

BEYSAD

BEYAZ EŞYA YAN SANAYİCİLER DERNEĞİ
WHITE GOODS SUPPLIERS ASSOCIATION

NİSAN - MAYIS - HAZİRAN / APRIL - MAY - JUNE 2026
Sayı: 145



ETKİNLİK: Sanayi Hızlandırıcı Yasası ve SKDM Toplantısı online yapıldı
Yeni üyelerimizi tanımaya devam ediyoruz: Taysan Plastik Profil
Genç BEYSADlılar ile söyleşi: Erencan Kahraman
Genç BEYSADlı Merve Yorgancılar'dan Girişimcilik: MING
BEYSAD Anketleri'nin faydasına ilişkin olumlu geri bildirimler
Çok özel BEYSAD Toplantı ve Ziyaret Fotoğrafları
Samimi sohbetler, çok faydalı yazılar...

YORGLASS

#trustedglobalsupplier50

MUTFAĞINIZDA ESTETİK VE
PERFORMANSIN BULUŞTUĞU NOKTA.

MAT CAM



red dot award



Ayşegül KOÇ

BEYSAD Genel Sekreteri

Değerli BEYSAD Okurları;

Hayatın her alanında hızla, dijitalleşmeye ve anlık kazanımlara odaklandığımız bir çağdan geçiyoruz. Kurumları yönetirken, stratejiler geliştirirken ya da günlük koşturmacanın içinde kaybolurken bazen en temel pusulamızı gözden kaçırabiliyoruz: **İnsan kalabilmeyi, samimiyeti ve en önemlisi vefayı.**

Dernekçilik, doğası gereği profesyonel bir vizyon ve finansal sürdürülebilirlik gerektirse de, özünde tamamen bir "gönül işidir." Bizler, çarkların dönmesi için gereken maddi sorumlulukları hatırlatmak adına bazen üyelerimizin kapısını çalarız. Geçtiğimiz günlerde bizzat gerçekleştirdiğim telefon ve mesajlaşma trafiğinde, aslında BEYSAD'da çalışmakta olduğum 22 yıllık emeğin, dostluğun ve karşılıklı güvenin ne denli köklü bir ağaca dönüştüğünü bir kez daha gururla gördüm. Gözden kaçan bir detayı büyük bir mahcubiyetle, nezaketle ve hızla telafi etmeye çalışan üyelerimizin o içten duruşu, bana bu hayatta hiçbir samimi çabanın karşılıksız kalmadığını yeniden gösterdi. Elbette o görüşmelerin çok azında da olsa, bazen sesimizin aynı sıcaklıkla yankılanmadığı anlar da olmadı değil; ancak o anları da bir kırgınlık değil, daha iyiye ulaşmak adına alıp, kabul ettiğim kıymetli birer ders olarak gördüm.

İşte tam bu noktada, penceremizi kendi dünyamızdan biraz aralayıp dışarıya, ülkemizin genel iklimine baktığımızda asıl ihtiyacımızın ne olduğunu daha iyi anlayabiliriz. Bugünlerde, siyaset arenasındaki kırıkcı polemikleri, ana muhalefet ekseninde dönen ve ekranları meşgul eden gergin gündemleri hep birlikte izliyoruz. Toplum olarak enerjimizi tüketen bu yapay tartışmaları gördükçe insan ister istemez düşünüyor: Kutuplaşmanın değil, bizim, aslında BEYSAD'da başarmaya çalıştığımız gibi, bir kurumun çatısı altında yakaladığımız o "vefaya", "sinerji"ye, karşılıklı dinleme ve empati kültürüne ihtiyacımız var. Eleştiriden ders çıkarabilen, hatasını nezaketle kabul eden ve geçmişin emeğine saygı duyan bu sarsılmaz değerler, genel bir toplumsal mutabakata dönüştüğünde, bu ülke için çözülemeyecek hiçbir sorun kalmayacaktır.

Bizler, kendi kapımızın önünü bu adanmışlıkla temiz tutmaya, sanayimiz ve üyelerimiz için o güven köprülerini her gün yeniden inşa etmeye devam edeceğiz. Çünkü biliyoruz ki; samimiyetle atılan her adım, geleceğe bırakılmış en güzel mirastır.

Bu vesile ile samimiyetle hazırlamış olduğumuz ve bu samimiyetin dergimiz aracılığıyla sizlere erişebilmesi ümidiyle hazırladığımız pek çok önemli röportajları, bilgilendirici yazıları, velhasıl 145. sayımızı keyifli okumalarınıza sunarız.

başkan'dan from the president



D. Yasemin AKSU
BEYSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Saygıdeğer BEYSAD Ailesi,

2026 yılı baş döndürücü bir hızla devam ediyor...

Küresel ekonomi yalnızca büyüme rakamlarıyla değil, aynı zamanda derinleşen yapısal dönüşümlerle şekillenmeyi sürdürüyor. Artan jeopolitik gerilimlerin uzaması, Hürmüz krizinin global ölçekte tetiklediği enerji piyasalarındaki oynaklık ve hammadde fiyatlarındaki tırmanışlar, finansal koşullardaki sıkılık ve tedarik zincirlerindeki yeniden yapılanma; hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomiler için yeni bir denge arayışını zorunlu kılmaktadır.

Avrupa cephesinde büyüme pozitif görünse de oldukça kırılgan bir zeminde ilerlemektedir. Enerji maliyetlerindeki artış ve zayıf dış talep, özellikle imalat sanayinde baskı oluşturmaya devam etmektedir. Bu yıl istikrarlı şekilde artan Avrupa bölgesindeki üretim PMI verilerinin, Mayıs ayında düşüşe geçmesi toparlanmanın sınırlı ve dalgalı olduğuna işaret ederken; Avrupa sanayisinin rekabet gücünü korumak için verimlilik, enerji dönüşümü ve teknoloji yatırımlarına daha fazla odaklanması gerektiği açıkça görülmektedir. Bu tablo, Türkiye'nin en önemli ihracat pazarında "maliyet rekabeti"nin yanı sıra "teknoloji ve uyum rekabeti"ni de göğüslemesi gerektiği anlamına geliyor.

Türkiye ekonomisi ise, sıkı para politikası ve enflasyonla mücadele süreciyle birlikte üretim dayanıklılığını koruma savaşında. Sanayi üretiminde özellikle ihracat odaklı sektörlerin belirleyici rolü devam etse de; yüksek maliyetler, finansmana erişim zorlukları ve küresel talepteki zayıflık, sanayiciler üzerinde baskı oluşturmaya devam etmektedir.

Beyaz eşya ve yan sanayi ekosistemi, Türkiye sanayisinin en güçlü ve en entegre üretim alanlarından biri olmayı sürdürmektedir. Ancak sektörümüzde de 2026 yılının zorluğu TÜRKBESED rakamlarında görülmektedir. Altı ana ürün

Nisan sonu üretim hacmi geçen senenin %14 gerisinde kalırken, ihracattaki gerilemenin %18 olması, ülkemizin rekabetçilikte yaşadığı zorlukların bir yansımasıdır. Bu nedenle bu yıl sektörümüzün Dünya'daki ikinci en büyük üretim üssü olarak yalnızca mevcut konumun korunması değil, aynı zamanda yeniden konumlanma yılıdır. Avrupa pazarındaki regülasyonların sıkılaşması, karbon ayak izi ve çevresel standartların ticaretin merkezine yerleşmesi, üreticilerimizi daha yüksek katma değerli, enerji verimli ve dijitalleşmiş ürünlere yöneltmektedir. Bu dönüşüm, kısa vadede maliyet baskısı yaratırken; orta ve uzun vadede rekabet gücümüzün temel belirleyicisi olacaktır.

Diğer yandan küresel ölçekte Çin ve Asya üretim ekosisteminin ölçek avantajı sürerken, Türkiye'nin avantajı hız, esneklik, mühendislik kabiliyeti ve Avrupa'ya yakın tedarik yapısıdır. Bu avantajların sürdürülebilir kılınması ise Ar-Ge yatırımları, tasarım kapasitesi ve yerli tedarik zincirinin güçlendirilmesi ile mümkündür.

Bugün geldiğimiz noktada, beyaz eşya yan sanayi yalnızca bir üretim alanı değil; aynı zamanda Türkiye'nin sanayi dönüşümünün stratejik bir taşıyıcısıdır. Bu nedenle önümüzdeki dönemi sadece "maliyetleri yönetme dönemi" olarak değil, "değeri yeniden tanımlama dönemi" olarak da görmek zorundayız.

BEYSAD olarak bizler, sektörümüzün küresel rekabette daha güçlü bir konuma ulaşması için iş birliğini, teknolojik dönüşümü ve sürdürülebilir üretim yaklaşımını merkezde tutmaya devam edeceğiz. 2026 yılı, doğru adımlar atıldığında yalnızca zorlukların değil, aynı zamanda yeni fırsatların da yılı olacaktır.

Birlikte üretmeye, birlikte dönüşmeye ve birlikte güçlenmeye devam edeceğiz.

Sevgi ve saygılarımla,

Esteemed BEYSAD Family,

The year 2026 continues at a dizzying pace...

The global economy is being shaped not only by growth figures but also by deepening structural transformations. Prolonged geopolitical tensions, the volatility in energy markets triggered worldwide by the Hormuz crisis, rising raw material prices, tight financial conditions, and the restructuring of supply chains are forcing both advanced and emerging economies into a new search for balance.

On the European front, growth appears positive but is progressing on a fragile ground. Rising energy costs and weak external demand continue to put pressure particularly on the manufacturing industry. While the steadily increasing production PMI data in the Eurozone has turned downward in May, signaling that recovery is limited and volatile, it is clear that European industry must focus more on productivity, energy transition, and technology investments to maintain competitiveness. This picture means that Turkey, in its most important export market, must face not only “cost competition” but also “technology and compliance competition.”

The Turkish economy, meanwhile, is engaged in the struggle to preserve production resilience amid tight monetary policy and the fight against inflation. Although export-oriented sectors continue to play a decisive role in industrial production, high costs, difficulties in accessing finance, and weak global demand keep exerting pressure on manufacturers.

The white goods and supplier ecosystem remains one of the strongest and most integrated production areas of Turkish industry. Yet the challenges of 2026 are evident in TÜRKBESD figures. By the end of April, production volume in six main product categories lagged 14% behind last year, while exports fell by 18%—a reflection of the

competitiveness difficulties our country is facing. For this reason, 2026 is not only a year of preserving our position as the world’s second-largest production hub, but also a year of repositioning. Tightening regulations in the European market, the centrality of carbon footprint and environmental standards in trade, are steering our manufacturers toward higher value-added, energy-efficient, and digitalized products. While this transformation creates cost pressures in the short term, it will be the key determinant of our competitiveness in the medium and long term.

At the same time, while China and the Asian production ecosystem continue to benefit from scale advantages globally, Turkey’s strengths lie in speed, flexibility,

engineering capability, and proximity to Europe. Sustaining these advantages is only possible through R&D investments, design capacity, and strengthening the domestic supply chain.

At this point, the white goods supplier industry is not merely a production field, but also a strategic carrier of Turkey’s industrial transformation. Therefore, we must view the coming period not only as a “time to manage

costs,” but also as a “time to redefine value.”

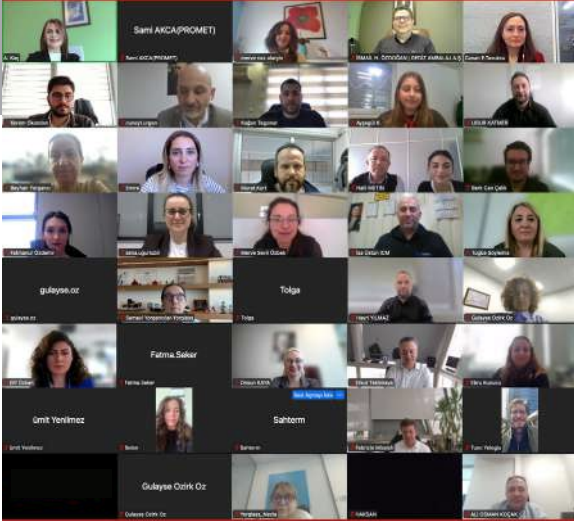
As BEYSAD, we will continue to place cooperation, technological transformation, and sustainable production approaches at the center of our efforts to ensure that our sector achieves a stronger position in global competition. With the right steps, 2026 will be a year not only of challenges but also of new opportunities.

We will continue to produce together, transform together, and grow stronger together.

With love and respect,

Diğer yandan küresel ölçekte Çin ve Asya üretim ekosisteminin ölçek avantajı sürerken, Türkiye’nin avantajı hız, esneklik, mühendislik kabiliyeti ve Avrupa’ya yakın tedarik yapısıdır.

At the same time, while China and the Asian production ecosystem continue to benefit from scale advantages globally, Turkey’s strengths lie in speed, flexibility, engineering capability, and proximity to Europe.



08

Yaşar Barbaros ALTIOĞLU

Genel Müdür / General Manager



10-12



14-15

Genç Söyleşi
BEYSADlılar

Erencan KAHRAMAN

Kahtaman Kalıp
Proje Sorumlusu



16-17

Genç Söyleşi
BEYSADlılar

Merve YORGANCILAR İŞİTMAK

Ming Kurucusu
GençBEYSADlılar ve BEYSAD
Yönetim Kurulu Yedek Üyesi

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: HAZİRAN-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,

Grafik Tasarım: Bingül Ayan

LinkedIn / Beyaz Eşya Yan Sanayiciler Derneği (BEYSAD)



bu sayıda **BEYSAD**

- 03 EDITÖR'DEN**
- 04-05 BAŞKAN'DAN**
- 07 AYDIN ARGUN**
ZAMANIN TESTİNDE ÜRETİM:
TARİH, COĞRAFYA VE YENİ NESİL VİZYON
- 08 BEYSAD'DAN ARÇELİK İŞBİRLİĞİ İLE**
"SANAYİ HIZLANDIRICI YASASI VE SKDM: BEYAZ EŞYA TEDARİK
ZİNCİRİ İÇİN FIRSAT & RİSKLER" BİLGİLENDİRME TOPLANTISI
- 10-12 YENİ ÜYE; TAYSAN PLASTİK PROFİL GENEL MÜDÜRÜ**
YAŞAR BARBAROS ALTIOĞLU İLE SÖYLEŞİ
- 14-15 Genç BEYSADlılar İLE SÖYLEŞİ: KAHRAMAN KALIP PROJE SORUMLUSU**
ERENCAN KAHRAMAN
- 16-17 Genç BEYSADlılar İLE SÖYLEŞİ: MING KURUCUSU VE**
Genç BEYSADlılar ve BEYSAD YÖNETİM KURULU YEDEK ÜYESİ
MERVE YORGANCILAR İŞİTMAK
- 18 ESER ERGİNOĞLU**
BEYAZ EŞYADA YENİ REKABET: SKDM GENİŞLEMESİ
- 20-21 ERİNÇ ALBEY**
DİJİTAL VE YEŞİL DÖNÜŞÜMDE OLGUNLUK,
EKOSİSTEM VE STRATEJİK KÖPRÜLER
- 22 H. YÜCEL KOÇ**
KRİZLER VİRÜSTÜR, İMMÜNİTE ÇAREDİR
- 24 AV. ARZU GÜNCÜ**
2026 YILI ÇEVRE MEVZUATINDA KIRILMA NOKTASI:
SANAYİDE YEŞİL DÖNÜŞÜM VE STRATEJİK UYUM
- 26 HALUK SELVİ**
TARİHSEL DESEN: "DENGELENME TEORİSİ"
- 28-29 ANKET GÖRÜŞ YAZILARI**
- 30-31 AHMET SÜHA KOÇEL**
BAŞARI VE BAŞARILI İNSAN KİMDİR?
- 32 DR. MUSTAFA UĞUZ**
IoT BEYAZ EŞYA ÜRETİCİLERİ İÇİN YENİ BİR EŞİK:
YAPAY ZEKA UYUMU
- 34 PROF. DR. MERİH AYDINALP KÖKSAL**
EEDAL 2026: ENERJİ VERİMLİLİĞİNDE
KÜRESEL BULUŞMA ANTALYA'DA
- 36 FERHAN YILDIZ**
KOBİ'LER İÇİN KAPASİTE ARTIŞI VE
DİJİTAL DÖNÜŞÜM DESTEKLERİ
- 38 HABER: ALPLAS, DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ SERTİFİKASI**
ALMAYA HAK KAZANDI
- 40-41 RAKAMLAR**
- 42 TOPLANTILARIMIZ'DAN**



Aydın ARGUN
BEYSAD Yönetim Kurulu Üyesi
aydin.argun@prometmetal.com

ZAMANIN TESTİNDE ÜRETİM: TARİH, COĞRAFYA VE YENİ NESİL VİZYON

Mirasın Görünmez Ağırlığı ve Ortak Sorumluluğumuz

Sanayici ailelerin içinde, tezgahların arasında büyüyen bizler için üretim, sadece bir mühendislik hesabı değil; nesiller boyu süregelen bir "devamlılık" hikayesidir. İkinci kuşak temsilciler olarak devraldığımız bayrak, sadece kurulu bir düzeni işletmek değil; **birinci kuşak büyüklerimizin binbir emek ve özveriyle** inşa ettiği o temeller üzerinde, bugünün kaotik dünyasında bu mirası daha güvenli limanlara ulaştırma sorumluluğudur. Fabrikadaki o metal kokusu, bizler için sadece bir iş sahasını değil, korunması ve üzerine yeni değerler eklenmesi gereken bir kültürel hafızayı temsil ediyor.

Koleksiyonun ve Tarihin Öğrettikleri: Murmansk'tan Süveyş'e Lojistik Deha

İş hayatının rasyonel dünyasından sıyrılıp tarihle bağ kurduğumuzda, aslında sanayiciliğin temelinde yatan stratejik derinliği daha net kavırıyoruz. Özellikle 2. Dünya Savaşı dönemine ait objeleri ve belgeleri incelemek, bizlere tarihin akışını sadece ateş gücünün değil, "lojistik deha" ve "tedarik zinciri güvenliği"nin belirlediğini gösteriyor.

Örneğin; o dondurucu soğukta müttefikler için hayat damarı olan **Murmansk Konvoyları**'nın verdiği hayatta kalma mücadelesi veya **Süveyş Kanalı** üzerindeki o stratejik satranç hamleleri, bugün biz sanayicilerin "zamanında teslimat" (Just-in-Time) dediğimiz kavramın aslında ne kadar hayati olduğunu tarihsel kanıtlardır. Bir koleksiyon parçasına gösterilen o restorasyon titizliği, bugün Dünya'nın beyaz eşya devlerine ihraç edilen her bir parçanın kalite standartlarında hayat buluyor. Geçmişin disiplini, modern üretim hatlarındaki en büyük ortak kılavuzumuzdur.

Suyun Öte Yakası: Küresel Risklerin Gölgesinde Sanayicilik

Tarihsel perspektif, bizleri bugün dünyada yaşanan jeopolitik türbülanslara karşı da çok daha uyanık birer gözlemci kılıyor. Körfez bölgesindeki hareketlilik ve küresel riskler, artık sadece haber bültenlerinin konusu değil, üretim stratejilerimizin tam kalbinde yer alıyor. Suyun bir ucunda hızla yükselen ekonomiler, hemen karşısında ise "suyun diğer yakasında" komşu olan İran ile kurulan o hassas denge... Bu dar koridorlardaki en ufak bir sarsıntının, Dünya'daki herhangi bir montaj hattını nasıl durdurabileceğini analiz etmek, tıpkı 2. Dünya Savaşı'ndaki ikmal yollarını harita üzerinde takip etmek kadar kritik bir hal aldı.

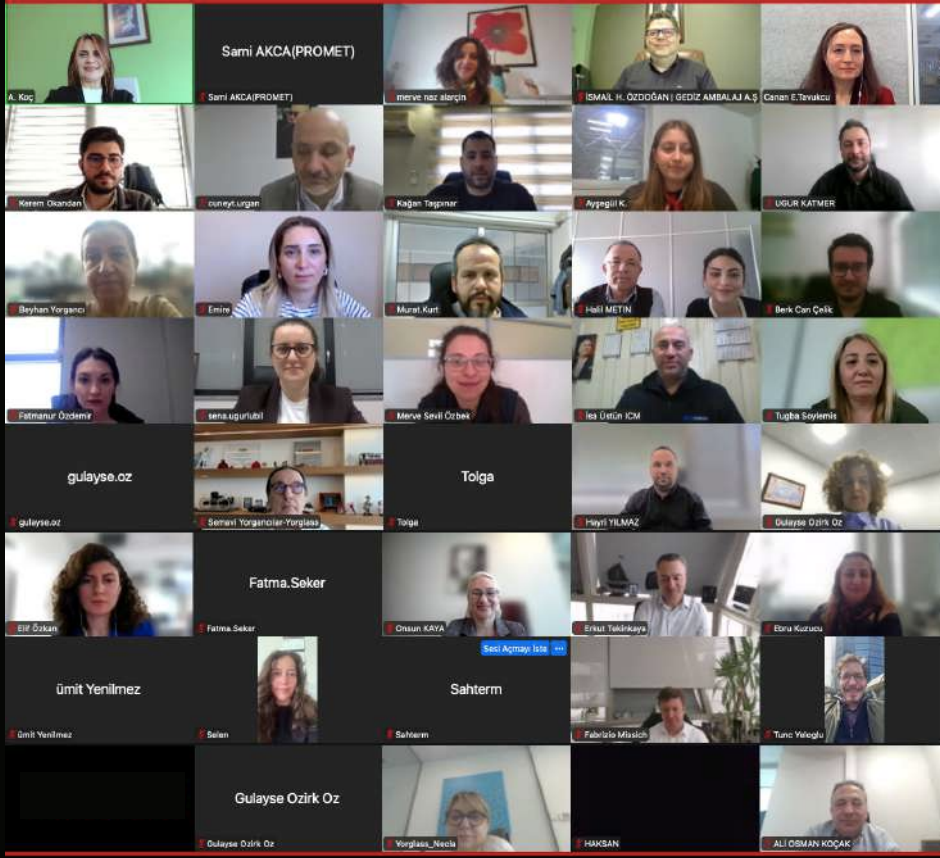
Coğrafyayı okuyamayan, riskin nereden geleceğini de kestiremez. **Bugün Türkiye'den Dünya'nın bir çok bölgesine, o tedarik zincirinin bir halkası olmak, sadece kaliteli mamül üretmek değildir. Aynı zamanda dünyayı bir strateji haritası gibi önümüze koyup; her türlü fırtınaya rağmen o "güvenli ikmal"i sürdürebilme becerisidir.**

Geleceğe Not: Ortak Değer Üretmek ve Sürdürülebilir Bir Miras

İkinci jenerasyon temsilcileri olarak bizlerin asıl sınavı, devraldığımız sarsılmaz iş ahlakını ve "sanatçı titizliğiyle" çalışan atölye kültürünü, bugünün dijitalleşen dünyası ve global vizyonuyla harmanlayabilmektir. Bizler, fabrikalarımızda sadece sacı, lamayı, bakırı, plastiği formlandırmıyoruz; aslında Türkiye'nin üretim gücünü küresel arenada temsil eden birer "güven halkası" inşa ediyoruz.

