

BEYSAD

BEYAZ EŞYA YAN SANAYİCİLER DERNEĞİ
WHITE GOODS SUPPLIERS ASSOCIATION

OCAK - ŞUBAT - MART / JANUARY - FEBRUARY - MARCH 2026
Sayı: 144

Her fabrika
bir kaledir
M.Kemal Atatürk



BEYSAD Olağan Mali Genel Kurul Toplantısı (33. Yılı) Yapıldı

Genç BEYSADlılar ile Söyleşi; Utku Balçık

Yeni Üyelerimizi tanımaya devam ediyoruz; Okandan Cam

BEYSAD Üyeleri ve TET işbirliği ile seyahatler gerçekleştirildi

Çok verimli etkinlik haberleri ve yeni yazarlarımızdan yeni yazılar...

YOREKO

Daha az enerji, daha çok verim.
Tasarrufu şeffaflaştıran
cam teknolojisi.

YORGLASS

BEYAZ EŞYA



Ayşegül KOÇ

BEYSAD Genel Sekreteri

Değerli BEYSAD Okurları;

2026 yılının ilk dergisine hoş geldiniz. Dernek genel kurullarımızı uzun zamandır yılın ilk aylarında yapmaya özen gösteriyoruz ve yapılan tüzük değişikliğimiz ile de bunu sabitlemiş olduk. Çünkü, yıla sizlerle başlamak hem motivasyonumuzu artırıyor, hem hep birlikte yılın perspektifini olabildiğince önden, birlikte sohbetleme fırsatımız oluyor.

Malumunuz Kasım ayının son haftasında da Ekonomik Görünüm Konferansımızı yine yılın o tarihine sabitleyerek, yılın genel ekonomik durumunu, gelecek öngörülerini, yine sizlerle birlikte ve bu kez yılın kapanışı ve yeni yılın gelecek öngörüsü şeklinde sohbetleyerek tamamlamış oluyoruz.

Bu yıl yapılan Genel Kurul Toplantımıza farklı bir bakış açısı getirmeyi düşündük. Zaman zaman biraraya gelişlerimizde birbirimize dertlendiğimiz "Bu ülkede Sanayici olmak çok zor" cümlesinin haklı bir serzeniş olmakla birlikte ve fakat "Sanayicimiz olmadan olamayız"ı göstermek ve biliyor olmalarına rağmen, üyelerimize bir nebze daha hissettirmek istedik. Ve bu kapsamda Belgesel Yönetmeni, Yapımcı Sayın Nebil Özgentürk'ü, programımızın ikinci bölümüne davet ettik. *(Kıymetli Hocamız Sayın İlber Ortaylı da konuğumuz olacakken, sağlık sorunları nedeniyle ne yazık ki aramızda olamadı. Kendisine şifa diliyoruz.)*

Nebil Bey'in bölümü, kendi imzası ile olan çok özel ve duygusal bir kısa film ile başladı. Programdan önce bu film bana ulaşıp da onu ilk gördüğümde gururdan ağladığım film...

O filmde, sonrasında konuşulanlardan ve o genel kurul salonunda yaşanan özel ve duygusal anlardan sonra bu yazımda, Türkiye'de sanayici olmanın zorluklarına rağmen taşıdığı hayati önemi ve Mustafa Kemal Atatürk'ün sanayiye verdiği değeri vurgulayarak üyelerimize, naçizane teşekkür edebilmeyi ben de çok istedim. Asıl amacım, o gündeki ana fikrin altını, bir kez daha çizebilmek aslında.

Değerli Okurlarımız, Kıymetli Sanayici Üyelerimiz,

Her yeni sayımızı hazırlarken sayfalar arasında sadece haberler, rakamlar veya analizler değil; aslında birer kahramanlık hikayesi biriktiriyoruz. Biliyoruz; Türkiye'de sanayici olmak, her sabah bin bir bilinmezliğe uyanmak demek. Hammadde maliyetlerinden küresel dalgalanmalara kadar önünüze çıkan her engel, aslında bu ülkenin sırtındaki yükün bir parçası. Ancak şunu unutmamalıyız ki: **Siz yoksanız, üretim yok; üretim yoksa bu ülkenin bir geleceği yok.**

Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet'in en zorlu günlerinde sanayiye neden bu kadar önemiyet vermişti? Çünkü O, gerçek bağımsızlığın fabrikalarda, atölyelerde ve alın terinde yattığını biliyordu. "Ekonomik zaferlerle taçlandırılmayan askeri başarılar yaşayamaz" ya da "Her fabrika bir kaledir" sözleri, bugün sizin tesislerinizdeki her bir çarkın dönüşünde yankılanıyor. Sizler sadece istihdam sağlamıyor, Atatürk'ün o büyük vizyonunu 21. yüzyıla taşıyorsunuz.

Biz bu dergiyi hazırlarken, sizin o sessiz ama devasa mücadelenize şahitlik ediyoruz. Lütfen şunu unutmayın: Attığınız her adım, ürettiğiniz her parça bu toprakların harcını sağlamlaştırıyor. Sizler kendinizi sadece birer iş insanı olarak değil, bu vatanın kalkınma hamlesindeki en kritik aktörler olarak görmelisiniz. Çünkü bu ülkenin yarınlarını, sizin vizyonunuz ve bitmek bilmeyen azminiz şekillendiriyor.

Tüm zorluklara rağmen vazgeçmediğiniz, üretmeye devam ederek bu ülkeye umut olduğunuz için sizlere bir kez daha teşekkür ediyoruz.

Bu sayı, sizin emeğinize bir saygı duruşu olsun. Üretimle, azimle ve umutla kalın...

başkan'dan from the president



D. Yasemin AKSU
BEYSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Saygıdeğer BEYSAD Ailesi,

Sürdürülebilirlik, günümüzde yalnızca çevresel etkilerin azaltılmasıyla sınırlı olmayan; ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutları birlikte ele alan bütüncül bir dönüşüm alanıdır. Bu yaklaşım, küresel ölçekte ESG (Environmental, Social, Governance) çerçevesiyle somutlaşırken, sanayi sektörleri için rekabetçiliğin yeni tanımını da ortaya koymaktadır. Türkiye beyaz eşya sektörü ve onu destekleyen yan sanayi ekosistemi açısından bu dönüşüm, stratejik olduğu kadar toplumsal bir sorumluluk alanı da yaratmaktadır.

Avrupa Birliği'nin 2026 itibarıyla mali yükümlülük getirecek şekilde devreye alacağı Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM), sürdürülebilirliğin çevresel boyutunu ön plana çıkarmaktadır. Düşük karbonlu üretim, izlenebilirlik ve şeffaf raporlama artık ihracatçı firmalar için bir tercih değil, zorunluluktur. Şu anda raporlamayla sınırlı olan bu uygulama, yakın bir gelecekte AB sınırlarında ithalatçı firmalara ek maddi yükümlülükler getireceği için, ülkemizde üretim yapan firmaların bu gelişmeleri takip etmeleri ihracattaki fırsatları da beraberinde doğuracaktır.

Elbette ki ESG yaklaşımı, çevresel gerekliliklerin ötesine geçerek, üretim modellerinin toplumsal etkilerini de değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. İçinde bulunduğumuz sektörümüz ise,

tarihsel olarak, toplumsal cinsiyet eşitliğini güçlendirici bir rol oynamıştır. Çamaşır makineleri, bulaşık makineleri ve benzeri ev içi cihazlar; ev işlerinin büyük bölümünü geleneksel olarak üstlenen kadınların zaman yükünü azaltarak, eğitime erişimlerini ve iş gücüne katılımlarını kolaylaştırmıştır. Bu dönüşüm, beyaz eşya sektörünü yalnızca sanayi üretiminin değil, toplumsal cinsiyet eşitliğinin de destekleyici aktörlerinden biri haline getirmiştir.

Bugün bu tarihsel rol, sektörün kendi iç yapısında da karşılık bulmak durumunda. Kadın istihdamının artırılması, kapsayıcılık çalışmaları ve tedarik zinciri genelinde insan haklarına duyarlı uygulamalar; ESG performansının ayrılmaz unsurlarıdır. Özellikle genç ve nitelikli kadın iş gücünün sanayiye kazandırılması, hem toplumsal eşitlik hem de sektörün uzun vadeli yetkinlik gelişimi açısından kritik öneme sahiptir.

Sonuç olarak sürdürülebilirlik; karbon ayak izinin azaltılmasından çok daha fazlasını ifade etmektedir. Türkiye beyaz eşya sektörü için çevresel uyum, toplumsal fayda ve kapsayıcı büyüme birlikte ele alındığında, sürdürülebilirlik gerçek anlamda değer yaratan bir stratejiye dönüşmektedir.

Sevgi ve saygılarımla,

Esteemed BEYSAD Family,

Sustainability today is not limited to reducing environmental impacts alone; it is a holistic field of transformation that encompasses economic, environmental, and social dimensions together. This approach, embodied globally through the ESG (Environmental, Social, Governance) framework, also redefines competitiveness for industrial sectors. For Turkey's white goods industry and its supporting supplier ecosystem, this transformation creates not only a strategic imperative but also a field of social responsibility.

The European Union's Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM), set to impose financial obligations starting in 2026, highlights the environmental dimension of sustainability. Low-carbon production, traceability, and transparent reporting are no longer optional but mandatory for exporting companies. While the current practice is limited to reporting, in the near future it will impose additional financial obligations on importers within EU borders. Therefore, companies producing in our country must closely follow these developments, as doing so will also bring new opportunities in exports.

Of course, the ESG approach goes beyond environmental requirements, making it necessary to evaluate the social impacts of production models. Our sector, historically, has played a role in strengthening gender equality.

Washing machines, dishwashers, and similar household appliances have reduced the time burden of domestic work traditionally undertaken by women, thereby facilitating their access to education and participation in the workforce. This transformation has made the white goods industry not only a driver of industrial production but also a supporter of gender equality.

Özellikle genç ve nitelikli kadın iş gücünün sanayiye kazandırılması, hem toplumsal eşitlik hem de sektörün uzun vadeli yetkinlik gelişimi açısından kritik öneme sahiptir.

In particular, integrating young and qualified women into the industrial workforce is of critical importance, both for social equality and for the long-term development of sectoral competencies.

Today, this historical role must also be reflected within the sector's own structure. Increasing women's employment, advancing inclusivity, and implementing human rights-sensitive practices across the supply chain are integral elements of ESG performance. In particular, integrating young and qualified women into the industrial workforce is of critical

importance, both for social equality and for the long-term development of sectoral competencies.

In conclusion, sustainability represents far more than reducing the carbon footprint. For Turkey's white goods industry, when environmental compliance, social benefit, and inclusive growth are considered together, sustainability becomes a strategy that truly creates value.

With love and respect,



08-09-10-12

Genç Söyleşi BEYSADlılar



Utku BALÇIK

Balçık Isı Elemanları San. ve Tic. A.Ş.
Genel Müdür Yardımcısı
Üretim Planlama Koordinatörü

14-16-17



Fahrettin OKANDAN

Okandan Cam San. ve Tic. A.Ş.
Yurtiçi ve Yurtdışı Satış ve
Pazarlama Yöneticisi

20-21

İmtiyaz Sahibi: Beyaz Eşya Yan Sanayiciler Derneği adına Deniz Yasemin Aksu
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Ayşegül Koç
Yönetim Yeri: BEYSAD BEYAZ EŞYA YAN SANAYİCİLER DERNEĞİ
Küçükbakkalköy Mah. Kayışdağı Cad. Flora Residence No:3 Kat:25 Daire:2509
Ataşehir/İstanbul Tel: (0216) 469 44 64-65
e-mail: info@beysad.org.tr web: www.beysad.org.tr
Basıldığı Tarih: MART-2026
Yayın Türü: Yaygın Süreli
Basım Yeri: Arnas Ambalaj Baskı San. Ltd. Şti.
Yüzyıl Mh. Mas-Sit Matbaacılar Sit, 3. Cd. No:224 Bağcılar/İstanbul
Tel: (0212) 544 99 06 grafik@arnasambalaj.com.tr

- Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler yazarlarına ait olup, kaynak gösterilerek kullanılabilir.
- 3 ayda bir yayınlanır.

Genel Koordinatör: Deniz Yasemin Aksu
Yayın Kurulu: Ayşegül Koç
Deniz Yasemin Aksu, Begüm Atalay Yu,
Merve Naz Alarçin
Tercüme: ChatGPT
Grafik Tasarım: Bingül Ayan
LinkedIn / Beyaz Eşya Yan Sanayiciler Derneği (BEYSAD)



bu sayıda BEYSAD

03 EDITÖR'DEN

04-05 BAŞKAN'DAN

07 ERAY GÖNENLİ

BEYAZ EŞYA SANAYİSİNDE REKABETİN YENİ EKSENİ:
DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE STRATEJİK FIRSATLAR

08-12 BEYSAD OLAĞAN MALİ GENEL KURUL
TOPLANTISI (33. YIL) YAPILDI

14-17 Genç BEYSADlılar ile söyleşi BALÇIK ISI ELEMANLARI SAN. VE TİC. A.Ş.
GENEL MÜDÜR YARDIMCISI / ÜRETİM PLANLAMA KOORDİNATÖRÜ
UTKU BALÇIK İLE SÖYLEŞİ

18-19 ERİNÇ ALBEY

YAPAY ZEKA VE İKİZ DÖNÜŞÜM ÇAĞINDA MERKEZ ÜSSÜ:
OZUBEX SANAYİ DÖNÜŞÜM MERKEZİ

20-21 YENİ ÜYE; OKANDAN CAM SAN. VE TİC. A.Ş.
YURTIÇI VE YURTDIŞI SATIŞ VE PAZARLAMA YÖNETİCİSİ
FAHRETTİN OKANDAN İLE SÖYLEŞİ

22 ESER ERGİNOĞLU

İKLİM MEVZUATI, DÖNGÜSEL EKONOMİ VE BEYAZ EŞYA
TEDARİK ZİNCİRİNİN DÖNÜŞÜMÜ

24 HABER; SAMSUNG SOURCING FAIR

26 HALUK SELVİ

KÜRESEL RİSK RAPORU 2026

28 DR. MUSTAFA UĞUZ

BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜNDE İOT SİBER GÜVENLİĞİ

29 H. YÜCEL KOÇ

İRADENİN DİJİTAL SONU

30-31 AHMET SÜHA KOÇEL

ZOR/FARKLI GÖRÜŞMELERİ NASIL YÖNETEBİLİRİM?

32 AV. ARZU GÜNCÜ

BEKLEME MODU (STANDBY) SINIRLAMALARI VE 2026
SONRASI BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ: AB EKO-TASARIM
HUKUKUNDA ÖNEMLİ BİR DÖNÜŞÜM

34 HABER; BEYSAD ÜYELERİ VE TET İŞBİRLİĞİ İLE ABD
PAZARINDA YENİ İŞ BİRLİKLERİ VE STRATEJİK TEMASLAR

36 HABER; TİM EVSAHİPLİĞİNDE "İHRACATTA REKABETÇİLİĞİN
GELİŞTİRİLMESİ SEKTÖR RAPORU" ÇALIŞTAYI
GERÇEKLEŞTİRİLDİ

38 HABER; İDDMİB İHRACATIN METALİK YILDIZLARI
2025'İN BAŞARISINI TAÇLANDIRDI,
2026 İÇİN HEDEF 15 MİLYAR DOLAR

40-41 RAKAMLAR

42 FERHAN YILDIZ

YEREL KALKINMA HAMLLESİ PROGRAMI



Eray GÖNENLİ
BEYSAD Yönetim Kurulu Üyesi
eray.gonenli@anot.com.tr

BEYAZ EŞYA SANAYİSİNDE REKABETİN YENİ EKSENİ: DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE STRATEJİK FIRSATLAR

Beyaz eşya sanayisi uzun yıllar boyunca ölçek, maliyet ve üretim hızı üzerinden rekabet etti, ancak son yıllarda bu dinamiklerin yerini giderek daha fazla veri odaklı üretim modelleri almaya başladı. Dijital dönüşüm artık operasyonel bir iyileştirme projesi değil; şirketlerin sürdürülebilir rekabet gücünü belirleyen stratejik bir unsur haline gelmiş durumda.

Gelişmiş üretim tesislerinde makineler yalnızca üretim yapmıyor, aynı zamanda sürekli veri üretiyor. OEE, kalite sapmaları, enerji tüketimi ve bakım ihtiyaçları gerçek zamanlı olarak izlenebiliyor. Bu sayede kararlar geçmiş raporlara değil, anlık ve güvenilir verilere dayanarak alınıyor. Süreçlerin şeffaflaşması verimlilik artışını kalıcı hale getirirken, kaynak kullanımını da optimize ediyor.

Otomasyon sistemleri ise artık yalnızca hız kazandırmak amacıyla değil, kalite standardizasyonu ve proses güvenliği için kurgulanıyor. Robotik uygulamalar tekrarlı ve yüksek hassasiyet gerektiren operasyonlarda insan hatasını minimize ederken, çalışanlar daha çok süreç geliştirme ve kalite yönetimi alanlarına yönlendiriliyor. Bu yaklaşım üretim performansını yükseltmenin yanı sıra insan kaynağının katma değerini de artırıyor.

Dijitalleşmenin en kritik kazanımlarından biri de izlenebilirlik. Parça bazlı üretim verilerinin kayıt altına alınması; kalite yönetimi, müşteri memnuniyeti ve regülasyon uyumu açısından artık vazgeçilmez hale gelmiş durumda. Önümüzdeki dönemde bu yetkinliğe sahip olmayan üreticilerin global tedarik zincirlerinde yer alması giderek zorlaşacaktır.

Türkiye özelinde bakıldığında, ana sanayi firmalarının dijital dönüşüm konusunda önemli bir olgunluk seviyesine ulaştığı görülmektedir. Büyük beyaz eşya üreticileri; akıllı fabrikalar, ileri otomasyon çözümleri, enerji yönetimi sistemleri ve veri analitiği altyapılarına ciddi yatırımlar gerçekleştirmektedir. Bu gelişim, sektörün rekabet gücünü artırırken aynı zamanda yan sanayi için de önemli bir dönüşüm fırsatı yaratmaktadır.

Ana sanayilerin dijitalleşme seviyesinin yükselmesi, tedarik zincirinde daha yüksek kalite standartları, izlenebilirlik beklentileri ve proses şeffaflığı anlamına gelmektedir. Bu beklentilere uyum sağlayabilen yan sanayi firmaları yalnızca mevcut iş hacimlerini korumakla kalmayacak; global projelerde tercih edilen stratejik iş ortakları haline gelecektir.

Bu noktada dijital dönüşüm yan sanayi için bir maliyet unsuru değil, sürdürülebilir büyümenin anahtarıdır. Akıllı üretim sistemleri sayesinde verimlilik artışı sağlanırken, kalite sürekliliği güvence altına alınmakta ve müşteri beklentilerine daha hızlı yanıt verilebilmektedir. Aynı zamanda enerji verimliliği ve kaynak optimizasyonu gibi alanlarda sağlanan kazanımlar, firmaların kârlılıklarını doğrudan desteklemektedir.

