



İNOVASYON VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM TÜRKİYE'DEKİ YÖNETİM VE ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARINI NASIL ŞEKİLLENDİRİYOR? UYOK BİLDİRİLERİ ÜZERİNE BOYLAMSAL BİR ANALİZ

Umut ÇİL¹

Öz

Bu çalışma, Türkiye'de yönetim ve organizasyon alanında inovasyon ve dijital dönüşümün akademik yansımalarını, 2013-2024 yılları arasında düzenlenen ve yönetim alanının başat kongresi olan Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (UYOK) bildirileri üzerinden incelemektedir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak, 93 anahtar kelime aracılığıyla 1236 bildiri, bilgi ekonomisi, dijitalleşme ve inovasyon ana konuları çerçevesinde analiz edilmiştir. Bulgular, girişimcilik ve inovasyon gibi geleneksel temaların UYOK bildirilerinde kapsamlı bir şekilde ele alındığını gösterirken, dijital platformlar, veri analitiği ve siber güvenlik gibi konuların son yıllarda artan bir ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Ancak, ortak yaratım, hizmetleştirme, iş modeli inovasyonu ve dijital iş gücü gibi bazı kritik alanların hala araştırılmadığı dikkat çekmektedir. Bu çalışma, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon alanında dijital dönüşümün akademik olarak nasıl ele alındığına dair geniş bir perspektif sunmakta ve gelecekteki araştırmalar için önemli eksiklikler ve araştırma yönleri hakkında değerli bilgiler sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Ekonomisi, Dijital Dönüşüm, İnovasyon, UYOK, Yönetim ve Organizasyon
JEL Sınıflandırması: D83, M13, M15, O30

HOW IS INNOVATION AND DIGITAL TRANSFORMATION SHAPING MANAGEMENT AND ORGANIZATION RESEARCH IN TURKIYE? A LONGITUDINAL ANALYSIS ON UYOK PROCEEDINGS

Abstract

This study examines the academic reflections of innovation and digital transformation in the management and organization field in Türkiye, based on the papers presented at the National Management and Organization Congress (UYOK) between 2013 and 2024. Through content analysis, 1,236 papers were analyzed using 93 keywords within the main topics of the knowledge economy, digitalization and innovation. The findings indicate that traditional topics such as entrepreneurship and innovation are well-represented in UYOK papers, while topics like digital platforms, data analytics, and cybersecurity have gained increasing attention in recent years. However, it has been observed that critical areas such as co-creation, servitization, business model innovation and digital workforce remain underexplored. This study provides a comprehensive perspective on how digital transformation is academically addressed in the management and organization field in Türkiye and offers valuable insights into future research directions and gaps.

Keywords: Knowledge Economy, Digital Transformation, Innovation, UYOK, Management and Organization
JEL Classification: D83, M13, M15, O30

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, e-posta: umutcil@kmu.edu.tr,
Orcid ID: [0000-0002-6292-2890](https://orcid.org/0000-0002-6292-2890)

1. GİRİŞ

Dijitalleşme ve bilgi ekonomisi, 21. yüzyılın başından itibaren iş dünyasının ve toplumsal yaşamın dönüşümünde önemli roller üstlenmiştir. Bu dönüşüm, teknolojik yeniliklerin iş yapış biçimlerini, organizasyonel yapıları ve rekabet dinamiklerini kökten değiştirerek yeni ekonomik ve sosyal düzenlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Svadberg vd., 2019; Talafidaryani vd., 2021). Dijitalleşme, işletmelerin inovasyon kapasitelerini artırarak iş modellerini yeniden yapılandırmalarına ve küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmelerine olanak sağlarken (Calderon-Monge ve Ribeiro-Soriano, 2024), bilgi ekonomisi, değer yaratma süreçlerini bilgi ve entelektüel sermaye etrafında yeniden şekillendirerek sürdürülebilirlik ve teknolojik entegrasyonun önemini artırmıştır (Bharadwaj vd., 2013).

Dijital ekonominin getirdiği yenilikler, geleneksel iş modellerini zorlarken, bilgiye dayalı yeni iş modelleri ve süreçler geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Özellikle veri analitiği, yapay zekâ ve büyük veri gibi dijital teknolojiler, firmaların iç ve dış bilgi kaynaklarını daha etkin kullanarak karar alma süreçlerini optimize etmelerini sağlamaktadır (Powell ve Snellman, 2004). Bu hızlı değişim, özellikle yönetim ve organizasyon alanında yeni araştırma konularının ve yaklaşımlarının ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Türkiye'de dijital dönüşümün sektörel etkileri ve bilgi ekonomisinin işletmeler üzerindeki yansımaları, Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (UYOK) gibi platformlarda yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. 2013-2024 yılları arasında düzenlenen UYOK bildirilerinde bilgi ekonomisi, dijitalleşme ve inovasyon temalarının ne ölçüde ve hangi alt temalar çerçevesinde ele alındığı, Türkiye'deki akademik çevrelerin bu konulara nasıl yaklaştığını anlamak açısından önemli bir veri sunmaktadır. Bu çalışma, UYOK bildirilerinde geçen dijitalleşme, inovasyon, girişimcilik, sürdürülebilirlik, siber güvenlik, dijital iş gücü, iş modeli inovasyonu ve hizmetleştirme gibi konuların yerini ve bu konuların zaman içindeki değişimini içerik analizi yöntemiyle incelemektedir.

Çalışmanın amacı, Türkiye'deki akademik çalışmaların belirlenen temalar bağlamında analizini yaparak yönetim ve organizasyon literatürüne katkı sağlamak, dijital dönüşümün daha iyi anlaşılmasına ve gelecekteki araştırmalara yön vermeye yardımcı olmaktır. Bu bağlamda, analiz 93 anahtar kelime üzerinden gerçekleştirilmiş ve bu kelimelerin yıllara göre kullanım sıklıkları, bildirilerdeki dağılımları ve tematik bağlantıları değerlendirilmiştir. Bulgular, UYOK bildirilerinde dijitalleşme, inovasyon ve girişimcilik gibi konuların kongrede görece geniş yer bulduğunu gösterirken, dijital bölünme, iş modeli inovasyonu, hizmetleştirme ve dijital iş gücü gibi kritik konuların ise hiç ele alınmadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon alanında dijital dönüşümün akademik yansımalarının henüz tam olarak kapsamlı bir şekilde ele alınmadığını ve özellikle ihmal edilen alanlara odaklanacak gelecek araştırmaların gerekliliğini işaret etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Bilgi Ekonomisi ve Dijitalleşmenin Önemi

Dijitalleşme, tüm sektörlerde iş süreçlerini yeniden yapılandırmakta, verimliliği artırmakta ve iş modellerini dönüştürmektedir. Bu dönüşüm, bilgi ekonomisinin temel ilkeleriyle yakından ilişkilidir çünkü bilgi ekonomisi fiziksel girdiler yerine bilgi, yenilik ve entelektüel sermayeyi birincil üretim faktörü olarak kabul eder (Powell ve Snellman, 2004). Dijitalleşme, bu bağlamda, işletmelerin bilgiye dayalı süreçler geliştirmesine ve bu bilgiyi yenilikçi çözümler üretmek için kullanmasına olanak tanımaktadır. Özellikle veri analitiği, yapay zekâ ve büyük veri gibi dijital teknolojiler, firmaların iç ve dış bilgi kaynaklarını daha etkin kullanarak karar alma süreçlerini optimize etmelerini sağlamaktadır.

Bu dönüşüm, sektör fark etmeksizin, rekabet avantajı ve sürdürülebilir büyüme elde etmek isteyen tüm işletmeler için kritik öneme sahiptir. Bilgi ekonomisinde rekabet avantajı, yenilikçi bilgi üretimi ve bu bilginin dijital platformlar aracılığıyla hızla yayılmasından kaynaklanmaktadır. Dijitalleşme sadece teknolojik bir dönüşüm olarak değil aynı zamanda bilgi ekonomisi çerçevesinde entelektüel sermayenin işletme değerine dönüştürülmesini de mümkün kılmaktadır ve bunu hemen her sektörde yapmaktadır.

Hizmet sektöründeki dijitalleşme, müşteri ilişkilerini ve hizmet sunum süreçlerini kökten değiştirmekte, firmalara müşterilerine daha kişiselleştirilmiş ve hızlı hizmetler sunma imkânı vermektedir (Tyrväinen vd., 2020; Westerman vd., 2014). Dijital inovasyonlar, operasyonel maliyetleri düşürerek yeni iş modellerinin gelişmesine zemin de hazırlamaktadır (Vial, 2019). İmalat sektöründe de dijitalleşme; endüstri 4.0, robotik otomasyon, yapay zekâ (AI) ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerle üretkenliği artırmakta, maliyetleri düşürmekte ve esneklik sağlamaktadır (Lasi vd., 2014). Örneğin, otomotiv sanayii robotik süreç otomasyonu kullanarak hata oranlarını azaltmış ve üretim süreçlerini hızlandırmıştır (Schuh vd., 2014).

Tarım sektörü de akıllı tarım teknolojileri sayesinde su ve gübre gibi kaynakların daha verimli kullanımını sağlamış ve daha sürdürülebilir üretim süreçleri geliştirmiştir (Khan vd., 2021). Akıllı tarım teknolojileri tarım işletmelerine verimlilik artışı, maliyet azaltma ve sürdürülebilir üretim süreçleri sunmaktadır (Wolfert, vd., 2017). Sensör, drone ve nesnelerin interneti (IoT) kullanılarak tarımsal üretim süreçleri optimize edilebilmekte, su, gübre ve pestisit kullanımı daha verimli hale getirilmektedir. Örneğin, Precision Agriculture (Hassas Tarım) adı verilen yöntemler sayesinde, çiftçiler arazilerinde daha az su ve kimyasal kullanarak daha yüksek verim elde edebilmektedirler. Bu teknoloji, özellikle iklim değişikliğiyle mücadelede sürdürülebilir tarım uygulamalarını desteklemektedir (Roy ve George, 2020).

Enerji sektöründe yenilenebilir enerji kaynaklarının entegrasyonu, akıllı enerji şebekeleri (smart grids) ve enerji yönetim sistemleri gibi kritik dijitalleşme alanları mevcuttur (Kumar, vd, 2019). Dahası yenilenebilir enerjinin hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir kalkınma üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır (Güney, 2019). Bu pozitif etkide akıllı enerji şebekeleri, enerji talebini daha iyi yönetmek, enerji verimliliğini artırmak ve maliyetleri düşürmek için IoT cihazları ve büyük veri analitiğini kullandığından dijitalleşmenin rolü kritiktir. General Electric gibi enerji devleri de dijital teknolojiler sayesinde enerji santrallerinde operasyonel verimliliği artırarak bakım maliyetlerini ve enerji kayıplarını en aza indirmektedir (Strielkowski, vd., 2022).

Lojistik ve tedarik zinciri sektöründe, dijital teknolojiler, tedarik zincirlerinin daha şeffaf, verimli ve izlenebilir olmasını sağlamaktadır. Özellikle, blockchain teknolojisi, tedarik zincirlerinde izlenebilirliği artırarak sahte ürünlerin piyasaya sürülmesini önlemekte ve müşterilere ürünlerin menşei hakkında güvenilir bilgiler sunmaktadır (Kouhizadeh vd., 2021). Ayrıca, yapay zekâ destekli tahminleme algoritmaları ve veri analitiği, lojistik süreçlerin optimize edilmesine ve stok yönetiminin iyileştirilmesine olanak tanımaktadır (Ivanov, vd., 2019). Örneğin, Amazon, dijital teknolojiler sayesinde tedarik zincirinde gerçek zamanlı takip ve analiz yaparak hem maliyetleri azaltmakta hem de müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

Sonuç olarak, bilgi ekonomisi ve dijitalleşme, modern ekonomilerde ve organizasyonel uygulamalarda köklü bir değişim yaratmaktadır. Bu noktada, ekonomik büyüme ve inovasyon kapasitesi üzerinde bilgi ekonomisinin nasıl etkili olduğunun anlaşılması, dijitalleşmenin stratejik önemini vurgular. Dijital teknolojiler, firmaların çeviklik ve uyum yeteneklerini geliştirerek, dinamik piyasa koşullarına hızla uyum sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Ciampi vd., 2022). Dijital dönüşüm,

organizasyonel yapılar ve kültürlerin yeniden şekillenmesini gerektiren bütünsel bir süreçtir ve firmaların yenilik kapasitesini artırarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktadır (Bharadwaj vd., 2013; Henriette vd., 2015).

2.2. İnovasyon Yönetimi ve Dijitalleşme

İnovasyon, dijitalleşmenin ve bilgi ekonomisinin kalbinde yer almakta olup, firmaların dijital dönüşüm süreçlerinde stratejik bir rol oynar. Dijital teknolojilerin entegrasyonu, inovasyon süreçlerini hızlandırarak firmaların daha yaratıcı ve yenilikçi çözümler üretmesine olanak tanır. Bu nedenle, inovasyon yönetimi, dijitalleşme süreçlerinde işletmelerin başarısı için kritik bir unsurdur. Dijitalleşmenin sağladığı veri analitiği, yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi araçlar, inovasyon yönetimini daha verimli hale getirir ve yeni iş modellerinin geliştirilmesine katkıda bulunur (Tidd ve Bessant, 2020).

Dijitalleşme, firmaların sadece mevcut ürün ve hizmetlerini geliştirmelerine değil, aynı zamanda yeni iş modelleri oluşturmalarına da olanak tanır. Dijital platformlar, firmaların daha geniş bir müşteri kitlesine erişmesini sağlayarak yenilikçi iş modellerinin geliştirilmesine olanak tanır. Özellikle paylaşım ekonomisi ve platform iş modelleri, dijitalleşme ve inovasyonun bir araya gelmesiyle ortaya çıkan en önemli örneklerdir (Kenney ve Zysman, 2016). Bu iş modelleri, dijital platformlar aracılığıyla bireyler ve işletmeler arasında doğrudan bağlantılar kurulmasına ve değer yaratım süreçlerinin yeniden şekillendirilmesine olanak tanımaktadır.

Dijitalleşme, iş birliği süreçlerini hızlandırarak örgütlerin açık inovasyon modellerini benimsemesini teşvik eder ve inovasyonun daha geniş bir ekosistem içinde yönetilmesini sağlar (Chesbrough, 2006). Dijitalleşmenin sağladığı iş birliği imkânları, firmaların dış kaynaklardan yenilikçi fikirler geliştirmesine olanak tanır. Açık inovasyon modelleri de dijital platformlar aracılığıyla firmaların iş birliği ağlarını genişletmelerine olanak tanırken, işletmelerin sadece iç kaynaklara bağlı kalmadan dış kaynaklardan gelen yenilikçi fikirlerle iş süreçlerini geliştirmesine olanak sağlar. Özellikle KOBİ'ler, bu sayede büyük firmalarla rekabet edebilecek yenilikler geliştirebilmektedir (Ribeiro-Navarrete vd., 2021). Bu süreçte, üniversiteler de Ar-Ge faaliyetleriyle inovasyon ekosistemini desteklemekte ve dijital dönüşüm için gerekli insan kaynağını yetiştirerek kritik bir rol üstlenmektedir (Aytar, 2020). Üniversitelerin bu katkısı, dijitalleşme ve inovasyon süreçlerinin daha etkin bir şekilde yönetilmesine olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak, inovasyon dijitalleşmenin itici güçlerinden biri olarak işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerinde merkezi bir rol üstlendiği açıktır. Dijitalleşme, inovasyon süreçlerini hızlandırmanın yanı sıra iş birliği ve açık inovasyon modellerinin benimsenmesini kolaylaştırmakta, aynı zamanda tamamen yeni iş modellerinin geliştirilmesine zemin hazırlamaktadır. Dahası, teknoloji yoğunluğundan bağımsız olarak, inovasyon yönetiminin her türlü işletmeye önemli bir rekabet avantajı yaratmadaki kritik rolü de nettir (Bay ve Çil, 2016). Tüm bu faktörler, işletmelerin rekabet gücünü artırmaya ve uzun vadede sürdürülebilir büyüme elde etmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

3. YÖNTEM

Bu araştırma, 2013-2024 yılları arasında düzenlenen UYOK bildirilerinde bilgi ekonomisi, dijitalleşme ve inovasyon konularının ne ölçüde ve hangi açılardan ele alındığını incelemek amacıyla yürütülmüştür. Araştırma, nitel bir yaklaşımla ve içerik analizi yöntemi kullanılarak boylamsal olarak gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, dijitalleşme, bilgi ekonomisi ve inovasyon yönetimi konularındaki öncü çalışmalar analiz edilmiştir. Belirlenen anahtar kelimeler üzerinden temalaştırma süreci yürütülmüş ve bu anahtar kelimeler, belirli ana ve alt temalar altında

gruplandırılarak detaylı bir sınıflandırma yapılmıştır. Böylece temalar ve kelime frekansları üzerinden yapılan içerik analizi, literatürde öne çıkan kavramlarla ilişkilendirilmiş ve kapsamlı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, özellikle geniş kapsamlı metinlerin sistematik olarak incelenmesi ve belirli temalar etrafında anlamlı çıkarımlar elde edilmesi için ideal bir yöntem olarak kabul edilir (Krippendorff, 2018; Mayring, 2014). Kodlama sürecinde iki araştırmacı görev almış, kodlar arası tutarlılık kontrolü yapılmış ve Cohen's Kappa yöntemiyle kodlamalar arası güvenilirlik değerlendirilmiştir. Kodlar arasında %90 uyum oranı sağlanmıştır.

Araştırmada kullanılan 93 anahtar kelime, kapsamlı bir yazın taraması sonucu belirlenmiş ve yazında öne çıkan temalar doğrultusunda gruplandırılmıştır. Her bir tema altında yer alan anahtar kelimeler, bildirilerde geçen konuların detaylandırılmasına yardımcı olmuştur. Böylece temalar ve alt temalar üzerinden anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım sıklığı analiz edilerek bu temaların zaman içerisindeki değişimi incelenmiştir.