Kurucu nesillerin binbir güçlükte kurduğu bu tezgahları; bizlerin sadece işletmesi yetmez; onları yapay zekadan yeşil dönüşüme, ileri lojistik planlamadan küresel risk yönetimine kadar her alanda "yeniden tanımlamamız" gerekmektedir.

Unutmamalıyız ki; tarih sadece kazananları değil, zor zamanlarda strateji üretenleri ve rotasını doğru çizenleri de yazar. Bugün Avrupa'nın kalbindeki bir cihazın çok kritik parçasını üretiyor olmak, bizlere sadece ticari bir sorumluluk değil, aynı zamanda ülkemizin sanayi hafızasını geleceğe taşıma görevi yükler. Günün sonunda en kıymetli koleksiyon, bizzat inşa edilen bu karşılıklı güven ve kalite mirası; arkada bırakılan sağlam, dirençli ve dünyayla entegre bir "üretim kültürü" olacaktır. Bizden sonraki kuşaklara sadece makineler değil, dünyayı okuyan birer zihin yapısı devretmek, hepimizin ortak gayesidir.



 **arçelik**

BEYSAD
BEYAZ EŞYA YAN SANAYİCİLER DERNEĞİ
WHITE GOODS SUPPLIERS ASSOCIATION

BEYSAD'DAN ARÇELİK İŞBİRLİĞİ İLE "SANAYİ HIZLANDIRICI YASASI VE SKDM: BEYAZ EŞYA TEDARİK ZİNCİRİ İÇİN FIRSAT & RİSKLER" BİLGİLENDİRME TOPLANTISI

Arçelik işbirliği ile, 14 Nisan Salı günü yaklaşık 40 kişilik katılımıla "Sanayi Hızlandırıcı Yasası ve SKDM: Beyaz Eşya Tedarik Zinciri İçin Fırsat & Riskler" bilgilendirme toplantısı, online olarak gerçekleştirildi.



BEYSAD olarak önemli bir bilgilendirme etkinliğine daha ev sahipliği yapabildiğimiz ve bu önemli toplantıda **Arçelik Resmi ve Sektörel İlişkiler Direktörü Sayın Canan Ergün Tavukçu**'yu konuk edebildiğimiz için çok mutlu ve gururluyuz. Toplantının ilgili konu dahilinde çok verimli geçtiğini söylemekten mutluluk duyarız.

Toplantıda, AB'nin son dönemde değişen sanayi ve ticaret politikalarının Türkiye Beyaz Eşya Sektörü üzerindeki etkileri ve fırsatlar ele alındı. Özellikle SKDM/CBAM, "Made in EU" yaklaşımı ve Sanayi Hızlandırıcı Yasa Taslağı'nın tedarik zincirlerine yansımaları değerlendirildi. SKDM kapsamında sunum yapan Canan E. Tavukçu, karbon düzenlemelerinin tedarik zincirlerini nasıl etkilediğini; özellikle emisyon raporlama yükümlülükleri ve çelik ile alüminyum gibi temel girdiler üzerinden oluşabilecek maliyet baskılarını ele aldı. Sunumda ayrıca AB düzenlemelerinin genişleyen kapsamı, Gümrük Birliği çerçevesinde Türkiye'nin konumu ve AB'nin Hindistan gibi ülkelerle yürüttüğü STA'ların yaratabileceği rekabet baskıları vurgulandı.

Katılımcılar karbon hesaplamaları, Türkiye'de SKDM uyumu ve tedarik zinciri ile ürün tasarımı üzerinden emisyon azaltım fırsatları hakkında sorular yöneltti. Görüşme, AB'nin yeni sanayi politikası yaklaşımı ve Türkiye'nin ticari ilişkilerde ve düzenlemelerdeki potansiyel değişikliklere hazırlanması ihtiyacı hakkındaki tartışmalarla sona erdi.

Katılım ve kıymetli katkılarından dolayı
BEYSAD üyelerine teşekkür ederiz.
"Birlikte çok daha güçlüyüz."

BEYSAD – IN COOPERATION WITH ARÇELİK "INDUSTRY ACCELERATOR ACT AND CBAM: OPPORTUNITIES & RISKS FOR THE HOME APPLIANCE SUPPLY CHAIN" INFORMATION SESSION

In cooperation with Arçelik, on Tuesday, April 14, an online information session titled "Industry Accelerator Act and CBAM: Opportunities & Risks for the Home Appliance Supply Chain" was held with the participation of around 40 attendees.

As BEYSAD, we are proud and delighted to have hosted another important information event and to have welcomed **Ms. Canan Ergün Tavukçu, Arçelik's Director of Corporate and Sectoral Relations**, as our guest speaker. We are pleased to note that the meeting proved to be highly productive within the scope of the topic.

During the session, the impacts and opportunities of the EU's recent changes in industrial and trade policies on Turkey's home appliance sector were discussed. In particular, CBAM, the "Made in EU" approach, and the draft Industry Accelerator Act were evaluated in terms of their reflections on supply chains. In her presentation, Canan E. Tavukçu addressed how carbon regulations affect supply chains, especially the reporting obligations on emissions and the potential cost pressures arising from key inputs such as steel and aluminum. The presentation also highlighted the expanding scope of EU regulations, Turkey's position within the Customs Union framework, and the competitive pressures that may result from the EU's free trade agreements with countries such as India.

Participants raised questions on carbon accounting, CBAM compliance in Turkey, and opportunities for emission reduction through supply chain management and product design. The meeting concluded with discussions on the EU's new industrial policy approach and Turkey's need to prepare for potential changes in trade relations and regulatory frameworks.

We sincerely thank BEYSAD members
for their participation and valuable contributions.
"Together, we are much stronger."

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.

YENİ
ÜYE**Yaşar Barbaros ALTIOĞLU**

Genel Müdür / General Manager

**TAYSAN PLASTİK PROFİL:**

Ekstrüzyon Sektöründeki Liderlik ve Çevik Üretim Vizyonu Sektörün Geleceği:
Salt Tedarikçi Olmaktan, Stratejik Çözüm Ortaklığına Dönüşüm

TAYSAN PLASTIC PROFILE:

Leadership in the Extrusion Sector and a Vision of Agile Production
The Future of the Industry: From Mere Supplier to Strategic Solution Partner

Sizi tanıyabilir miyiz?

2002 yılında Halil Kale Fen Lisesi'nden, 2006 yılında ise İstanbul Kültür Üniversitesi Endüstri Mühendisliği ve Bilgisayar Mühendisliği bölümlerinden mezun oldum. Mühendislik eğitimi sonrasında, küresel iş dünyasının dinamiklerini ve stratejik yönetim vizyonunu derinlemesine kavramak adına MBA (İşletme Yönetimi Yüksek Lisansı) programını tamamladım. Yazılım ve bilişim teknolojilerindeki uygulamalı yetkinliğimi, sahadaki derin üretim ve süreç yönetimi tecrübemle harmanlayarak sanayideki dijital dönüşümü teoride değil, bizzat imalatın ve operasyonun kabinde yönetiyorum. Bugün Taysan Plastik Profil'in tüm operasyonlarından sorumlu Genel Müdürü olarak; sadece makine parkurlarına değil; veriye, sürdürülebilirliğe ve entegre sistemlere dayalı, geleceğin sanayi vizyonuna uygun bir stratejiyle şirketimize liderlik ediyorum.

Firmanız ve yaptığınız çalışmalara ilişkin bilgi verir misiniz?

Taysan Plastik Profil, 1995 yılında faaliyetlerine başlamış köklü bir mühendislik ve üretim firmasıdır. Yıllar içerisinde üretim altyapısını ve teknik bilgi birikimini sürekli geliştirerek, bugün plastik ekstrüzyon alanında sektörün lider firmalarından biri konumuna ulaşmıştır. İstanbul ve Manisa'daki üretim tesislerimizde, 30 yılı aşkın mühendislik deneyimini modern üretim teknolojileriyle birleştirerek yüksek hacimli ve katma değerli seri üretim gerçekleştiriyoruz. Kendi içimizdeki entegre üretim yeteneğimiz sayesinde, ana sanayimize yalnızca bir ürün tedarikçisi olarak değil, tasarım aşamasından hat sonuna kadar güvenilir bir mühendislik ortağı olarak hizmet veriyoruz.

Taysan'ın kurum kültürünü ve insan kaynağını nasıl yönetiyorsunuz?

Taysan'da beni en çok heyecanlandıran unsurların başında yakaladığımız "Kuşak Sinerjisi" geliyor. 30 yılı aşkın köklü geçmişimizden süzülüp gelen, sahanın tozunu yutmuş ustalarımızın muazzam bir "imalat ve teknik hafızası" var. Liderlik vizyonumun temelinde; bu derin tecrübeyi, Z kuşağı genç mühendislerimizin dijital yetkinlikleri ve yenilikçi bakış açılarıyla aynı potada eritmek yatıyor. Ustalarımızın sahaya dair eşsiz sezgileri, genç mühendislerimizin veriye dayalı analitik yaklaşımlarıyla birleştğinde ortaya inanılmaz bir operasyonel zeka çıkıyor. Modern araçları, geleneksel iş ahlakıyla birleştiren bu kültürel uyum, Taysan'ın en büyük gizli güçlerinden biridir.

Sizi rakiplerinizden ayıran özellikleriniz nelerdir?

Bizi rakiplerimizden ayıran en belirgin stratejik avantaj, müşterilerimize sunduğumuz 'Tedarik Zinciri Güvenliği' ve 'İş Sürekliliği' garantisidir. İstanbul ve Manisa'daki iki büyük üretim tesisimizin varlığı yalnızca kapasite artışı değil, aynı zamanda kusursuz bir risk yönetimi aracıdır. Olası bir bölgesel sıkıntıya veya acil durum senaryosunda üretimi, anında diğer lokasyonumuza kaydırabiliyor, ana sanayimizin üretim bantlarının bir saniye bile durmamasını sağlıyoruz. Bu çok lokasyonlu operasyonel kabiliyetimizle, ana sanayi için zor zamanlardaki

Could you introduce yourself?

I graduated from Halil Kale Science High School in 2002, and from Istanbul Kültür University in 2006 with degrees in Industrial Engineering and Computer Engineering. Following my engineering education, I completed an MBA program to gain a deeper understanding of global business dynamics and strategic management vision. By combining my applied expertise in software and information technologies with extensive experience in production and process management, I manage industrial digital transformation not just in theory, but at the very heart of manufacturing and operations. Today, as the General Manager responsible for all operations of Taysan Plastik Profil, I lead our company with a strategy aligned with the vision of future industry—based not only on machinery, but also on data, sustainability, and integrated systems.

Could you tell us about your company and its work?

Founded in 1995, Taysan Plastic Profile is a well-established engineering and manufacturing company. Over the years, it has continuously developed its production infrastructure and technical know-how, becoming one of the leading firms in plastic extrusion today. At our production facilities in Istanbul and Manisa, we combine over 30 years of engineering experience with modern manufacturing technologies to deliver high-volume, value-added serial production. Thanks to our integrated production capabilities, we serve our main industry not merely as a product supplier, but as a reliable engineering partner from the design stage to the end of the line.

How do you manage Taysan's corporate culture and human resources?

What excites me most at Taysan is the "Generational Synergy" we have achieved. Our masters, who have spent decades on the shop floor, carry an extraordinary "manufacturing and technical memory." My leadership vision is built on blending this deep experience with the digital skills and innovative perspectives of our Gen Z engineers. When the unique intuition of our seasoned experts meets the data-driven analytical approaches of young engineers, an incredible operational intelligence emerges. This cultural harmony—combining modern tools with traditional work ethics—is one of Taysan's greatest hidden strengths.

What distinguishes you from your competitors?

Our most significant strategic advantage is the "Supply Chain Security" and "Business Continuity" guarantee we provide to our customers. The presence of two major production facilities in Istanbul and Manisa is not only about increased capacity but also a flawless risk management tool. In case of regional difficulties or emergency scenarios, we can instantly shift production to the other location, ensuring that our customers' production lines never stop for even a second. With this multi-location operational capability, we

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



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

Manisa Fabrika / Manisa Plant

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

Plato Elyaf Tekstil - Uşak Fabrika / Uşak Plant

401. Cad No:18 64000 Tekstil OSB / Uşak Merkez - Uşak / TÜRKİYE

Tel:+90 236 999 19 96 (pbx) ♦ e-mail: info@punteks.com



www.punteks.com

en güçlü stratejik güvencelerden biri konumundayız.

Hangi sektörlerle hizmet veriyorsunuz?

Taysan, beyaz eşya sektöründeki güçlü ve köklü varlığının yanı sıra; market raf sistemleri, aydınlatma ve inşaat gibi farklı endüstriyel alanlara da yüksek hassasiyetli ekstrüzyon profil çözümleri sunmaktadır. Sektörel çeşitliliği ve dengeli bir portföy yapısını operasyonel bir güç olarak görüyor, üretim yeteneklerimizi tek bir odakla sınırlamıyoruz. Küresel gelişmeleri sadece takip etmekle kalmıyor, mühendislik çözümlerimizle uluslararası pazarlara yön veriyoruz; örneğin perakende ve raf sistemlerindeki en yeni teknolojilerimizi ve yenilikçi ürünlerimizi dünya vitrinine çıkarmak adına yakın zamanda Düsseldorf'taki EuroShop 2026 fuarında katılımcı firma olarak yer aldık ve çok güçlü küresel iş birliklerinin temelini attık. Çevik yapımız sayesinde farklı sektörlerin spesifik tolerans ve kalite beklentilerine çok hızlı adapte olabiliyoruz.

İhracat faaliyetlerinizden bahsedebilir misiniz?

İhracat stratejimizi "hacimsel bir sıçrama" yerine, "kalıcı ve sürdürülebilir değer yaratma" üzerine kuruyoruz. İç pazardaki güçlü lider konumumuzu korurken, dış pazarlarda da Taysan markasının mühendislik kalitesini yansıtacak uzun vadeli B2B iş birlikleri geliştiriyoruz. İhracatta rekabet gücümüzü fiyat odaklı değil, kalite, hız ve mühendislik çözümleri üzerinden konumlandırıyoruz.

Yeni yatırım, Ar-Ge ve Sürdürülebilirlik odaklı çalışmalarınız nelerdir?

Yeni yatırımlarımızın ve Ar-Ge stratejimizin merkezinde, üretim hattı verimliliğini artırmak ve ürün portföyümüzü teknolojik olarak daha ileriye taşımak yatıyor. Ar-Ge departmanımız; ana sanayimizin montaj süreçlerini hızlandıracak, mukavemeti yüksek ancak ağırlığı optimize edilmiş daha inovatif profil kesitleri ve alternatif polimer çalışmalarını üzerinde yoğun mesai harcıyor.

Bununla birlikte, dünyanın gündemindeki Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması gibi kuralları bir yük değil, rekabet avantajı olarak görüyoruz. Enerji verimliliği maksimize edilmiş ekstrüzyon hatlarımızla fira oranlarımızı en aza indiriyor ve "sıfır atık" prensibiyle plastiğin döngüsel ekonomiye kazandırılmasını sağlıyoruz. Ana hedefimiz; yüksek mühendislik içeren, karbon ayak izi düşük ve yenilikçi bir çözüm ortağı olmaktır.

2026 yılı makroekonomik öngörüleriniz ve risk yönetimi stratejileriniz nelerdir?

Küresel emtia döngüleri ve faiz politikalarının yanı sıra, özellikle küresel ticaret rotalarındaki jeopolitik gerginliklerin ve bölgesel istikrarsızlıkların lojistik koridorlarda yarattığı kırılmalar, günümüzde tepe yönetimin doğrudan yönetmesi gereken stratejik risklerdir. 2026'nın geri kalanında tedarik zincirlerindeki bu dinamik değişimleri yakından izliyoruz. Finansal rasyolarımızı güçlü tutarak, enflasyonist baskılara ve emtia fiyatlarındaki ani hareketlere karşı şirketimizin pozisyonunu rasyonel bir şekilde koruyoruz. Operasyonel esnekliğimiz ve iki farklı üretim üssümüz sayesinde, küresel tedarik zinciri krizlerini bile aynı stabilite ile yönetebilecek güçlü bir altyapıya sahibiz.

Sanayi 4.0 ve dijitalleşme konusunda neler yapıyorsunuz?

Sahip olduğum mühendislik vizyonunu üretim süreçlerine yansıtarak bu konuyu masamdaki en hayati başlıklardan biri olarak ele alıyorum. Dijitalleşmeyi fabrikaya kurulan bir yazılım olarak değil, bir "düşünce biçimi" olarak değerlendiriyoruz. İş süreçlerimizi yalnızca ERP üzerinden yürütmekle kalmıyor; üretimin en uç noktalarına kadar inen veri toplama sistemleriyle planlama ve takip mekanizmalarını şeffaflaştırıyoruz. Her iki fabrikamızdan akan veriyi anlık olarak işliyor, karar alma süreçlerimizde hislerden ziyade veri analitiğini kullanıyoruz. Bu da bize olası sapmaları henüz gerçekleşmeden kestirme ve anında müdahale etme çevikliği kazandırıyor.

BEYSAD'a ilişkin görüşleriniz ve beklentileriniz nelerdir?

BEYSAD, beyaz eşya yan sanayi sektörünün global rekabet gücünü artıran, temsil kabiliyeti çok yüksek, son derece stratejik bir çatı kuruluştur. Derneğimizin ana sanayi ile yan sanayi arasındaki köprü rolünü paha biçilemez buluyorum. BEYSAD'dan önümüzdeki süreçteki temel beklentimiz; yan sanayinin az önce bahsettiğim "Yeşil Dönüşüm" ve "Sanayi 4.0" entegrasyonuna rehberlik edecek teknik eğitimleri daha da yaygınlaştırması, uluslararası pazarlara yönelik derinlemesine analizler sunması ve sektörel dayanışmayı ortak veri paylaşım havuzlarıyla daha sistematik bir yapıya kavuşturmasıdır. Bu vesileyle, Türk sanayisine değer katan tüm BEYSAD yönetimine ve paydaşlarına teşekkürlerimi sunarım.



stand as one of the strongest strategic assurances for our main industry in challenging times.

Which industries do you serve?

In addition to our strong and established presence in the white goods sector, Taysan also provides high-precision extrusion profile solutions for market shelving systems, lighting, and construction industries. We view sectoral diversity and a balanced portfolio as operational strengths, refusing to limit our production capabilities to a single focus. We don't just follow global developments—we shape international markets with our engineering solutions. For example, we recently participated

in EuroShop 2026 in Düsseldorf to showcase our latest retail and shelving technologies and innovative products, laying the foundation for strong global collaborations. Thanks to our agile structure, we can quickly adapt to the specific tolerance and quality expectations of different industries.

Could you talk about your export activities?

Our export strategy is built not on "volumetric leaps" but on "creating lasting and sustainable value." While maintaining our strong leadership position in the domestic market, we develop long-term B2B partnerships abroad that reflect the engineering quality of the Taysan brand. We position our competitive strength in exports not on price, but on quality, speed, and engineering solutions.

What are your new investments, R&D, and sustainability-focused initiatives?

At the core of our new investments and R&D strategy lies the goal of increasing production line efficiency and advancing our product portfolio technologically. Our R&D department is intensely focused on developing innovative profile sections and alternative polymers with optimized weight yet high strength, designed to accelerate assembly processes for our main industry.

At the same time, we view global regulations such as the European Green Deal and the Carbon Border Adjustment Mechanism not as burdens but as competitive advantages. With extrusion lines optimized for energy efficiency, we minimize waste rates and ensure plastics are reintegrated into the circular economy under the "zero waste" principle. Our ultimate goal is to be a high-engineering, low-carbon-footprint, and innovative solution partner.

What are your macroeconomic forecasts and risk management strategies for 2026?

Beyond global commodity cycles and interest rate policies, the geopolitical tensions and regional instabilities affecting global trade routes and logistics corridors are strategic risks that top management must directly address today. We closely monitor these dynamic changes in supply chains throughout 2026. By maintaining strong financial ratios, we rationally protect our company against inflationary pressures and sudden movements in commodity prices. Thanks to our operational flexibility and dual production bases, we have the robust infrastructure to manage even global supply chain crises with stability.

What are you doing in terms of Industry 4.0 and digitalization?

