



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
19 HAZİRAN 2026 CUMA

ARAŞTIRMA-1

“Yerli Malı Tebliği (SGM-2024/10) Kapsamında Oran ve Katsayılar Güncellendi” duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://www.sanayi.gov.tr/medya/duyurular/yerli-mali-tebliği-oran-ve-katsayılara-iliskin> linkini tıklayınız.

Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

ARAŞTIRMA-2

“Türk İhracatçılara, firma kurmadan ve KDV ödemededen Avrupa Birliği içinde satış imkanı”
<https://www.ito.org.tr/tr/duyurular/detay/turk-ihracatçılara-firma-kurmadan-ve-kdv-odemededen-avrupa-birliği-icinde-satis-imkani>

“Uygulamalı Dış Ticaret Eğitimi”

<https://www.ito.org.tr/tr/duyurular/detay/uygulamali-dis-ticaret-egitimi>

“Ticaret Bakanlığı İhracat Süreçleri ve Devlet Destekleri Eğitim Programı”

<https://www.ito.org.tr/tr/duyurular/detay/ticaret-bakanlığı-ihracat-sureçleri-ve-devlet-destekleri-egitim-programi> 20

“Reel Sektörde Yapay Zekâ Çağı: Verimlilik, Dinamizm ve Dönüşüm Semineri”

<https://ito.org.tr/tr/etkinlikler/detay/reel-sektörde-yapay-zeka-çağı-verimlilik-dinamizm-ve-donusum?webview=>

Kaynak: İTO

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

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



ARAŞTIRMA-3

“KDV Beyannamelerine İlişkin Önemli Duyuru”

<https://www.alomaliye.com/2026/06/18/kdv-beyannamelerine-iliskin-onemli-duyuru-4/>

“Dijital VD’ne Eklenen Tahsilat Tebliği Kapsamında Tecil Dilekçesi”

<https://www.alomaliye.com/2026/06/16/dijital-vdne-eklenen-tahsilat-tebliği-kapsamında-tecil-dilekçesi/>

“Gümrük Uzlaşma Yönetmeliği Değişti: Parasal Sınır 7 Milyon TL’ye Çıkarıldı”

<https://www.alomaliye.com/2026/06/18/gumruk-uzlasma-yonetmeliği-değişti-parasal-sınır-7-milyon-tlye-cikarildi/>

“Gümrüksüz Satış Yönetmeliği Değişti: SMMM Düzenlemesi Geldi”

<https://www.alomaliye.com/2026/06/18/gumruksuz-satis-yonetmeliği-değişti-smmm-duzenlemesi-geldi/>

Kaynak: Alo Maliye

ARAŞTIRMA-4

“Savaş ile Barış Arasında Belirsiz Bir Sonucun Analizi” yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.setav.org/savas-ile-baris-arasında-belirsiz-bir-sonucun-analizi> linkini tıklayınız.

Kaynak: SETA

ARAŞTIRMA-5

“Yapay Zekâ İletişimin DNA’sını Nasıl Değiştiriyor?”

İletişim artık sadece insanlar arasında gerçekleşmiyor. 2026 itibarıyla milyarlarca insanın kullandığı dijital platformlarda görünmeyen yeni bir aktör var: Yapay zekâ.

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



E-postaları yazıyor, toplantıları özetliyor, müşteri mesajlarını analiz ediyor, içerik öneriyor, hatta kimi zaman insanların ne söylemesi gerektiğine bile yön veriyor. Başka bir ifadeyle, yapay zekâ artık iletişimi destekleyen bir araç değil; iletişimin aktif bir parçası.

Rakamlar dönüşümün hızını net biçimde gösteriyor. Dünya Ekonomik Forumu'na göre yapay zekâ yalnızca yeni bir teknoloji değil; iş dünyasının çalışma biçimini yeniden yazacak bir dönüşüm dalgası. McKinsey'nin araştırmaları da bu dönüşümün artık teoriden çıkıp şirketlerin günlük operasyonlarına girmeye başladığını gösteriyor.

Bu artık bir teknoloji trendi değil; iletişimin işletim sisteminin değişmesi.

İletişim Nasıl Değişiyor?

Geçmişte dijital iletişim insanların hızını artırıyordu. Bugün ise yapay zekâ insanların yerine düşünmeye başlayan bir katmana dönüşüyor. Microsoft'un Work Trend Index araştırmalarına göre çalışanların önemli bir bölümü artık üretken AI araçlarını yalnızca bilgi aramak için değil; toplantı notları hazırlamak, e-posta yazmak, sunum oluşturmak ve fikir geliştirmek için kullanıyor. Yapay zekâ böylece klasik bir otomasyon aracından çıkıp günlük iş akışının aktif bir parçasına dönüşüyor.

Benzer dönüşüm müşteri iletişimde de yaşanıyor.

Örneğin Amazon, Netflix ve Spotify gibi platformlar artık yalnızca içerik önermiyor. Kullanıcı davranışlarını, izleme alışkanlıklarını, etkileşim sürelerini ve tercih eğilimlerini analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik deneyimleri oluşturmaya çalışıyor. Bu sistemler hangi içeriklerin kullanıcıların dikkatini daha uzun süre çektiğini ve etkileşimi artırdığını tahmin etmeye odaklanıyor.

