

TRENDS UPDATE

İç Basın ve Trend Özeti

Savaşın Türk sanayicisine en net etkileri neler.

Kaynak: Berk Dicle

Petrol, alüminyum, gübre fiyatlarındaki artışlar, körfez ülkelerine lojistikte “+savaş primi” eklenmesi ve artan maliyetler ve gecikmeleri, körfez ülkelerinden olan siparişlerde gecikmeler en doğrudan ve net etkiler olarak göze çarpıyor. Özellikle İran ile olan ticarete oluşacak problemler bire bir ciro kaybına yol açacaktır.



İhracatçının maliyetleri yine gelirinden daha fazla arttı.

Kaynak: Adnan YILDIRIM (x.com)

İmalatçı ihracatçılarımızda rekabet gücü kaybı devam ediyor. 2026 yılının ilk 2 ayında (1\$+1€) kur sepeti %1,03 artarken, Yİ-ÜFE %5,16, TÜFE %7,95 arttı.

TABLO (1)
2019-2026 ENFLASYON KUR VE YENİDEN DEĞERLEME ARTIŞLARI (%)

YILLAR	KUR SEPETİ (\$,€)	Yİ-ÜFE	TÜFE	YENİDEN DEĞERLEME
2019	10	7,96	11,84	22,58
2020	31	25,16	11,6	9,11
2021	78	79,89	36,08	36,2
2022	36	97,72	64,27	122,93
2023	59	44,22	64,77	58,46
2024	15,52	28,52	44,38	43,93
2025	29,85	27,67	30,89	25,49
2026 (*)	1,03	5,16	7,95	-

(*) Ocak-Şubat



**TÜİK'E GÖRE 4 YILDA YÜZDE 76
BÜYÜMÜŞÜZ. ARANIZDA BU KADAR
ZENGİNLEŞEN VAR MI?.**

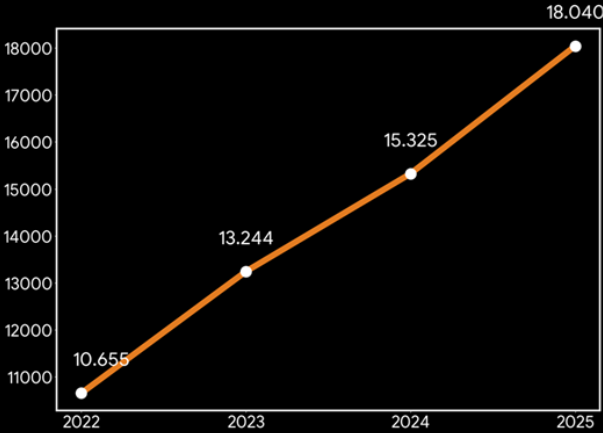
Kaynak: Meriç Köyatası (<https://www.egesaati.com.tr/>)

Sabit fiyatlarla geçen yıl yüzde 3.6, dolarla yüzde 17.5 büyümüşüz. TÜİK verilerine yorum mu yapılır mizah mı, bilemedim.

TL VE DOLARLA BÜYÜME (%)



TÜRKİYE'DE KİŞİ BAŞI ORTALAMA MİLLİ GELİR(\$)



Kaynak: TÜİK



Kaynak: *Nasil Bir Ekonomi (NBE)* 4 Mar 2026 HANDAN SEMA CEYLAN
handan.ceylan@nbe.com.tr

Türkiye-Çin İş Konseyi Başkanı ve Mıstaçoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı, Çinli Oppo'nun telefonlarını üreten Aydın Mıstaçoğlu:

- ABD-Çin eksenindeki küresel gerilim Türkiye için bir risk değil, doğru stratejiyle büyük bir üretim fırsatı.
- Mesele yalnızca Çin'li bir markanın Türkiye'de üretim yapması değil; ölçek, know-how transferi ve sanayi kültürünün kalıcı hale gelmesi.
- Çin'le ilgili değerlendirmelerde bundan 25 yıl öncesinin 'ucuz iş gücü' yargısının değişmesi gerekiyor. Çinliler insan emeğiyle yapılan işlerin çoğunda robotik süreçlere geçtiler. Kendi üretim sanayilerini geliştirdiler.
- Türkiye'nin de bunu yapması lazım. İster Almanya üretelim, ister Çinliye üretelim, yeter ki üretelim. Üretimi yaptıktan sonra emin olun Türkiye'deki sanayiciler üretimde gider markayı da satın alır. Ya da kendi markasını da yaratır. Bu rüzgarı üretimde güçlenip, marka sahibi olmak için kullanmalıyız.
- İstanbul Tuzla'daki AGM Teknoloji fabrikasında yıllık 1 milyon adedin üzerinde üretim yapıyoruz.

