



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
14 NİSAN 2026 SALI

ARAŞTIRMA-1

"TOBB Haftalık Ekonomi Bülteni" (06 - 10 Nisan 2026)"
<https://www.tobb.org.tr/ekonomibulteni/Docs/2026/15.pdf>

Kaynak: TOBB

ARAŞTIRMA-2

"İmalat Sanayi Finansmanı ve İstihdamı Koruma Programı Başvuruları Devam Ediyor"
duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://ab-ilan.com/imalat-sanayi-finansmani-ve-istihdami-koruma-programi-basvurulari-devam-ediyor/> linkini tıklayınız.

Kaynak: AB İlan

ARAŞTIRMA-3

"Ticaret Satış Hacim Endeksi, Şubat 2026"
Ticaret satış hacmi yıllık %4,0 arttı, perakende satış hacmi yıllık %15,6 arttı.
<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58271>

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



"Ciro Endeksleri, Şubat 2026"
Toplam ciro yıllık %34,2 arttı.

<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58275>

Kaynak: TÜİK

[ARAŞTIRMA-4](#)

"İş Yönetimine Nörobilimsel Bakış: Karar, Güç ve İnsan Davranışı Ücretsiz Webinar Programı - (20 Nisan 2026 Pazartesi / Saat 13:30)" duyurusuna ulaşmak için lütfen

<https://isoakademi.com/seminerler/sem4226-is-yonetimine-norobilimsel-bakis-karar-guc-ve-insan-davranisi-webinari> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSO Akademi

[ARAŞTIRMA-5](#)

"Kalıcı Barışa Ulaşmanın Önündeki Engeller" yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.setav.org/kalici-barisa-ulasmanin-onundeki-engeller> linkini tıklayınız.

Kaynak: SETA

[ARAŞTIRMA-6](#)

"Amaç ve Güven: Marka Stratejisinde Yeni Rekabet Avantajı"

Küresel ekonomi uzun süre tek bir varsayım üzerine kuruldu: Şirketlerin temel görevi ekonomik değer üretmektir. Ancak içinde bulunduğumuz çağ bu varsayımı sorguluyor. İklim krizi, jeopolitik gerilimler, savaşlar ve büyüyen toplumsal eşitsizlikler şirketlerin yalnızca finansal performansını değil, etik pozisyonunu da görünür hale getiriyor. Bugün markalar yalnızca ürün üretmez. Bir dünya görüşünü temsil eder.

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



Bu dönüşüm sezgisel değil, verilerle de doğrulanıyor. McKinsey'in kriz dönemlerine ilişkin analizleri, belirsizlik arttığında tüketicilerin yalnızca fiyat ve faydaya değil güven ve değer uyumuna yöneldiğini gösteriyor. *Edelman Trust Barometer 2024 raporu* ise küresel tüketicilerin büyük çoğunluğunun şirketlerin toplumsal meselelerde aktif rol almasını beklediğini ortaya koyuyor.

Başka bir deyişle güven artık yalnızca bir itibar meselesi değil. Bir pazar dinamiği. Bu yeni dönemi anlamak için iki kavram giderek merkezi hale geliyor: Amaç ekonomisi ve güven ekonomisi.

Amaç Ekonomisi: Ürünlerden Değerlere Geçiş

Modern ekonomi uzun süre üç aşamada gelişti. Tarım ekonomisi üretim üzerine kuruldu. Sanayi ekonomisi verimlilik üzerine. Bilgi ekonomisi ise teknoloji ve inovasyon üzerine. Bugün ise yeni bir aşamaya giriyoruz, "amaç ekonomisi". Amaç ekonomisi yaklaşımına göre şirketler artık yalnızca fonksiyonel fayda üretmez. İnsanların hayatına anlam katan değerler üretir.

Bu değişim özellikle genç kuşak tüketicilerde açıkça görülüyor. Dünya Ekonomik Forumu verileri, Z kuşağının satın alma kararlarında sürdürülebilirlik, sosyal etki ve etik değerleri giderek daha fazla önceliklendirdiğini gösteriyor. Dolayısıyla markalar için temel soru değişiyor.

