ANKARA
HACI BAYRAM VELİ
ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
70. YIL

25.
ULUSLARARASI
İŞLETMECİLİK
KONGRESİ

UİK

BİLDİRİLER KİTABI

7-9 Mayıs 2026

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi

İşletme
Bölümü

EDİTÖR
Prof.Dr. Nurettin PARILTI

nobel

ANKARA
HACI BAYRAM VELİ
UNIVERSITY

25th INTERNATIONAL BUSINESS CONGRESS

UİK

PROCEEDINGS BOOK

May 7-9, 2026

Ankara Hacı Bayram Veli University

Faculty of Economics and Administrative Sciences

Department of Business Administration

EDITOR
Prof.Dr. Nurettin PARILTI

nobel

25. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ - UIK 25 BİLDİRİLER KİTABI - 7-9 Mayıs 2026
25th INTERNATIONAL BUSINESS CONGRESS - UIK 25 PROCEEDINGS BOOK - May 7-9, 2026
Editör: Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Yayın No. : 6416
Alan Adı-No. : İşletme/381
ISBN : 978-625-5028-71-6
E-ISBN : 978-625-5028-72-3
Basım Sayısı : 1
Basım Tarihi : Ekim 2026

© Copyright 2026, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. Sertifika No.: 40340

Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Genel Yayın Yönetmeni : Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Genel Yayın Koordinatörü : Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Sayfa Tasarım : Tarkan Kara -erdal@nobelyayin.com-
Redaksiyon : Bahar Yanbolulu -bahar@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım : Sezai Özden -sezai@nobelyayin.com-

Kütüphane Bilgi Kartı

Parıltı, Nurettin.
25. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ - UIK 25 BİLDİRİLER KİTABI - 7-9 Mayıs 2026 / Nurettin Parıltı
1. Basım, XVI + 866 s., 19,5x27,5 cm. Kaynakça var, dizin yok.
ISBN : 978-625-5028-71-6
E-ISBN : 978-625-5028-72-3
1. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi 2. İşletme ve İş İdaresi 3. Yönetim 4. Pazarlama 5. Finans ve Muhasebe

Genel Dağıtım

NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ.
Adres: Barıştepe Mahallesi Akgüvercin Caddesi No. 17 / B Yenimahalle /ANKARA
Telefon: +90 312 418 20 10
Sipariş: siparis@nobelyayin.com
E-Satış: www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: https://www.nobelyayin.com/satis-noktalari/

Baskı ve Cilt: Meteksan Matbaacılık ve Teknik Sanayi Tic. Anonim Şirketi Sertifika No.: 46519
Üniversiteler Mah. 1606. Cad. No: 8/1 Çankaya/ANKARA

ÖNSÖZ

25. Uluslararası İşletmecilik Kongresi, 7-9 Mayıs 2026 tarihleri arasında Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'nin ev sahipliğinde, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nün yürütücülüğünde gerçekleştirilmiştir. Bu önemli kongrenin fakültemizin kuruluşunun 70. Yılına denk gelmesi bizler için ayrı bir anlam ve heyecan taşımaktadır. Bu yıl 25'incisini düzenlemenin gururunu yaşadığımız kongremiz, ulusal ve uluslararası düzeyde yoğun ilgi görmüştür.

Gelenekselleşen bu bilimsel etkinlik, işletmeciliğin farklı alt disiplinlerinde üretilen özgün araştırmaların paylaşıldığı, verimli tartışmaların yapıldığı ve bilimsel etkileşimin güçlendiği önemli bir platform hâline gelmiştir. Yönetim ve Organizasyon, Pazarlama, Muhasebe, Finans, Sayısal Yöntemler, Yönetim Bilişim Sistemleri ve Üretim Yönetimi başta olmak üzere işletmecilikle ilgili tüm alanlardan gelen bildiriler, Türkçe ve İngilizce dillerinde kabul edilmiştir. Böylece kongremiz, farklı disiplinlerden araştırmacıların bilgi ve deneyimlerini paylaşmalarına, güncel araştırma sonuçlarını tartışmalarına ve işletmecilik alanındaki bilimsel gelişmelere katkı sunmalarına olanak sağlamıştır.

25.Uluslararası İşletmecilik Kongresi bu yıl yoğun bir ilgi görmüş; 171 adet bildiri hakem değerlendirmesi için kongremize gönderilmiş, hakem değerlendirmeleri sonucunda 108 çalışma başarılı bir şekilde sunulmuştur. Ayrıca kongremizde yer alan panel oturumlarında, gerek kamu sektörü gerekse özel sektörden yöneticilerin katılımlarıyla, akademik bilgi ve deneyimlerin sektördeki yansımaları farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır.

Kongrenin başarılı bir şekilde planlanması, düzenlenmesi ve yürütülmesinde emeği geçen tüm paydaşlarımıza içtenlikle teşekkür ederiz. Bu süreçte başta sponsorlarımız olmak üzere bizlerden desteklerini esirgemeyen ve katkı sağlayan tüm işletmelere teşekkürlerimizi sunarız. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörlüğü'ne, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı'na, UİK 25 Danışma Kurulu'na ve Bilim Kurulumuzda görev alan kıymetli akademisyenlere verdikleri destek ve katkılar için müteşekkiriz. Ayrıca kongremize katılım sağlayan tüm araştırmacı ve dinleyicilere; kongre sürecinde büyük bir özveriyle çalışan Düzenleme Kurulu üyelerimize, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İşletme Bölümü akademisyenlerine ve gönüllü öğrencilerimize şükranlarımızı sunarız.

Bu bildiri kitabında yer alan bilimsel çalışmaların işletmecilik literatürünün gelişmesine katkı sağlamasını, gelecekte yapılacak araştırmalara yol göstermesini ve uygulama dünyasına kalıcı ve değerli katkılar sunmasını temenni ederiz.

