

ALARKO**Carrier**

SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

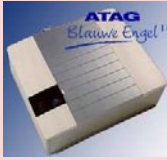
Haberler

Kasım 2005**Sayı 8**www.alarko-carrier.com.tr

Isıtma, Hava Koşullandırma, Bina Otomasyonu, Otomatik Kontrol, Su Basınçlandırma, Su Arıtma, Enerji, Yedek Parça

Sayın Okurumuz,
Bu bültenle, çalışma alanımızla ve Alarko Carrier'la ilgili sektörümüzü ve kamuoyunu ilgilendirdiğini düşündüğümüz haberleri sizlerle paylaşmak istiyoruz. Bülten konusundaki düşünceleriniz bizler için yol gösterici olacaktır. Haberleşme adresimiz aşağıda verilmiştir. Yararlı görürseniz bültenimizi çevrenizde duyurmanızdan memnun oluruz. Bültenle ilgilenmiyorsanız zamanınızı gereksiz yere almak istemiyoruz, adresinizin silinmesi için bu sütunun altındaki e-posta adresimize tıklamanız yeterlidir. Saygılarımızla.

Atag Ürün Sunumu
Atag Comfort Sunumu
Atag Kaskad Sunumu
Atag Brain Sunumu
Atag Smart Sunumu
Neden Yoğuşmalı Kazan?

www.alarko-carrier.com.tr

ATAG Yoğuşmalı Kombi / Kazan

Avrupa'da Avrupa için üretilen yüksek teknolojiye sahip yoğuşmalı kombi. Kaskad sistemiyle yüksek kapasite.



Alarko Serena Kombi

Alarko Harmony Kombi

Alarko SuperComfort Kombi

Alarko Minea Kombi

Alarko Trendy Kombi

ATAG Yoğuşmalı Kombi

www.alarko-carrier.com.tr

ALARKO CARRIER BÜLTENLERİ

- Teknik Bülten

- Yeni Ürün

- Gerçek Konfor

Bu bültenler www.alarko-carrier.com.tr adresinden abone olabilir, eski sayılarına "Bültenler" başlığı altından erişebilirsiniz.

Bülteni almak istemiyorsanız tıklayınız:
ebulten@alarko-carrier.com.tr

Haberleşme Adresi:

ebulten@alarko-carrier.com.tr

Doğal Gaz Pazarı Genişliyor ACST'nin Pazardaki Payı Artıyor..

Çevreci ve temiz bir yakıt olan doğal gazın ısıtma sistemlerinde kullanımına ilk olarak 1989 yılında Ankara'da başlandı. Ülkemizin doğal gaz ile tanışmasının üzerinden tam 16 yıl geçti. Ankara'yı sırasıyla İstanbul, Bursa, Eskişehir, İzmit ve Adapazarı izledi. Bugün bu iller arasına Anadolu şehirleri de katılıyor. Doğal gaz şebekesi ülkemizi bir ağ gibi sarıyor.

Yılda 3 Bin Kombiden 250 Bin Kombiye

İlk yıl Ankara'da 3.000 civarında kombi satılmıştı. 2004 yılında iç pazarda 250.000 kombi satıldığını tahmin ediyoruz. Pazar büyüklüğünü yaklaşık 400 milyon USD civarında hesaplıyoruz. Ömrünü dolduran cihazların değişimi ve yeni şehirlerde doğal gazın devreye girmesiyle birlikte gelecek 5 yıl içinde iç piyasa satışlarının 400.000 adete ulaşacağını tahmin ediyoruz. Bu, kombi, radyatör ve tesisat montajıyla 700 milyon USD'lik bir Pazar büyüklüğü demektir. Doğal gaz kullanılan şehirlerde 2005-2007 yıllarında pazarda durak-sama hatta kısmi bir daralma olabilir. Ancak cihazların 15 yıllık ekonomik ömrünü doldurmasıyla birlikte 2008 sonrasında değişim pazarı önemli bir büyüklük oluşturacaktır.

Kombi Cazip

İlk yıllarda ısıtma sistemleri içerisindeki payı %20 olan kombinin kullanımı sürekli arttı ve 2000'li yılların başında % 70-80'lere ulaştı. Bugün bu eğilim devam ediyor ve gelecekte de devam edeceğini söyleyebilirim.