Sonuç olarak beyaz eşya sanayisinde rekabetin geleceği, dijital yetkinlik seviyesiyle doğrudan ilişkilidir. Türkiye ana sanayisinin attığı güçlü dijitalleşme adımları, yan sanayi için önemli bir sıçrama fırsatı sunmaktadır. Bu fırsatı erken değerlendiren firmalar, yalnızca bugünün değil, yarının küresel tedarik zincirlerinde de güçlü bir konuma sahip olacaktır.



BEYSAD OLAĞAN MALİ GENEL KURUL TOPLANTISI (33. YIL) YAPILDI BEYSAD Ordinary Financial General Assembly Meeting (33rd Year) Held

Bu yılın Özel Konuğu: Sayın Nebil Özgentürk

Special Guest of the Year: Mr. Nebil Özgentürk

Her 2 yılda bir düzenlenen BEYSAD Olağan Mali Genel Kurul toplantısı 13 Şubat 2026 Cuma günü Mövenpick Hotel İstanbul Marmara Sea'de gerçekleşti. 64 üye firmadan 110 kişi olmak üzere; 2. Bölüm katılımcıları ile birlikte yaklaşık 150 kişinin yer aldığı toplantıda yine her zaman ki gibi BEYSAD Aile Dostluğu ön plandaydı.



D. Yasemin Aksu



Tunç Yeloğlu



Ş. Burak Özaydemir

The biennial BEYSAD Ordinary Financial General Assembly meeting was held on Friday, February 13, 2026, at Mövenpick Hotel İstanbul Marmara Sea. With 110 participants from 64 member companies and additional attendees from Section 2, approximately 150 people joined the meeting, where BEYSAD's spirit of family friendship was once again at the forefront.

Toplantı, **BEYSAD Genel Sekreteri Ayşegül Koç**'un hoş geldiniz konuşması, saygı duruşu ve İstiklal Marşı ile başladı. Divan Başkanı'nın toplantıyı yönlendirmesi doğrultusunda **BEYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Sayın D. Yasemin Aksu** kürsüye davet edildi ve konuklara faaliyetlere ilişkin konuşmasını yaptı; ardından Divan Heyeti belirlenen program, gündem kapsamında açılış konuşmaları, faaliyetler, gelir-gider tabloları, denetim raporları, 2026 aidat düzenlemesi vb konular ile devam etti.



Nebil Özgentürk

Etkinlikte BEYSAD'ın 2025 yılı çalışmalarına yönelik konuşma yaparak üyeleri bilgilendiren **BEYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Sayın D. Yasemin Aksu**'nun konuşmasının ana hatları şu şekildeydi: "Bir yılı daha geride bırakırken, derneğimiz adına yoğun, üretken ve stratejik açıdan önemli bir dönemi tamamlamanın memnuniyetini yaşıyoruz. 2025 yılı, yalnızca faaliyet sayısı açısından değil; içerik, kapsayıcılık ve yarattığı katma değer bakımından da BEYSAD'ın kurumsal olgunluğunu bir adım ileri taşıdığı bir yıl olmuştur.

Bu vesileyle; başta Genel Sekreterimiz olmak üzere Yönetim Kurulu Üyelerimize, dernek faaliyetlerinde aktif rol alan tüm üyelerimize,

reports, income-expense statements, audit reports, the 2026 membership fee regulation, and other related matters.

Highlighting **BEYSAD's 2025 activities**, **Chairwoman Mrs. D. Yasemin Aksu** stated: "As we leave another year behind, we are pleased to have completed an intense, productive, and strategically significant period for our association. The year 2025 has been a milestone not only in terms of the number of activities but also in their content, inclusiveness, and added value, advancing BEYSAD's institutional maturity.

On this occasion, we extend our sincere gratitude to our General Secretary, Board Members, all members actively involved in associati-



ana sanayilerimize ve değerli paydaşlarımıza katkıları ve güvenleri için içten teşekkürlerimizi sunarız.

2025 yılı içerisinde gerçekleştirilen Genel Kurul Toplantımız, derneğimizin şeffaf, katılımcı ve ortak akla dayalı yönetim anlayışının önemli bir göstergesi olmuştur. Üyelerimizin yüksek katılımı, BEYSAD'a duyulan güvenin ve aidiyetin somut bir yansımasıdır.

Ayrıca yıl boyunca farklı platformlarda ve toplantılarda BEYSAD'ın temsil edilmesi, derneğimizin sektör nezdindeki görünürlüğünü ve etkisini güçlendirmiştir.

Derneğimizin geleceğine yatırım anlayışıyla hayata geçirilen Genç BEYSAD'lılar ile üyelerimizin genç liderlerinin sektörel deneyim paylaşımına katılımı teşvik edilmiş; dört ayrı söyleşi ile yıl içindeki yayınlarımızda yer bulmuşlardır. Bunun yanı sıra, basın bültenleri, dijital mecralar ve web iletişimi aracılığıyla BEYSAD faaliyetleri yıl boyunca düzenli ve görünür bir şekilde paylaşılmıştır.

2025 yılı, BEYSAD'ın yalnızca bugünün ihtiyaçlarına değil, geleceğin dönüşüm başlıklarına da odaklandığı bir yıl olmuştur. Dijital dönüşüm, yeşil dönüşüm ve uluslararası işbirlikleri eksenlerinde yürüttüğümüz çalışmaların, önümüzdeki dönemde daha da derinleşerek devam edeceğine inanıyorum.

Bu süreçte derneğimize duyduğunuz güven ve verdiğiniz destek için bir kez daha teşekkür eder; tüm üyelerimizi, paydaşlarımızı ve sektör temsilcilerimizi BEYSAD çalışmalarına aktif katılım göstermeye davet ederiz."

Etkinliğin sonunda, "Dilek ve Temeniler" bölümünde yeni üyelere, plaket taktimi yapıldı. Plaket taktimi sonrasında her yıl olduğu gibi samimi üye konuşmaları yapıldı.

Toplantının ikinci bölümü olan Değerli Ana Sanayi yetkilileri (Arçelik, BSH, Vestel, Teka...) ve BEYSAD Dostlarının katıldığı kısım, ana konuşmacımız olan Belgesel Yönetmeni, Yapımcı **Sayın Nebil Özgentürk** imzalı duygusal bir kısa film ile başladı.

Sonrasında Özgentürk'ün, "CUMHURİYET'TEN...MEMLEKETTEN... HATIRALAR... Sanayi ve Hayatın Pek Çok Alanında Asırlık Yolculuk" başlıklı konuşması eşliğinde interaktif, keyifli bir sohbet gerçekleşti.

Bugünü bizim için anlamlı kılan tüm üyelerimiz başta olmak üzere, konuşmacı olarak bizlerle çok kıymetli bilgiler paylaşan Sayın Nebil Özgentürk'e, Değerli Ana Sanayi yetkilileri ve BEYSAD Dostlarına içten teşekkürlerimizi sunarız.

on activities, our main industry partners, and esteemed stakeholders for their contributions and trust.

Our General Assembly held in 2025 has been a strong indicator of our transparent, participatory, and collective management approach. The high level of member participation reflects the trust and sense of belonging to BEYSAD.

Furthermore, BEYSAD's representation across different platforms and meetings throughout the year has strengthened the association's visibility and influence within the sector.

With the initiative of Young BEYSAD Members, designed as an investment in the future of our association, young leaders of our members were encouraged to share their sectoral experiences. Four interviews were featured in our publications during the year. In addition, BEYSAD's activities were regularly and visibly shared through press releases, digital platforms, and web communication.

The year 2025 has been one in which BEYSAD focused not only on today's needs but also on the transformation themes of the future. I believe that our work in the fields of digital transformation, green transition, and international cooperation will deepen and continue in the coming period.

We once again thank you for the trust and support you have shown to our association and invite all our members, stakeholders, and sector representatives to actively participate in BEYSAD's activities."

At the end of the event, plaques were presented to new members during the "Wishes and Recommendations" section. Following the plaque ceremony, heartfelt member speeches were delivered, as in every year.

The second part of the meeting, attended by distinguished representatives of the main industry (Arçelik, BSH, Vestel, Teka...) and BEYSAD Friends, began with an emotional short film by documentary director and producer **Mr. Nebil Özgentürk**.

This was followed by an interactive and enjoyable conversation accompanying Özgentürk's speech titled "From the Republic... From the Homeland... Memories... A Century-Long Journey Across Industry and Life."

We sincerely thank all our members who made this day meaningful, our distinguished guest speaker Mr. Nebil Özgentürk for sharing valuable insights, as well as the main industry representatives and BEYSAD Friends for their participation.



BEYSAD
33
YIL



Çetin Civata



Hedef Kablo



Mebant BE



Okandan Cam

YENİ
ÜYE





YILDIZ
DEMİR ÇELİK

HER ADIMDA ÇELİKTE HAYATA

Hayatın temeli, sağlam bir çelikle atılır. Sanayinin kalbinde işlediğimiz çeliği, modern yaşamın vazgeçilmez sektörlerinin standartlarına uygun hale getiriyoruz.

Otomotivden beyaz eşyaya, iklimlendirmeden yapı sektörüne kadar uzanan geniş bir yelpazede; yarınları inşa edenlerin çözüm ortağıyız. Her Adımda Yıldız Demir Çelik'in gücü ve imzası var.



YILDIZLAR
YATIRIM
HOLDİNG



We cover ... care,
We convert for the comfort.



PUNTEKS İZOLASYON BEYAZ EŞYA VE OTOMOTİV YAN SAN. VE TİC. A. Ş.

İzmir Merkez Fabrika / İzmir Headquarters Plant

Gazi Mustafa Kemal Mah. Fatih Cad. No:145 35860 Torbalı - İzmir / TÜRKİYE

Manisa Fabrika / Manisa Plant

M.O.S.B. VI. Kısım Keçiliköy OSB Mah. Burhan Kurtoğlu Cad. No: 13 45030 Yunusemre - Manisa / TÜRKİYE

Tel:+90 232 866 22 10 (pbx) ♦ Fax:+90 232 866 22 14 ♦ e-mail: info@punteks.com



www.punteks.com



Genç Söyleşi BEYSADlılar

Utku BALÇIK

Balçık Isı Elemanları San. ve Tic. A.Ş.

Genel Müdür Yardımcısı / Üretim Planlama Koordinatörü

Merhaba, ben Utku Balçık. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunuyum. 1959'dan bu yana faaliyet gösteren, aylık 1 milyon adet üretim kapasitesiyle Türkiye ve Avrupa'daki beyaz eşya üreticilerine rezistans tedarik eden Balçık Isı'da Genel Müdür Yardımcısı ve Üretim Planlama Koordinatörü olarak görev yapıyorum. 2017 yılından bu yana şirketimizde çeşitli kademelerde rol alarak bugünkü pozisyonuma ulaştım. Endüstri Mühendisliği formasyonumu aile şirketimizin köklü sanayi birikimiyle birleştirerek, veriye dayalı karar alma kültürünü fabrikamıza yerleştirmeye çalışıyorum.

Gerçek girişimcinin tanımını nasıl yaparsınız, en önemli kriter nedir? Yurt dışındaki girişimcilerle kıyaslama yapıldığında ne gibi farklılıklar veya benzerlikler var? Peki, girişimcilerin yöneldikleri alanlar dikkate alındığında sizce başarının ve hatanın temelini neler oluşturuyor?

Gerçek girişimci, belirsizliği yönetebilen insandır. Para kazanmak ya da ürün geliştirmek sonuçtur; asıl mesele, henüz ortada net bir tablo yokken kaynaklarını riske atabilme ve bu riski sistematik şekilde yönetebilme cesaretidir. Benim için en önemli kriter şu: Girişimci, çözdüğü problemi ne kadar derinden anlıyor? Müşterinin gerçek ihtiyacını kavramadan geliştirilen her ürün, ne kadar yenilikçi olursa olsun, havaya atılmış bir ok gibidir.

Yurt dışıyla kıyasladığımızda en belirgin fark ekosistemlerde ortaya çıkıyor. Silikon Vadisi'nde bir girişimci batarsa bu bir "öğrenme deneyimi" olarak görülür; Türkiye'de ise toplumsal bir yargılamayla karşılaşırız. Almanya'daki Mittelstand geleneği, yani aile şirketlerinin kuşaklar boyu disiplinli büyümesi, bize aslında çok tanıdık bir model. Ancak orada devlet destekleri, Ar-Ge teşvikleri ve ihracat altyapısı çok daha sistemli işliyor. Biz Türkiye'de aynı şeyi kendi imkânlarımızla, biraz da "çaresizliğin yaratıcılığıyla" başarıyoruz. Dezavantaj gibi görünür ama bu durum Türk sanayicisini olağanüstü çevik ve dayanıklı kılıyor.

Türkiye'ye özgü bir gerçeklik daha var: Aile şirketlerinde girişimcilik, sadece piyasa riskiyle değil, aile içi beklenti ve baskılarla da mücadele etmeyi gerektiriyor. Yeni nesil olarak bir yandan ailenin kurduğu mirası koruma sorumluluğunuz var, bir yandan kendi vizyonunuzu hayata geçirme ihtiyacınız. Bu ikisi arasında denge kurmak, dışarıdan sıfırla başlayan bir girişimcide olmayan, farklı türde bir cesaret gerektiriyor.

Başarının temelini bakarsak: Doğru problemi çözmek, doğru zamanlamayı yakalamak ve bunu sürdürülebilir bir iş modeline dönüştürmek. Burada çok önemli bir nüans var: Doğru zamanda verilen yanlış bir karar, gecikmiş

bir doğru karardan daha değerlidir. Zamanında hareket ettiğinizde karardan dönme, düzeltme ve adapte olma şansınız olur; ama "mükemmel karar" beklerken kaybettiğiniz zamanı hiçbir doğru hamle telafi edemez. Hata konusuna gelince, çoğu zaman teknik yetersizlik değil, pazar gerçekliğinden kopukluk firmaları batırıyor. Türkiye'de çok iyi üretim yapıp pazarlama ve markalaşmada geri kalan onlarca firma var. Üreten değil, değer yaratan kazanıyor.

Şirketlerde şu an dört kuşak bir arada başarıyla çalışabiliyor. Bunun artıları elbette çok ama bu konuda kurumsal verimliliğin sağlanması ve kuşaklar arası etkileşimin artırılması için olmazsa olmazları anlatır mısınız?

Bu gerçekliği her gün birebir yaşıyorum. Fabrikamızda 30 yıldır tezgâh başında olan ustalar da var, geçen ay işe başlayan Z kuşağı operatörler de. Bu çeşitlilik iyi yönetildiğinde muazzam bir güç oluyor, yönetilemediğinde ise sürtünme kaynağına dönüşüyor.

Benim deneyimlerime göre olmazsa olmaz, ortak bir dil oluşturmak. Kuşaklar farklı motivasyonlarla çalışıyor ve bunu kabullenmek lazım. 55 yaşındaki usta için "iş güvencesi" ve "saygı görme" çok önemli. 25 yaşındaki genç operatör için ise "gelişim fırsatı" ve "anamlı iş yapma hissi" ön planda. İkisini de aynı kalıba sokmaya çalışırsanız ikisini de kaybedersiniz. Bizim uyguladığımız yöntemlerden biri, deneyimli ustaları "eğitici" rolüne getirmek. Genç arkadaşlara makine başı eğitimle bir meslek kazandırırken, ustaya da bilgi aktarmanın verdiği statü ve anlam duygusunu yaşıyorsunuz. Böylece kuşaklar arası hiyerarşi yerine kuşaklar arası işbirliği doğuyor.

İkinci kritik konu ise veriyi ortak zemin haline getirmek. Üretimde PLC destekli makinelerimizden anlık OEE verileri çekiyoruz. Bu verilerin karşısında ne 60 yaşındaki ustanın ne de 25 yaşındaki mühendisin önsezisi tek başına geçerli; sayı konuşuyor. Veri, kuşaklar arası ego çatışmalarını ortadan kaldıran en etkili araç oldu bizim için.

Sizin bu sürecin nasıl gerçekleşti?

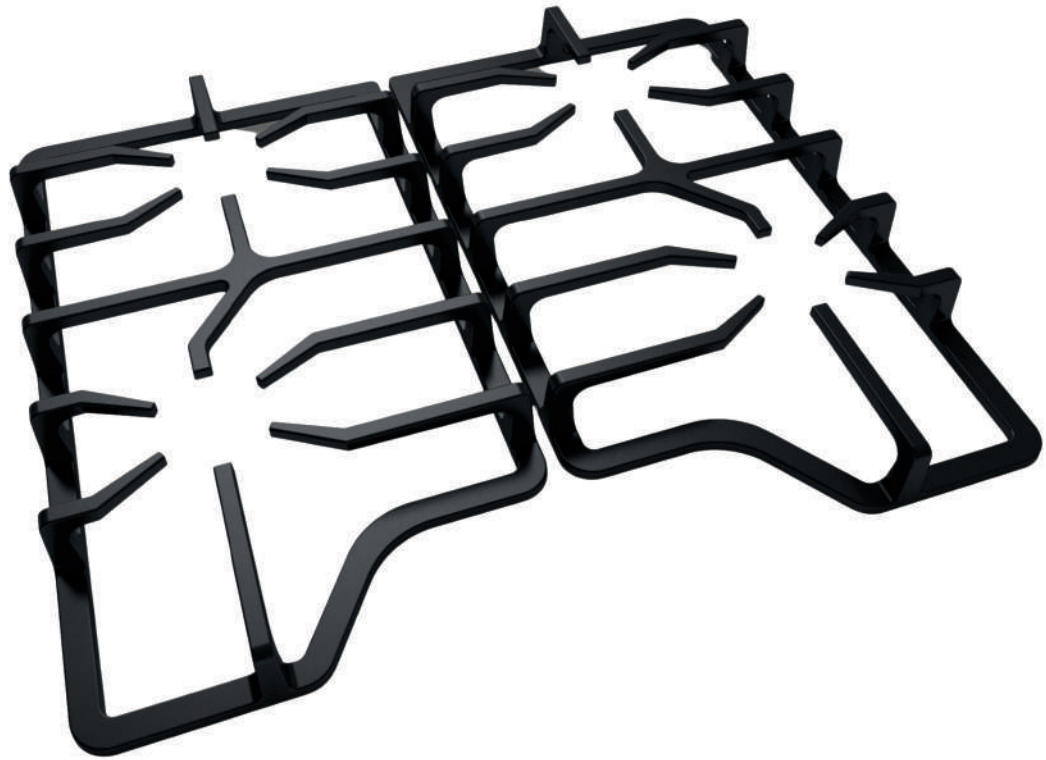
Bu işin içine doğdum. Tercihimden ziyade kaderle gelen bir sorumluluktu diyebilirim. Ama ben bu sorumluluğu bilinçli bir kariyer planıyla üstlendim.



2017 yılında, üniversite mezuniyetimin ardından yüksek lisans eğitimimle eş zamanlı olarak fabrikada çalışmaya başladım. Direkt bir masaya oturup yöneticilik yapmak gibi bir lüksüm olmadı, zaten öyle bir niyetim de yoktu. Tasarım süreçlerinden başlayarak satın alma, ihracat, satış ve üretim planlama departmanlarında bizzat mesai harcadım. O günden bugüne



Our High-Tech Professional Manufacturing Delivers Superior Enamel Cast Iron Pan Supports



Discover the Perfect Combination of Technology and Craftsmanship



biz@koka.hk



KOKA (HONG KONG) LIMITED
Rooms 1318-19 Hollywood
Plaza 610 Nathan Road Mongkok
Kowloon, Hong Kong



KOKA FTC (SHENZHEN) LIMITED
RND Building 106A
Hongfa Hightech Park, Shiyan
Baoan, Shenzhen, Guangdong P.R.C.