Saygılarımızla,
Düzenleme Kurulu Adına,
Prof. Dr. Nurettin Parıltı
25. Uluslararası İşletmecilik Kongresi Düzenleme Kurulu Başkanı

UIK Uluslararası İşletmecilik Kongresi

25. Uluslararası İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı'nda yayımlanan çalışmaların bilimsel, hukuki ve etik sorumluluğu yazar(lar)ına aittir. Yayımlanan çalışmalardaki görüş ve düşünceler yazar(lar)ın kişisel görüş ve değerlendirmeleri olup, kongre kurullarının ve editörün resmi görüşünü yansıtmaz.

25. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ

DANIŞMA KURULU ÜYELERİ

Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN (Başkan)

Prof. Dr. M. Başaran ÖZTÜRK (Başkan Yardımcısı)

Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN

Prof. Dr. Canan AY

Prof. Dr. İrfan ÇAĞLAR

Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN

Prof. Dr. F. Coşkun ERTAŞ

Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU

Prof. Dr. Ömür ÖZMEN

Prof. Dr. Mahmut PAKSOY

Prof. Dr. Uğur YOZGAT

Prof. Dr. Rıfat YILDIZ (Onur Kurulu Üyesi)

Doç. Dr. Elif KOCAGÖZ (Uluslararası İlişkiler Koordinatörü)

Doç. Dr. Mehmet Sinan ÇELİK (Genel Sekreter)

25. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ

KONGRE ONURSAL BAŞKANI

Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü

KONGRE DÖNEM BAŞKANLARI

Prof. Dr. Fırat PURTAŞ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İ.İ.B.F. Dekanı

Prof. Dr. Nurettin PARILTI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İşletme Bölüm Başkanı

DÜZENLEME KURULU ÜYELERİ

Prof. Dr. Nurettin PARILTI (Başkan)
Prof. Dr. Azize ERGENELİ
Prof. Dr. Özlem ÖZDEMİR
Prof. Dr. Elif AKAGÜN
Doç. Dr. Selay Ilgaz SÜMER
Prof. Dr. Mehmet BAŞ
Prof. Dr. Kürşat YALÇİNER
Prof. Dr. Figen ZAİF
Prof. Dr. Belgin AYDINTAN
Prof. Dr. Türksel BENSGHİR
Doç. Dr. Yasin Erdem ÇEVİK
Doç. Dr. Ceyda AKTAN
Dr. Öğr. Üyesi Özge DİNÇ CAVLAK
Dr. Öğr. Üyesi M. Gökhan BİTMİŞ
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep YAROĞLU
Arş. Gör. Dr. Mustafa Mehmet BAYAR
Arş. Gör. Dr. Sezin AKSOY
Arş. Gör. Ayşegül Nurbanu KÖROĞLU

İÇİNDEKİLER

25. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK KONGRESİ GENİŞLETİLMİŞ ÖZET BİLDİRİLER
25th International Business Congress Extended Abstracts

İşletmelerde Dijital Dönüşümün Sürdürülebilirlik Açısından Yansımaları: Kavramsal Bir Değerlendirme 3
Aslı Kuzu, Prof. Dr. Azize Ergeneli 3

Duygusal-Normatif Bağlılığın İçsel Bilgi Uçurma Üzerindeki Etkisinde Etik İklimin Düzenleyici Rolü 6
Dr. Devrim Gümüşsoy, Prof. Dr. H. Nejat Basım, Prof. Dr. Fatih Çetin 6

Gıda Lojistiğinde Bozulabilirlik: Sistematik Bir Literatür İncelemesi ve Araştırma Gündemi 9
Dr. Öğr. Üyesi H. Cansın Uzgören, Dr. Öğr. Üyesi Zehra B. Kanık 9

Tedarikçi Riskinin Değerlendirilmesinde Yapay Zeka Kullanımı 14
Arş. Gör. Ali Kaan Barka, Doç.dr. Hakan Aşan, Prof. Dr. Çiğdem Tarhan, Prof. Dr. Vahap Tecim

Dijital Pazarlama: Bibliyometrik Analiz 16
Alperen Uzel

Yapay Zekâ Belirsizliği ve Küresel Güç Rekabeti: Dijital Hegemonya, Teknolojik Silahlanma ve Finansal Yansımalar 19
Dr. Aydın Gürbüz, Dr. Öğr. Üyesi. Nur Esra Bekereci, Doç. Dr. Meltem Kılıç

Lüks Tüketim Eğilimi ile Sürdürülebilir Tüketim Niyeti Arasındaki İlişki: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma 23
Arş. Gör. Muhammet Murat Nalcı, Eda Nur Genç

Chatgpt'nin Algılanan Marka Kişiliği: Antropomorfizm ve Cinsiyet Algısı Üzerine Nitel Bir Araştırma 26
Arş. Gör. Büşra Kavasoğlu 26

İlişkiler Geliştirir mi? Lider-Üye Etkileşiminin İşte Gelişmeye Etkisinde Destekleyici Örgüt Kültürünün Aracı Rolü 28
Arş. Gör. Caner Günaydın, Doç. Dr. Merve Kırbaşlar, Doç. Dr. Sevgi Elmas Atay

Bankacılık İşlemlerinde Makine Öğrenmesi ile Dolandırıcılık Tespiti: Rastgele Orman Modeli Uygulaması 32
Dr. Öğr. Üyesi Can Burak Nalbantoğlu

Osmanlı Kadı Sicillerinde İşletmecilik Kavramlarının Evrimi: Metin Madenciliği Yaklaşımı (1500–1911) 35
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Fatih Sert, Arş. Gör. Cemre Cankurt

