



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

Research Article / Araştırma Makalesi



The Effect of Generative Artificial Intelligence Acceptance on Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Self-Efficacy*

Üretken Yapay Zekâ Kabulünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterliliğin Düzenleyici Rolü

Erol Kılıçlı** - Kadir Özdemir***

Abstract: This study aims to examine the effect of Generative Artificial Intelligence (GenAI) acceptance on entrepreneurial intention and to reveal the moderating role of self-efficacy in this relationship. In the contemporary era of rapid technological advancement, GenAI tools are transforming the entrepreneurial ecosystem, redefining business processes, and offering new opportunities for entrepreneurial activities. However, there is limited research in the literature examining the relationship between GenAI acceptance and entrepreneurial intention from the perspective of entrepreneurs, particularly within the context of self-efficacy. This research aims to fill this gap by proposing an integrated model within the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), the Theory of Planned Behavior (TPB), and Social Cognitive Theory (SCT). This study employed a quantitative research design, and data were collected from 406 participants in Türkiye through an online survey. Valid and reliable scales, specifically the "Generative Artificial Intelligence Acceptance Scale," "Entrepreneurial Intention Scale," and "Self-Efficacy Scale," were utilized as data collection tools. The data were analyzed utilizing SPSS 24 and AMOS 24 software. Structural Equation Modeling (SEM) was used to test the research model. The analysis results indicated that performance expectancy and social influence regarding GenAI acceptance significantly and positively affect individuals'

* The data collection process was carried out following approval from the Şırnak University Ethics Committee, dated 11/11/2024 and numbered E- 74546226-050.99-115823.

Veri toplama süreci, 11/11/2024 tarihli ve E-74546226-050.99-115823 numaralı Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu onayı doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

** Corresponding Author: Asst. Prof. Dr., Şırnak University, Şırnak Vocational School, Department of Office Services and Secretarial Studies

Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, Şırnak Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1441-2327>

eroll.klc@sirnak.edu.tr

*** Asst. Prof. Dr., Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration

Dr. Öğr. Üyesi, Bursa Teknik Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2034-4797>

kadir.ozdemir@btu.edu.tr

Cite as/ Atıf: Kılıçlı, E. & Özdemir, K. (2026). The effect of generative artificial intelligence acceptance on entrepreneurial intention: The moderating role of self-efficacy / Üretken yapay zekâ kabulünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: Öz yeterliliğin düzenleyici rolü. *Turkish Studies – Economics, Finance, Politics*, 21(Ö1), 1993-2053. [Special Issues Dedicated to Prof. Dr. Mahmut Özer], Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.89377>

Received/Geliş: 15 January/Ocak 2026

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 20 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



entrepreneurial intention. Conversely, no significant direct effect of effort expectancy and facilitating conditions on entrepreneurial intention was detected. The most notable finding of the research relates to the moderating role of self-efficacy. Self-efficacy negatively moderates the effects of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence on entrepreneurial intentions. Simple slope tests revealed that this moderating effect was significant, particularly for individuals with low self-efficacy, whereas it became insignificant for individuals with high self-efficacy (for performance expectancy and social influence). Consequently, the findings demonstrate that GenAI acceptance functions as a compensatory mechanism that enhances entrepreneurial intention, especially for individuals with low self-efficacy. Individuals with low self-efficacy further strengthen their entrepreneurial intentions through the perceived performance enhancement and social influence provided by GenAI compared to individuals with high self-efficacy. This suggests that AI represents a strategic tool capable of creating equal opportunity in entrepreneurship. The study offers important implications for policymakers, AI developers, and educators. In this context, the study specifically includes assessments regarding the need to address technology adoption and self-efficacy together in entrepreneurship training.