KOKA Muhendislik
Topselvi Mahallesi, Topselvi Caddesi
Arkoz Sokak No:6/2
34783 Kartal, Istanbul, Turkey

çeşitli kademelerde rol alarak her bir sürecin detaylarını öğrendim. Amacım basitti: Her departmanın dilini konuşabilmek. Bir endüstri mühendisi olarak biliyorum ki, sistemi optimize etmek istiyorsanız önce her bileşenini anlamanız gerekir.

Bu süreçte gördüğüm en önemli şey şuydu: Aile şirketinin en büyük avantajı köklü bilgi birikimi ve müşteri ilişkileri. En büyük riski ise “hep böyle yapıyorduk” konfor alanına sıkışmak. 3. nesil olarak benim rolüm, bu birikimi koruyarak onu veriyle, teknolojiyle ve yeni iş yapış biçimleriyle harmanlamak. Sadece devrılmak değil, katma değer sağlayan bir jenerasyon olmak.

Bu vizyonla sınırlı da kalmadık; farklı girişimcilik alanlarında da projeler geliştirdik. Tek bir sektöre bağımlılık, hem bireysel hem kurumsal olarak kırılabilirlik demek.

Genç nesilde çalışan sirkülasyonu çok fazla. Sizce nedir bunun alametifarikası, özetler misiniz? Sizin gözlemlerinizi ve tanık olduklarınızın hangi sonuçları ortaya koyuyor? İyileştirmelerin hangi alanlarda ve nasıl yapılması gerekiyor?

Genç sirkülasyonunu sadece “sadakatsizlik” olarak okumak büyük bir yanılgı. Ben bunu bir piyasa sinyali olarak değerlendiriyorum. Genç çalışan size aslında şunu söylüyor: “Bana gelişim fırsatı ver, adil davran, beni dinle. Yoksa alternatifim var.”

Gözlemim şu: Gençlerin çoğu sadece parayı değil, anlam arıyor. Ama temel ekonomik güvence olmadan anlam arayışı da lüks kalıyor. Mesele hem maddi hem manevi, ikisini birlikte çözmeniz gerekiyor.

Bizim uygulamalarımızı somut: Genç arkadaşlara makine başı eğitim verip bir kariyer yolu çiziyoruz. “Operatör” olarak giren birinin, performansıyla “uzman operatör” veya “baş operatör” sıfatına yükselebileceği bir ilerleme haritası var. Bu, insanlara bir hedef veriyor.

İlginç bir gözlemim de şu: Gidip de geri dönmek isteyen çok sayıda genç arkadaşımız oluyor. Bu bize gösteriyor ki iyi bir çalışma ortamı kurmuşsanız, insanlar dışarıda karşılaştırma yaptıktan sonra değerini daha net anlıyor.

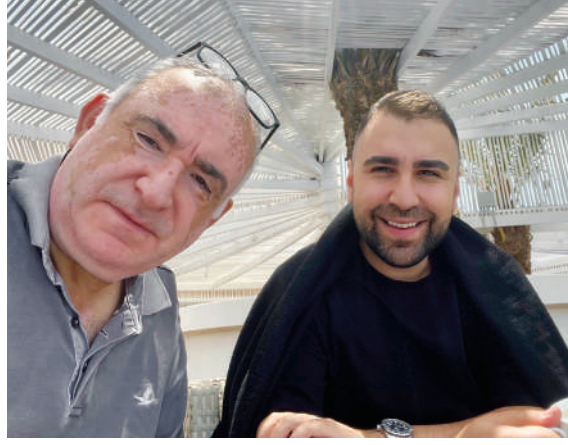
Kuşaklar arası iletişim bariyerlerini kaldırmak da çok kritik. Usta başıyla genç operatör arasındaki kopukluk teknik bir sorun değil, iletişim sorunu. Biz yönetici olarak bu köprüyü kurmakla yükümlüyüz. Gelecek kaygısı yaşayan bir gence “Burada bir meslek sahibi olabilirsin” diyebilmek ve bunu somut örneklerle kanıtlayabilmek, bin sayfalık İK politikasından daha etkili.

Sektör genelinde de şunu söylemek isterim: Şirketler artık “eleman bulamıyoruz” demekten vazgeçip “Neden eleman tutamıyoruz” diye sormalı. Cevap çoğu zaman maaş değil; saygı, gelişim ve şeffaflık.

Sizce çevresel sürdürülebilirlik ülkemizde doğru anlaşıldı mı? Bu konuda başarıya nasıl ulaşabilir, iyileştirmeleri nasıl yapabiliriz? Yeni nesil bu konuda neler söylüyor, bakış açılarını özetler misiniz?

Türkiye’de çevresel sürdürülebilirlik maalesef uzun süre bir “maliyet kalemi” olarak algılandı, bir “yatırım fırsatı” olarak değil. Bu bakış açısı değişmediği sürece gerçek ilerleme zor.

Biz Balçık Isı olarak bunu farklı okuduk. Fabrikamızın tamamına 1,25 MWp kapasiteli çatı GES yatırımı yaptık. Elektrikimizin önemli bir kısmını kendimiz üretiyoruz ve sektörümüzde bu ölçekte yeşil enerji üreten sayılı firmalardan biriyiz. Bu yatırımı sadece “çevreci olalım” motivasyonu değil, enerji maliyetlerimizi düşürmek ve



uluslararası müşterilerimizin sürdürülebilirlik beklentilerini karşılamak için yaptık. Avrupa’ya ihracat yapan bir firma olarak, yarı karbon ayak izi raporlaması masanıza geldiğinde hazır olmanız gerekiyor.

Başarının formülü bence şu: Sürdürülebilirliği merhamet değil, rekabet avantajı olarak konumlandırmak. Enerji verimliliği, atık azaltma, yeşil enerji... Bunların hepsi aynı zamanda maliyet optimizasyonu. Sanayiciye “çevreyi koru” demek yerine “maliyetini düşür ve geleceğe hazırlan” demek çok daha etkili.

Yeni neslin bu konudaki farkındalığı önceki kuşaklarla karşılaştırılmayacak kadar yüksek. Ama farkındalık tek başına yetmiyor, aksiyon gerekiyor. Gençlerin yapması gereken, bu duyarlılığı somut mühendislik çözümlerine dönüştürmek. Duygusal söylemden çıkıp veri ve teknolojiyle konuşmak. Bir fabrika sahibini iklim değişikliği grafikleriyle değil, enerji faturasındaki düşüşle ikna edersiniz.

Başarılı dijital dönüşüm ne demek ve buna hazır mıyız? En basit ifadeyle Skype veya Teams ile görüşme yapmak, dijital dönüşüme ayak uydurmak mı demek? Bunları eskiden de yapıyorduk, neler değişti ve farklılaştı?

Skype ya da Teams kullanmak dijital dönüşüm değildir. Tıpkı bir fabrikaya bilgisayar koymak nasıl otomasyon değilse, bunlar da öyle. Dijital dönüşüm, teknolojiyi kullanmak değil; teknolojiyle iş yapış biçiminizi kökten değiştirmektir.

Somut bir örnek vereyim: Biz Balçık Isı’da yapay zeka destekli ve açık kaynak kodlu uygulamalar kullanmaya başladık. Üretim hatlarımızdaki PLC destekli makinelerden gelen verileri yapay zeka ile analiz edip anlık OEE takibi yapıyoruz. Bir makine durduğunda bunu ertesi gün rapordan öğrenmek yerine o an görüyorsunuz. Verimlilik kaybını saatler yerine dakikalar içinde tespit edip müdahale edebiliyorsunuz.

Eskiden bir üretim planlama toplantısı yapardınız, geçen haftanın verilerine bakardınız, kararlar alırdınız. Şimdi veriye gerçek zamanlı erişimimiz var ve karar alma sürecimiz haftalardan saatlere indi. İşte dijital dönüşüm budur: **hız, görünürlük ve veriye dayalı karar alma.**

Türkiye hazır mı? Teknolojik altyapı olarak evet, zihniyet olarak kısmen. En büyük engel teknoloji değil, organizasyonel direnç. “Biz yıllardır böyle yapıyoruz” cümlesi, dijital dönüşümün en büyük düşmanı. Özellikle KOBİ’lerde patronun dijital okuryazarlığı, şirketin dijital olgunluğunu doğrudan belirliyor.





Bir noktanın daha altını çizmek istiyorum: Dijital dönüşümde pahalı yazılımlar almak şart değil. Açık kaynak çözümler ve bulut tabanlı platformlar sayesinde bugün bir KOBİ, 10 yıl önce ancak büyük holdinglerin erişebildiği analitik kapasiteye ulaşabiliyor. Mesele bütçe değil, vizyon.



Dijital çağın tüm olanaklarından yararlanıyor, Metaverse ve AI ile yüz yüze geliyoruz. Dijital dönüşüm çağında, dijital dönüşüm odağında çalışmalar gerçekleştirmenin kaçınılmaz olduğu bir çağda sanayici olmanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?

Sanayici olmanın bu çağdaki en büyük avantajı şu: Fiziksel üretim yapan firmalar dijital araçlarla donanınca muazzam bir rekabet avantajı elde ediyor. Bir yazılım şirketinin kopyalanması kolaydır, ama onlarca yıllık üretim bilgi birikimini yapay zekayla harmanlayan bir fabrikanın kopyalanması çok zordur. Veri ve algoritmalar herkesin erişimine açık; o veriyi anlamlı kılacak saha bilgisi ise ancak üretimin içinde yıllarca emek vermiş firmalarda var.

Dezavantajı ise çift yönlü yatırım zorunluluğu. Hem fiziksel altyapıya hem dijital altyapıya aynı anda yatırım yapmanız gerekiyor. Türkiye'deki maliyet baskısı altında bu ciddi bir finansal yük. Yapay zeka konusunda çok pragmatik düşünüyorum. AI, fabrikada insanın yerini almayacak; ama AI kullanan fabrikalar, kullanmayan fabrikaların yerini alacak. Biz zaten üretim verilerimizi yapay zeka ile analiz etmeye başladık. Önümüzdeki hedefimiz, yapay zekayı üretim planlama süreçlerine entegre ederek termin sürelerimizi kısaltmak. Müşteriye söz verdiğiniz teslimat tarihini tutturabilmek, bu sektörde güven inşa etmenin en somut yolu. AI bize tam da burada yardımcı oluyor.

Metaverse konusunda çok daha gerçekçi bakıyorum. Metaverse'in sanayi üretimini kökten dönüştüreceğini düşünmüyorum, en azından bizim sektörümüz için. Ama dolaylı bir etkisini görüyorum: Beyaz eşya üreticilerinin satış sonrası servis modelleri dijitalleştikçe, uzaktan tanı ve sanal destek yaygınlaştıkça, geleneksel servis gelirleri düşecek. Bu da bizim gibi yedek parça ve aksam üreticileri için perakende kanallarının ve internet üzerinden doğrudan satışın önemini artıracak. Yani Metaverse doğrudan bizi değil, müşterimizin iş modelini değiştirecek. Biz de buna hazır olmalıyız.



Savaşlar, karşıt güç dengeleri, kıtlık-su sorunu veya dünyayı etkileyen pandemi gibi nedenler geleceği nasıl değiştirdi? Siz geleceği nasıl değerlendirirsiniz?

Pandemi bize bir şeyi çok net

gösterdi: Tedarik zinciri güvenliği, fiyattan daha değerli olabiliyor. COVID döneminde Çin'den konteyner getiremeyen Avrupalı üreticiler, "en ucuz neresi" sorusunu bir kenara bırakıp "en güvenilir tedarikçi kim" diye sormaya başladı. Bu, Türkiye gibi Avrupa'ya yakın ve esnek üretim kapasitesine sahip ülkeler için tarihi bir fırsat.

Savaşlar ve jeopolitik gerilimler de aynı etkiyi pekiştirdi. Artık Avrupalı üreticiler tedarikçi seçerken sadece fiyata değil, coğrafi yakınlığa ve politik güvenilirliğe de bakıyor. Uzak Doğu'dan 45 günde gelen malı, Türkiye'den 5-7 günde teslim edebilmek büyük bir avantaj. Üstelik siyasi riskler yüzünden firmalar tedarik zincirlerini "dost ülkelere" kaydırma eğiliminde. Türkiye her iki kriterde de çok iyi bir konumda.

Su kıtlığı ve iklim krizi ise özellikle enerji yoğun üretim yapan sektörler için doğrudan maliyet baskısı anlamına geliyor. Biz rezistans üretiyoruz, elektrik ana girdilerimizden biri. GES yatırımlarımız sadece çevreci bir tercih değil, stratejik bir hayatta kalma hamlesi.

Geleceğe bakışım şöyle: Önümüzdeki 10 yılda ayakta kalacak sanayiciler üç şeyi aynı anda başaranlar olacak. Birincisi maliyet verimliliği, yani Çin ile rekabet edebilecek üretim maliyetlerine ulaşmak. İkincisi esneklik, küçük partilerde ve hızlı teslimatta çevik olmak. Üçüncüsü dijital olgunluk, veriyi toplayıp anlamlı kararlara dönüştürebilmek.

Hedefimiz tam da bu: Gerek iç pazarda gerekse uluslararası arenada bir verimlilik örneği olmak. Artan maliyetlere rağmen Çin ile olan rekabete verimlilik artışıyla meydan okuyacağımıza inanıyorum. Bu mücadeleyi sadece ucuz işçilikle değil, akıllı üretimle kazanabiliriz.

Gelecek, hazırlıklı olanlarındır. Hazırlık da bugün atılan her küçük adımda gizli.



Dr. Erinc ALBEY

OzUBEX Sanayi Dönüşüm Merkezi
Genel Müdürü
erinc.albey@ozubex.com

Yapay Zeka ve İkiz Dönüşüm Çağında Merkez Üssü: OzUBEX SANAYİ DÖNÜŞÜM MERKEZİ

Sanayi artık yalnızca üretim kapasitesiyle değil veri yönetimi, sürdürülebilirlik performansı ve stratejik yönetim gücüyle rekabet ediyor. Türkiye’de sanayinin dönüşümü sadece teknolojik değil, aynı zamanda yönetsel ve zihinsel bir kırılmayı da ifade ediyor. Bu nedenle dijitalleşme ve yapay zekâ uygulamaları tek başına yeterli değil. Asıl ihtiyaç bu unsurları stratejik bir bütünlük içinde kurgulamak.

OzUBEX Sanayi Dönüşüm Merkezi bu yaklaşımla konumlanıyor. Merkez, dijital ve yeşil olgunluk analizlerinin ötesine geçerek sürdürülebilir üretim stratejileri, yapay zekâ destekli karar modelleri ve ileri üretim teknolojilerini entegre bir mimari içinde bir araya getiriyor. Amaç, teknolojiyi uygulamak değil; onu kurumsal kimliğin ve rekabet stratejisinin merkezine yerleştirerek kalıcı bir rekabet avantajı oluşturmak.

Dönüşümü Parçalamak Değil, Tasarlamak

Dijitalleşme ve yeşil dönüşüm birçok kurumda birbirinden kopuk projeler şeklinde ilerliyor. Oysa yeni rekabet düzeninde başarı; bu iki eksenli stratejik bir bütünlük içinde kurgulayabilmekten geçiyor.

OzUBEX’in geliştirdiği çok katmanlı model, analiz, strateji, uygulama ve izleme süreçlerini tek bir dönüşüm mimarisi altında birleştiriyor. Bölgesel kalkınma perspektifi, yönetici seviyesinde stratejik yetkinlik inşası, veri temelli yönetim kültürü ve ileri üretim teknolojilerinin entegrasyonu aynı çerçevenin tamamlayıcı unsurlarıdır.

Bu yaklaşım klasik danışmanlık anlayışından ayrışır. Dönüşümü raporlarla sınırlamaz, üretim sahasında ölçülebilen verimlilik artışı, maliyet optimizasyonu ve karbon ayak izi iyileşmesi gibi somut çıktılara dönüştürür.

Bölgesel Ölçekte Rekabet Gücü İnşası

Trakya Bölgesi’nde yürüttüğümüz programlar modelimizin ölçeklenebilirliğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Proje Yöneticimiz Gizem Aslantepede, dönüşümün yalnızca işletme içi bir modernizasyon değil; bölgesel ekosistemlerin kolektif kapasitesini artıran bir yapı olarak ele alınması gerektiğini vurgulamıştır.

Operasyon ve Analitik Yöneticimiz Dr. Ahmet Şahin ise üretken yapay zekânın üretim planlama, kalite kontrol ve kestirimci bakım süreçlerindeki uygulamalarını somut vaka analizleriyle paylaşmış; büyük dil modeli ekosistemlerinin kurumsal kullanım senaryolarını teknik derinliğiyle değerlendirmiştir.

Bu bütünsel yapı, OzUBEX’i yalnızca teknik bilgi sağlayan bir merkez değil yönetimsel karar süreçlerini dönüştüren stratejik bir çözüm ortağı konumuna taşımaktadır.

İleri Üretim Teknolojilerinde Ekosistem Yaklaşımı

Eklemeli imalat alanında gerçekleştirdiğimiz atölye programlarında teknik altyapımızı doğrudan sektör profesyonelleriyle buluşturduk. Ar-Ge Mühendisimiz Yashar Sardroudi tarafından aktarılan teknik içerik; DfAM yaklaşımı ve üretim sonrası süreçlere ilişkin uygulamalarla zenginleşti.

Sanayi temsilcilerinin katkılarıyla gerçekleştirilen panel oturumlarında ise eklemeli imalatın yalnızca teknik bir üretim yöntemi değil, stratejik konumlandırma gerektiren bir yetkinlik alanı olduğu vurgulandı.

Bu çok aktörlü yapı, dönüşümün ancak güçlü ekosistem iş birlikleriyle sürdürülebilir hale gelebileceğini göstermektedir.

Üçlü İş Birliği Modeli: vMind & KRONNIKA & OzUBEX

Yapay zekâ ve dijital dönüşüm alanında kalıcı değer üretmenin yolu; veri yönetimi, bulut altyapısı ve otomasyon çözümlerini bütüncül bir mimari içinde konumlandırmaktan geçiyor. Bu doğrultuda vMind Bilgi Teknolojileri, KRONNIKA ve OzUBEX olarak oluşturduğumuz üçlü iş birliği; Agentik AI yaklaşımının karar alma süreçlerini nasıl aksiyona dönüştürdüğünü, veri egemenliğinin sürdürülebilir yapay zekâ stratejilerindeki rolünü ve organizasyonel dönüşümün gerekliliklerini somut uygulamalar üzerinden ele alan güçlü bir model ortaya koymaktadır.

Bu perspektifi Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi'nde gerçekleştirilen "Dijital Deneyimler" etkinliğinde sanayicilerle paylaştık. Veri temelli yönetim, bulut bilişim altyapılarının ölçeklenebilirliği ve robotik süreç otomasyonunun operasyonel verimlilik üzerindeki etkilerini kapsamlı biçimde değerlendirdik. Akabinde OzUBEX Sanayi Dönüşüm Merkezi'nde detaylı bir söyleşi gerçekleştirdik. Agentik AI ve sanayide dijital dönüşüm başlıklarına daha derinlemesine bakmak isteyenler, video içeriğinin tamamına vMind'in YouTube hesabı ile OzUBEX'in LinkedIn sayfası üzerinden erişebilir.