Gıda Takviyeleri Literatürünün Bibliyometrık Analizi: Pazarlama ve Tüketici Davranışı Perspektifi 38
Dr. Gizem Aydan, Prof. Dr. Ayşe Şahin

Bir Fincan Kahvede Bin Yıllık Güç: Hepa Coffee'nin Kadın Merkezli Marka Hikâyesi 42
Öğr. Gör. Dr. Güliz Aksoy

Uluslararası İşletmelerde Sürdürülebilirlik İletişimi: İnşaat Sektöründe Karşılaştırmalı Bir İnceleme 45
Arş. Gör. Dr. Gizem Ateş Yalçın, Prof. Dr. Beyhan Marşap, Doç. Dr. Devrim Göktepe Hulten

Hibrit Çalışma Yönteminde Liderlik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması 48
Dr. Gülsüm Özlem Temuroğlu, Prof. Dr. Ebru Beyza Bayarçelik

Küresel Reklam Kampanyalarında Kültürel Uyarlama Örneklerinin İçerik Analizi 52
Doç. Dr. Özlem Çatlı, Hatice Sıla Eroğul

Aynı Firmalar, Farklı Riskler: Türkiye'de Beneish Modellerinin Sınıflandırma Ayrışması 55
Prof. Dr. Güray Küçükkocaoğlu, Öğr. Gör. Dr. Nimet Çakır

Dijitalleşmeden Görünmez Finansa Kavramsal Bir Çerçeve 57
Gaye Ferah Korkmaz

Bıst 50 Firmalarında Yapay Zekânın Kurumsal Entegrasyonu: Faaliyet Raporları Temelinde Bir İçerik Analizi 60
Doç. Dr. Mehmet Ali Türkmenoğlu, Dr. Öğr. Üyesi Gökmen Durmuş, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Doruk Mutlu

Öz-Soğukluk ile Tükenmişlik Arasındaki İlişkide Psikolojik Kırılganlığın Aracı Rolü 63
Dr. Mehmet Hakan Durukan, Prof.dr.h.nejat Basım, Prof.dr.fatih Çetin

Türkiye ve Mısır Hazır Giyim Sektörlerinin Uluslararası Rekabet Gücü Analizi 66
Arş. Gör. İlknur Koçyiğit Bayniş, Prof. Dr. Selami Özcan

Takip Etmenin Ötesinde: Tüketicilerin Sosyal Medya Influencerlarıyla Çok Boyutlu Etkileşimi 69
Melis Ecem Karacadağ, Helin Tombaş, Özlem Yıldırım
Prof. Dr. Şenay Sabah Çelik

Sigorta Acentelerinde Sigorta Ürünlerinin Satış Yönetimi Uygulamalarının Müşteri Yönetimi Üzerindeki Etkileri: Nitel Bir Araştırma
Doç. Dr. Mualla Akçadağ, Dr. Öğr. Üyesi Derya Kutlu

Kurumsal Yönetim Yapısı ve Finansal Piyasa Tepkileri: Zaman-Frekans Yaklaşımı 75
Dr. Öğr.üyesi. Nuray Yüzbaşıoğlu, Öğr. Gör. Dr. Nazik Erdal Akyüz

Finansal Performansın CRITIC ve TOPSIS Yöntemleri ile Değerlendirilmesi: Teknosa A.Ş. Örneği 78
Büşra Nur Gürlek, Doç. Dr. Hamide Özyürek, Prof. Dr. Mustafa Polat

Sağlık Girişimcilerinin Finansal Okuryazarlık, Finansal Farkındalık ve Finansal Yönetim Bilgi Düzeyinin Değerlendirilmesi 80
Öğr. Gör. Dr. Sabit Uygun

Dijital Dağıtım Kanalları ve Türk Bankacılık Sektörünün Operasyonel Etkinliği 83
Dr. Sinan Şahin

Turizm Literatüründe Robot Antropomorfizmi: Bibliyometrik Bir Analiz 87
Öğr. Gör. Süreyya Akçay, Prof. Dr. Kenan Güllü

Örgütsel Zekânın Rekabet Stratejilerine Etkisinde Algılanan Dışsal Prestijin Aracılık Rolü: Savunma Sanayii Örneği 90
Doktora Adayı Fatma Coşgun Andıç, Prof. Dr. Enver Aydoğan

Sürdürülebılırlık, Yeşıl İnovasyon ve İhracat Performansı: İhracatçı İşletmelerde Yapısal Eşitlik Modellemesi ile Bir İnceleme 95
Dr. Ogr. Uyesi Turhan Karakaya

Yapay Zekâ Destekli Muhasebe Sistemlerinin Finansal Doğruluk ve Denetim Etkinliği Üzerindeki Etkileri 98
Dr. Emel Saraç

Tüketici Bilincindeki Paradoks: Genel Hak Farkındalığı ile Teknik Bilgi Yetersizliği Arasındaki Asimetri (Aksaray İli Örneği) 101
Prof. Dr. Neşe Acar, Doktora Öğrencisi Volkan Alpay

Personel Güçlendirmenin Örgütsel Çeviklik Üzerindeki Etkisinde Özümseme Kapasitesi ve Dijital Liderliğin Düzenleyici Aracılık Rolü 104
Arş. Gör. Yasin Bayar, Arş. Gör. Bünyamin Çelebi, Prof. Dr. Özlem Yaşar Uğurlu, Doç. Dr. Mehmet Aytekin

Kurumsal Kimlik Değişiminin Devlet Üniversiteleri Açısından İncelenmesi 107
Prof. Dr. Enver Aydoğan, Belkız Güllü

Gıda Güvenliği Algısının Yerel Gıda Satın Alma Tutumuna Etkisinde Fiyat Duyarlılığının Aracı Rolü 110
Arş. Gör. Muhammet Murat Nalcı, Zeynep Akman *110*