Başlangıçta kaloriferli binalarda apartman yönetimleri ilk yatırım maliyeti düşük ve kolay olduğu için merkezi ısıtma sistemlerinin doğal gaz dönüşümünü tercih ediyordu. Farklı bölgelerden değişik kültür ve eğitim seviyelerine sahip bireylerin ortak ısınmadan beklentileri farklıydı ve sorunlar yaşanıyordu. Bu sorunların yanısıra teknolojik ürünlerin pazara girmesi, gelişen pazarla birlikte düşük tesisat maliyetleri ve bağımsız ısınmanın sağladığı konfor ve kombi kullanıcılarının olumlu propagandaları zaman içerisinde cazibeyi arttırdı ve kombiye yönelişi hızlandırdı. Başlangıçta merkezi sistemi tercih eden daire sayısı az olan apartmanlar zaman içerisinde merkezi sistemi terk ederek bireysel sisteme geçti. Bu geçişi hızlandıran bir başka faktör de dönüşüm kararının oy birliği yerine oy



*Kemal Bıçakçı
Pazarlama Şube Müdür Yardımcısı*

çokluğuyla alınabilmesiydi. Kombin en önemli avantajı kullanıcının ısınma ve kullanım sıcak suyu gereksinimini bağımsız olarak sağlaması, kullanıcı tarafından programlanabilir olmasıdır.

Doğal Gaz Sobasının Yeri

Merkezi sistemlerin doğal gaza yeni kavuşan Anadolu şehirlerinde de kombiye rakip olmayacağını düşünüyorum. Ancak gelir seviyesi, tesisat kolaylığı ve ucuzluğu dikkate alınırsa doğal gaz sobalarının pazarda bir yeri olabilir. Ancak geçmiş deneyimlere bakarak bunun büyük bir pay olmayacağını ve zaman içinde artmak değil azalacağını söyleyebilirim.

İlk yıllarda doğal gaz sobası pazarda, özellikle sobalı evlerde belli bir ilgi görmüştü. Kullanıcı soba ile ısınmaya alışkındı. Evler soba ile ısıtılmaya uygundu. Ekonomik güçleri sınırlı, soba ile ısınmaya alışkın olanlar, genellikle evin salonuna veya oturma mahalline bacalı bir doğal gaz sobası monte ettirerek ısınma gereksinimlerini karşılıyor. Hermetik sobaların da piyasaya girmesi ile yerleştirme esnekliği de sağlanmıştı. Kömür sobasından sonra doğal gaz sobasının sağladığı kolaylıklarla kullanıcının konforunu yükselttiğini söyleyebilirim.

Ne var ki kombi modellerinin gelişmesi ve tanınması, taksitlendirme ile alım koşullarının uygun hale gelmesi, tıpkı merkezi sistemler gibi soba kullanıcılarını da etkiledi. Soba almak isteyen kullanıcı şartlarını biraz zorlayarak, soba yerine kombi alabiliyordu. Böylece

Devamı 2. sayfada »

Alarko Carrier 2005 Isıtma Sezonuna Çok Zengin Seçeneklerle Başladı

Alarko Carrier doğalgazın tüm Türkiye’de yaygınlaşmasının sektörde yarattığı canlanmayı dikkate alarak bireysel ve merkezi tip ısıtma ürünlerinin teknolojisini yeniledi.

Isıtma pazarının Anadolu ve Trakya’da genişlemesi ithal ürünlerin yanı sıra daha ekonomik ürün gamlarının oluşturulmasını gerekli kılıyor. Bu alanda bir süredir yapılan çalışmalar 2005 ısıtma sezonu öncesinde tüm meyvelerini verdi. Alarko Carrier’in 2005 yılında ürün geliştirmeye yaptığı harcama tutarı 1,5 milyon USD. Bu miktarın önemli bir kısmı ısıtma ürünlerine ayrılmış durumda. 2006 yılında bu bütçenin daha arttırılması ön görülüyor.

İleri teknolojiyi en ekonomik koşullarda sunmayı hedefleyen Alarko Carrier ürün gamına yerli üretim döküm kazanı ekledi. Standart çelik kazanların yanı sıra 3 geçişli yüksek verimli-düşük emisyonlu kazanların da üretimine başladı.