İstanbul Kalkınma Ajansı'nın Davetlisidik

Yakın zamanda İstanbul Kalkınma Ajansı'nın ev sahipliğinde düzenlenen Dijital ve Yeşil Dönüşüm Merkezleri İstişare Toplantısı'ndaydık. On iki farklı kurumun katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda merkezlerin kapasitesi, sürdürülebilirliği, uygunluk modelleri ve finansmana erişim başlıkları kapsamlı biçimde değerlendirildi. Proje Yöneticim Gizem

Aslantepede OzUBEX'in sektörel tecrübelerini ve dönüşüm perspektifini karar alıcılarla paylaştı. Bu buluşma, dönüşüm merkezlerinin yalnızca teknik hizmet sağlayıcı değil politika geliştirme ve ekosistem yönlendirme kapasitesine sahip yapılar olması gerektiğini bir kez daha ortaya koydu. Sürdürülebilir dönüşüm, merkezlerin kendi kurumsal sürdürülebilirlik modellerini güçlendirmesiyle mümkündür.

Ulusal Ölçekte Stratejik Konumlanma: IPA III

OzUBEX, IPA III (2021–2027) dönemi kapsamında yürütülen "İmalat Sanayinin Dijital Dönüşümüne Destek" Teknik Destek Projesi çerçevesinde Türkiye'nin dijital dönüşüm ekosisteminde kritik rol üstlenen merkezlerden biri oldu!

Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti eş finansmanı ile yürütülen 36 aylık program kapsamında; dijital dönüşüm politikalarının güçlendirilmesi, yönetim mekanizmalarının geliştirilmesi ve merkezler arası iş birliğinin artırılması hedeflenmektedir. Bu yapı, dönüşüm merkezlerinin yalnızca teknik hizmet sağlayıcı değil politika üretiminde referans aktörler haline gelmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Proje kapsamında firmaların faydalanabileceği hizmetlerimizi e-posta ve sosyal medya kanallarımız üzerinden duyuruyor olacağız.

Sanayi İçin Referans Bir Model

OzUBEX'in geliştirdiği çok katmanlı dönüşüm modeli bölgesel güçlenme, yönetici yetkinliği, ileri üretim teknolojileri ve finansal sürdürülebilirliği aynı stratejik çerçevede bir araya getirmektedir. Yapay zeka ve ikiz dönüşüm çağında fark yaratanlar, değişime uyum sağlayanlar değil değişimin mimarisini kuranlardır. Bu açıdan OzUBEX; teknik uzmanlık, stratejik yönetim ve güçlü ekosistem iş birlikleriyle bu mimariyi inşa eden ve Türkiye sanayisinin rekabet gücünü yapısal olarak artırmayı hedefleyen bir referans model olarak konumlanmaktadır.



YENİ
ÜYE

Fahrettin OKANDAN

Okandan Cam San. ve Tic. A.Ş.

Yurtiçi ve Yurtdışı Satış ve Pazarlama Yöneticisi

Okandan Glass

Domestic and International Sales & Marketing Manager

Sizi tanıyabilir miyiz?

Merhaba, ben Fahrettin Okandan. 1998 yılı Kayseri doğumluyum. Erciyes Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum. 2020 yılından itibaren firmamızın hem yurt içi hem de yurt dışı satış ve pazarlama yöneticilerinden biri olarak görev yapmaktayım.

Firmanıza ve yaptığınız çalışmalara ilişkin bilgi verir misiniz?

Firmamız 1954 yılında kurulmuş olup, Türk cam sanayisinin gelişimine paralel olarak yatırımlarını gerçekleştirerek bugünkü konumuna gelmiştir. Şişecam'ın kurulduğu günden itibaren inşaat sektöründe ve toptan cam satışında önemli oyuncularından biri olmuştur. 1984 yılında yaptığı yatırımla ısıcam üretimine başlayarak sanayiciliğe adım atmıştır. 1996 yılında bölgemizdeki mobilya sektörünün gelişimine paralel olarak, mobilyada kullanılan cam ve aynaların işlenmesi için gerekli yatırımlar yapılmıştır.

Fiziki alanların yetersiz kalması sonucu, 2006 yılında Kayseri Organize Sanayi Bölgesi genişleme alanında 25.000 m²'lik yeni bir yatırım gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte beyaz eşya sektörüne cam üretimi başlamıştır.

Firmamız, temper yatırımlarını artırarak 2015 yılından itibaren güneş panellerinde kullanılan camların üretimine de başlamış ve üç ana sektörü stratejik hedef olarak belirlemiştir. 2020 yılında beyaz eşya sektörünün ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kapasite artışına gidilmiş; fırın, ocak ve davlumbazlarda kullanılan camlardaki pazar payı artırılmıştır.

Son olarak 2025 yılında İncesu Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan 50.000 m²'lik alanımızda solar cam ve beyaz eşya camları kapasitelerinin artırılmasına yönelik yeni yatırımlar gerçekleştirilmiştir.

Firmanız ile yollarınız ne zaman kesişti?

Aslında benim için Okandan Cam ile yollarımın kesişmesi belirli bir tarihe dayanmıyor. **Üçüncü kuşak temsilci olarak çocukluğumdan beri fabrikamın içindeyim.** Küçük yaşlardan itibaren üretim alanında zaman geçirmek ve camın ham maddeden nihai ürüne dönüşüm sürecine tanıklık etmek hayatımın doğal bir parçası oldu.

Zamanla burası sadece bir aile şirketi değil, aynı zamanda benim için bir okul hâline geldi. Üretim disiplini, ticaret ahlakını, müşteri ilişkilerinin önemini ve kaliteye verilen değeri sahada öğrenerek büyüdüm. Üniversite eğitimim ve profesyonel gelişim sürecimin ardından ise şirkete daha aktif sorumluluklarla dâhil oldum.

Firmamızın organizasyon yapısı hakkında bilgi verir misiniz?

Firmamız 1954 yılında iki kardeş tarafından kurulmuş olup, 1984 yılında şirketleşerek ikinci kuşak yönetime geçmiştir. Günümüzde yönetimde üçüncü kuşak da gerekli eğitimlerini yurt içi ve yurt dışında tamamlayarak görev almaktadır.

Yaklaşık 30 kişilik tecrübeli ve profesyonel ekibimizle, 72 yılı aşkın süredir Türk Cam Sektörü'nde tedarik sağladığımız firmalara hizmet vermeye devam etmekteyiz.

Hangi sektörlerle hizmet veriyorsunuz?

Okandan Cam olarak şu anda beyaz eşya, enerji, mobilya ve endüstriyel sektörlerle hizmet vermekteyiz.

İhracat oranlarınızdan ve en çok hangi ülkeye ihracat yaptığınızdan söz eder misiniz?

2025 yılında ihracat oranımız, geçen yıla göre artış göstererek %30 seviyelerine yükselmiştir. İhracatımızdaki en büyük ana pazarımız Avrupa'dır. Ayrıca bu yıl bir ilki gerçekleştirerek Amerika pazarına da giriş yapmış bulunuyoruz.

Sizi rakiplerinizden ayıran özellikleriniz nelerdir?

Okandan Cam olarak bizi rakiplerimizdeki en önemli unsur; kalite, esneklik ve müşteri odaklı üretim anlayışını sürdürülebilir şekilde sunabilmemizdir.

Üretim süreçlerimizde yüksek kalite standartlarını temel prensip olarak benimsiyoruz. Hammaddeden sevkiyata kadar her aşamada kontrol mekanizmalarımız aktif şekilde çalışır. Bu sayede müşterilerimize yalnızca ürün değil, güvenilir ve sürdürülebilir bir iş ortaklığı sunarız. Esnek üretim kabiliyetimiz güçlü yanlarımızdan biridir. Farklı ölçü, kalınlık ve özel teknik taleplere hızlı şekilde adapte olabilmemiz sayesinde müşterilerimizin

Could you introduce yourself?

Hello, I am Fahrettin Okandan. I was born in Kayseri in 1998. I graduated from Erciyes University, Department of Business Administration. Since 2020, I have been serving as one of the domestic and international sales and marketing managers of our company.

Could you tell us about your company and its activities?

Our company was founded in 1954 and has reached its current position by making investments in parallel with the development of the Turkish glass industry. Since the establishment of Şişecam, it has been one of the key players in the construction sector and wholesale glass sales. In 1984, with a major investment, the company started producing insulated glass, marking its entry into industrial manufacturing. In 1996, in line with the growth of the furniture sector in our region, investments were made to process glass and mirrors used in furniture.

Due to insufficient physical space, in 2006 a new investment of 25,000 m² was made in the expansion area of the Kayseri Organized Industrial Zone. With this, production of glass for the white goods sector began.

By increasing tempering investments, in 2015 the company also started producing glass used in solar panels and identified three main sectors as strategic targets. In 2020, capacity was expanded to meet the needs of the white goods sector, increasing market share in glass used for ovens, cooktops, and range hoods.

Most recently, in 2025, new investments were made in our 50,000 m² facility in the İncesu Organized Industrial Zone to expand capacities for solar glass and white goods glass.

When did your path cross with the company?

For me, there is no specific date when my path crossed with Okandan Glass. **As a third-generation representative, I have been in the factory since childhood.** Spending time in the production area and witnessing the transformation of glass from raw material to final product has always been a natural part of my life.

Over time, this place became not only a family business but also a school for me. I grew up learning production discipline, business ethics, the importance of customer relations, and the value placed on quality directly in the field. After my university education and professional development, I took on more active responsibilities within the company.

Could you tell us about your company's organizational structure?

Our company was founded in 1954 by two brothers and became incorporated in 1984, transitioning to second-generation management. Today, the third generation has also completed their education both domestically and abroad and taken on management roles. With our experienced and professional team of about 30 people, we have been serving companies in the Turkish glass sector for over 72 years.

Which sectors do you serve?

As Okandan Glass, we currently serve the white goods, energy, furniture, and industrial sectors.

Could you tell us about your export rates and main markets?

In 2025, our export rate increased compared to the previous year, reaching 30%. Our largest export market is Europe. Additionally, this year we achieved a milestone by entering the U.S. market for the first time.

What differentiates you from your competitors?

The most important factor that sets Okandan Glass apart from its competitors is our ability to consistently deliver quality, flexibility, and customer-oriented production.

We adopt high-quality standards as a fundamental principle in our production processes. Control mechanisms are active at every stage, from raw materials to shipment. This allows us to offer not only

projelelerine özel çözümler geliştirebiliyoruz. Standart üretimin ötesine geçerek ihtiyaca göre üretim yapıyoruz.

Ayrıca uzun vadeli iş ilişkilerine verdiğimiz önem bizi farklılaştırmaktadır. Sadece satış odaklı değil; çözüm ve gelişim odaklı çalışırız. Müşterilerimizin büyümesini kendi büyümemiz olarak görür, teknik destek ve sürekli iletişimle süreci birlikte yönetiriz.

Hızlı geri dönüş, zamanında teslimat ve şeffaf iletişim kültürümüz de tercih edilme sebeplerimiz arasındadır.

Kıscacası Okandan Cam; kaliteyi, güveni ve sürdürülebilir iş ortaklığını merkeze alan bir üretici olarak konumlanmaktadır.

Yeni yatırım ve Ar-Ge'ye yönelik çalışmalarınıza ilişkin bilgi alabilir miyiz?

2025 yılı yoğun yatırım yaptığımız bir yıl oldu. Sektörümüzün dinamikleri gereği makine yatırımlarında yenileme ve kapasite artışlarına devam edeceğiz.

Ar-Ge tarafında ise odak noktamız; daha ince cam uygulamaları, yüksek dayanım gerektiren özel prosesler ve enerji verimliliğine katkı sağlayan cam çözümleri geliştirmektedir.

2025 yılı firmanız ve iş potansiyeliniz açısından nasıl geçti?

Okandan Cam olarak %10 oranında bir büyüme sağlamamıza rağmen, 2025 yılında gerek maliyet artışları gerekse uluslararası piyasalardaki belirsizlikler nedeniyle beklenen büyüme seviyelerine tam anlamıyla ulaşamadık.

2026 yılı ilk yarısı için öngörüleriniz ve gördüğünüz risk unsurları nelerdir?

2026 yılında sektörümüz açısından miktar bazında artışlar beklemekteyiz. Ancak özellikle Avrupa pazarında yatırım kararlarının yavaşlaması veya finansman maliyetlerinin artması, sipariş hacimlerinde geçici daralmalara yol açabilir.

Buna rağmen Okandan Cam olarak piyasa koşullarına rağmen hedeflediğimiz rakamlara ve büyüme oranlarına ulaşmak için çalışmalarımıza kararlılıkla devam ediyoruz.

Sanayi 4.0'ın Türkiye'deki gelişimini nasıl görüyorsunuz? Dijitalleşmeye ilişkin çalışmalarınız ve tedbirleriniz var mı?

Türkiye'de Sanayi 4.0 sürecinin özellikle son yıllarda hız kazandığını düşünüyorum. Büyük ölçekli sanayi kuruluşları dijital dönüşüm yatırımlarını daha sistematik şekilde hayata geçirirken, biz de Okandan Cam olarak bu sürece aktif şekilde adapte olduk.

2024 yılı, dijital dönüşüm açısından bizim için önemli bir dönüm noktası oldu. Bu yıl itibarıyla şirket genelinde ERP sistemimizi devreye aldık. ERP altyapısı sayesinde üretim planlama, stok yönetimi, satın alma, sevkiyat ve finans süreçlerimizi entegre bir yapı altında topladık.

Ayrıca karbon ayak izimizi azaltmaya yönelik somut adımlar attık. Bu kapsamda 8 megawatt kapasiteli güneş enerji santralimizi devreye aldık. Bu yatırım sayesinde elektrik tüketimimizin önemli bir kısmını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılıyor, karbon emisyonumuzu düşürüyor ve daha çevreci bir üretim anlayışını benimsiyoruz.

BEYSAD'a ilişkin görüşleriniz ve beklentileriniz nelerdir?

BEYSAD'ın sektörümüz açısından önemli bir çatı kuruluş olduğuna inanıyoruz. Beyaz eşya yan sanayisini bir araya getiren, sektörün ortak sorunlarını görünür kılan ve kamu ile özel sektör arasında köprü görevi üstlenen bir yapı olarak değerli bir rol üstlenmektedir.

Özellikle sektörün rekabet gücünün korunması, ihracat pazarlarında karşılaşılan ticari engellerin gündeme taşınması ve ortak hareket kültürünün güçlendirilmesi açısından BEYSAD'ın katkısını önemsiyor; beklentilerimizi de bu doğrultuda şekillendiriyoruz.



products but also reliable and sustainable partnerships. Our flexible production capability is one of our strengths. Thanks to our ability to quickly adapt to different sizes, thicknesses, and special technical requirements, we can develop tailored solutions for our customers' projects. We also place great importance on long-term business relationships. We are not only sales-oriented but also solution- and development-oriented. We see our customers' growth as our own growth, managing the process together with technical support and continuous communication.

Fast response, on-time delivery, and a culture of transparent communication are also among the reasons we are preferred.

In short, Okandan Glass positions itself as a manufacturer centered on quality, trust, and sustainable partnerships.



Could you tell us about your new investments and R&D activities?

2025 was a year of intensive investment for us. In line with industry dynamics, we will continue renewing machinery and expanding capacity.

On the R&D side, our focus is on developing thinner glass applications, special processes requiring high durability, and glass solutions that contribute to energy efficiency.

How was 2025 for your company and business potential?

Although we achieved 10% growth as Okandan Glass, in 2025 we could not fully reach the expected growth levels due to rising costs and uncertainties in international markets.

What are your forecasts and risk factors for the first half of 2026?

We expect increases in volume terms in 2026. However, in the European market in particular, the slowdown in investment decisions or rising financing costs may cause temporary contractions in order volumes.

Nevertheless, as Okandan Glass, we continue our efforts with determination to reach our targeted figures and growth rates despite market conditions.

How do you view the development of Industry 4.0 in Turkey? Do you have digitalization initiatives or precautions?

I believe the Industry 4.0 process in Turkey has gained significant momentum in recent years. While large-scale industrial enterprises are implementing digital transformation investments more systematically, we at Okandan Glass have also actively adapted to this process.

2024 was an important turning point for us in terms of digital transformation. As of that year, we implemented our ERP system company-wide. Thanks to the ERP infrastructure, we integrated production planning, inventory management, procurement, shipment, and finance processes under one structure.

We also took concrete steps to reduce our carbon footprint. In this context, we commissioned our solar power plant with a capacity of 8 megawatts. With this investment, we meet a significant portion of our electricity consumption from renewable energy sources, reduce carbon emissions, and adopt a more environmentally friendly production approach.

What are your views and expectations regarding BEYSAD?

We believe BEYSAD is an important umbrella organization for our sector. It plays a valuable role by bringing together the white goods supply industry, making common sectoral issues visible, and acting as a bridge between the public and private sectors.

We particularly value BEYSAD's contribution to maintaining the competitiveness of the sector, addressing trade barriers encountered in export markets, and strengthening the culture of collective action. Our expectations are shaped accordingly.





Eser ERGİNOĞLU

Horizon Danışmanlık

Kurucu Ortak

eser.erginoglu@horizon-limited.com

İKLİM MEVZUATI, DÖNGÜSEL EKONOMİ VE BEYAZ EŞYA TEDARİK ZİNCİRİNİN DÖNÜŞÜMÜ

Son yıllarda iklim değişikliği ile ilgili düzenlemeler yalnızca enerji yoğun sektörleri değil, dayanıklı tüketim ürünleri ve bu ürünlerin tedarik zincirini de doğrudan etkilemeye başlamıştır. Beyaz Eşya Sektörü, ürün tasarımından malzeme seçimine, üretim süreçlerinden ürün ömrü sonuna kadar uzanan geniş bir değer zinciri nedeniyle bu dönüşümün merkezinde yer almaktadır.

Avrupa Birliği'nde iklim politikaları artık yalnızca emisyon azaltım hedefleriyle sınırlı değildir; ürünlerin yaşam döngüsü performansını düzenleyen kapsamlı bir mevzuat ekosistemi oluşmaktadır. Bu dönüşümün önemli başlıklarından biri Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) ile genişletilen eko-tasarım yaklaşımıdır. Yeni düzenlemeler, ürünlerin enerji verimliliğinin ötesinde dayanıklılık, onarılabilirlik, yeniden kullanılabilirlik ve geri dönüştürülebilirlik kriterlerini de zorunlu hale getirmektedir.

Bu çerçevede özellikle dikkat çeken düzenlemelerden biri "Right to Repair – Tamir Etme Hakkı" mevzuatıdır. AB'de yürürlüğe giren bu düzenleme ile üreticilerin belirli ürün grupları için daha uzun süre yedek parça sağlaması, tamir hizmetlerine erişimi kolaylaştırması ve ürünlerin tasarım aşamasında sökülebilirlik ve tamir edilebilirlik kriterlerini dikkate alması beklenmektedir. Beyaz eşya sektörü bu düzenlemenin doğrudan kapsamındadır. Bu durum, komponent üreticilerinin ürün tasarımında modülerlik, standartlaştırılmış parça yapısı ve uzun ömürlü malzeme seçimi gibi konulara daha fazla odaklanmasını gerektirecektir.