Reflecting my engineering vision into production processes, I treat this as one of the most vital topics on my agenda. We see digitalization not as software installed in a factory, but as a "way of thinking." We don't just run our processes through ERP; we also implement data collection systems that extend to the farthest points of production, making planning and monitoring mechanisms transparent. We process real-time data from both factories, relying on data analytics rather than intuition in decision-making. This gives us the agility to predict potential deviations before they occur and intervene instantly.

What are your views and expectations regarding BEYSAD?

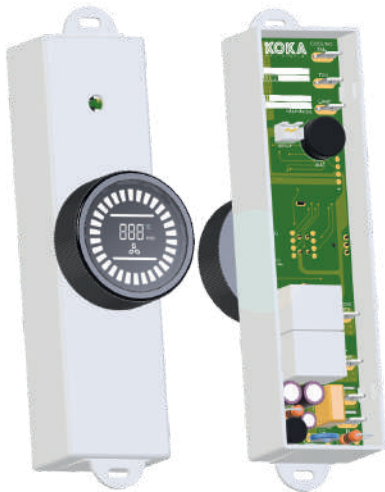
BEYSAD is a highly strategic umbrella organization that enhances the global competitiveness of the white goods supply industry with strong representation on capacity. I find its role as a bridge between main industry and supply industry invaluable. Our key expectation from BEYSAD in the coming period is to further expand technical training that will guide the supply industry's "Green Transformation" and "Industry 4.0" integration, provide in-depth analyses of international markets, and systematize sectoral solidarity through shared data pools. On this occasion, I extend my gratitude to the entire BEYSAD management and stakeholders who add value to Turkish industry.



Mini Oven Controller



Modernize your mini-oven product line with our compact, user-friendly, rotary encoder interface controller.



- All-in-One Design
- Push-Turn Rotary Knob with Integrated Digital Display
- Precision Closed-Loop Digital Temperature Control
- Engineered for Low Standby Power Consumption
- Designed for Easy Assembly
- Patent Pending (2024-019330)



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, Shiyao
Baoan, Shenzhen, Guangdong P.R.C.



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



Genç Söyleşi BEYSADlılar

Erengan KAHRAMAN

Kahraman Kalıp
Proje Sorumlusu

1991 İstanbul doğumluyum. Sultanahmet Endüstri Meslek Lisesi'nden mezun olduktan sonra İstanbul Arel Üniversitesi'nde Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümünü tamamladım. 2000 yılında şirketleşerek faaliyet gösteren, birçok sektöre metal, plastik ve montajlı parça üretimi yapabilen Kahraman Kalıp firmasında Proje Sorumlusu görevim ile elimden geldiğince firmamızda katma değerli projeler üretmeye çalışıyoruz. BEYSAD bünyesinde bulunmaktan ve bu çatı altındaki diğer firmaların kimisi ile müşteri, kimisi ile tedarikçi olarak ilişki içinde olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz.

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?

Bence gerçek girişimci, sadece sermaye koyan değil; risk alabilen, problem çözebilen ve değişime hızlı adapte olabilen kişidir. Özellikle sanayi sektöründe girişimcilik, çoğu zaman dışarıdan görüldüğü kadar kolay değildir. Bir ürün ortaya koyabilmek için teknik bilgi, operasyon yönetimi, insan ilişkileri ve kriz yönetimi aynı anda yürütülmelidir. Bu nedenle girişimcinin en önemli kriterinin "istikrarlı mücadele gücü" olduğunu düşünüyorum.

Yurt dışındaki girişimcilere baktığımızda sistemin daha oturmuş olduğunu görüyoruz. Finansmana erişim, teknoloji yatırımı, marka bilinci ve kurumsallaşma süreçleri daha güçlü ilerliyor. Türkiye'de ise girişimci çoğu zaman aynı anda hem üretici hem satıcı, hem finansçı hem de kriz yöneticisi olmak zorunda kalıyor. Bu durum zorlayıcı olsa da Türk girişimcisinin reflekslerini ve çözüm üretme becerisini oldukça geliştiriyor.

Başarının temelinde genellikle sürdürülebilirlik ve uzmanlaşma yatıyor. Her alana dağılmak yerine belirli bir konuda derinleşen firmalar uzun vadede daha sağlam ilerliyor. Hatanın temelinde ise hızlı büyüme isteğiyle altyapıyı ihmal etmek, plansız yatırım yapmak ve değişen teknolojilere adapte olamamak bulunuyor.

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?

Bugün sanayi firmalarında aynı anda çok farklı jenerasyonlar birlikte çalışıyor. Bu, aslında büyük bir avantaj. Çünkü tecrübeyle dinamizm aynı ortamda buluşuyor. Eski kuşakların saha deneyi-

mi ve kriz yönetimi gücü, genç neslin teknolojiye yatkınlığı ve hızlı adaptasyon becerisiyle birleştiğinde çok güçlü bir yapı ortaya çıkıyor.

Ancak bunun sağlıklı ilerleyebilmesi için iletişim kültürü çok önemli. Genç çalışanların fikirlerini rahatça ifade edebildiği, deneyimli çalışanların ise bilgilerini aktarabildiği bir ortam oluşturulmalı. Sadece "iş yaptırın" değil, aynı zamanda gelişim sağlayan şirketler daha verimli hale geliyor.

Bence kuşaklar arası etkileşimin en önemli noktası karşılıklı saygı. Gençlerin tecrübeyi küçümsememesi, büyüklerin de yeni neslin bakış açısını anlamaya çalışması gerekiyor. Özellikle dijitalleşme sürecinde bu denge çok daha kritik hale geldi.

Sizin bu süreciniz nasıl gerçekleşti?

Ben açıkçası kendimi bildim bileli bu işin içindeyim diyebilirim. Firmamız aslında 1996 yılında küçük bir atölye olarak başlamıştı. Ben o yakın yıllarda yani yaklaşık 7-8 yaşında bile babamla beraber işe girdim. Babam atölyede kendi işini yapar ben de kenarda bir tahta parçasına çivi çakıp oyun oynardım. Ortaokul ve lise dönemlerimde her tatil dönemlerinde firmada ve her sene farklı bir bölümünde babam yer almam için beni yönlendirdi. Şu andaki konumum ve bilgim tamamen babamın beni yönlendirmesi (zorlaması 😊) sayesinde oluştu diyebilirim. Günümüzde biz 2 ayrı kuşak olarak birçok konuda ortak fikirde buluşabiliyoruz ve ortak dili konuşabiliyoruz. Elbette örtüşemediğimiz noktalar oluyor fakat bir şekilde yine de birbirimizi dinleyerek mantıklı olanda birlikte karar kılıyoruz diyebilirim.

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

Yeni nesil çalışanlar artık sadece maaşa odaklanmıyor. Kendini geliştirebileceği, değer göreceği ve aidiyet hissedebileceği ortamlar arıyor. Eğer çalışan, yaptığı işin bir parçası olduğunu hissetmiyorsa çok hızlı şekilde farklı seçeneklere yöneliyor.

Özellikle gençlerde "anamlı iş yapma" isteği çok arttı. Sürekli aynı işi yapan, gelişim imkânı bulamayan çalışanların şirkete bağlılığı azalıyor. Bunun yanında dijital dünyada fırsatların görünürlüğü arttığı için insanlar alternatifleri çok daha kolay görebiliyor.

Benim gözlemim şu: **Genç çalışanları elde tutabilen firmalar, sadece ücret veren değil; eğitim sağlayan, fikir dinleyen ve gelişim fırsatı sunan firmalar oluyor. İyileştirmenin temel noktası iletişim ve kariyer planlaması.** İnsanlar geleceğini göremediği yerde uzun süre kalmak istemiyor.

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 sürdürülebilirlik konusu giderek daha fazla gündeme geliyor ancak hâlâ birçok yerde bunu sadece “zorunlu prosedür” olarak gören bir yaklaşım mevcut. **Oysa sürdürülebilirlik sadece çevreyi korumak değil; enerji verimliliği, kaynak yönetimi ve uzun vadeli üretim güvenliği anlamına geliyor.**

Özellikle sanayi tarafında atık yönetimi, enerji tüketimi ve verimli üretim süreçleri artık rekabet avantajı haline geldi. Avrupa ile çalışan firmalar için bu konu artık bir tercih değil, zorunluluk. Yeni nesil bu konuda çok daha bilinçli. Özellikle üretimin çevreye etkisi, geri dönüştürülebilir malzemeler ve enerji tüketimi konusunda daha hassaslar. Bence gelecekte çevresel sürdürülebilirliği önemsemeyen firmaların marka değeri ciddi şekilde zarar görecektir.

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?

Dijital dönüşüm sadece toplantıları online yapmak değildir. Asıl dönüşüm; verinin yönetilmesi, süreçlerin dijitalleşmesi ve karar mekanizmalarının hızlanmasıdır. Eskiden dijital araçlar yardımcı sistemlerdi, bugün ise işin merkezine yerleşmiş durumda. Artık üretim planlamasından kalite kontrol süreçlerine, stok yönetiminin müşteri ilişkilerine kadar her şey veri odaklı ilerliyor.

Sanayide dijital dönüşüm; CAD/CAM altyapıları, ERP sistemleri, otomasyon, yapay zekâ destekli analizler ve üretim takibi gibi alanlarda kendini gösteriyor. Bence Türkiye’de bu dönüşüm başladı ancak özellikle KOBİ tarafında hâlâ ciddi gelişim alanı var. Teknolojiye yatırım kadar, insan kaynağını bu dönüşüme hazırlamak da çok önemli. Biz Kahraman Kalıp olarak 2016 yılında ERP sistemini kendi içimizde başlattık ve operasyonel olarak devreye almamız, stokların takip edilebilirliği, personellerin sisteme alışması ancak 2 sene sürdü. Fakat şu anda bu sistem sayesinde birçok sektöre izlenebilirlik anlamında hem

proses, hem kalite, hem muhasebe açısından geriye dönük veri işleyebiliyoruz.

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?

Bugün sanayici olmak artık sadece üretim yapmak anlamına gelmiyor. Aynı zamanda teknolojiye yatırım yapmak, veri yönetmek ve hızlı adapte olmak gerekiyor. Avantaj tarafında çok büyük fırsatlar var. Yapay zekâ destekli tasarım süreçleri, otomasyon sistemleri, dijital simülasyonlar ve hızlı prototipleme gibi teknolojiler üretim hızını ve kaliteyi ciddi şekilde artırıyor. Özellikle 3D tasarım ve eklemeli imalat teknolojileri birçok sektörü dönüştürmeye başladı.

Dezavantaj tarafında ise dönüşüm hızına yetişme baskısı bulunuyor. Teknoloji çok hızlı değişiyor ve özellikle KOBİ’ler için yatırım maliyetleri ciddi bir yük oluşturabiliyor. Bunun yanında nitelikli teknik personel bulmak da giderek zorlaşıyor.

Ancak şunu net söyleyebilirim: **Dijital dönüşüme adapte olamayan üretim firmalarının gelecekte rekabet gücünü koruması çok zor olacak.**

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

Son yıllarda yaşanan pandemi, savaşlar ve küresel krizler bize şunu gösterdi: Dünya artık çok daha kırılgan ve aynı zamanda çok daha bağlantılı bir yapıya sahip.

Özellikle tedarik zinciri krizleri sanayicilere yerli üretimin, esnek üretim altyapısının ve hızlı adaptasyonun ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Artık sadece ucuz üretim yapmak yeterli değil; sürdürülebilir, güvenilir ve hızlı üretim yapabilmek gerekiyor.

Ben, gelecekte üretim gücü olan ülkelerin daha avantajlı olacağını düşünüyorum. Türkiye’nin bu noktada önemli bir potansiyeli var. **Genç nüfusumuz, üretim kültürümüz ve stratejik konumumuz büyük avantaj sağlıyor.**

Önümüzdeki dönemde teknoloji ile üretimi birleştirebilen, sürdürülebilirliği önemseyen ve insan kaynağına yatırım yapan firmaların çok daha güçlü hale geleceğine inanıyorum.



Genc Söyleşi BEYSADlılar

Merve YORGANCILAR İŞİTMAK

Ming Kurucusu
Genç BEYSADlılar ve
BEYSAD Yönetim Kurulu Yedek Üyesi

Üretimde Dijital Dönüşümün Eksik Halkası: Çalışan Deneyimi

Dijital dönüşümü bugün nereye konumlandırıyorsunuz? Kurumlar için ne ifade ediyor?

Dijitalleşme uzun yıllar boyunca kurumların operasyonel hızını artıran bir araç olarak konumlandı. Günümüzde ise kurumsal dayanıklılığın temel belirleyicisi haline geldi. Artık meselenin süreçleri otomatikleştirmek olmadığını düşünüyorum. Dijital dönüşümün hedefinde değişken ekonomik koşullara, siber tehditlere, yetenek savaşlarına ve sürdürülebilirlik baskılarına karşı organizasyonları dirençli kılmak var.

Şirketlerin dijitalleşme süreçlerinde sürdürülebilirliği sağlamak neden bu kadar kritik hale geldi?

Sürdürülebilirlik artık çevresel etkileri azaltmanın çok ötesinde; veri bütünlüğü, kapsayıcı erişim, şeffaf süreç yönetimi ve uzun vadeli kültürel dönüşüm gibi unsurları kapsayan bir gereklilik. Çalışan verisinin onlarca sistemde dağınık olduğu ortamlarda dijitalleşme görünürde ilerler fakat sürdürülebilir olmaz. **Ming'in yaklaşımı bu nedenle tekil çalışan kimliği, sürekli veri akışı ve erişilebilir arayüz üzerine kurulu.** Kurumsal mail adresi olmadan tüm çalışanların bordrodan izin yönetimine, öneri sisteminden üretim verilerine kadar aynı platformdan sürece dahil olması sürdürülebilir dijitalleşmenin en somut örneği. Bu yapı hem kurumların kaynak maliyetini hem de karbon maliyetini ciddi biçimde düşürüyor.

Peki sahaya inince nasıl bir tabloyla karşılaşıyorsunuz? Şirketlerin en sık yaptığı hatalar neler?

Sanayi şirketleri son yıllarda dijital dönüşüm için ciddi yatırımlar yapıyor: ERP, üretim takip yazılımları, insan kaynakları platformları, veri analitiği. Ama sahaya inince ilginç bir tabloyla karşılaşıyoruz; sistemler dijitalleşirken çalışan deneyimi aynı hızla dönüşmüyor. Birçok üretim tesisinde izin talepleri hâlâ kağıtla takip ediliyor, duyurular panodan okunuyor, geri bildirim çoğu zaman yönetime ulaşmadan kayboluyor. Bir tarafta milyonlarca liralık sistem yatırımı, diğer tarafta analog kalmış bir günlük deneyim.

En sık yapılan hata, dijital dönüşümü bir IT yatırımı olarak görmek ve kültürel dönüşüm boyutunu görmezden gelmek. Türkiye'de mavi yaka çalışanların kurumsal e-posta sahibi

olmaması tipik bir örnek; çalışan sisteme ulaşamıyorsa veri girişleri kesiliyor, raporlama bozuluyor, süreçler kâğıda geri dönüyor. Ming'in mail gerektirmeyen mimarisi ve SAP, HRMS, PDKS, Active Directory gibi sistemlerle kurduğu entegrasyonlar tam olarak bu sorunu çözüyor. Bir diğer kritik hata ise veri orkestrasyonunu planlamadan sistem eklemeye devam etmek. Performans, eğitim, öneri, vardiya, iletişim, iş güvenliği gibi uygulamaların birbirinden kopuk çalışması sürdürülebilir dijitalleşmenin önündeki en büyük engel. Bunun yanında güvenliğin bireysel uygulamalara bırakılması da büyük bir risk. WhatsApp gibi platformlarda yürüyen iç iletişim hem KVKK riskine hem de kontrolsüz bilgi akışına neden oluyor. **Ming'in denetlenebilir ve uçtan uca şifreli iletişim altyapısı bu riskleri tamamen ortadan kaldırıyor.**

Veri mimarisinin bu dönüşümdeki rolünü ve yapay zekâyla ilişkisini nasıl kuruyorsunuz?

Günümüz dijital dönüşümünün merkezinde veri var. Ancak veri tek başına değer üretmez. Dağınık, kopuk ve bağlamdan uzak veri, karar kalitesini artırmak yerine karmaşayı büyütür. Kurumların bugün karşı karşıya olduğu en büyük sorunlardan biri de bu; insan kaynakları, üretim, operasyon, iletişim ve güvenlik verilerinin onlarca sistemde parçalı şekilde tutulması. Görünürde dijital olan bu yapı gerçekte sürdürülebilir değil.

Yapay zekâyı karşı değiliz; tam tersine, geleceğin önemli bölümünün orada olduğuna inanıyoruz. Ama yapay zekânın değer üretebilmesi için önce doğru, bütünlüklü ve erişilebilir veriye ihtiyaç var. Eğer performans verisi bir sistemde, devamsızlık kaydı başka bir sistemde, eğitim geçmişi farklı bir platformda tutuluyorsa ortaya çıkan analiz eksik bir resim sunar. Bu nedenle geliştirdiğimiz Data Orchestration Layer, ERP, HRMS, PDKS ve IoT sistemlerinden gelen veriyi tek çalışan kimliğinde birleştiriyor. Turnover riski, motivasyon eğrileri, vardiya bazlı performans dalgalanmaları ya da iş güvenliği eğilimleri bu bütünsel veri akışı sayesinde erken aşamada tespit edilebiliyor. Ayrıca yöneticilerin veri analisti olmadan sistemle konuşabilmesi karar süreçlerini hızlandırıyor. "Son üç ayda devamsızlık artışı olan ekipler hangileri?" gibi sorular anlık olarak yanıtlanabiliyor. Böylece veri, rapor dosyalarında bekleyen



pasif bir unsur olmaktan çıkıp yönetsel refleksin aktif parçasına dönüşüyor. **Biz önce veri katmanını kuruyoruz, yapay zekâyı üzerine ekliyoruz. Burada çizgimiz net: bireysel gözetim değil, takım ve kurum düzeyinde anonimleştirilmiş içgörü — KVKK ve çalışan haklarıyla tam uyumlu.**

Mavi yaka çalışanların dijital süreçlere erişimi konusunda ne söylersiniz?

Çözmek istediğimiz asıl mesele bir erişim meselesi. Dünya iş gücünün yaklaşık yüzde 80'ini masa başında çalışmayan insanlar oluşturuyor; ama kurumsal yazılımın büyük bölümü hâlâ beyaz yakaya yazılmış. Beyaz yakanın tek dokunuşla yaptığı, mavi yaka WhatsApp'la, kağıtla, tahminle yapıyor. Oysa bir çalışanın kendi iznine, bordrosuna, kurumuyla iletişimine erişebilmesi bir ayrıcalık değil, bir hak olmalı. Ming bu erişimi ilk kez sahadaki çalışana da açıyor. SAP, Active Directory ve benzeri altyapılarla kurulan entegrasyonlar sayesinde herkes aynı platformdan sürece dahil olabiliyor. Bu erişim aynı zamanda kurumun en değerli kaynağını görünür kılıyor: veriyi. Sahadaki çalışan yalnızca üretimin bir parçası değil; aynı zamanda en önemli veri üreticilerinden biri. Bir ramak kala bildirimi, bir öneri, bir geri bildirim, bir katılım verisi; yönetime operasyonel iyileştirme fırsatı sunan değerli sinyaller taşıyor. **Ölçemediğiniz hiçbir şeyi yönetemezsiniz — göremediğiniz çalışana da.**

Ming'in oyunlaştırma yaklaşımı çalışan bağlılığını artırmada nasıl bir rol oynuyor?

Oyunlaştırmayı yalnızca motivasyon aracı olarak değil, iş süreçlerini kültürel dönüşümle birleştiren bir yapı olarak kurguluyoruz. Çalışanların vardiya düzenlerinden eğitim tamamlama oranlarına, öneri katkılarında iş güvenliği bildirimlerine kadar pek çok davranış doğal şekilde oyunlaştırma kurgularının bir parçası haline geliyor. Bu puanlar bireysel ödüllere ya da toplumsal faydaya dönüşebiliyor. Böylece çalışan katkısı görünür oluyor ve süreçlere katılım doğal bir döngüye evriliyor. Üstelik tüm bu davranışlar veriye dönüştüğü için kurumlar günlük performans eğrilerini, riskli davranışları, düşen moral noktalarını anlık olarak görebiliyor. Klasik yıl sonu performans sistemlerinin yerine sürekli gelişimi destekleyen, yaşayan bir kültür yönetim modeli oluşturuyoruz. Bu model hem çalışan deneyimini iyileştiriyor hem de kurumun gelecekteki sürdürülebilirliğini güçlendiriyor.

IoT ve otomasyon teknolojilerinin insan verisiyle ilişkisini nasıl kuruyorsunuz?

Üretim hatlarında robotik otomasyon giderek artıyor, depo yönetiminde otonom sistemler ve saha operasyonlarında sensör tabanlı IoT çözümleri hızla yaygınlaşıyor. Ancak bu teknolojilerin gerçek değeri, insan verisiyle entegre edildiğinde ortaya çıkıyor. Örneğin bir üretim tesisinde makine verimliliği yüksek görünebilir, ancak aynı vardiyada çalışan ekipte motivasyon düşüşü varsa sürdürülebilir performans sağlanamaz. IoT verileri ile çalışan davranış analitiğini bir araya getirmek operasyonel resmin

tamamını görmeyi sağlar. Akıllı sistemlerin geleceği, insan-makine iş birliğini optimize eden hibrit modellerle şekilleniyor. Yapay zekâ destekli öneri motorları yöneticilere aksiyon planları sunarak karar yükünü hafifletiyor. "Bu ekipte iş güvenliği bildirimleri azaldı, eğitim modülü önerilir" gibi yönlendirmeler otonom sistemlerin insan merkezli kullanımına ilişkin önemli örnekler arasında yer alıyor.

