



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
28 TEMMUZ 2025 PAZARTESİ

ARAŞTIRMA-1

“Tehlikeli Maddelerin Karayolu Taşımacılığı Sürecinde Görev Alacak Kişilerin Eğitimi Hakkında Yönerge’nin Tatbiki-Alt İşverenler” duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://www.ito.org.tr/tr/duyurular/detay/tehlikeli-maddelerin-karayolu-tasimaciligi-surecinde-gorev-alacak-kisilerin-egitimi-hakkinda-yonergenin-tatbiki-alt-isverenler> linkini tıklayınız.

Kaynak: İTO

ARAŞTIRMA-2

» [**Türkiye Ekonomisinde Haftalık Gelişmeler ve Genel Görünüm 25.07.2025**](#)

Kaynak: T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı

ARAŞTIRMA-3

“Hizmet, Perakende Ticaret ve İnşaat Güven Endeksleri, Temmuz 2025”
Güven endeksi hizmet sektöründe %0,8 azaldı, perakende ticaret sektöründe %0,5 azaldı, inşaat sektöründe %2,2 arttı.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hizmet,-Perakende-Ticaret-ve-Insaat-Guven-Endeksleri-Temmuz-2025-54095&dil=1>

Kaynak: TÜİK

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST **Tel: 444 60 27 (pbx)**
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-4

“Hususi Damgalı Pasaport Hak Mahrumiyeti” duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://www.iib.org.tr/hususi-damgali-pasaport-hak-mahrumiyeti-1753452495233> linkini tıklayınız.

Kaynak: İstanbul İhracatçı Birlikleri

ARAŞTIRMA-5

“Veriye Dayalı Karar Alma Ücretsiz Online Eğitim Programı – (08 Ağustos 2025 Cuma /Saat 14:30)” duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://isoakademi.com/seminerler/egt4725-veriye-dayali-karar-alma-egitimi> linkini tıklayınız.

Kaynak: ISO Akademi

ARAŞTIRMA-6

“Hangi Geleceğe Uyanıyoruz? Yapay Zekâ ile Uyanmak; Ekonomi ve Refah üzerine Çıkarımlar” yazısına ulaşmak için lütfen https://tasam.org/tr-TR/Icerik/73940/hangi_gelecege_uyaniyoruz_yapay_zeka_ile_uyanmak_ekonomi_ve_refah_uzerine_cikarimlar linkini tıklayınız.

Kaynak: TASAM

ARAŞTIRMA-7

“Suriye’de Yeni Bir İç Savaş Kimleri Etkiler?”
<https://www.setav.org/suriyede-yeni-bir-ic-savas-kimleri-etkiler>

“Amerika’nın Ticaret Savaşında Son Durum”
<https://www.setav.org/amerikanin-ticaret-savasinda-son-durum>

Kaynak: SETA

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-8

“Cam Duvarlar, Gizli Kapılar”

Kurumsal dünyada iletişim, ince bir denge sanatı gibidir. Bir yanda her şeyi paylaşmaktan çekinen, adeta duvarlar ören şirketler, diğer yanda ise tüm kapılarını ardına kadar açanlar... Peki, hangisi gerçekten güven inşa ediyor? Ne aşırı şeffaflık ne de tam bir sessizlik sürdürülebilir bir başarı getiriyor. Asıl soru şu: Kurumunuz, hem içerideki dengeyi koruyup hem de dışarıyla sağlıklı bir ilişkiyi nasıl kuruyor?

İki Başarısızlık Hikayesi

Global bir markanın kriziyle başlayalım: 2022’de bir teknoloji devi, yapay zekâ ürünüyle ilgili yaşanan teknik bir sorunu üç hafta boyunca açıklamadı. Sonuç? Sosyal medyada yayılan söylentiler, şirket hisselerinde yüzde sekiz düşüşe yol açtı. Aynı yıl başka bir firma ise, henüz onay almadığı bir inovasyon projesini “şeffaflık” adına duyurdu. Rekabetin radarına yakalandı ve fikrî mülkiyet davasıyla karşı karşıya kaldı. Görülüyor ki; ne sessiz kalmak işe yarıyor ne de sınır tanımayan bir açıklık. Bu iki uç arasında net bir strateji gerekiyor.