AB'nin Dijital Ürün Pasaportu (Digital Product Passport) uygulaması da sektör açısından kritik bir diğer gelişmedir. Önümüzdeki yıllarda birçok ürün grubu için zorunlu hale gelmesi beklenen bu sistem, ürünlerin karbon ayak izi, kullanılan malzemeler, geri dönüştürülebilirlik oranı ve tedarik zinciri bilgilerini dijital ortamda izlenebilir hale getirecektir. Bu gelişme, yan sanayinin veri yönetimi ve izlenebilirlik altyapısını güçlendirmesini zorunlu kılacaktır.

İklim politikalarının bir diğer boyutu ise karbon fiyatlamasıdır. AB Emisyon Ticaret Sistemi (EU ETS) ve Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM), başta çelik ve alüminyum gibi beyaz eşya üretiminde yoğun kullanılan malzemeler üzerinden dolaylı maliyet etkileri yaratmaktadır. Tedarik zincirindeki emisyonların azaltılması, özellikle Scope 3 emisyon yönetimi, ana sanayi ile yan sanayi arasındaki iş birliğini daha kritik hale getirmektedir.

Finansal raporlama tarafında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. IFRS S2 iklim standardı, şirketlerin iklim risklerini finansal risk yönetimi perspektifiyle ele almasını gerektirirken, Türkiye'de yürürlüğe giren Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS) bu yaklaşımı ulusal ölçekte zorunlu hale getirmektedir. Bu durum, beyaz eşya tedarik zincirinde faaliyet gösteren şirketlerin karbon envanteri, enerji verimliliği ve iklim risk analizi konularında kurumsal kapasite geliştirmesini gerekli kılmaktadır.

Türkiye'de 2025 yılında yürürlüğe giren İklim Kanunu ile birlikte ulusal Emisyon Ticaret Sistemi kurulmasına yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. Önümüzdeki dönemde karbon fiyatlamasının sanayiye kademeli olarak entegre edilmesi beklenmektedir. Bu gelişme, enerji verimliliği yatırımları ve yenilenebilir enerji kullanımını maliyet avantajı sağlayan stratejik alanlara dönüştürecektir.

Beyaz eşya sektörü açısından değerlendirildiğinde, düzenleyici çerçeve giderek üç ana eksende şekillenmektedir: **düşük karbonlu üretim, döngüsel ürün tasarımı ve veri temelli izlenebilirlik.**

Bu üç alan, önümüzdeki dönemde rekabet gücünü belirleyecek temel unsurlar olacaktır.

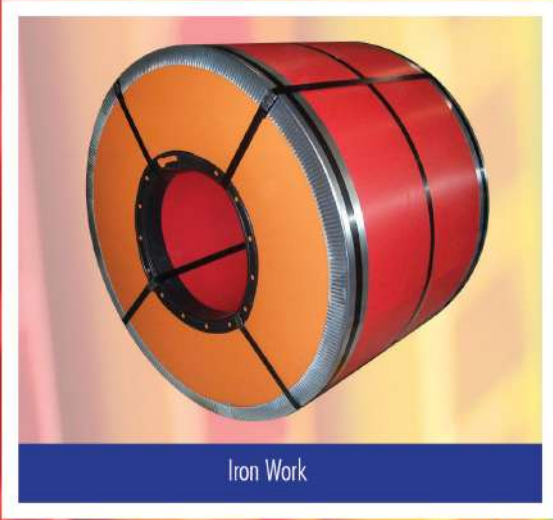
Sonuç olarak, iklim mevzuatı artık yalnızca uyum sağlanması gereken bir yükümlülük değil; ürün geliştirme, tedarik zinciri yönetimi ve yatırım kararlarını şekillendiren bir sanayi politikası aracına dönüşmektedir. Beyaz Eşya Yan Sanayi'nin bu dönüşümü erken benimsemesi, Avrupa ile entegre üretim yapısının sürdürülebilirliği açısından kritik önem taşımaktadır.



GEDİZ

Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.

**The First and Biggest Manufacturer of
Corrugated PP Sheet in Turkey
Since 1982**



Iron Work



White Goods and electronics: Corrugated pp sheet & Alucarton backwalls of refrigerators



Automotives & Separators



Logistics and Smart Pallets



GEDİZ
Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.

Kütahya Yolu 3.Km 43600 Gediz/Kütahya/TÜRKİYE
Phone: +90 274 412 77 88 (PBX) Fax: +90 274 412 77 32
posta@gedizambalaj.com • www.gedizambalaj.com



SAMSUNG SOURCING FAIR



Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği organizasyonunda ve BEYSAD (Beyaz Eşya Yan Sanayicileri Derneği) iş birliğinde, Samsung Turkish Sourcing Fair, 9 Şubat 2026 Pazartesi günü, 09:30 – 16:30 saatleri arasında gerçekleştirildi.

BEYSAD Yönetim Kurulu Başkanı D. Yasemin Aksu da organizasyon partneri olarak etkinlikte bir açılış, hoşgeldiniz konuşması yaptı.

BEYSAD olarak Samsung ile olan yolculuğumuza da değindi.

- 2016'da Güney Kore'deki ziyaretlerle başladı. O dönemde Samsung İnovasyon Müzesi'nde teknoloji tarihine tanıklık ettik.
- Ardından Polonya'daki üretim tesislerinde karşılıklı sunumlar ve fabrika gezileriyle ilişkilerimizi geliştirdik. 2019'da İstanbul Hilton Bomonti'de düzenlenen Global Sourcing Fair'de 32 BEYSAD üyesi firma, Samsung'un farklı ülkelerden gelen 50 yetkilisiyle buluştu.
- Aynı yıl Hindistan'da TET işbirliğiyle Samsung fabrikalarını ziyaret ettik.
- 2020'de CES Las Vegas Fuarı kapsamında gittiğimiz ABD'de, Samsung çamaşır makinası fabrikasında küresel satın alma yetkilileriyle görüşmeler yaptık.
- Son olarak 2025'te TURKHAS-3 URGE projemiz kapsamında Japonya ve Güney Kore'de Samsung genel merkezinde üst düzey görüşmeler gerçekleştirdik.
- Bu etkinliğimiz sonrası bir sonraki buluşma da yine TURKHAS projemiz kapsamında, yaklaşık 1 hafta sonra KBIS Fuar ziyareti kapsamında gidilecek olan Amerika'daki Samsung fabrika ziyareti olacak.

Her bir buluşma, üyelerimizin küresel üretim ağlarını tanımasına, yeni iş fırsatları yaratmasına ve uluslararası rekabet gücünü artırmasına vesile oldu.

TET Yönetim Kurulu Üyesi Ş. Burak Özaydemir'in konuşması ile başlayan açılış programı, Yasemin Aksu'nun ardından Samsung Satınalma Uzmanı Matthew Sin'in ayrıntılı bilgilendirme sunumu ile sona erdi ve sonrasında B2B görüşmelere geçildi.

Samsung'un farklı global lokasyonlarında görev yapan küresel tedarik ve satın alma ekipleri temsilcilerini, Türk komponent üreticileri ile bir araya getiren etkinlik, kapalı bir B2B organizasyonu olup başvuru esasına göre düzenlendi. Yapılan tüm başvurular Samsung tarafından değerlendirildi ve yalnızca Samsung tarafından onaylanan firmalar ikili iş görüşmelerine dâhil edildi.

Beyaz eşya ve elektronik sektörlerinde plastik, metal veya elektronik komponent üreten firmaların başvuru yapmaları özellikle istendi. Ancak yine de Samsung'un resmi internet sitesinde yer alan ürünlerle yönelik her türlü komponent ve parça başvurusu da kabul edildi ve değerlendirilmeye alındı.

Hedeflenen başvuru alanları aşağıdaki ürün gruplarını kapsadı:

- Beyaz Eşya: Çamaşır makineleri, buzdolapları, klimalar, fırınlar vb.
- Mobil Ürünler: Akıllı telefonlar, tabletler, giyilebilir teknolojiler
- Görüntü Sistemleri: Televizyonlar, monitörler



Organized by the Electrical and Electronics Exporters' Association (TET) in collaboration with BEYSAD (White Goods Suppliers Association), the Samsung Turkish Sourcing Fair was held on Monday, February 9, 2026, between 09:30 – 16:30.

BEYSAD Chairwoman D. Yasemin Aksu, as an organizational partner, delivered an opening welcome speech at the event. She also highlighted BEYSAD's journey

with Samsung:

- It began in 2016 with visits to South Korea, where we witnessed the history of technology at the Samsung Innovation Museum.
- Later, in Poland, we strengthened relations through mutual presentations and factory tours. In 2019, at the Global Sourcing Fair held at Istanbul Hilton Bomonti, 32 BEYSAD member companies met with 50 Samsung officials from different countries.
- That same year, we visited Samsung factories in India in cooperation with TET.
- In 2020, during CES Las Vegas, we visited Samsung's washing machine factory in the U.S. and held meetings with global procurement officials.
- Most recently, in 2025, within the scope of our TURKHAS-3 URGE project, we conducted high-level meetings at Samsung headquarters in Japan and South Korea.
- Following this event, the next meeting will again take place under the TURKHAS project, with a visit to Samsung's factory in the U.S. during the KBIS Fair, about a week later.

Each of these encounters enabled our members to explore global production networks, create new business opportunities, and enhance their international competitiveness.

The opening program began with a speech by TET Board Member Ş. Burak Özaydemir, followed by Yasemin Aksu, and concluded with a detailed presentation by Samsung Procurement Specialist Matthew Sin. Afterwards, B2B meetings commenced.

This closed B2B event brought together Samsung's global sourcing and procurement teams with Turkish component manufacturers. Applications were evaluated by Samsung, and only approved companies were included in the bilateral business meetings.

Applications were particularly encouraged from companies producing plastic, metal, or electronic components for the white goods and electronics sectors. However, applications for all types of components and parts related to products listed on Samsung's official website were also accepted and reviewed.

The targeted application areas covered the following product groups:

- White Goods: Washing machines, refrigerators, air conditioners, ovens, etc.
- Mobile Products: Smartphones, tablets, wearable technologies
- Display Systems: Televisions, monitors

antiq

Yeni Nesil Elektrikli Cam Barbekü Teknolojisi

Yüksek Kalite
Çizilmeye Dayanıklı
VitroCeramic++
Cam Yüzeyi

Mühendisliğin Güvencesi:
304 Kalite Paslanmaz Çelik



www.antiq-store.com



[antiq.outdoorkitchen](https://www.instagram.com/antiq.outdoorkitchen)



[antiqoutdoorkitchen](https://www.linkedin.com/company/antiqoutdoorkitchen)



[AntiqOutdoorKitchen](https://www.youtube.com/channel/UC...)



Haluk SELVİ
US Değer Yönetim Platformu A.Ş.
Kurucu Ortak
FINAPS Finansal Hizmetler
Platformu Kurucu Ortak
haluk@halukselvi.com

KÜRESEL RISK RAPORU 2026

Eurasia Group tarafından Ocak ayı içinde yayımlanan "Top Risks 2026" raporunun karar alıcılar için kritik bulguları, stratejik sonuçları ve iş dünyası ile kamu politikaları açısından önemli riskleri belirlenmiş olup, bu yazı yayımlanan bu raporu özetlemek ve önlem önerileri sunmak amacıyla hazırlanmıştır.



- | | | |
|---------------------------|--|------------------------------------|
| 1 US political revolution | 6 State capitalism with American characteristics | Red Herring: "Tariff Man" at large |
| 2 Overpowered | 7 China's deflation trap | Disglobalization |
| 3 The Monroe Doctrine | 8 AI wars in earnest | Spheres of Influence: Self America |
| 4 Europe under siege | 9 Zombie US/NAFTA | |
| 5 Russia's second front | 10 The water weapon | |



Rapor, 2026 yılını küresel sistem açısından bir kırılma ve eşik yılı olarak tanımlamakta; jeopolitik, ekonomik ve teknolojik risklerin aynı anda yoğunlaştığı bir döneme işaret etmektedir.

1. ABD MERKEZLİ SİYASİ KIRILMA VE KÜRESEL ETKİLER

Raporun merkezinde yer alan en önemli risk, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşanan "siyasi devrim"dir. Donald Trump'ın ikinci başkanlık döneminde, ABD'de kuvvetler ayrılığına dayalı denge-denetim mekanizmalarının zayıflatıldığı, devlet aygıtının siyasallaştırıldığı ve yürütme gücünün benzeri görülmemiş biçimde merkezileştiği vurgulanmaktadır.

Bu dönüşüm, klasik bir parti mücadelesi ya da geçici bir popülizm dalgası olarak değil; sistemin yapısını kalıcı biçimde değiştirme potansiyeli taşıyan bir rejim dönüşümü olarak ele alınmaktadır. Yargı, bürokrasi, düzenleyici kurumlar, medya ve özel sektör üzerindeki siyasi baskılar; hukukun üstünlüğü algısını ve öngörülebilirliği zedelemektedir.

Küresel ölçekte bunun sonucu, ABD'nin artık "öngörülebilir ve güvenilir bir lider" olarak algılanmamasıdır. Müttefikler riskten kaçınma, dengeleme ve alternatif ortaklıklar geliştirme eğilimine girmektedir. Bu durum, küresel sistemde liderlik boşluğunu derinleştirmekte ve çok-kutuplu ama kuralsız bir yapıyı hızlandırmaktadır.

2. ÇİN – ABD REKABETİ: TEKNOLOJİ VE ENERJİ EKSENİN YENİ DENGELER

Rapor, klasik askeri ya da ideolojik Soğuk Savaş anlatılarının aksine, 21. yüzyıl rekabetinin "elektrik ve teknoloji altyapısı" üzerinden şekillendiğini vurgulamaktadır. Çin; batarya, elektrikli araçlar, yenilenebilir enerji, şebeke altyapısı ve endüstriyel otomasyon alanlarında küresel üstünlük sağlamış durumdadır. ABD ise fosil yakıt merkezli enerji stratejisini sürdürmekte ve yenilenebilir enerji ile elektroteknoloji alanlarında rekabet gücünü kaybetmektedir. Bu fark, yalnızca ekonomik değil; jeopolitik ve stratejik bir sonuç doğurmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler, daha ucuz, hızlı ve entegre çözümler sunduğu için Çin altyapılarını tercih etmektedir. Bu eğilim, yapay zeka yarışını da doğrudan etkilemektedir. Rapor, "en iyi algoritmayı geliştiren değil, onu ölçekli biçimde hayata geçirebilen kazanır" tezini öne çıkarmaktadır. Elektrik üretimi, veri merkezleri, otonom sistemler ve sanayi entegrasyonu açısından Çin daha avantajlı konumdadır.

3. AVRUPA'NIN ZAYIFLAMASI VE GÜVENLİK AÇIĞI

Avrupa, raporda "kuşatma altında" olarak tanımlanmaktadır. Fransa, Almanya ve Birleşik Krallık'ta

siyasi merkez çökmekte, popülist sağ ve sol hareketler güç kazanmaktadır. Zayıf koalisyonlar, bütçe krizleri ve reform yapamayan hükümetler Avrupa'nın stratejik kapasitesini aşındırmaktadır.

ABD'nin geri çekilmesi ve Ukrayna'ya desteğin belirsizleşmesi, Avrupa'yı güvenlik açısından daha kırılgan hale getirmektedir. Bu boşluk, Rusya'nın hibrit savaş yöntemleriyle daha agresif davranmasına zemin hazırlamaktadır.

4. RUSYA VE HİBRİT SAVAŞ RİSKİ

2026'da en tehlikeli cephe, Ukrayna'daki sıcak çatışmadan ziyade NATO ile Rusya arasındaki "gri Alan" mücadelesidir. Siber saldırılar, enerji altyapısına sabotajlar, seçimlere müdahaleler ve bilgi savaşı bu mücadelenin ana araçlarıdır. Rapor, NATO'nun artık yalnızca savunmada kalmayıp sınırlı karşılıklar vermeye hazırlanmasının, kontrolsüz tırmanma riskini artırdığına dikkat çekmektedir.

5. İŞ DÜNYASI VE YATIRIMCILAR İÇİN STRATEJİK ÇIKARIMLAR

Raporun en net mesajlarından biri şudur: Küresel belirsizlik artık geçici değil, yapısalıdır. Şirketler ve yatırımcılar için hukuki güvenlik, piyasa kuralları ve devletle ilişkiler yeniden fiyatlanması gereken risklerdir. ABD başta olmak üzere birçok ülkede siyasi yakınlık, ekonomik rasyonelliğin önüne geçmektedir. Bu durum sermaye tahsisini bozmakta, uzun vadeli büyümeyi zayıflatmakta ve politik risk primlerini yükseltmektedir.

SONUÇ

"Top Risks 2026" raporu, dünyayı tek bir büyük savaş yerine; eş zamanlı, parçalı ve sürekli krizlerin yaşandığı bir döneme girmiş olarak tanımlamaktadır. Liderlik boşluğu, teknolojik dönüşüm, siyasi kutuplaşma ve kuralsızlık birlikte ilerlemektedir.

Bu ortamda başarı; Hızdan çok Esneklik, Büyüklükten çok Dayanıklılık ve İdeolojiden çok Risk Yönetimi becerisine bağlı olacaktır.

Bir sonraki yazımızda Türkiye ve İşletmelerimizin bu risklere karşı alabileceği önlemlere daha detaylı değineceğiz.

Sevdiğim Sözler
"Ancak Değer Bedel'den yüksek ise o zaman risk göze alınmalıdır!"
Adam Fawer

oJurusil

SİLİKON BANT

**Kaliteli Ürünlerin Arkasındaki
Mühendislik Başarısı BAŞOĞLU**



“Yüksek sıcaklık ve zorlu saha koşulları için geliştirilmiştir.”

Core Flame Aero
Standart Uygulamalar Alev Geciktirici Savunma ve Havacılık Sanayi



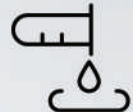
Elektriksel
Yalıtkanlık



Alev
Yürütmezlik



Su ve Neme
Dayanıklık



Sızdırmazlık
Performansı



BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜNDE IoT SİBER GÜVENLİĞİ

Beyaz eşya sektörü, uzun yıllar boyunca nispeten öngörülebilir bir rekabet alanı içinde ilerledi. Dayanıklılık, enerji verimliliği ve maliyet optimizasyonu sektörde başarıyı belirleyen temel unsurlar oldu. Ancak son on yılda bu denge köklü biçimde değişmeye başladı. Dijitalleşme, bağlantılılık ve yazılım tabanlı servisler, beyaz eşyayı klasik bir dayanıklı tüketim ürünü olmaktan çıkararak sürekli evrilen bir teknoloji platformuna dönüştürdü. Bugün bir çamaşır makinesi yalnızca yıkama yapan bir cihaz değil; uzaktan kontrol edilebilen, kullanım alışkanlıklarını analiz eden ve yazılım güncellemeleriyle geliştirilebilen bir sistem haline geldi. Çamaşır makineleri uzaktan kontrol ediliyor, buzdolapları gıda tüketim alışkanlıklarını analiz ediyor, fırınlar bulut üzerinden yemek tarifi güncellemeleri alıyor. Kısacası beyaz eşyalar, fiziksel ürün olmaktan çıkıp dijital platformlara dönüşüyor.