Telefonunun ortalama 400 dolar birim fiyat, yaklaşık 400 milyon dolarlık pazar karşılığı var. Montaj yapmıyoruz. Anakart dahil olmak üzere üretim sürecinin tamamı Türkiye’de gerçekleştiriliyor. Şu an için üretimde yerli oranı yaklaşık yüzde 25 ve ithal oranı yüzde 75 seviyesinde.

- Bir iş insanı hangi sektörde faaliyet gösteriyorsa gösterson, Çin’de kendisinin yaptığı iş nasıl yapılıyor diye bakmalı. İşbirliklerini düşünmeli.
- Çinliler genelde gidip bir yerde kendileri iş yapmayı seviyor. Sadece onların bizde yatırım yapmasını beklememek iş birlikleri önermek lazım.
- Biz üretim için başka bir tesis almıştık. Ancak Tuzla’da OPPO’nun kendi üretimini durduğunu üretim hatlarını taşıyacağını ve Türkiye’den çıkacağını öğrendik. Çin’e gittik kapılarını çaldık. Üretim hattı fişi tak çalıştır durumundaydı. Burayı yeniden işleyen bir hale getirdik. Üretim yaptık, süreci sahiplendik ve markayı temsil edecek güçlü bir işbirliğine imza attık. İlk etapta 25 civarında Çinli mühendis, Türk ekibe eşlik etti. Anakart üretiminden 800-1200 parçanın birleştirilmesine kadar her aşama, Çinli uzmanların denetiminde Türk mühendisler tarafından öğrenildi.

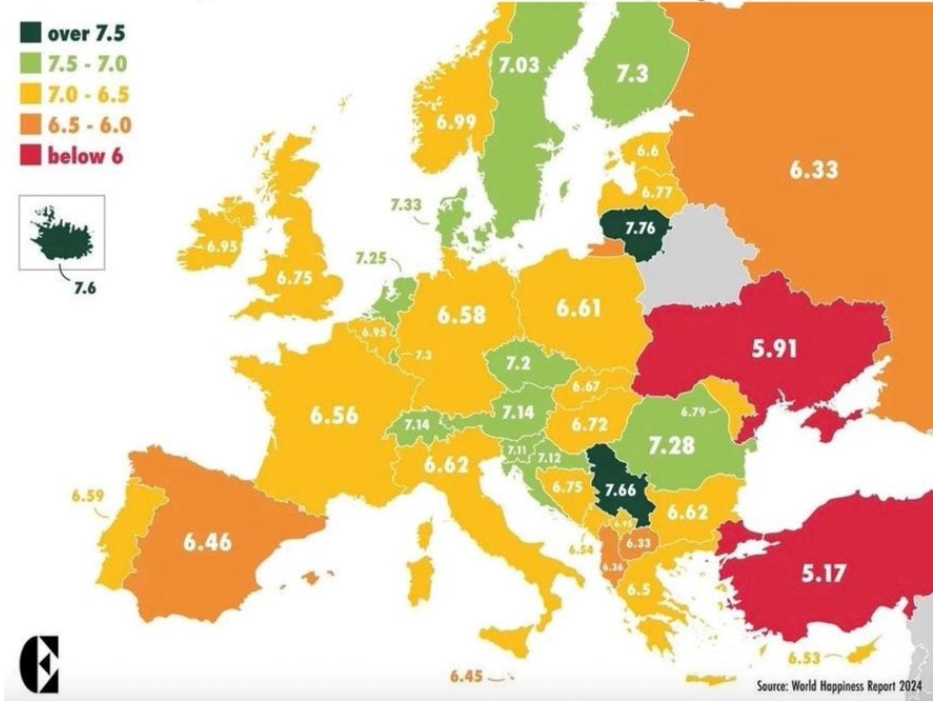
A'dan Z'ye full üretim yapıyoruz, montaj yapmıyoruz. Üretim firmamız AGM Teknoloji bünyesinde doğrudan 1000 kişi istihdam ediyoruz. Bugün fabrikadaki Çinli sayısı 6-7 kadar.



Gençlerin mutluluk durumu.

Kaynak: Dünya Mutluluk Raporu, 2024 ve Hakan Kara

Ülkeler itibarıyla gençlerin mutluluk endeksi (2021-23 dönemi, 30 yaş altı)





Pazarlamada insanların aklında “hikaye” kalıyor. Maymun Punch olayı.

