hem iplik hem de bez alanında kendi teknolojisini geliştirme ihtiyacı ortaya çıktı. Bu kapsamda 2007 yılında İzmit'te Global Ar-Ge merkezi kuruldu. Ar-Ge merkezimiz 2009'da Ar-Ge Merkezleri Kanunu çerçevesinde tescillendi. Şu anda İzmit'te yaklaşık 70 kişinin çalıştığı, senede 10-12 milyon dolarlık yatırım yaptığımız bir Ar-Ge merkezimiz var. Bu 70 kişinin yüzde 50'den fazlası yüksek lisans ve doktoralı. Ar-Ge merkezimizde hem yurtdışından tersine göç ile getirdiğimiz Türk araştırmacılarımız, hem de yurt dışındaki tesislerimizdeki yabancı araştırmacılarımız bulunuyor. Bugüne kadar Ar-Ge'mizde Brezilya, Çin ve Endonezyalı çalışanlarımız oldu. Öncelikle lastik sektöründe ve sonrasında lastik sektörü dışına Ar-Ge ve Ür-Ge yaparak teknoloji geliştiriyoruz. Polyesterde ve naylon iplikte artık kendi teknolojimizi dünya pazarlarına sunuyoruz. Burada sadece ürün değil; proses ve ekipman teknolojisi de geliştiriyoruz. Bunları öncelikle kendi fabrikalarımızda kullanıyoruz. İstenildiğinde lisanslama yöntemiyle başka şirketlere satabilir durumdayız. Son 6-7 yılda 47 adet patent ürettik. Artık Kordsa'da inovasyon motoru çalışır durumda ve sürekli yeni teknolojiler üretiyor. Capmax, Monolyx, Twixtra gibi sektöründe ilk olan markalarımız ve ürünlerimiz çoğaldı. Bu markalar artık pazarda ciddi talep görüyor. 2013 yılında bir strateji çalışması tamamladık ve 2023 yılına kadar Kordsa'yı iki kat nasıl büyütürüz diye düşündük. Bu çalışmanın üç temel çıktısı var. Birinci olarak Kordsa'nın rekabet avantajını tüm dünyada sürdürebilmek için maliyetlere ve kaliteye odaklanmak ve özellikle Naylon 6.6 daki Pazar liderliğimizi korumak... İkinci olarak lastik sektöründe alternatif yollar ile büyümek.... Bunu hem teknolojisini kendimizin ürettiği yeni ürünlerle hem de dünyaya yayılmış tesislerimizdeki organik

"Şu anda İzmit'te yaklaşık 70 kişinin çalıştığı, senede 10-12 milyon dolarlık yatırım yaptığımız bir Ar-Ge merkezimiz var. Bu 70 kişinin yüzde 50'den fazlası yüksek lisans ve doktoralı. Ar-Ge merkezimizde hem yurtdışından tersine göç ile getirdiğimiz Türk araştırmacılarımız, hem de yurt dışındaki tesislerimizdeki yabancı araştırmacılarımız bulunuyor."

büyüme ile sağlayacağız. Buna örnek olarak Endonezya'da halen devam eden yaklaşık 100 milyon dolarlık yatırımımızı verebiliriz. Üçüncü olarak da lastik dışı sektörlerde de büyümek... Bu doğrultuda kendimize iki önemli hedef pazar seçtik. Bunlardan birincisi otomotiv, havacılık, rüzgar enerjisi gibi sektörlerde kullanımı giderek artan kompozit endüstrisine , diğeri ise inşaat sektörüne yönelik takviye malzemeleri üretmek...

Ne tip ürünler bunlar?

Kompozit sektöründe kendimizi yüksek mukavemetli fiberleri işleyerek, komposit kalıplarda kullanıma hazır, yüksek kaliteli takviye malzemeleri üretiminde konumlamak istiyoruz. İkinci olarak da inşaat sektörüne yönelik ilk ürünümüz beton takviye lifleri pazara çıkacak. Betonu kuvvetlendirmek, betonun çatlamasını engellemek için kullanılan bu yeni ürünümüzle ilgili halen İTÜ'de son ürün uygulama testlerimiz devam ediyor. 2014'ün ilk çeyreğinde yeni bir marka ile bu sektörde piyasaya çıkacağız. Burada da ilk iş ortaklarımız Sabancı Holding'in sektörlerinde lider Akçansa ve Çimsa firmaları olacak. Sonrasında yurt dışı tesislerimizi kullanarak ürünleri tüm dünyaya yayacağız. Önümüzdeki sene yeni ürünlerden yaklaşık 50 milyon dolar ciro sağlayacağız.

Teknik tekstil dediğinizde ıslanmayan kumaş gibi yüzü hazır giyime dönük ürünleri düşünürdük. Ama siz ufkumuzu açtınız. İpliğin konfeksiyon dışında kullanılabileceği çok farklı alanlar da var. Sizin esas konsantre olduğunuz alanlar da bu kısımlar...