Eskiden:

"Ne satıyoruz?"

Bugün ise:

"Neye hizmet ediyoruz?"

Markalar Artık Kültürel Alanlarda Rekabet Ediyor

Bu dönüşüm pazarlamanın doğasını da değiştiriyor. Markalar artık yalnızca ürün kategorilerinde değil, değer alanlarında rekabet ediyor.

Patagonia bunun en güçlü örneklerinden biri. Şirket uzun yıllardır çevresel aktivizmi iş modelinin merkezine yerleştiriyor.

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



“Don’t Buy This Jacket” kampanyası tüketicileri daha az tüketmeye çağırırken, marka sürdürülebilir üretim ve onarım programlarıyla bu mesajı operasyonel düzeyde destekledi. Benzer şekilde Ben & Jerry’s sosyal adalet ve iklim krizi konularında açık bir politik pozisyon alarak marka kimliğini aktivist bir duruş üzerine kurdu. Nike’ın Colin Kaepernick kampanyası ise spor giyim markasının yalnızca performans değil sosyal eşitlik söylemi üzerinden de konumlanabileceğini gösterdi.

Bu örneklerin ortak noktası açık; amaç iletişimle değil, tutarlılıkla inşa edilir.

Güven Ekonomisi: Markanın Görünmeyen Altyapısı

Amaç üretmek tek başına yeterli değildir. Amacın sürdürülebilir olması için güven gerekir. Güven bir iletişim stratejisi değildir. Bir organizasyonun davranış biçimidir. Edelman araştırmaları tüketicilerin şirketlerin kriz dönemlerindeki davranışlarını uzun süre hatırladığını gösteriyor. Bu nedenle güven kaybı çoğu zaman yanlış mesajlardan değil davranışsal tutarsızlıklardan doğar.

Harvard Business School profesörü Amy Edmondson’un geliştirdiği psikolojik güvenlik kavramı bu noktada önemli bir içgörü sunar. İçeride güven üretmeyen bir organizasyonun dışarıda etik pozisyon alması inandırıcı değildir.

Gallup araştırmaları da empatik liderliğin ve güven temelli kurum kültürünün belirsizlik dönemlerinde çalışan bağlılığını anlamlı ölçüde artırdığını gösteriyor. Bu nedenle güven ekonomisi yalnızca müşteri deneyimi değil, organizasyon mimarisi ile ilgilidir.

Güven üç katmanda oluşur:

- Kurum içi kültür
- Operasyonel davranış
- Marka iletişimi

Bu üçü arasında uyum yoksa en güçlü kampanyalar bile güven inşa edemez.

ESG Artık Bir Raporlama Değil Bir Kurumsal Kimlik

Bu dönüşümün kurumsal çerçevesi ise ESG ile şekilleniyor. Uzun süre ESG yatırımcı raporlaması ve risk yönetimi aracı olarak görüldü.

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



Ancak bugün giderek şirket stratejisinin merkezine yerleşiyor. Dünya Ekonomik Forumu'nun Global Risks Report raporu, iklim krizi, biyolojik çeşitlilik kaybı ve toplumsal eşitsizlikleri önümüzdeki on yılın en büyük riskleri arasında gösteriyor. Bu tablo ESG'nin yalnızca sürdürülebilirlik departmanının değil, kurumsal stratejinin tamamının konusu olduğunu ortaya koyuyor.

Bugün ESG üç kritik alanda belirleyici:

- Yatırım kararları
- Tüketici tercihleri
- Çalışan beklentileri

Dolayısıyla ESG artık yalnızca bir raporlama standardı değil. Bir marka kimliği ve geleceğin markaları yalnızca pazar payı için değil, güven ve amaç için rekabet edecek. Çünkü yeni ekonomide en kıt kaynak sermaye değil, güven ve amaç olacak.

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