Teknolojiyi merkeze alırken insan faktörünü göz ardı etmemek için nasıl bir denge kurmak gerekiyor?

Doğru denge, teknolojinin çalışan için görünmez; deneyimin ise görünür olduğu noktada kuruluyor. Dijitalleşme çalışana zorlayan değil, hayatını kolaylaştıran bir yapıya sahip olmalı. Arayüzlerin erişilebilir ve kapsayıcı olması, çalışanların kendilerini ifade edebildiği alanlar sunması ve süreçlerin sadeleştirilmesi kritik. Bunun yanında veri toplama biçimi de insan odaklı olmalı. Biz yalnızca doldurulan formlara değil, davranış sinyallerine odaklanıyoruz. Anket doldurmayan ekiplerin etkileşim düzeyi, öneri göndermeyen departmanların iletişim yoğunluğu ya da vardiya bazlı motivasyon değişimleri önemli ipuçları taşır. Dijitalleşme çalışana süreçten uzaklaştıran bir yapı kurduğunda sürdürülebilir olmaz. Katılımı artıran, erişimi demokratikleştiren ve veriyi anlamlandıran bir mimari ise kurumsal dayanıklılığı güçlendirir.

Son olarak, Ming olarak önümüzdeki dönemde hangi yenilikleri hayata geçirmeyi planlıyorsunuz?

Önümüzdeki dönemde vizyonumuz güçlü entegrasyon, davranış analitiği ve sektörel özelleştirme üzerine kurulu. Data Orchestration Layer'ın genişletilmesiyle ERP, PDKS, HRMS ve IoT sistemlerinden akan verinin Ming GPT ile doğal dilde sorgulanabilir hale gelmesi ve Insight Hub'da anlık analiz edilebilmesi dijitalleşmeyi sürdürülebilir bir modele taşıyacak. Ardından Behavioral Intelligence Layer devreye giriyor; turnover riski, devamsızlık tahmini, motivasyon eğrileri gibi modellerle kurumlara proaktif yönetim yeteneği kazandırıyoruz. Sistem yalnızca veri gösteren değil, yöneticilere öneri üreten bir yapıya evrilecek. "Bu vardiyada devamsızlık eğilimi artıyor, nedeni şu olabilir; istersen aksiyon planı oluşturayım" gibi öneriler dönüşümün yeni standardı olacak. Ming Chat'in ERP ve HR süreçlerinin iletişim omurgasına dönüşmesiyle kurumsal e-posta altyapılarına olan bağımlılığı da ortadan kaldırarak daha güvenli, daha düşük maliyetli ve daha çevreci bir model sunuyoruz.

Geleceğin organizasyonları veri akışını kesintisiz yöneten, güvenliği entegre şekilde ele alan, otonom sistemleri insanla uyumlu çalıştıran ve sürdürülebilirliği operasyonel kararların parçası haline getiren yapılardan oluşacak. Teknoloji yatırımlarının başarısı kültürel dönüşümle paralel ilerlemesine bağlı. Bu yolculukta veri zekâyı, zekâ öngörüyü, öngörü ise sürdürülebilir değere dönüşür. Biz de Ming olarak bu süreçte iş birliği yaptığımız kurumların işini kolaylaştırmak için çalışmaya devam edeceğiz.



Eser ERGİNOĞLU

Horizon Danışmanlık

Kurucu Ortak

eser.erginoglu@horizon-limited.com

BEYAZ EŞYADA YENİ REKABET: SKDM GENİŞLEMESİ

Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat kapsamında yürürlüğe aldığı Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM – Carbon Border Adjustment Mechanism / CBAM), başlangıçta çelik, alüminyum, çimento, gübre, elektrik ve hidrojen gibi temel sektörleri kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Ancak Avrupa Komisyonu'nun son dönemde açıkladığı "Strengthening CBAM" yaklaşımı, sistemin artık beyaz eşya gibi nihai ürünleri de kapsayacak şekilde genişletilmesinin ciddi biçimde değerlendirildiğini göstermektedir.

Bu gelişme, Avrupa'nın en önemli üretim üslerinden biri olan Türkiye Beyaz Eşya ve Yan Sanayi Sektörü açısından stratejik öneme sahiptir. Avrupa Beyaz Eşya Sektörü'nü temsil eden APPLiA tarafından hazırlanan kapsamlı çalışmaya göre; çamaşır makineleri, buzdolapları, fırınlar, kurutucular ve benzeri beyaz eşya ürünleri yüksek oranda SKDM kapsamındaki hammaddeleri içermektedir. Çalışmada tipik bir çamaşır makinesinin ağırlık bazında yaklaşık %70 oranında SKDM kapsamındaki malzemelerden oluştuğu belirtilmektedir.

Bugünkü sistemde yalnızca hammaddeler karbon maliyetine tabi tutulurken, aynı hammaddeleri yoğun şekilde kullanan nihai ürünlerin büyük bölümü halen doğrudan SKDM kapsamında değildir. Avrupa sanayisi ise bunu ciddi bir "carbon leakage" yani karbon kaçığı riski olarak değerlendirmektedir.

APPLiA'nın analizine göre 75 EUR/tCO₂ karbon fiyatı senaryosunda yalnızca bir çamaşır makinesi için oluşabilecek ek karbon maliyeti yaklaşık 7,18 Euro seviyesine ulaşmaktadır. Karbon fiyatının 120 EUR/tCO₂ seviyelerine yükselmesi durumunda ise bu maliyet 11,50 Euro'ya çıkabilmektedir. Çalışma, bu maliyetlerin bazı ürünlerde üretici kâr marjına yaklaşabildiğini ve bu nedenle Avrupa dışındaki üreticilere karşı ciddi bir rekabet baskısı oluştuğunu vurgulamaktadır.

Benzer hesaplamalar:

- Buzdolaplarında 4,12–6,60 Euro,
- Fırınlarda 5,01–8,01 Euro,
- Kurutucularda 4,93–7,98 Euro,
- Isı pompası sistemlerinde ise 13,53–21,65 Euro ek karbon maliyetine işaret etmektedir.

Avrupa Komisyonu'nun yaklaşımı aynı zamanda önemli bir metodoloji tartışmasını da beraberinde getirmektedir. Çünkü beyaz eşya gibi kompleks ürünlerde gömülü karbon emisyonlarının nasıl hesaplanacağı henüz tam olarak netleşmiş değildir. APPLiA çalışmasında bu konuda üç farklı yaklaşım önerilmektedir:

- Standart varsayılan emisyon değerleri,
- Ürünün gerçek malzeme kompozisyonuna dayalı varsayılan değerler,
- Gerçek malzeme kompozisyonu ve gerçek emisyon verileriyle tam hesaplama modeli.

Özellikle üçüncü yöntem, tedarik zinciri boyunca detaylı karbon verisi toplanmasını gerektirecektir. Bu durum Türkiye Beyaz Eşya Yan Sanayisi için yeni bir dönemin başlangıcı anlamına gelmektedir.

Artık Avrupa'daki OEM üreticileri yalnızca kalite, maliyet, teslimat performansı değil; aynı zamanda:

- Ürün karbon ayak izi,
- Kullanılan hammaddelerin karbon yoğunluğu,
- Yenilenebilir enerji kullanımı,
- Scope 1, Scope 2 ve bazı kritik Scope 3 emisyonları,
- Sürdürülebilirlik raporlaması,
- CDP ve EcoVadis performansı gibi kriterlere de giderek daha fazla odaklanmaktadır.

Özellikle SKDM kapsamındaki çelik ve alüminyum girdilerinin emisyon yoğunluğu, beyaz eşya ürünlerinin toplam karbon profilini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle düşük karbonlu çelik, geri dönüştürülmüş alüminyum, yeşil enerji kullanımı ve enerji verimliliği yatırımları rekabet avantajı yaratabilecek temel alanlar haline gelmektedir.

Türkiye Beyaz Eşya Yan Sanayisi'nin bugünden itibaren özellikle aşağıdaki alanlara yatırım yapması kritik görünmektedir:

- Kurumsal sera gazı envanteri oluşturulması
- Ürün karbon ayak izi (PCF) hesaplama altyapısının kurulması
- Enerji tüketimi ve proses verilerinin dijitalleştirilmesi
- Düşük karbonlu hammadde kullanımının artırılması
- Yenilenebilir enerji yatırımlarının hızlandırılması
- Tedarikçi emisyon verilerinin toplanması
- CBAM uyumlu veri yönetimi sistemlerinin kurulması
- Scope 3 emisyonlarının izlenmesi

Türkiye'nin güçlü üretim altyapısı, Avrupa'ya yakınlığı ve esnek tedarik yapısı, önemli avantajlar sunmaktadır. Önümüzdeki dönemde rekabet karbon yoğunluğu, veri şeffaflığı ve sürdürülebilirlik performansı üzerinden şekillenecektir.

Bu nedenle SKDM'nin beyaz eşya sektörüne olası genişlemesi, Türk sanayisinin düşük karbonlu dönüşüm yoluyla, Avrupa pazarındaki konumunu güçlendirebilecek stratejik bir dönüşüm fırsatı olarak değerlendirilmelidir.



Sizinle büyüyen teknoloji

- Buzdolapları için termal sigortalar
- Buzdolabı ve fırınlar için sıcaklık sensörleri
- Buzdolabı, fırın ve davlumbazlar için lamba duyları
- Fırın ve ocaklar için bağlantı kutuları ve klemensler



NOVA
ELEKTRİK





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

DİJİTAL VE YEŞİL DÖNÜŞÜMDE OLGUNLUK, EKOSİSTEM VE STRATEJİK KÖPRÜLER

Dönüşüm, teknolojik bir altyapı yatırımının çok ötesinde; kurumların, ekosistemlerin ve iş modellerinin yeniden tasarlanmasını gerektiren stratejik bir süreçtir. Bu kapsamda, KOBİ'ler başta olmak üzere Türkiye'de imalat sanayiinde hizmet gösteren işletmelerin ikiz dönüşüm yolculuğundaki kritik başarı faktörleri bu metotla ele alınmalı; özellikle Dijital ve Sürdürülebilirlik Olgunluk Analizi'nin işletmeler için neden bir başlangıç noktası değil, süregelen bir pusula işlevi gördüğü net bir biçimde ortaya konmalıdır.

1. İkiz Dönüşüm: Teknolojinin Ötesinde Bir Strateji

“Yeşil” ve “dijital” kavramlarının sanayi politikasındaki yerini tartışmak artık akademik bir tercih değil, kurumsal bir zorunluluk haline gelmiştir. Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat hedefleri ve Dijital Avrupa Programı kapsamında şekillenen küresel baskı, Türkiye sanayisini de köklü bir dönüşüm sürecine dahil etmektedir. Ancak bu dönüşümün en kritik tuzağı, teknolojik yatırımın tek başına yeterli görülmesidir.

Sahada yürütülen çalışmalar, yüzlerce KOBİ ile kurulan birebir temas ve uluslararası emsaller göstermektedir ki: **teknolojiyi satın almak ile teknolojiyi özümsemek arasındaki mesafe, bir firmanın dönüşüm yolculuğundaki en kritik kırılma noktasıdır.** Bu mesafeyi kapatmanın yolu ise olgunluk değerlendirmesinden geçmektedir.

İstanbul İkiz Dönüşüm Platformu'nda da tescillenen bu görüş, platformun temel mesajını oluşturuyordu: yeşil ve dijital dönüşüm süreçleri, soğuk teknolojik yatırımlarla değil; organizasyonel

dönüşüm, insan kaynağı yetkinliği ve sürdürülebilir finansman stratejileriyle omuz omuza yürütülmediği takdirde kalıcı bir rekabet avantajına dönüşmemektedir.

2. Dijital ve Sürdürülebilirlik Olgunluk Analizi: Neden Bir Kerelik Değil, Döngüsel Bir Araç?

Türkiye'deki pek çok KOBİ, dönüşüm sürecine proje odaklı yaklaşmakta; belirli bir destek programına başvurmak ya da bir teknolojiyi satın almak için hazırlık yaptığı olgunluk analizine başvurmakta. Oysa **Dijital ve Sürdürülebilirlik Olgunluk Analizi**, bir başvuru ön koşulu değil; kurumun “nerede olduğunu”, “nereye gitmesi gerektiğini” ve “hangi adımlarla” ilerleyeceğini dönemsel olarak gözden geçiren stratejik bir pusuladır.

“Dijital olgunluk analizi, bir firmanın karnesi değil; stratejik iyileştirme haritasıdır. Yılda en az bir kez güncellenmediği sürece, pusulasız denizde seyir anlamına gelir.”

Olgunluk analizinin kapsadığı boyutlar yalnızca ERP penetrasyonu veya otomasyon oranıyla sınırlı değildir. Söz konusu analiz; veri yönetimi olgunluğu, siber güvenlik kapasitesi, karbon ayak izi takip mekanizmaları, tedarik zinciri görünürlüğü, inovasyon kültürü ve dijital yetenek gelişimi gibi çok boyutlu kriterleri birlikte değerlendirmektedir.

Saha deneyimleri, olgunluk analizini sistematik biçimde uygulayan firmaların; destek programlarına başvururken çok daha güçlü bir konumda olduğunu, uluslararası tedarik zincirlerine entegras-

yonda daha az engelle karşılaştığını ve dijital yatırımlarının geri dönüş sürelerinin belirgin biçimde kıaldığını ortaya koymaktadır. Analiz süreci, aynı zamanda kurumsal farkındalığı artıran bir “dönüşüm aynası” işlevi görmektedir, çalışanlardan üst yönetime kadar kurumun tamamını aynı dönüşüm dilini konuşmaya davet etmektedir.

Farkındalık Açığının Boyutu

Türkiye’de yürütülen kapsamlı saha çalışmaları ciddi bir farkındalık açığına işaret etmektedir: Orta ölçekli imalat firmalarının büyük çoğunluğu “dijital dönüşüm” kavramını büyük ölçüde ERP ya da CRM yatırımıyla eş tutmakta; sürdürülebilirlik olgunluğunu ise yalnızca çevre mevzuatına uyum meselesi olarak değerlendirmektedir. Bu dar çerçeve, firmaların stratejik fırsatları kaçırmasına ve dönüşüm yatırımlarından beklenen verimi alamamasına yol açmaktadır.

3. Ekosistem Yaklaşımı: Merkez Olmak, Köprü Kurmak

Türkiye’nin dönüşüm ekosistemine ilişkin en temel yapısal sorunlardan biri, aktörler arasındaki koordinasyon eksikliğidir. Üniversiteler, sanayi odaları, OSB yönetimleri, teknoloji sağlayıcılar ve kamu kurumları çoğunlukla paralel ancak birbirine bağlı olmayan dönüşüm gündemleri yürütmektedir. Bu tabloda Sanayi Dönüşüm Merkezleri’nin rolü, yalnızca teknik danışmanlık sağlamaktan ibaret değildir; aynı zamanda aktörleri ortak bir dil ve hedef etrafında bir araya getiren ekosistem köprüsü işlevi görmektedir.

Ankara’da T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile KOSGEB iş birliğinde gerçekleştirilen ADİM Koordinasyon Toplantısı, bu ekosistem yaklaşımının olgunlaşmaya başladığını teyit eden önemli bir platform oldu. Toplantıda öne çıkan en çarpıcı örnek, OzUBEX’in de partneri olduğu EDİH MIDAS ile EDİH West Marmara arasındaki iş birliği modeli oldu. Trakya Kalkınma Ajansı ve OzUBEX ortaklığıyla Trakya bölgesindeki OSB ve Ticaret ve Sanayi Odalarına yönelik gerçekleştirilen ikiz dönüşüm eğitim ve danışmanlık programları, merkezler arası iş birliğinin somut ve ölçülebilir bir çıktısı olarak öne çıktı.

Bu tür bölgesel iş birlikleri, merkez yapılanmalarının erişim alanını genişletmekte ve dönüşüm fırsatlarının yalnızca büyük ölçekli firmalara değil, küçük ve orta ölçekli sanayinin tamamına ulaşmasını mümkün kılmaktadır.

4. Yapay Zekâ Entegrasyonu: Tedarik Zincirinden Karar Mimarisine

Yapay zekânın sanayi uygulamalarındaki rolü artık bir vizyon belgesi konusundan çıkmış, ölçülebilir operasyonel çıktılar üretmektedir. Tedarik zinciri yönetimi bu dönüşümün en somut sahalarından biri olmaya devam etmektedir. Özyeğin Üniversitesi’nin düzenlediği AI Research Day etkinliğinde OzUBEX ve Eczacıbaşı Sağlık Grubu ile yürütülen ortak sunum, bu iddiayı verilerle destekleme fırsatı sundu.

Procurement Control Tower yaklaşımı: Stratejik satın alma süreçlerinin yapay zekâ destekli bir kontrol katmanıyla izlenmesi, tedarikçi risk yönetiminde ortalama karar süresini önemli ölçüde kısaltmaktadır. Sistemin en kritik katkısı, reaktif yönetimden proaktif karar mimarisine geçişi mümkün kılmasıdır.

Yapay zekânın tedarik zinciri uygulamalarında ürettiği değer in tamamı, veri yönetimi altyapısının güçlülüğüyle doğru orantılıdır. Veriye erişimi sınırlı ya da veri kalitesi düşük firmalarda en gelişmiş algoritmik modeller bile beklenen faydayı üretmemektedir. Bu bulgu, Dijital Olgunluk Analizi’nin neden yalnızca bir teknoloji yatırım kılavuzu olarak değil, veri stratejisi çerçevesi olarak da okunması gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

5. Uluslararası Boyut: Küresel Köprüler ve EDİH Ağının Değeri

Türkiye’nin Avrupa Dijital İnovasyon Merkezleri ağına entegrasyonu, yalnızca finansman erişimi açısından değil; metodoloji aktarımı, deneyim paylaşımı ve uluslararası pazar görünürlüğü bakımından da stratejik bir kaldıraç işlevi görmektedir. Bu tür uluslararası etkileşimlerin KOBİ’lere dolaylı faydası göz ardı edilmemelidir. Merkez düzeyinde kurulan uluslararası ağlar, firmalar için doğrudan erişimleri güç olan global bilgi birikimini yerelleştirilmiş bir biçimde sunmaktadır. İleri üretim teknolojileri, Ar-Ge altyapısı ve uygulama deneyimlerinin karşılıklı paylaşıldığı bu platformlar, aynı zamanda Türkiye’nin dönüşüm ekosisteminin uluslararası güvenilirliğini pekiştirmektedir.

Sonuç: Farkındalıktan Dönüşüme, Dönüşümden Rekabete

Türkiye’nin ikiz dönüşüm gündeminde attığı adımlar, geçmiş dönemlerle kıyaslandığında hem nicelik hem de nitelik bakımından güçlenmiştir. Ancak bu ilerlemenin sürdürülebilir bir rekabet avantajına dönüşmesi için üç kritik boşluğun kapatılması gerekmektedir:

1. Olgunluk analizi kültürünün içselleştirilmesi: Dönüşüm hazırlık değerlendirmelerinin proje başvurusu öncesinde yapılan bir formalite olmaktan çıkarılarak, kurumsal stratejinin ayrılmaz bir parçası haline getirilmesi gerekmektedir. En az yılda bir kez güncellenen, çok boyutlu ve ölçülebilir olgunluk analizi; KOBİ’lerin hem kendi ilerleme düzeylerini objektif biçimde görmelerini sağlar hem de destek programlarına daha güçlü bir pozisyonla başvurmalarına zemin hazırlar.

2. Ekosistem koordinasyonunun güçlendirilmesi: Sanayi odaları, üniversiteler, kalkınma ajansları, OSB’ler ve kamu kurumları arasındaki iş birliği mekanizmalarının şeffaf KPI’larla izlenmesi ve ortak bir dönüşüm platformu çerçevesinde koordine edilmesi gerekmektedir. Bölgesel ADİM iş birlikleri bu koordinasyonun en verimli modellerinden birini sunmaktadır.

3. Finansmana erişimin sistematikleştirilmesi: Yeşil ve dijital dönüşüm yatırımlarının finansmanında KOBİ’lerin hâlâ ciddi engellerle karşılaştığı bilinmektedir. Hibe mekanizmaları, yeşil kredi araçları ve özel fon programları arasındaki koordinasyon artırılmadıkça, dönüşüm yatırımları büyük ölçekli firmaların tekelinde kalmaya devam edecektir.

OzUBEX gibi dönüşüm merkezlerinin misyonu, bu üç boşluğu kapatmak için analizden eğitime, pilot uygulamadan finansman yönlendirmesine kadar bütüncül bir değer zinciri sunmaktır. Dönüşümü yalnızca teknoloji satın almak olarak tanımlayan firmalar rekabette geride kalırken; olgunluğunu bilen, ekosistemiyle koordineli davranan ve uluslararası ağları etkin kullanan firmalar, geleceğin sanayi düzeninin kurucu oyuncular olacaktırlar.



H. Yücel KOÇ

Yönetim Danışmanı
yucekoc@yahoo.com

KRİZLER VİRÜSTÜR, İMMÜNİTE ÇAREDİR

Pandemi dünyaya çok şey öğretti; ama en sarsıcı derslerden biri son derece basitti: Güçlü bir bağışıklık sistemi olmadan hayatta kalmak son derece güçtür. Koronavirüs, dünya nüfusunu eşit biçimde tehdit etti. Ancak sonuç eşit değildi. Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre 2020-2023 arasında yaklaşık **7 milyon insan** hayatını kaybetti. Bağışıklığı zayıf olanlar için bu virüs, kısa sürede ölüm fermanına dönüştü. Verilere göre pandemi sürecinde hayatını kaybedenlerin büyük çoğunluğu; diyabet, obezite, kardiyovasküler hastalık gibi kronik rahatsızlıkları olan, yani bağışıklık sistemleri önceden yıpranmış bireylerdi. Beden, tehdidi karşılamaya hazır değildi.