Kaynak: Sosyal medya

Son dönemde internette çok fazla yayılan bir hikaye var: Japonya’daki bir hayvanat bahçesinde doğduktan hemen sonra annesi tarafından terk edilen yavru maymun Punch, annesi yerine büyük bir peluş oyuncığa sarılıyor. Bu oyuncak IKEA olunca “oyuncakla özdeşleşen güven duygusu da IKEA tarafından kullanılıyor. Çünkü her gün binlerce reklama maruz kalan insan bünyesi sadece “hikaye”yi aklında tutuyor.



İşgücü istatistikleri inandırıcılığını kaybediyor.

Kaynak: Seyfettin GÜRSEL (dunya.com)

TÜİK’e göre; aralık ayında bir ayda istihdamda 516 binlik kayıp var ama iş arayan sayısı sadece 73 bin artmış. Bence aralık ve ocak işsizlik oranlarının bir anlamı kalmadı.



YAPAY ZEKA TÜRKİYE İÇİN YENİ BÜYÜME MODELİ OLMALI.

Kaynak: *Nasil Bir Ekonomi (NBE)* 3 Mar 2026 YENER KARADENİZ

İTO Başkanı Şekib Avdagiç:

- Yapay zeka meslekleri ortadan kaldırmıyor, meslekleri dönüştürüyor.
- Tarihsel olarak her teknoloji devrimi bazı kapıları kapatırken yenilerini açmıştır. Bugün de aynı dinamiği yaşıyoruz. Asıl mesele ona hazırlıklı olmak.
- Kısa vadede en fazla etkilenecek alanlar; veri girişi, çağrı merkezi operasyonları, standart muhasebe işlemleri ve basit içerik üretimi gibi rutin görevler.
- Yapay zekanın iş dünyasında yarattığı etkiyi bir tehdit değil, yönetilmesi gereken köklü bir dönüşüm olarak görüyoruz.



Aselsan 3 bin 200 şirkete 4 milyar dolarlık iş veriyor, kilo başı ihracatı 2 bin 200 doları buluyor.

Kaynak: Vahap Munyar (ekonomim.com)

Aselsan Genel Müdürü Ahmet Akyol:

- İhracatımız 2016'da 161 milyon dolar idi şimdi 2025 yılı ihracatımız 958 milyon dolar oldu. Kilo başına ihracat gelirimiz 500 dolar idi. Şimdi kilo başına ihracat gelirimiz 2 bin 200 dolara ulaşmış bulunuyor. 1962 firmaya iş veriyorduk, şimdi 3200 firmaya iş veriyoruz. 120 dolayında ürünün üretimini KOBİ'lere terk ettik. Tedarikçilerimizde 1493 CNC tezgahı sadece bize çalışıyor.
- 5 bin dönüm alanda, 500 bin metrekare kapalı alanda üretim yapıyoruz. Geçen yıl yatırımına başladığımız tesisimiz 6 bin 800 dönüm alanda, 795 bin metrekarelik kapalı alana sahip olacak. Yatırım 1.5 milyar doları bulacak.
- Şirketimizin piyasa değeri 32 milyar dolar civarında. Türkiye'nin en büyük şirketi, Avrupa'nın en hızlı büyüyen savunma sanayi şirketiyiz.

- Malzeme seçiminden insan kaynakları süreçlerine kadar birçok alanda “yapay zeka” kullanıyoruz. “Yapay zeka” ile sağlanan verimlilik artışı, süreçlerin hızlanması yıllık 39 milyon dolarlık getiri elde ettik. 730 bin saat işçilik kazancı sağlamış olduk.
- SİHA kameralarıyla ilgili ilk ambargo ile yüzleştığımız dönemde kamera yapmamız 8 yıl sürmüştü. Son kamerayı 3 yılda yaptık.
- Bildiğim kadarıyla Türkiye’nin en büyük veri merkezine sahibiz.
- 2025 yılında ilk kez net beyin göçü sağladık. 2025 yılında yurt dışından 137 kişiyi Aselsan’a aldık. 42 arkadaşımız da bizden ayrılıp yurt dışına gitti. Böylece beyin göçünde net artıya geçmiş olduk.
- Aselsan’da işe girmek için çoğu Avrupa ülkelerinden olmak üzere 1400 başvuru aldık.

- Aselsan, süper ligde oynadığına göre, bize de süper ligde oynayacak beyinler lazım...



Sorunlu ticari kredilerde asıl mesele tahsilat değil, yapılandırma.