3.1. Anahtar Kelimelerin Belirlenmesi ve Temalaştırılması

Çalışma bağlamı dikkate alınarak belirlenen anahtar kelimeler, ilgili yazın doğrultusunda beş ana tema altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma sürecinde anahtar kelimeler, yazında dijitalleşme, inovasyon ve bilgi ekonomisi gibi kritik alanlara katkıları doğrultusunda analiz edilmiştir. Yapılan yazın taraması sonucunda, her bir anahtar kelimenin ve temanın bu konulara nasıl katkı sağladığı ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Tablo 1. Tematik Anahtar Kelime Sınıflandırması²

Ana Tema	Alt Tema	Anahtar Kelimeler
1. Girişimcilik & İnovasyon Yönetimi (46)	1.1. Teknoloji/İnovasyonun yayılması ve benimsenmesi (18)	Ağ/Network, Bilgi, Bilgi Sistemi, Bilim, Dijital, Dijital Bölünme , Dijital İletişim/Etkileşim, E-ticaret, Hizmet İnovasyonu, İnovasyon/İnovatif, Bilgi Paylaşımı, Katılım, Ortak Yaratım , Sistem, Sosyal Medya, Teknoloji, Yaratıcılık, Yenilikçilik
	1.2. İnovasyon Yönetimi (16)	Açık İnovasyon, Ar-Ge /Araştırma (ve) Geliştirme, Bilgi Teknoloji-si, Bilgi Yönetimi, Dijital İnovasyon, Dinamik Yetenek, Entegrasyon, İş Modeli İnovasyonu , İnovasyon Yönetimi, İş Birliği, Keşif, KOBİ, Rekabet Avantajı, Teknoloji transferi, Teknolojik İnovasyon, Yıkıcı İnovasyon
	1.3. (Dijital) Dönüşüm yönetimi (12)	Dijital Dönüşüm, Dijital Servisleşme , Dijital Yönetim, Dijitalleşme, Hizmetleştirme , İnternet, İş Modeli, Lojistik, Lojistik Yönetimi, Otomasyon, Tedarik Zinciri Yönetimi, Teknolojik Değişim
2. Dijital Platform ve Ekosistem (13)	2.1. Dijital iş modelleri (8)	Akıllı Telefon, Bilişim, Çevrimiçi, Çevrimiçi/Online Platform, Dijital Platform, Fintech- Finansal Teknoloji, Mobil uygulama/teknoloji, Platform
	2.2. Dijitalleşme Süreçleri (5)	Altyapı, Değer Yarat-ımı, Dinamikler, Kuluçka (Merkezi), Sınır Kaynağı
3. Veri ve Analitik (13)	3.1. Büyük veri ve veri analitiği (11)	Blokzincir, Bulut teknoloji/veri taban/bilişim, Büyük Veri, Metaverse, Nesnelerin İnterneti (IoT), Robotik/Robotik süreç/Robotik kodlama, Siber, Veri Analitiği, Veri Madenciliği, Veri Yönetimi, Yapay Zeka
	3.2. Siber güvenlik (2)	Siber Güvenlik, Veri Güvenliği
4. Bilgi Ekonomisi ve Dijital Ekonomi (10)		Bilgi Ekonomi-si, Bilgi ve İletişim Teknolojileri/ICT, Dijital Ekonomi, Dijital Girişim-ci-lik, Dijital Teknoloji, Evrim, Girişim-ci-lik, Start-up/ Yeni Girişim, Web, Web 1.0/ 2.0 / 3.0
5. Sürdürülebilirlik ve Çevre (11)	5.1. Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik ilişkisi (2)	Dijital Pazarlama, Sürdürülebilir-lik
	5.2. Bilgi Ekonomisi & Dijitalleşmenin çevre üzerindeki etkileri (9)	Akıllı Fabrika, Akıllı Şehir, Dijital İş Gücü , Dijital İşletme/İş, Endüstri 4.0, Fikri Mülkiyet, Toplum 5.0, Uluslararası Ticaret, Uzaktan Çalışma/Eğitim/Erişim

Anahtar kelimelerin, alan yazında bu konular üzerine yapılmış çalışmalar ışığında belirlenmesi amacıyla, dijitalleşme ve inovasyon gibi konularda sıklıkla kullanılan terimler ve kavramlar sistematik bir şekilde kodlanarak analiz edilmiştir. Kodlama işlemi, iki ayrı araştırmacı tarafından bağımsız olarak

² Kırmızı renkle gösterilen “Dijital Bölünme, Ortak Yaratım, İş Modeli İnovasyonu, Dijital Servisleşme, Hizmetleştirme, Sınır Kaynağı, Dijital İş Gücü” kelimeleri yazın taraması sonucu belirlenen ama incelenen bildirilerde bir kere bile geçmeyen kelimelerdir.

yapılmış, ardından kodlamalar karşılaştırılarak tutarlılık kontrolü sağlanmıştır. Kodlamalar arası tutarlılık %90 olarak ölçülmüş ve yüksek bir güvenilirlik oranına işaret etmiştir. Böylelikle anahtar kelimeler hem çalışmanın amacına hem de konuya ilişkin literatürün temsil ettiği kavramlara uygun olarak seçilmiştir. Bu anahtar kelimelerin seçimi, dijitalleşme ve bilgi ekonomisi gibi temaların kesişim noktalarına ışık tutmayı amaçlamaktadır. Belirlenen anahtar kelimeler, Tablo 1'de gösterildiği üzere beş ana tema altında temalaştırılmıştır.

Bu çerçeve, dijitalleşme süreçlerinin, inovasyon yönetimi ve girişimcilik üzerindeki etkilerini, veri ve analitik süreçleriyle ilişkilerini ve dijital ekonomi ile sürdürülebilirlik arasındaki bağları daha derinlemesine anlamak için kullanılmıştır. Anahtar kelimeler, dijitalleşmenin farklı yönlerine nasıl ışık tuttuğu ve dijital ekonominin iş dünyasına katkılarını ele alan çalışmalar doğrultusunda seçilmiştir.

3.2. Veri Toplama ve Analiz Süreci

Araştırma kapsamında, 2013-2024 yılları arasında düzenlenen 12 yıllık UYOK konferanslarında sunulan toplam 1236 bildiri incelenmiştir. Bu bildiriler, UYOK'un resmî web sitesi ve düzenleyen üniversitelerin arşivlerden elektronik olarak temin edilmiş ve analiz için elektronik ortama aktarılmıştır. Herhangi bir seçici sınırlama olmadan tüm bildiriler analiz edilmiş ancak üniversite isimleri ve kaynakça bölümleri analiz dışında tutulmuştur.

Verilerin analiz süreci, Miles ve Huberman (1994) tarafından önerilen üç aşamalı bir yaklaşıma dayanarak gerçekleştirilmiştir: (1) Verilerin indirgenmesi, (2) Verilerin sunulması ve (3) Sonuçların çıkarılması. Kodlamalar sırasında iki araştırmacı bağımsız olarak veriyi temalara ayırmış ve kodlama sonrası elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak %90 üzerinde tutarlılık sağlanmıştır. Bu süreçte, tematik sınıflandırma kullanılarak bildirilerde yer alan kelimelerin frekansları analiz edilmiş ve raporlanmıştır. Kullanılan kodlama sistemi, Schreier (2012) ve Silverman (2024) tarafından önerilen nitel veri analizine uygun şekilde geliştirilmiş ve verilerin güvenilirliği sağlanmıştır. Tablo 2, araştırma kapsamına alınan bildirilerin yıllara ve alt alanlara göre dağılımını göstermektedir.

Tablo 2. 2013-2024 yılları arasında UYOK bildirilerinin yıllara ve alanlara göre dağılımı³

	<i>Örgütsel Davranış</i>	<i>Örgüt Kurumu</i>	<i>Stratejik Yönetim</i>	<i>İKY</i>	<i>İşletme Tarihi</i>	<i>Toplam</i>
21. UYOK_2013	78	12	37	7	1	135
22. UYOK_2014	52	18	41	7	8	126
23. UYOK_2015	0	18	26	39	8	91
24. UYOK_2016	50	19	26	20	4	119
25. UYOK_2017	72	20	25	19	8	144
26. UYOK_2018	57	13	21	18	6	115
27. UYOK_2019	57	8	26	3	5	99
28. UYOK_2020	54	9	18	7	4	92
29. UYOK_2021	44	8	16	6	3	77
30. UYOK_2022	59	6	14	6	2	87
31. UYOK_2023	43	7	14	4	2	70
32. UYOK_2024	46	8	20	5	2	81
<i>Toplam</i>	612	146	284	141	53	1236
<i>Ortalama</i>	51	12	24	12	4	103

3.3. Yazında Anahtar kelimeler

3.3.1. Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi

Girişimcilik ve inovasyon yönetimi, dijitalleşmenin getirdiği yeni fırsat ve zorluklarla doğrudan ilişkilidir. Teknoloji yayılımı, inovasyonun benimsenmesi ve dijital dönüşüm süreçleri, şirketlerin

³ 23. kongre kitabı iki cilt halinde basılmıştır ve ikinci cilt tamamen ÖD çalışmalarına ayrılmıştır. İkinci cilde ulaşılamadığı için bu çalışmalar analize dahil değildir. 25. kongrede "25. Yılında Yön-Örg" adlı ekstra bir sınıf oluşturulmuştur. Burada raporlanan 3 bildiri de İşletmecilik Tarihi altında değerlendirilmiştir

rekabet avantajı elde etmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Bu tema, Schumpeter'in (1934) yaratıcı yıkım teorisine dayanan inovasyon döngülerini ve Rogers'ın Yeniliklerin Yayılımı teorisini (2003) desteklemektedir. Ayrıca, dijitalleşmenin inovasyon süreçlerine etkisi üzerine yapılan araştırmalar (örneğin, Stucke ve Ezrachi, 2020; Tajudeen vd., 2022) bu temayı genişletmektedir.

3.3.1.1. Teknoloji/inovasyonun yayılması ve benimsenmesi

Ağlar (*network*), bilgi ekonomisi ve dijitalleşme süreçlerinde inovasyonun hızlanması ve bilgi paylaşımının artmasında önemli bir rol oynar. Özellikle sosyal ağlar ve dijital platformlar, bilginin ve kaynakların daha erişilebilir olmasını sağlayarak inovasyon sürecini hızlandırır (Powell ve Grodal, 2005). Bu bağlamda açık inovasyon modelleri, farklı paydaşların işbirliği yaparak yenilikçi çözümler üretmesine imkân tanır ve bu, ağ üzerinde etkin bir inovasyonun ortaya çıkmasına katkı sağlar (Chesbrough, 2003). Dijitalleşme çağında ağ etkileri, dijital platformların ve inovasyon süreçlerinin başarısında kritik bir faktör haline gelmiştir (Evans ve Schmalensee, 2016).

Bilim ve teknoloji, inovasyonun temelini oluşturarak, yeni teknolojilerin geliştirilmesine ve yayılmasına olanak tanırken (Von Krogh, 2018; Yoo vd, 2010), inovasyonun uygulanmasını kolaylaştırarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Bu bağlamda, bilgi hem teknolojinin hem de inovasyonun ana kaynağıdır. Örgütler, bilgi toplama, işleme ve paylaşma süreçleri sayesinde rekabet avantajı elde eder (Bolisani vd, 2018). Bilgi paylaşımının artması, inovatif fikirlerin daha hızlı yayılmasına ve teknolojinin daha geniş bir çevrede benimsenmesine katkıda bulunur (Von Krogh, 2018). Özellikle örgütler, çalışanları ve paydaşları arasındaki bilgi paylaşımını artırarak yenilikçi çözümler üretme yetkinliği kazanır. Bu noktada bilgi paylaşımı, inovasyonun ve teknolojinin yayılmasını hızlandıran kritik bir unsur olarak öne çıkar. Bilgi sistemleri ise, inovasyonun yayılması ve benimsenmesi için gerekli olan bilgiyi yönetme ve paylaşma süreçlerini organize eder. Bu sistemler, örgütlerin büyük miktardaki veriyi etkili bir şekilde işlemelerine ve bu veriyi inovatif çözümlerde kullanmalarına olanak tanır. Dolayısıyla, bilgi sistemleri sayesinde organizasyonlar, yeni teknolojileri daha kolay benimseyebilir ve iş süreçlerini dijitalleştirerek verimliliği artırabilir (Laudon ve Laudon, 2020).

İnovasyon yeni fikirlerin, ürünlerin veya süreçlerin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla örgütlere rekabet avantajı ve pazar liderliği sağlar (Dodgson, vd., 2008). Bu süreçte, yaratıcılık (*creativity*) yeni fikirlerin ortaya çıkmasına olanak tanıyan kritik bir faktördür ve teknolojik yeniliklerin geliştirilmesini hızlandırır (Amabile, 2018). Hizmet inovasyonu da işletmelerin hizmet sunumunda yaptığı yeniliklerle müşteri deneyimini iyileştirme ve pazarda farklılaşma sürecidir ve dijitalleşmeyle hız kazanarak hizmetlerin dijitalleştirilmesine, otomatikleştirilmesine ve kişiselleştirilmesine imkan tanır, böylece müşteri memnuniyeti artar. Örneğin, yapay zeka ve veri analitiği kullanarak müşteri taleplerine hızlı yanıt verme ve hizmet süreçlerini optimize etme, hizmet inovasyonunun temel unsurlarından biridir (Ostrom vd., 2015). Katılım (*participation*) ve ortak yaratım (*co-creation*), paydaşların aktif rol oynadığı inovasyon süreçlerinin başarısını artırır (West ve Bogers, 2014; Prahalad ve Ramaswamy, 2004). Sistemler ise teknolojilerin etkin şekilde kurulması ve sürdürülmesini sağlayarak, bu yeniliklerin benimsenmesini hızlandırır (Hekkert vd., 2007). Son olarak, yenilikçilik, örgütlerin değişen çevre koşullarına hızlı adapte olmasını ve teknolojik gelişmeleri benimseme kabiliyetini artırır, bu da onların teknoloji pazarında ayakta kalmasını sağlar (Schilling, 2020).

Dijital teknolojiler bilgiye erişimi hızlandırarak işbirliğini ve yenilikçiliği artırırken, verimliliği ve ölçeklenebilirliği de yükseltir, böylece örgütlere esneklik ve rekabet avantajı sunar (Yoo, vd., 2010). Ancak, dijital bölünme (*digital divide*) bireyler, topluluklar ve ülkeler arasında dijital teknolojilere erişim ve kullanımda eşitsizlikler yaratarak ekonomik kalkınmayı ve teknolojinin toplumun her

kesimine ulaşmasını engelleyebilir (van Dijk, 2020). Dijital iletişim ve etkileşim, bu teknolojilerin iş dünyası ve toplumsal ilişkiler üzerindeki etkisini artırarak bilginin hızlı ve etkin aktarımını sağlar, işbirliğini kolaylaştırır ve inovasyonu hızlandırır. Özellikle dijital platformlar, farklı paydaşlar arasında etkileşimi artırarak ortak çözümler geliştirilmesine katkıda bulunur (Leonardi, vd., 2013). E-ticaret, dijital platformlar aracılığıyla mal ve hizmetlerin alım satım işlemlerinin yapılmasını sağlayan bir iş modelidir. E-ticaret, işletmelere küresel pazarlara erişim, düşük maliyetlerle operasyon yürütme ve müşterilere esnek çözümler sunma imkânı sağlar. Dijital altyapıların gelişmesiyle birlikte, e-ticaret inovasyonu hızla artmış ve yeni iş modellerinin doğmasına neden olmuştur. E-ticaret, dijitalleşmenin en somut örneklerinden biri olarak işletmelerin verimliliğini artırmakta ve tüketicilere kişiselleştirilmiş hizmetler sunmaktadır (Laudon ve Traver, 2020). Sosyal medya, teknolojinin yayılmasında ve inovasyonun benimsenmesinde güçlü bir platformdur; bilgi paylaşımını hızlandırır ve kullanıcıların yeni teknolojileri keşfetmesine olanak tanır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

3.3.1.2. İnovasyon yönetimi

Açık inovasyon, örgütlerin dış bilgi kaynaklarını kullanarak inovatif süreçlerini hızlandırmalarını ifade eder. Dış paydaşlarla yapılan iş birlikleri ve bilgi alışverişi, inovasyonun kapsamını genişletir ve çeşitlendirir. Güncel çalışmalar, özellikle dijital platformlar ve ortak inovasyon girişimlerinin bu süreci daha verimli hale getirdiğini göstermektedir (Bogers, vd., 2018). İnovasyon yönetimi, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde kilit rol oynayan Ar-Ge süreçlerinin optimize edilmesi ve stratejik yönlendirilmesi ile şirketin rekabet avantajını artırmayı hedefler (Cohen ve Levinthal, 1990). Araştırmalar, Ar-Ge faaliyetlerinin sürdürülebilir inovasyonun temelini oluşturduğunu ve dijitalleşmeyle bu süreçlerin daha da hızlandığını vurgulamaktadır (Rammer ve Schubert, 2018). Ayrıca, dinamik yetenekler örgütlerin hızlı değişen pazarlara uyum sağlama kapasitesini ifade eder ve inovasyon süreçlerinin hızla uygulanmasında kritik öneme sahiptir (Teece, vd., 1997). Entegrasyon (integration) ise farklı süreçlerin ve kaynakların bir araya getirilerek yenilikçi çözümler üretilmesini sağlar (Cui, vd., 2017). Son olarak, işbirliği (collaboration), inovasyonun başarısında kilit faktörlerden biridir ve işbirliği ağları inovatif kapasiteyi artırır (Bogers vd., 2018).

Bilgi teknolojisi dijital inovasyon süreçlerinin temeli olup, örgütlerin verimliliğini artırırken, iş süreçlerini dijitalleştirir. Bilgi teknolojilerinin etkili kullanımı, işletmelerin yeni teknolojilere hızlıca uyum sağlamalarını sağlar (Bharadwaj vd., 2013). Bilgi yönetimi ise mevcut bilginin sistematik olarak toplanması, düzenlenmesi ve paylaşılmasını içerir. Çalışmalar, bilgi yönetiminin özellikle inovatif süreçlerin hızlanmasında ve daha fazla işbirliği yapılmasında önemli olduğunu göstermektedir (Del Giudice ve Maggioni, 2014).

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler/SMEs), esneklikleri sayesinde inovatif çözümler üretebilir ve hızla değişen pazar koşullarına uyum sağlayabilir (Yalçın ve Çil, 2023). Araştırmalar, KOBİ'lerin inovasyon kapasitelerinin büyük işletmelere göre daha hızlı gelişebileceğini göstermektedir (Lee, vd., 2019). Rekabet avantajı (competitive advantage), inovasyon yönetimi stratejilerinin başlıca hedeflerinden biridir ve şirketlerin yenilikçi ürünler, süreçler ve iş modelleri geliştirmesine olanak tanır (Porter, 1985). İnovasyon süreçleri, işletmelere rakiplerinden farklılaşma ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlama kapasitesi kazandırır (Barney, 2007). Teknoloji transferi, bir organizasyonun geliştirdiği teknolojinin başka bir organizasyona aktarılması sürecidir (Bozeman, vd., 2015). Teknolojik inovasyon, yeni veya önemli ölçüde iyileştirilmiş teknolojilerin geliştirilmesi sürecidir ve şirketlerin sürdürülebilir büyümesi için önemlidir (Schilling, 2020). Dijital inovasyon, dijital teknolojilerden yararlanarak yeni ürün, hizmet veya iş modelleri geliştirilmesini ifade eder. Dijital

inovasyonun yaygınlaşmasıyla birlikte işletmeler, iş süreçlerini ve müşteri deneyimini geliştirmeye yönelik stratejiler uygulamaktadır (Nambisan vd., 2017).

Keşif, yeni fikirlerin, teknolojilerin ve pazar fırsatlarının araştırılmasıdır. İnovasyon yönetiminde keşif, mevcut pazarlardaki değişikliklere veya yeni teknoloji gelişmelerine hızlı tepki verebilme yeteneğini ifade eder (March, 1991). Yıkıcı inovasyon (disruptive innovation), mevcut piyasa yapısını köklü bir şekilde değiştiren yeniliklerdir (Christensen, vd., 2015). İş modeli inovasyonu, örgütlerin iş yapış şekillerinde köklü değişiklikler yaparak yeni değer yaratma yolları geliştirmesidir. İnovasyon yönetiminde iş modeli inovasyonu, yeni gelir kaynakları yaratma ve mevcut iş süreçlerini yenileme açısından önemlidir (Amit ve Zott, 2012). Güncel çalışmalar, dijital iş modellerinin inovasyon yönetiminde artan önemine vurgu yapmaktadır (Foss ve Saebi, 2017).