Başka bir ifadeyle sosyal medya ve dijital platformlar artık dikkat ekonomisinden duygu ekonomisine geçiyor.

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 İletişim Düzeni: İnsan + Algoritma

İş dünyasında asıl büyük değişim ise şirketlerin içinde yaşıyor. Bugün birçok kurumda çalışanlar artık yapay zekâ ile birlikte çalışıyor. Satış ekipleri müşteri mesajlarını yapay zekâ destekli analiz araçlarıyla yorumluyor. İnsan kaynakları ekipleri aday iletişimlerinde yapay zekâ tabanlı sistemlerden yararlanıyor. Pazarlama ekipleri ise kampanya metinlerini üretken yapay zekâ araçlarıyla hazırlıyor.

Örneğin Unilever, üretken yapay zekâ teknolojilerini dijital pazarlama ve içerik üretim süreçlerinde kullanarak kampanya geliştirme hızını artırmayı hedefliyor. Şirket aynı zamanda veri odaklı analiz araçlarıyla tüketici davranışlarını daha hızlı değerlendirmeye çalışıyor. IBM ise çalışanların bilgiye erişimini hızlandırmak ve iş süreçlerini desteklemek amacıyla kurum içi yapay zekâ asistanları ve üretken yapay zekâ çözümleri geliştiriyor. Şirket özellikle kurumsal verimlilik ve çalışan deneyimi alanlarında yapay zekâ kullanımını genişletmeye odaklanıyor.

İletişim artık yalnızca insan becerisi değil; insan ve algoritmanın ortak üretimi hâline geliyor. Ancak burada kritik bir psikolojik kırılma var. Çünkü ilk kez insanlar yalnızca birbirleriyle değil, algoritmaların şekillendirdiği gerçekliklerle iletişim kuruyor.

Riskler: Güven Krizi Başlıyor mu?

Yapay zekâ destekli iletişimin en büyük avantajı hız. Ancak en büyük riski de yine hız olabilir.

MIT Media Lab araştırmaları, insanların yapay zekâ tarafından üretilen içerikleri birçok durumda insan üretimi içeriklerden ayırt etmekte zorlanabildiğini gösteriyor. Bu durum kısa vadede hız ve verimlilik sağlasa da uzun vadede dijital güven, doğruluk ve içerik şeffaflığı konusunda yeni tartışmaları beraberinde getiriyor. Çünkü iletişimin temelinde teknoloji değil, güven vardır.

Bugün deepfake videolar, sentetik ses teknolojileri ve yapay zekâ destekli içerikler siyasetten finansa kadar birçok alanı etkiliyor. Özellikle seçim dönemlerinde yayılan sahte videolar ve manipülatif içerikler, yalnızca yanlış bilgi sorununu değil, "gerçeklik algısı" sorununu da büyütüyor.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

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



Avrupa Birliği'nin AI Act düzenlemelerinde özellikle Őeffaflık ve içerik doğrulama konularına odaklanmasının nedeni de bu. Çünkü artık mesele sadece bilginin doğruluğu değil. İnsanların neye inanacağını kimin belirlediği.

Liderlik Neden Değişiyor?

Bu dönüşüm iŐ dünyasında liderliği de yeniden tanımlıyor. Geçmişte yöneticilerin en büyük avantajı bilgiye erişimdi. Bugün ise bilgi herkes için erişilebilir hâle geliyor. AI araçları sayesinde çalışanlar saniyeler içinde analiz yapabiliyor, rapor oluşturabiliyor ve strateji önerileri geliŐtirebiliyor.

Bu nedenle geleceğin liderleri muhtemelen en fazla bilgiye sahip olanlar değil, en fazla güven oluşturabilenler olacak. Çünkü yapay zekâ çağında insanlar artık sadece bilgi aramıyor.

-Anlam arıyor.

-Empati arıyor.

-Güven arıyor.

PwC'nin 2025 Global AI Jobs Barometer analizlerine göre Őirketler artık yalnızca teknik yapay zekâ becerilerine değil, çalışanların yapay zekâ sistemleriyle etkili biçimde çalışabilme, yapay zekâ çıktılarını yorumlayabilme ve insan-makine etkileŐimini yönetebilme kapasitesine de daha fazla önem veriyor

Başka bir ifadeyle geleceğin yöneticileri yalnızca insan ekiplerini değil, dijital ekip arkadaşlarını da yönetmek zorunda kalacak.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

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



Gelecek: İletişim mi, Algoritmik Etkileşim mi?

Önümüzdeki birkaç yıl içinde dijital iletişim üç yönde evrilebilir:

- Yapay zekâ destekli kişisel iletişim asistanlarının yaygınlaşması
- İçerik üretiminin büyük ölçüde otomatikleşmesi
- İnsan–yapay zekâ etkileşiminin insan–insan iletişiminin önüne geçmesi

Belki de geleceğin en büyük rekabet avantajı teknik kapasite değil, insani kapasite olacak. Çünkü algoritmalar bilgiyi hızlandırabilir. Ama güveni tek başına inşa edemez.

Ve belki de önümüzdeki dönemin en kritik sorusu şu olacak:

İnsanlar hâlâ birbirleriyle mi iletişim kuruyor, yoksa algoritmaların şekillendirdiği dijital gerçekliklerle mi?

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