Marka Değerinin Piyasa Kapitalizasyonuna ve Büyümeye Etkisi: BİST 100 Üzerinde Bir Uygulama 113
Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Saygın, Yeliz Ercan *113*

Yapay Zeka Modelleri ile Hisse Senedi Balonlarının Tespiti: BİST Üzerine Bir Deneme 116
Zeynep İplik

Bıst Turizm Endeksindeki Firmaların Finansal Performansının Lopcow-Depart Hibrit Yöntemi ile Analizi 118
Osman Doğru, Doç. Dr. Hamide Özyürek, Dr. Galip Cihan Yalçın, Doç. Dr. Karahan Kara

Survival Strategies in Academia: Conformity, Silence, and Exclusion in Gendered Organizations 121
Hatice Asel Tuncer, Ekin Ezgi Yıldızhan

Environmental and Climate-Related Uncertainties in Fınancial Statement Notes 124
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Yaroğlu

Financial Resilience To Earthquake Shocks in Eastern Asian Economies 127
Dr. Öykü Yücel

ESG Greenwashing and COST of DEBT: Evidence From Manufacturing Firms in Türkiye 130
Res. Asst. Esra Aydın, Prof. M. Banu Durukan Salı

Air Pollution Shocks and Financial Market Behavior: Evidence From Borsa Istanbul City Indices in An Emerging Market 134
Dr. Aykan Coşkun

The Power of Credible Greenfluencers: A Norm Activation Perspective On Green Purchase Intention 137
Ekin Kanat, Assoc. Prof. Tutku Eker İşçioğlu

Organızational Readiness For Adopting AI-Based Reporting Tools: A Case Study of The Department of Fisheries, Bangladesh 140
Marzia Kabır, Asst. Prof. Dr. Murat Ulubay

The Impact of Perceived Ease of Use and Usefulness On Sustainable-Induced Failures in Türkiye: The Mediation Role of Customer Satisfaction 143
Zaruk Narsam Salıfu, Asst. Prof. Dr. Mustafa Ünsalan

The Dynamics of Sustainable and Traditional Financial Assets Under Conditions of Uncertainty 146
Narmin Iskenderova, Assoc. Prof. Dr. Beyza Mina Ordu-Akkaya

Insufficient Market Response To Technological Innovation Signals: Evidence From a Multinational Panel Event Study 150
Assoc. Prof. Dr. Oğuzhan Ece, Sargylana Syrovatskaya

Algorithmic Governance and Localized AI: Overcoming Inertia in Cooperative Enterprises 153
Phd Candidate Yusufcan Akünal

25. Uluslararası İşletmecilik Kongresi Tam Metin Bildiriler

25th International Business Congress Full-Length Papers

Örgütsel Bilinçli Farkındalığın Örgütsel Yaratıcılığa Etkisinde Örgütsel Çevikliğin Aracı Rolü 159
Arş. Gör. Saadet Nur Karadenizli Sinap, Prof. Dr. Semra Güney, Prof. Dr. Özge Tayfur Ekmekci

Bir Endüstriyel Ekosistem Olarak Yeşilçam: Örgütsel Çevre Dinamikleri Üzerine Kuramsal ve Bibliyometrik Bir İnceleme 170
Prof. Dr. Ömür N. T. Özmen, Prof. Dr. Alev Katrinli, Dr. Öğr. Üyesi Songül Gökhan, Prof. Dr. Yüksel Yalova, Seda Nur Kaçan

Yapay Zeka Tabanlı Müşteri Etkileşimlerinde Yönelimci ve Kaçınmacı Mesaj Çerçeveleri: Manipülasyon Geçerliliği ve Keşfedici Ön Örüntüler 187
Araştırma Görevlisi Selin Göral Nazlıoğlu, Prof. Dr. Burak Kartal

Yapay Zekâ Destekli Ürünlerde Müşteri Deneyiminin Yeşil Güven Etkisinde Algılanan Kurumsal İkiyüzlülüğün Aracılık Rolü 194
Arş. Gör. İdil Gökgöz, Dr. Öğr. Üyesi Fatma Sena Yaman

Türk Telekom Hizmet Üretimi Çalışanlarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile Yapay Zekâ Teknolojilerine Yönelik Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi 204
Ümit Okan Üstündağ, Prof. Dr. Türksel Kaya Bensghir

Kendin Yap Davranışını Motive Eden Pazar Koşulları: Türk Tüketiciler Üzerine Ampirik Bir Araştırma 211
Arş. Gör. İrem Güran Bodur, Prof. Dr. Hasan Ayyıldız

Race Çerçevesinin Geleneksel Doğrudan Pazarlamaya Uyarlanması: Bankacılık Verileri Üzerinde Hibrit Veri Madenciliği Yaklaşımı 225
Dr. Öğr. Üyesi Selim Çam, Doç. Dr. Murat Fatih Tuna

Tüketici Davranışı Perspektifinden Lojistik Performans Bileşenlerinin Belirlenmesi: E-Ticaret Örneği 241
Öğr. Gör. Dr. E. Ebru Şentürk, Dr. Öğr. Üyesi İpek Özenir

Artık Vazgeçme Zamanı: Deinfluencing Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme 254
Elif Yaren Birdoğan, Prof. Dr. Selay Ilgaz Sümer

İnsan Kaynakları Yönetimi Alanındaki Yapay Zekâ Çalışmalarının Kavramsal Yapısı: Anahtar Sözcük Analizi 262
Dr.Öğr.Üyesi İsmail Çağrı Doğan, Arş. Gör. Ahmet Şükrü Pampal, Arş. Gör. Furkan Dazıroğlu