3.3.1.3. (Dijital) dönüşüm yönetimi

Dijital dönüşüm (*digital transformation*), örgütlerin iş süreçlerini, müşteri etkileşimlerini ve iş modellerini dijital teknolojilerle yeniden yapılandırma sürecidir. Bu dönüşüm, işletmelerin rekabet avantajı kazanarak dijital dünyada daha esnek ve verimli çalışmasını sağlar (Vial, 2019). Dijital dönüşüm yönetimi ise bu süreçlerin yönetilmesi ve işletmelerin teknolojik değişimlere hızla uyum sağlaması için gerekli stratejilerin geliştirilmesi anlamına gelir. Dijitalleşme (*digitalization*), iş süreçlerinin otomasyonundan müşteri ilişkilerine kadar geniş bir yelpazede işletme faaliyetlerini etkiler (Westerman vd., 2014). Bu süreç, işletmelerin sadece teknolojiyi kullanmasını değil, teknolojiyi stratejik olarak rekabet avantajı yaratacak şekilde yönetmesini içerir (Bharadwaj vd., 2013).

Hizmetleştirme (*servitization*), daha yüksek bir değer yaratma derecesi için ürünlere hizmetlerin eklenmesini ifade eder (Vandermerwe ve Rada, 1988). Daha net bir ifadeyle, ürün merkezli bir iş modelinden hizmet merkezli bir iş modeline geçiş olarak da tanımlanmaktadır. Dijital dönüşüm yönetiminde müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik stratejik bir araç olan hizmetleştirme dijital teknolojilerle desteklendiğinde, hizmetlerin daha kişiselleştirilmiş ve müşteri odaklı hale gelmesine olanak tanır (Zhang, vd., 2023). Karadayı Usta (2022) ise döngüsel ekonomide avantaj elde etme ve israfın ortadan kaldırılması için hizmetleştirme iş modelinin gerekliliğini vurgular. Dijital hizmetleştirme, geleneksel ürünlerin dijital hizmetler haline getirilmesi sürecidir. Dijital teknolojiler sayesinde işletmeler, ürünleri sadece fiziksel değil aynı zamanda dijital hizmetlerle destekleyerek müşteri deneyimini zenginleştirir. Bu dönüşüm, dijitalleşmenin bir sonucu olarak iş süreçlerini ve müşteri ilişkilerini derinlemesine etkiler (Kohtamäki, vd., 2019).

İnternet, dijital dönüşümün temel altyapısıdır. İşletmeler interneti, müşterilerine hizmet sunmak, veri toplamak ve iş süreçlerini yönetmek için kullanır. İnternetin sağladığı altyapı, dijitalleşmenin yaygınlaşmasında kritik bir rol oynamaktadır (Barua vd., 2001). Bu bağlamda, dijital dönüşüm süreci işletmelerin internet ve dijital teknolojilere dayalı yeni iş modelleri geliştirmelerine yol açar. Dijital iş modelleri, veri kullanımına dayalıdır ve teknolojik çözümleri etkin bir şekilde entegre ederek işletmelere yeni fırsatlar sunar (Foss ve Saebi, 2017).

Dijitalleşme, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi gibi kritik iş fonksiyonlarını da köklü bir şekilde dönüştürmüştür. Dijital teknolojiler, lojistik süreçlerin izlenebilirliğini artırarak tedarik zincirlerinin daha entegre ve verimli olmasını sağlamaktadır (Srinivasan ve Swink, 2018). Aynı zamanda, otomasyon süreçleri sayesinde lojistik ve üretim faaliyetleri hızlanmakta ve maliyetler düşmektedir (Brynjolfsson ve McAfee, 2014). Lojistik yönetimi, dijitalleşmenin sağladığı otomasyon ve veri odaklı sistemlerle daha şeffaf ve verimli hale gelmiştir (Wang vd., 2016).

Dijital dönüşüm, işletmelerin teknolojik değişimlere hızla uyum sağlamasını gerektirir. Teknolojik yenilikler, dijitalleşmenin temel itici gücü olarak işletmelerin bu değişimlerden faydalanmasını sağlar (Bughin vd., 2018). Bu yeniliklerin stratejik olarak yönlendirilmesi, dijital dönüşüm yönetiminin en kritik unsurlarından biridir.

3.3.2. Dijital Platform ve Ekosistem

Dijital platformlar, küresel ekonomide hızla önem kazanan iş modelleridir. Özellikle platform ekonomisi ve ekosistem inovasyonu kavramları, Airbnb, Uber gibi dijital platformların nasıl değer yarattığını gösterir. Eisenmann vd., (2006)'nın çalışmaları, dijital platformların iki taraflı pazarlar olarak nasıl işlediğini açıklar ve bu alandaki iş modellerinin gelişimini ortaya koyar. Ayrıca, Teece (2018b), dijital platformların inovasyonu ve girişimciliği nasıl dönüştürdüğüne dair önemli katkılar sunmuştur.

3.3.2.1. Dijital iş modelleri

Dijital iş modelleri, işletmelerin dijital teknolojiler aracılığıyla yeni iş yapış şekilleri geliştirdiği ve rekabet avantajı elde ettiği yapılar olarak tanımlanır. Bu bağlamda, akıllı telefonlar dijital iş modellerinin temel altyapılarından biridir. Akıllı telefonların yaygın kullanımı, kullanıcıların dijital platformlara sürekli erişimini sağlarken, işletmelere müşterileriyle anlık etkileşim fırsatı sunar. Özellikle e-ticaret, fintech ve dijital hizmetler gibi sektörlerde akıllı telefonlar, müşteri deneyimini iyileştirerek, işletmelerin dijital platformlarda daha fazla değer yaratmasını sağlar (Wang vd., 2015). Mobil erişim, dijital iş modellerinin gelişimini destekleyen önemli bir faktördür, çünkü müşteri beklentilerine hızlı ve kişiselleştirilmiş cevaplar verilmesine olanak tanır. Dijital iş modelleri, aynı zamanda bilişim teknolojilerine dayalıdır. Bilişim, işletmelerin verimliliğini artırmak amacıyla verilerin işlenmesini, saklanmasını ve dağıtılmasını sağlayan teknolojileri kapsar. Bilişim sistemleri, dijital platformların veri odaklı stratejik kararlar almasını mümkün kılar ve müşteri taleplerine daha hızlı cevap verme becerisini güçlendirir (Schneider ve Sunyaev, 2016). Bu nedenle bilişim, dijital iş modellerinin temel taşlarından biri olarak, işletmelere dijital ekosistemlerinde daha rekabetçi olma imkanı sunar.

Platformlar, farklı kullanıcı gruplarını bir araya getirerek, dijital ekosistem içinde mal, hizmet veya bilgi alışverişi yapılmasını sağlayan dijital yapılar olarak tanımlanır. Platform ekonomisi, iş modellerini dönüştürerek, işletmelere sadece ürün satışı değil, aynı zamanda kullanıcılarıyla sürekli bir etkileşim ve işbirliği imkanı sunar. Platformlar, veri ve teknolojiye dayalı iş yapış şekillerini güçlendirir (Parker vd., 2016). Dijital platformlar, bir ekosistem içindeki farklı paydaşları bir araya getirerek, bilgi, mal ve hizmetlerin paylaşılmasına olanak tanır ve böylece, kullanıcıların ihtiyaçlarına hızlıca cevap vererek dijital ekonominin temelini oluşturur. Facebook, Google ve Amazon gibi büyük dijital platformlar, iş dünyasında dijital ekosistemleri genişletir ve işletmelere veriye dayalı stratejiler geliştirme olanağı sağlar (Cusumano vd., 2019). Mobil Uygulama/Teknoloji ise dijital platformların mobil cihazlar üzerinden kullanımını sağlayan araçlardır. Mobil teknolojilerin gelişimi, işletmelere daha geniş bir kullanıcı kitlesine erişim ve daha kişiselleştirilmiş hizmet sunma fırsatı verir. Özellikle fintech, e-ticaret ve sosyal medya gibi sektörlerde mobil uygulamalar, dijital iş modellerinin en önemli bileşenlerinden biridir (Nambisan vd., 2019). Bir diğer önemli bileşen ise fintech (finansal teknoloji) uygulamalarıdır. Fintech, geleneksel bankacılık sistemlerini dönüştürerek dijital hizmetlerle birleştirir. Mobil uygulamalar ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla kullanıcıların daha hızlı, kolay ve düşük maliyetle finansal işlemler yapmasını sağlar. Bu dijitalleşme süreci, finansal hizmetler sektöründe yenilikçi çözümler sunarak, fintech'in dijital iş modellerindeki yerini sağlamlaştırır (Gomber vd., 2018).

3.3.2.2. Dijitalleşme Süreçleri

Altyapı, dijitalleşme süreçlerinin temeli olup, dijital platformların ve ekosistemlerin verimli çalışması için gerekli olan teknolojik, iletişim ve bilgi sistemlerinin bütünüdür. Dijital altyapı, işletmelerin veri işleme, bulut hizmetleri, yapay zeka, nesnelerin interneti (IoT) gibi teknolojileri etkin bir şekilde kullanmasına olanak tanır. Güçlü bir dijital altyapı, işletmelerin dijitalleşme süreçlerini hızlandırırken inovasyonu teşvik eder ve dijital platformların sürdürülebilir olmasını sağlar (Yoo vd., 2010). Dinamikler, dijitalleşme süreçlerinde işletmelerin esneklik ve adaptasyon kapasitelerini ifade eder. Dijital platformlar ve ekosistemler, hızla değişen teknoloji ortamına adapte olmak zorunda olduklarından bu süreçte örgütlerin dinamik yetenekleri büyük önem taşır. Dinamik yetenekler, işletmelerin dijital yeniliklere hızla tepki verebilmesini, dijital platformları genişletebilmesini ve rekabet avantajını koruyabilmesini sağlar (Teece, 2018b).

Değer yaratımı, dijital platformların ve ekosistemlerin sunduğu hizmetler aracılığıyla kullanıcılarına sunduğu ekonomik veya sosyal faydayı ifade eder. Dijitalleşme süreçlerinde, platformlar ve işletmeler, kullanıcıları için veri ve teknoloji aracılığıyla yeni değerler yaratır. Örneğin, dijital platformlar kullanıcılarına daha hızlı hizmet sunma, kişiselleştirilmiş deneyimler sağlama veya daha düşük maliyetle hizmet sunma gibi avantajlar sağlayarak değer yaratır (Amit ve Zott, 2012). Dijitalleşme, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmasına ve rekabet avantajı elde etmesine katkıda bulunur (Sarıç ve Acar, 2024). Kuluçka merkezi, yenilikçi iş fikirlerinin ve girişimlerin desteklendiği bir ortam olarak, dijitalleşme süreçlerinde önemli bir rol oynar. Dijital platform ekosistemlerinde kuluçka merkezleri, yeni dijital çözümler geliştiren girişimlerin büyümesini ve başarılı bir şekilde piyasaya çıkmasını teşvik eder. Dijitalleşme süreçlerinin hızlanması, kuluçka merkezlerinin dijital teknolojileri kullanarak yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine katkıda bulunmasıyla gerçekleşir (Mian vd., 2016).

Son olarak, sınır kaynağı (*boundary resource*) kavramı dijitalleşme süreçlerinde işbirliği ve inovasyonu destekleyen kritik bir unsurdur. Dijital platformlar, sınır kaynakları aracılığıyla kullanıcıları, paydaşları ve iş ortaklarıyla bilgi ve kaynak paylaşımını organize eder. Açık kaynak, veri ve teknoloji paylaşımı, platformların dışındaki ekosistem oyuncularıyla işbirliğini mümkün kılar ve bu da inovasyonun hızla yayılmasına katkı sağlar (Wulfert, 2023). Sınır kaynağı yönetimi, dijital platformların entegre çalışabilmesi ve dış paydaşlarla sürdürülebilir bir ilişki kurması açısından hayati bir öneme sahiptir (Dal Bianco vd., 2014). Dijitalleşmenin genişleyip güçlenmesi, sınır kaynaklarının etkin yönetimine dayanır.

3.3.3. Veri ve Analitik

Dijital ekonominin kalbinde yer alan büyük veri ve veri analitiği, işletmelerin karar verme süreçlerinde daha hızlı ve doğru sonuçlar almasını sağlamaktadır. McAfee ve Brynjolfsson (2012) büyük verinin karar süreçlerine ve iş stratejilerine etki ettiğini vurgularken, Cao ve Duan (2014) büyük verinin inovasyon ve iş modeli geliştirmede oynadığı rolü öne çıkarmaktadır.

3.3.3.1. Büyük veri ve veri analitiği

Blokzincir (Blockchain) teknolojisi, dijital verilerin güvenli bir şekilde saklanması ve paylaşılmasını sağlayan merkezi olmayan bir sistemdir. Büyük veri ve veri analitiği bağlamında blokzincir, özellikle finansal işlemler ve tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda güvenliği artırmak ve verilerin izlenebilirliğini sağlamak için kullanılır. Aynı zamanda büyük veri analitiğinin doğruluk ve güvenilirliğini artıran blokzincir, verilerin manipüle edilmesini önler (Zheng vd., 2018).

Bulut teknolojisi, işletmelerin veri depolama ve işlem süreçlerini optimize etmelerine olanak tanıırken, büyük veri işleme ve veri analitiği süreçlerinde, işletmelere büyük miktarda veriyi depolama ve analiz etme esnekliği sunar. Veri analitiği süreçlerinin bulut üzerinde çalıştırılması, maliyetleri düşürür ve hızlı veri işleme kapasitesi sağlar (Marston vd., 2011). Bulut veri tabanları, işletmelerin büyük veri analitiğini daha verimli bir şekilde gerçekleştirmesine olanak tanır.

Büyük veri, yüksek hacimli, yüksek hızda ve çeşitlilikteki veri setlerini ifade eder. Büyük veri analitiği, bu veri setlerinden anlamlı içgörüler elde etmek için kullanılan yöntemler ve teknolojiler bütünüdür. Büyük veri, işletmelerin müşteri davranışlarını, piyasa trendlerini ve operasyonel verimliliklerini daha iyi anlamalarını sağlar (Manyika vd., 2011). Büyük veri, günümüz dijital ekonomisinin stratejik karar alma süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır (Fosso Wamba vd., 2024). Metaverse, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin birleştiği dijital dünyaları ifade eder. Metaverse’de büyük veri, kullanıcı etkileşimlerinin ve dijital varlıkların izlenmesi, analiz edilmesi ve kişiselleştirilmesi için kullanılır. Büyük veri analitiği, metaverse içinde kullanıcı deneyimini optimize etmek ve sanal ticaret, oyun ve sosyal etkileşimlerde kişiselleştirilmiş çözümler sunmak için kullanılır (Dionisio, vd., 2013; Koohang vd., 2023).

Nesnelerin interneti (IoT), fiziksel cihazların internet üzerinden birbirleriyle bağlantılı olduğu ve veri paylaştığı bir ağ sistemidir (Pouresmaeli vd., 2023). IoT cihazları büyük miktarda veri üretir ve bu verilerin analizi, işletmelerin süreçleri otomatikleştirmesi ve optimizasyon yapabilmesi için kritik öneme sahiptir. IoT ve büyük veri analitiği birlikte, akıllı fabrikalar, akıllı şehirler ve akıllı evler gibi uygulamalarda kullanılır (Peter vd., 2023). Robotik süreçler, tekrarlanan iş süreçlerinin otomatikleştirilmesi için kullanılan teknolojilerdir. Robotik süreç otomasyonu (RPA), büyük veri ve veri analitiği ile entegre edilerek, veriye dayalı görevlerin daha hızlı ve hatasız bir şekilde yürütülmesini sağlar. Özellikle üretim ve lojistik sektörlerinde robotik teknolojiler, büyük veri analitiği ile verimliliği artırır ve maliyetleri düşürür (William vd., 2023).

Veri analitiği, büyük veri setlerinin analiz edilmesi ve bu verilerden anlamlı içgörüler elde edilmesi sürecidir. Veri analitiği, işletmelere daha doğru kararlar almak, süreçleri optimize etmek ve müşteri davranışlarını anlamak için kullanılır. Veri analitiği araçları, büyük veriyi işleyerek işletmelerin daha etkin bir şekilde operasyonlarını yönetmesine ve stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur (Davenport ve Harris, 2017). Veri madenciliği ise büyük veri setlerinden gizli kalmış örüntüleri, ilişkileri ve içgörülerini keşfetme sürecidir. Veri madenciliği, büyük veri analitiğinin önemli bir bileşenidir ve işletmelerin veri odaklı kararlar almasına olanak tanır. Veri madenciliği teknikleri, pazarlama, finans, üretim ve diğer sektörlerde etkin bir şekilde kullanılır (Duque, 2024). Veri yönetimi, büyük veri setlerinin toplanması, depolanması ve düzenlenmesi süreçlerini kapsar. Büyük veri analitiğinin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için iyi bir veri yönetim altyapısına sahip olmak gereklidir. İşletmeler, veri yönetimi süreçlerini optimize ederek verilerden daha fazla değer elde edebilir (Cai ve Zhu, 2015).

Yapay zeka (AI), büyük veri analitiğinin temel bileşeni olarak, verilerden öğrenme ve karar alma süreçlerini otomatikleştirir. AI algoritmaları, büyük veri analitiği ile birleşerek işletmelere anlamlı sonuçlar çıkarma ve öngörü modelleri oluşturma imkanı sağlar. Müşteri hizmetleri, sağlık, finans ve lojistik gibi sektörlerde yaygın olarak kullanılan AI, büyük veri ile entegre olduğunda geleceğe yönelik öngörülerde bulunma ve iş süreçlerini optimize etme yeteneği kazandırır (Russell ve Norvig, 2016; Jordan ve Mitchell, 2015). Chan vd. (2022), diagnostik analitiğin neden-sonuç ilişkilerini, tahmine dayalı analitiğin ise gelecekteki sonuçları öngördüğünü belirtir. Ayrıca preskriptif analitik, en uygun stratejiyi belirleyerek karar vericilerin daha iyi sonuçlar elde etmesine katkı sağlar. Büyük veriler, AI'nın

öğrenme ve karar alma süreçlerinde kritik rol oynar, rekabet avantajı ve iş süreçlerinde hızlanma sağlar. Teoh ve Goh (2023), AI'nın veri madenciliği ve iş zekası süreçleriyle entegre olarak performans iyileştirmesine yardımcı olduğunu vurgular.

