

DOSYA

2023

2022

2022'de reel olarak istediğimiz büyümeyi yakaladık

2022 yılı beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörleri için nasıl geçti?

İki yıl süren pandeminin ardından küresel ekonomide toparlanma için birbiri ardına adımlar atılırken, Şubat ayında başlayan Ukrayna-Rusya savaşı dengeleri alt üst etti. Yaşanan enerji krizi sonucu artan fiyatlar ve kurdaki dalgalanmalar, tüm ekonomileri yeni bir sınavla karşı karşıya bıraktı. Neyse ki Küçük Ev Aletleri (KEA) stabil ve dayanıklı bir sektör. Ekonomik krizlerden çok fazla etkilenmiyor. Sektörde tüm dünyada on binin üzerinde marka olduğunu söylemek mümkün. Toplam büyüklük ise 110 milyar doları geçmiş durumda. İki yıl süren pandemi döneminde dahi artış gösteren sektör 2022'de de hız kesmedi. Örneğin 2022'de tüm sektörde bir airfryer furyası başladı. Airfryer sektör için gerçek bir fırsattı. Bu ürün piyasayı gerçekten çok canlandırdı. Tasarım, teknoloji ve inovasyonu odağına alan bir şirket olarak trendleri yakalamayı, geliştirdiğimiz inovatif ürünlerle sektörde fark yaratmayı seviyoruz. Biz de kendi airfryer'imiz Arzum Airtasty Air Fryer Sıcak Hava Fritöz ile tüketicilerimizin karşısına çıktık ve onların beklentilerini karşıladık. Airtasty, 2022'de en çok satan ürünlerimiz arasında girdi.

Arzum olarak 55 yıllık köklü tarihimizde her türlü krize tanıklık etmiş, buna karşın her şekilde büyümüş ve kendini geliştirmiş bir şirketiz. Yaşanan tüm sıkıntılara rağmen her dönem olduğu gibi 2022'de de yolumuza kararlılıkla devam edebildik. Yüksek enflasyonun dünyanın çoğu bölgesindeki ekonomik görünüm üzerinde ağır baskı oluşturduğu 2022'de de her zaman olduğu gibi stratejimizin ana noktasına sürdürülebilir büyümeyi koyduk. Arzum olarak reel büyümeyi çok önemsiyoruz. Net satışlarımızın reel açıdan büyümesi son derece kritik. Dolar olarak geçen yılı yakalamak mümkün olmasa da 2022'de reel olarak istediğimiz büyümeyi yakaladık. İkinci en önem verdiğimiz konu ise kârlılığımız. Net kâr konusunda önümüzdeki yıl biraz daha yol almamız gerekiyor. Tüm zorluklarına rağmen sektörümüzün yılı, enflasyonun üzerinde bitirmesi mutluluk verici.

2023 yılına ilişkin genel beklentileriniz nelerdir?

Enerjinin bu kadar pahalı hale geldiği, lojistik ve diğer maliyetlerin arttığı böyle bir ortamda verimli olan işletme veya fabrikalar ön plana



Murat Kolbaşı Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

çıkacak. Bu yüzden verimliliği ön planda tutmak lazım. Özellikle e-ticaretin gelişmesiyle birlikte markaların direkt tüketiciye dokunabildiği satış sonrası hizmetler birimi bizim sektörümüzde çok önemli. Tüm markaların satış sonrası hizmetlerini çok dinamik ve iyi tutması gerekiyor. Küçük Ev Aletleri sektöründe herkesin yaptığı ürünlerin yanı sıra bir de inovatif markaların sektörde farklılık yaratmak adına tasarladığı ürünler vardır. Bizim de trendlerin önünde koşarken bir yandan kendimizi ayırıştırıp farklılık yaratan sektör ürünleri yapmamız lazım. Örneğin Türk kahvesini direkt fincana servis eden Arzum OKKA gibi ya da Vakfıkebir ekmeğinin orta dilimini kızartabilen bir ürün geliştirmek gibi farklılıklar yapmaya devam etmemiz lazım. Çünkü o zaman rekabette ayrışıyor, kendinizi bilinir hale getiriyorsunuz. 2023'te de tüketicilerimizin beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda yeni ürün geliştirerek fırsatları değerlendirmeye, sunduğumuz yenilik ve farklılıklarla sektöre öncülük etmeye devam edeceğiz.

Önümüzdeki dönemde hedeflerimizin merkezine; her zaman olduğu gibi istikrarlı, sürdürülebilir büyümeyi aldık. 2023'te global satışta büyümeyi sürdürmeyi, Ar-Ge, teknoloji, tasarım ve inovasyon odağımızı korumayı, Türk kahvesini dünyaya yayma misyonumuzu sürdürmeyi, e-ticaret ve dijitalleşme yatırımlarımıza devam etmeyi ve tüketicimizle aramızdaki bağı daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz. 55 yıllık deneyim, farklı kategorilerde dengeli ürün portföyü, çoklu ve yaygın satış kanalı, kuvvetli inovasyon kültürü, çelik ürün geliştirme ve Ar-Ge faaliyetleri, farklı piyasa koşullarında stabil finansal performanstan oluşan dayanıklı iş modelimize önümüzdeki yıl da devam edeceğiz. Yenilikçi uygulama ve ürünlerimizle sektörde fark yaratmayı sürdüreceğiz. Küçük Ev Aletleri'nde adetsel liderliğimizi sürdürmek en önemli hedeflerimizden biri. 55 yıllık köklü geçmişimizi arkamıza alarak önümüze güvenle bakıyor, global bir marka olma yolunda emin adımlarla yürümeye devam etmek istiyoruz.