Klasik Yönetim Teorisinden Modern Yönetim Teorisine İşletme Fonksiyonlarındaki Kırılmalar: Henri Fayol ve Michael Porter Okuması 275
Arş. Gör. Dr. Artuğ Eren Coşkun, Prof. Dr. Ramazan Erturgut, Öğr. Gör. Dr. İbrahim Ethem Dağdeviren

Çalışan Annelerde Saygın İş Algısının İş Tatmini Üzerindeki Etkisi 290
Doç. Dr. Ayşe Gökçen Kapusuz, Doç. Dr. Banu Saadet Ünsal Akbıyık

Tüketicilerin Influencerlara Yönelik İlgilenim Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi 296
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Ersoy Yıldırım

Ruminasyonun Sessiz İstifa Üzerindeki Etkisinde Algılanan Yönetici Desteğinin Düzenleyici Rolü 311
Dr. Öğr. Üyesi Bumin Çağatay Aksu, Dr. Öğr. Üyesi Turgay Karalinç

Küçük Ölçekli Otel İşletmelerinin Döngüsel Ekonomiye Uyum Engellerinin Belirlenmesi: Kapadokya Bölgesinde Bulanık Delphi Uygulaması 318
Dr. Öğr. Üyesi Burcu Şimşek Yağlı

Aile İşletmelerinde Görmezden Gelinen Sessiz İstifa 331
Doç. Dr. Canan Yılmaz, Dr. Öğr. Üyesi Deniz Yıldız, Dr. Öğr. Üyesi Eda Telli

Finans Alanındaki Bibliyometrik Çalışmaların Tematik Evrimi: Literatüre Yönelik Bütüncül Bir Haritalama 339
Öğr. Gör. Dr. Elvan Öztürk

Sosyal Bankacılık: Kâr Amacı Taşımayan Yeni Bir Finans İş Modeli 351
Dr. Fahrettin Özdemirci

Bilgiden Davranışa: Özümseme Kapasitesi ve Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki 369
Doç. Dr. Duygu Toplu Yaşlıoğlu, Arş. Gör. Timur Köse, Prof. Dr. Muhsin Murat Yaşlıoğlu

Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi Bağlamında Geri Dönüştürülmüş Mobilya Araştırmaları: Bibliyometrik Bir Analiz 380
Emrah Seyhan

Yeşil Finans Araçlarının Yeşil Aklama Yöntemi: Şirket Analizleri 395
Engin Enver Cebeci

İşletmelerde Yazılım Geliştirme Metodolojisi Seçimi: Klasik ve Çevik Yaklaşımların ÇKKV Yöntemleriyle İncelenmesi 409
Yüksek Lisans Öğrencisi Enes Özkan

Yeşil İnsan Kaynakları Yönetiminin Çalışan Davranışına Yansımaları: Bir Meta-Sentez Çalışması 416
Öğr. Gör. Dr. Esin Ceylan Şaşmaz

Faiz Her Zaman Riba Mıdır? Geleneksel ve Modern Yaklaşımların Karşılaştırmalı Bir Değerlendirmesi 428
Dr. Fahrettin Özdemirci

Turizm Pazarlamasında Yapay Zekânın Gastronomik Temsilde Stereotipleştirme Eğilimi: Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi 450
Gözde Nur Saygın, Merve Nur Gürsoy, Mehmet Halit Akın

"Son 2 Ürün Kaldı!": Trendyol'da Karanlık Tasarım (Dark Pattern) Mesajları Üzerine Bir İçerik Analizi 469
Öğr. Gör. Dr. Hatice Bahçe

Youtube Yorumlarında Tüketici Algılarının Nitel Bir Analizi: TOGG T10f Örneği 484
Dr. Öğr. Üyesi İlknur Ayar, Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Yeğin

Organik Sertifikalı Gıda Ürünlerine Karşı Etik Tüketim Algısı 493
Arş. Gör. Mehmet Emin Bozkurt, Doç. Dr. Mehmet Gökerik

Bağımsız Denetim Raporlarında Olumsuz Görüş ve Görüş Bildirmekten Kaçınma Görüşlerinin Analizi: Türkiye ve Almanya Karşılaştırması (2019–2025) 506
Prof. Dr. Ayşe Nilgün Ertuğrul Yener, Araştırma Görevlisi İrem Talaşlı

Kadın Liderliği ve Örgütsel Performans Literatürünün Tematik ve Teorik Yapısı: Bibliyometrik Bir Analiz 520
Öğr. Gör. Dr. Havva Değirmenci Tarakcı

Duygusal Zekâ Perspektifinden Hubris Sendromunun İncelenmesi: Bir Alan Araştırması 533
Dr. Öğretim Üyesi Hatice Çoban, Buğrahan Poyraz

Dijital Veri Güvenliği Farkındalığı ve Teknolojiye Yatkınlık Ölçeklerinin Havayolu Müşterileri Üzerinde Uygulanabilirliğine Yönelik Araştırma 543
Dr. Mesud Uzun, Arş. Gör. Ahmet Talha Agca

Ceo Mesajlarında Paydaşlara Yönelik Söylemlerin İnşası: Çalışan ve Müşteri Temaları Üzerine Bir İçerik Analizi 555
Dr. Öğr. Üyesi Pelin Karaca Kalkan, Dr. Öğr. Üyesi Neslihan Künye Polat

Parasosyal Etkileşimin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Marka Güveninin Aracılık Rolü 565
Dr.öğr.üyesi Mehmet Emin Keke

Finansal Şoklar ve Ağır Kuyruklu Dağılımlar Altında Nedensellik Analizi: Hacim-Fiyat İlişkisi Gerçek mi? 582
Dr. Öğr. Üyesi Nizamettin Başaran, Doç. Dr. Hüseyin Serdar Yalçınkaya