Peki, pencereyi biraz değiştirip iş dünyasına bakalım. Her sabah ceketimizi giyip kapısından girdiğimiz o şirketler, plazalar, fabrikalar aslında nedir? Sadece beton, demir, bilanço ve bilgisayarlardan mı ibarettir? Kesinlikle hayır. Şirketler de tipki insanlar gibi nefes alan, beslenen, büyüyen, yaşlanan ve en önemlisi "yaşayan" birer organizmadır. Ve tipki insan vücudu gibi, kurumsal organizmalar da her an mikrop kapma, enfeksiyona yakalanma ve akut krizlerle sarsılma riskiyle karşı karşıyadır. İşte tam bu noktada karşımıza hayati bir kavram çıkıyor: Şirketlerin immün (Bağışıklık) Sistemi.

Dünya genelinde yaklaşık 200 milyondan fazla şirketin pandemi sürecinde geçici ya da kalıcı olarak kapandığı tahmin ediliyor. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği verilerine göre pandemi döneminde kapanan işletme sayısı bir önceki yıla göre yüzde 22 arttı. OECD, devlet desteği olmasaydı firmaların yüzde 20'sinin bir ay içinde likiditesinin tükeneceğini hesaplamıştı. Bunlar kurumsal ölümün rakamlara yansımalarıdır. Buna karşın Amazon, Zoom, Netflix gibi yapılar pandemi döneminde rekor büyüme kaydetti. Fark neydi? Bağışıklık sisteminin gücü. Bu şirketler esnek, dijital, çevikti; tehdidi tanıdı ve fırsata dönüştürdü.

Kurumsal immün sistem, (Al-Saidi'nin organizasyonel immün sistem modeline göre) bir şirketin karşılaştığı ekonomik dalgalanmalar, tedarik zinciri krizleri, siber saldırılar veya pandemi benzeri şoklar karşısında bu tehditleri **tanıma, savunma geliştirme ve hızlı toparlanma** kapasitesidir. Literatürde bu kavram, tıp bilimindeki bağışıklık teorisinden esinlenerek "organizasyonel immünite" olarak tanımlanır. Organizasyonel immün sistemin beş temel işlevi vardır: **immün algılama** (tehditleri fark etme), **immün savunma** (müdahale etme), **immün hafıza** (öğrenme ve hatırlama), **immün denge** (aşırı tepki vermeden kontrollü yanıt) ve **immün kontrol**. İnsandaki beyaz kan hücreleri ve antikorlar neyse, şirkette de erken uyarı sistemleri, kriz yönetimi protokolleri, esnek iş modelleri ve güçlü kurum kültürü odur.

Şirketler düzenli olarak kriz tatbikatları yapmalı, senaryo planlamaları ile "bağışıklık hafızası" oluşturmalarıdır. Şirketler turnover oranlarını dikkatle takip etmeli, kritik pozisyonları mutlaka yedeklemelidir. Değişime direnen yapıların farkına varılmalı, statüko savunuculuğu engellenmelidir. Bu nedenle şirketler sürekli öğrenen organizasyon yapısı kurmalı, hatalardan ders çıkaran bir kültür inşa etmelidir.

Tek bir halkaya bağımlılık, immün yetmezlik nedenidir. Pandemide Çin'den tek kaynakla mal alan firmalar üretim durdururken, çoklu kaynak stratejisi olanlar nefes almaya devam etti. Şirketler bağımlılık endekslerini ölçmeli ve tedarikçi, müşteri, çalışan çeşitliliğini artırmalıdır.

Aşırı hiyerarşi, yavaş karar alma, iç politika oyunları şirketinizi risklere açık hale getirir. Bunlar kurumsal otoimmün hastalıklardır. Sağlıklı organizma, hızlı ve otonom karar verebilen ekiplere sahiptir.

İnsanlar ancak acı çekince bağışıklığın değerini anlar; nitekim pandemide tam olarak bunu tecrübe ettik. Şirketler de farkındalık için üç şey yapılabilir:

Vaka analizleri: Sektörden başarısız ve başarılı örnekler düzenli paylaşılmalı.

Bağışıklık Skor Kartları: Her çeyrekte şirketin risk hazırlık seviyesi ölçülmeli.

Liderlerin Rol Model Olması: Üst yöneticiler "ben de hata yaparım, erken uyarı sistemlerini dinlerim" dediğinde, kurumun bağışıklık kültürü oluşur.

Pandemi anında bağışıklık sistemi nasıl çalıştıysa, şirketlerin immün mekanizması da benzer aşamalarla işler:

Tanım (Patojen Tespiti): Erken uyarı sistemleri. Pandemide vaka sayıları artarken firmaların tedarik ve talep darbesini ne zaman göreceği kritikti. Bazı tekstil firmaları, Mart 2020'de otomotiv talebinin duracağını anlayıp maske üretimine yöneldi. Tanıma ne kadar hızlıysa, adaptasyon o kadar başarılı.

Ateş (Hızlı ve Geniş Müdahale): Vücut ateş yaparak virüsü zayıflatır. Şirket de krizde olağanüstü yönetim komiteleri kurmalı, harcamaları dondurmamalı, likiditeyi merkezileştirmelidir. Araştırmalar, yüksek dayanıklılığa sahip organizasyonların gelir düşüşünün daha az olduğunu göstermektedir.

Antikor Üretimi (Yapısal Öğrenme): Kriz sonrası yapılan "savaş konseyi" toplantıları. Neler iyi gitti, neler kötü? Hangi refleksler kalıcı hale gelmeli? Pandemide uzaktan çalışma altyapısı kuran şirketler, bu antikoru sonraki deprem veya savaş risklerinde de kullandı.

Pandemi bize gösterdi ki, tüm canlılar gibi şirketler de ancak çevreye uyum sağlayarak hayatta kalır. **En güçlü tür, en zeki değil; değişime en iyi yanıt verendir.** Bugün bağışıklığına yatırım yapan firmalar, yarının belirsiz dünyasında sadece var olmayacak, aynı zamanda öncü olacaktır.

Unutmayın: Sağlıklı organizmaların yaşamdan çekilme gibi bir lüksü yoktur. Onlar yeni düzene hızla adapte olur ve yollarına devam ederler. Kurumsal immün sisteminizi bugünden güçlendirin, bir sonraki pandemi ya da kriz kapıyı çalmadan.

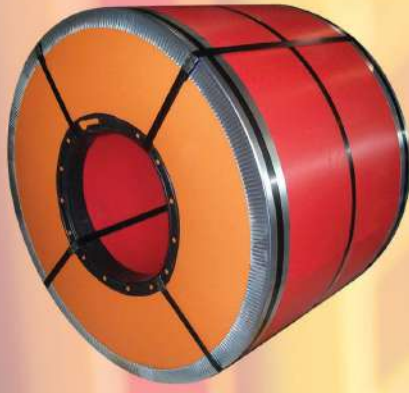
Tercih sizin. Bağışıklığınız bol olsun!



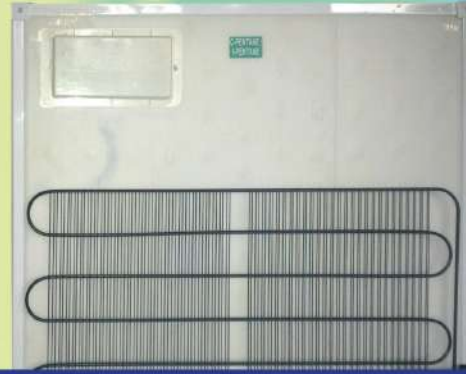
GEDİZ

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



2026 YILI ÇEVRE MEVZUATINDA KIRILMA NOKTASI: SANAYİDE YEŞİL DÖNÜŞÜM VE STRATEJİK UYUM



Av. Arzu GÜNCÜ

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

Siz değerli BEYSAD okurlarımız ile bir önceki sayımızda ele aldığımız üzere CBAM düzenlemeleriyle çevre ve ticaret için önemli bir başlangıç yaptığımız 2026 yılı, ülkemizin çevre regülasyonları açısından yalnızca yeni yükümlülüklerin yürürlüğe girdiği bir dönem değil; aynı zamanda sanayi, üretim ve ihracat süreçlerinin çevresel kriterler ekseninde yeniden şekillendiği stratejik bir kırılma noktası olarak öne çıkmaktadır.

Avrupa Yeşil Mutabakatı ile uyum sürecinin hız kazanması, Avrupa Birliği Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması'nın (SKDM / CBAM) mali yükümlülükleri içeren tam uygulama aşamasına geçmesi ve Türkiye'nin 2053 net sıfır emisyon hedefi doğrultusunda İklim Kanunu çerçevesinde attığı adımlar, çevre hukukunda köklü değişiklikleri, bunun doğrultusunda da ticari düzenlemelerde yenilikleri beraberinde getirmiştir.

2026 yılında yürürlüğe giren düzenlemeler yalnızca çevresel koruma yaklaşımını güçlendirmekle kalmamakta; aynı zamanda özellikle sanayide üretim süreçlerini, tedarik zinciri yönetimini, enerji kullanımını ve ihracat stratejilerini de doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle çevre mevzuatına uyum, artık yalnızca hukuki bir ödev değil, küresel pazarlarda ticari sürdürülebilirliğin ve rekabet gücünün temel belirleyicilerinden biri haline gelmiştir. Sizlerle bu sayımızda 2026 çevre mevzuat paketinde öne çıkan önemli güncellemeleri inceleyeceğiz.

Karbon Yönetimi ve Ulusal ETS Dönemi

Yeni düzenlemelerin merkezinde hiç şüphesiz, bir önceki sayımızda ayrıntıları ile yer vermiş olduğumuz karbon yönetimi yer almaktadır. Türkiye'de Emisyon Ticaret Sistemi'nin (ETS) devreye girmesi ve sera gazı emisyonlarının izlenmesi, raporlanması ve doğrulanması süreçlerinin katılaşması, karbon maliyetlerini işletmeler açısından somut bir finansal kalem haline getirmiştir. **Belirli emisyon ve enerji tüketim eşiklerini aşan tesisler için karbon ayak izinin uluslararası standartlara uygun şekilde belgelenmesi artık bir zorunluluktur. Bu durum, doğrudan kapsama girmeyen ancak ana sanayiye üretim yapan firmaları da "Kapsam 3" (tedarik zinciri) emisyon raporlaması baskısı altında bırakmaktadır.**

İhracatta Yeni Duvar: SKDM (CBAM) Tam Uygulamada

Özellikle Avrupa Birliği'ne ihracat yapan ve küresel değer zincirine entegre olan sektörler açısından bu dönüşüm çok daha kritik bir boyut taşımaktadır. 1 Ocak 2026 itibarıyla tam uygulama dönemine geçen SKDM kapsamında ilk etapta demir-çelik, alüminyum, çimento, gübre, elektrik ve hidrojen sektörlerinde mali yükümlülükler resmen başlamıştır. Tekstil ve kimya gibi diğer yoğun emisyonlu sektörlerin de gelecekte kapsamın genişletilmesi tartışmalarında öne çıkması beklenmektedir.

Beyaz eşya yan sanayii gibi ana girdileri demir-çelik ve alüminyum olan sektörler için bu durum ikili bir risk barındırmaktadır: Birincisi, ithal veya yerli hammadde tedarikinde karbon maliyetlerinin fiyatlara yansımaları; ikincisi ise Avrupalı büyük alıcı firmaların, tedarikçilerinden (Kapsam 3 gereği) şeffaf karbon ayak izi verileri talep etmesidir. Çevresel veri yönetimi; artık yalnızca çevre departmanlarının değil; finans, satın alma ve operasyon ekiplerinin de ortak stratejik gündemidir.

Döngüsel Ekonomi ve Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS)

2026 reformlarının dikkat çeken bir diğer yönü ise dairesel ekonomi modeline geçişin hızlanması ve genişletilmiş üretici sorumluluğu (GÜS) yaklaşımının en üst seviyeye çıkarılmasıdır. Özellikle elektrik-elektronik eşyalar, ambalaj ve plastik sektörlerinde faaliyet

gösteren firmalar için ürünün yalnızca üretim aşaması değil, kullanım ömrü sonrasındaki atık yönetimi ve geri kazanım süreçleri de hukuki sorumluluk kapsamındadır. AB'nin Sürdürülebilir Ürün Girişimi ve Dijital Ürün Pasaportu (DPP) gibi uygulamalarla paralel olarak, ürünlerin eko-tasarım kriterlerine uygun üretilmesi, geri dönüştürülmüş içerik kullanımı ve atık azaltımı 2026 itibarıyla temel üretim standartlarını şekillendiren başlıklar arasında yer almaya başlamıştır.

Dijital Çevre Denetimleri ve Sıkılaştıran Yaptırımlar

Atık yönetimi ve çevresel izleme alanındaki denetimler de kabuk değiştirmiştir. Tehlikeli atıkların depolanması, taşınması ve bertaraf edilmesine ilişkin yükümlülükler sıkılaştırılmış; dijital takip sistemleri daha etkin hale getirilmiştir. Belirli kapasitedeki sanayi tesisleri için Sürekli Emisyon Ölçüm Sistemleri'nin (SEÖS) kullanımı yaygınlaştırılarak, baca gazı emisyonlarının çevrimiçi olarak Bakanlık sistemlerine aktarılması zorunlu kılınmıştır. Bu gelişmeler, çevre denetimlerinin artık fiziksel saha kontrollerinin ötesine geçerek, anlık veri takibine dayalı dijital bir yapıya dönüşümünü göstermektedir. Aynı doğrultuda, Çevresel Etki Değerlendirmesi ÇED süreçlerinde çevresel uygunluk kriterlerinin daha görünür hale geldiği bir döneme girilmiştir.

Bu dijitalleşme ve sıkı takibe paralel olarak idari yaptırımlar ve para cezaları da önemli ölçüde artırılmıştır. Özellikle eksik veya yanıltıcı beyanlar (yeşil badanalama / greenwashing), uygunsuz atık yönetimi ve raporlama yükümlülüklerine aykırılıklar, ağır finansal cezalara bağlanmıştır. Bazı durumlarda faaliyet durdurmaya kadar uzanabilen yaptırımlar, şirketlerin çevre uyum süreçlerini sistematik bir risk yönetimi olarak ele almalarını zorunlu kılmaktadır.

Sonuç: Küresel Rekabette Çevresel Uyumun Stratejik Rolü

Sonuç olarak, 2026 yılında çevre mevzuatında yapılan köklü değişiklikler Türkiye sanayisi ve özellikle küresel tedarik zincirinin merkezinde yer alan üreticilerimiz için yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmektedir.

Çevre hukuku, artık yalnızca kirliliği önlemeye veya cezai riskleri yönetmeye yönelik teknik bir alan olmaktan çıkmış; üretim süreçlerini, ticari ilişkileri, sanayi politikalarını ve pazara erişim imkanlarını doğrudan şekillendiren stratejik bir yapıya dönüşmüştür.

Bu noktada işletmeler açısından en kritik ihtiyaç, çevresel uyum süreçlerinin operasyonel bir zorunluluktan ziyade kurumsal bir kültür olarak yapı içine entegre edilmesidir. Karbon raporlaması, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, enerji verimliliği ve döngüsel ürün tasarımı gibi konuların, şirketlerin ana stratejileriyle birlikte ele alınması gerekmektedir. Özellikle ihracat odaklı ve yüksek standartlı üretim yapan firmalar açısından çevre mevzuatına tam uyum, uluslararası rekabet gücü ve pazar payının korunması bakımından doğrudan belirleyici olacaktır.

Önümüzdeki dönemde, bu dönüşümü bir maliyet unsuru olarak görmek yerine, kurumsal yapısının bir parçası haline getirebilen, yeşil dönüşümü dijital veri takibiyle destekleyen şirketler, özellikle siz değerli BEYSAD okurlarımız, hem hukuki riskleri daha etkin yönetecek, hem de uluslararası pazarlarda çok daha güçlü, güvenilir ve avantajlı bir konum elde edecektir.

antiq

Yeni Nesil Elektrikli Cam Barbekü Teknolojisi

Yüksek Kalite
Çizilmeye Dayanıklı
VitroCeramic++
Cam Yüzey

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

TARİHSEL DESEN: “DENGELENME TEORİSİ”

Önceki yazımda Eurasia Group tarafından Ocak ayı içinde yayımlanan “Top Risks 2026” raporunun karar alıcılar için kritik bulgularını, stratejik sonuçlarını ve iş dünyası ile kamu politikaları açısından önemli risklere değinmiştik. Devamında ise Türkiye ve Türk Şirketleri için bu rapor özelindeki önlem önerilerini bu yazımda sunacaktık ki korkulan oldu ve İran ile Amerika & İsrail savaşı patlak verdi.

İsrail'in bölgesel hedeflerinin ve ABD'deki lobi gücünün dışında ABD'nin bu savaşta tarihsel döngüde tekrar ettiği üzere gerçek amaç ve niyetini anlamaya çalışmanın daha yerinde olacağını düşünerek risk raporuna göre alınabilecek kriz önerilerimi sonraki makaleye sakladım.

Bu kapsamda Harvard Üniversitesinden **“Graham Allison”**ın **“Thucydides TRAP”** adlı makalesinde çok iyi bir analizle paylaştığı bu güncel konu hakkındaki değerlendirmelerini sizlerle de paylaşmak isterim:

Bir önceki adımda ABD tarafından Venezuela'ya operasyon düzenlendi. An itibarı ile ABD liderliğinde İran'a savaş açıldı ve hala Rusya yaptırımlarla boğuluyor. Belki de Küba, Grönland hatta Kanada sırada bekliyor. Peki ya pasifikteki en büyük rekabet Tayvan ve Çin için ABD ne yapıyor?



Venezuela, Rusya, İran. Üç farklı ülke. Üç farklı kıta. Üç farklı bahane. Ama üçünün ortak bir noktası var. Ve kimse bu noktayı konuşmuyor. Size rakamları göstereceğim. Sonra tarihe bakacağız.

Enerji:

Çin'in yıllık elektrik tüketimi 2025'te ilk kez 10 trilyon kilovatsaati geçti. ABD'nin iki katından fazla. Çin 2025'te enerji projelerine 500 milyar dolar yatırım yaptı. Tek bir yılda.

Üretim:

Çin'in imalat sektörü 4.85 trilyon dolar. ABD'nin imalat sektörü 2.9 trilyon dolar. Çin %60 önde. Dünya üretiminin yaklaşık %28'i tek başına Çin'den çıkıyor.

Teknoloji:

Dünyanın yapay zeka patentlerinin %60'ından fazlası Çin'de. ABD'nin payı %14'e geriledi. 6G patentlerinde Çin %40 ile dünya birincisi. ABD %35 ile ikinci.

Elektrikli araç:

Dünyadaki elektrikli araçların %70'i Çin'de üretiliyor. Lityum bataryaların %94'ü. Güneş panellerinin %80'inden fazlası.

Ekonomi:

Satın alma gücüne göre Çin'in GSYİH'si ABD'nin %124'üne ulaştı. Büyüme hızı ABD'nin iki katından fazla.

Bu tabloyu bir yere kaydedin! ! !

Enerji: Çin önde, **Üretim:** Çin önde, **Yapay zeka patentleri:** Çin önde, **5G/6G:** Çin önde, **Elektrikli araç:** Çin önde, **Büyüme hızı:** Çin önde.

Bu rakamlar bir süper güç için ne anlama gelir? Varoluşsal tehdit. Şimdi tarihe bakalım:

Harvard Üniversitesi'nden Graham Allison tarihi inceledi. Yükselen bir gücün mevcut gücü tehdit ettiği 16 vaka buldu. 16 vakanın 12'si savaşla sonuçlandı. Buna Thucydides Tuzağı deniyor. İsim MÖ 5. yüzyıldan geliyor:

Atina yükseliyordu. Sparta'ya yaklaşıyordu. Tarihçi Thucydides şunu yazdı: "Savaşı kaçınılmaz kılan Atina'nın yükselişi ve bunun Sparta'da yarattığı korkuydu". Bu tuzak o günden beri tekrar etti:

1900'lerin başı. Almanya sanayileşti. İngiltere'nin hakimiyetine yaklaştı. Sonuç: **Birinci Dünya Savaşı.**

1930'lar. Japonya Pasifik'te genişledi. ABD'nin bölgesel gücünü tehdit etti. ABD ne yaptı? Ambargo uyguladı. Japonya'nın ticaretinin %75'ini, petrolünün %80'ini kesti. Varlıklarını dondurdu. Japonya köşeye sıkıştı. Sonuç: Pearl Harbor, **İkinci Dünya Savaşı.**

Hep aynı tarihsel “DESEN”: Yükselen güç mevcut güce yaklaşır. Mevcut güç korkar. Önce ekonomik baskı uygular. Tedarik zincirlerini keser. Müttefikleri ayırır. Sonra savaş gelir.

Şöyle düşünün: İki şirket aynı sektörde rekabet ediyor.
• Birinci şirket 80 yıldır pazar lideri. Kuralları o koyuyor. Tedarik zincirini o kontrol ediyor.
• İkinci şirket 30 yıl önce küçük bir atölyeydi. Herkes küçümsedi. Ama büyüdü. Pazar payında birinciye yaklaştı. Bazı alanlarda geçti.

Birinci şirket ne yapar? Rakibinin tedarikçilerini keser. Ortaklarını ayırır. Müşterilerini kendi tarafına çeker. Bu, iş dünyasında herkesin bildiği bir strateji.

Ülkeler düzeyinde de aynı şey oluyor. Sadece araçlar farklı.

Venezuela: Çin'in enerji tedarikçisiydi. Operasyon düzenlendi. Maduro yakalandı.

