

ERMAKSAN

ERMAKSAN Makine Ltd. Şti.

www.ermaksan.com.tr

Ermaksan, önceleri çeşitli sektörlerin ihtiyaçları doğrultusunda farklı makineler üretmiş. Yaklaşık yirmi yıldır da değişik sac işleme makinelerinin üretimi yapıyor. Ürünlerini; Abkant Pres, Giyotin Makas, Kombine Makas, Punch Pres, Plasma Punch Pres, Lazer Kesim makinesi gibi ana başlıklarda tanımlıyorlar. Yüksek teknolojiye sahip CNC makine üretimini de tüm dünyada ERMAK markası ile piyasaya sunduklarını belirtiyorlar. Üretilen makinelerin çoğunlukla özgün tasarımlar olduğu, Dünya’da 6 kitada 90 ülkeye ihracat gerçekleştirildiği ve üretilen makinelerin %85’inin yurtdışına satıldığı bildiriliyor.

İnsana ve teknolojiye yatırımla geleceğe güvenle bakıyoruz

Şirketin kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Erol Özkayan, 43 yıllık bir makine imalat tecrübeleri bulunduğu, insana ve teknolojiye yaptıkları yatırımlarla geleceğe daha güvenle baktıklarını belirterek ar-ge’ye dayalı bir üretim süreçleri olduğunu şu sözlerle vurguluyor; “Türkiye’nin küresel pazarlardaki rekabet gücünü, ancak geliştirebildiğimiz yenilikçi ürün ve teknolojilerle artırabiliriz. Ermaksan fiyat ile rekabet eden ürünler değil kalitesi, hassasiyeti, performansı, teknolojisi ve patentli tasarımları ile rekabet etmeyi tercih etmektedir. Bunun içinde yenilikçi ve dışa bağımlılığı azaltan, Dünya’da ve Türkiye’de ilk kez yapılan makine projeleri gerçekleştiriyoruz. Geniş ar-ge ve mühendislik ekibimiz ile her yıl özgün ar-ge projeleri yapıyoruz ve ileri tasarım altyapımızın da desteği ile ürün gamımızı sürekli geliştiriyoruz.”

Sürekli aynı makinelerle rekabet zor

Genel Müdür Ahmet Özkayan, şirketin kurulduğundan bu yana hep yeni makineler tasarlama ve mevcutları geliştirme faaliyetlerinin bulunduğunu ancak bunun sistematik bir hale gelmesinin katıldıkları bir yurtdışı fuardan

- 1965 Ermaksan'ın kuruluşu
- 1989 İlk sac işleme makinesi imalatı
- 2006 İlk iki ar-ge projesi
- 2007 80.000 m² kapalı alanlı yeni fabrika binasına taşınma
Ticarileşme projesi
- 2008 Üçüncü ar-ge projesi



sonra olduğunu şöyle anlatıyor; “1998’de katıldığımız bir yurtdışı fuarında epeyce dışa açıldık ve yönümüzü oraya çevirdik. Dış pazarlama stratejilerimizle satışlar arttı ama aynı makinelerle rekabet gücümüz sürekli azalmaktaydı. Ar-ge’ye yöneldik.

Önce alanımızdaki en yüksek teknoloji makinaları inceledik. Ar-ge birimimizi kurduk. Üniversitelerle işbirliği yaptık. Yönetim olarak ar-ge’ye oldukça büyük kaynak ve zaman ayırdık. Yönetici olarak diğer bir becerimiz işini ve firmasını seven, kalifiye ve takım çalışmasına uygun kişileri biraraya getirmek ve birarada tutabilmek oldu. Başarılı projeler ancak yapılacak işe inanan ve kendini adayan insanlarla oluyor. Bu noktada Yönetimin onların yanında olduğunun bilinmesi ve desteği çok önemli. Biz belli bir eşiği aştık. Bizim için artık yapılamayacak makine yoktur.”