Sık İş Değiştirme (Job Hopping) Literatürünün Bibliyometrik Haritalanması: Web of Science Verileri Üzerinden Bir İnceleme 590
Arş. Gör. Dr. Pınar Aydemir

Çalışan Memnuniyeti En Yüksek Şirketlerin Sürdürülebilir İş Kültürü Felsefesi Üzerine Söylem Analizi: Türkiye'nin En İyi İşverenleri™ 2024 Listesi 603
Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Şimşek, Dr. Öğr. Üyesi Osman Benk

Yapay Zekâ Arkadaşlığının Tüketici Perspektifi Açısından İncelenmesi Üzerine Bibliyometrik Analiz 613
Elif Türkoğlu, Prof. Dr. Selay Ilgaz Sümer

Yönetimsel ve Finansal Muhasebede Yakınsama: FDMS ile TFRS Uyumlu Stratejik Maliyet Yönetimi İlişkisi 625
Prof. Dr. Selçuk Kendirli, Baş Öğrt. Bülent Sucu

Yoğun Bakımda Duyguların Bedeli: Hemşirelerde Duygusal Emek ve Duygusal İş Tatmini 644
Dr. Öğretim Üyesi Tugay Öney
Dr. Öğretim Üyesi Şerife Karagöz

Dönüşümcü Liderliğin Çalışan Güvenlik Sesliliği Üzerindeki Etkisinde İş Arkadaşına Güvenin Aracı Rolü 653
Dr. Öğr. Üyesi Tugay Öney, Doç. Dr. Nida Palabıyık, Öğr. Gör. Esra Akay

Çalışanlarda Örgüt Yararına Etik Dışı Davranışları Şekillendiren Sosyodemografik Etkenler 663
Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Savaş, Dr. Öğr. Üyesi Hazal Duman Alptekin

Öğrenci Kooperatifleri Modeli Projesi Kapsamında Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi: Bir Ön Test Çalışması 679
Doktora Adayı, Zeynep Kaptan, Dr. Onur Özevin, Dr. Hakan Çambel, Doç. Dr. Hakan Tahiri Mutlu, Öğr. Gör. Nergiz Paşu Öztürk, Doç. Dr. Gamze Doğdu Yücetürk, Doç. Dr. Nürettin Akçakale, Doktora Adayı, Melek Astekin

Sağlık Kurumlarında İnovasyon: Dijital Uygulamalar 698
Dr. Öğr. Üyesi Hülya Çağıran Kendirli, Şule Kullu

İnşaat Şirketlerinin Edas Yöntemi ile Finansal Performans Analizi: BİST İnşaat Endeksinde Bir Uygulama ... 711
Prof. Dr. Selçuk Kendirli, Öğr. Gör. Mehmet Böyüközkök

Examining The Relationship Between ESG Social Scores and Ethical Behavior: The Moderating Role of Institutional Environment 723
Arş. Gör. Firuze Yazıcıoğlu, Arş. Gör. Şafak Nur Coşgunaras Yiğit, Dr. Öğr. Üyesi Sedat Ilgaz Günay

Environmental Policy Stringency and Green Economic Growth: Parallel Mediation Test With OECD Data 729
Dr Öğretim Üyesi. Safa Arslan, Doç. Dr. Emre Burak Ekmekçioğlu

A Qualitative Comparative Analysis of Internationalization Strategies in The Strategic Plans of Newly Established Foundation Universities in Türkiye (2015 Onward): Alignment With International Students and Collaboration Outcomes 739
Sundus Bilal Majıd, Asst. Prof. Dr. Abdurrahim Hocagıl

AI-Driven Decision Making: How Artificial Intelligence is Transforming Strategic Management in Modern Businesses 758
Md Saifur Rahman, İrem Alsan

Transparency in Candidate-Facing Recruitment Processes in The BIST 30 Context 765
Berke Akkaya, Edanur Çelik

A Bibliometric Analysis Upon Influencer Marketing and Trust Building 777
Florina Daniela Avadanıı

The Impact of AI-Driven Personalization On Customer Experience: The Regulatory Role of Perceived Manipulation and Privacy Concerns 791
Asst Prof. Murat Başal, Asst. Prof. Anıl Çetin, Asst. Prof. Muhammet Salih Yiğit

Business Acumen As a Strategic Capability in Project Management 803
Naz Seden Elitaş, Prof. Dr. Hayriye Senem Göl Beşer

Constraint-Based Synthetic Consumer Simulation Using Generative AI: A Conceptual Marketing Application 812
Assoc. Dr. Cihat Kartal, Lec. Dr. E. Ebru Şentürk

Employee Burnout As a Corporate Risk: The Mediating Role of Organizational Commitment in Reporting Unethical Practices 828
Aslıhan Kaya, Ass. Prof. Tamer Kılıç

The Path From Innovation to Marketing Performance: A Conceptual Model Proposal 839
Res. Asst. Damla Sarı, Asst. Prof. Dr. Zakaria Abdiwali Mohamed, Asst. Prof. Dr. Mustafa Ünsalan

Exploring The Dynamics of Cosmetic Purchasing Addiction: A Thematic Analysis of Narratives in a Virtual Community 849
Assoc. Prof. Şirin Gizem Köse, Prof. Dr. İpek Kazançoğlu

A Data-Driven Analysis of Investor Behaviour During Geopolitical Conflict: Do Online Emotions Move Financial Markets? 855
Dr. Sıla Kulaksız, Dr. Öğr. Üyesi Aslı Vural

BIST 50 FİRMALARINDA YAPAY ZEKÂNIN KURUMSAL ENTEGRASYONU: FAALİYET RAPORLARI TEMELİNDE BİR İÇERİK ANALİZİ

Doç. Dr. Mehmet Ali TÜRKMENOĞLU

Muş Alparslan Üniversitesi, m.turkmenoglu@alparslan.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Gökmen DURMUŞ