3.3.3.2. Siber güvenlik

Siber güvenlik, sistemleri, ağları ve verileri yetkisiz erişim veya zararlardan korumayı amaçlayan önlemleri içerir. Özellikle büyük veri ve bulut bilişim platformlarında işlenen veri miktarı arttıkça, bu verilerin korunması zorunlu hale gelir. Siber saldırılar, siber güvenlik açıklarını hedef alarak hem kişisel hem de kurumsal verilerin çalınmasına veya tahrip edilmesine neden olabilir. Siber güvenlik çözümleri, özellikle IoT (Nesnelerin İnterneti) gibi bağlantılı cihazlar dünyasında daha karmaşık tehditlere karşı gelişmiş güvenlik önlemleri gerektirir (Rajasekharaiah vd., 2020). Verilerin işlenmesi sırasında siber güvenlik, verilerin bütünlüğünün ve doğruluğunun korunması açısından da önemlidir. Yapay zeka (AI) ve makine öğrenmesi (ML) gibi ileri teknolojiler, tehditlerin tespiti ve önlenmesinde etkin rol oynayarak, siber güvenlik stratejilerini güçlendirmektedir (Wylde vd., 2022). Veri güvenliği, verilerin yetkisiz erişimlere ve ihlallere karşı korunmasını hedefler. Büyük veri analitiği süreçlerinde veri güvenliği, özellikle verilerin hacmi, hızı ve çeşitliliği arttıkça daha karmaşık bir hale gelir. Şifreleme, erişim kontrolü ve kimlik doğrulama gibi teknikler, veri güvenliğini sağlamak için yaygın olarak kullanılır. Sosyal medya platformları ve dijital işlemler gibi alanlarda veri güvenliğine yönelik tehditler artmakta ve daha gelişmiş güvenlik protokollerine ihtiyaç duyulmaktadır (Rajasekharaiah vd., 2020). Blockchain teknolojisi, veri güvenliğini artırmak için kullanılan yeni nesil bir çözüm olarak öne çıkmaktadır. Blockchain, merkezi olmayan bir yapıda güvenliği sağlarken, verilerin şeffaf ve değiştirilemez bir kayıt sistemiyle korunmasına olanak tanır. Bu teknoloji, özellikle finans ve sağlık sektörlerinde güvenli veri işlemleri için kullanılmaktadır (Wylde vd., 2022).

3.3.4. Bilgi Ekonomisi ve Dijital Ekonomi

Bilgi Ekonomisi (*Knowledge Economy*), bilgi ve bilginin uygulanmasının ekonomik büyümenin en önemli itici güçlerinden biri olduğunu ifade eder. Bilgi, bu ekonomi modelinde bir üretim faktörü olarak kabul edilir ve bilginin yönetimi, firmalar için stratejik bir rekabet avantajı sağlar. OECD'nin 1996'da yayımladığı "*The Knowledge-based Economy*" raporu (OECD, 1996), bilgi ve teknolojiye dayalı üretimin ön plana çıktığını ve iş dünyasının bu yeni modelde nasıl dönüştüğünü açıklar (Godin, 2006). Bilgi ekonomisinde eğitim, inovasyon ve Ar-Ge gibi faaliyetler, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen ana unsurlardır (Powell ve Snellman, 2004).

Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT), bilgi ekonomisinin temel altyapısını oluşturur ve dijitalleşmenin hızla artmasına olanak tanır. ICT, özellikle veri işleme, iletişim ağları ve bilgi depolama gibi alanlarda yenilikçi çözümler sunarak, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırır ve dijital ekonomiyle olan entegrasyonunu sağlar (Teoh ve Goh, 2023). ICT'nin yaygın kullanımı hem bilginin yaratılmasını hem de yayılmasını hızlandırarak, küresel ekonomide yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını teşvik eder.

Dijital Ekonomi, dijital teknolojilerin iş yapış biçimlerine entegre edilmesi ve bu teknolojilerin ekonomik büyümeyi şekillendirmesi anlamına gelir. Bu kavram, e-ticaret, dijital ödeme sistemleri, dijital platformlar ve çevrimiçi hizmetler gibi unsurları kapsar. Chan vd., (2022)'nin belirttiği gibi, dijital ekonominin en büyük katkısı, işletmelere büyük veri ve yapay zeka kullanımı yoluyla iş süreçlerini optimize etme fırsatı sunmasıdır. Dijitalleşme, aynı zamanda küresel ticaretin dinamiklerini değiştiren ve şirketlerin sınırları aşarak daha geniş kitlelere ulaşmalarını sağlayan bir faktördür. Dijital teknoloji, dijital ekonomi ve bilgi ekonomisinin temel yapı taşlarından biridir. Bu teknolojiler, işletmelerin iş

modellerini dönüştürerek daha verimli süreçler yaratmalarını sağlar. Yapay zeka, büyük veri, bulut bilişim ve nesnelerin interneti (IoT) gibi dijital teknolojiler, inovasyonu hızlandıran ve şirketlerin rekabet avantajını artıran başlıca unsurlar arasında yer alır. Dijital teknolojiler, dijital girişimcilik ve start-up ekosistemlerinin büyümesini sağlayan araçlar olarak da öne çıkmaktadır (Teoh ve Goh, 2023).

Dijital Girişimcilik ve Start-up Ekosistemi: Girişimcilik, dijital ekonominin büyümesi ve gelişmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Dijital girişimcilik, dijital teknolojilerin sunduğu fırsatları kullanarak yeni iş modelleri yaratmayı hedefler. Girişimciler, dijital teknolojilerden yararlanarak pazara daha hızlı girme, daha geniş kitlelere ulaşma ve esnek iş yapma avantajına sahiptir. Dijital girişimcilik, özellikle hızlı büyüme potansiyeline sahip sektörlerde yaygındır (Nambisan, 2017). Start-up ve yeni girişim kavramları, dijital ekonominin temel itici güçlerinden biridir. Bu girişimler, dijital teknolojileri kullanarak pazarda yenilikçi çözümler sunmayı hedefler. Start-up'lar, geleneksel iş modellerine meydan okuyarak yeni değerler yaratır ve dijital teknolojilerin hızla benimsenmesine katkı sağlar. Özellikle fintech, dijital sağlık, e-ticaret ve yapay zeka gibi sektörlerde start-up ekosistemi hızla büyümektedir (Autio vd., 2014). Dijital teknolojiler, start-up'ların daha esnek ve ölçeklenebilir iş modelleri geliştirmelerine olanak tanır. Dijital girişimcilik, dijital teknolojilerin sunduğu fırsatları kullanarak yeni iş modelleri yaratmayı amaçlayan bir süreçtir. Bu süreç, özellikle start-up'lar ve yeni girişimler için büyük önem taşır. Start-up ekosistemi, dijital girişimcilerin yeni teknolojilerden faydalanarak yenilikçi ürünler ve hizmetler geliştirdikleri bir ortam sunar. Bu girişimler, dijital ekonomi içinde daha esnek ve hızlı büyüme potansiyeline sahiptir (Autio vd., 2014). Dijital girişimcilik, özellikle fintech, e-ticaret ve dijital sağlık gibi alanlarda öne çıkmaktadır (Nambisan, 2017).

Web'in evrimi, dijital ekonominin nasıl geliştiğini anlamada kritik bir role sahiptir. Web 1.0, 1990'larda başlayan ve statik web sayfalarının kullanıldığı ilk nesildir. Bu dönemde kullanıcılar, sınırlı bir etkileşim ve sadece bilgi tüketimi ile kısıtlı kalmıştır (O'Reilly, 2007). Web 2.0 ise kullanıcıların içerik üretebildiği, sosyal medya platformlarının ve çevrimiçi toplulukların ön plana çıktığı bir dönemdir. Web 2.0, dijital ekonomiye katkı sağlayarak kullanıcıların daha fazla etkileşimde bulunduğu ve şirketlerin dijital platformlardan kazanç sağladığı bir dönemi başlatmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Web 3.0, yapay zeka, makine öğrenmesi ve blockchain teknolojilerinin dahil olduğu merkeziyetsiz bir internet yapısı olarak tanımlanır. Web 3.0, veri sahipliğini kullanıcılara geri vererek dijital ekonomideki güç dengelerini değiştirir ve daha güvenli, şeffaf ve etkileşimli platformlar yaratır (Teoh ve Goh, 2023). Web 3.0, dijital girişimcilerin ve start-up'ların yeni iş modelleri geliştirmelerine olanak tanıyan önemli bir teknolojik evrimi temsil etmektedir.

Evrin kavramı, dijital ekonominin ve teknolojilerin yıllar içinde geçirdiği dönüşümü ifade eder. Web 1.0'dan Web 3.0'a kadar olan süreç, teknolojilerin nasıl geliştiğini ve dijital iş modellerinin nasıl evrim geçirdiğini gösterir. Dijital platformların ilk dönemlerinde statik bir bilgi paylaşımı öne çıkarken, günümüzde kullanıcı etkileşimli, yapay zeka destekli ve blockchain tabanlı çözümler dijital ekonominin temelini oluşturmaktadır. Bu evrim, girişimcilik ve iş dünyasında yeni fırsatları beraberinde getirir (O'Reilly, 2007; Teoh ve Goh, 2023).

3.3.5. Sürdürülebilirlik ve Çevre

Dijital dönüşüm, yalnızca iş dünyasını değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve çevre üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir. World Economic Forum (2020), teknolojinin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine nasıl katkıda bulunabileceğini vurgular. Geissdoerfer et al. (2017) ise, sürdürülebilir iş modelleri ve döngüsel ekonomi ile dijitalleşmenin nasıl birleşebileceğini incelemektedir. Bu bağlamda, dijitalleşmenin, çevresel sürdürülebilirliği artıran yeni iş modelleri geliştirdiği savunulmaktadır.

3.3.5.1. Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik ilişkisi

Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik kavramları, modern iş dünyasında stratejik olarak iç içe geçmiştir. Dijital pazarlama, çevre dostu yaklaşımları teşvik ederken, fiziksel pazarlama materyallerine duyulan ihtiyacı azaltarak kaynak kullanımını optimize eder. Dijital kanallar, işletmelere sürdürülebilirlik politikalarını geniş kitlelere duyurma imkânı sunarken, hedef odaklı pazarlama stratejileriyle gereksiz tüketimi önler (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sürdürülebilirlik, dijital dönüşümle birlikte, enerji verimliliğini artırmak ve kaynakları optimize etmek için kullanılan yapay zeka, büyük veri ve veri analitiği gibi teknolojilerle desteklenmektedir. Bu teknolojiler, işletmelerin karbon ayak izini azaltmalarına ve daha verimli tedarik zincirleri oluşturmalarına yardımcı olur (Nambisan, 2017). Dijitalleşme aynı zamanda sürdürülebilir iş modellerinin benimsenmesine de olanak tanır (Teoh ve Goh, 2023).

Dijital teknoloji, sürdürülebilirlik süreçlerini verimlilik, şeffaflık ve kaynak yönetimi gibi alanlarda önemli ölçüde etkiler. Veri analitiği ve nesnelerin interneti (IoT) gibi teknolojiler, enerji tüketimi ve atık yönetimi gibi operasyonel faaliyetlerin optimize edilmesine olanak tanır (Nambisan, 2017). Yapay zeka ve büyük veri kullanımı, enerji yönetimini geliştirerek karbon emisyonlarının izlenmesini ve azaltılmasını sağlar. Ayrıca, uzaktan çalışma ve dijital toplantılar gibi uygulamalar, seyahat kaynaklı karbon ayak izini düşürür (Teoh ve Goh, 2023). Blockchain teknolojisi, tedarik zincirlerinde şeffaflık sağlayarak sürdürülebilir kaynak kullanımını izlenebilir hale getirirken, bulut bilişim ve dijital medya gibi dijital çözümler, doğal kaynak tüketimini ve atık oluşumunu azaltır (Geissdoerfer vd., 2017; Belkhir ve Elmeliği, 2018). Sonuç olarak, dijital teknolojiler, işletmelerin çevresel etkilerini azaltmalarına ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına katkıda bulunur.

3.3.5.2. Bilgi ekonomisi ve dijitalleşmenin çevre üzerindeki etkileri

Dijital teknoloji ve sürdürülebilirlik kavramlarının kesişimi, birçok sektörde çevreye duyarlı çözümler geliştirmenin temelini oluşturur. Akıllı fabrikalar (smart factories), dijital teknolojilerin üretim süreçlerine entegre edilmesiyle enerji verimliliği sağlar ve kaynak israfını azaltır. Bu fabrikalar, IoT ve yapay zeka (AI) kullanarak enerji tüketimini optimize eder ve karbon ayak izini düşürür. Örneğin, AI algoritmaları enerji kullanımını analiz ederek üretim süreçlerinde otomatik iyileştirmeler yapar ve bu sayede daha çevreci üretim modelleri oluşturur (Meng vd., 2018; Sajadieh vd., 2022). Dijital iş gücü (digital workforce) ve dijital işletmeler, uzaktan çalışma gibi uygulamalarla karbon emisyonlarını önemli ölçüde azaltmaktadır. Uzaktan çalışma, ulaşım kaynaklı karbon salınımlarını düşürerek çevre üzerindeki baskıyı hafifletir. Ayrıca, dijitalleşme sayesinde iş süreçlerinde daha verimli ve sürdürülebilir yöntemler uygulanabilir (Geissdoerfer vd., 2017).

Akıllı şehirler (smart cities) ise, kentsel sürdürülebilirliği artırmak için dijital çözümler sunar. Trafik yönetimi, enerji tüketimi ve atık yönetimi gibi alanlarda IoT ve büyük veri teknolojileri kullanılarak şehirlerin çevresel etkileri azaltılabilir. Bu şehirler, kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlarken, sürdürülebilir şehircilik anlayışını destekler (Kayıkcı, 2018).

Endüstri 4.0 ile birlikte dijital dönüşüm, otomasyon, yapay zeka ve veri analitiği gibi teknolojilerle sürdürülebilirliği destekler. Üretim süreçlerinde dijitalleşme, kaynak kullanımını optimize eder ve atık miktarını azaltır (Abubakr vd., 2020). Lu (2017), Endüstri 4.0'ın dijitalleşme, otomasyon ve veri analitiği teknolojileriyle üretim süreçlerinde devrim yarattığını belirtmektedir. Bu devrim, özellikle nesnelerin interneti (IoT), yapay zeka ve siber-fiziksel sistemler gibi teknolojilerle desteklenmektedir. Endüstri 4.0, üretim hatlarının daha akıllı hale gelmesine ve verimlilik artışına olanak tanırken, çevresel sürdürülebilirliği destekleyen enerji verimliliği ve kaynak yönetimi uygulamalarına da katkıda bulunur.

Bu dönüşüm, dijital teknolojilerin entegrasyonu sayesinde, çevresel etkileri en aza indiren daha esnek ve çevre dostu üretim süreçleri sağlar. Fikri mülkiyet (intellectual property) haklarının korunması, dijital inovasyonun teşvik edilmesinde önemli bir rol oynar ve sürdürülebilir dijital ürünlerin geliştirilmesini destekler (Stock vd., 2018). Toplum 5.0, insan merkezli bir yaklaşım benimseyerek dijitalleşmenin toplumsal ve çevresel sürdürülebilirliği nasıl artırabileceğine odaklanır. Bu vizyon, teknolojinin insanların yaşam kalitesini artırırken çevresel etkileri azaltmasını amaçlar (Teoh ve Goh, 2023).

Uzaktan çalışma, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik bağlamında önemli bir yere sahiptir. Bloom vd., (2015) tarafından yapılan çalışma, uzaktan çalışmanın verimlilik ve çevresel sürdürülebilirlik açısından olumlu etkilerini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, Çin'de gerçekleştirilen bir deneyde, evden çalışan kişilerin ofiste çalışanlara göre daha verimli oldukları ve iş tatminlerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Uzaktan çalışma, ulaşım ihtiyacını azalttığı için, karbon emisyonlarının önemli ölçüde düşmesine katkı sağlar. Özellikle büyük şehirlerde trafik yoğunluğu ve seyahat süreleri azalırken, bireylerin karbon ayak izleri de küçülmektedir. Dijitalleşmenin olanak tanıdığı bu çalışma modeli, sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde, ofis alanı ihtiyacını azaltarak enerji tasarrufu sağlar. Uzaktan çalışma, aynı zamanda iş gücü mobilitesini artırarak coğrafi sınırların ötesinde çalışma fırsatları sunar, bu da özellikle gelişmekte olan ekonomilerde daha geniş iş fırsatları yaratır.

4. BULGULAR VE ANALİZ

Bu çalışmada, 2013-2024 yılları arasında düzenlenen 12 UYOK'ta sunulan bildirilerde belirli ana temalar altında sınıflandırılan anahtar kelimelerin yıllık dağılımları incelenmiştir. Tablo 3 ve Şekil 1, bu bildirilerde geçen anahtar kelimelerin ana tema bazlı yıllık dağılımlarını göstermektedir. Veriler, belirli temaların yıllar içinde nasıl ön plana çıktığını ve akademik araştırma odaklarının nasıl değiştiğini ortaya koymaktadır.

4.1. Ana Temalar

Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi teması her yıl diğer temalar arasında baskın olmuştur ve toplamda 35.923 anahtar kelime ile zirvede yer almıştır (yaklaşık %75). Özellikle 2014 yılında 4.348 ve 2024 yılında 3.756 anahtar kelime ile belirgin bir yükseliş görülmüştür. Bu durum, bu temaların akademik ilgi odağında sürekli olarak yer aldığını göstermektedir.

Toplamda 1.827 anahtar kelime ile *Dijital Platform ve Ekosistem* tema grubu, özellikle 2019 yılında 220 kelime ile en yüksek kullanım oranına ulaşmıştır. Dijital platformların işletmelerin stratejik planlama süreçlerine daha fazla entegre edilmesi ve dijitalleşmenin hız kazanması bu artışın başlıca nedenleri arasında sayılabilir. Pandemi sonrası dönemde, dijital iş modelleri ve çevrimiçi platformların hızla büyümesi, bu temaya olan akademik ilgiyi önemli ölçüde artırmıştır.

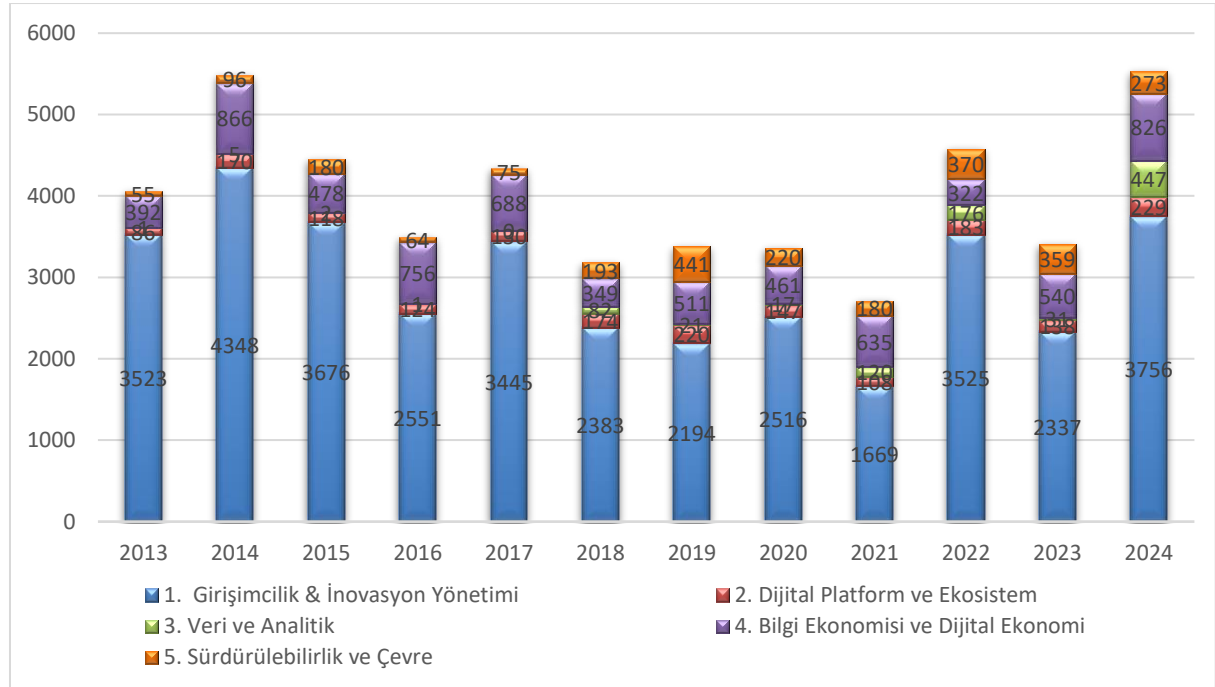
Veri ve Analitik tema grubu, inceleme dönemi boyunca %2'den az bir oranda yer bulmuştur. Ancak, özellikle 2024 yılında 447 anahtar kelime ile dikkat çekici bir artış yaşanmıştır. Bu durum, veri odaklı stratejilerin işletmelerin karar alma süreçlerinde önemli bir yer edinmeye başlamasıyla açıklanabilir. Ancak yine de bu temanın yeterli akademik ilgiyi görmediği söylenebilir.