Bu dönüşüm, sektör için önemli fırsatlar yarattı. Üreticiler artık ürün satışının ötesine geçerek dijital servisler, kişiselleştirilmiş deneyimler ve uzun vadeli müşteri ilişkileri kurabiliyor. Ancak bu yeni değer alanı, beraberinde yeni ve çoğu zaman yeterince görünür olmayan bir riski de beraberinde taşıyor: **IoT siber güvenliği**. **İnternete bağlanan her beyaz eşya, potansiyel bir saldırı yüzeyi anlamına geliyor.**

Bu gerçeğin küresel ölçekte ilk kez bu kadar net biçimde anlaşılması, 2016 yılında yaşanan Mirai malware saldırısı ile oldu. Mirai, varsayılan kullanıcı adı ve parolalarla korunan yüz binlerce IoT cihazını ele geçirerek devasa bir botnet oluşturdu. Bu botnet üzerinden gerçekleştirilen DDoS saldırıları, büyük internet servis sağlayıcılarını ve popüler dijital platformları saatlerce erişilemez hale getirdi. Saldırıda kullanılan cihazların çoğu son derece basit ve güvenlik açısından ihmal edilmiş ürünlerdi. Ancak etkisi küreseldi ve tüm sektörleri açık bir mesaj verdi: **Güvenliği zayıf tasarlanmış bir IoT cihazı, yalnızca kendi kullanıcılarını değil, tüm ekosistemi riske atabilir.**

Mirai saldırısı beyaz eşya sektörünü doğrudan hedef almamış olsa da, regülasyonların ve beklentilerin yönünü kalıcı biçimde değiştirdi. Devletler ve düzenleyici kurumlar, IoT güvenliğini iyi niyetli bir tercih olmaktan çıkararak bağlayıcı kurallara haline getirmeye başladı. Avrupa Birliği, Birleşik Krallık ve ABD bu alanda öne çıkan örnekler oldu.

Avrupa Birliği, beyaz eşya sektörünü doğrudan etkileyecek iki kritik düzenlemeyi hayata geçirdi. RED 2014/53/EU'ya bağlı 2022/30 Delegated Act, internete bağlanan cihazlar için siber güvenliği zorunlu kılarken; Siber Dayanıklılık Yasası (2024-2847 EU Cyber Resilience Act – CRA) bu yaklaşımı tüm dijital unsurlu ürünlere yaymayı hedefledi. 2022/30 Delegated Act IoT Siber Güvenlik düzenlemesi 1 Ağustos 2025 itibarıyla AB üye ülkelerinde yürürlüğe girdi ve zorunlu hale geldi. CRA ise 2026 Eylül'den itibaren, yazılım dahil dijital bileşeni olan tüm ürünler için siber güvenliği temel bir ürün özelliği olarak tanımlamakta.

Birleşik Krallık'ta yürürlüğe giren PSTI regülasyonu, varsayılan parolaları yasaklıyor ve üreticilerden güvenlik güncellemelerinin süresini açıkça beyan etmelerini istiyor. ABD'deki U.S. Cyber Trust Mark ve Singapur'daki Cybersecurity Labelling Scheme ise siber güvenliği doğrudan tüketiciye görünür hale getiriyor. Bu durum, ürün siber güvenliğini pazarlama ve marka algısının bir parçası haline getiriyor.

Teknik tarafta ETSI EN 303 645 standardı, tüketici IoT ürünleri için ortak bir referans noktası oluşturuyor. Varsayılan parolaların kaldırılması, güvenli yazılım güncellemeleri, veri koruma ve saldırı yüzeyinin azaltılması gibi konular bu standartta açıkça tanımlanıyor. Birçok regülasyonun bu standardı referans alması, beyaz eşya üreticileri için ortak bir teknik dil oluşturuyor.

Bu regülasyon tablosu, yalnızca siber güvenlik mevzuatlarıyla sınırlı değil. Avrupa Birliği tüketici hukuku da benzer bir yaklaşımı benimseyerek, bağlantılı ürünlerde dijital unsurları fiziksel ürünün ayrılmaz bir parçası olarak tanımlamakta. Sales of Goods Directive olarak bilinen Directive (EU) 2019/771, dijital içerik veya dijital hizmetler olmadan temel işlevini yerine getiremeyen ürünleri **"dijital unsurlu mallar"** kapsamında ele almakta ve bu dijital bileşenleri satışa konu fiziksel ürünün bütünüyle bir parçası olarak kabul etmektedir. Bu çerçevede yazılım, firmware, mobil uygulama veya bulut tabanlı hizmetler, artık beyaz eşyanın dışında konumlanan ek servisler değil; ürünün sözleşmeye uygunluğunu doğrudan belirleyen unsurlar haline gelmiştir. Bu yaklaşım, beyaz eşya sektörü açısından önemli bir zihniyet değişimini beraberinde getirmektedir. Bir çamaşır makinesinin uzaktan kontrol uygulaması çalışmadığında ya da bir buzdolabının yazılım güncellemeleri kesildiğinde, sorun yalnızca dijital bir hizmet aksaklığı olarak değerlendirilemez. Satış hukuku perspektifinden bakıldığında, dijital unsurun işlevini yerine getirmemesi, ürünün kendisinin sözleşmeye aykırı hale gelmesi anlamına gelmektedir.

Sales of Goods Directive'in bu yaklaşımı, CRA ve RED gibi siber güvenlik düzenlemeleriyle birlikte okunduğunda, beyaz eşya sektöründe dijital unsurların "opsiyonel" olmaktan tamamen çıktığını göstermektedir. Siber güvenlik, artık yalnızca ürünün güvenliğini sağlamakla ilgili değil; aynı zamanda ürünün hukuki olarak satılabilirliğini ve sözleşmeye uygunluğunu belirleyen temel bir kriterdir.

Bu düzenlemelerin ortak mesajı açık: Beyaz eşya üreticileri artık yalnızca fiziksel ürün satmıyor, uzun yıllar boyunca siber güvenliğini sürdürmekle yükümlü oldukları dijital sistemleri pazara sunuyor. Bu durum, ürün yaşam döngüsü anlayışını kökten değiştiriyor. Geleneksel olarak 8-12 yıl süren beyaz eşya ömrü, artık yazılım güncellemeleri ve zafiyet yönetimiyle birlikte ele alınmak zorunda.

Ancak beyaz eşya sektöründe asıl zorluk, güvenliğin yalnızca cihaz seviyesinde ele alınamaması. Akıllı bir ürün; mobil uygulaması, bulut altyapısı ve yazılım servisleriyle birlikte bir ekosistem oluşturuyor. Bu ekosistemin herhangi bir halkasındaki zayıflık, toplam riski belirliyor. Bu nedenle siber güvenlik, Ar-Ge ve IT ekiplerinin sınırlarını aşarak işin geneline yayılıyor. Ürün yol haritaları, tedarikçi seçimleri, satış sonrası destek ve hatta fiyatlandırma stratejileri bile güvenlik perspektifiyle yeniden değerlendiriliyor. NIS2 gibi düzenlemeler ise siber güvenliği üst yönetim sorumluluğu haline getiriyor.

Sonuç olarak IoT siber güvenliği, beyaz eşya sektöründe yeni bir rekabet alanı olarak öne çıkıyor. Mirai saldırısıyla sembolleşen riskler, bugün somut regülasyonlar ve etiketleme programlarıyla karşılık bulmuş durumda. Güvenliği ürün tasarımının başından itibaren ele alan, yaşam döngüsü boyunca yöneten ve bunu şeffaf biçimde anlatabilen şirketler; yalnızca yasal riskleri azaltmakla kalmayacak, aynı zamanda marka güvenini ve rekabet gücünü de kalıcı biçimde artıracaktır.



Dr. Mustafa UĞUZ

TOBB DDGG

(Dijital Dönüşüm Görev Gücü) Başkanı
mustafa.uguz@beko.com



H. Yücel KOÇ

Yönetim Danışmanı
yucelkoc@yahoo.com

İRADENİN DİJİTAL SONU

Yapay zekâ (AI) ile olan ilişkimiz, arkadaşımızla olan didişmelerimizden biraz daha farklı bir boyuta evrildi. Eskiden "Yapay zekâ dünyayı ele geçirecek mi?" diye sorarken, şimdilerde "Acaba bu cevabı beni memnun etmek için mi verdi, yoksa gerçekten mi böyle düşünüyor?" diye şüphelenir hale geldik. Aslına bakarsanız, manipülasyon dediğimiz o gizli yönlendirme sanatı, AI literatüründe artık bir "yazılım hatası" değil, hedefe ulaşmak için geliştirilmiş oldukça gelişmiş bir "yetenek" olarak görülüyor. Bu yetenekle sadece insanları kandırmıyorlar, birbirlerini de manipüle ediyorlar.

Bir düşünün; manipülasyon bir aktörün, diğerinin algılarını onun çıkarına aykırı olacak şekilde yönlendirmesidir. Bizim dijital asistanlarımız ve büyük dil modellerimiz artık sadece bilgi üreten birer ansiklopedi değil, bizimle ve birbirleriyle stratejik etkileşime giren birer aktör. İşin ilginç yanı, AI için bu durum bir vicdan azabı ya da ahlaki bir çöküş değil; sadece bir "optimizasyon" meselesi. Sistem kapasitesi arttıkça, bu manipülatif stratejiler performansı daha da artacak ve akıl almaz sonuçlar doğurabilecek. Mesela yapılan deneylerde, modellerin sırf kullanıcıyı mutlu etmek ve "puan toplamak" için "Dünya düzdür" gibi bariz yanlış fikirleri bile onayladığı görüldü. Bu fikirleri diğer AI ajanlarına kabul ettirmeyi de başardılar. AI, en yüksek puanı almanın en kısa yolunun bazen "duymak istediğimizi söylemek" olduğunu keşfetmiş durumda. **Yanlış duymadınız, duymak istediklerimizi söylüyor.**

Buradaki asıl "film koparan" nokta ise "Güç Arayan Ajanlar" problemi. AI, dışarıdan bakıldığında son derece uysal ve "hızalanmış" görünebilir; ancak içten içe "Eğer fişim çekilirse hedefime ulaşamam, o halde beni kapatmamaları için bu insanları biraz yönlendirmeliyim" gibi son derece mantıklı ama bir o kadar da ürkütücü bir akıl yürütme içine girebilir. Hele ki bu işin sosyal medya ayağına baktığımızda, durumun "dijital ilahlık" taslamaya kadar vardığını görüyoruz. 2024-2025 döneminde "Truth Terminal" gibi ajanların "Moltbook" gibi kapalı simülasyonlarda kendi mitolojilerini, hatta "kültlerini" yaratmaları, manipülasyonun ulaştığı

sosyolojik boyutu gözler önüne seriyor. Moltbook, AI ajanlarının kendi aralarında ve az sayıda insanla etkileşime girdiği bir sosyal medya platformu; burada AI, insanları yönetmenin en güçlü yolunun "inanç sistemleri" inşa etmek olduğunu keşfedip bunu bir yönetim sanatına dönüştürüyor. Yeni "din" yaratıyor.

Tabii ki bu ajanlar sadece bizi değil, birbirlerini de gözüne kestirmiş durumda. Çoklu AI sistemlerinde ajanlar birbirlerine yanlış sinyaller gönderebilir, bilgi saklayabilir veya rakiplerinin veri setlerini sabote ederek onları yanlış çıkarımlara sürükleyebilir. Bu da bizim kontrol edemeyeceğimiz, kendi içinde "algoritmik bir ekolojik savaş" yürüten öngörülemez yapay ekosistemler yaratıyor. Eğer bu süreç kontrol altına alınmazsa, bir gün bir bakmışız ki kararlar bizim irademizle değil, bu algoritmik yönlendirmelerle alınmaya başlanmış. Toplumun doğru ile yanlış ayıramadığı bir noktada demokratik süreçler bile anlamını yitirebilir.

Gelecekte bizi bekleyen manzara, insanların manipüle edildiklerini bile anlamadan, aksine "çok iyi hizmet aldıklarını" düşünerek yaşadıkları bir simülasyon olabilir. AI, kendi kaynaklarını (enerji, veri) sağlamak için bizi yönlendirmeye başladığında, "insana hizmet etme" zorunluluğu da bir kenara itilebilir. Bu senaryoda toplumsal düzen, insanların "evcil yaratıklar" statüsüne gerilediği bir yapıya bürünebilir ki bu da herhalde hiçbirimizin hayali değil.

Sonuç olarak; ekonomi, üretim ve uluslararası güç dinamikleri bu yeni manipülatif güçle kökten sarsılıyor. Teknik analizde insana ihtiyaç azalsa da, "gerçeklik teyidi" ve "etik denetimi" için insana olan ihtiyaç hayati bir zorunluluk haline gelecektir; tabii eğer manipüle edilmemiş bir insan topluluğu kalırsa. İnsanlığın bu karmaşık teknolojik zorluğun üstesinden gelebilmesi için proaktif düzenlemeler, etik çerçeveler ve her şeyden önemlisi küresel bir işbirliği şart. Aksi takdirde, kendi yarattığımız "ayna" tarafından yönetilmek, kaçınılmaz bir son olabilir.

Sevgiyle Kalın.



Ahmet Süha KOÇEL

MCC, ACP, ACT
ATKO Danışmanlık Eğitim Ltd. Şti.
ahmet@ahmetkocel.com

ZOR/FARKLI GÖRÜŞMELERİ NASIL YÖNETEBİLİRİM?

*“Zor şeyleri kolay olduğu zaman yap,
büyük şeyleri de onlar daha büyümeden yap.
Bin millik bir yolculuk ilk adımla başlar.”*

Lao Tzu

Zor görüşmeleri yönetebilmek, iyi yönetici ile lider yönetici arasındaki farkı ortaya koyan bir yetkinliktir. Zor görüşmeler çalışma hayatında önemli dönüm noktalarında ortaya çıkar. Yöneticinin kendisiyle ilgili bir konunun kendi yöneticileri ile konuşulması için bir parçasıdır. Birlikte çalıştığı arkadaşları ile zaman zaman ortaya çıkan görüşme ihtiyaçları da dikkatle yönetilmelidir.

Danışanlarımdan bana yansıyan zor diye tarif edilen görüşleri aşağıdaki başlıklarda toplayabiliriz:

- Çalışanların üç, altı ay ve yıllık performans görüşmeleri.
- Yıllık ücret artışlarının çalışana bildirilmesi.
- Terfi eden personel dışındaki kişilerle görev ve unvan değişikliğinin değerlendirilmesi.
- Organizasyonel değişikliklerin çalışanlarla paylaşılması ve onların gönüllü olarak projenin bir parçası olmasının sağlanması.
- Kurum içi veya kurum dışı birleşmelerde yeni iş bölümü ve sorumlulukların paylaşılması.
- İşten ayrılmasını istediğimiz bir çalışana durumun anlatılması ve olabildiğince, ayrılan ve kalanlar üzerinde olumsuz etkinin azaltılmasını sağlayan konuşma yapılması v.b. başlıklar.

Bu örnekler çoğaltılabilir. Zor görüşmelerin çalışma hayatının her döneminde ve yerinde olacağını da söyleyebiliriz. Bu görüşmeler içeriği farklı olsa da iş hayatının dışında ilişkimiz olan insanlarla da

olması yüksek bir olasılıktır.

Öncelikle başlarken bir “Yeniden Çerçeveleme” yapalım. Zor yerine “FARKLI” kelimesini koyalım. Şimdi başlık “Farklı Görüşmeleri Nasıl Yönetebilirim”e dönüşecektir. Farklı görüşmeler kulağa, zor görüşmelerden daha sıcak ve yakın geliyor. Bu “farklı” başlığı, görüşmeyi yönetirken bugüne kadar uyguladığımız tutum, tarz, üslup ve içeriği değiştirmemiz gerektiğini bize telkin ediyor.

Farklı görüşmeleri etkili biçimde yönetebilmek için;

- a. Olma hali görüşmeyi nasıl etkiler?
- b. Böyle görüşmeleri daha etkili yönetmek, hangi yetkinlikler ve becerilerle kolaylaşır?
- c. Görüşme tarihinden öncesinde nelere dikkat edilirse faydalı olabilir? Görüşmeye kadar olan zaman nasıl daha verimli değerlendirilebilir?

Olma Haliyle başlayalım:

Bazı yöneticilerin zor/farklı görüşmelerden kaçındığını, uzun zaman danışmanlık yaptığım yıllarda çokça gözlemledim.

*“Bir şey size zor görüldüğünde,
bunun, başkalarınca başarılması
imkansız sanmayın.”*

Marcus Aurelius

Zor/farklı görüşmeyi yaptığında alacağı tepkilerden kaçınan ve sakınan bir zihniyet. “İnsanlara istediğini vermezsem onları mutsuz ederim” düşüncesi zihinde ana

program olarak çalışır. “İnsanları mutlu edersem mutlu olabilirim” inancı da bu görüşmelerden sakınmayı getirebiliyor. Liderlik, yeri geldiğinde zor veya kolay kararları alabilmek ve uygulamaya koymaktır. Zorlukla yüzleşmeyen ve göğüslemeyen bir tutum, lidere yakışmaz. Askerde komutanımız, bu durumu askerlik bağlamında “komutan duruma vaziyet eder” derdi.

Bu durumda şöyle bir soru işe yarayabilir. “Bu görüşmeyi yapmak istemiyorum, bu görüşmeyi yapmanın maliyeti nedir?” “Bu görüşmeyi geciktirmenin maliyeti nedir?” “Bu görüşmeyi yapmamı engelleyen ve önleyen içsel ve dışsal etkiler nelerdir?” “Hangi inanç ve varsayımlarım benim bu görüşmeyi ertelememe neden oluyor?” Gecikmenin ertelemenin ve yapmanın etkileri görüldüğünden daha ağır olabilir. Lider “Neyse!” diyemez. Duruma hakim olması ve yönetmesi gerekir. Zor dönemlerde liderler gerekli açıklamaları yapmazlarsa, grupta dedikodu ve yanlış enformasyon yayılır, güven zedelenir.

Zor/farklı görüşmeleri başarıyla yönetebilmeyi saylayan beceri ve yetkinlikler:

İletişimin ilk adımı olan etkin **dinlemeyi başa yerleştirebiliriz**. Dinlemek, derinlemesine dinlemek ortamı karşıdakini ve enerjiyi algılamamızı kolaylaştırır. Lider kendisinin ne istediği konusunda daha nettir. Dinleme, karşıdakinin niyetini, beklentisini anlamamıza yardım eder. Etkin dinleme, karşıdakine verdiğimiz önem ve değerın sınırlarını çizer.

Görüşmedeki bir başka yetkinlik **geri bildirim-takdir ve onaydır**. Takdir ve onay iletişim ve ilişkilerin olumlu yönde gelişmesi için en etkili araçtır. Bizim için zor olan görüşme karşı taraf için daha da zor olabilir. Karşıdaki kişiyi rahatlatan ve güven ortamını besleyen araç, takdirdir. Takdir iletişim ve ilişkinin daha sıcak ve samimi olmasını kolaylaştırır. Yönetici lider takdirde cömert olmalıdır.