İran: Çin'in en büyük petrol ortağıydı. Günde 1.5 milyon varil. Savaş başladı. Şimdi o hat da tehlike altında.

Rusya: Çin'in stratejik ortağı. Yaptırımlarla zayıflatıldı. Ukrayna savaşıyla enerji altyapısı vuruluyor.

1941'de ABD Japonya'nın ticaretinin %75'ini kesti. Petrolünün %80'ini kesti.

2025'te ABD Çin'e tarifeler koydu. Çin'den Çin teknolojisinin ithalatına engeller koydu. Enerji hatlarını kesmeye çalıştı. Aynı strateji. Farklı yüzölçümü. Ve tüm bu hamlelerin işaret ettiği tek bir nokta var: **Tayvan.**

Peki neden Tayvan bu kadar önemli?

Dünyanın en gelişmiş çiplerinin %90'ı bu ülkede üretiliyor. Telefonunuzdaki çip. Arabanızdaki çip. Füzelerdeki çip. Hastanenizdeki, fabrikanızdaki, bankadaki sistemde. Hepsi oradan. **Kim Tayvan'ı kontrol ederse 21. yüzyılın teknolojisini o kontrol eder.**

Çin açık söylüyor: "Tayvan bizim toprağımızdır. Gerekirse güç kullanarak alacağız."

ABD açık söylüyor: "Tayvan'ın özgürlüğünü koruyacağız."

İki taraf da geri adım atamıyor. Çünkü geri adım atmak zayıflık göstermek demek. Zayıflık göstermek hem iç siyasette, hem uluslararası arenada otorite kaybı demek. Ulaşma alanı yok.

Thucydides'in 2500 yıl önce tanımladığı an tam olarak bu.

İran bir cephe. Venezuela bir cephe. Rusya bir cephe. Avrupa bir cephe. Tarifeler ve yaptırımlar bir cephe. Ama hepsi aynı savaşın parçası. Ve o savaşın adını tarih çöktan koydu.

*Sevdiğim Sözler
“İnsanlık tarihi boyunca savaşlar
para kazanılsın diye yapılır.” (Anonim)*

durusil

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



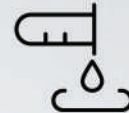
Elektriksel
Yalıtkanlık



Alev
Yürütmezlik



Su ve Neme
Dayanıklılık



Sızdırmazlık
Performansı



ANKET GÖRÜŞ YAZILARI



Semavi YORGANCILAR
Yorglass Yönetim Kurulu Başkanı

Kıymeti BEYSAD üyeleri;

Uzun zaman sonra yazmak çok değerli benim için. Yazıya bir başlık koysaydım herhalde; **“BİLGİNİN HER ZAMANKİNDEN FAZLA ÖNEMİ”** derdim. Dünya inanılmaz bir değişim içinde ve bizim içinde bulunduğumuz Beyaz Eşya Sektörü de bu değişim ve dönüşümden ciddi şekilde etkilenmiş duruyor. Tüketici beklentileri, marka değeri, dağıtım kanalları ve ürün spesifikasyonları... Herşey değişiyor. Böyle ortamları biz, belirsizlikle tarifliyoruz; ancak bu durumu belirsizlikle tarif edersek çok ciddi kayıplar yaşayabiliriz. Böyle zamanlarda hızlı kararlar almamız gerekir. Bunun için de ihtiyacımız olan şey DOĞRU GÜNCEL BİLGİDİR.

“Veriyle yönetmeyen, maliyetle savaşır.”

90 dakika durduk demek yetmez. O 90 dakikanın şirkete kaç liraya mal olduğunu konuşmaya başlamamız gerekiyor. Bugün artık üretim sahasında yaşanan her duruşun, her gecikmenin ve her tekrar eden sürecin doğrudan maliyet anlamına geldiği; bu nedenle verinin yalnızca raporlanan değil, anlık

aksiyona dönüşen bir yapıya evrilmesi gerekiyor.

- Bilgi teknolojileri artık bir destek süreci değil, şirketin tam merkezinde yer alıyor.
- Şirketlerin silo yapılarla değil, uçtan uca entegre süreçlerle yönetilmesi gerekiyor.
- Tekrarlayan işlerin otomasyonla yönetilmesi artık zorunluluk.

“Maliyet oluşurken yok edilecek.”

Çünkü artık şirketlerin ay sonu raporlarını bekleyerek hareket etme lüksü kalmadı. Günümüz rekabet ortamında; veriyi anlık okuyabilen, hızlı karar alabilen ve süreçlere anında müdahale edebilen yapılar fark yaratıyor. Bugün artık sadece üretim yapan fabrikalar değil; ölçen, analiz eden, anlayan, hızlı aksiyon alan ve verimsizliği daha oluşmadan yönetebilen bilge fabrikalar konuşuluyor.

Dolayısıyla BEYSAD girişimini en kuvvetli şekilde destekliyorum. Sizlerin anketi cevaplama, katılımın artması, etkinliğin faydasını çok artıracaktır.

Selamlar sevgiler.



Kerem ÜZÜM
Escubedo-C.E.O.

BEYSAD tarafından gerçekleştirilen bu tür anket çalışmalarının, sektörün mevcut durumunu anlamak ve ortak bir perspektif oluşturmak açısından oldukça değerli olduğunu düşünüyorum. Üyelerin katkı sağlaması ve bu çalışmalara aktif katılım göstermesi, ortaya çıkan verinin kalitesini ve yol göstericiliğini artıracaktır. Önümüzdeki dönemlerde anketin daha da geliştirilerek, özellikle neden-sonuç ilişkilerini ve stratejik yaklaşımları da içerecek şekilde zenginleştirilmesinin, sektör adına daha güçlü ve sürdürülebilir çıktılar sağlayacağına inanıyorum.

Genel olarak baktığımda, anketin sektörün mevcut durumunu oldukça geniş bir çerçevede ele aldığını söyleyebilirim. Katılımcı firmaların ölçekleri, ihracat yapıları, finansal performansları, istihdam durumları, yatırım eğilimleri ve gelecek beklentileri gibi temel başlıkların yer alması çalışmayı değerli kılıyor. Bu anlamda, iyi bir “durum fotoğrafı” sunduğunu düşünüyorum.

Özellikle 2025 yılı gerçekleşmeleri ile 2026 beklentilerinin birlikte verilmiş olması bence önemli. Bu sayede rapor sadece geçmiş anlatmakla kalmıyor, aynı zamanda ileriye dönük bir fikir de veriyor.

Benim dikkatimi çeken bazı noktalar şöyle:

Ekonomik ve sektörel tarafta genel havanın pek olumlu olmadığı görülüyor. 2026 için beklentilerde daha çok durgunluk öne çıkıyor. Türkiye özelinde de benzer bir tablo var, global beyaz eşya sektöründe de çok farklı bir beklenti görünmüyor. Açıkçası bu tablo bana sektörde şu an daha çok “bekleyelim, görelim” yaklaşımının hakim olduğunu düşündürüyor.

Satış ve ciro tarafında da çok farklı bir tablo yok. 2025 yılında ciro düşüşü yaşayan firma sayısının yüksek olması ve iç pazardaki daralma dikkat çekiyor. Bu da doğal olarak firmaların dış pazara yönelme ihtiyacını

artırıyor gibi görünüyor.

İhracat tarafında ise daha karmaşık bir durum var. Firmadan firmaya değişmekle birlikte genel eğilimde bir durgunluk, hatta yer yer gerileme olduğu anlaşıyor. Yani sadece iç pazar değil, dış pazar da şu an oldukça zorlayıcı.

Maliyetler konusu ise belki de en kritik başlık. Enerji, işçilik ve finansman maliyetlerinin öne çıkması çok şaşırtıcı değil ama burada esas mesele bunların aynı anda baskı yaratması. Yani firmalar tek bir maliyet kalemiyle değil, çoklu bir maliyet artışıyla mücadele ediyor.

İstihdam tarafında da iki yönlü bir durum var gibi. Bir yandan firmalar çalışan sayısını artırmıyor hatta bazıları azaltıyor, diğer yandan da yeni çalışan bulmakta zorlanıyorlar. Bu bana hem talep daralmasını hem de nitelikli iş gücü sorununu aynı anda yaşandığını düşündürüyor.

Kapasite kullanım oranlarına bakınca da benzer bir tablo var. Çoğu firmanın tam kapasite çalışmadığı görülüyor. Bu da sektörde bir miktar atıl kapasite olduğunu gösteriyor.

Yatırımlar tarafında ise ilginç bir yön var. Firmalar tamamen yatırımı bırakmış değil ama daha çok verimlilik, dijitalleşme ve yeni ürün tarafına yönelmiş durumdadır. Yani büyümeden ziyade mevcut yapıyı daha iyi hale getirme çabası öne çıkıyor.

Anketin güçlü taraflarına bakarsam; bence en önemli artısı konuyu tek bir açıdan değil, farklı boyutlarıyla ele alması. Veri açısından da oldukça dolu bir çalışma. Ayrıca geçmiş ve gelecek karşılaştırmasının birlikte verilmesi raporu daha anlamlı hale getiriyor.

ANKET GÖRÜS YAZILARI



Efe ÖNAY

Önaysan Yönetim Kurulu Üyesi

Öncelikle bu değerli anket çalışması için bütün BEYSAD ekibine teşekkür ederim, emeklerinize sağlık.

Bu anket sonuçları, Türkiye Beyaz Eşya Yan Sanayinin 2025 yılı itibarıyla ciddi bir baskı altında olduğunu net biçimde göstermektedir. Hem iç pazarda hem de ihracatta yaşanan daralma, firmaların 3 bazlı cirolarına doğrudan yansıdığı; buna ek olarak enerji, işçilik ve finansman maliyetlerindeki artış sektörün kârlılığını önemli ölçüde aşındırmıştır.

Sektörde kapasite kullanım oranlarının istenilen seviyelere ulaşamaması ve istihdamda görülen temkinli yaklaşım, firmaların büyümeden ziyade risk yönetimine odaklandığını göstermektedir. 2026 yılına yönelik beklentilerde ise iyimserlikten uzak, ağırlıklı olarak durgunluk öngörüsü hâkimdir. Bu tablo, kısa vadede güçlü bir talep toparlanmasının beklenmediğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, yatırım eğilimleri sektörün yönünü açıkça ortaya koymaktadır: kapasite artışı yerine verimlilik, dijitalleşme ve ürün geliştirme odaklı yatırımlar ön plana çıkmaktadır. Bu da rekabetin artık hacimden ziyade maliyet yönetimi ve operasyonel mükemmeliyet üzerinden şekilleneceğini göstermektedir.

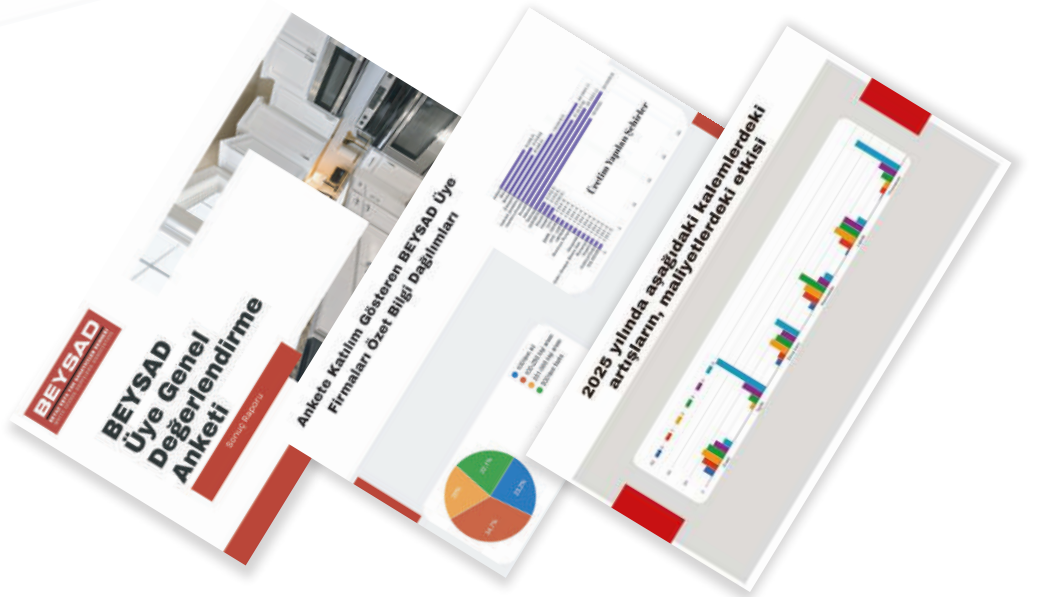
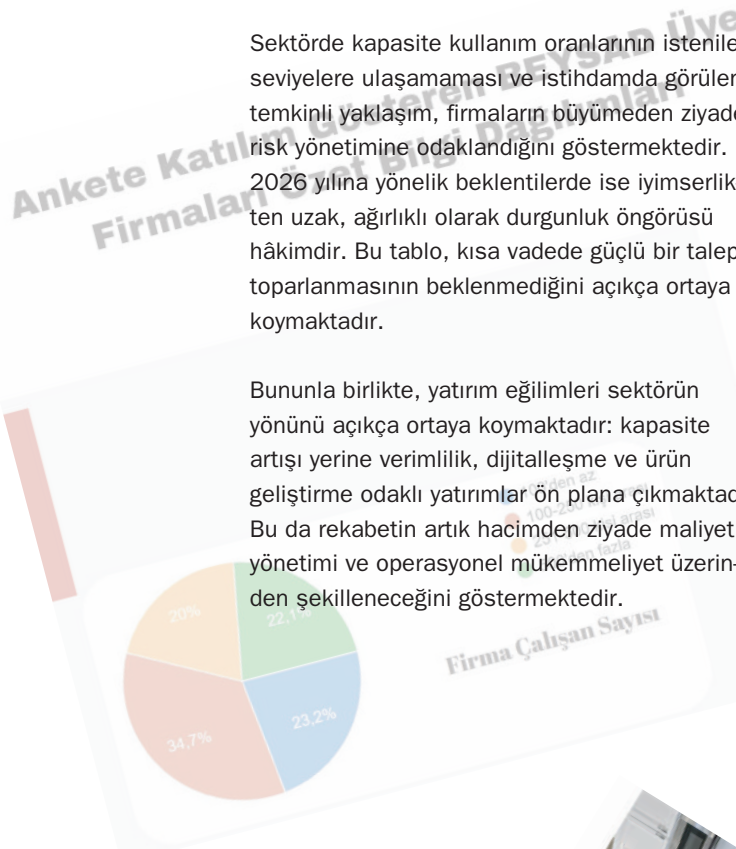
Özetle, sektör bir büyüme döneminde değil, yeniden konumlanma sürecindedir. Bu dönemde maliyetlerini kontrol altına alabilen, verimlilik yatırımlarını doğru yöneten ve müşterilerine rekabetçi çözümler sunabilen firmalar pazardan pay almaya devam edecek; diğerleri için ise önümüzdeki dönem daha zor geçecektir.

Ancak temennim, BEYSAD üyeleri olarak bu durgunluk döneminden en az zararlı çıkmak. Her bir üyemizin ülkemizdeki Beyaz Eşya Sektörüne katkıları yadsınmaz, dolayısıyla bu dönemin bir an önce en az zayıyla atlatılmasını umuyorum. Önümüzdeki günler ve yıllar umarım ki bugünü aratmaz.

Değerli üyelerimiz biliyordur ki, bu dönem yaşanabilecek krizleri fırsata çevirmek çok elzemdir. Bu durağan dönemde yapılacak yatırımlar, piyasalar ivme kazandığında yatırım yapan firmaları yarışın ön safhalarında tutacaktır.

Temennim, BEYSAD üyeleri olarak bu dönemi en az zararlı atlattığımız ve sektörün yeniden güç kazanmasıdır.

Pek değerli BEYSAD ekibine çalışmaları, enerjileri ve azimleri için teşekkür ederim.



V.b Önemli Sektörel Bilgiler...



Ahmet Süha KOÇEL

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

BAŞARI VE BAŞARILI İNSAN KİMDİR?

Başarı, iş ve özel hayatımızda sık kullandığımız ancak tarif ederken pek çok insanın zorlandığı bir kavramdır. Giriş için kısaca tanımı; Başarı, bireyin koyduğu hedeflere ulaşması ve buna yüklediği anlamla ilgilidir.

Başarı'yı, insanları harekete geçiren ve onları motive eden bir kelime olarak iş ve özel hayatımızda bolca kullanıyoruz. Gerçek başarı nedir? Başarı nedir? Neden başarı yerine "gerçek başarı" diyerek başarıyı yeniden tanımlamak zorunda kalıyoruz?

"Başarı kazanmak için değil, değer üretmek için çalış."

Albert Einstein

Başarı ile ilgili araştırma yaparken tanım ve süreçler içinde "Amaç ve değerler", "Beni görün ve anlayın" diyerek kendini gösteriyordu. Günlük hayatta, "Başarı nedir ve başarılı insan kimdir?" sorusunun arkasında iki soru daha açıklanmayı bekler. Bu iki soru; Kime göre? Neye göre?

"Sana göre başarı nedir?" diye sorduğumda, farklı kişilerden, çok farklı yanıtlar duydum.

Başarı;

- Hedefe ulaşmaktır. Konulan hedefin üzerine çıkmaktır.
- Doyum – tatmin – duygusudur.
- Mutluluk ve huzurdur.
- Özgüvenle harekete geçebilmek ve sonuca ulaşmaktır.

- Yaptığın işe tutkunu taşıyabilmektir.
- Heyecan ve mutluluktur.
- İnsanlara dokunmak ve katkı sağlamaktır.
- Zihnimde beni mutlu eden şeyleri ailem ve sevdiklerimle paylaşmaktır.
- Kalıcı bir iz bırakarak bu dünyadan geçmektir.
- Üretim yaparak ortaya bir şeyler çıkarmaktır.

Başarı, kişiden kişiye değiştiği gibi, farklı bağlamlarda farklı anlam kazanabilir. "Neye göre başarı ve kime göre başarı?" sorularını başarının kriterleri başlığında toplayabiliriz.

Başarının kriterleri;

- a. Hedefler ve bireysel değerler
- b. Kültürel / Toplumsal normlar olarak iki ana alanda incelenebilir.

Hedefler ve bireysel değerlerin başarı ile ilişkisi açık ve yukarıdaki tanımlarda görmek mümkün. Başarının tarifi ve değerlendirmesi çok yerde kişisel değerler ve hedefler üzerinden yapılır. Bireysel bakış açısından bakarken iki sorunun cevabını da değerlendirmek katkı sağlar. İlk soru "Ben ne istiyorum? - Gerçekten istediğim nedir?" İkinci soru da, "Benim neye ihtiyacım var? - Bana ne lazım?"

İsteklerimiz ve ihtiyaçlarımızın karşılanması bir başarı hikayesidir. Araştırmalar gösteriyor ki isteklerin ne olduğuna odaklanmak ve önceliği, "Ne istiyorum?" da tutmak, "Neye ihtiyacım var?" sorusuna göre daha

güçlü motivasyon kaynağıdır. İsteklerimizin ne olduğunu derinlemesine sorguladığımızda birçok kişi "Ama bu benim değil, başkalarının, çoğu zaman ebeveynlerimin isteği" olduğunu fark etmek çok çarpıcı etki yaratıyor. İhtiyaçları sorgularken, ihtiyaçların nereden kaynaklandığını keşfetmek uyandırıcı bir etki yaratır. İhtiyaçlar benim ihtiyaçlarım mı? Yoksa yakınlarımların, çalıştığım kurumun veya başkalarının mı? Kişisel gözlemlerimden edindiğim sonuçlar şöyle; istekler ve ihtiyaçlar kişinin kendisinin değil, çoğunlukla başkalarının istek ve ihtiyaçları.

Bunu kurumsal bağlamda düşünürsek; günümüz liderlerine düşen önemli görevlerden belki de birincisi; kurumsal istekleri-hedefleri bireysel hedefler ve isteklere dönüştürmektir. Birlikte çalıştığı insanlarla kurduğu iletişim ve ilişki ile kurumsal strateji ve hedeflerin çalışanlar tarafından kabul görmesi, benimsenmesi ve sahiplenilmesi liderin başarı ölçütü olacaktır.

"Başarı ve başarılı olmak nedir?" sorusuna değerlerimizden yaklaşmak farklı bir perspektif sunar. Değerler, bireyler için önemli ve anlamlı olan şeylerdir. Yukarıdaki başarı tariflerinin birçoğunda kişi için önemli ve anlamlı olan düşünceleri, inançlar ve varsayımları okuyoruz.

Özellikle başarılı insanlar, başarıyı kanıksayarak, olması gerekli bir sonuç olarak kabul ederek, kendilerini takdir etmemektedirler. Başarı, onlar için zaten olması gereken bir şeydir. Bunun dile getirilmesi ve takdir edilmesi gerekmez. Herkes işini yapmaktadır. Olmayana, eksiğe, yapılmayana odaklanmak ise, başarılı profesyonellerde oldukça yaygındır.

Takdir eden sorgulama son 50 yılın önemli gelişmelerinden biridir. Takdir eden sorgulama, önce olana, yapılan ve başarılı olana odaklan, sonra "Neyi farklı yaparım?" sorgulamasına geç diyor. Önce olanı gör, fark et, takdir et, başarıyı onurlandır; sonra yapılmayan ve olmayanı değerlendir.