Bilgi Ekonomisi ve Dijital Ekonomi teması ise toplamda 6.824 anahtar kelime ile ikinci sırada yer almıştır. Özellikle 2014 (866) ve 2016 (756) yıllarında belirgin zirveler görülmüştür. Bu bulgu, bilginin dijital araçlarla yönetimi ve yayılması bağlamında bilgi ekonomisinin ne kadar önemli bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Son olarak, *Sürdürülebilirlik ve Çevre* teması toplamda 2.506 kullanımla yer bulmuştur. Özellikle 2019 ve 2023 yıllarında sırasıyla 441 ve 370 bahsedilmeyle dikkat çekici artışlar olmuştur. Bu bulgu, dijitalleşmenin çevresel sürdürülebilirlik ile nasıl etkileşime girdiğini

ve sürdürülebilir iş modellerinin dijital ekonomiye entegrasyonunun giderek daha fazla tartışıldığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3. Anahtar kelimelerin ana tema bazlı yıllık dağılımları

ANA TEMA	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Toplam
1. Girişimcilik & İnovasyon Yönetimi	3523	4348	3676	2551	3445	2383	2194	2516	1669	3525	2337	3756	35923
2. Dijital Platform ve Ekosistem	86	170	118	124	130	174	220	147	108	183	138	229	1827
3. Veri ve Analitik	1	5	2	1	0	82	21	17	120	176	31	447	903
4. Bilgi Ekonomisi ve Dijital Ekonomi	392	866	478	756	688	349	511	461	635	322	540	826	6824
5. Sürdürülebilirlik ve Çevre	55	96	180	64	75	193	441	220	180	370	359	273	2506



Şekil 1. Anahtar kelimelerin ana tema bazlı yıllık dağılımları

4.2. Alt Temalar

Teknoloji ve inovasyonun yayılması ve benimsenmesi alt teması, tüm yıllarda açık ara en fazla anahtar kelimenin yer aldığı kategori olmuştur. Özellikle 2014 yılında zirve yapmış ve toplamda 29.354 kez anahtar kelime geçişi ile bu alandaki akademik ilgiyi yansıtmaktadır. Bu veri, teknolojik yeniliklerin ve inovasyonun benimsenmesinin akademik çevrelerde sürekli olarak en önemli konu olduğunu göstermektedir. 2024 yılında bu tema tekrar yükselişe geçmiş ve dijitalleşmenin hızla devam ettiğini göstermiştir. Toplamda 4.507 anahtar kelime ile *inovasyon yönetimi* alt teması, özellikle 2021 yılında pandeminin getirdiği dijital dönüşüm ve inovasyon süreçlerinin hız kazanması ile zirve yapmıştır. Bu tema, kriz dönemlerinde inovasyon yönetiminin nasıl daha kritik bir hale geldiğini ortaya koymaktadır.

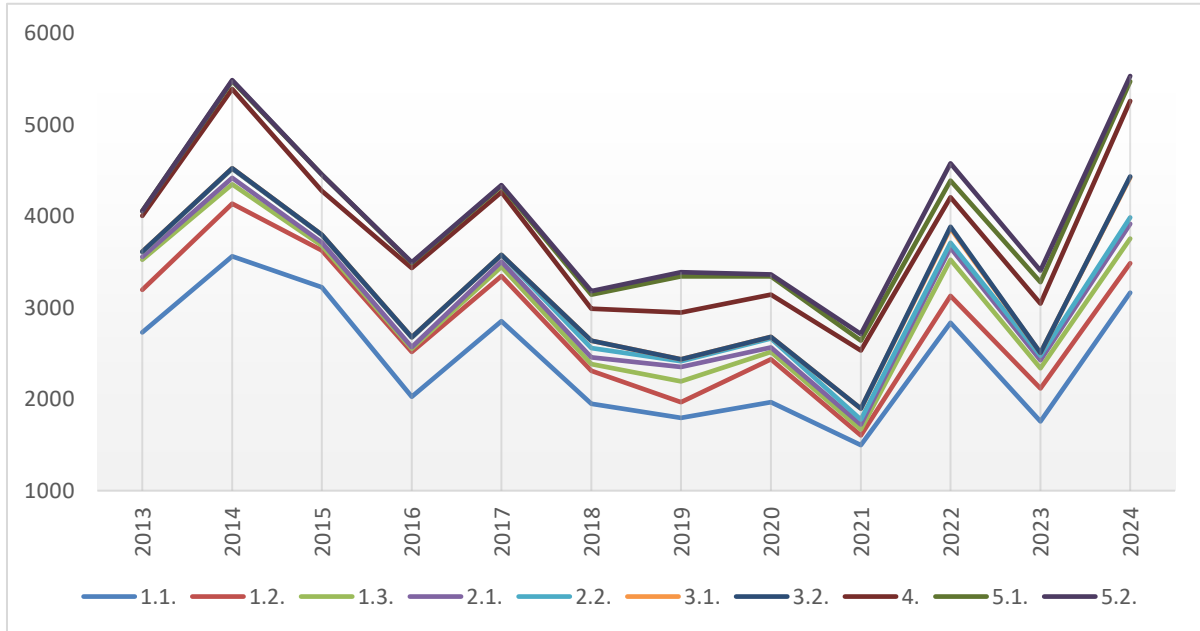
Dijitalleşme süreçleri ve dijital iş modelleri temaları, özellikle 2019 yılından sonra ivme kazanmıştır. Bu yıllar, dijital platformların ve süreçlerin işletmelerdeki rolünü artırdığı ve akademik

ilginin bu alana yöneldiği dönemlere işaret etmektedir. Özellikle 2024'te, bu alanlar yeniden yükselmiş ve akademik çalışmalarda daha sık ele alınmaya başlamıştır.

Siber güvenlik ve Büyük veri ve veri analitiği temaları, dijitalleşmeye paralel şekilde yükselmiştir. Özellikle veri analitiği ile ilgili anahtar kelimeler, 2024 yılında belirgin bir artış yaşamıştır. Bu artışlar, veri güvenliği ve analitiğin işletmelerin stratejik karar alma süreçlerinde daha fazla rol oynamaya başladığını göstermektedir. Ancak Tablo 6'ya göre, siber güvenlik gibi önemli bir konuda yıllar boyunca yeterli akademik ilginin gösterilmediği dikkat çekmektedir; bu alan toplamda yalnızca 33 kez kullanılarak düşük bir frekansa sahipken sadece 2022 ve 2024 anlamlı bir bahse konu olmuştur.

Tablo 4. Anahtar kelimelerin alt tema bazlı yıllık dağılımları

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Toplam	Konferans ortalaması
1.	1.1. Teknoloji/İnovasyonun yayılması ve benimsenmesi	2729	3561	3223	2027	2851	1948	1794	1967	1498	2836	1756	3164	29354	2446,2
1.	1.2. İnovasyon Yönetimi	467	575	402	489	494	361	172	467	106	291	363	320	4507	375,6
1.	1.3. (Dijital) Dönüşüm yönetimi	327	212	51	35	100	74	228	82	65	398	218	272	2062	171,8
2.	2.1. Dijital iş modelleri	32	70	35	19	58	73	159	48	54	128	88	158	922	76,8
2.	2.2. Dijitalleşme Süreçleri	54	100	83	105	72	101	61	99	54	55	50	71	905	75,4
3.	3.1. Büyük veri ve veri analitiği	1	5	2	1	0	80	21	16	119	157	31	437	870	72,5
3.	3.2. Siber güvenlik	0	0	0	0	0	2	0	1	1	19	0	10	33	2,8
4.	4. Bilgi Ekonomisi ve Dijital Ekonomi	392	866	478	756	688	349	511	461	635	322	540	826	6824	568,7
5.	5.1. Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik ilişkisi	54	87	179	57	64	155	395	201	108	181	232	214	1927	160,6
5.	5.2. Bilgi Ekonomisi & Dijitalleşmenin çevre üzerindeki etkileri	1	9	1	7	11	38	46	19	72	189	127	59	579	48,3
	Toplam	4057	5485	4454	3496	4338	3181	3387	3361	2712	4576	3405	5531	47983	3998,6



Şekil 2. Anahtar kelimelerin alt tema bazlı yıllık dağılımları

Bilgi ekonomisi ve dijital ekonomi teması, toplamda 6.824 anahtar kelime kullanımı ile öne çıkmaktadır. Özellikle 2014 ve 2024 yıllarında zirveye ulaşan bu tema, dijitalleşmenin bilgi ekonomisi

üzerindeki etkisini göstermekte ve bu alandaki akademik ilgiyi yansıtmaktadır. Bu temanın anahtar kelimelerin her birine de her yıl düzenli bir ilgi gördüğü Tablo 5 ve 6'da görülmektedir.

Son olarak, *Sürdürülebilirlik ve Çevre* ana temasının iki alt temasında da son yıllarda kritik artışlar gözlenmiştir. İnovasyon ve dijitalleşmenin çevreyle ilişkisi ve çevre üzerindeki etkisinin akademik camiada artan ilgisi dikkat çekicidir.

Şekil 1 ve 2 birlikte incelendiğinde, belirli yıllarda tüm temalarda ortak artış veya düşüşler gözlemlenmiştir. Özellikle 2014 ve 2019 yıllarında birden fazla temada zirve yaşanırken, 2017 ve 2021'de belirgin düşüşler dikkat çekmektedir. 2020 sonrası dijitalleşme, uzaktan çalışma ve dijital iş modellerinde artışlar gözlenmiş olup, pandeminin bu süreçte hızlandırıcı bir etkisi olduğu açıktır. Ancak, her yıl tüm temalarda benzer eğilimlerin görülmesi, bu dalgalanmaların arkasındaki daha derin nedenlerin araştırılması gerektiğini göstermektedir. Bu eğilimlerin yalnızca pandemiye değil, teknolojik ve ekonomik faktörlere de dayalı olup olmadığı, gelecekteki çalışmalar için önemli bir sorudur.

4.3. Anahtar Kelime Frekansları

Tablo 5'teki veriler, anahtar kelimelerin yıllara göre hangi bildirilerde yer aldığını ve her bir anahtar kelimenin geçtiği bildirilerin toplam bildirilere oranını göstermektedir. Bu veriler, bazı anahtar kelimelerin çok yüksek oranda ele alındığını, bazılarının ise yıllar boyunca ya hiç kullanılmadığını ya da oldukça düşük frekansta yer aldığını ortaya koymaktadır. Tablo 5 ve 6, belirli anahtar kelimelerin yönetim ve organizasyon literatüründeki önemini net bir şekilde göstermektedir. Kongrede belirgin şekilde öne çıkan anahtar kelimeler, Türkiye'deki akademik çalışmaların hangi temalara yoğunlaştığını ve güçlü araştırma alanları olarak hangi konuların öne çıktığını ortaya koymaktadır.

Tablo 5'te en fazla frekansla geçen anahtar kelime "Bilgi" olmuştur. 12 yıl boyunca toplam 992 bildiride yer alan bu terim, UYOK'ta işlenen çalışmaların büyük kısmında bilgi yönetiminin önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Tablo 5 ve 6'da sunulan verilere göre, "Bilgi" anahtar kelimesi toplam 7748 kez geçmiştir ve bildirilerin yer yıl ortalama %80'inde yer bulmuştur. Dahası en düşük işlendiği 2016 yılında bile sunulan bütün bildirilerin %71'i bilgi kavramına değinilmiştir. Bu durum, bilgi ekonomisinin ve bilgi yönetiminin kongrelerde en çok ele alınan temalar arasında olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, "Girişimcilik" ve "Yenilikçilik" terimleri sırasıyla %56,93 ve %47,4 oranında yer bulmuş, bu temaların akademik gündemde sürekli olarak yüksek öncelikli konular arasında olduğunu göstermiştir. Öte yandan, "Siber Güvenlik" (%0,017) ve "Büyük Veri" gibi daha spesifik dijitalleşme temaları nispeten daha az yer bulmuştur. Bu da dijitalleşme sürecinde hala bu alanlarda daha fazla akademik çalışma yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

Benzer şekilde, "Sistem" (%48,8), "Bilim" (%38,0) ve "Teknoloji" (%35,7) anahtar kelimeleri, UYOK'ta sürekli olarak yüksek bir ilgi görmüş ve toplamda sırasıyla 603, 463 ve 460 bildiride yer bulmuştur. Yine "Yenilikçilik" ve "Girişimcilik" gibi stratejik konular, dijital dönüşüm süreçleri içinde örgütlerin nasıl daha yenilikçi ve girişimci yapılar haline gelebileceğine dair önemli araştırma alanları oluşturmuştur. Yenilikçilik, toplamda 463 bildiride (12 yıllık toplam bildirilerin yaklaşık %37,5'i) yer alırken, girişimcilik teması 299 (%24,2) bildiride ele alınmıştır. Sürdürülebilirlik teması, çevre ve iş dünyası arasındaki etkileşimleri inceleyen çalışmaların artışı ile UYOK'ta da önemli bir yer bulmuştur. 2013-2024 yılları arasında toplam 323 bildiride yer alan bu tema, özellikle son yıllarda büyük bir ilgi görmüştür. 2022-2024 yılları arasında sürdürülebilirlik konusunun artan önemine yönelik akademik çalışmaların sayısındaki artış, dijitalleşmenin sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin daha fazla tartışılmaya başlandığını göstermektedir. Bu temalar, dijitalleşmenin altyapısal ve teknolojik boyutlarına odaklanan çalışmaların, kongrede geniş yer bulduğunu göstermektedir. Bilim ve teknoloji

temalarının güçlü bir şekilde ele alınması, dijital ekonomi ve organizasyonel yapılar arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalara olan akademik ilgiyi artırmış ve bu alanlara yapılan katkıları güçlendirmiştir. Özellikle dijitalleşme çağında işletmelerin yenilikçi iş modellerine ve girişimci stratejilere olan ihtiyacını yansıtan bu temalar, UYOK'un en çok ele alınan konuları arasında yer almaktadır. Dahası, Tablo 6'ya göre, bazı anahtar kelimeler arasında güçlü korelasyonlar görülmektedir. Örneğin, "Dijitalleşme" ve "Bilgi Ekonomisi" temaları yüksek frekansta birlikte kullanılmıştır. Bu durum, dijital dönüşüm süreçlerinin bilgi ekonomisiyle olan ilişkisini ve bu temaların birbiriyle ne kadar bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel olarak, Tablo 5'te öne çıkan bu anahtar kelimeler, UYOK'un bilgi, yenilikçilik, girişimcilik ve sürdürülebilirlik gibi temel temalarda geniş bir bilgi üretimine katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Kongrede bu kavramlar etrafında yapılan çalışmalar, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon araştırmalarının bu alanlarda güçlü bir akademik bilgi birikimi oluşturduğunu göstermektedir. UYOK'un bu temalar üzerindeki güçlü odaklanması, Türkiye'deki akademik ekosistemin dijitalleşme, inovasyon ve sürdürülebilirlik konularına olan ilgisini açıkça yansıtmaktadır.

Öte yandan, bulgular bazı ciddi sınırlılık veya eksikliğe de dikkat çekmektedir. Tablo 5'te en dikkat çeken örneklerden biri FinTech (Finansal Teknolojiler) anahtar kelimesinin sadece iki yılda, 2022 ve 2024 yıllarında yer almasıdır. Her iki yılda da yalnızca bir bildiride bu terim geçmiştir. Bu durum, günümüzde hızla gelişen finansal teknolojilere yönelik akademik ilginin Türkiye'deki yönetim ve organizasyon çalışmalarında henüz tam anlamıyla yansımadığını gösterir. FinTech, küresel çapta büyük akademik ve endüstriyel ilgi gören bir alandır. Ancak UYOK'ta bu kavramın çok az sayıda ele alınması, bu alandaki gelişmelerin henüz kongre katılımcıları tarafından geniş bir şekilde ele alınmadığını düşündürmektedir. Bu sonuç, Türkiye'deki akademik çevrelerin FinTech'e yeterince odaklanmadığını veya bu konunun diğer finansal teknolojilerle ilgili gelişmelerle birlikte yeterince tartışılmadığını göstermektedir.

Tablo 5'in son 32 sırasında yer alan ve İnovasyon Yönetimi, Nesnelerin İnterneti, Veri Madenciliği, Blokzincir, Siber Güvenlik, veri analitiği, online platform, yıkıcı inovasyon, fintech, veri güvenliği, dijital ekonomi, web 1.0/2.0/3.0 ve metaverse gibi oldukça önemli kavramların, 12 yıllık dönem boyunca UYOK'ta yılda bir bildiriden daha az sıklıkta yer almış olması dikkat çekicidir. Bu anahtar kelimelerin büyük bir kısmı, dijitalleşmenin çağdaş alanlarını veya henüz yeni gelişmekte olan niş konuları temsil etmektedir. Örneğin, akıllı fabrika, blokzincir, metaverse ve yapay zeka gibi kavramlar, dijital dönüşüm süreçlerinde büyük bir önem taşımalarına rağmen UYOK'ta oldukça sınırlı bir ilgi görmüştür.

Bu durumu eleştirel bir perspektifle değerlendirmek, Türkiye'deki akademik çalışmaların dijitalleşmenin bu yeni ve hızla büyüyen alanlarına neden yeterince odaklanmadığını sorgulamak açısından önemlidir. Özellikle küresel ölçekte ekonomik ve teknolojik yapıları kökten dönüştüren bu kritik temaların UYOK'ta düşük frekansta yer alması, bu alanlardaki akademik çalışmalarda bir boşluk olduğuna işaret etmektedir. Dünya genelinde bu konulara yönelik akademik ve endüstriyel ilginin hızla artmakta olduğu göz önüne alındığında, UYOK gibi başat bir kongrede bu temaların daha geniş çapta ele alınmaması dikkat çekicidir. Bu eksiklik, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon araştırmalarının dijital dönüşümün sunduğu fırsatları ve zorlukları yeterince yansıtamadığını düşündürmektedir. Bu bağlamda, UYOK'ta dijitalleşmenin stratejik öneme sahip bu alanlarına daha fazla ilgi gösterilmesi, Türkiye'deki akademik ekosistemin küresel gelişmelerle daha güçlü bir uyum içinde olmasını sağlayacaktır. Gelecek kongrelerde bu temaların daha geniş çapta ele alınması hem akademik bilgi üretimine hem de iş dünyasının gereksinimlerine katkı sağlayacaktır.

