

Söyleşi

“KORDSA GLOBAL’DE YENİ ÜRÜNLERİN CİRODAKİ PAYI YÜZDE 15 OLACAK”

KORD BEZİ ÜRETİMİNDE DÜNYA LİDERİ OLAN **KORDSA** GLOBAL, İZMİT’TE BULUNAN AR-GE MERKEZİNDE 65 KİŞİLİK BİR EKİPLE ÇALIŞIYOR. PİYASAYA SUNDUĞU YENİLİKÇİ ÜRÜNLERLE ÖDÜLLER ALAN, GOODYEAR ve MICHELIN GİBİ DÜNYA DEVLERİNİN STRATEJİ GELİŞTİRME ORTAĞI OLAN ŞİRKETİN CEO’SU HAKAN TİFTİK, LİDERLİĞİN VE BUNU SÜRDÜREBİLMENİN AR-GE’YE BAĞLI OLDUĞUNU SÖYLÜYOR.

Özge Yavuz

oyavuz@ekonomist.com.tr



1973 yılında İzmit’te kord bezi üretimine başlayan ve bugün dünya lideri bir marka haline gelen **Kordsa** Global’in başarı sırrı AR-GE faaliyetlerinde yatıyor. 2008 yılında İzmit’te açtığı bin 400 metrekarelik AR-GE merkezinde işinde uzman deneyimli mühendislerle çalışan ve İzmit’ten bütün dünyaya teknoloji ihraç eden şirket, ödüllü yeni ürünleriyle pazarda açık ara ilerliyor. Cirosunun yüzde 1’ini AR-GE yatırımına ayıran şirket, önümüzdeki beş yıl içinde toplam satış cirosunun yüzde 15’ini yeni ürünlerden gerçekleştirmek istiyor.

Kordsa Global CEO’su Hakan Tiftik, “Good Year, Michelin **Kordsa**’yı geçen yıl strateji geliştirme ortağı olarak açıkladı. Önemli projelerinde **Kordsa** ile birlikte yürüme kararı aldı. Bugün 37 tane proje takip ediyoruz” diyor. Hakan Tiftik ve şirketin teknoloji ve pazar geliştirme direktörü Cevdet Alemdar ile **Kordsa** Global’in AR-GE çalışmalarını ve bu alandaki yeni hedeflerini konuştuk...

Faaliyet gösterdiğiniz endüstriyel tekstil alanında AR-GE faaliyetlerinin işleyişi nasıl gerçekleşiyor?

Hakan Tiftik: Bizim içinde bu-

lunduğumuz sektör şu anda yüzde 90 oranında lastik sektörüne hizmet veriyor. **Kordsa** Global, naylon ve polyester benzeri sentetik ipliklerden kord bezi üretiyor. Kord bezi de lastiğin içinde kullanılan karkas malzemesi. Lastiğin hem güvenli, hem konforlu hem de performansının iyi olmasını istiyor lastik üreticileri. Kord bezi de lastiğin içindeki en önemli ana hammaddelerden biri. Çünkü bir betonarme binadaki çelik ne işe yarıyorsa, kord bezi de lastik içinde aynı işlevi görüyor. Lastik üreticilerinin talepleri doğrultusunda

Good Year ve Michelin de **Kordsa**'yı seçti

Hakan Tiftik, sektörde inovasyonun öneminin tartışılmaz olduğunu söylüyor. **Kordsa**, AR-GE faaliyetlerine iki pencereden bakıyor. Bunlardan biri rekabet, biri de müşteri penceresi. Rekabete bakıldığı zaman şirketin rakipleri Uzakdoğu'da konuşlanmış vaziyetler. Rakiplerin yüzde 95'i ucuz iş gücünü ön plana çıkarıyorlar. Tiftik, **Kordsa'nın** müşteriye değer yaratmayı tercih eden bir şirket olduğunu söylüyor. Tiftik, şöyle devam ediyor: "Müşterilerimiz de lastik sektöründe aynı şekilde kendilerini ön plana çıkarmak için her zaman daha özellikli ürün istiyorlar. Bu anlamda da müşterinin yanında bir stratejik ortak olmak çok önemli. Good Year, Michelin **Kordsa** Global'i geçen yıl stratejik geliştirme ortağı olarak açıkladı. En önemli projelerinde **Kordsa** ile birlikte yürüme kararı aldı. Bu bizim için çok önemli."

pazara yenilikçi ürünler sunmak zorundayız. Dolayısıyla AR-GE bizim işimizin ana işlerinden biri.

AR-GE faaliyetleri sonucunda piyasaya yeni ürün sunma hızınız nedir?

Hakan Tiftik: Bizim sektörde çevrim 3-5 yılda oluyor. Bazı sektörlerde piyasaya yeni ürün sürme hızı çok hızlı olabilir. 1-2 yılda hatta 6 ayda olabilir. Hızlı tüketim ürünlerinde örneğin.

Bizim sektörümüzde lastik üreticisi güvenlik, konfor ve performans baktığı için sektörün yeni ürünü piyasaya sunması demek 5 ila 7 yıl. İster istemez bu bize de yansıyor. Bizim de yeni ürün piyasaya sürüş hızımız 3-5 yıl arasında değişiyor. Örneğin, geçen yıl ve bu yıl son 5 yıldır yaptığımız çalışmaların ürünlerini piyasaya sunmaya başladık.