Keywords: Artificial Intelligence Acceptance, Performance Expectation, Effort Expectation, Facilitating Conditions, Social Influence, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions, Structural Equality Modeling

Öz: Bu çalışma, üretken yapay zekâ kabulünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi ve bu ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Teknolojik ilerlemelerin hız kazandığı günümüzde, üretken yapay zekâ araçları girişimcilik ekosistemini dönüştürmekte, iş süreçlerini yeniden tanımlamakta ve girişimcilik faaliyetleri için yeni fırsatlar sunmaktadır. Ancak, literatürde girişimcilerin bakış açısından üretken yapay zekâ kabulü ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi özellikle öz yeterlilik bağlamında inceleyen çalışmalar sınırlıdır. Bu araştırma, Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT), Planlı Davranış Teorisi (PDT) ve Sosyal Bilişsel Teori (SBT) çerçevesinde bütünlük bir model önererek bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veriler Türkiye'deki 406 katılımcıdan çevrimiçi anket aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış "Üretken Yapay Zekâ Kabul Ölçeği", "Girişimcilik Niyeti Ölçeği" ve "Öz Yeterlilik Ölçeği" kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS 24 ve AMOS 24 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma modelinin test edilmesinde Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Analiz sonuçları, üretken yapay zekâ kabulüne yönelik performans beklentisinin ve sosyal etkinin, bireylerin girişimcilik niyetini pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermiştir. Buna karşın, çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşulların girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir. Araştırmanın en dikkat çekici bulgusu, öz yeterliliğin düzenleyici rolüne ilişkindir. Öz yeterlilik, performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini negatif yönde düzenlemektedir. Basit eğitim testleri, bu düzenleyici etkinin özellikle düşük öz yeterliliğe sahip bireylerde anlamlı olduğunu, yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerde ise anlamsızlaştığını ortaya koymuştur (performans beklentisi ve sosyal etki için). Sonuç olarak, bulgular üretken yapay zekâ kabulünün özellikle düşük öz yeterliliğe sahip bireyler için girişimcilik niyetini artırıcı bir düzenleyici mekanizma işlevi gördüğünü kanıtlamaktadır. Öz yeterliliği düşük bireyler, üretken yapay zekânın sağladığı performans artışı ve sosyal etki algısıyla girişimcilik niyetlerini yüksek öz yeterlilik düzeyine sahip bireylere kıyasla daha fazla güçlendirmektedir. Bu durum, yapay zekânın girişimcilikte fırsat eşitliği yaratabilecek stratejik bir araç olduğunu göstermektedir. Çalışma, politika yapıcılar, yapay zekâ geliştirici işletmeler ve eğitimciler için pratik öneriler sunmaktadır. Bu kapsamda çalışmada özellikle girişimcilik eğitimlerinde teknoloji kabulü ile öz yeterliliğin birlikte ele alınması gerektiğine dair değerlendirmelere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ Kabulü, Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Kolaylaştırıcı Koşullar, Sosyal Etki, Öz Yeterlilik, Girişimcilik Niyeti, Yapısal Eşitlik Modellemesi

Structured Abstract:

In the contemporary digital era, the accelerating velocity of technological advancements, particularly within the domain of artificial intelligence (AI), is fundamentally restructuring the traditional paradigms of production and labor. This phenomenon, widely conceptualized as digital transformation, not only catalyzes the emergence of disruptive business models but also necessitates a comprehensive redefinition of existing operational processes. Within this transformative landscape, entrepreneurial activities have engaged with AI technologies to an unprecedented degree. Specifically, Generative Artificial Intelligence (GenAI) tools, such as ChatGPT and Gemini, represent a milestone in this evolution. These tools hold significant potential for disruption within the entrepreneurial ecosystem by democratizing access to information, augmenting complex problem-solving capabilities, and streamlining decision-making processes. Consequently, GenAI is altering the conventional understanding of entrepreneurship, shifting it from a resource-heavy endeavor to one that is more agile and knowledge-intensive.

Although there is a growing body of research examining the adoption of GenAI technologies among diverse users, there is a notable gap in the empirical literature specifically addressing the adoption of these technologies from an entrepreneurial perspective. Furthermore, the interplay between technology acceptance and individual psychological traits in shaping entrepreneurial intention remains insufficiently explored. Specifically, the role of self-efficacy, defined as an individual's belief in their capability to organize and execute action plans to manage future situations, as a boundary condition in the relationship between GenAI acceptance and entrepreneurial intention has not been adequately addressed. To fill this gap, this study proposes a theoretically integrated model grounded in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), the Theory of Planned Behavior (TPB), and Social Cognitive Theory (SCT). The primary objective is to empirically examine the effect of GenAI acceptance on entrepreneurial intention and to elucidate the moderating role of self-efficacy in these relationships.