Başarı takdir edilmeyi bekler. Atasözlerimizden "Marifet, iltifata tabidir" bunun veciz bir ifadesidir. Bu durum devam ettiği takdirde, durumu bir metaforla ifade edebiliriz. Evde kafeste fare veya hamster besleyenler kafese bir çark koyarlar. Fare onun içinde koşmaya başlar ve ne kadar hızlı koşarsa, çark o kadar hızlı döner. Fare, sonunda yorulup bitkin düşene kadar çarkın içinde koşar. Kendini takdir etmesini bilmeyen, beceremeyen profesyoneller de fare gibi daha fazla koşmalıyım diyerek, tükenmişlik sendromuna yakalanabilirler. Burada antidot (panzehir) olarak "Kendine ve başkalarına takdirde cömert ol" cümlesini koyalım.

Toplumsal ve kültürel ölçütler başarıya bakışımızı nasıl etkiler?

Amerikan sisteminde çan eğrisi ile not vermek, mutlak üstünlük değil, bağıl üstünlüğü ölçmeye yarar. 100 üzerinden 70 geçer not olarak kabul edilir. Ancak uygulamada çan eğrisi kullanıldığında sınavda alınan notlarla oluşan çan eğrisi

bazen 30 veya 40 alanın bile sınıfı geçmesini sağlar. Bu, grupta rekabeti besleyen ve güçlendiren bir yaklaşımdır. Başarı, "Diğerlerine göre neredeyim?" sorusu ile belirlenir.

Kültürel normlar da, başarıya nasıl baktığımızı şekillendirir. Burada, -rahmetli- teyzemin başarı değerlendirmesini gülümseyerek hatırlıyorum. Bir Orta Anadolu ilçesinde yaşayan teyzem, evini bir dönem yargıca, bir dönem de savcıya vermişti. Kira şartları üzerinde anlaşmazlık olunca onlara itiraz edemediğini daha önce paylaşmıştı. Teyzem bana sordu "Ahmedim sen ne iş yaparsın?" O zaman büyük bir şirkette genel müdür yardımcısı olarak görev yapıyordum. Bu durumu onunla paylaştım. Teyzem durdu, sonra unutamadığım şu cümleyi söyledi "Yavrum keşke bir hakim, bir savcı olsaydın da herkesi karşında şöyle bir tutaydın." Onun için en önemli meslekler onlardı ve daha önemlisi de yoktu.

Kültürel bakış, başarının ne olduğunu da tanımlar. Gençlerin nasıl olduğunu birbirleriyle paylaşan yaşlılar, "Evli mi? Çoluk çocuğa karıştı mı? Düzenli gelir getiren bir işi – gelir az da olsa fark etmez- var mı?" diye düşünürler ve onlar için eh bu kadar yeterlidir. Kayserili bir arkadaşım bizim orada "Kişi ticaret yapabiliyorsa başarılıdır" inancı çok güçlüdür demişti. Kurumlarda KPI ve benzeri ölçütlerin, kişilerin başarılarının göstergesi olduğu kabul edilir.

Toplumsal normları düşünürken "sükse" kelimesi beni etkiledi. Sükse kelimesi Türkçeye, Fransızca "succes" kelimesinden girmiştir. Fransızca karşılığı başarıdır. Fakat Türkçeye girdiğinde başarı kelimesinde daha çok, başarının, çevrede başka insanlarda nasıl bir algı yaratılmasıyla ilişkilendirilerek kullanılmıştır. Başarı gerçekleşen sonuç iken, sükse bunun insanlarda, çevrede yaratacağı etkiye odaklanmıştır. İlgi uyandıran, dikkati çeken, show yapmaya kadar gidebilecek gösteriş...

Başarı ve Nelson Mandela:

"Ben asla kaybetmem, ya kazanırım ya öğrenirim."
Yaşanılan tüm deneyimleri öğrenme fırsatına çeviren bir yaklaşım. Bu, bilge yaklaşımdır.

Özetleyecek olursak;

Başarı ve başarılı olmanın ölçütlerini fark etmek için kendimize birkaç soru sormak gerekir.

- Ben ne istiyorum? Bu isteğim hangi ihtiyacı karşılayacak?
- İsteğimi/isteklerimi gerçekleştirmek için ne yapmaya hazırım? Neleri göğüslemeye hazırım?
- Başarılı olduğumu nasıl anlayacağım, fark edeceğim?

Bu son soru özellikle "Elalem ne der, başkaları ne der?" sorularını fazlasıyla dikkate alan insanlarda daha da önemli oluyor. Bize verilen geri bildirimi duymak, almak, değerlendirerek kendi yolumuzda ilerlemek, başarılı insanların faydalı alışkanlıklarındandır.



Dr. Mustafa UĞUZ

TOBB DDGG

(Dijital Dönüşüm Görev Gücü) Başkanı

mustafa.uguz@beko.com

IoT Beyaz Eşya Üreticileri İçin Yeni Bir Eşik:Yapay Zeka Uyumu

Avrupa Birliği Yapay Zeka Yasası (Regulation (EU) 2024/1689 – EU AI Act), risk temelli yaklaşımını yalnızca sınıflandırma ve kontrol mekanizmaları üzerinden değil, aynı zamanda “**şeffaflık**” ekseninde genişleterek yapay zeka sistemlerinin kullanıcılarla etkileşimine doğrudan müdahil olan yeni bir düzenleyici çerçeve ortaya koymaktadır. Özellikle Madde 50 kapsamında tanımlanan şeffaflık yükümlülüklerinin **2 Ağustos 2026** itibarıyla uygulanabilir hale gelmesi, IoT beyaz eşya üreticileri açısından yalnızca hukuki bir gerekliliği değil, ürün tasarımı ve kullanıcı deneyimine kadar uzanan denetlenebilir bir dönüşüm sürecini ifade etmektedir.

Madde 50'nin temel amacı, kullanıcıların bir yapay zeka sistemiyle ne zaman ve nasıl etkileşimde bulunduğunu açık biçimde fark edebilmesini sağlamaktır. Bu doğrultuda, yapay zeka tarafından üretilen veya anlamlı ölçüde yönlendirilen içeriklerin yapay zeka kökeninin görünür hale getirilmesi ve belirli algısal çıkarım senaryolarında ilgili kişilerin bilgilendirilmesi zorunlu kılınmaktadır. Ancak bu zorunluluk, basit bir etiketleme yaklaşımının ötesine geçmektedir. IoT üreticileri için asıl gereklilik, yapay zekanın ürün davranışı içindeki rolünü kullanıcı deneyiminin kritik temas noktalarına entegre eden, açık ve anlaşılır bir “**şeffaflık katmanı**”nın tasarlanmasıdır.

Bu bağlamda şeffaflık, cihaz ekranında yer alan kısa bildirimlerden mobil uygulamalardaki kullanıcı akışlarına, sesli asistan etkileşimlerinden raporlama ekranlarına kadar geniş bir etkileşim alanında somutlaşmaktadır. Örneğin bir cihazın kullanıcıya öneri sunduğu, otomatik optimizasyon yaptığı veya doğal dil arayüzleri üzerinden etkileşim kurduğu durumlarda, kullanıcının bunun yapay zeka destekli bir işlem olduğunu fark edebilmesini sağlayan ifadelerin bulunması gerekmektedir. Benzer şekilde, yapay zeka tarafından üretilen metin, ses veya görsel içeriklerin yalnızca kullanıcıya gösterilmesi değil, aynı zamanda teknik olarak tespit edilebilir bir şekilde işaretlenmesi beklenmektedir. Burada “mümkün olan ölçüde” ve “mevcut teknik durum” dikkate alınarak geliştirilecek çözümler, üreticilerin teknik kapasitesi ile regülasyonun beklentileri arasında denge kurulmasını gerekli kılmaktadır.

Şeffaflık yükümlülüğünün önemli bir boyutu da kullanıcı algısının doğru yönetilmesidir. **AB yapay zeka yasası, kullanıcıların yapay zeka çıktısını kesin ölçüm, garanti veya mutlak doğruluk olarak yorumlamasının önüne geçmeyi hedeflemektedir.** Bu nedenle ürün kılavuzlarında ve dijital rehberlerde, yapay zeka fonksiyonlarının nasıl çalıştığı kadar, hangi durumlarda sınırlı kaldığı veya hata payı içerdiği de anlaşılır bir dille ifade edilmelidir. Böylece şeffaflık, yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda yanlış yönlendirme aracı haline gelmemektedir.

Öte yandan, şeffaflık yükümlülüklerinin yalnızca kullanıcıya yönelik metinlerle sınırlı olmadığını vurgulamak gerekir. Piyasa gözetimi ve denetim süreçlerinde asıl belirleyici olan unsur, beyan edilen ile fiili durum arasındaki tutarlılıktır. Kullanıcı arayüzünde sunulan ifadeler, ürün kılavuzları, teknik dosyalar ve cihazın gerçek çalışma biçimi arasında tam bir uyum bulunmaması, uyumsuzluk riskini doğrudan artırmaktadır. Bu durum, şeffaflığı statik bir dokümantasyon başlığı olmaktan çıkarak ürün yaşam döngüsüne

entegre edilmiş dinamik bir yönetim sürecine dönüştürmektedir.

İşin bir diğer kritik boyutu ise tedarik zinciridir. IoT üreticileri çoğu zaman nihai ürünü pazara sunan taraf olmakla birlikte, yapay zeka modelleri sıklıkla üçüncü taraf sağlayıcılardan temin edilmektedir. Bu noktada, EU AI Act'in genel amaçlı yapay zeka modellerine (GPAI) ilişkin hükümleri devreye girmekte ve Annex XI ile Annex XII kapsamında tanımlanan dokümantasyon ve bilgi paylaşımı yükümlülükleri, üreticinin şeffaflık mimarisini doğrudan etkilemektedir. Özellikle Annex XII çerçevesinde sağlanan entegrasyon bilgileri, kabul edilebilir kullanım politikaları ve veri özellikleri, IoT üreticisinin kendi ürün anlatısını ve teknik dosyasını şekillendirmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Dolayısıyla üretici, çoğu durumda bu bilgileri doğrudan üretmekten ziyade, tedarikçiden temin ederek kendi sistemine tutarlı biçimde entegre eden konumunda yer almaktadır.

Bu bağlamda giderek önem kazanan “training data summary” yaklaşımı, yapay zeka eğitim verisinin türü, menşei hakkında üst seviye ama yapılandırılmış bir özet sunarak şeffaflık yükümlülüğünün pratik bir uzantısı haline gelmektedir. Böyle bir yaklaşım, hem denetim süreçlerinde açıklanabilirliği artırmakta, hem de kullanıcı güvenliğini güçlendirmektedir.

Şeffaflık yükümlülüklerinin stratejik önemini belirleyen unsurlardan biri de yaptırım boyutudur. EU AI Act kapsamında bu alandaki uyumsuzluklar önemli idari para cezalarına konu olabilmektedir. Bu durum, şeffaflık eksikliklerinin yalnızca teknik veya dokümantasyon hatası olarak değil, doğrudan finansal risk olarak değerlendirilmesine yol açmaktadır. Özellikle farklı katmanlar arasındaki tutarsızlıklar, kurumlar için dikkatle yönetilmesi gereken bir risk alanı oluşturur.

Bu çerçevenin somut bir örneği, yapay zeka destekli bir çamaşır makinesi üzerinden açıklanabilir. Yük algılama, program optimizasyonu, enerji tahmini veya arıza öngörüsü gibi fonksiyonların makine öğrenmesi bileşenleri ile çalıştığı bir senaryoda, kullanıcı, cihazın yalnızca sabit programlar çalıştırmadığını, belirli kararların yapay zeka tarafından optimize edildiğini anlayabilmelidir. Bu anlayışı destekleyen kısa ve açık ifadelerin cihaz ekranında veya mobil uygulamada yer alması, aynı zamanda sunulan sonuçların tahmin niteliği taşıdığını vurgulayan açıklamaların yapılması, düzenlemenin temel amacını karşılayan örnek uygulamalardır. Eğer kullanılan model üçüncü taraf kaynaklı ise, tedarikçiden alınan bilgilerin ürün anlatısı ile uyumlu hale getirilmesi de uyumun ayrılmaz bir parçasıdır.

Sonuç olarak, 2 Ağustos 2026 itibarıyla yürürlüğe girecek olan şeffaflık rejimi, IoT üreticileri açısından yalnızca bir bilgilendirme yükümlülüğü değil, ürün davranışı, kullanıcı deneyimi, teknik dokümantasyon ve tedarik zinciri arasında bütünsel bir uyum mimarisi kurulmasını gerektirmektedir. Bu mimari doğru kurgulandığında, yalnızca yaptırım risklerini azaltan bir araç olmanın ötesine geçerek, kullanıcı güvenliğini artıran ve Avrupa pazarında rekabet avantajı sağlayan stratejik bir unsur haline dönüşecektir.



CNC TORNA
İŞLEME MERKEZLERİ
OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ

ÜRETİMDE YENİ GÜÇ

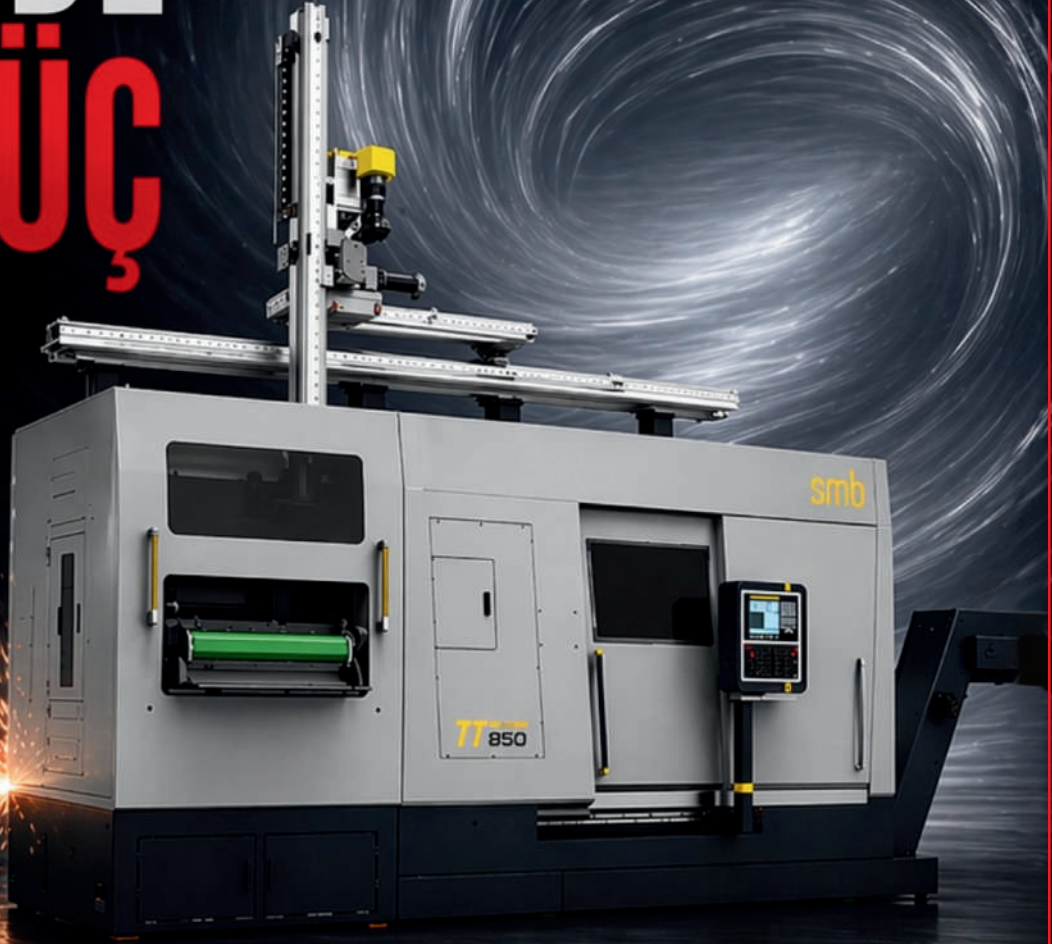
HASSASİYETİN
YENİ STANDARDI

TT-850

ÇİFT TARETLİ
CNC TORNA

Çift taretli yapısı ile eşzamanlı işleme,
yüksek hassasiyet ve seri üretimde
maksimum performans.

SMB Technics, yüksek hassasiyetli
CNC torna ve işleme merkezleri ile
üretiminde maksimum verimlilik,
minimum tolerans hedefler.



ENTEĞRE OTOMASYON

Üretim süreçlerinizi akıllı
otomasyon sistemleri ile
birleştiriyoruz.



YÜKSEK HASSASİYET

Mikron seviyesinde işleme
hassasiyeti ile üstün
parça kalitesi.



SERİ ÜRETİM GÜCÜ

Kesintisiz ve yüksek adetli
üretim için güçlü ve
stabil çözümler.



GLOBAL STANDARTLAR

Uluslararası kalite standartlarına
uygun, güvenilir ve dayanıklı
üretim anlayışı.



DETAYLI BİLGİ İÇİN
QR KODU OKUTUN



[+90] [216] 504 00 20



info@smbtechnics.com



<https://www.smbcnc.com>

BİZİ TAKİP EDİN

@smbtechnics





Prof. Dr. Merih AYDINALP KÖKSAL

Hacettepe Üniversitesi
Çevre Mühendisliği Bölümü
aydinalp@hacettepe.edu.tr



EEDAL 2026: Enerji Verimliliğinde Küresel Buluşma Antalya'da

Enerji verimliliği, iklim değişikliği ile mücadelede ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada artık yalnızca teknik bir konu değil; aynı zamanda ekonomik rekabet gücünün, sanayi dönüşümünün ve yaşam kalitesinin temel belirleyicilerinden biri haline gelmiştir. Özellikle beyaz eşya, ev aletleri ve aydınlatma sektörleri, enerji tüketiminin azaltılması, karbon emisyonlarının düşürülmesi ve döngüsel ekonomi hedeflerinin gerçekleştirilmesinde kritik bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda dünyanın en önemli uluslararası organizasyonlarından biri olan "Energy Efficiency in Domestic Appliances and Lighting (EEDAL)" Konferansı'nın 13.'sü, 9-12 Kasım 2026 tarihlerinde Antalya'da gerçekleştirilecektir.

1997 yılından bu yana sırasıyla Floransa, Napoli, Torino, Londra, Berlin, Kopenhag, Coimbra, Lucerne, Irvine, Jinan, Toulouse ve Kitakyushu'da düzenlenen EEDAL Konferansı, enerji verimliliği alanında çalışan akademisyenleri, kamu kurumlarını, sanayi temsilcilerini, uluslararası kuruluşları ve teknoloji geliştiricilerini bir araya getiren en saygın platformlardan biri olarak kabul edilmektedir. **2026 yılında, bu önemli organizasyonun Türkiye'de düzenlenecek olması, ülkemizin beyaz eşya ve enerji teknolojileri alanındaki üretim gücünün ve uluslararası görünürlüğüne önemli bir göstergesidir.**

Konferans, Hacettepe Üniversitesi organizasyonunda Antalya Belek'te bulunan Xanadu Resort Hotel Convention Center'da gerçekleştirilecektir. Türkiye'nin Avrupa ile Asya arasında stratejik bir üretim ve teknoloji merkezi haline gelmesi, özellikle beyaz eşya sektöründeki güçlü sanayi altyapısı ve Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamındaki dönüşüm çalışmaları, EEDAL 2026'nın Türkiye'de düzenlenmesini daha da anlamlı kılmaktadır.

EEDAL 2026'nın ana teması, konutlarda kullanılan enerji tüketici ekipmanların enerji ve çevresel etkilerinin azaltılmasıdır. Konferansta beyaz eşya ve ev aletlerinden aydınlatma sistemlerine, akıllı ev teknolojilerinden enerji etiketleme uygulamalarına kadar geniş bir konu yelpazesi ele alınacaktır. Ayrıca tüketici davranışları, enerji yoksulluğu, enerji verimliliği politikaları, döngüsel ekonomi, karbon azaltım stratejileri ve enerji finansmanı gibi sosyal ve ekonomik boyutlar da konferansın önemli başlıkları arasında yer almaktadır.

Özellikle Beyaz Eşya Sektörü açısından EEDAL 2026 son derece önemli fırsatlar sunmaktadır. Avrupa Birliği'nin enerji verimliliği, eko-tasarım, karbon ayak izi ve dijital ürün pasaportu gibi yeni

düzenlemeleri, üreticilerin ve tedarik zincirlerinin dönüşümünü hızlandırmaktadır. Bu süreçte enerji verimli ürün tasarımı, akıllı cihaz teknolojileri, veri analitiği, yapay zekâ destekli enerji yönetimi ve sürdürülebilir üretim uygulamaları sektörün geleceğini şekillendiren temel unsurlar haline gelmiştir. EEDAL 2026, bu dönüşümün teknik, ekonomik ve politik boyutlarının tartışılacağı küresel bir platform sunacaktır.

Konferansta ayrıca akıllı sayaçlar, talep tarafı yönetimi, enerji depolama, ev otomasyonu, net sıfır enerjili binalar, akıllı şebekeler ve yapay zekâ uygulamaları gibi geleceğin enerji sistemlerine yönelik konular da değerlendirilecektir. Bu yönüyle EEDAL yalnızca bugünün enerji verimliliği çözümlerini değil, geleceğin sürdürülebilir yaşam modellerini de tartışmaya açmaktadır.

