

TRENDS UPDATE

İç Basın ve Trend Özeti

Güncel Gelişmeler.

Savaş sonrası konteyner navlun fiyatları yeniden arttı.



İzmir'den Çin'e ilk geri dönüş sevkiyatı yapıldı. İzmir'den kalkan tren 50 konteyner buzdolabı taşıdı. Kaynak: Tek Referans

İstihdam yoğun sektörler daralıyor, yüksek teknolojiye kayan, istihdamı/GSYH'si düşük, verimli ama sürdürülebilirliği kısıtlı sektörlerde büyüyor. İhracat miktarının sert düşüşünü görüyoruz. İhracat kompozisyonumuz pahada yüksek, miktarda düşük

ürünlere kayarak değişiyor. İhracatımızın orta-yüksek teknolojiye kayışı olumlu. *Kaynak: İris Cibre @iriscibre*



Miktar değil değer üretmek.

Kaynak: ilkerpar@ilkerPR

2025 itibarıyla İtalya'nın tarım ve gıda ihracatı yaklaşık 73 milyar Euro seviyesine ulaşmış durumda. İtalya bu ihracatı hacim satarak yapmıyor. Katma değer satarak yapıyor.

Türkiye çok kaliteli zeytin ve zeytinyağı üretebilen bir ülke ancak İtalya aynı ürünü bizden çok daha yüksek fiyatla satabiliyor. Çünkü onlar zeytinyağını sadece tarımsal ürün olarak görmüyor. Akdeniz yaşam kültürü olarak konumlandırıyorlar. Şişesinden etiketine, restoranından mimarisine, turizminden gastronomisine kadar her şey aynı hikâyeyi destekliyor. Ortaya da premium bir algı çıkıyor. Aslında bu yalnızca gıda sektöründe değil. Moda, otomotiv, kahve, peynir, şarap, tasarım, mobilya... Temelinde hikâye, ustalık, gelenek, estetik ve premium algı var.

Günümüzde dünya tüketim anlayışı artık sadece ürün üzerine kurgulanmıyor. Yaşam standardı, anlam ve kimlik satın alınıyor.

Bence Türkiye uzun yıllardır çok kritik bir hata yaptı. Biz genellikle üretimi maliyet odağında değerlendirdik. İtalya ise üretimi kimlik odağında değerlendirdi. Biz uzun yıllar boyunca daha fazla üretip fiyat avantajıyla rekabet etmeye çalıştık ancak bu model düşük katma değer ve düşük kâr marjı üreten bir yapıya dönüştü. İtalya ise daha fazla değer üretmeye odaklandı. Bugün moda, gastronomi, tasarım, otomotiv ve tarım dahil birçok alanda dünyaya premium ürün ve marka satabiliyor.



Haftanın rakamsal bilançosunu çıkartmak çok faydalı.

Kaynak: Ersin Seven, @youtubersinn

Aylık geliri 7 haneli olan bir iş insanına bir gün şunu sordum: “Sırrın ne?” Açıkçası büyük ekiplerden, yoğun çalışma saatlerinden ya da dev anlaşmalardan bahsedeceğini düşünüyordum.

Ama bana sadece tek bir şey söyledi: “Her pazar yaptığım bir rutin var. O 3 saatten asla taviz vermem. Her hafta pazar sabahı telefonu kapatıyorum, önüme bir kâğıt kalem alıyorum ve sadece 4 soruya cevap veriyorum.”

“Bu hafta gerçekten ne başardın?” Ama burada “çok çalıştım” gibi cevaplar geçerli değil. Her şeyi sayısal

yazıyorsun. Kaç toplantı? Kaç müşteri? Kaç proje ilerledi? Kaç TL gelir geldi?

Çünkü çoğu insan o noktada şunu fark ediyor: Aslında bütün hafta üretmek yerine sadece hareket etmiş.

İkinci soru: “Ne yapamadın ve gerçek sebebi neydi?” Bahane değil, gerçek sebep. “Zaman bulamadım” cevap değil.

Gerçek cevap genelde şunlar oluyor:

- “Nereden başlayacağımı bilemedim.”
- “Başarısız olmaktan korktum.”
- “Aslında yapmak istemiyordum.”

Çoğu insanı durduran şey tam olarak burada ortaya çıkıyor.

Üçüncü soru: “Gelecek hafta için en önemli 3 şey ne?”