The theoretical framework of this study is based on the three prominent frameworks: UTAUT, TPB, and SCT. UTAUT provides a robust lens for understanding technology adoption by incorporating performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence as key determinants. The Theory of Planned Behavior (TPB) complements this by positing that intention is the most proximal predictor of human behavior. Given that this study focuses on novel entrepreneurship, entrepreneurial intention is considered the appropriate dependent variable. Finally, Social Cognitive Theory (SCT) introduces self-efficacy as a critical cognitive mechanism governing human agency. In this study, self-efficacy is conceptualized not merely as a direct antecedent but as a crucial moderator that regulates the strength and direction of the relationship between technology acceptance factors and entrepreneurial intention. The study hypothesizes that UTAUT constructs influence intention, but that self-efficacy will moderate these effects and potentially function as a compensatory resource for individuals who have less confidence in their entrepreneurial abilities.

To test the proposed hypotheses, this study employed a quantitative research design utilizing a cross-sectional survey method. The research population comprised individuals with potential entrepreneurial intention in Turkey. The final sample consisted of 406 participants, selected through convenience sampling techniques. Data collection was conducted through an online questionnaire utilizing valid and reliable multi-item scales adapted from extant literature. GenAI acceptance was measured using the "Generative Artificial Intelligence Acceptance Scale" adapted from Yilmaz et al. (2024). Entrepreneurial Intention was assessed using a scale by Sesen and Basim (2012), and General Self-Efficacy was measured using a scale adapted by Aypay (2010). All items were rated on a 5-point Likert scale. The data collection process adhered to strict ethical guidelines, with official approval granted by the Şırnak University Ethics Committee (Date: 11/11/2024, Decision Number: E-74546226-050.99-115823). Data analysis was performed using SPSS 24 and AMOS 24. The procedure followed a two-step approach: first, the measurement model was assessed utilizing Confirmatory Factor Analysis (CFA) to ensure internal consistency and construct validity. Subsequently, Structural Equation Modeling (SEM) was employed to test the hypothesized direct relationships and moderating effects.

The structural model demonstrated a good fit with the empirical data (CMIN/df=3.248, CFI=0.950, RMSEA=0.074). According to the results, performance expectancy and social influence were found to have a statistically significant and positive effect on entrepreneurial intention. This suggests that prospective

entrepreneurs perceive AI primarily as a strategic tool for enhancing productivity and gaining social legitimacy. Conversely, effort expectancy and facilitating conditions did not exert a significant direct impact on intention.

The most significant contribution of the study lies in the moderation analysis. Self-efficacy was found to have a significant negative moderating effect on the relationships between all UTAUT constructs and entrepreneurial intention. Simple slope tests revealed that for individuals with low self-efficacy, the positive impact of GenAI acceptance factors (particularly performance expectancy and social influence) on entrepreneurial intention was significant. In contrast, for individuals with high self-efficacy, this relationship was insignificant. These findings indicate a moderating effect, in which GenAI serves as a critical external resource for individuals who lack confidence in their internal capabilities. High self-efficacy individuals appear to rely on their intrinsic agency, rendering the external boost from AI tools less critical. However, individuals with low self-efficacy rely heavily on perceived AI benefits to bridge their confidence gap.

The study concludes that Generative AI functions as a powerful equalizer in the entrepreneurial landscape. It empowers individuals with lower self-efficacy by providing them with the perceived augmented capabilities and social validation necessary to form entrepreneurial intentions. The findings challenge the conventional assumption that technology and self-efficacy always work synergistically; instead, this research demonstrates that they can function in a compensatory way. Practically, the results suggest that policymakers and educators should adapt entrepreneurship programs to leverage this moderation mechanism. For aspiring entrepreneurs with low self-confidence, entrepreneurship training should clearly highlight how GenAI tools can improve performance and make them stand out in their social environment, thereby boosting their entrepreneurial intentions.