Şeffaflık Bir Kültürdür

Yapılan araştırmalar, şeffaf bir iletişim kültürüne sahip olmayan kurumlarda çalışanların uzun süre kalmak istemediğini gösteriyor. Ancak "her bilgiyi paylaşmak" ile "şeffaf olmak" aynı şey değildir. Gerçek şeffaflık, bilgiye dair sınırların neden ve nasıl konduğunu da açıklayabilmektir. Hem şeffaf hem de dengede kalabilmek için dört kilit adımı izleyebilirsiniz:

1. Paydaşlarınızı Tanıyın, Dilinizi Ayarlayın

Tüm paydaşlar aynı dili konuşmaz, çünkü beklentileri farklıdır. Yatırımcılar veri ve gelecek projeksiyonları isterken, çalışanlar şirketin yönünü ve değerlerini bilmek ister. Müşteriler ise samimiyet ve fayda bekler. Netflix bu konuda harika bir örnektir: içerik üreticileriyle farklı, yatırımcılarla farklı, izleyicilerle ise bambaşka bir dille konuşur. Ancak özü aynıdır, sadece anlatımı farklılaşır.

2. Ne Paylaşacağınızı Önceden Planlayın

- Kurumsal iletişimde sürprizlere yer yoktur. Sınırları belirlenmiş bir bilgi haritası oluşturmak hayati önem taşır. Örneğin:

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST **Tel: 444 60 27 (pbx)**

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



- Yeni bir birleşme haberi: Sadece Yönetim Kurulu onayı sonrası açıklanır.
- İnsan Kaynakları uygulamalarındaki değişiklik: Önce iç iletişim, sonra basın bülteni ile duyurulur.
- Yeni bir ürün lansmanı veya hizmet geliştirme: Pazarlama ve iletişim ekipleri, lansman öncesi ve sonrası tüm adımları titizlikle planlamalıdır.
- Büyük bir projede yaşanan teknik bir aksaklık veya gecikme: Dahili değerlendirme sonrası, çözüm stratejileriyle birlikte şeffaf ancak kontrollü bir bilgilendirme yapılmalıdır.
- Finansal sonuçların açıklanması: Belirlenen takvimde, yatırımcılara ve kamuoyuna yönelik şeffaf ve düzenli raporlama yapılmalıdır.
- Önemli bir yönetim kurulu değişikliği: Duyuru, hem iç hem de dış paydaşlara eş zamanlı ve resmi kanallardan yapılmalıdır.
- Büyük bir ödül veya tanınma alınması: Kurumun prestijini artırmak için stratejik iletişim planı dahilinde duyurulmalıdır.
- Sosyal sorumluluk projeleri veya sürdürülebilirlik girişimleri: Projenin hedefleri ve etkisi, doğru platformlarda hikaye anlatımı yoluyla paylaşılmalıdır.

Bu disiplin, bilgi sızıntılarını kapatırken bilgiyi etkin bir şekilde yönlendirmeyi mümkün kılar.

3. "Bu Bilgiyi Neden Paylaşmıyoruz?" Cevabını Hazır Tutun

Bazen paylaşmamak da güçlü bir iletişim biçimidir. Tesla CEO'su Elon Musk, yatırımcıların ısrarlı taleplerine rağmen üretim rakamlarını açıklamadığında şu cümleyi kurdu: *"Bu veri, pazarda stratejik konumumuzu zayıflatır. Açıklamamak sorumsuzluk değil, akıllı davranmaktır."* Bu yaklaşım, kurumu korumakla kalmaz, aynı zamanda "neden-sonuç ilişkisi kuran bir liderlik anlayışı" sunarak güveni artırır.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



4. İletişimi Güncel Tutun, Geri Bildirimi Ciddiye Alın

Geribildirim, ürün ve hizmeti iyileştirmekle birlikte kurumsal duruşunuzu güçlendirmek için de vazgeçilmez bir araçtır. Unilever, her yıl tüm paydaşları için 360 derece iletişim değerlendirme raporu hazırlar. Bu raporlar istekleri ve beklentileri de içerir. İyi iletişimde büyük pay konuşarak değil, etkin dinleyerek kurulur.

Kurumsal Mahremiyet Bir Duruştur

Mahremiyet, ustaca yönetilmesi gereken bir kas sistemi gibidir. Asıl mesele, ne zaman, ne kadar, kime ve hangi tonla bilgi verileceğini doğru planlamaktır. Bu beceri, kriz anlarını başarıyla yönetmek ve uzun vadeli güven inşa etmek için olmazsa olmazdır.

Günümüz dünyasında cam duvarlar hayatın bir gerçeğidir. Kurumlar sürekli izleniyor; her adım, her açıklama, hatta her sessizlik bile not ediliyor. Bu yeni düzende kazanmak isteyen şirketler ne tüm kapılarını tamamen kapatmalı ne de tüm sırlarını açıkta bırakmalı. Gizli kapılarla cam duvarlar arasında kurulan bu denge, modern çağın gerçek liderliğini temsil ediyor.

Kaynak: HBR Türkiye

Not: Lütfen detaylar için kırmızı yazıların üzerini tıklayınız.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com