Tablo 5. Anahtar Kelime, ilgili kongrede kaç bildiride geçmekte (Sayı) ve anahtar kelimenin geçtiği bildirilerin toplam bildirilere oranı (%)

T.G	Alt T.G.	Kaç farklı bildiride geçmekte!	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024		2013-2024			
		Anahtar Kelime	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Toplam	Bildiri ortalama	%	
1.	1.1.	Bilgi	117	0,87	96	0,76	75	0,82	85	0,71	108	0,75	90	0,78	81	0,82	74	0,81	58	0,75	74	0,85	58	0,83	76	0,94	992	82,7	0,803	
1.	1.1.	Sistem	53	0,39	67	0,53	56	0,62	55	0,46	70	0,49	45	0,39	49	0,49	41	0,45	33	0,43	42	0,48	41	0,59	51	0,63	603	50,3	0,488	
1.	1.1.	Bilim	42	0,31	41	0,33	42	0,46	40	0,34	58	0,40	40	0,35	38	0,38	24	0,26	31	0,40	43	0,49	31	0,44	39	0,48	469	39,1	0,380	
1.	1.1.	Teknoloji	50	0,37	53	0,42	42	0,46	38	0,32	48	0,33	45	0,39	35	0,35	32	0,35	26	0,34	17	0,20	34	0,49	43	0,53	463	38,6	0,375	
1.	1.1.	Yenilik-çi-lik	38	0,28	30	0,24	28	0,31	33	0,28	42	0,29	15	0,13	27	0,27	32	0,35	19	0,25	29	0,33	17	0,24	36	0,44	346	28,8	0,280	
5.	5.1.	Sürdürülebilirlik	26	0,19	28	0,22	30	0,33	28	0,24	27	0,19	28	0,24	19	0,19	30	0,33	25	0,32	30	0,34	27	0,39	25	0,31	323	26,9	0,262	
1.	1.2.	İş Bbirliği	37	0,27	37	0,29	25	0,27	27	0,23	28	0,19	29	0,25	15	0,15	23	0,25	12	0,16	27	0,31	31	0,44	31	0,38	322	26,8	0,261	
1.	1.1.	Katılım	18	0,13	37	0,29	32	0,35	23	0,19	21	0,15	26	0,23	30	0,30	26	0,29	17	0,22	24	0,28	26	0,37	19	0,23	299	24,9	0,242	
4.		Girişim-ci-lik	21	0,16	33	0,26	24	0,26	26	0,22	38	0,26	40	0,35	10	0,10	20	0,22	12	0,16	14	0,16	20	0,29	17	0,21	275	22,9	0,223	
1.	1.1.	Yaratıcılık	31	0,23	34	0,27	8	0,09	13	0,11	22	0,15	22	0,19	8	0,08	10	0,11	21	0,27	14	0,16	18	0,26	27	0,33	228	19,0	0,185	
1.	1.2.	Rekabet Avantajı	32	0,24	28	0,22	23	0,25	19	0,16	21	0,15	18	0,16	12	0,12	12	0,13	13	0,17	12	0,14	15	0,21	17	0,21	222	18,5	0,180	
1.	1.2.	Keşif			7	0,06	6	0,07	17	0,14	19	0,13	14	0,12	14	0,14	28	0,31	18	0,23	26	0,30	18	0,26	21	0,26	188	17,1	0,152	
4.		Web	20	0,15	13	0,10	17	0,19	13	0,11	14	0,10	11	0,10	11	0,11	10	0,11	10	0,13	23	0,26	15	0,21	18	0,22	175	14,6	0,142	
2.	2.2.	Dinamikler	12	0,09	19	0,15	10	0,11	13	0,11	15	0,10	13	0,11	18	0,18	11	0,12	12	0,16	12	0,14	16	0,23	19	0,23	170	14,2	0,138	
1.	1.1.	İnovasyon/İnovatif	13	0,10	10	0,08	14	0,15	11	0,09	16	0,11	13	0,11	15	0,15	12	0,13	7	0,09	13	0,15	19	0,27	17	0,21	160	13,3	0,130	
1.	1.3.	İnternet	19	0,14	22	0,17	13	0,14	9	0,08	15	0,10	7	0,06	6	0,06	9	0,10	9	0,12	12	0,14	10	0,14	15	0,19	146	12,2	0,118	
1.	1.2.	Ağ/Network	8	0,06	15	0,12	14	0,15	14	0,12	18	0,13	15	0,13	6	0,06	13	0,14	8	0,10	9	0,10	11	0,16	9	0,11	140	11,7	0,113	
2.	2.1.	Çevrimiçi	4	0,03	9	0,07	5	0,05	5	0,04	1	0,01	10	0,09	15	0,15	12	0,13	20	0,26	26	0,30	13	0,19	15	0,19	135	11,3	0,109	
2.	2.2.	Altyapı	9	0,07	16	0,13	11	0,12	9	0,08	13	0,09	10	0,09	8	0,08	19	0,21	6	0,08	8	0,09	8	0,11	9	0,11	126	10,5	0,102	
1.	1.1.	Bilgi Paylaşımı	14	0,10	13	0,10	10	0,11	13	0,11	11	0,08	7	0,06	5	0,05	5	0,05	9	0,12	8	0,09	5	0,07	7	0,09	107	8,9	0,087	
2.	2.2.	Değer Yarat-ımı	7	0,05	15	0,12	11	0,12	8	0,07	12	0,08	8	0,07	9	0,09	11	0,12	4	0,05	8	0,09	9	0,13	5	0,06	107	8,9	0,087	
1.	1.2.	Ar-Ge	12	0,09	13	0,10	11	0,12	9	0,08	7	0,05	8	0,07	6	0,06	13	0,14	3	0,04	2	0,02	8	0,11	7	0,09	99	8,3	0,080	
2.	2.1.	Platform	1	0,01	8	0,06	8	0,09	3	0,03	10	0,07	9	0,08	11	0,11	6	0,07	6	0,08	7	0,08	11	0,16	14	0,17	94	7,8	0,076	
1.	1.1.	Dijital			1	0,01	4	0,04	2	0,02	4	0,03	5	0,04	8	0,08	6	0,07	12	0,16	18	0,21	11	0,16	22	0,27	93	8,5	0,075	
1.	1.2.	KOBİ	9	0,07	10	0,08	9	0,10	8	0,07	7	0,05	8	0,07	5	0,05	7	0,08	2	0,03	2	0,02	6	0,09	4	0,05	77	6,4	0,062	
1.	1.2.	Entegrasyon	7	0,05	6	0,05	5	0,05	5	0,04	5	0,03	5	0,04	2	0,02	10	0,11	3	0,04	13	0,15	6	0,09	9	0,11	76	6,3	0,062	
1.	1.1.	Sosyal Medya	2	0,01	7	0,06	7	0,08	3	0,03	5	0,03	4	0,03	9	0,09	4	0,04	3	0,04	10	0,11	8	0,11	10	0,12	72	6,0	0,058	
2.	2.1.	Bilişim	5	0,04	14	0,11	5	0,05	3	0,03	5	0,03	7	0,06	4	0,04	4	0,04	4	0,05	8	0,09	2	0,03	10	0,12	71	5,9	0,057	
4.		Evrım	5	0,04	4	0,03	4	0,04	7	0,06	5	0,03	11	0,10	4	0,04	6	0,07	4	0,05	4	0,05	7	0,10	5	0,06	66	5,5	0,053	
1.	1.2.	Bilgi Teknoloji-si	7	0,05	7	0,06			3	0,03	5	0,03	6	0,05	1	0,01	6	0,07	4	0,05	7	0,08	4	0,06	7	0,09	57	5,2	0,046	
1.	1.3.	Lojistik	9	0,07	5	0,04	3	0,03	2	0,02	5	0,03	3	0,03	4	0,04	7	0,08	3	0,04	5	0,06	5	0,07	6	0,07	57	4,8	0,046	
1.	1.3.	İş Modeli	2	0,01	3	0,02	1	0,01	2	0,02	3	0,02	3	0,03	5	0,05	3	0,03	3	0,04	8	0,09	9	0,13	7	0,09	49	4,1	0,040	
1.	1.2.	Bilgi Yönetimi	3	0,02	10	0,08	4	0,04	2	0,02	4	0,03	4	0,03	4	0,04	3	0,03	2	0,03	5	0,06	2	0,03	1	0,01	44	3,7	0,036	
4.		Bilgi ve İletişim Teknolojileri	1	0,01	7	0,06	2	0,02	1	0,01	3	0,02	4	0,03	3	0,03	5	0,05	3	0,04	5	0,06	3	0,04	2	0,02	39	3,3	0,032	
1.	1.1.	Bilgi Sistemi	3	0,02	3	0,02	4	0,04	1	0,01	2	0,01	10	0,09			2	0,02	4	0,05	4	0,05	1	0,01	3	0,04	37	3,4	0,030	
1.	1.3.	Dijitalleşme									1	0,01	3	0,03	3	0,03	2	0,02	3	0,04	12	0,14	7	0,10	6	0,07	37	4,6	0,030	
4.		Start-up/Yeni Girişim	3	0,02	3	0,02	3	0,03	4	0,03	4	0,03	2	0,02	4	0,04	3	0,04			2	0,03	4	0,05	36	3,3	0,029			
5.	5.2.	Uzaktan Çalış/Eğitim/Erişim			2	0,02	1	0,01	1	0,01							1	0,01	6	0,08	9	0,10	4	0,06	9	0,11	33	4,1	0,027	
3.	3.1.	Yapay Zekâ					1	0,01						1	0,01	2	0,02	1	0,01	2	0,03	8	0,09	5	0,07	12	0,15	32	4,0	0,026
1.	1.3.	Teknolojik Değişim	3	0,02	5	0,04			1	0,01	2	0,01	6	0,05	8	0,08	2	0,02			1	0,01	1	0,01	1	0,01	30	3,0	0,024	
1.	1.3.	Dijital Dönüşüm									1	0,01	2	0,02	1	0,01	2	0,02	2	0,03	6	0,07	6	0,09	9	0,11	29	3,6	0,023	
1.	1.3.	Otomasyon	1	0,01	4	0,03	1	0,01	1	0,01			2	0,02	1	0,01	3	0,03	2	0,03	2	0,02	1	0,01	7	0,09	25	2,3	0,020	
1.	1.2.	Dinamik Yetenek	1	0,01			4	0,04	2	0,02	1	0,01	4	0,03	2	0,02	2	0,02			1	0,01	1	0,01	4	0,05	22	2,2	0,018	

Tablo 5. Devamı

	Alt	Anahtar Kelime	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Toplam	Bildi. Ort.	%
2.	2.1.	Mobil uygulama/teknoloji								5	0,03	3	0,03	3	0,03	2	0,02	1	0,01	3	0,03	3	0,04	2	0,02	22	2,8	0,018			
3.	3.1.	Siber			1	0,01	1	0,01					2	0,02	1	0,01	1	0,01	3	0,04	6	0,07	2	0,03	4	0,05	21	2,3	0,017		
4.		Dijital Teknoloji					1	0,01								1	0,01	2	0,03	6	0,07	4	0,06	7	0,09	21	3,5	0,017			
5.	5.2.	Endüstri 4.0										2	0,02	2	0,02	2	0,02	1	0,01	4	0,05	3	0,04	5	0,06	19	2,7	0,015			
1.	1.2.	Teknoloji transferi			4	0,03	1	0,01	1	0,01	2	0,01	1	0,01			1	0,01	1	0,01			1	0,01	3	0,04	15	1,7	0,012		
1.	1.1.	E-ticaret			2	0,02	1	0,01	1	0,01			1	0,01	2	0,02	3	0,03			1	0,01	1	0,01	2	0,02	14	1,6	0,011		
2.	2.1.	Akıllı Telefon	1	0,01			1	0,01	1	0,01	4	0,03	1	0,01	1	0,01			1	0,01	2	0,02	1	0,01	1	0,01	14	1,4	0,011		
3.	3.1.	Büyük Veri											1	0,01	2	0,02			1	0,01	3	0,03	2	0,03	5	0,06	14	2,3	0,011		
3.	3.1.	Bulut teknoloji/veri taban/bilişi.											2	0,02					1	0,01	2	0,02	2	0,03	6	0,07	13	2,6	0,011		
4.		Bilgi Ekonomi-si	1	0,01	1	0,01	2	0,02	4	0,03	1	0,01	1	0,01							1	0,01	1	0,01	1	0,01	13	1,4	0,011		
5.	5.2.	Fikri Mülkiyet						1	0,01	3	0,02	1	0,01			3	0,03			2	0,02			3	0,04	13	2,2	0,011			
1.	1.3.	Tedarik Zinciri Yönetimi	1	0,01	1	0,01	2	0,02			1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01			2	0,02	1	0,01	1	0,01	12	1,2	0,010		
1.	1.2.	İnovasyon Yönetimi			1	0,01	1	0,01	1	0,01			2	0,02			5	0,05			1	0,01					11	1,8	0,009		
2.	2.1.	Dijital Platform													1	0,01	1	0,01	1	0,01	5	0,06	2	0,03	1	0,01	11	1,8	0,009		
5.	5.2.	Uluslararası Ticaret	1	0,01	1	0,01			2	0,02	1	0,01	1	0,01			1	0,01			3	0,03			1	0,01	11	1,4	0,009		
1.	1.2.	Teknolojik İnovasyon	2	0,01						2	0,01	3	0,03			1	0,01			2	0,02							10	2,0	0,008	
3.	3.1.	Nesnelerin İnterneti/IoT										1	0,01	1	0,01					1	0,01	1	0,01		6	0,07	10	2,0	0,008		
2.	2.2.	Kuluçka (Merkez)										2	0,02	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	1	0,01	2	0,02	9	1,3	0,007			
3.	3.1.	Robotik/Süreç/Kodlama												1	0,01	1	0,01			1	0,01	1	0,01	5	0,06	9	1,8	0,007			
1.	1.1.	Açık İnovasyon						1	0,01	2	0,01	2	0,02	1	0,01	2	0,02										8	1,6	0,006		
3.	3.1.	Veri Madenciliği	1	0,01								1	0,01			1	0,01			2	0,02	2	0,03	1	0,01	8	1,3	0,006			
3.	3.1.	Veri Yönetimi						1	0,01			1	0,01			3	0,03	1	0,01			1	0,01	1	0,01	8	1,3	0,006			
5.	5.2.	Akıllı Fabrika										1	0,01							1	0,01			6	0,07	8	2,7	0,006			
3.	3.1.	Blokzincir/Blockchain										2	0,02	1	0,01					1	0,01	1	0,01	2	0,02	7	1,4	0,006			
3.	3.2.	Siber Güvenlik										1	0,01			1	0,01	1	0,01	3	0,03			1	0,01	7	1,4	0,006			
3.	3.1.	Veri Analitiği												1	0,01					1	0,01	1	0,01	3	0,04	6	1,5	0,005			
1.	1.1.	Hizmet İnovasyonu								1	0,01	1	0,01			1	0,01	1	0,01					1	0,01		5	1,0	0,004		
2.	2.1.	Çevrimiçi/Online Platform	1	0,01											1	0,01					2	0,02	1	0,01			5	1,3	0,004		
1.	1.1.	Dijital İlet./etk.																		2	0,02	2	0,03			4	2,0	0,003			
5.	5.2.	Dijital İşletme/İş						1	0,01											2	0,02			1	0,01	4	1,3	0,003			
5.	5.2.	Toplum 5.0														1	0,01			1	0,01			2	0,02	4	1,3	0,003			
1.	1.2.	Yıkıcı İnovasyon	2	0,01						1	0,01																3	1,5	0,002		
1.	1.3.	Dijital Yönetim																		1	0,01			2	0,02	3	1,5	0,002			
5.	5.1.	Dijital Pazarlama					1	0,01				1	0,01											1	0,01	3	1,0	0,002			
2.	2.1.	Fintech - Finansal Teknoloji																1	0,01						1	0,01	2	1,0	0,002		
3.	3.2.	Veri Güvenliği																		1	0,01			1	0,01	2	1,0	0,002			
4.		Dijital Ekonomi					1	0,01				1	0,01														2	1,0	0,002		
4.		Web 1.0/ 2.0 / 3.0					1	0,01									1	0,01									2	1,0	0,002		
1.	1.2.	Dijital İnovasyon																			1	0,01					1	1,0	0,001		
1.	1.3.	Lojistik Yönetimi			1	0,01																					1	1,0	0,001		
3.	3.1.	Metaverse										1	0,01														1	1,0	0,001		
4.		Dijital Girişim-ci-lik																			1	0,01					1	1,0	0,001		
5.	5.2.	Akıllı Şehir										1	0,01														1	1,0	0,001		
Kelime başına ortalama bildirisi / %			14,6	0,11	15,9	0,13	11,7	0,13	11,5	0,10	14,1	0,10	9,5	0,08	9,6	0,10	9,2	0,10	8,4	0,11	9,2	0,11	9,0	0,13	10,4	0,13	87,5	7,9	0,071		
Kaç farklı kelimeye yer verilmiş / %			45	0,52	47	0,55	50	0,58	50	0,58	51	0,59	69	0,80	56	0,65	64	0,74	55	0,64	73	0,85	65	0,76	72	0,84	58				
Toplam Bildiri Sayısı			135		126		91		119		144		115		99		91		77		87		70		81		1235	102,9	0,071		