*Kaynak: Nasıl Bir Ekonomi (NBE) 3 Mar 2026 Önder YILMAZ, FOYDER/TMA
Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı*

2025 yılsonu itibarıyla, yakın izlemedeki krediler + tahsili gecikmiş alacaklar olarak (sorunlu olma ihtimali olanlar hariç) 60 milyar Doların üzerinde stres altındaki kredi büyüklüğü ortaya çıkıyor. Bu portföyün ana gövdesini de bireysel değil, ticari krediler oluşturuyor.

Sorunlu hale gelen bir ticari kredi, her zaman başarısız bir iş modeli anlamına gelmez. Çoğu zaman sorun; geçici likidite sıkışıklığı, yanlış vade yapısı, aşırı borçluluk, ortaklar arası anlaşmazlıklar ya da makroekonomik dalgalanmalardan kaynaklanır.

Bu nedenle ticari kredilerde çözüm, sadece alacağın tahsili değildir. Asıl mesele, şirketin faaliyetini

sürdürebileceği bir yeniden yapılandırma çerçevesinin oluşturulabilmesidir.

Sorunlu ticari kredilerde en kritik konulardan biri, birden fazla bankanın alacaklı olduğu şirketlerdir. Bu tür yapılarda her banka kendi bilançosunu ve alacağını koruma refleksiyle hareket ederken, bütüncül bir çözüm üretmek giderek zorlaşır.

Finansal Yeniden Yapılandırma lider bir banka etrafında bir koordinasyon sağlasa da, uygulamada her zaman yeterli ve kapsayıcı bir çözüm sunamamaktadır. Kullanım alanı sınırlıdır. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan şey; şirketleri tasfiye etmek yerine yeniden ayağa kaldırmayı hedefleyen kurumsal bir kapasitenin güçlendirilmesidir.



Tuğlaları birleştiren harç: Güven.

Kaynak: Nasıl Bir Ekonomi (NBE)3 Mar 2026 Ayşe Nazmiye UÇA Datassist Bordro Servisi Kurucu Ortak & Girişimci

İyi veya kötü bir şirkete birbirinden ayıran en önemli özellik nedir diye sorarsam cevabınız ne olur? 30 küsur yıllık tecrübemle söyleyebilirim ki, bunun iyi bir ücret,

güzel yan haklar ya da parlak bir ofisle ilgisi yok. Bütün tuğlaları birleştiren harç, **güvendir.**

Araştırmalar da bunu destekliyor: iş arayanlar için maaş, yan haklar veya kariyer fırsatları önemli olsa da, en belirleyici faktör güvendir. **“Çalışılacak en iyi şirketler” listelerinde, çalışanlar ve yöneticiler arasındaki güven en öncelikli unsur olarak öne çıkıyor.**

Standard & Poor’s araştırmalarına göre de, bir iş yerinde yönetici ile çalışan arasındaki güven, şirketin “iyi iş yeri” olup olmadığını belirleyen en kritik ölçütlerden biri.

Hatta güven kültürü güçlü şirketlerde, çalışanların ortalama yıllık geliri üç katına kadar artabiliyor.

Kaynak: <https://brenebrown.com/resources/>

Brené Brown Dare to Lead kitabında güveni, organizasyonların temel yapı taşı olarak tanımlar. Güven, sahip olsak iyi olur dediğimiz bir özellik değil, olmazsa olmaz bir temeldir.

Kendine güvenmeyen bir yöneticinin kurumda güven yaratmasını beklemek de o kadar zordur.

Güven olmadığında kurumun her parçası zamanla aşınır. İlişkiler zayıflar, iş birlikleri kırılganlaşır ve organizasyonun dokusu sözcüğün tam anlamıyla onarılması zor bir hale gelir.

Brené Brown bunu güçlü bir metaforla anlatır: misket kavanozu. Güven, bir kavanoza atılan misketler gibidir. Verilen sözleri tutmak, şeffaf olmak, sorumluluk almak, zor bir anda yanında olmak... Bunların her biri kavanoza atılan bir miskettir. Zaman içinde bu misketler birikir ve güven oluşur. Ama güven kırıldığında onu seloteyle yapıştırmak mümkün değildir. Kriz geldiğinde artık çok geçtir; kavanozun içinde misketlerin çok önceden birikmiş olması gerekir. Çünkü güven bir anda ortaya çıkmaz. Her gün yapılan küçük davranışlarla, küçük sözlerle ve küçük tutarlılıklarla inşa edilir. Sonuç olarak güven bir anda ortaya çıkmaz, ama bir anda kaybolabilir.