



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
11 EYLÜL 2026 CUMA

ARAŞTIRMA-1

"Sanayi Üretim Endeksi, Temmuz 2026"
Sanayi üretimi yıllık %0,3 azaldı.

<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58188>

"Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2026"

<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58021>

Kaynak: TÜİK

ARAŞTIRMA-2

"İncelemeye Hazırlık Dosyası (VDK-İHD) Uygulamasının Devreye Alınması" duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://www.iso.org.tr/duyurular/genel-duyurular/inceleme-hazirlik-dosyasi-vdkihd-uygulamasinin-devreye-alinmasi/> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSO

ARAŞTIRMA-3

"İşverenin Zarar Sorumluluğu: TBK m. 417 Kapsamında İşçiyi Koruma ve Gözetme Borcu"
<https://www.alomaliye.com/2026/09/10/isverenin-zarar-sorumlulugu-tbk-m-417-kapsaminda-isciyi-koruma-ve-gozetme-borcu/>

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



"Yargıtaydan Hafta Tatili Mesaisi İki Kez Hesaplanamaz"

<https://www.alomaliye.com/2026/09/08/yargitaydan-hafta-tatili-mesaisi-iki-kez-hesaplanamaz/>

"İşe Başlatılan İşçiye İşe Başlatmama Tazminatı Yok"

<https://www.alomaliye.com/2026/09/08/ise-baslatilan-isciye-ise-baslatmama-tazminati-yok/>

Kaynak: Alo Maliye

ARAŞTIRMA-4

"Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi Ücretli Eğitim Programı - (23 Eylül 2026 Çarşamba / Saat 09:30 / İAYOSB Genel Müdürlük, Kemal Bektaş Konferans Salonu)" duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://isoakademi.com/seminerler/egt6026-satinalma-ve-tedarik-zinciri-yonetimi-egitimi?tab=program> linkini tıklayınız.

Kaynak: İSO Akademi

ARAŞTIRMA-5

"Mekke Anlaşması: Orta Doğu'da Yeni Bir Güvenlik Mimarisi" yazısına ulaşmak için lütfen <https://www.setav.org/mekke-anlasmasi-orta-doguda-yeni-bir-guvenlik-mimarisi> linkini tıklayınız.

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-6

“Bir Başka Bakış Açısı: Sadece Satıcılar Satış Yapar Mitini Yıkma”

Son dönemde yapay zekânın etkisiyle birçok meslek yeniden sorgulanıyor. Beyaz yakanın geleceğine dair karamsar senaryolar her geçen gün daha yüksek sesle dile getiriliyor. "Beyaz yaka çalışanlarının yüzde 50'si işsiz kalacak" ya da "Şirketimiz çok kârlı olmasına rağmen yüzde 30 küçüleceğiz" gibi açıklamaları yapan dünya teknoloji liderlerini dinliyoruz. Birçok meslek tartışılırken, gözler her zaman olduğu gibi yine en ön safta yer alan ve algısı çok da iyi olmayan satıcılara çevriliyor.

Aslında buna şaşırmıyorum. Çünkü satış denildiğinde zihnimizde çoğu zaman çok konuşan, ikna etmeye çalışan, bazen gerçeği esneten, hatta kimi zaman güven vermeyen biri canlanıyor. Satış; kolay, yüzeysel, entelektüel derinlik gerektirmeyen ve "herkesin yapabileceği ama kimsenin yapmak istemediği" bir meslek gibi görülüyor. Satıcıya ise bu nedenlerle çoğu zaman kuşkuyla yaklaşıyor.

Peki gerçekten öyle mi?

Bu soruya cevap vermeden önce biraz kendimden bahsetmeliyim. Otuz beş yıllık iş hayatımın yaklaşık otuz yılı satış rollerinde geçti. Teknik taraftan satışa geçmiş biri olarak, satışın dünyanın en zor ama aynı zamanda en keyifli işi olduğuna inanıyorum. Çünkü karşınızdaki bir makine değil, insandır. Onu anlamanız, güven oluşturunuz ve bir konuda harekete geçirebilmeniz gerekir. İyisiyle, kötüsüyle, hatasıyla, sevabıyla insan... Yani aslında kendimiz gibi.

Belki de bu yüzden yıllardır kendime şu cümleyi rehber edindim: "Bu iş aşkla yapılmazsa hangi iş aşkla yapılır?"

Çünkü satışın merkezinde hiçbir zaman ürünler olmadı; insanlar vardı. Ve insan, belki de hayattaki en karmaşık "sistem". Aynı olay karşısında iki farklı insan tamamen farklı tepkiler verebilir; hatta aynı insan, farklı zamanlarda bambaşka kararlar alabilir.

İşte satışı benim için heyecanlı kılan da buydu. Her yeni müşteri, çözülmesi gereken yeni bir denklem değil; anlaşılması gereken yeni bir insandı. Bu da her görüşmede daha dikkatli dinlemeyi, daha doğru sorular sormayı ve her seferinde yaklaşımınızı yeniden şekillendirmeyi gerektiriyordu.