Keywords: Artificial Intelligence Acceptance, Performance Expectation, Effort Expectation, Facilitating Conditions, Social Influence, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions, Structural Equality Modeling

ملخص منظم:

على (AI) في العصر الرقمي المعاصر، تعمل السرعة المتزايدة للتطورات التكنولوجية، لا سيما في مجال الذكاء الاصطناعي إعادة هيكلة النماذج التقليدية للإنتاج والعمل بشكل جذري. هذه الظاهرة، التي تُعرف على نطاق واسع باسم «التحول الرقمي»، لا تحفز ظهور نماذج أعمال ثورية فحسب، بل تستلزم أيضًا إعادة تعريف شاملة للعمليات التشغيلية الحالية. وفي ظل هذا المشهد التحولي، تفاعلت الأنشطة مثل (GenAI) الريادية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة لم يسبق لها مثيل. وعلى وجه التحديد، تمثل أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي علامة فارقة في هذا التطور. وتتمتع هذه الأدوات بإمكانيات كبيرة لإحداث تغيير جذري داخل النظام البيئي لريادة (ChatGPT و Gemini)، الأعمال من خلال إتاحة الوصول إلى المعلومات للجميع، وتعزيز قدرات حل المشكلات المعقدة، وتبسيط عمليات صنع القرار. ونتيجة لذلك على تغيير الفهم التقليدي لريادة الأعمال، وتحولها من مسعى يستهلك موارد كثيرة إلى مسعى (GenAI) يعمل الذكاء الاصطناعي التوليدي أكثر مرونة وكثافة معرفية.

بين مستخدمين (GenAI) على الرغم من وجود مجموعة متزايدة من الأبحاث التي تدرس تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي متنوعين، إلا أن هناك فجوة ملحوظة في الأدبيات التجريبية التي تتناول على وجه التحديد تبني هذه التقنيات من منظور ريادة الأعمال. علاوة على ذلك، لا يزال التفاعل بين قبول التكنولوجيا والسمات النفسية الفردية في تشكيل النية الريادية غير مستكشف بشكل كافٍ. وعلى وجه التحديد لم يتم تناول دور «الكفاءة الذاتية» — التي تُعرف بأنها إيمان الفرد بقدرته على تنظيم وتنفيذ خطط العمل لإدارة المواقف المستقبلية — كشرط والنوايا الريادية بشكل كافٍ. لسد هذه الفجوة، تقترح هذه الدراسة (GenAI) حدودي في العلاقة بين قبول الذكاء الاصطناعي من الجيل الجديد و«النظرية، (TPB)» و«نظرية السلوك المخطط» (UTAUT) (نموذجًا متكاملًا نظريًا يستند إلى «النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، على النية الريادية تجريبيًا (GenAI) ويتمثل الهدف الأساسي في دراسة تأثير قبول الذكاء الاصطناعي العام (SCT) «المعرفة الاجتماعية وتوضيح الدور المعتدل للكفاءة الذاتية في هذه العلاقات.

توفر نظرية القبول والاستخدام الموحدة (SCT) و TPB و UTAUT: يستند الإطار النظري لهذه الدراسة إلى ثلاثة أطر بارزة منظوريًا قويًا لفهم تبني التكنولوجيا من خلال دمج توقعات الأداء، وتوقعات الجهد، والظروف الميسرة، والتأثير الاجتماعي كعوامل (UTAUT) ذلك بافتراض أن النية هي المتنبئ الأقرب للسلوك البشري. ونظرًا لأن هذه الدراسة (TPB) محددة رئيسية. وتكمل نظرية السلوك المخطط الكفاءة (SCT) تركيز على ريادة الأعمال الجديدة، فإن النية الريادية تُعتبر المتغير التابع المناسب. وأخيرًا، تُقدم النظرية المعرفية الاجتماعية الذاتية كآلية معرفية حاسمة تحكم الفاعلية البشرية. وفي هذه الدراسة، لا يُنظر إلى الكفاءة الذاتية كمجرد سلف مباشر فحسب، بل كعامل مُعدل يؤثر على النية، لكن UTAUT حاسم ينظم قوة واتجاه العلاقة بين عوامل قبول التكنولوجيا والنية الريادية. تفترض الدراسة أن مكونات نموذج الكفاءة الذاتية ستعمل كمُغير معتدل لهذه التأثيرات وربما تعمل كـ«مورد تعويضي» للأفراد الذين لديهم ثقة أقل في قدراتهم الريادية.