Tablo 6. Anahtar kelimelerin yıllara göre frekans dağılımları

T.G.	Alt T.G.	TEMA Anahtar Kelimeleri	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Toplam	Ortalama
1.	1.1.	Bilgi	793	1063	779	597	815	576	436	630	497	700	298	564	7748	645,7
4.		Girişim-ci-lik	332	773	394	635	629	265	429	374	538	187	415	722	5693	474,4
1.	1.1.	Yenilik-çi-lik	347	703	599	366	327	225	75	236	204	163	104	448	3797	316,4
1.	1.1.	Sistem	344	335	606	228	388	294	239	170	100	149	159	235	3247	270,6
1.	1.1.	Teknoloji	237	369	162	236	166	292	202	187	124	327	203	644	3149	262,4
1.	1.1.	Bilim	139	362	324	175	233	174	449	75	205	181	178	277	2772	231,0
1.	1.1.	İnovasyon/İnovatif	372	177	285	87	350	127	68	339	62	162	43	110	2182	181,8
5.	5.1.	Sürdürülebilir-lik	54	87	178	57	64	154	395	201	108	181	232	213	1924	160,3
1.	1.1.	Dijital	0	1	14	3	7	27	29	61	41	782	396	454	1815	151,3
1.	1.1.	Ağ/Network	144	73	123	101	197	40	130	50	39	17	101	49	1064	88,7
1.	1.2.	İşbirliği	192	102	88	65	129	43	43	73	29	89	95	69	1017	84,8
1.	1.1.	Katılım	49	176	78	76	51	43	128	103	49	91	98	68	1010	84,2
1.	1.1.	Yaratıcılık	83	179	29	71	43	63	13	70	48	71	123	159	952	79,3
1.	1.1.	Bilgi Paylaşımı	64	75	125	79	253	65	10	17	64	92	6	30	880	73,3
1.	1.2.	KOBİ	36	89	108	128	56	129	14	7	2	2	57	90	718	59,8
1.	1.2.	Rekabet Avantajı	64	69	47	30	83	35	18	61	19	53	113	37	629	52,4
1.	1.1.	Sosyal Medya	150	42	93	4	15	9	13	20	6	89	36	119	596	49,7
1.	1.2.	Keşif	0	32	53	88	37	29	41	28	34	66	68	58	534	44,5
1.	1.2.	Ar-Ge/Araştırma (ve) Geliştirme	91	111	21	74	37	45	16	87	3	5	12	20	522	43,5
1.	1.3.	Lojistik	238	70	10	5	43	26	40	7	12	34	6	13	504	42,0
4.		Web	43	51	35	37	24	15	33	21	50	67	26	51	453	37,8
1.	1.3.	İnternet	45	98	27	25	43	10	42	11	29	27	17	34	408	34,0
3.	3.1.	Yapay Zeka	0	0	1	0	0	3	11	1	2	18	6	337	379	31,6
5.	5.2.	Uzaktan Çalışma/Eğitim/Erişim	0	7	1	1	0	0	0	3	71	146	110	15	354	29,5
2.	2.2.	Dinamikler	21	30	21	40	27	21	30	39	28	20	29	43	349	29,1
1.	1.3.	Dijitalleşme	0	0	0	0	3	7	3	12	7	159	79	77	347	28,9
3.	3.1.	Siber	0	5	1	0	0	65	1	7	114	112	3	17	325	27,1
1.	1.3.	Dijital Dönüşüm	0	0	0	0	1	7	1	2	6	131	63	90	301	25,1
1.	1.3.	İş Modeli	37	10	1	3	6	13	78	25	8	39	45	17	282	23,5
2.	2.1.	Çevrimiçi	17	10	7	5	1	21	27	13	29	59	28	59	276	23,0
2.	2.2.	Altyapı	13	28	36	34	20	19	11	41	19	14	9	18	262	21,8
2.	2.2.	Değer Yarat-ımı	20	42	26	31	25	16	19	18	6	20	11	7	241	20,1
2.	2.1.	Platform	1	30	11	5	13	11	25	14	7	33	35	51	236	19,7
4.		Evrım	10	19	32	75	20	21	14	16	7	4	11	6	235	19,6
1.	1.2.	Dinamik Yetenek	34	0	18	4	1	38	8	117	0	8	1	4	233	19,4
1.	1.2.	Açık İnovasyon	0	0	0	31	121	2	10	39	0	0	0	0	203	16,9
4.		Start-up/Yeni Girişim	4	3	6	4	10	5	27	35	28	0	65	10	197	16,4
2.	2.1.	Bilişim	12	30	16	8	9	26	6	16	13	18	5	34	193	16,1
1.	1.2.	Entegrasyon	14	15	8	56	13	5	4	26	6	20	6	18	191	15,9
1.	1.2.	Bilgi Yönetimi	7	57	42	5	5	18	17	9	2	10	2	1	175	14,6
1.	1.2.	Bilgi Teknoloji-si	9	81	0	6	5	10	1	8	9	16	8	12	165	13,8
5.	5.2.	Endüstri 4.0	0	0	0	0	0	32	46	6	1	17	17	19	138	11,5
2.	2.1.	Akıllı	1	0	1	1	27	8	82	0	1	2	3	2	128	10,7
4.		Dijital Teknoloji	0	0	1	0	0	0	0	5	5	51	16	34	112	9,3
4.		Bilgi ve İletişim Teknolojileri	1	15	3	1	4	41	8	8	7	11	6	2	107	8,9

Tablo 6. Devamı

T.G.	Alt T.G.	TEMA Anahtar Kelimeleri	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Toplam	Ortalama
1.	1.3.	Tedarik Zinciri Yönetimi	2	13	11	0	1	1	20	20	0	2	1	1	72	6,0
1.	1.3.	Teknolojik Değişim	3	6	0	1	3	6	43	2	0	1	5	1	71	5,9
1.	1.1.	Hizmet İnovasyonu	0	0	0	0	4	1	0	1	55	0	1	0	62	5,2
1.	1.3.	Otomasyon	2	4	2	1	0	4	1	3	3	3	2	34	59	4,9
1.	1.1.	Bilgi Sistemi	7	4	5	3	2	10	0	5	4	9	1	5	55	4,6
2.	2.2.	Kuluçka (Merkez)	0	0	0	0	0	45	1	1	1	1	1	3	53	4,4
2.	2.1.	Mobil Uygulama/Teknoloji	0	0	0	0	8	7	13	2	2	6	7	4	49	4,1
1.	1.2.	İnovasyon Yönetimi	0	14	15	1	0	3	0	8	0	1	0	0	42	3,5
3.	3.1.	Büyük Veri	0	0	0	0	0	2	3	0	1	9	3	22	40	3,3
5.	5.2.	Fikri Mülkiyet	0	0	0	1	10	1	0	6	0	15	0	4	37	3,1
3.	3.2.	Siber Güvenlik	0	0	0	0	0	2	0	1	1	16	0	9	29	2,4
1.	1.2.	Teknoloji transferi	0	5	2	1	3	1	0	1	2	0	1	11	27	2,3
3.	3.1.	Nesnelerin İnterneti (IOT)	0	0	0	0	0	3	1	0	0	3	2	18	27	2,3
3.	3.1.	Bulut teknoloji/veri taban/bilişim	0	0	0	0	0	2	0	0	1	6	2	15	26	2,2
3.	3.1.	Robotik/Robotik süreç/kodlama	0	0	0	0	0	0	2	4	0	2	2	16	26	2,2
1.	1.2.	Teknolojik İnovasyon	3	0	0	0	2	3	0	3	0	11	0	0	22	1,8
1.	1.1.	E-ticaret	0	2	1	1	0	2	2	3	0	1	5	2	19	1,6
1.	1.2.	Yıkıcı İnovasyon	17	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	19	1,6
4.		Bilgi Ekonomi-si	2	5	3	4	1	1	0	0	0	1	1	1	19	1,6
2.	2.1.	Dijital Platform	0	0	0	0	0	0	1	3	1	7	4	1	17	1,4
5.	5.2.	Uluslararası Ticaret	1	2	0	3	1	2	0	1	0	5	0	2	17	1,4
3.	3.1.	Veri Madenciliği	1	0	0	0	0	1	0	1	0	3	9	1	16	1,3
2.	2.1.	Çevrimiçi/Online Platform	1	0	0	0	0	0	5	0	0	3	6	0	15	1,3
5.	5.2.	Toplum 5.0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	11	15	1,3
1.	1.3.	Lojistik Yönetimi	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0,9
3.	3.1.	Veri Yönetimi	0	0	0	1	0	1	0	3	1	0	1	4	11	0,9
1.	1.2.	Dijital İnovasyon	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	10	0,8
3.	3.1.	Veri Analitiği	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3	2	4	10	0,8
3.	3.1.	Blokszincir/Blockchain	0	0	0	0	0	2	2	0	0	1	1	3	9	0,8
5.	5.2.	Akıllı Fabrika	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	6	9	0,8
2.	2.1.	Fintech - Finansal Teknoloji	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	7	8	0,7
5.	5.2.	Dijital İşletme/İş	0	0	0	2	0	0	0	0	0	4	0	2	8	0,7
1.	1.3.	Dijital Yönetim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	7	0,6
1.	1.1.	Dijital İletişim/etkileşim	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	4	0	6	0,5
4.		Web 1.0/ 2.0 / 3.0	0	0	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	5	0,4
3.	3.2.	Veri Güvenliği	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1	4	0,3
5.	5.1.	Dijital Pazarlama	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	0,3
4.		Dijital Ekonomi	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0,2
3.	3.1.	Metaverse	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,1
4.		Dijital Girişim-cilik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,1
5.	5.2.	Akıllı Şehir	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,1
		BİLDİRİ SAYISI	135	126	91	119	144	115	99	91	77	87	70	81	1235	102,9
		<i>Toplam Anahtar kelime sayısı</i>	<i>4057</i>	<i>5485</i>	<i>4454</i>	<i>3496</i>	<i>4338</i>	<i>3181</i>	<i>3387</i>	<i>3361</i>	<i>2712</i>	<i>4576</i>	<i>3405</i>	<i>5531</i>	<i>47983</i>	<i>3998,6</i>
		Anahtar Kelime Sayısı Ortalaması	47,2	63,8	51,8	40,7	50,4	37,0	39,4	39,1	31,5	53,2	39,6	64,3	557,9	
		Bildiri başına Kelime Sayısı Ortalaması	30,1	43,5	48,9	29,4	30,1	27,7	34,2	36,9	35,2	52,6	48,6	68,3	38,9	

Tablo 6'daki verilere baktığımızda, ilk 9 satırda yer alan kavramların yılda en az ortalama 150 frekans gibi oldukça yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Örneğin, Bilgi, Girişimcilik, Yenilikçilik gibi kavramlar, 12 yıllık süreç boyunca düzenli ve yüksek frekansta kullanılmıştır. Bu, Türkiye'deki akademik çalışmaların güçlü bir şekilde bu kavramlara odaklandığını ve yönetim organizasyon literatürünün temel yapı taşlarını oluşturduğunu göstermektedir. Ancak, tablonun son 17 sırasında yer alan kavramlara baktığımızda, bu durumun tam tersi bir tabloyla karşılaşmaktadır. Dijital İnovasyon, Metaverse, Yıkıcı İnovasyon gibi önemli kavramlar, yılda 1 frekans ortalaması bile görememiştir. Bu kavramlar, global ölçekte iş dünyasını dönüştüren, inovatif ve stratejik açıdan kritik alanlardır. Buna rağmen, bu temaların UYOK bildirilerinde çok sınırlı bir şekilde yer alması, Türkiye'deki akademik çalışmaların henüz bu konulara tam anlamıyla uyum sağlayamadığını düşündürmektedir.

Daha da dikkat çekici olan ise, Dijital Bölünme, Ortak Yaratım, İş Modeli İnovasyonu, Dijital Servisleşme, Hizmetleştirme, Sınır Kaynağı, Dijital İş Gücü gibi kritik bazı kavramların hiç geçmemesi, yani sıfır frekansa sahip olmalarıdır. Belirlenen 93 anahtar kelimenin ciddi bir yazın taraması sonucunda belirlendiği ve dijitalleşme, sürdürülebilirlik, inovasyon gibi çağdaş ve stratejik konuları kapsadığı göz önünde bulundurulduğunda, bu terimlerin bazılarının UYOK'ta hiç yer verilmemesi önemli bir boşluk olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, bu konuların UYOK'ta tamamen göz ardı edildiğini göstermekte ve ciddi bir boşluğu işaret etmektedir. Bu kavramlar, dijitalleşmenin iş dünyasında yarattığı fırsat eşitsizliğinden, yeni iş modellerine ve iş gücünün dijital dönüşümüne kadar pek çok kritik alanı kapsar. Ancak bu alanların akademik çalışmalarda yeterince ele alınmamış olması, Türkiye'deki araştırmaların dijital dönüşüm sürecinin geniş kapsamlı etkilerini göz ardı ettiğini düşündürmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, UYOK bildirilerinde bilgi ekonomisi, dijitalleşme ve inovasyon konularının 2013-2024 dönemindeki temsilini incelemiştir. 1236 bildiri üzerinde yapılan içerik analizi, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon araştırmalarının bu temalara odaklanma düzeyini ve akademik ilginin gelişimini ortaya koymuştur.

Bulgular, bilgi ekonomisinin temel kavramlarının (bilgi, girişimcilik, yenilikçilik) UYOK bildirilerinde düzenli ve yüksek frekansta ele alındığını göstermektedir. Bu, bilgi yönetimi ve dijitalleşmenin Türkiye akademik literatüründe merkezi bir rol oynadığını ve Powell ve Snellman (2004)'ün bilgi ekonomisinin önemini vurgulayan çalışmasıyla uyumlu olduğunu teyit etmektedir. Ancak, metaverse, yıkıcı inovasyon, dijital iş gücü gibi dijital dönüşümün hızla gelişen alanlarına yeterince odaklanılmadığı da gözlemlenmiştir. Bu kavramlar, küresel ölçekte artan ilgiye rağmen UYOK'ta düşük frekanslarda yer almıştır. Dijital inovasyon ve metaverse gibi konuların neredeyse hiç ele alınmaması, dijitalleşmenin stratejik boyutlarının Türkiye akademik çevrelerinde henüz derinlemesine araştırılmadığını düşündürmektedir. Ayrıca, dijital dönüşümün iş gücü ve iş modelleri üzerindeki etkilerini inceleyen dijital bölünme ve iş modeli inovasyonu gibi kavramların hiçbir bildiride yer almaması dikkat çekicidir. Bu durum, Talafıdaryani vd. (2021)'nin dijital dönüşümün yeni araştırma temalarına yeterince odaklanılmadığı bulgusuyla örtüşmektedir.

Seçilen 93 anahtar kelimenin tüm bildirilerin sadece %7,08'inde işlenmiş olması, UYOK bağlamında bu önemli temalara verilen akademik dikkatin derinliği konusunda endişeleri artırmaktadır. Dijitalleşmeye artan vurguya rağmen anahtar kelimelerin sınırlı kullanımı, akademik söylemin bu temel konuları tam anlamıyla kapsamadığını ve özellikle dijital dönüşümün etkilerinin kapsamlı bir şekilde incelenmediğini göstermektedir. Bu bağlamda, çalışma, dijitalleşme ve bilgi ekonomisi temalarının

Türkiye akademik literatüründeki temsilini ortaya koyarken, özellikle dijital dönüşümün toplumsal ve iş gücü üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalarda önemli bir boşluk olduğunu vurgulamaktadır.

Çalışmanın sınırlılıkları arasında, UYOK dışındaki ulusal ve uluslararası kongrelerin ve Türkiye bazlı diğer akademik çalışmaların kapsam dışında bırakılması yer almaktadır. Bulgular, UYOK bağlamındaki özgül koşulları yansıttığı için, farklı akademik ortamlara uygulanabilirliği sınırlı olabilir. Gelecek araştırmalar, farklı platformlardaki çalışmaları karşılaştırmalı olarak inceleyebilir ve dijital dönüşümün iş gücü, iş modelleri ve toplumsal yapı üzerindeki etkilerine odaklanan nitel ve nicel araştırmalarla bu alandaki bilgi birikimine katkıda bulunabilir. Özellikle, dijital bölünme, iş modeli inovasyonu ve dijital iş gücü gibi konuların daha geniş bir akademik bağlamda ele alınması, Türkiye'deki yönetim ve organizasyon literatürünün küresel gelişmelerle daha uyumlu hale gelmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak, UYOK bildirilerinde bilgi ekonomisi ve dijitalleşme güçlü bir şekilde ele alınırken, dijital dönüşümün çok boyutlu etkilerinin ve yeni trendlerin yeterince araştırılmadığı görülmüştür. Bu, Türkiye'deki akademik çalışmaların dijital dönüşüm süreçlerine uyum sağlamak ve küresel trendlere ayak uydurmak için daha fazla çaba gerektiğini göstermektedir. Gelecek çalışmaların, dijital iş gücü, dijital inovasyon ve dijital bölünme gibi stratejik konulara odaklanarak daha derinlemesine analizler yapması, alana önemli katkılar sağlayacaktır. Bu, Türkiye'nin dijital dönüşüm sürecinde akademik çevrelerin daha proaktif bir rol üstlenmesi gerektiğini ve bu alandaki bilgi üretiminin hızlandırılmasının önemini ortaya koymaktadır.

Etik Beyan

“İnovasyon ve Dijital Dönüşüm, Türkiye'de Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? UYOK Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz” başlıklı çalışmanın yazılması ve yayınlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir.

Katkı Oranı Beyanı

Çalışmadaki yazarların tümü çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere katkı yapmış ve nihai halini okuyarak onaylamıştır.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

KAYNAKÇA

- Abubakr, M., Abbas, A. T., Tomaz, I., Soliman, M. S., Luqman, M. ve Hegab, H. (2020). Sustainable and smart manufacturing: An integrated approach. *Sustainability*, 12(6), 2280. <https://doi.org/10.3390/su12062280>
- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge.
- Amit, R. ve Zott, C. (2012). Creating value through business model innovation. *MIT Sloan Management Review*, 53(3), 41-49.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. ve Wright, M. (2014). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(3), 209-225. <https://doi.org/10.1002/sej.1158>

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- Aytar, O. (2020). İnsan Kaynakları Yönetimi, Üniversiteler ve İnovasyon Etkileşimi. İçinde O. Yılmaz, S. S. Aktuğ ve S. Erat (Ed.), *İnovasyonun Kökenleri* (ss. 177-193). Gazi Kitabevi.
- Barney, J. B. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford University Press.
- Barua, A., Konana, P., Whinston, A. B. ve Yin, F. (2001). Driving e-business excellence. *MIT Sloan Management Review*, 43(1), 36-44.
- Bay, M. ve Çil, U. (2016). How well do companies manage innovation? An analysis on low-tech industries. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 235, 709-718. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.072>
- Belkhir, L., ve Elmeligi, A. (2018). Assessing ICT global emissions footprint: Trends to 2040 ve recommendations. *Journal of Cleaner Production*, 177, 448-463. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.239>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A. ve Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.2.13>
- Bloom, N., Liang, J., Roberts, J. ve Ying, Z. J. (2015). Does working from home work? Evidence from a Chinese experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 130(1), 165-218. <https://doi.org/10.1093/qje/qju032>
- Bogers, M., Chesbrough, H. ve Moedas, C. (2018). Open innovation: Research, practices, and policies. *California Management Review*, 60(2), 5-16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Bolisani, E. ve Bratianu, C. (2018). The Emergence of Knowledge Management. İçinde: *Emergent Knowledge Strategies. Knowledge Management and Organizational Learning*, vol 4. Springer, Cham. (ss. 23-47). https://doi.org/10.1007/978-3-319-60657-6_2
- Bozeman, B., Rimes, H. ve Youtie, J. (2015). The evolving state-of-the-art in technology transfer research: Revisiting the contingent effectiveness model. *Research Policy*, 44(1), 34-49. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.06.008>
- Brynjolfsson, E. ve McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton ve Company.
- Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M. ve Willmott, P. (2018). Why digital strategies fail. *McKinsey Quarterly*, 1(1), 14-25.
- Cai, L., ve Zhu, Y. (2015). The challenges of data quality and data quality assessment in the big data era. *Data Science Journal*, 14(1), 2. <https://doi.org/10.5334/dsj-2015-002>
- Calderon-Monge, E. ve Ribeiro-Soriano, D. (2024). The role of digitalization in business and management: A systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(2), 449-491. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00565-3>
- Cao, G. ve Duan, Y. (2014). A path model linking business analytics, data-driven culture, and competitive advantage. *Industrial Management ve Data Systems*, 114(3), 443-456.
- Chan, L., Hogaboam, L. ve Cao, R. (2022). *Applied artificial intelligence in business: Concepts and cases*. Springer.