Kordsa Global'in AR-GE faaliyetleri ne zaman başladı? AR-GE merkezinizden bahsedebilir misiniz?

Cevdet Alemdar: 1973 yılında, şirketin kuruluşuyla birlikte başladı. Şirketin kuruluşundan bu yana AR-GE'ye çok önem verildi. Ben, teknoloji ve pazar geliştirme faaliyetlerinin başındayım. Bunun içinde AR-GE faaliyetleri, pazar geliştirme faaliyetleri, merkezi kalite ve global mühendislik hizmetlerimiz var. AR-GE ana grubumuz İzmit'te bulunuyor. Burada 65 kişi çalışıyor. 65 kişinin yüzde 16'sı doktoralı. Geri kalanı ise yüksek lisans sahibi. AR-GE'nin kendisi yeni ürün geliştiriyor. Bu da global olarak tek bir merkezden yani İzmit'ten yapılıyor. İzmit'ten bütün dünyaya teknoloji üretiyoruz. Dünya genelinde 11 fabrikamız var 9 ülkede.

Kaç müşteriniz var dünya genelinde?

Hakan Tiftik: Bizim dünya gene-

linde 100 civarında müşterimiz var. En büyük 5 global lastik üreticisi bizim satışların yüzde 55'ini oluşturur. Ardından da bizim E-10 dediğimiz gelişmekte olan 10 lastik üreticisi var. Bunlar Koreli, Japon ve Çinli. Bunları da topladığımız zaman yüzde 15 civarındadır satışlarımızdaki payı.

Biz global bir şirketiz; bölgeden bölgeye müşterilerin talepleri de farklı. Örneğin, Hindistan'daki müşteri bizden zor yol koşullarında çok dayanan küçük lastik bekler. Avrupa'ya gittiğiniz zaman oradaki müşteri konfor ve emniyet bekler. Türkiye'de de konfor ve emniyet önde. Performans özellikle ticari taşıtlarda önemlidir. Bu bize her biri için "o özelliğe yönelik ne yapabiliriz diğer özelliklerden feragat etmeyerek" sorusuna yanıt aramaya yöneliyor. Yakıt tüketimini azaltan ve çevreye duyarlı ürünler üzerinde çalışıyoruz.

Şimdiye kadar AR-GE'den hangi projeler çıktı, örnek verebilir misiniz?

Cevdet Alemdar: 2008'den bu yana 4 yeni ürün grubu çıkardık. İki alt marka yarattık. Monolix ve Twixtra isimli. Bunları geçen yıl piyasaya sürdük. Twixtra, melez bezlerin markası. Birkaç tip ipliği bir arada kullanıyoruz. Sektörümüzde ilk. Her bir ipliğin farklı özelliği var. Buradaki amaç daha ekonomik bir şekilde farklı alternatifleri bir arada kullanmak.

Bu 3 yıldır geliştirdiğimiz bir üründü. Şimdi ticarileştirildi. Türkiye'de üretiliyor şu anda. Talep çok kuvvetli. Bir diğer ürün de Monolix. Bükülmüş tek bir korddan yapılan bir ürün. Çeliğin yerine ağır vasıta lastiklerde kullanılıyor. Daya-

nıklı ve o kadar iyi özellikler gösteriyor.

Üniversitelerle işbirliğiniz var mı?

Hakan Tiftik: Bizim faaliyet gösterdiğimiz sektörde AR-GE'nin amacı, lastik üreticilerine onların daha hafif dolayısıyla daha az yakıt tüketimi sağlayacak lastikler üretmeleri için sürekli yeni ürünler geliştirmek. Bunun için çeşitli üniversitelerle de çalışmalarımızı birlikte yürütüyoruz. Patent sahibi şirketlerle de çalışıyoruz.

AR-GE'ye ayırdığınız pay cironuzun ne kadarlık bir bölümünü oluşturuyor?

Hakan Tiftik: AR-GE bütçemiz satış cironuzun yüzde 1'i. Bu bizim sektörde normal kabul edilir. Asıl önemli olan bizim AR-GE üzerinden geliştirdiğimiz yeni ürünlerin satışlarımızın içinde ne kadar pay kaplığıdır. Planımız önümüzdeki 5 yıl içinde toplam satış cironuzun yüzde 15'ini yeni ürünlerden gerçekleştirmek. Bugün 37 tane proje takip ediyoruz. Yeşil yani çevreci ürünlere çok önem veriyoruz.

AR-GE ve inovasyon CEO'nun ajandasında nasıl bir yer tutuyor?

Hakan Tiftik: AR-GE ve inovasyon şirketin geleceği demek. AR-GE, inovasyon, teknoloji ve pazar geliştirme faaliyetleri benim yüzde 40 vaktimi alıyor.

Yönetim ekibi olarak ayda bir projelerimizi gözden geçiriyoruz. Spesifik projeleri 2 haftada bir gözden geçiriyoruz. **Kordsa** gibi dünya lideri olan bir şirketin bu liderliğini koruyabilmesi için ucuz iş gücüne odaklanan rakipleri karşısında farklı bir değer yaratması şart. Bu değer yaratmada güçlü bir AR-GE ekibi şart.