Sadece 3. Çünkü insanlar 10 hedef koyunca hiçbirini tamamlayamıyor. Ama 3 net hedef koyan biri genelde haftayı tamamlamış kapatıyor. Odak büyütüyor. Dağınıklık öldürüyor.

Dördüncü soru ise en ilginçiydi: “Bu hafta kiminle iletişim kuracağım?”

- Bir mesaj olabilir.
- Bir arama olabilir.
- Bir kahve olabilir.

Müşteri, eski arkadaş, eski patron ya da uzun süredir konuşmadığın biri... Çünkü ilişkiler kendiliğinden büyümüyor. Bilinçli şekilde kurmak gerekiyor.

Sonra bana şunu söyledi: "Bu 3 saatlik rutin, yıllar önce beni tüketen 4 projeyi bırakmamı sağladı. Yerine başladığım 2 proje ise bugün hayatımı değiştirdi."

O noktada şunu fark ettim: Çoğu insan başarıyı daha fazla çalışmak sanıyor. Ama bazen mesele daha fazla çalışmak değil, neye çalışacağını net görmek. 60 saat plansız çalışan biri, 40 saat çalışıp 3 saat düşünen birinden daha az ilerleyebiliyor. Çünkü o 3 saat sana yön veriyor.

Bu sistemi birkaç hafta uygulayan biri şunu fark etmeye başlıyor:

- Haftaları daha somut geçiyor
- "Hayır" demeyi öğreniyor
- İlişkileri güçleniyor
- "Bir yıl geçti ama hiçbir şey değişmedi" hissi azalıyor

Not: Bu aslında "ISO 9001" genel felsefesi. "Yaptığını yaz, yazdığını yap" konusu, uzun vade, belirsiz veya ölçümlenmeyen hedefler yerine kolay hatırladığınız "geçen hafta" dönemini ölçülebilir hale getirme konusu.



“Torku, yaklaşık 1 milyar TL zarar etti! 7 hayvan çiftliğinden üçünde üretimi durdurdu! Çikolata fabrikasındaki üretim bandını ise sattı!”

Kaynak: tarımdanhaber.com muhabiri Sadettin İnan'ın

Konya Şeker'in can damarı olan 7 büyük hayvan çiftliğinden üçünde üretim tamamen durdu, bir çiftlik satıldı, kalan üç çiftlikte ise üretim kapasitesi düşürüldü.

Konya Şeker, bir diğer önemli faaliyet alanı olan şeker üretiminde de havlu attı. Şeker üretiminden yaklaşık 1 milyar TL zarar etti. Ayrıca çikolata fabrikasındaki üretim bandını da 139 milyon TL'ye sattı.



Kağıt ambalaj sanayi zorda.

Kaynak:

Mondi Oluklu Mukavva CFO'su Ayşe İlik:

- Adana'da ki fabrikamız 4 yıldır satışta olmasına rağmen talep yokluğu sebebiyle satılamıyor. Bunun gibi çeşitli opsiyonlar değerlendirilmekte olup şirket içine nakit akışı sağlanmaya çalışılmaktadır.
- Ülkemizde yaşanan enflasyona ve savaşa rağmen, kağıt fiyatlarında ciddi bir artış olmamıştır. Hatta, bu dönem kağıt fiyatlarında %5 oranında azalma vardır.

- Sektörün rekabetçiliği sebebiyle maliyetlerin artışına rağmen fiyatlar arttırılmadığından karlılık istenen seviyede yakalanamamıştır.
- Bu duruma önlem olarak karlılığı arttırmak için hacmi düşük fakat nitelik bakımından değerli ürünlerin üretimine geçiş yapmış bulunmaktayız.



Ülkemize gelen sağlık turist sayısı.