Gaziantep Üniversitesi, gokmendurmus@gaziantep.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Doruk MUTLU

Yozgat Bozok Üniversitesi, doruk.mutlu@yobu.edu.tr

1. GİRİŞ

Son zamanlarda üzerine en çok araştırma yapılan alanlardan biri olan yapay zekâ, bilginin bilgisayar sistemleri tarafından öğrenilmesi, yorumlanması ve işlenerek belli görevleri yerine getiren simülasyon olarak tanımlanmaktadır (Haenlein & Kaplan, 2019). Küresel ölçekte geçtiğimiz yıl kurumsal yapay zekâ yatırımları 252,3 milyar dolara ulaşmıştır (Walsh ve ark., 2025). Gün geçtikçe artan bu ilgi ve yatırımların temelinde yapay zekânın şirketlere sunduğu verimlilik, hız ve tasarruf gibi faydalar vardır (Deloitte, 2026). Bu sebeple şirketler insan kapasitesini aşan yapay zekâyı iş süreçlerine entegre ederek bu avantajı sürdürmek istemektedir (Wamba-Taguimdje ve ark., 2020). Hatta bazı araştırmalar yapay zekâyı kullanmanın salt stratejik bir rekabet avantajı elde etmeden ziyade artık hayatta kalmak için bir zorunluluk olduğunu ifade etmektedir (Wang ve ark., 2022). Bu çalışma küresel çapta birçok alanda kullanılan yapay zekânın ülkemizdeki şirketlerde ne ölçüde karşılık bulduğunu BIST 50 şirketlerinin entegrasyon düzeylerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Alanyazın incelendiğinde, YZ entegrasyonunun şirketlerin geleneksel iş yapma yöntemlerini değiştirerek şirketleri artık kendi kendine öğrenen yapılara dönüştürdüğü görülmektedir (Hutzschenreuter & Lämmermann, 2025). YZ entegrasyonu finans, pazarlama, lojistik ve imalat sektörleri gibi birçok sektörde hayata geçirilmiştir. Bu entegrasyonun şirketlerin performansını ve teknolojik inovasyon kapasitesini artırdığını göstermektedir (Chen ve ark., 2022).

Ulusal yazına bakıldığında, YZ kullanımı ile ilgili çalışmalar geniş bir yelpazede hızla artmaktadır. Örneğin, Tuncalp (2025) üretim, perakende, sağlık ve finans gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren aile işletmeleriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapmıştır. Tematik analiz neticesinde yapay zekânın operasyonel verimliliği ve müşteri bağlılığını artırmak için önemli bir unsur olduğu bulunmuştur. Alanyazın, YZ teknolojilerinin işletme süreçlerine entegrasyonuna yönelik araştırmaların işletmelerin pazarlama departmanlarında (Zeydan, 2024), yönetim süreçlerinde (Bayram ve ark., 2025) ve yönetim bilişim sistemlerinde (Sinap, 2025) uygulama alanı bulduğunu aktarmaktadır. Ancak şirketlerin YZ entegrasyon düzeylerini çeşitli raporlar inceleyip iş süreçlerinde nasıl kullandıklarına ilişkin çalışma sayısı sınırlıdır. Bu anlamda, çalışmamız BIST 50 şirketlerinin faaliyet raporlarının analizi doğrultusunda genel durumun resmini değerlendirerek literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın örneklemini Mart 2026 itibarıyla Borsa İstanbul (BIST 50) endeksinde yer alan 50 şirket oluşturmaktadır. Araştırmada 2025 senesine ait raporlar henüz tüm şirketler tarafından yayımlanmadığı için veri bütünlüğünü sağlamak amacıyla 2024 yılı faaliyet raporları esas alınmıştır. Elde edilen materyal doküman incelemesi

ve nitel içerik analizi yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Firmaların yalnızca kendi faaliyetleri, süreçleri, ürünleri, hizmetleri, yönetişim yapıları ve departman bazlı uygulamaları kapsamında yapay zekâ kullanımı ile ilintili içerikleri analize tabi tutulmuştur. Araştırmada şirketlerin yapay zekâ benimseme düzeyini ölçmek amacıyla 5 basamaklı bir YZ uyum puanlama cetveli kullanılmıştır. Kodlama süreci sonrası veriler dört farklı boyutta incelenmiştir. Bunlar: sektör, yapay zekâ türü, firma bazlı kullanım alanı dağılımı ve olgunluk düzeyidir.