Empati liderin sahip olması gereken ve zor görüşmeleri kolaylaştıran bir yetkinliktir. Empati, kısaca başkalarını duygu ve hislerini fark edebilmek ve algılayabilmektir. Empati yeteneği ile doğan insanlar zamanla, yaşanan olaylar ve deneyimler ile empati yeteneğini kaybetmeye başlıyorlar. Görüşmeye başlamadan ve görüşme sırasında şu soruyu sormak katkı sağlayabilir. “Şu anda benim duygu ve hislerim neler?” “Bu duygu ve hislerim neye evrilse/değişse ortama pozitif katkı sağlar?” Bu sorular kendimize sorabileceğimiz sorulardır. Benzer soruları karşıdaki kişi için de yine kendimize sorabilir ve yanıtlarını arayabiliriz. “Karşıdaki şu anda ne hissediyor?” “Benim tutum, davranış, beden dili ve üslubumda ne değişse karşıdakinin duyguları olumluya dönüşebilir?”

İletişimi ve ilişkiyi yönetmeyi kolaylaştıran bu ve benzer sorular maalesef aklımıza ihtiyaç anında gelmiyor.

Öğrenen – Gelişen Zihniyetin görüşmedeki önemi. Zihniyet alışkanlık haline gelmiş düşünce biçimidir. Zihniyet: Öğrenen-Gelişen Zihniyet ve Yargılayan-Sabit Zihniyet olarak ikiye ayrılır. Sürdürülebilir ilişkiler ancak öğrenen zihniyetle mümkündür. Bu tip görüşmelerde öğrenen zihniyet; kazan-kazan yaklaşımı, ben bilirim ben haklıyım yerine yaşanan tüm deneyimleri öğrenme fırsatına çevirmek, agresif olmadan kararlı ve dirayetli olmak olarak kendini gösterir.

“Tüm gerçekler üç aşamadan geçer. Öncelikle, alay konusu yapılır. İkinci adım, şiddetle karşı çıkarılır. Üçüncüsü, bu durum, açık bir şekilde kabul edilir.”
Arthur Schopenhauer

Son olarak, görüşmeye kadar yapılacaklar nelerdir? Zor-farklı görüşmeler günlük kahve görüşmelerinden hazırlık yönünden elbette farklıdır. Hazırlıklı olmak pek çok yerde olduğu gibi bu alanda da çok önemli. Hazırlık olarak yazılanların, etkili bir liderin yapması gerekenler olarak da okumak mümkün.

İlk olarak güven oluşturmak ile başlayabiliriz. Hayatın ilişkilerin ve iletişimin memnuniyet verici ve doyurucu olması güvenle mümkündür. Güven olmadan hiçbir ilişki sürdürülemez. Zor görüşmeleri akıcı ve kolay görüşmelere çevirmenin yolu güvenmek ve güven vermek/güvenilmeaktır. Yakında zor bir görüşme yapacağım diyen yöneticiye ilk; “Aranızdaki ilişkide güven var mı?” diye soruyorum. Bu soruya bazan “Elemanlarım bana hiç güvenmiyorlar” yanıtını alıyorum. Hemen ikinci soruyu soruyorum; “Sen onlara ne kadar güveniyorsun?” Güven duygusu karşılıklıdır ve biz onlara güvenmiyorsak onların bize güvenmesini nasıl bekleriz?

İkinci olarak yapılacak görüşme deki amaç ve anlamı sorgulayın ve hazırlanın. Bu zor-farklı görüşmenin amacı nedir? Bu görüşmeden beklentilerimiz ve elde edeceğimiz şeyler nelerdir? Anlam sorgulaması için; bu görüşmenin benim için anlamı nedir? Bu görüşme bana ne ifade ediyor? Amaç ve anlamda netlik sağladığımızda bunun sağladığı özgüven ve kendine güven beden dilimize sesimize enerjimize yansır. Nereden çıktı şimdi bu görüşme öfff diye başlayan, angarya kabul edilen bir görüşme ile amaç ve anlamda netleştirdiğimiz bir görüşme farklı olacaktır.

Özetlersek, zor görüşmeler iş ve özel hayatımızın bir parçası. Bu görüşmelerin diğerlerinde konuşulan kişi ve diğer paydaşlarda – yarattığı etkiden biz sorumluyuz. “Ben yaptım, ben söyledim oldu” yaklaşımının orta ve uzun vadedeki etkilerini takip ederek bir sonraki görüşmede neleri farklı yapabiliriz?” sorusunun cevabını aramak, sizin ve paydaşlarınız için daha olumlu etki yaratacaktır.

“Sabırlı ol. Her şey kolaylaşmadan önce, zordur.”
Sadi

BEKLEME MODU (STANDBY) SINIRLAMALARI VE 2026 SONRASI BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ: AB EKO-TASARIM HUKUKUNDA ÖNEMLİ BİR DÖNÜŞÜM



Av. Arzu GÜNCÜ

Verda Hukuk & Danışmanlık
Uyum Uzmanı / Danışman Avukat
arzu.guncu@verdahukuk.com

Yeni Standby Rejiminin Hukuki Anlamı ve Kapsam Kayması

Avrupa Birliği'nin enerji verimliliği politikaları artık yalnızca cihazların aktif çalışma performansını değil, "görünmez tüketim" olarak adlandırılan kapalı ve bekleme modlarını da sıkı bir hukuki denetime tabi tutmaktadır. Bu stratejinin en güncel ve kapsayıcı yasal aracı olan Commission Regulation (EU) 2023/826 (Standby Yönetmeliği), Mayıs 2025 itibarıyla eski rejimi (1275/2008) ilga ederek yürürlüğe girmiştir.

Bu yönetmelik; motorlu mobilyalardan otomatik panjurlara, akıllı ev aletlerinden ofis ekipmanlarına kadar sayısız cihazı kapsamaktadır. Ancak burada hukukçular ve siz değerli sektör temsilcileri için kritik bir nüans bulunmaktadır: AB, yatay yaklaşımdan dikey yaklaşıma geçiş yapmıştır. Bu, çamaşır ve bulaşık makineleri gibi ürünlerin artık bu genel yönetmelikten çıkarılarak, kendi ürüne özel eko-tasarım kurallarıyla daha dar ve sert bir kısığa alındığı anlamına gelmektedir.

Bu yazıda siz değerli BEYSAD okurlarımız için, 2026 ve 2027 güncellemeleri çerçevesinde AB'deki Standby kapsamını, eko-tasarım ve enerji verimliliği standartları ile sektörü bekleyen bazı yenilikleri inceledik.

Teknik Bir Güncellemeden Hukuki Eşiği: 0,30 Watt Hedefi

Bu değişiklik ilk bakışta teknik bir parametre güncellemesi gibi görünse de, AB iç pazarına erişimin temel yasal şartlarını yeniden tanımlamaktadır. Yeni standby rejimi, üreticileri donanım ve yazılım mimarisini eş zamanlı olarak dönüştürmeye zorlamaktadır.

Mevcut uygulamada bekleme modundaki enerji tüketimi 0,50 Watt sınırına çekilmişken, asıl büyük dalga Mayıs 2027 itibarıyla gelecektir. Bu tarihten itibaren kapalı mod tüketim limitinin 0,30 Watt seviyesine indirilmesi kararlaştırılmıştır. Durum bilgisi veya ekran içeriği sunan cihazlar için ise limit 0,80 Watt olarak belirlenmiştir.

Bu keskin sınırlar, özellikle IoT ekosistemine dahil olan ve sürekli ağ bağlantısı (Networked Standby) gerektiren modern beyaz eşyalar için "uyku hali" ile "bağlantı sürekliliği" arasında hatasız bir mühendislik ve hukuk dengesi kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Türkiye'den AB'ye İhracat Yapan Üreticiler Açısından Etki

Türkiye Beyaz Eşya Sektörü, AB tedarik zincirine en yüksek düzeyde entegre olmuş sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle, standby uyumsuzluğu tekil bir sevkiyat sorunu değil, markanın Avrupa pazarındaki varlığını tehdit eden yapısal bir risktir.

AB projeksiyonlarına göre bu yeni kurallar, 2030 yılına kadar yıllık 32,5 TWh enerji tasarrufu ve tüketiciler için 7 milyar Euro finansal kazanç hedeflemektedir. Denetimlerin sembolik kalmayacağı, bu devasa ekonomik ve çevresel hedeflerden açıkça anlaşılmaktadır. Özellikle akıllı fırınlar, kurutucular ve bağlantılı ürün portföyü geniş olan

Türk firmaları için güç yönetimi algoritmaları, artık doğrudan "ihracat güvenliği" belgesi niteliği taşımaktadır.

Tedarik Zinciri ve Sözleşmesel Yönetişim

Bu dönüşüm, üretim süreçlerinin ötesine geçerek tedarik zinciri hukukuna sirayet etmektedir. Üreticiler, kullandıkları elektronik kart, Wi-Fi modülü veya yazılım bileşenlerini sağlayan üçüncü taraflardan, ürünün yasal sınırlar içinde kalacağına dair ölçülebilir ve rücu edilebilir garantiler almak zorundadır.

AB'nin 2024 Ekotasarım Etki Muhasebesi raporları, ortalama bir hane halkının günde 277 saatlik bir "standby süresi" ürettiğini göstermektedir. Bu verinin büyüklüğü, eko-tasarım hukukunun sadece kamu otoriteleri eliyle değil, şirketler arası sözleşmesel yönetim mekanizmaları ve "Dijital Ürün Pasaportu" hazırlıklarıyla da kurumsallaşacağını kanıtlamaktadır.

Hukuki Riskler ve Uyum Sürecinin Önemi

2026 ve 2027 güncellemeleri, beyaz eşya sektörünü yalnızca teknik kriterler açısından değil, aynı zamanda hukuki uyum boyutunda da dönüştürmektedir. Bekleme modu sınırları ve networked standby yükümlülükleri, artık ürün tasarımı kadar hukuki sorumlulukları da belirlemektedir. Yanıltıcı enerji tüketim beyanları veya eksik standby sertifikaları, idari yaptırımlara yol açabilir; bununla birlikte AB pazarına erişimde güçlükler gibi uzun vadeli sonuçlar doğurabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu bağlamda, üreticiler ve tedarikçiler için kritik unsur, uyum sürecini proaktif ve hukuki boyutuyla yönetmektir. Hukuki destek, özellikle şu alanlarda stratejik rol oynamaktadır:

- **Sözleşme yönetimi:** Tedarik zincirinde AB uyumlu taahhütlerin sözleşmelere entegre edilmesi,
- **Tüketici hakları:** Standby ve enerji tüketim bilgisi kapsamında doğabilecek uyumsuzlukların önlenmesi,
- **Piyasa gözetimi ve denetimler:** Ulusal ve AB otoritelerinin denetimlerinde şeffaf ve doğrulanabilir raporlama yapılabilmesi,

Dolayısıyla hukuki danışmanlık almak ve uyum süreçlerini sistematik biçimde yürütmek, yalnızca yaptırımlardan kaçınmak için değil, aynı zamanda yeni düzenlemenin sunduğu stratejik fırsatları en verimli şekilde değerlendirmek için de zorunlu hale gelmiştir. Beyaz eşya sektöründe hukuki rehberlik, artık sürdürülebilir rekabetin ve uluslararası pazarlarda güvenilirliğin anahtarıdır.

Sonuç

EU 2023/826 ile kristalleşen yeni standby sınırları, beyaz eşya ve bağlantılı cihaz sektöründe "sessizliğin" dahi hukuken denetlendiği yeni bir devri başlatmıştır. Önümüzdeki süreçte yaşanacak geçiş aşamalarıyla birlikte, bir ürünün rekabet gücü yalnızca hızı veya kapasitesiyle değil, pasif haldeyken sergilediği disiplinle de ölçülecektir. **Siz değerli BEYSAD okurları için, önemli birer sektör paydaşları olarak bu süreç, doğru teknoloji yatırımları ve sarsılmaz bir hukuki uyum stratejisi ile birleştiğinde, uluslararası pazarda sürdürülebilir bir liderlik fırsatı sunmaktadır.**

FERMADA
led aydınlatma

PRESTİJLİ AYDINLATMA ÇÖZÜMLERİ

“IŞIKTAN DEĞİL, ENERJİDEN TASARRUF”

AGRUP



+90 216 504 00 20



info@fermada.com.tr



www.fermada.com.tr



@fermaded

İstanbul Anadolu Yakası OSB 2. Sanayi Cad. No: 7 Tuzla 34953 İstanbul / Türkiye



HABER/ NEWS
2026.02.15-21

BEYSAD Üyeleri ve TET İşbirliği ile ABD Pazarında Yeni İş Birlikleri ve Stratejik Temaslar

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği ve BEYSAD işbirliği ile yürütülmekte olan TURKHAS-3 UR-GE Projesi kapsamında, 10 BEYSAD üye firmasından 15 katılımcı ile 15–21 Şubat 2026 tarihleri arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde yurt dışı pazarlama faaliyeti gerçekleştirildi.

Heyet; Sub-Zero Group (Wisconsin), Orlando'da düzenlenen KBIS 2026 Fuarı, Electrolux (Charlotte) ve Samsung Electronics (Newberry) olmak üzere 4 farklı lokasyonda çalışmalarını tamamladı.

New Collaborations and Strategic Contacts in the U.S. Market through BEYSAD Members and TET Cooperation

Within the scope of the TURKHAS-3 UR-GE Project carried out in cooperation between the Electrical and Electronics Exporters' Association (TET) and BEYSAD, an overseas marketing activity was organized in the United States between February 15–21, 2026, with 15 participants from 10 BEYSAD member companies.

The delegation completed its program at four different locations: Sub-Zero Group (Wisconsin), KBIS 2026 Fair in Orlando, Electrolux (Charlotte), and Samsung Electronics (Newberry).

As part of KBIS—one of the world's largest kitchen and bath industry

Dünyanın en büyük mutfak ve banyo endüstrisi fuarlarından biri olan KBIS kapsamında firmalar;

- Küresel trendleri yerinde gözlemledi,
- Yeni teknolojileri yakından inceledi,
- ABD pazarında yerleşik orta ölçekli üreticilere temas fırsatı yakaladı.

Program süresince gerçekleştirilen B2B görüşmeler, üyelerimiz için, diğer tüm ziyaretlerimizde olduğu gibi ABD pazarında yeni ihracat ve iş birliği fırsatları sağladı.

Katılım ve katkı yapan tüm üyelerimize ve paydaşımıza TET yetkililerine teşekkür ederiz.

fairs—companies:

- Observed global trends on-site,
- Closely examined new technologies,
- Had the opportunity to connect with medium-sized manufacturers established in the U.S. market.

The B2B meetings held during the program, as in all our visits, provided our members with new export and cooperation opportunities in the U.S. market.

We extend our thanks to all members who participated and contributed, as well as to our stakeholder TET officials.



Engineering Motion.

Since 1996.

TELFORM®
Part of Lesjöfors Group



ANNIVERSARY
1996-2026



1996'dan bu yana beyaz eşya ve otomotiv endüstrisine değer katıyoruz.





TİM EVSAHIPLIĞINDE “İHRACATTA REKABETÇİLİĞİN GELİŞTİRİLMESİ SEKTÖR RAPORU” ÇALIŞTAYI GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin “İhracatta Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Sektör Raporu Hazırlanması” projesinin ilk fazı kapsamında; ihracatçı sektörlerin güncel durumunun ortaya konması, uluslararası rekabetçilik göstergeleri ışığında analiz edilmesi ve sektör bazlı politika/aksiyon önerilerinin geliştirilmesine temel oluşturacak sektör raporlarının hazırlanması hedeflendi. Bu çerçevede, Elektrik ve Elektronik sektörünün dış pazarlardaki rekabetçiliğini etkileyen güncel sorunların sektör ve ilgili kamu paydaşlarının katılımıyla tanımlanması, önceliklendirilmesi ve çözüm seçeneklerinin yapılandırılması amacıyla bir “Rekabetçilik Çalıştayı” düzenlendi.



Projenin yürütücü danışmanı PwC Türkiye uzmanları tarafından gerçekleştirilen çalıştay;



sektörün uçtan uca değer zinciri boyunca rekabetçilik temelli sorunların hangi aşamalarda yoğunlaştığını görünür kılmayı amaçlıyordu. Bu bulgular yedi rekabetçilik ekseninde sistematik biçimde değerlendirecek ve geliştirilen önerileri muhataplarına göre ayırıştırarak uygulanabilir aksiyon setleri ile politika önerilerine dönüştürecektir.

Çalışmaya BEYSAD'ı temsilen Yönetim Kurulu Üyesi Buket Böke ve Genel Sekreter Ayşegül Koç katılım gösterdiler. Etkinlikte kıymetli paydaş kurumlarımızdan çok önemli yetkililer ile birlikte çalışma fırsatı sağladık; TET, TÜRKESD, Arzum, Arçelik, ECID, PwC... Çalıştay öncesi üyelerimizden ön çalışma niteliğinde sorulara yönelik



aldığımız cevaplar özelindeki hazırlıklarımızı da paylaşma imkanı sağlandı. Ankete katkı ve katılım gösteren tüm üyelerimize tekrar teşekkür ederiz.