Kaynak: USHAS

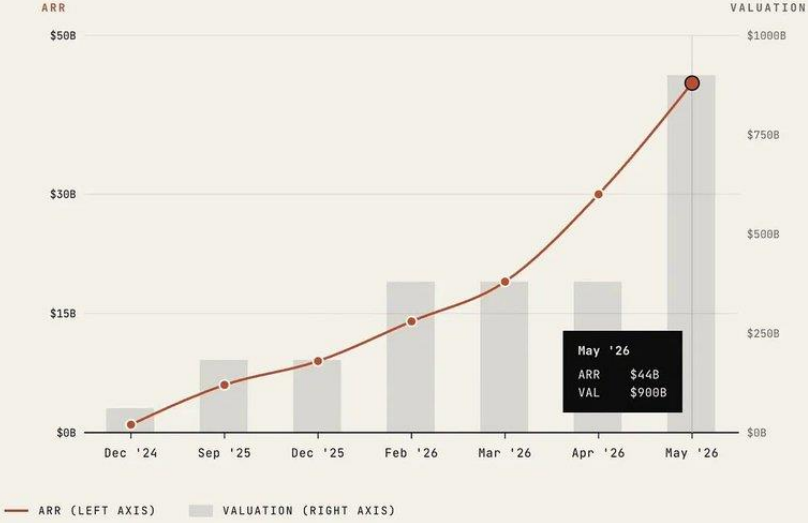


Yapay zeka Claude neden daha başarılı.

Kaynak: Anonim

Anthropic added **\$35B** of ARR in twelve months.

From \$9B at year-end to \$44B today. Investors responded with a \$50B round at a \$900B+ valuation.



ARR - MAY '26

\$44B

from \$9B in Dec '25

VALUATION - PENDING

\$900B+

from \$380B in Feb '26

IMPLIED MULTIPLE

~20x ARR

INFERENCE GROSS MARGIN

70%+

from 38% twelve months ago

Yukarıda “Claude” adlı yapay zeka markasının sahibi Anthropic firmasının şirket değeri var. Şirket bu sene halka arz olacak. İlk bakışta basit bir grafik ama eğer rakamlara dikkat ederseniz; Ocak 2024’te 18 milyar dolar eden firma; Nisan 2026’da 900 milyar dolar değer alıyor. (41 trilyon TL)

“Marifet itifata tabidir” prensibinden yola çıkarak; muhtemelen tarihte en kısa sürede en büyük değer kazanan firma olarak nedenlerini irdelemek gerekir.

Rakibi Chat GPT markası altında faaliyet gösteren OpenAI şirketinin haftalık 900 milyondan fazla aktif kullanıcısı var, yani çok daha fazla kullanıcıya sahip. OpenAI daha az gelir elde eden modellerini geliştirmek için 4 kat daha fazla harcama yapıyor. Ancak Anthropic daha fazla değer yaratan işlere yani kurumsal firmalara, ticari müşterilere, odaklanmış durumda. Örnek olarak; yapay zeka araçları işyerlerinde kullanılan Word/Excel/Powerpoint gibi uygulamalara çok daha entegre. Pazar araştırmaları, işyerlerinde hazırlanan raporlar, hukuki iş anlaşmaları vb genelde Claude Yapay Zekada çok daha iyi.

Özetle öğrenci kullanıcıların ödevlerini yapan, yemek tarifi ile uğraşan Chat GPT'ye karşın, Claude gerçekten para kazandıran iş dünyasına fokus oluyor.



TSMC adlı ip üreticisi firma.

Kaynak: @borsacibirgenc



TSMC'nin 83 bin küresel çalışanının %90'ı Tayvanlı. Yönetimin %88'i Tayvanlı. Çalışanların %87'si Tayvan'da yaşıyor. Ancak ABD hkmeti TSMC'ye Fabrikalarını ABD'ye taşıyın diye baskı yaptı. TSMC'nin kurucusu Morris Chang ise dedi ki; ABD'de ip retimi, Tayvan'a kıyasla %50 daha pahalı. İř gücü yetersiz. En nemlisi, Amerikalı mühendisler gece yarısı fabrikada bir sorun çıktığında, pijamalarıyla fabrikaya koşan Tayvanlı meslektaşları gibi alışmıyor. Dolayısıyla orada fabrika kurmak boşuna harcanan para, bir nevi israf. Çünkü Tayvan'da askeri disiplin var, ABD'de rahatlık...

Sonuçta ABD’de Nvidia ve Apple gibi büyük müşteriler için bu fabrika kuruldu. Fabrika verimsiz işledi. ABD fabrikasının 2026 1. çeyrek verimliliği sadece %52. Japonya fabrikasında bu verimlilik %95. Tayvan’daki ana fabrika ise %98 verimlilikle çalışıyor.

Çok çalışmak, üretim, disiplin ve fedakarlık Asyalıların işi. Avrupa ya da Amerika’nın kültürü buna uygun değil. Mesai saati dolduğunda o insanlara biraz daha kal dersiniz, işkence ediyormuşsunuz gibi algılanır. Hâliyle verimlilik kısmında Tayvan ya da herhangi bir Asya ülkesini yakalamaları çok zor.