Alarko sıvı ve gaz yakıtlı brülörlerinde 1999 yılından bu yana sürdürülen geliştirme projesinde önemli bir aşama daha kat edildi ve ikinci gövde brülörler piyasaya sunuldu.

Bireysel ısıtma sistemlerinde mevcut kombi modellerinin yanı sıra Alarko tasarımı ve üretimi ekonomik model Trendy kombi piyasaya sunuldu. Özellikle Anadolu’da yaygın olarak kullanılması beklenen doğal gaz sobası da hazır durumda, Kasım ayı içinde satışa çıkacak.

Öte yandan artan iç pazar ve ihracat taleplerini karşılamak için başlanan radyatör fabrikasının genişletilmesi yatırımı yakında tamamlanıyor. Banyo tipi yatay borulu radyatörlerde de yeni modeller piyasaya sunuldu.

Kombi’de Tam Seri ve Yeni Modeller

Isıtma pazarında giderek daha ağırlık kazanan kombi cihazlarında Alarko Carrier Türkiye’de ilk yerli kombi üreticilerinden birisi. 15 yıl önce 1990’da Alsac Fabrikası’nda Hollanda AWG firmasının lisansı ile, doğal gaz ve LPG yakabilen yer tipi kat kalorifer kazanlarının üretimine başlandı. Sıcak su devresi de eklenen kazan yer tipi ilk kombi olarak pazara sunuldu. 1991 yılında ise ilk duvar tipi kombi Termostar geliştirildi ve pazara sunuldu.

O zamandan bu güne Alarko Carrier esas olarak kendi üretimi olan kombileri geliştirdi ve yerli pazarın yanı sıra ihraç etmeye de başladı. Aynı zamanda pazarda oluşan taleplere göre ürün gamını ithal kombilerle destekledi. Alarko 15 yıl içinde 6 kombi modeli geliştirdi.

Bugün kombi pazarında, ekonomik (Minea), standart (Harmony), yüksek (Serena) lüks (SuperComfort) ve ultra lüks (Atağ yoğunlu kombi) özellikte tam seri ürün gamıyla yer alan Alarko Carrier bu modellere en son olarak ekonomik ürün serisi kapsamında Trendy eklendi. Bu ay içinde pazara sunulan yeni kombinin özellikle yeni gelişen pazarda ciddi bir alternatif yaratması bekleniyor.

Kombi’nin 15 yıllık öyküsü için:

www.alarko-carrier.com.tr/Dosya/YararliBilgiler/KombiNedir/Kombide15yil.swf

Doğal Gaz Pazarı Genişliyor ACST’nin Pazardaki Payı Artıyor...

Sayfa 1’den

ce doğal gaz soba pazarı öne büyümeye daha sonra ise bu gelişmenin model ve teknoloji üzerinde yarattığı olumsuz etkiyle küçülmeye başladı. Bir süre sonra da mevcut soba kullanıcılarının bir üst konfor düzeyine geçmek isteği ile sobalarının yerlerine kombiyi koydukları görüldü.

Biz de Alarko Carrier olarak 1990’lı yıllarda ithal doğal gazlı soba ve şömine satıyorduk. Daha sonra oldukça pahalı olan ithal ürünleri bırakarak daha ucuz yerli alternatiflere yöneldik. Ancak pazarın giderek küçülmesi yatırım yapmayı olanaksız kılıyordu. Dolayısıyla doğal gaz sobasını ürün gamımızdan çıkarttık. Bizim gibi belli başlı şirketler de bıraktı. Bugün 10 yıl sonra pazardaki gelişmeler doğal gaz sobasını yeniden ürün gamımıza katmamızı zorunlu kıldı.

Kendi Kombimize Dayanıyoruz

Doğal gazlı ısıtma sistemleri öncesinde de Alarko ısıtma ürünlerinin üretimini, pazarlamasını ve satışını yapıyordu. Ülkemizde sirkülasyon pompası, brülör ve kat kaloriferini ilk üreten firmalardan biriyiz. 1989 yılında doğal gazlı ısıtma sistemlerini ürün gamımıza kattık; dağıtım ve servis teşkilatlarımızda yeniden yapılanmaya girdik. 1991 yılında ilk yerli üretim kombimizi pazara sunduk. Son kullanıcıya daha etkin ve hızlı hizmet vermek için semtlerde faaliyet gösteren bayiler ve servisler oluşturduk. Kısa süre içerisinde hedeflediğimiz pazar paylarına ve satış adetlerine ulaştık.