4. BULGULAR

Çalışma bulguları incelendiğinde BIST 50 firmalarının yarıdan fazlasının YZ teknolojisinin adaptasyonu ve kullanımı noktasında ileri seviyelerde (3 ve 4) olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, başlangıç ve gelişme çalışmaları aşamasında bulunan firmaların düşük bir oranda kaldığı ve toplam firma sayısının %20'lik kısmına karşılık geldiği bulgulanmıştır. Dikkat çekici bir diğer bulgu ise günümüzün belirleyici teknolojilerinden sayılan YZ teknolojisinden faaliyet raporlarında hiç bahsetmeyen firma sayısı 13 olup bu sayının azımsanmayacak kadar fazla olmasıdır. Sektörel olarak değerlendirildiğinde, yapay zekâ adaptasyonunun en güçlü olduğu sektörlerin teknoloji ağırlıklı, veri yoğun ve müşteri etkileşimi yüksek alanlar olduğu görülmektedir. Firmaların YZ türlerine göre benimsenme düzeyi incelendiğinde en yaygın boyutun YZ yönetişimi ve stratejik hazırlık (30 firma) olduğu görülmüştür. Analiz bulgularına göre, yapay zekâ kullanım alanları içinde en yoğun kategori 56 kod ve 20 firma ile müşteri ve pazarlama odaklı faaliyetler olmuştur.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Çalışma kapsamında BIST 50 firmalarının YZ olgunluk seviyeleri, faaliyet raporlarında geçen YZ ile alakalı ifadeler üzerinden bu teknolojiyi iş fonksiyonlarına ne derece entegre ettiklerine yönelik bilgilerle oluşturulmuştur. Bu bağlamda YZ kullanımından çok fonksiyonel yayılım firmaların yüksek olgunluğa ulaşmasında belirleyici bir unsur olarak ön plana çıkmıştır. Özellikle en ileri dördüncü seviyede belirginleşen asıl fark, YZ'nin kurumsal süreçlere ve yapılara nasıl gömüldüğüdür. Bu sonuçlar, YZ'nin arka planda destekleyici bir teknoloji olmaktan çok rekabetçi avantajın dinamiklerini etkileyecek şekilde stratejik bir şekilde konumlandırılabildiğini göstermektedir. Sektörel açıdan bakıldığında YZ'nin çekirdek faaliyetlere entegre edilmesi açısından telekomünikasyon, havayolu taşımacılığı, bankacılık ve otomotiv sektörlerin diğer sektörlere göre ciddi bir olgunlaşmaya ulaştığı anlaşılmıştır. Bu bulgu otomotiv, üretim ve finans gibi sektörlerde faaliyet gösteren Türk aile şirketlerinin yapay zekâyı operasyonel verimlilik ve kalite kontrol süreçlerine çoktan entegre etmeye başladığını gösteren literatürle örtüşmektedir (Tuncalp, 2025). Diğer taraftan Çimento, inşaat, lojistik ve madencilik gibi sektörlerin ise faaliyet raporlarında YZ'ye neredeyse duyarsız olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, YZ teknolojisinin BIST 50 bazında kullanım alanları incelendiğinde, göze çarpan ilk bulgu YZ'nin en çok müşteri odaklı ve ticari çıktı üreten faaliyetlerde kullanılmasıdır. Bu durum YZ entegrasyonunun özellikle müşteri deneyiminin kalitesini artırdığını göstermekte ve literatürle paralellik göstermektedir (Yaman & Mastorakis, 2026). Bununla birlikte, YZ yönetişimi ve stratejik hazırlık en çok kullanılan YZ türleri olarak ortaya çıkmıştır. Bu da BIST 50 firmalarının yapay zekâ entegrasyonunda yalnızca teknik kullanımla yetinmediklerini, sonraki dönemler için kendilerini büyük dönüşüme hazırladıklarını göstermektedir. Dahası, yapılan analizler ışığında firmaların olgunluk düzeylerinin farklı YZ türlerinden faydalanmalarıyla da doğru orantılı olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak mevcut çalışma, YZ odaklı dönüşüm noktasında BIST 50 firmaları içerisinde görünür bir kutuplaşma olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yapay zekâ, BIST 50, kurumsal dönüşüm, yapay zekâ entegrasyonu, içerik analizi

KAYNAKÇA

Bayram, R., Epli, B., Tahtabiçen, B., & Karaman, S. (2025). KOBİ Yönetim Süreçlerinde Yapay Zekâ Entegrasyonu ve SAAS Tabanlı Uygulamaların Potansiyeli. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *17*(1), 662-675.

Chen, D., Esperança, J. P., & Wang, S. (2022). The impact of artificial intelligence on firm performance: an application of the resource-based view to e-commerce firms. *Frontiers in psychology*, *13*, 884830.

Deloitte. (2026). *The state of AI in the enterprise*. London, UK: Deloitte Global Alındı: https://www.deloitte.com/uk/en/issues/generative-ai/state-of-ai-in-enterprise.html

Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A brief history of artificial intelligence: On the past, present, and future of artificial intelligence. *California management review*, *61*(4), 5-14.

Hutzschenreuter, T., & Lämmermann, T. (2025). What is your AI strategy? Systematically integrating self-learning technologies into your business strategy. *Academy of Management Perspectives*, *39*(4), 528-551.

Sinap, V. (ed) (2025). Yönetim Bilişim Sistemleri Alanında Yenilikçi Çözümler ve Güncel Yaklaşımlar. Özgür Publications. DOI: https://doi.org/10.58830/ozgur.pub700.

Yaman, T. T., & Mastorakis, N. (2026). From infrastructure to impact: Modeling the path from AI-enabled CRM to customer loyalty in B2B firms. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications, 23*, 144-156. https://doi.org/10.37394/23209.2026.23.12

Tuncalp, D. (2025). Directing the future: Artificial intelligence integration in family businesses. *Journal of Family Business Management, 15*(2), 254-277. doi:10.1108/JFBM-03-2024-0051

Walsh, T., Hamrah, A., Santarlasci, L., Lotufo, J. B., Rome, A., Shi, A., & Oak, S. (2025). *The AI Index 2025 annual report*. Stanford, CA: Stanford University, AI Index Steering Committee, Institute for Human-Centered AI (HAI).

Wamba-Taguimdje, S., Fosso Wamba, S., Kala Kamdjoug, J. R., & Tchatchouang Wanko, C. E. (2020). Influence of artificial intelligence (AI) on firm performance: The business value of AI-based transformation projects. *Business Process Management Journal, 26*(7), 1893-1924. doi:10.1108/BPMJ-10-2019-0411

Wang, J., Lu, Y., Fan, S., Hu, P., & Wang, B. (2022). How to survive in the age of artificial intelligence? Exploring the intelligent transformations of SMEs in central China. *International Journal of Emerging Markets*, *17*(4), 1143-1162.

Zeydan, İ. (2024). Yapay zekâ-pazarlama entegrasyonu: örnek uygulamalar. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *20*(ICMEB'24 Özel Sayı), 423-446.