

YAPAY ZEKA RAPOR ANALİZİ

RAPOR
02

MCKINSEY · AĞUSTOS 2026

The State of AI in 2026: On the Road to ROI

Çalışan verimli,
şirket henüz
değil.

97 ülkeden 1.719 yöneticinin cevabına dayanan
raporu yönetici gözüyle okudum.

İçeride dört bulgu, bir okuma ve üç adım var →

GENEL TABLO

Kullanım yaygın, değer dar.

%89

En az bir iş biriminde düzenli olarak yapay zeka kullanan şirketler

%44

Yapay zekayı şirketin geneline yaymaya başlayanlar. Bir yıl önce %38'di.

Kullanım neredeyse herkese ulaştı. Asıl soru artık bu kullanımın kâra dönüşüp dönüşmediği.

Kaynak. McKinsey, The State of AI in 2026, s. 2 ile 4.

BULGU 1 · MAKAS

Verim var, kâr yok.

%80

Yapay zekanın kendi verimini artırdığını söyleyen yöneticiler

%37

Yapay zekanın şirket kârına en az bir miktar etkisini görenler. Oran bir yılda değişmedi.

McKinsey bu farkı yılın en çarpıcı bulgusu sayıyor.

Kaynak. McKinsey, The State of AI in 2026, s. 2, 10 ve 13.

BULGU 2 · AZINLIK

Gerçek kazanç yüzde 6'da.

%6

Kârının en az %5'ini yapay zekaya bağlayan ve etkisini "önemli" diye tanımlayan şirketler. Bu oran bir yılda değişmedi.

Şirketlerin %80'i yapay zekayı maliyet düşürmek için kullanıyor. Öncüler buna büyüme ve yenilik hedefini de ekliyor.

Kaynak. McKinsey, The State of AI in 2026, s. 2 ve 17.

BULGU 3 · FARK

Öncüler aracı değil, iş i değiştiriyor.

%74

Öncü şirketlerden iş akışlarını
kökten yeniden tasarlayanlar

%25

Diğer şirketlerde aynı oran

Öncülerde üst yönetimin yapay zekaya sahip çıktığını söyleme olasılığı da diğerlerinin iki katı.

Kaynak. McKinsey, The State of AI in 2026, s. 16 ile 22.

BULGU 4 · AJAN VE KADRO

Ajanlar büyüyor, kadro beklentisi değişiyor.

%40

Büyük şirketlerden yapay zeka ajanlarını yaygınlaştıranlar. Bir yıl önce %27'ydi.

%39

Önümüzdeki yıl yapay zekanın çalışan sayısını azaltmasını bekleyenler. Geçen yıl azaldığını söyleyenler %14.

Kaynak. McKinsey, The State of AI in 2026, s. 2, 4 ve 24 ile 27.

BENİM OKUMAM

Araç dağıtmak dönüşüm değil.

Şirketler yapay zekayı çalışana verdi ama işin kendisini değiştirmede. Kazanılan saat, süreç yeniden kurulmadıkça kâra dönüşmüyor. PwC'nin 2026 CEO araştırmasında Türkiye'de yapay zekadan hem gelir hem maliyet kazancı gören CEO'lar yalnız %21.

Asıl soru "yapay zeka kullanıyor muyuz?" değil, "hangi işi baştan tasarladık?"

YÖNETİCİ İÇİN

Bu çeyrek üç adım.

1 Bir süreci baştan kurun

En çok zaman alan tek bir işi seçin, uçtan uca yeniden tasarlayın.

2 Kazanılan saati izleyin

Açılan zamanın nereye gittiğini ve kâra etkisini ölçün.

3 Büyüme hedefi koyun

Yalnız maliyet değil, yeni gelir ve yeni hizmet hedefleyin.

Yapay zekanın değerini ölçmenin yolu

cemunsal.com/blog/yapay-zeka-olcum-ve-izleme