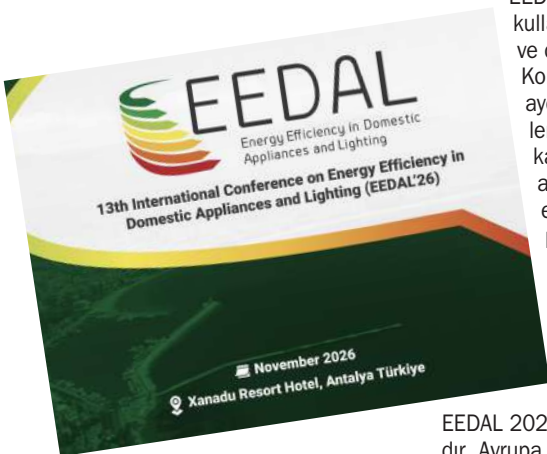
EEDAL 2026'nın bir diğer önemli özelliği ise akademi ile sanayi arasında güçlü iş birlikleri oluşturmayı hedeflemesidir. Konferans süresince düzenlenecek teknik oturumlar ve paneller sayesinde farklı ülkelerden gelen araştırmacılar ile sektör temsilcileri arasında bilgi alışverişi ve yeni ortaklıkların geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Türkiye Beyaz Eşya Sanayisi'nin güçlü üretim altyapısı ve ihracat kapasitesi düşünüldüğünde, bu organizasyonun sektörümüz için önemli uluslararası iş birliklerine kapı açacağı düşünülmektedir.

Konferansın bilim kurulunda Avrupa Komisyonu, IEA, UNEP, Fraunhofer Institute, Lawrence Berkeley National Laboratory ve dünyanın önde gelen üniversitelerinden uzman isimler yer almaktadır. Bu durum, EEDAL 2026'nın uluslararası bilimsel niteliğini ve sektörel etkisini daha da güçlendirmektedir.

Enerji verimliliğinin yalnızca bir mühendislik konusu değil, aynı zamanda ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel sorumluluk ve toplumsal dönüşüm meselesi olduğu günümüzde, EEDAL 2026'nın Türkiye'de düzenlenmesi büyük bir kazanımdır. Antalya'da gerçekleştirilecek bu önemli organizasyonun, ülkemizin enerji verimliliği alanındaki bilgi birikimini ve sanayi gücünü uluslararası ölçekte görünür kılacağına inanıyoruz.

COP31'in düzenlendiği dönemde paralellik gösteren bu önemli organizasyona, enerji verimliliği alanında çalışan tüm akademisyenleri, sektör temsilcilerini, kamu kurumlarını ve paydaşları EEDAL 2026'ya katkı sunmaya ve bu önemli buluşmanın bir parçası olmaya davet ediyoruz.

Saygılarımla,



Engineering Motion.

Since 1996.

TELFORM[®]
Part of Lesjöfors Group



ANNIVERSARY

1996-2026



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





Ferhan YILDIZ

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

KOBİ'LER İÇİN KAPASİTE ARTIŞI VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM DESTEKLERİ

Sanayi şirketlerinin gündeminde iki temel başlık öne çıkıyor. Üretim kapasitesinin korunması ve geliştirilmesi ile verimlilik odaklı dönüşüm. Ancak mevcut ekonomik koşullar, birçok işletme açısından yeni yatırım kararlarını zorlaştırmakta; finansmana erişim ve maliyetler daha belirleyici hale gelmektedir. Bu çerçevede KOSGEB tarafından sunulan Kapasite Geliştirme ve Dijital Dönüşüm destek programları, belirli şartları sağlayan işletmeler için alternatif bir finansman ve destek mekanizması olarak gündeme gelmektedir.

Bu Destekler Ne Sağlıyor?

Her iki program kapsamında işletmeler, belirli bir proje çerçevesinde 1 milyon TL ile 20 milyon TL arasında değişen kredi imkânına erişebilmekte ve kullanılan krediler için 20 puana kadar faiz veya kar payı desteğinden yararlanabilmektedir.

Bu yapı çerçevesinde öne çıkan kazanımlar şu şekilde özetlenebilir:

- **1 – 20 milyon TL arası yatırım finansmanına erişim**
- **20 puana kadar faiz / kar payı desteği ile maliyet avantajı**

- Makine, yazılım ve işletme giderlerinin proje kapsamında finanse edilebilmesi
- Yatırım sürecinin belirli bir plan ve takvim çerçevesinde yürütülmesi

Özellikle finansman maliyetlerinin yüksek olduğu dönemlerde, bu destekler uygun koşulları sağlayan işletmeler için maliyetleri kısmen dengeleyici bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Kapasite Geliştirme Destek Programı

Kapasite Geliştirme Programı; KOBİ'lerin üretim kapasitesini artırmayı, operasyonel dayanıklılığını güçlendirmeyi ve belirli ölçüde ölçeklenmesini desteklemeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda büyük işletmelerin tedarik zincirinde yer alan KOBİ'lerin gelişimini teşvik eden bir yapıya sahiptir.

Program, belirli dönemlerde çağrıya açılmakta olup son yıllarda düzenli şekilde uygulanmaya devam etmektedir.

Destek kapsamında; makine ve teçhizat yatırımları, yazılım ve dijital altyapı giderleri, personel maliyetleri ile işletme sermayesi ihtiyacı birlikte değerlendirilebilmektedir. Bu yönüyle yalnızca yatırım harcamalarını değil, işletmenin büyüme sürecindeki farklı ihtiyaçlarını da kapsayan bütüncül bir yapı sunmaktadır.

Programa başvuru açısından öne çıkan kriterler:

- KOSGEB veri tabanına kayıtlı ve aktif işletme olma şartı
- Mikro ölçekli işletmelerin kapsam dışında olması
- İmalat işletmeleri için sanayi sicil belgesi zorunluluğu
- Yalın Olgunluk Değerlendirme Analizi (YODA) yapılması
- Net büyüme eğilimi gösteren işletme yapısı (ana sanayi tedarikçisi firmalar için esneklik söz konusu)

Bununla birlikte programın; başvuru şartları, değerlendirme süreci ve uygulama disiplini açısından belirli bir hazırlık gerektirdiği göz ardı edilmemelidir.

Özellikle dikkat edilmesi gereken hususlar:

- Programdan yalnızca bir kez yararlanılabilmesi
- Proje kapsamındaki makine ve ekipmanların proje süresince devredilememesidir.

KOBİ Dijital Dönüşüm Destek Programı Programa başvurabilmek için işletmelerin, yetkilendirilmiş kurumlar tarafından hazırlanan bir dijital olgunluk değerlendirme raporu alması gerekmektedir. Bu rapor, işletmenin mevcut durumunu ve ihtiyaçlarını ortaya koyarak yapılacak yatırımların çerçevesini belirler.

Program kapsamında desteklenen başlıca alanlar:

- Üretim süreçlerinin dijital olarak izlenmesi
- Veri analitiği ve karar destek sistemleri
- Otomasyon ve robotik uygulamalar
- Yazılım ve siber güvenlik altyapıları

Finansman yapısı bakımından programın temel unsurları:

- 1 – 20 milyon TL arası kredi imkânı
- 20 puana kadar faiz / kar payı desteği
- Azami 24 ay proje süresi

Programın öne çıkan yönlerinden biri, yatırım kararının doğrudan bir analiz çıktısına dayanmasıdır. Ayrıca büyüyen işletme şartı aranmaksızın başvuru yapılabilmesi ve sürekli başvuruya açık olması uygulama açısından esneklik sağlamaktadır.

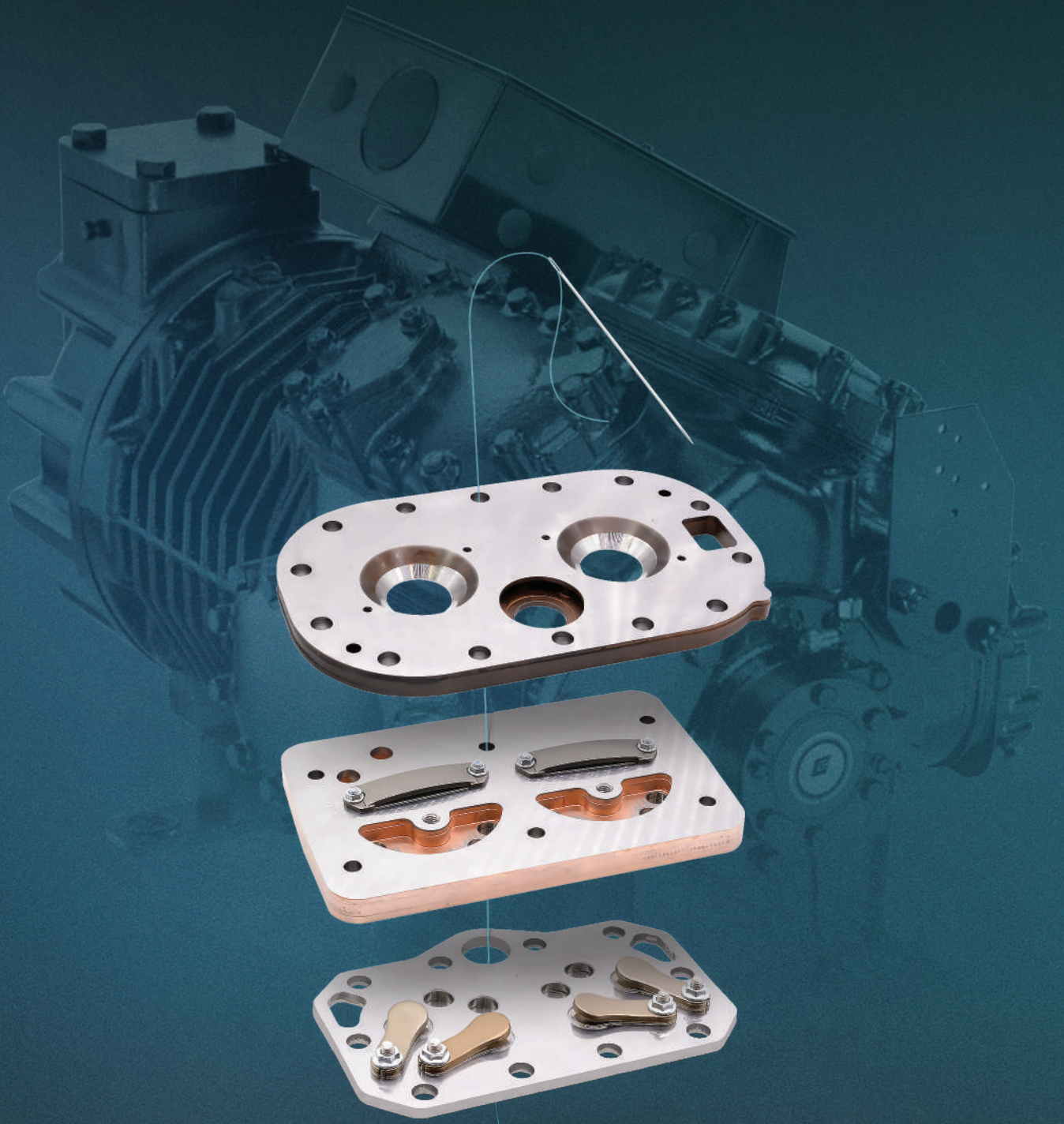
Genel Değerlendirme

Kapasite artışı ve dijitalleşme, sanayi şirketleri açısından önemli başlıklar olmakla birlikte, mevcut ekonomik konjonktürde her işletme için aynı öncelikte olmayabilir.

Bu destek programları, belirli ölçek ve hazırlık seviyesine ulaşmış işletmeler için anlamlı avantajlar sunarken, her işletme açısından doğrudan uygulanabilir veya uygun olmayabilir. Programlardan 1 kez yararlanma hakkı olduğu için, bu hakkın doğru kullanılması önem arz etmektedir.

Dolayısıyla bu tür desteklerin değerlendirilmesinde yalnızca sağlanan avantajlar değil; başvuru koşulları, hazırlık süreci ve uygulama yükümlülükleri de birlikte ele alınmalıdır.

Her iki program için de çok önemli bir husus, aynı gider kalemleri için farklı desteklerden yararlanmak mümkün değildir. **Ancak yatırım teşvik belgesi kapsamında ilaveten finansman desteği almamak koşulu ile yatırım teşvik belgesinin vergi indirimlerinden yararlanabilmeye imkan verilmesi, programların yatırım teşviklerle birlikte uygulanmasını sağlayarak, projelerin katma değerini yükseltmektedir.** Doğru analiz edilerek kurgulanan projeler için bu programlar fayda yaratabilirken, yeterli hazırlık yapılmadan başvuru süreçleri işletmeler açısından beklenen etkiyi oluşturmayabilir.



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





ALPPLAS, DİJİTAL DÖNÜŞÜM MERKEZİ SERTİFİKASI ALMAYA HAK KAZANDI

Elektronik, plastik parça ve kalıp çözümleri alanında 40 yıla yakın üretim tecrübesini yüksek teknolojiye üretim anlayışıyla birleştiren; başta beyaz eşya ve otomotiv olmak üzere farklı sanayi kollarına katma değerli çözümler sunan Alpplas, dijital dönüşüm alanındaki çalışmalarını önemli bir başarıyla taçlandırdı.

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen Dijital Dönüşüm Programı kapsamında gerçekleştirilen değerlendirmeler sonucunda Alpplas, **Dijital Dönüşüm Merkezi Sertifikası almaya hak kazandı**. Sertifika, MEXT Teknoloji Merkezi'nde düzenlenen törende, **T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Sayın Mehmet Fatih Kacır'ın katılımıyla, Alpplas Genel Müdür Yardımcısı Demet Erol tarafından teslim alındı**.

Söz konusu sertifika; Alpplas'ın üretim süreçlerinde dijital teknolojileri etkin biçimde kullandığını, veri odaklı karar alma mekanizmalarını başarıyla hayata geçirdiğini ve operasyonel

mükemmellik yaklaşımını sistematik bir şekilde uyguladığını ortaya koyuyor. Şirket, dijitalleşme yatırımlarıyla üretim verimliliğini artırmayı, kaynak kullanımını optimize etmeyi ve sürdürülebilir büyüme hedeflerini desteklemeyi amaçlıyor.

Alpplas yetkilileri, dijital dönüşümün yalnızca teknolojik bir yatırım değil; aynı zamanda kurumsal kültürü ve iş yapış biçimlerini dönüştüren stratejik bir süreç olduğuna dikkat çekerek, geleceğin üretim teknolojilerine uyum sağlayan ve sektöre değer katan uygulamaları hayata geçirmeye devam edeceklerini belirtti.

Alpplas, dijital dönüşüm vizyonu doğrultusunda verimlilik, sürdürülebilirlik ve rekabet gücünü artırmaya yönelik çalışmalarını kararlılıkla sürdürerek, Türk sanayisinin teknolojik dönüşümüne katkı sağlamayı hedefliyor.

ALPPLAS AWARDED THE DIGITAL TRANSFORMATION CENTER CERTIFICATE

Combining nearly 40 years of manufacturing experience in electronics, plastic parts, and mold solutions with a high-tech production approach, Alpplas provides value-added solutions to various industries, primarily white goods and automotive. The company has now crowned its efforts in digital transformation with a significant achievement.

Following evaluations conducted under the Digital Transformation Program carried out by the Ministry of Industry and Technology of the Republic of Türkiye, Alpplas has been awarded the Digital Transformation Center Certificate. The certificate was presented at a ceremony held at the MEXT Technology Center, **with the participation of Minister of Industry and Technology Mr. Mehmet Fatih Kacır, and received by Alpplas Deputy General Manager Demet Erol**.

This certificate demonstrates that Alpplas effectively utilizes digital technologies in its production processes, successfully implements data-driven decision-making mechanisms, and systematically applies an operational excellence approach. Through its digitalization investments, the company aims to enhance production efficiency, optimize resource utilization, and support its sustainable growth objectives.

Alpplas representatives emphasized that digital transformation is not merely a technological investment but also a strategic process that reshapes corporate culture and business practices. They underlined their commitment to continuing to implement applications that adapt to future production technologies and add value to the industry.

Türkiye

Gelecek GENÇLER'de



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

ÜRETİM			Şubat
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	1.431.711	2.104.347	
Yüzde değişim	-%32		
İÇ SATIŞ			
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	3.011.854	4.027.060	
Yüzde değişim	-%12		
İHRACAT			
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	535.741	560.367	
Yüzde değişim	-%4		
İTHALAT			
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	1.001.345	1.100.480	
Yüzde değişim	-%9		
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	2.098.632	2.597.342	
Yüzde değişim	-%19		
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	27.202	19.115	
Yüzde değişim	%42		
	Şubat 2026	Şubat 2025	
Adet/Yıl	48.043	32.640	
Yüzde değişim	%47		

Şubat

ÜRETİM		
	Şubat 2026	Şubat 2025
Adet/Yıl	1.871.308	2.720.371
Yüzde değişim	-%31	
İÇ SATIŞ		
	Şubat 2026	Şubat 2025
Adet/Yıl	3.884.804	5.221.308
Yüzde değişim	-%26	
İHRACAT		
	Şubat 2026	Şubat 2025
Adet/Yıl	1.313.342	1.631.967
Yüzde değişim	-%20	
İTHALAT		
	Şubat 2026	Şubat 2025
Adet/Yıl	58.486	85.474
Yüzde değişim	-%32	
	Ocak - Şubat 2026	Ocak - Şubat 2025
Adet/Yıl	108.049	145.864
Yüzde değişim	-%26	

ÜRETİM			Mart
	Mart 2026	Mart 2025	
Adet/Yıl	1.993.553	2.242.296	
Yüzde değişim	-%11		
İÇ SATIŞ			
	Mart 2026	Mart 2025	
Adet/Yıl	649.882	659.765	
Yüzde değişim	-%1		
İHRACAT			
	Mart 2026	Mart 2025	
Adet/Yıl	1.135.155	1.558.941	
Yüzde değişim	-%27		
İTHALAT			
	Mart 2026	Mart 2025	
Adet/Yıl	56.674	30.174	
Yüzde değişim	%88		
	Ocak - Mart 2026	Ocak - Mart 2025	
Adet/Yıl	104.717	62.814	
Yüzde değişim	%67		

ÜRETİM			Mart	
	Mart 2026	Mart 2025		
Adet/Yıl	2.464.764	2.850.821		
Yüzde değişim	-%14			
Ocak - Mart 2026				Ocak - Mart 2025
Adet/Yıl	6.349.568	8.072.129		
Yüzde değişim	-%21			
İÇ SATIŞ				
	Mart 2026	Mart 2025		
Adet/Yıl	878.107	909.206		
Yüzde değişim	-%3			
Ocak - Mart 2026				Ocak - Mart 2025
Adet/Yıl	2.282.543	2.538.984		
Yüzde değişim	-%10			
İHRACAT				
	Mart 2026	Mart 2025		
Adet/Yıl	1.352.262	1.907.782		
Yüzde değişim	-%29			
Ocak - Mart 2026			Ocak - Mart 2025	
Adet/Yıl	4.006.274	5.199.347		
Yüzde değişim	-%23			
İTHALAT				
	Mart 2026	Mart 2025		
Adet/Yıl	94.114	98.700		
Yüzde değişim	-%5			
Ocak - Mart 2026			Ocak - Mart 2025	
Adet/Yıl	202.163	244.564		
Yüzde değişim	-%17			



2 yıllık detaylı ürün karşılaştırma grafikleri



Türkiye
Beyaz Eşya
Sanayicileri
Derneği

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

Altı Ana Ürün

		ÜRETİM	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		2.204.604	1.935.775
Yüzde değişim		%14	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		7.210.011	8.205.131
Yüzde değişim		-%12	
		İÇ SATIŞ	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		707.536	647.540
Yüzde değişim		%9	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		2.358.763	2.407.785
Yüzde değişim		-%2	
		İHRACAT	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		1.415.230	1.422.666
Yüzde değişim		-%1	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		4.649.017	5.578.949
Yüzde değişim		-%17	
		İTHALAT	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		46.530	38.372
Yüzde değişim		%21	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		151.247	101.186
Yüzde değişim		%49	

Nisan

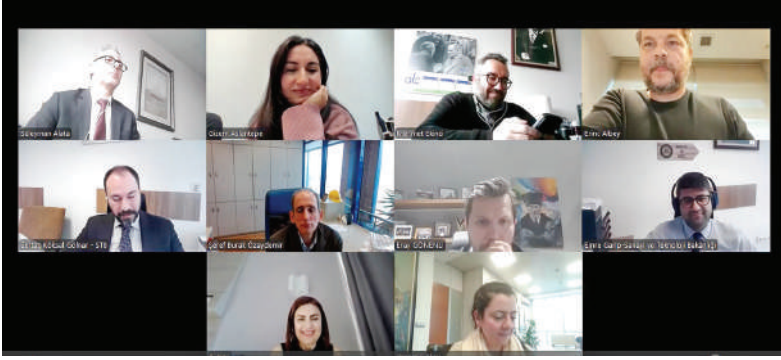
		ÜRETİM	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		2.670.872	2.388.821
Yüzde değişim		%12	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		9.020.440	10.460.950
Yüzde değişim		-%14	
		İÇ SATIŞ	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		919.312	929.357
Yüzde değişim		-%1	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		3.201.855	3.468.341
Yüzde değişim		-%8	
		İHRACAT	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		1.655.683	1.684.392
Yüzde değişim		-%2	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		5.661.957	6.883.739
Yüzde değişim		-%18	
		İTHALAT	
		Nisan 2026	Nisan 2025
Adet/Yıl		90.818	120.636
Yüzde değişim		-%25	
		Ocak - Nisan 2026	Ocak - Nisan 2025
Adet/Yıl		292.981	365.200
Yüzde değişim		-%20	

Nisan



Türkiye
Beyaz Eşya
Sanayicileri
Derneği

TOPLANTILARIMIZ'DAN



2016.02.27
OzUBEX Yönlendirme Komitesi Toplantısı



2026.03.31
KESİD Ziyareti



2026.03.31
Senur-Arnica Ziyareti



2026.04.01
BEYSAD-Fonzip Toplantısı



2026.04.16
TAYSAD Ziyareti



2026.04.27
OzUBEX Denetim Günü



2026.05.05
Koç Holding Dayanıklı Tüketim Sektör Meclisi Başkanı
Polat Şen Ziyareti



2026.05.15
Arçelik CEO Can Dinçer Ziyareti



KONVEYOR

www.konveyor.com

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