Ar-ge destekleri bizi cesaretlendirdi

Ahmet Özkayan ar-ge projeleri sonuçlarının en kısa sürede ticarileştirilmesi gerektiğinin altını çiziyor ve ülkemizdeki ar-ge desteklerinin projelerin başarılı olmasında pek çok yönden katkı sağladığını şu şekilde dile getiriyor; “Makine projeleri hem zaman hem de önemli bir kaynak gerektirir. Dünyada pek çok proje var ama bunların sonuçlarını satışa yansıtılabilmek kolay değil. Projelere sağlanan ar-ge destekleri bizi cesaretlendiriyor. Bunu birçok diğer firmada da gözledik. Destek veren kurumların projeleri izleme süreçleri çalışmayı disipline ediyor. Ayrıca, bu destekler ile kurmakta zorlanacağımız gelişmiş bir ar-ge altyapımız da oldu.”

En uygun satış stratejilerini ancak özgün tasarımlarınızla oluşturursunuz

Ar-Ge Mühendisi Musa Saydı proje fikirlerinin genellikle müşteri ve bayilerin makine taleplerinden, firma içinden ya da yurtdışı branş fuarlarından geldiğini, bunlar arasında pazarda tutunabilecek fikirlerin ayık-

lanıp teknik özelliklerin belirlendiğini ve daha sonra karar verilen ürünün prototipini yaptıklarını ve yaklaşık 1 sene deneyip, müşteri testlerini de yaptıktan sonra gerekli düzeltici faaliyetlerin ardından seri üretim ile ilgili karara ulaşabildiklerini söylüyor. Musa Saydı, stratejilerinin piyasadaki performansı en yüksek ve en fazla tercih edilen makineye farklı özelliklerle yeniden tasarlayıp, fiyat avantajıyla üretmek olduğunu, ancak bundan sonra en uygun satış stratejilerini geliştirmenin mümkün olabileceğini belirtiyor ve ekliyor; “Lisansla, transfer ettiğiniz teknolojiyle ya da aldığınız teknik desteğe bağımlı üretimle rekabet oldukça zordur. Bu bağımlılığı kıramazsınız ya da aldığınız teknik destekle yaptığınız ürünü bir süre sonra başka bir firma ürünü olarak görürsünüz. Özgün yaptığınız tasarım ve teknolojik hakimiyet size en uygun satış stratejilerini belirleme avantajı sağlar.”

Makine imalatında önde gelen ülkelerde yapılanı yaptık

Musa Saydı, Almanya, ABD, Japonya, İtalya gibi makine imalatında önde gelen ülkelerin yaptığı CO2 Laser Kesme makinesini başarıyla sonuçlandırdıklarını ve ‘Lasermak’ markasıyla hızla ticarileştirmeye başladıklarını anlatıyor. Bu makinenin; prototip imalatı bakımından yoğun, birim zamanda hassas parça üretiminin önemli olduğu alanlar için 0.3-25 mm arası çelik levhaları yüksek hassasiyetle son ürüne yakın üretebilen bir ekipman olduğunu, bu segmentte dünyada 2000-2500 makine/yıl ve 1 milyar Euro Pazar payı bulunduğunu belirtiyor. Bu makineyi geliştirmek için TTGV ve TÜBİTAK-TEYDEB sanayi ar-ge desteklerinden de yararlanmış. Proje destek sürecininin yararlarını ve proje sonuçlarını Musa Saydı şöyle aktarıyor; “Lazer Kesme makinesi bizim ar-ge desteklerimizden yararlandığımız ilk projeydi. Daha sonra 3 proje başvurusu daha yaptık. Değerlendirmeler sonucu hepsi için destek kararı çıktı. Proje için aldığımız mali destek yanında programın gerektirdiği proje disiplini çok