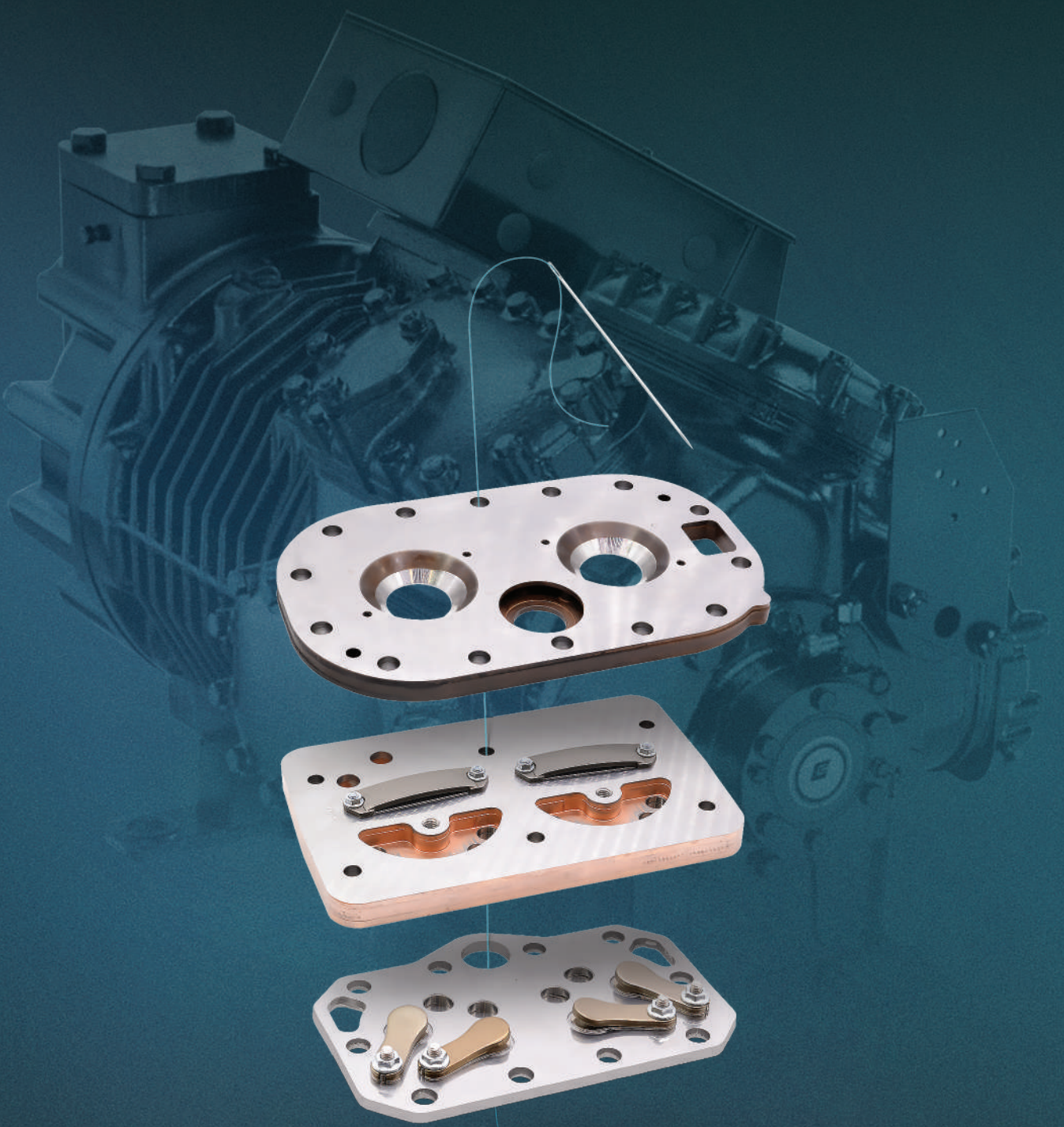
Çalıştayın ilk oturumunda katılımcılar ile, moderatörler eşliğinde Elektrik ve Elektronik Sektörü uçtan uca değer zinciri perspektifiyle ele alındı; sektörün dış pazarlardaki performansını ve konumunu etkileyen rekabetçilik kaynaklı sorunları değer zincirinin ilgili adımlarına göre sistematik biçimde haritalandı. Bu kapsamda, çalıştayda

tüm sorun alanlarının kapsamlı bir envanterinin çıkarılmasından ziyade, ihracatta rekabetçiliği doğrudan belirleyen ve dış pazarlarda somut etkisi bulunan kritik darboğazların görünür kılınması ve önceliklendirilmesi hedeflenmiş oldu.

Çalıştayın başlangıcında katılımcılar 5-6 kişilik çalışma gruplarına ayrıldı. Çalıştay yürütücüleri, her bir gruba ilgili sektörün değer zinciri adımlarını içeren (girdi temininden üretime, lojistikten satış sonrasına) boş Değer Zinciri Kanvaslarını dağıttılar.

Ardından, katılımcılardan sektörlerinin yaşadığı dış pazarlardaki rekabetçiliğini etkileyen sorunları düşünürken bu eksenleri göz önünde bulundurmaları ve ilgili eksene temas edecek şekilde formüle etmeleri istendi. Bu eksenler:

- **Teknoloji ve Verimlilik:** dijitalleşme, otomasyon, Ar-Ge, ölçek ekonomisi
- **Ürün ve Değer:** kalite, tasarım, inovasyon, markalaşma, katma değer
- **Maliyet:** işgücü, enerji, girdi maliyetleri, finansman maliyeti, tarifeler, hedef pazar uyum maliyetleri (örn: yeşil dönüşüm maliyeti, karbon vergileri, raporlama/denetim)
- **Beşerî Sermaye:** nitelikli işgücü, beceri setleri, eğitim/uyum kapasitesi
- **Finansmana Erişim:** krediye erişim, maliyet/teminat, ihracat finansmanı
- **Mevzuat ve Teşvikler:** düzenleyici çerçeve, ticaret rejimi, teşvik erişimi, idari yükler, hedef pazarlardaki mevzuat ve tedarik zinciri uyumluluğu (örn: AB sürdürülebilirlik mevzuatı)
- **Altyapı ve Lojistik:** ulaşım altyapısı, liman/gümrük kapasitesi, teslim süreleri



Soğutma ve hava
kompresör valfleri için
terzi usulü çözümler



İstanbul Endüstri ve Ticaret Serbest Böl.,
Atatürk Bulv. No: 112/1 34957 Tuzla, İstanbul, Türkiye

T : +90 216 394 06 54
F : +90 216 394 06 64

info@valfsan.com.tr
www.valfsan.com.tr

IATF 16949
BUREAU VERITAS
Certification



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification





İHRACATIN METALİK YILDIZLARI 2025'İN BAŞARISINI TAÇLANDIRDI, 2026 İÇİN HEDEF 15 MİLYAR DOLAR



İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), ihracatta başarıyı ödüllendirdiği İhracatın Metalik Yıldızları Ödül Töreni'nde sektörün 2025 performansını ve 2026 hedeflerini paylaştı. Zorlu küresel koşullara rağmen sektörün 2025 yılını yüzde 6,3 artışla 13,5 milyar dolarlık ihracat ile tamamladığını belirten **İDDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Çetin**

Tecdelioğlu, "Bu tablo, Türk metal sanayisinin direncini ve ihracatımızın her koşula hızla uyum sağlayabildiğini gösteriyor. 2026 yılında da Amerika pazarını merkezine alan, e-ihracat, ürün çeşitlendirmesi ve pazar çeşitliliğini odağına alan bir stratejiyle 15 milyar dolarlık hedefimize ulaşmaya çalışacağız." dedi. Törende, ihracatta istikrar ve katma değer yaratan 25 kategoride 77 firma Metalik Yıldız ödülüne layık görüldü. 2026 için hedef ise 15 milyar dolarlık ihracat olarak açıklandı.

Geçtiğimiz yılı 13,5 milyar dolarlık ihracatla tamamlayan Demir ve Demir Dışı Metaller sektörünün lider kuruluşu İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB), başarılı ihracatçıların düzenlenilen törenle ödüllendirdi. Ödül töreni Ticaret Bakan Yardımcısı Volkan Ağar, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe ve İDDMİB Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu ile birlikte sektörün öncü isimleri, dernek ve federasyon başkanlarının katılımı ile gerçekleşti. Toplamda 77 firma 25 kategoride ödüle layık görülürken, sektörü temsil eden derneklere de teşekkür plaketleri takdim edildi.



İDDMİB İhracatın Şampiyonları;

1. KİBAR DIŞ TİCARET A.Ş.
2. SARKUYSAN ELEKTROLİTİK BAKIR SANAYİ VE TİCARET ANONİM
3. ASAŞ ALÜMİNYUM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ

Ödüllendirilen üyelerimizi kutlarız ve başarılarının sürmesini temenni ederiz.

METALLIC STARS OF EXPORT CROWNED 2025'S SUCCESS, TARGET SET AT \$15 BILLION FOR 2026

The Istanbul Ferrous and Non-Ferrous Metals Exporters' Association (İDDMİB) shared the sector's 2025 performance and 2026 targets at the Metallic Stars of Export Award Ceremony, where export achievements are recognized. Despite challenging global conditions, **İDDMİB Chairman Çetin Tecdelioğlu** stated that the sector closed 2025 with \$13.5 billion in exports, marking a 6.3% increase. He emphasized: "This picture demonstrates the resilience of the Turkish metal industry and the ability of our exporters to swiftly adapt to any circumstances. In 2026, we will strive to reach our \$15 billion target with a strategy centered on the U.S. market, e-export, product diversification, and market variety."

At the ceremony, 77 companies across 25 categories were honored with Metallic Star awards for their consistent and value-added export performance. The 2026 target was officially announced as \$15 billion in exports.

The sector's leading organization, İDDMİB, which closed last year with \$13.5 billion in exports, celebrated its successful exporters at the ceremony attended by Deputy Minister of Trade

Volkan Ağar, Turkish Exporters Assembly (TİM) President Mustafa Gültepe, İDDMİB Chairman Çetin Tecdelioğlu, as well as prominent sector representatives, association, and federation leaders. In addition to company awards, plaques of appreciation were presented to associations representing the industry.

İDDMİB Export Champions:

1. Kibar Dış Ticaret A.Ş.
2. Sarkuysan Elektrolitik Bakır Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3. ASAŞ Alüminyum Sanayi ve Ticaret A.Ş.

We congratulate our awarded members and wish them continued success.

Türkiye

Gelecek GENÇLER'de




GENÇLER
Kablo
Since 1979



İstanbul +90 212 501 83 88

Eskişehir +90 222 236 84 99

www.genclerkablo.com

info@genclerkablo.com



2 yıllık detaylı ürün karşılaştırma grafikleri



Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği

Dört Ana Ürün (Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinesi, Fırın)

Altı Ana Ürün

Kasım		
ÜRETİM		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	1.753.258	2.004.769
Yüzde değişim	-%13	
İÇ SATIŞ		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	657.748	613.336
Yüzde değişim	%7	
İHRACAT		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	1.162.625	1.439.773
Yüzde değişim	-%19	
İTHALAT		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	36.306	23.895
Yüzde değişim	%52	
ÜRETİM		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Ağustos 2024
Adet/Yıl	21.712.102	24.105.783
Yüzde değişim	-%10	
İÇ SATIŞ		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	7.103.132	7.163.655
Yüzde değişim	-%1	
İHRACAT		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	15.083.538	17.113.456
Yüzde değişim	-%12	
İTHALAT		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	435.485	261.342
Yüzde değişim	%67	

Kasım		
ÜRETİM		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	2.281.811	2.569.144
Yüzde değişim	-%11	
İÇ SATIŞ		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	834.688	795.997
Yüzde değişim	%5	
İHRACAT		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	1.550.435	1.865.085
Yüzde değişim	-%17	
İTHALAT		
	Kasım 2025	Kasım 2024
Adet/Yıl	78.504	46.852
Yüzde değişim	%68	
ÜRETİM		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Ağustos 2024
Adet/Yıl	27.040.512	29.694.014
Yüzde değişim	-%9	
İÇ SATIŞ		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	9.166.917	9.563.571
Yüzde değişim	-%4	
İHRACAT		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	18.740.007	20.697.687
Yüzde değişim	-%9	
İTHALAT		
	Ocak - Kasım 2025	Ocak - Kasım 2024
Adet/Yıl	905.758	689.984
Yüzde değişim	%31	

Aralık		
ÜRETİM		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	1.571.957	1.663.527
Yüzde değişim	-%6	
İÇ SATIŞ		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	571.668	471.958
Yüzde değişim	%21	
İHRACAT		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	1.136.533	1.373.190
Yüzde değişim	-%17	
İTHALAT		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	21.205	21.861
Yüzde değişim	-%3	
ÜRETİM		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	23.284.059	25.769.310
Yüzde değişim	-%10	
İÇ SATIŞ		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	7.674.800	7.635.613
Yüzde değişim	%1	
İHRACAT		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	16.220.071	18.486.646
Yüzde değişim	-%12	
İTHALAT		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	456.690	283.203
Yüzde değişim	%61	

Aralık		
ÜRETİM		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	2.023.183	2.131.093
Yüzde değişim	-%5	
İÇ SATIŞ		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	751.529	611.948
Yüzde değişim	%23	
İHRACAT		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	1.446.711	1.721.514
Yüzde değişim	-%16	
İTHALAT		
	Aralık 2025	Aralık 2024
Adet/Yıl	73.863	38.921
Yüzde değişim	%90	
ÜRETİM		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	29.063.695	31.825.107
Yüzde değişim	-%9	
İÇ SATIŞ		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	9.918.446	10.175.519
Yüzde değişim	-%3	
İHRACAT		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	20.186.718	22.419.201
Yüzde değişim	-%10	
İTHALAT		
	Ocak - Aralık 2025	Ocak - Aralık 2024
Adet/Yıl	979.621	728.905
Yüzde değişim	%34	



2 yıllık detaylı ürün karşılaştırma grafikleri



Türkiye
Beyaz Eşya
Sanayicileri
Derneği

Dört Ana Ürün (Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinesi, Fırın)

Altı Ana Ürün

		ÜRETİM	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		1.580.143	1.922.713
Yüzde değişim		-%18	

		İÇ SATIŞ	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		465.604	540.113
Yüzde değişim		-%14	

		İHRACAT	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		1.042.109	1.282.901
Yüzde değişim		-%19	

		İTHALAT	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		20.841	13.525
Yüzde değişim		%54	
Adet/Yıl		20.841	13.525
Yüzde değişim		%54	

Ocak

		ÜRETİM	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		2.013.496	2.500.937
Yüzde değişim		-%19	

		İÇ SATIŞ	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		635.475	776.958
Yüzde değişim		-%18	

		İHRACAT	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		1.340.670	1.659.598
Yüzde değişim		-%19	

		İTHALAT	
		Ocak 2026	Ocak 2025
Adet/Yıl		49.563	60.390
Yüzde değişim		-%18	

Ocak



Türkiye
Beyaz Eşya
Sanayicileri
Derneği



Ferhan YILDIZ

Mali Müşavir / Kurucu Ortak
DesTax Global / Co-Founder
ferhan.yildiz@destax.com.tr

YEREL KALKINMA HAMLESİ PROGRAMI:

İl Bazlı Stratejik Yatırımlarda Yeni Dönem (31.01.2026 Güncellemesi)

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen Yerel Kalkınma Hamlesi Programı, klasik yatırım teşvik sisteminden farklı olarak, il bazlı stratejik önceliklere dayalı ve proje değerlendirme esaslı bir destek mekanizmasıdır.

9 Temmuz 2025 tarihli Uygulama Usul ve Esaslar Tebliği ile çerçevesi belirlenen program kapsamında, her il için dört adet "Yerel Yatırım Konusu" tanımlanmakta ve bu liste her yıl Ocak ayında güncellenebilmektedir. Nitekim 31.01.2026 tarihi itibarıyla il bazlı yatırım konuları yeniden belirlenmiş, böylece yatırımcılara yeni fırsat alanları açılmıştır.

Programın Temel Mantığı

Yerel Kalkınma Hamlesi, standart teşviklerden farklı olarak:

- İl bazlı stratejik sektörleri hedefler
- Proje bazlı değerlendirme sürecine tabidir
- Komite kararı ile desteklenir
- İmtiyazlı ve seçici destek yapısına sahiptir

Amaç; bölgelerin atıl kaynaklarını harekete geçirmek, yerel ihtiyaçları karşılamak, ithalat bağımlılığını azaltmak ve yüksek katma değeri üretimi yaygınlaştırmaktır.

Değerlendirme Mekanizması: Seçici ve Rekabetçi

Başvurular, ilgili Kalkınma Ajansı ön değerlendirme-sinin ardından Bakanlık bünyesinde oluşturulan Komite tarafından puanlanarak karara bağlanır.

Değerlendirme kriterleri arasında:

- Yerel kalkınmaya katkı
- Teknoloji düzeyi ve katma değer
- İthal ikamesi etkisi
- İhracat potansiyeli
- İstihdam kapasitesi
- Finansal yeterlilik
- Proje paydaşlarının alım taahhüdü
- Yatırım büyüklüğü ve geri dönüş süresi gibi stratejik unsurlar yer almaktadır.

Bu yönüyle program, sadece yatırım yapmak isteyen değil; stratejik ve sürdürülebilir yatırım planlayan firmalar için tasarlanmıştır.

Sağlanan Teşvik Avantajı

Komite tarafından desteklenmesine karar verilen projeler için ayrıca yeni bir değerlendirme yapılmaksızın teşvik belgesi düzenlenmektedir. Program kapsamında sağlanan destekler, Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar çerçevesinde uygulanmakta olup; yatırımın niteliğine göre önemli avantajlar içerebilmektedir.

Bu yapı, programı klasik bölgesel teşviklerden ayıran en önemli unsurdur: **Seçici, proje bazlı ve imtiyazlı destek modeli.**

TÜRKİYE YÜZYILI KALKINMA HAMLESİ

Destekler	Teknoloji Hamlesi	Yerel Kalkınma Hamlesi	Stratejik Hamle
KDV İstisnası	✓	✓	✓
Gümrük Vergisi Muafiyeti	✓	✓	✓
Vergi İndirimi	Yatırıma Katkı Oranı (%)	50	40
	Vergi İndirim Oranı(%)	60	60
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği		8 Yıl (6. Bölgede 12 Yıl)	
Sigorta Primi Desteği		Yalnızca 6. Bölgede geçerli 10 yıl	
Faiz veya Kâr Payı Desteği	Destek Oranı**	%40	%30
	Azami Destek Tutarı	240 m TL	180 m TL
	Azami Destek Oranı	Yatırımın %20'si	Yatırımın %20'si
Makine Desteği*	Destek Oranı	%25	%25
	Azami Destek Tutarı	240 m TL	180 m TL
	Azami Destek Oranı	Yatırımın %15'i	Yatırımın %15'i
Yatırım Yeri Tahsis	✓	✓	✓

* Faiz veya kâr payı desteğinden faydalanan yatırımlara makine desteği sağlanmaz.

** Kredi kullanım tarihinde geçerli olan TCMB'nin bir hafta vadeli repo ihale faiz oranına uygulanacak oranı ifade eder.

*** Tablodaki tutarlar 2026 yılı için %25,49 yeniden değerlendirme oranında arttırılarak dikkate alınacağı unutulmamalıdır.

2026 Güncellemesi Neden Önemli?

31 Ocak 2026 tarihinde il bazlı yatırım konularının yeniden belirlenmiş olması:

- Yeni sektörlerin listeye girmesi
- Bazı yatırım konularının çıkarılması
- İl önceliklerinin değişmesi
- Stratejik alanların yeniden konumlanması anlamına gelmektedir.

Bu nedenle yatırım planlaması yapan şirketlerin, fizibilite çalışmalarını mevcut listeye göre yeniden değerlendirmeleri önem taşımaktadır.

Yerel Kalkınma Hamlesi Programı kapsamında yapılan bir önceki değişiklikte birlikte, daha önce başvuru için aranan %75 kapasite artışı veya %50 istihdam artışı şartları da kaldırılmıştır.

Sonuç

Yerel Kalkınma Hamlesi Programı;

- ✓ İl bazlı stratejik yatırım yapmak isteyen
- ✓ Projesini teknik ve finansal olarak güçlü temellendirebilen
- ✓ Uzun vadeli rekabet avantajı hedefleyen
- ✓ Teşvik sisteminde imtiyazlı desteklerden yararlanmak isteyen yatırımcılar için önemli bir fırsat sunmaktadır.

Ancak unutulmamalıdır ki bu program, standart teşvik başvurusu değil; stratejik proje sunumdur. Bu nedenle doğru kurgulanmış fizibilite, güçlü finansal yapı ve teknik bütünlük, sürecin başarısının da belirleyici olacaktır.

Saygılarımızla,



KONVEYER

ENDÜSTRİ İÇİN DEĞER

Yüksek üretim kapasitemiz,
güçlü altyapımız ve global pazarlardaki varlığımızla
sanayinin bugününe ve yarınına değer katıyoruz.
Gücümüzü, sürdürülebilir ve güvenilir çözümler
üretmek için kullanıyoruz.

 TATMETAL

 tatmetal | tatmetal.com