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



Özellikle de teknoloji sektöründe iseniz müşterinin ne zaman desteğe ihtiyaç duyacağını siz belirleyemezsiniz. Bazen kritik bir sistem gece yarısı durur, bazen bir banka sabaha kadar ayağa kalkmak zorundadır, bazen de binlerce insanı etkileyecek bir sorun dakikalar içinde çözülmelidir.

Bu yüzden yıllar boyunca kendime hep şu kuralı koydum: Gece yarısı müşteriniz arıyorsa telefonu açın. Çünkü o saatte sizi arıyorsa, çözüm bekleyen önemli bir sorunu vardır. Sizi aramasının nedeni ise sadece sattığınız ürün değil, o sorunu birlikte çözebileceğinize duyduğu güvenidir.

Geriye dönüp baktığımda kariyerimin en değerli kazanımının yaptığım satışlar değil, geride bıraktığım güven duygusu olduğunu görüyorum. Çünkü satışlar bitti, projeler tamamlandı; ama bazı ilişkiler yıllar içinde dostluğa dönüştü. Sanırım bana satışın gerçek anlamını öğreten de tam olarak buydu.

Tam da bu nedenle yıllar sonra Daniel Pink'in *Satışın Yeni Kuralları* kitabını yeniden elime aldım. Kitabı ikinci kez okurken fark ettim ki, beni etkileyen yeni fikirlerle karşılaşmak değil; yıllar içinde yaşayarak öğrendiklerimin bilimsel araştırmalarla tek tek doğrulanmasıydı. O anda şunu düşündüm: Pink aslında satışı değil, insan doğasını anlatıyordu. Çünkü kitabın en güçlü iddiası şu: Satış, yalnızca profesyonel satıcıların yaptığı bir iş değil; hepimizin her gün birbirimizi anlamaya, etkilemeye ve ikna etmeye çalıştığı insan olma hâlidir.

İlk bakışta iddialı görünen bu cümle aslında günlük hayatımızın tam merkezinde duruyor. Hepimiz çocuklarımızın bir davranışı benimsemesini istiyoruz. Yöneticiler ekiplerini ortak bir hedef etrafında buluşturuyor. Öğretmenler öğrencilerine yalnızca bilgi değil, merak kazandırmaya çalışıyor. Girişimciler yatırımcılarını, çalışanlar yöneticilerini, yöneticiler ise müşterilerini etkiliyor.

Belki de doğrusu, bunun yeni bir durum olmaması. İnsanlar her zaman birbirlerini etkilemeye, ortak bir amaç etrafında buluşturmaya ve bir fikri benimsetmeye çalıştı. Değişen, bizim satış kavramına bakışımız oldu. Uzun yıllar boyunca satışı yalnızca satış departmanlarının yaptığı bir faaliyet olarak gördük.

Peki, eğer satış insan doğasının bir parçasıysa, o zaman değişen ne? Asıl değişen, insanların satın alma biçimi ve dolayısıyla satışın kendisi.

Pink'in yaklaşık yedi bin kişi üzerinde yaptığı araştırma da bunu doğruluyor.

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



Araştırmaya katılanların büyük bölümü günlerinin önemli bir kısmını başkalarını etkilemeye, yönlendirmeye veya harekete geçirmeye ayırıyor. Üstelik bunların büyük çoğunluğu kendisini bir "satıcı" olarak bile tanımlamıyor.

İşte kitabın en önemli kırılma noktası da burada.

Satış, yalnızca bir ürünün el değiştirmesinden ibaret değil; insanları bir fikre, bir karara, bir değişime ya da ortak bir hedefe taşıyabilme becerisi. Bu bakış açısıyla düşündüğümüzde, satış bir meslekten çok insan ilişkilerinin doğal bir uzantısına dönüşüyor.

Belki de bu yüzden Daniel Pink'in en çok akılda kalan cümlesi, aradan geçen yıllara rağmen hâlâ aynı gücünü koruyor:

"Hepimiz satıcıyız."

İş tanımımız ne olursa olsun, her gün birilerini etkilemeye, ikna etmeye ve harekete geçirmeye çalışıyoruz. Farkında olsak da olmasak da yaptığımız şey tam olarak bu.

Peki teknoloji geliştikçe gerçekten satıcılara olan ihtiyaç azalıyor mu?

İlk bakışta öyle görünüyor. Kapı kapı dolaşan satıcılar, ansiklopedi pazarlayanlar ya da telefonla satış yapan ekipler artık eski dünyaya ait gibi duruyor. Bu yüzden birçok teknoloji lideri, satışın da yapay zekâ ile birlikte ortadan kalkacağını kolayca söyleyebiliyor.

Oysa Daniel Pink'in paylaştığı veriler farklı bir hikâye anlatıyor. Büyük ekonomik kriz dönemleri dışında satış profesyonellerinin toplam istihdam içindeki payı uzun yıllardır önemli ölçüde değişmiyor. Daha da önemlisi, girişimciliğin, serbest çalışmanın ve dijital ekonominin büyümesiyle birlikte insanları etkileme, ikna etme ve güven oluşturma becerisine duyulan ihtiyaç azalmak bir yana, daha da artıyor.