yarar sağlıyor. Proje bütçesi sağlıklı yapılabiliyor ve proje süreci ve çıktıları tümüyle kontrol altında ve tanımlı oluyor. Gelen izleyicilerle fikir alışverişi oluyor, ilginç öneriler geliyor. Üniversite ile işbirliği için ileri adımlar atılıyor. Özetle, bu destekler firmaya çok ciddi bir ar-ge kültürü kazandırıyor. Lazer Kesme makinesini biz yapmadan önce Türkiye’de yaklaşık 40 makine ithal ediliyordu ve bunun parasal karşılığı yaklaşık 20 milyon Euro’ydu. Biz bu pazarın yaklaşık %70’ini karşılamaya başladık. Türkiye’de sattığımız makineler bile ilk yılda proje maliyetini fazlasıyla karşıladı. Bu makineyi Almanya, İtalya, Polonya, İrlanda gibi ülkelere de sattık. Bu makineyi başka üreticiden satın aldığımızı düşünen müşterilerimiz oldu. Çünkü, Türkiye’de bu kapsamda makine yapıldığını bilmiyorlar ve inanmıyorlardı. Bu bize kıvanç veriyor ama ülkemiz açısından da üzüntü duyuyoruz. Şu anda ‘Lasermak’ ismiyle 25 makine çalışıyor. Önümüzdeki yıl 100-150 makine hedefimiz var.”

Bu hızlı ticarileşmede 90 ülkedeki bayi, teknik ve pazarlama ekipleri bulunmasının oldukça etkili olduğunu vurguluyorlar.

Bir alanda makine yapamıyorsanız, üretim yeteneğiniz sınırlıdır

Musa Saydı, bir ülkenin bir alandaki üretim sınırlarının belirlenmesinde o alandaki makine üretim yeteneğinin belirleyici rol oynadığını vurgulayarak şöyle diyor; “Makine üretim yeteneği çok önemli. Makine pek çok teknoloji içerir. Makineyi yaparken, teknoloji geliştirme ya da tedariki konusunda açılımlar sağlanıyor. Biz komponent ve ekipman bazında bir çok tedarikçiyi tektiyor, iş imkanı yaratıyoruz. Bunların pekçoğu daha

önce yurtdışından temin edilmekteydi. Belli üretim rakamlarını yakalayabildiğimiz zaman gerekli bazı komponentleri ülkemizde üretme ya da ürettirebilme olanağı oluyor. Böylece hem birim maliyetlerimiz düşüyor hem de ülke olarak daha önce sahip olmadığımız teknolojileri edinme ve geliştirebilme şansı doğuyor.”

Kendinizi müşterinin yerine koyun, kimsede olmayan ürününüzle fiyatı siz belirleyin

Musa Saydı müşteri beklentilerinin anlaşılması için kendini müşterinin yerine koymak gerektiğini, kısa vadeli getiri yerine uzun vadede son kullanıcıya katkısını da hesap ederek yapılan özgün tasarımların rekabette en önemli unsur olduğunu belirtiyor ve ar-ge odaklı çalışmaların firmalar için çıkış olduğunu inandığını şu sözlerle belirtiyor; “Ar-ge kültürü oluşunca firma da, personel de projelerle beraber gelişiyor. Gelişmeye paralel olarak proje fikirleri daha kolay çıkıyor.

Ülkemizdeki nitelikli eleman sıkıntısının çözüm yolu da galiba bu. Mühendisler de bu projelerde yetişiyor, yetkinleşiyor. Katma değeri dolayısıyla ürün bedeli yüksek ürünlere yoğunlaşıncı, haliyle başta performans, hassasiyet, sürekli kullanım olmak üzere müşteri beklentileri de yüksek oluyor. O beklentileri karşılamaya uğraşırken kendiniz de geliyorsunuz. Benzer ürünler üreten firmalarda, müşteriden fiyat baskısı gelmesede, birbirleriyle rekabet nedeniyle kar marjları artık çok düşük. Çıkış noktası kimsede olmayan ürün üreterek fiyatı belirleyen olmak.”