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- Chesbrough, H. (2006). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Christensen, C. M., Raynor, M. ve McDonald, R. (2015). Disruptive innovation. *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Ciampi, F., Faraoni, M., Ballerini, J. ve Meli, F. (2022). The co-evolutionary relationship between digitalization and organizational agility: Ongoing debates, theoretical developments and future research perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 121383. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121383>
- Cohen, W. M. ve Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Cui, T., Pan, S. L., Newell, S. ve Cui, L. (2017). Strategy, resource orchestration and e-commerce enabled social innovation in rural China. *Journal of Strategic Information Systems*, 26(1), 3-21. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2016.06.001>
- Cusumano, M. A., Gawer, A. ve Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power*. Harper Business.
- Dal Bianco, V., Myllärniemi, V., Komssi, M. ve Raatikainen, M. (2014, April). The role of platform boundary resources in software ecosystems: A case study. In *2014 IEEE/IFIP Conference on Software Architecture* (ss. 11-20). IEEE. <https://doi.org/10.1109/WICSA.2014.11>
- Davenport, T. H. ve Harris, J. G. (2017). *Competing on analytics: The new science of winning*. Harvard Business School Press.
- Del Giudice, M. ve Maggioni, V. (2014). Managerial practices and operative directions of knowledge management within inter-firm networks: A global view. *Journal of Knowledge Management*, 18(5), 841-846. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2014-0231>
- Dionisio, J. D., Burns, W. G. ve Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 45(3), 1-38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Dodgson, M., Gann, D. M. ve Salter, A. (2008). *The management of technological innovation: Strategy and practice*. Oxford University Press.
- Duque, J. (2024). Data mining for knowledge management. *Procedia Computer Science*, 239, 257-264. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.003>
- Eisenmann, T., Parker, G. ve Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for two-sided markets. *Harvard Business Review*, 84(10), 92-101.
- Evans, D. S. ve Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*. Harvard Business Review Press.
- Foss, N. J. ve Saebi, T. (2017). Fifteen years of research on business model innovation: How far have we come, and where should we go? *Journal of Management*, 43(1), 200-227. <https://doi.org/10.1177/0149206316675927>
- Fosso Wamba, S., Queiroz, M. M., Wu, L. ve Sivarajah, U. (2024). Big data analytics-enabled sensing capability and organizational outcomes: Assessing the mediating effects of business analytics

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

culture. *Annals of Operations Research*, 333(2), 559-578. <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04597-0>

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. ve Hultink, E. J. (2017). The circular economy—A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757-768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>

Godin, B. (2006). The knowledge-based economy: Conceptual framework or buzzword?. *The Journal of Technology Transfer*, 31(1), 17-30. <https://doi.org/10.1007/s10961-005-5010-x>

Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C. ve Weber, B. W. (2018). On the fintech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220-265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>

Güney, T. (2019). Renewable energy, non-renewable energy and sustainable development. *International Journal of Sustainable Development ve World Ecology*, 26(5), 389-397. <https://doi.org/10.1080/13504509.2019.1595214>

Hekkert, M. P., Suurs, R. A., Negro, S. O., Kuhlmann, S. ve Smits, R. E. (2007). Functions of innovation systems: A new approach for analysing technological change. *Technological Forecasting and Social Change*, 74(4), 413-432. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2006.03.002>

Henriette, E., Feki, M. ve Boughzala, I. (2015). The shape of digital transformation: A systematic literature review. *MCIS 2015 Proceedings, Paper 431*. <https://aisel.aisnet.org/mcis2015/431>

Ivanov, D., Dolgui, A. ve Sokolov, B. (2019). The impact of digital technology and Industry 4.0 on the ripple effect and supply chain risk analytics. *International Journal of Production Research*, 57(3), 829-846. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1488086>

Jordan, M. I. ve Mitchell, T. M. (2015). Machine learning: Trends, perspectives, and prospects. *Science*, 349(6245), 255-260. <https://doi.org/10.1126/science.aaa8415>

Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karadayı Usta, S. (2022). Sürdürülebilir dijital hizmetleştirme: Araç paylaşım iş modelinin kavramsal modellenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(67), 754-775. <https://doi.org/10.19168/jyasar.999147>

Kayıkci, Y. (2018). Sustainability impact of digitization in logistics. *Procedia Manufacturing*, 21, 782-789. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.02.184>

Kenney, M. ve Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61-69.

Khan, N., Ray, R. L., Sargani, G. R., Ihtisham, M., Khayyam, M. ve Ismail, S. (2021). Current progress and future prospects of agriculture technology: Gateway to sustainable agriculture. *Sustainability*, 13(9), 4883. <https://doi.org/10.3390/su13094883>

Kohtamäki, M., Parida, V., Oghazi, P., Gebauer, H. ve Baines, T. (2019). Digital servitization business models in ecosystems: A theory of the firm. *Journal of Business Research*, 104, 380-392. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.027>

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- Koohang, A., Nord, J. H., Ooi, K. B., Tan, G. W. H., Al-Emran, M., Aw, E. C. X. ve Wong, L. W. (2023). Shaping the metaverse into reality: A holistic multidisciplinary understanding of opportunities, challenges, and avenues for future investigation. *Journal of Computer Information Systems*, 63(3), 735-765. <https://doi.org/10.1080/08874417.2022.2148055>
- Kouhizadeh, M., Saberi, S. ve Sarkis, J. (2021). Blockchain technology and the sustainable supply chain: Theoretically exploring adoption barriers. *International Journal of Production Economics*, 233, 107984. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107984>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4. Baskı). SAGE Publications.
- Kumar, M. J., Sampradeepraj, T., Sivajothi, E. ve Singh, G. (2024). An efficient hybrid technique for energy management system with renewable energy system and energy storage system in smart grid. *Energy*, 306, 132454. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2023.132454>
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T. ve Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business ve Information Systems Engineering*, 6(4), 239-242. <https://doi.org/10.1007/s12599-014-0334-4>
- Laudon, K. C. ve Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16. Baskı). Pearson.
- Laudon, K. C. ve Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2020: Business, technology and society* (16. Baskı). Pearson.
- Lee, N., Lee, H. ve Garrett, T. C. (2019). Synergy effects of innovation on firm performance. *Journal of Business Research*, 99, 507-515. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.020>
- Leonardi, P. M., Huysman, M. ve Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>
- Lu, Y. (2017). Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues. *Journal of Industrial Information Integration*, 6, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2017.04.005>
- Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C. ve Byers, A. H. (2011). Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. *McKinsey Global Institute*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation>
- Marston, S., Li, Z., Bandyopadhyay, S., Zhang, J. ve Ghalsasi, A. (2011). Cloud computing—The business perspective. *Decision Support Systems*, 51(1), 176-189. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.12.006>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. SAGE Publications.
- McAfee, A. ve Brynjolfsson, E. (2012). Big data: The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60-68.
- Meng, Y., Yang, Y., Chung, H., Lee, P. H. ve Shao, C. (2018). Enhancing sustainability and energy efficiency in smart factories: A review. *Sustainability*, 10(12), 4779. <https://doi.org/10.3390/su10124779>

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- Mian, S., Lamine, W. ve Fayolle, A. (2016). Technology business incubation: An overview of the state of knowledge. *Technovation*, 50-51, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.02.005>
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2. Baskı). SAGE Publications.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A. ve Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41:1.03>
- Nambisan, S., Wright, M. ve Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- OECD. (1996). The knowledge-based economy. *OECD Science, Technology and Industry Outlook*. Paris: OECD.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications ve Strategies*, 65(1), 17-37.
- Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patricio, L., ve Voss, C. A. (2015). Service research priorities in a rapidly changing context. *Journal of Service Research*, 18(2), 127-159. <https://doi.org/10.1177/1094670515576315>
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. ve Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy—and how to make them work for you*. W. W. Norton ve Company.
- Peter, O., Pradhan, A. ve Mbohwa, C. (2023). Industrial internet of things (IIoT): Opportunities, challenges, and requirements in manufacturing businesses in emerging economies. *Procedia Computer Science*, 217, 856-865. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.03.117>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pouresmaeli, M., Ataei, M. ve Taran, A. (2023). Future mining based on internet of things (IoT) and sustainability challenges. *International Journal of Sustainable Development ve World Ecology*, 30(2), 211-228. <https://doi.org/10.1080/13504509.2023.2179875>
- Powell, W. W. ve Grodal, S. (2005). Networks of innovators. In J. Fagerberg, D. C. Mowery, ve R. R. Nelson (Ed.), *The Oxford handbook of innovation* (ss. 56-85). Oxford University Press.
- Powell, W. W., ve Snellman, K. (2004). The knowledge economy. *Annual Review of Sociology*, 30(1), 199-220. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>
- Prahalad, C. K. ve Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Rajasekharaiah, K. M., Dule, C. S. ve Sudarshan, E. (2020, December). Cyber security challenges and its emerging trends on latest technologies. In *IOP Conference Series: Materials Science and*

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

Engineering (Vol. 981, No. 2, s. 022062). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/981/2/022062>

Rammer, C., ve Schubert, T. (2018). Concentration on the few: Mechanisms behind a falling share of innovative firms in Germany. *Research Policy*, 47(2), 379-389. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.11.008>

Ribeiro-Navarrete, S., Saura, J. R. ve Palacios-Marqués, D. (2021). Towards a new era of mass data utilization: A systematic review of digital platform-driven value creation in big data, internet of things and blockchain-based business models. *Journal of Business Research*, 131, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.051>

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5. Baskı). Free Press.

Roy, T. ve George K. J. (2020). Precision farming: A step towards sustainable, climate-smart agriculture. In A. S. Vichaparamthu (Ed.), *Global climate change: Resilient and smart agriculture* (ss. 199-220). Springer.

Russell, S., ve Norvig, P. (2016). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (3. Baskı). Essex: Pearson.

Sajadieh, S. M. M., Son, Y. H. ve Noh, S. D. (2022). A conceptual definition and future directions of urban smart factory for sustainable manufacturing. *Sustainability*, 14(3), 1221. <https://doi.org/10.3390/su14031221>

Sarnıç, A. ve Acar, S. (2024). Dördüncü endüstri devrinde işletmelerde yapay zekâ uygulamaları: Örnekleri üzerine nitel bir araştırma. *İşletme*, 5(2), 155-181. <https://doi.org/10.57116/isletme.1521169>

Schilling, M. A. (2020). *Strategic management of technological innovation* (6. Baskı). McGraw-Hill Education.

Schneider, S. ve Sunyaev, A. (2016). Determinant factors of cloud-sourcing decisions: Reflecting on the IT outsourcing literature in the era of cloud computing. *Journal of Information Technology*, 31(1), 1-31. <https://doi.org/10.1057/jit.2014.25>

Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publications.

Schuh, G., Potente, T., Wesch-Potente, C., Weber, A. R. ve Prote, J. P. (2014). Collaboration mechanisms to increase productivity in the context of Industry 4.0. *Procedia CIRP*, 17, 184-189. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.01.107>

Schumpeter, J. A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Silverman, D. (2024). *Interpreting qualitative data* (6. Baskı). SAGE Publications.

Srinivasan, R. ve Swink, M. (2018). An investigation of visibility and flexibility as complements to supply chain analytics: An organizational information processing theory perspective. *Production and Operations Management*, 27(10), 1849-1867. <https://doi.org/10.1111/poms.12808>

Stock, T., Obenaus, M., Kunz, S. ve Kohl, H. (2018). Industry 4.0 as enabler for a sustainable development: A qualitative assessment of its ecological and social potential. *Process Safety and Environmental Protection*, 118, 254-267. <https://doi.org/10.1016/j.psep.2018.06.026>

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- Strielkowski, W., Rausser, G. ve Kuzmin, E. (2022). Digital revolution in the energy sector: Effects of using digital twin technology. İçinde W. Strielkowski, G. Rausser, ve E. Kuzmin (Ed.), *Digital transformation in industry: Digital twins and new business models* (ss. 43-55). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-90137-9_4
- Stucke, M. E. ve Ezrachi, A. (2020). Digitalisation and its impact on innovation. *Rvel paper series*.
- Svadberg, S., Holand, A. ve Breunig, K. J. (2019). Beyond the hype: A bibliometric analysis deconstructing research on digitalization. *Technology Innovation Management Review*, 9(10), 38-50. <https://doi.org/10.22215/timreview/1280>
- Tajudeen, F. P., Nadarajah, D., Jaafar, N. I. ve Sulaiman, A. (2022). The impact of digitalisation vision and information technology on organisations' innovation. *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 607-629.
- Talafidaryani, M., Jalali, S. M. J. ve Moro, S. (2021). Digital transformation: Toward new research themes and collaborations yet to be explored. *Business Information Review*, 38(2), 79-88. <https://doi.org/10.1177/02663821211015116>
- Teece, D. J. (2018a). Dynamic Capabilities As (Workable) Management Systems Theory. *Journal of Management ve Organization*, 24(3), 359-368. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.20>
- Teece, D. J. (2018b). Profiting from innovation in the digital economy: Enabling technologies, standards, and licensing models in the wireless world. *Research Policy*, 47(8), 1367-1387.
- Teece, D. J., Pisano, G., ve Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Teoh, T. T. ve Goh, Y. J. (2023). *Artificial intelligence in business management*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-23316-2>
- Tidd, J. ve Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7. Baskı). Wiley.
- Tyrväinen, O., Karjaluo, H. ve Saarijärvi, H. (2020). Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omnichannel retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102233. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102233>
- Van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide* (3. Baskı). John Wiley ve Sons.
- Vandermerwe, S., ve Rada, J. (1988). Servitization of business: Adding value by adding services. *European Management Journal*, 6(4), 314-324. [https://doi.org/10.1016/0263-2373\(88\)90033-3](https://doi.org/10.1016/0263-2373(88)90033-3)
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Von Krogh, G. (2018). Artificial intelligence in organizations: New opportunities for phenomenon-based theorizing. *Academy of Management Discoveries*, 4(4), 404-409. <https://doi.org/10.5465/amd.2018.0084>
- Wang, G., Gunasekaran, A., Ngai, E. W. ve Papadopoulos, T. (2016). Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and applications. *International Journal of Production Economics*, 176, 98-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.03.014>

Çil, U. (2025). İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Türkiye'deki Yönetim ve Organizasyon Araştırmalarını Nasıl Şekillendiriyor? Uyok Bildirileri Üzerine Boylamsal Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 1104-1139.

- West, J., ve Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(4), 814-831. <https://doi.org/10.1111/jpim.12125>
- Westerman, G., Bonnet, D. ve McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- William, P., Tidake, V. M., Thorat, S. R. ve Verma, A. (2023). Future of digital workforce in robotic process automation. In P. William, V. M. Tidake, S. R. Thorat, ve A. Verma (Ed.), *Robotic process automation* (ss. 297-314). Springer.
- Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C. ve Bogaardt, M. J. (2017). Big data in smart farming: A review. *Agricultural Systems*, 153, 69-80. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2017.01.023>
- World Economic Forum. (2020). *Harnessing Technology for the Global Goals: A frameworks for corporate action*. Geneva:World Economic Forum.
- Wulfert, T. (2023). Boundary resource management in innovation ecosystems: The case of e-commerce. *Electronic Markets*, 33(1), 27-38. <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00488-0>
- Wylde, V., Rawindaran, N., Lawrence, J., Balasubramanian, R., Prakash, E., Jayal, A., ... ve Platts, J. (2022). Cybersecurity, data privacy and blockchain: A review. *SN Computer Science*, 3(2), 127. <https://doi.org/10.1007/s42979-022-01267-7>
- Yalçın, A. ve Çil, U. (2023). Bir Bakışta KOBİ'ler. İçinde: A. Yalçın ve U. Çil (Ed.), *A'dan Z'ye KOBİ'ler* (ss. 1-14). Gazi Kitabevi.
- Yoo, Y., Henfridsson, O. ve Lyytinen, K. (2010). Research commentary: The new organizing logic of digital innovation: An agenda for information systems research. *Information Systems Research*, 21(4), 724-735. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0322>
- Zhang, K., Feng, L., Wang, J., Lin, K. Y. ve Li, Q. (2023). Servitization in business ecosystem: A systematic review and implications for business-to-business servitization research. *Technology Analysis ve Strategic Management*, 35(11), 1480-1496. <https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2195873>
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H., Chen, X. ve Wang, H. (2018). Blockchain challenges and opportunities: A survey. *International Journal of Web and Grid Services*, 14(4), 352-375. <https://doi.org/10.1504/IJWGS.2018.095647>

Extended Abstract

How Is Innovation and Digital Transformation Shaping Management and Organization Research in Türkiye? A Longitudinal Analysis on UYOK Proceedings

Aim

This study aims to examine how innovation and digital transformation have shaped academic research in the management and organization field in Türkiye, focusing on papers presented at the National Management and Organization Congress (UYOK) between 2013 and 2024. As the global shift toward a knowledge economy accelerates, digital transformation plays a crucial role in reshaping business models, organizational structures, and competitive dynamics. However, the extent to which these changes are reflected in academic research, particularly within Turkish management studies, remains underexplored. This study seeks to fill this gap by analysing 1236 papers using 93 carefully selected keywords representing core themes such as innovation, digitalization, and the knowledge economy. The primary objective is to provide a comprehensive overview of how UYOK papers have addressed these themes over time and to identify key areas for future research.

Method

The study uses qualitative content analysis with a longitudinal approach to explore key themes in UYOK papers from 2013 to 2024. A total of 1236 papers were analysed, focusing on innovation, digital transformation, and the knowledge economy. The 93 keywords, identified through a literature review, are grouped into five main themes: (1) Entrepreneurship and Innovation Management, (2) Digital Platforms and Ecosystem, (3) Data and Analytics, (4) Knowledge and Digital Economy, and (5) Sustainability and Environment. Each paper was coded for keyword occurrence and frequency, mapping trends and thematic shifts. The coding process, conducted independently by two researchers, resulted in an inter-coder reliability score of 85%, showing strong consistency.

Findings

The analysis reveals notable trends in the thematic focus of UYOK papers. Traditional themes like entrepreneurship and innovation management consistently dominated the research landscape, reflecting their enduring relevance in the Turkish academic context. For instance, the frequency of entrepreneurship-related keywords peaked in 2014, coinciding with a broader global emphasis on entrepreneurial ecosystems and innovation-driven growth. Similarly, innovation management has remained a central topic, with scholars increasingly examining its intersections with digital technologies.

In recent years, however, there has been growing academic interest in digital platforms, data analytics, and cybersecurity. These topics gained traction after 2019, particularly in relation to organizational strategy and decision-making. The rise of digital platforms as core business models, especially post-COVID-19, has led to greater focus on platform-based ecosystems in management research.

However, when considering the average of all papers, the 93 selected keywords appeared in only 7.08% of the total papers. This low percentage raises concerns about the depth of academic attention toward these critical themes in UYOK, despite the growing emphasis on digitalization. The limited coverage suggests that the academic discourse has yet to fully integrate these essential topics.

While there is progress in some areas, critical gaps remain. Topics such as digital divide, business model innovation, and digital workforce are underrepresented. Although digital transformation is widely discussed, its impact on labour markets and inclusive innovation strategies has not been adequately explored in the UYOK context. For example, the digital divide, representing disparities in access to technology, appeared infrequently, pointing to the need for further research on the socio-economic consequences of unequal digital access.

Conclusion

This study provides a comprehensive overview of how innovation and digital transformation are reflected in Turkish management and organization research. While themes like entrepreneurship and innovation management continue to dominate, there is a noticeable shift toward topics related to digital platforms, data analytics, and cybersecurity in recent years. The findings suggest that Turkish academia is gradually adapting to global digitalization trends but still lacks comprehensive research in critical areas such as digital divide, business model innovation, and the digital workforce.

Moreover, the fact that only 7.08% of all papers addressed the 93 selected keywords indicates that digital transformation and related topics have not been sufficiently integrated into the academic discourse. This low

percentage is concerning and suggests that despite the growing global focus on digitalization, Turkish academic research has not fully captured the complexity and breadth of these critical themes. This highlights the need for more in-depth and diverse research in this field.

By identifying these gaps, the study provides valuable insights for academics, emphasizing the need for future research that bridges these underexplored areas. Furthermore, it underscores the importance of addressing the broader socio-economic implications of digital transformation, particularly in terms of ensuring equitable access to digital resources and fostering inclusive innovation. In conclusion, while Turkish management research has made significant strides in integrating digital themes, there remains ample opportunity for further inquiry, particularly in understanding how digital transformation affects organizational dynamics, labour markets, and innovation ecosystems.