Çünkü teknoloji satışı ortadan kaldırmıyor; satışın şeklini değiştiriyor.

Bunu en iyi gösteren örneklerden biri Atlassian. Jira, Confluence ve Trello gibi ürünleriyle milyonlarca kullanıcıya ulaşan şirket, uzun yıllar boyunca neredeyse hiç geleneksel satış ekibi kurmadan büyüdü. Kullanıcılar ürünü internet üzerinden deneyebiliyor, küçük ekiplerde kullanmaya başlayabiliyor ve memnun kaldıklarında şirket geneline yayabiliyorlardı.

İlk bakışta bu örnek, "artık satıcıya gerek kalmadı" sonucunu düşündürebilir.

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



Oysa tam tersi oldu.

Satıcı ortadan kalkmadı; rolü deðişti. Artık satışın merkezinde ürünü anlatmak değıl, ürünü deneyimletmek ve müşterinin başarıya ulaşmasını sağlamak var. Müşterinin üründen değıer elde etmesini sağlamak var. Çünkü müşteriyi ikna eden artık vaatler değıil, ürünün yaşattığı deneyim.

Benzer bir yaklaşımı Palantir'de de görüyoruz. Son derece karmaşık teknolojik çözümler geliştiren şirket, müşterilerini yalnızca etkileyici sunumlarla değıil, onların süreçlerine gerçekten değıer katarak büyüyor. Burada da satışın merkezinde ürün değıil, müşterinin elde ettiğı somut sonuç yer alıyor.

Aslında her iki örnek de bize aynı gerçeğı hatırlatıyor. İnsanlar artık kendilerine bir şey satılmasını istemiyor; sorunlarının gerçekten anlaşılmasını ve çözülmesini istiyor. Bir başka büyük değıişim ise bilgi tarafında yaşanıyor. Geçmişte satış büyük ölçüde bilgi asimetrisine dayanıyordu. Satıcı biliyor, müşteri bilmiyordu. Bugün ise internet ve yapay zekâ sayesinde çoğı müşteri, ürün hakkında satıcı kadar hatta bazen daha fazla bilgiye sahip olabiliyor.

Böyle bir dünyada artık kimsenin, "Bana güven, en doğrusunu ben biliyorum" deme lüksü kalmadı.

İşte Daniel Pink'in "Satışın Yeni Kuralları" dediğı dönüşüm tam da burada başlıyor.

Ona göre yeni nesil satış üç temel beceri üzerine kuruluyor.

İlki uyum. Yani karşımızdakinin dünyasını gerçekten anlayabilmek. Empati kurmaktan da öte, olaylara onun gözünden bakabilmek. İkincisi canlılık. Reddedilmeyi kişisel algılamadan öğrenmeye devam edebilmek, her yeni görüşmeyi yeni bir başlangıç olarak görebilmek. Üçüncüsü ise açıklık. Bilginin sınırsız olduğı bir çağda asıl değıer, daha fazla bilgi vermek değıil; karmaşık olanı sadeleştirebilmek ve doğru soruyu sorabilmek.

Dikkat ederseniz bu üç becerinin hiçbirisi ürün bilgisiyle ilgili değıil: Üçü de insanla ilgili.

Belki de bu yüzden kitapta ilerledikçe aklımda yer eden en önemli düşünce şu oldu: Satış, müşteriyi bir ürüne ikna etme işi olmaktan da çıkıyor; müşterinin başarısına ortak olma sorumluluğına dönüşüyor.

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



Çünkü gerçek satış, bir insanın cebindeki parayı almak değil; hayatındaki gerçek bir ihtiyacı anlayıp ona değer katabilmektir.

Bugün yapay zekâ ile ilgili yapılan tartışmaları dinlediğimde de aynı noktaya geliyorum.

Yapay zekâ bilgiye erişimi demokratikleştirebilir. Süreçleri hızlandırabilir. Teklif hazırlayabilir. Sunum yapabilir. Hatta bazı satış faaliyetlerini tamamen otomatikleştirebilir.

Ama bir insanın başka bir insanı gerçekten anlayabilmesi, onun güvenini kazanabilmesi, ilham verebilmesi ve harekete geçirebilmesi hâlâ insanın en güçlü tarafı olmaya devam ediyor.

Belki de geleceğin en değerli satış becerisi de tam olarak bu olacak.

Teknoloji değişmeye devam edecek. Ürünler değişecek. İş modelleri değişecek.

Ama insanların anlaşılma, güven duyma ve değer görme ihtiyacı değişmeyecek.

Ve belki de bugün kendimize sormamız gereken asıl soru şu:

Gerçekten bir şey mi satıyoruz?

Yoksa insanların hayatına değer katacak bir değişimin parçası mı oluyoruz?

Çünkü sonunda anlıyoruz ki hepimiz satıcıyız. Ama aslında sattığımız şey hiçbir zaman sadece bir ürün olmadı. İnsanlar, üründen önce güveni; özelliklerden önce değeri; satıcıdan önce ise kendilerini anlayan insanları satın alıyor.

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 (Deposit Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)

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