Yıllar içerisinde sektöre giren firma sayısı arttı. Büyük ölçekli yurtdışı firmalar ithal ürünlerle pazarda yerini aldı. Şirket olarak ithalat yerine üretime öncelik verdik ve kendi ürünlerimizi geliştirdik. Kombi ve brülörlerimize CE belgesini ilk alan firmalardan biriyiz. Sürekli teknolojiimizi geliştirdik bugün ürettiğimiz ürünleri ihraç ediyor olmamız bunun bir göstergesi.

Firma imajımız "hizmette üretimde kalite" anlayışımızla müşteri beklentilerini azami düzeyde karşılamaya çalıştık. Döviz kurunun düşük kaldığı yıllarda ithal ürünlere karşı rekabette zaman zaman zorlandık, ama konumumuzu muhafaza ettik.

Piyasa ve Rekabet Durumu

2001 ekonomik krizi sonrasında daralan pazar ve yaşanan yoğun rekabet sonucu kar marjları düştü ve fiyatlar reel olarak % 25 düzeyinde geriledi. Kriz sonrasında standart tiplere göre fiyatları % 15-20 daha düşük, daha basit, daha az özellikli, küçük boyutlu ve daha kompakt ekonomik model kombiler piyasaya sunuldu ve son yıllarda kullanıcının alımları bu cihazlara yoğunlaştı.

İthal ürünler yerine kendi Ar-Ge çalışmalarımıza ve üretimimize ağırlık vermenin, başka bir deyişle arabamıza kendi motorumuzu koymanın üstünlüğünü bir pazarlama argümanı olarak etkili şekilde kullanıyoruz. Kombi gibi bir konfor cihazında sağlam, deneyimli, iyi örgütlenmiş bir firma son kullanıcı için de bir güvencedir. Kullanıcıların olumsuz deneyimlerden sonra bunu daha iyi anladığını görüyoruz.

Hedef Pazar Payımızı Daha Arttırmak

Bugün doğal gazlı ısıtma sistemleri konusunda 25’i aşkın firma faaliyet gösteriyor. Ürün gamı yeterli, dağıtım kanalı yaygın ve servis teşkilatı güçlü firmalar pazardaki konumunu muhafaza edeceklerdir. Birçok sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde de rekabet oldukça yoğun.

Şirketimiz sektörümüzde en çok vergi veren firmalar arasında ilk sıralarda yer alıyor ve hisseleri halka açıldığından beri zarar açıklamadı. Ekonomik göstergelere bağlı, kararlı ve dengeli büyüme politikamızı gelecek yıllarda da sürdürerek gelişen pazarda satışlarımızı ve pazar payımızı arttırmayı hedefliyoruz.

Türkiye’deki doğal gaz pazarındaki gelişmeleri öngörerek, bir kaç yıldan bu yana ürün gamımızı yenilemeye ve geliştirmeye başlamıştık. Kendi üretimimiz olan kombilerde ciddi bir teknoloji ve görünüm yenilemesine gittik. Ekonomik kombi alternatifini yarattık. Şu anda pazardaki tüm müşteri kitlesine hitap edecek ekonomik, standart, lüks ve ultra lüks modellerimiz var.

En ekonomik modelden en gelişkin teknolojik ürüne sahibiz. Her müşteri kitlesine hitap eden ürünlerimiz ile ürün gamımız tam. Her yıl yeni bir ürün geliştiriyor ve pazara sunuyoruz.

Bu yıl içerisinde satışlarımızı ve pazar payımızı bir önceki yıla göre arttırdık. Yeni yatırımlarımız, yeni ürünlerimiz ve Anadolu’daki yenilenen yaygın bayilik teşkilatımızla atılımımız devam edecek.

Dağıtım kanalımızın doğal gaza göre organize olmasıyla birlikte gelecek yıllarda pazar payımızı daha da arttırmayı hedefliyoruz.