Özellikle otomotiv, uçak sanayi, ulaşım sektöründe hem çevre duyarlılığı hem maliyet açısından yakıt tüketimini azaltmak için araçların hafiflemesi gerekiyor. Bu kapsamda da hem metalin yerine geçecek kompozitlerin hem de yeni lastik teknolojilerinin önemi giderek artıyor. Neden kompozit sektörü? Çünkü lastik aslına bakarsanız dünyanın en karmaşık kompoziti. Bir lastikte ortalama 50 farklı parça var. Bizim de 40 yıldır bu kompozite yönelik geliştirdiğimiz bir know how var. Şimdi bu know how'u metallerin yerine geçecek kompozitlerde kullanmak üzere yola çıkıyoruz. Tekstildeki ıslanmazlık gibi parametreler dışında, teknik tekstillerde girdiğinizde mukavemet, tokluk, yorulma direnci, kompozite ya da lastikteki kauçuğa yapışma gibi önemli özellikler söz konusu. Bizim Ar-Ge çalışmalarımızda bu ana teknoloji alanlarında geliştirmeler yapmaya odaklanmıştır

Kord iplik dediğimiz işi anlatabilir misiniz?

Polyester veya naylon ipliği alıp büktüğünüzde kord olur. Bunu dokuyunca ham bez, terbiye ettiğinizde kord bezi elde edersiniz.

Kordsa global bir firma olma yolculuğunu tamamlamış, bu anlamda ciddi yol almış bir firma. Bu perspektiften bakıldığında Türk konfeksiyonunu ve Türkiye'deki markalaşma sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada üretim sektöründe iki çok temel değişim var. Biri rekabetçilik açısından tüm üretim tesislerinin ve değer zincirinin Batı'dan Doğu'ya kayması. Dolayısıyla siz de üretim tesislerinizi değer zinciri ile birlikte Batı'dan Doğu'ya kaydırmalısınız.. İkincisi ürün, kalite ve servis ile farklılaşma. Eğer farklılaşmış bir ürünü ucuza üretemezseniz bu pazarda uzun süre var olamıyorsunuz. Biz farklılaşmış ürünler yaratabilmek ve bu farklılaşmış ürünleri maliyeti etkin şekilde üretebilmek için stratejiler üretiyoruz. Her zaman bu iki stratejinin paralel gitmesi lazım. Bugün baktığınızda tüm dünya markası şirketlerin Asya ülkelerinde üretim tesislerinin olduğunu görürsünüz. Türkiye'deki şirketlerde bu ikisini paralel yürütmek zorunda. Markalaşma alanında son yıllarda özellikle Ar-Ge yatırımlarıyla, Turquality programıyla Türk şirketlerine büyük destekler sağlanıyor. Ben DEİK Yurt Dışı Yatırımlar Konseyi üyesiyim. Buradaki gözlemlerimle diyebilirim ki; Türkiye daha yeni yeni yurtdışı yatırımları stratejisini geliştirme aşamasına geldi. Bu işin artık sadece ihracatla olmayacağını, yurt dışı yatırımlara yönelerek de yapılması gerektiğini fark etti.

"Polyesterde ve naylon iplikte artık kendi teknolojimizi dünya pazarlarına sunuyoruz. Burada sadece ürün değil; proses ve ekipman teknolojisi de geliştiriyoruz. Bunları öncelikle kendi fabrikalarımızda kullanıyoruz. İstenildiğinde lisanslama yöntemiyle başka şirketlere satabilir durumdayız. Son 6-7 yılda 47 adet patent ürettik."

Siz tüm Kordsa Global'in ürün geliştirmesini Türkiye'den mi yapıyorsunuz?

Evet, tüm ürün ve Pazar geliştirme ekibimiz Türkiye'de. Stratejiler, ürünler ve uygulamalar öncelikle Türkiye'de geliştiriliyor, buradaki tesiste uygulamaya alınıyor. Orada ticarileştikten sonra diğer tesislere teknoloji transferleri yoluyla götürülüyor. Mesela Asya'da ortaklı tesislerimiz var. Biz oraya teknoloji transferini yaparken de aslında Türkiye'ye katma değer kazandırıyoruz.

Sekiz ülkedesiniz. Bu ülkeler nereleri?

Amerika'da iki, Mısır, Türkiye, Almanya, Arjantin, Tayland, Brezilya ve Endonezya'da birer tesisimiz var.

Çin'den neden vazgeçtiniz?

Uzun vadeli strateji çalışmalarımız doğrultusunda Asya'daki büyümemizi Endonezya'da gerçekleştirmeye karar verdik ve yatırımlarımızı da bu bölgede yapıyoruz.

Global bir firma olarak global pazarda rekabet nasıl?

Oldukça zor. Ana rakiplerimiz Koreli ve Çinliler. Koreliler üretimlerinin büyük çoğunluğunu Çin, Vietnam gibi maliyet avantajlı ülkelerde yapıyorlar. Ciddi hükümet desteği de alıyorlar. Dolayısıyla sizin onlarla dünyanın her bölgesinde rekabet edebilmeniz gerekiyor. Ancak Kordsa 40 yıldır dünya pazarında yer alıyor. Dolayısıyla tüm müşterilerin gözünde Kordsa'nın ayrıcalıklı bir yeri var. Kordsa her zaman ürün ve hizmet kalitesinde farklılığı ile ilave prim alan bir şirket olmuştur. Ancak bu farklılaşmayı rekabetçi maliyet ile desteklemek bugünkü dünyada kaçınılmaz hale geldi.