لاختبار الفرضيات المقترحة، استخدمت هذه الدراسة تصميمًا بحثيًا كمياً يعتمد على طريقة المسح المقطعي. وشملت العينة البحثية أفرادًا لديهم نية ريادية محتملة في تركيا. وتألّفت العينة النهائية من 406 مشاركًا، تم اختيارهم من خلال تقنيات أخذ العينات حسب الملاءمة. تم

جمع البيانات من خلال استبيان عبر الإنترنت باستخدام مقاييس متعددة البنود صالحة وموثوقة مقتبسة من الأدبيات الموجودة. تم قياس قبول تم تقييم النية الريادية. (Yilmaz et al. (2024) الذكاء الاصطناعي التوليدي باستخدام «مقياس قبول الذكاء الاصطناعي التوليدي» المقتبس من تم تقييم جميع البنود. (Aypay (2010) وتم قياس الكفاءة الذاتية العامة باستخدام مقياس قام، (Basim وSesen (2012) باستخدام مقياس وضعه على مقياس ليكرت المكون من 5 نقاط. التزمت عملية جمع البيانات بإرشادات أخلاقية صارمة، مع الحصول على موافقة رسمية من لجنة أجري تحليل البيانات باستخدام (E-74546226-050.99-115823: التاريخ: 11/11/2024، رقم القرار) الأخلاقيات بجامعة شيرناك (CFA) اتبعت العملية نهجاً من خطوتين: أولاً، تم تقييم نموذج القياس باستخدام التحليل العاملي التأكيدي SPSS 24 وAMOS 24 برنامجي لاختبار العلاقات المباشرة والمفترضة والتأثيرات (SEM) لضمان الاتساق الداخلي وصحة البناء. بعد ذلك، تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية المعدلة.

ووفقاً (CMIN/df=3.248، CFI=0.950، RMSEA=0.074) أظهر النموذج الهيكلي ملاءمة جيدة مع البيانات التجريبية للنتائج، تبين أن توقعات الأداء والتأثير الاجتماعي لهما تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية على النية الريادية. ويشير هذا إلى أن رواد الأعمال المحتملين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي في المقام الأول كأداة استراتيجية لتعزيز الإنتاجية واكتساب الشرعية الاجتماعية. وعلى العكس من ذلك، لم يكن لتوقعات الجهد والظروف الميسرة تأثير مباشر ذي دلالة إحصائية على النية

تكمّن المساهمة الأهم للدراسة في تحليل التوسط. فقد تبين أن الكفاءة الذاتية لها تأثير توسيطي سلبي ذو دلالة إحصائية على العلاقات والنية الريادية. وكشفت اختبارات المنحدر البسيط أنه بالنسبة للأفراد ذوي الكفاءة الذاتية المنخفضة، كان UTAUT بين جميع مكونات نموذج (لا سيما توقعات الأداء والتأثير الاجتماعي) على النية الريادية ذو دلالة (GenAI) التأثير الإيجابي لعوامل قبول الذكاء الاصطناعي العام إحصائية. في المقابل، بالنسبة للأفراد ذوي الكفاءة الذاتية العالية، كانت هذه العلاقة غير ذات دلالة إحصائية. تشير هذه النتائج إلى وجود تأثير كمورد خارجي حاسم للأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في قدراتهم الداخلية. يبدو أن (GenAI) معتدل، حيث تعمل الذكاء الاصطناعي التوليدي، الأفراد ذوي الكفاءة الذاتية العالية يعتمدون على قدرتهم الذاتية، مما يجعل الدعم الخارجي من أدوات الذكاء الاصطناعي أقل أهمية. ومع ذلك، يعتمد الأفراد ذوو الكفاءة الذاتية المنخفضة بشكل كبير على الفوائد المتصورة للذكاء الاصطناعي لسد فجوة الثقة لديهم.

وتخلص الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يعمل كعامل موازنة قوي في المشهد الريادي. فهو يمكّن الأفراد ذوي الكفاءة الذاتية المنخفضة من خلال تزويدهم بالقدرات المعززة المتصورة والتأييد الاجتماعي اللازمين لتكوين نوايا ريادية. وتتحدى هذه النتائج الافتراض التقليدي القائل بأن التكنولوجيا والكفاءة الذاتية تعملان دائماً بشكل تآزري؛ بل إن هذا البحث يثبت أنهما يمكن أن تعملان بطريقة تعويضية. ومن الناحية العملية، تشير النتائج إلى أنه ينبغي على صانعي السياسات والمعلمين تكيف برامج ريادة الأعمال للاستفادة من آلية التوازن هذه. بالنسبة لرواد الأعمال الطموحين الذين يعانون من انخفاض الثقة بالنفس، يجب أن يسلط التدريب على ريادة الأعمال الضوء بوضوح على كيفية قيام بتحسين الأداء وجعلهم يبرزون في بيئتهم الاجتماعية، مما يعزز نواياهم الريادية (GenAI) أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي

الكلمات المفتاحية: قبول الذكاء الاصطناعي، توقعات الأداء، توقعات الجهد، الظروف الميسرة، التأثير الاجتماعي، الكفاءة الذاتية النوايا الريادية، نمذجة المساواة الهيكلية

Résumé Structuré:

À l'ère numérique actuelle, l'accélération des progrès technologiques, en particulier dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA), est en train de restructurer en profondeur les paradigmes traditionnels de la production et du travail. Ce phénomène, largement qualifié de « transformation numérique », ne se contente pas de catalyser l'émergence de modèles économiques disruptifs, mais impose également une redéfinition en profondeur des processus opérationnels existants. Dans ce contexte de transformation, les activités entrepreneuriales ont intégré les technologies d'IA à un degré sans précédent. Plus précisément, les outils d'intelligence artificielle générative (GenAI), tels que ChatGPT et Gemini, constituent une étape décisive dans cette évolution. Ces outils recèlent un potentiel disruptif considérable au sein de l'écosystème entrepreneurial en démocratisant l'accès à l'information, en renforçant les capacités de résolution de problèmes complexes et en rationalisant les processus décisionnels. Par conséquent, la GenAI modifie la conception traditionnelle de l'entrepreneuriat, le faisant passer d'une activité gourmande en ressources à une activité plus agile et à forte intensité de connaissances.

Bien qu'un nombre croissant de recherches examinent l'adoption des technologies GenAI par divers utilisateurs, il existe une lacune notable dans la littérature empirique traitant spécifiquement de l'adoption de ces technologies d'un point de vue entrepreneurial. De plus, l'interaction entre l'acceptation de la technologie et les traits psychologiques individuels dans la formation de l'intention entrepreneuriale reste insuffisamment explorée. Plus précisément, le rôle de l'auto-efficacité — définie comme la conviction d'un individu quant à sa capacité à organiser et à mettre en œuvre des plans d'action pour gérer des situations futures — en tant que condition limite dans la relation entre l'acceptation de l'IA générique et l'intention entrepreneuriale n'a pas été suffisamment abordé. Pour combler cette lacune, la présente étude propose un modèle théoriquement intégré s'appuyant sur la Théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie (UTAUT), la Théorie du

comportement planifié (TPB) et la Théorie socio-cognitive (SCT). L'objectif principal est d'examiner empiriquement l'effet de l'acceptation de l'IA générative sur l'intention entrepreneuriale et d'élucider le rôle modérateur de l'auto-efficacité dans ces relations.

Le cadre théorique de cette étude repose sur trois cadres théoriques majeurs : l'UTAUT, la TPB et la SCT. L'UTAUT offre une perspective solide pour comprendre l'adoption des technologies en intégrant l'attente de performance, l'attente d'effort, les conditions facilitantes et l'influence sociale comme déterminants clés. La théorie du comportement planifié (TPB) complète cette approche en posant que l'intention est le prédicteur le plus proche du comportement humain. Étant donné que cette étude porte sur l'entrepreneuriat de création, l'intention entrepreneuriale est considérée comme la variable dépendante appropriée. Enfin, la théorie sociale cognitive (SCT) introduit l'auto-efficacité comme un mécanisme cognitif essentiel régissant l'action humaine. Dans cette étude, l'auto-efficacité est conceptualisée non seulement comme un antécédent direct, mais aussi comme un modérateur crucial qui régule la force et la direction de la relation entre les facteurs d'acceptation de la technologie et l'intention entrepreneuriale. L'étude émet l'hypothèse que les concepts de l'UTAUT influencent l'intention, mais que l'auto-efficacité modérera ces effets et pourrait servir de « ressource compensatoire » pour les individus ayant moins confiance en leurs capacités entrepreneuriales.

Pour tester les hypothèses proposées, cette étude a adopté un plan de recherche quantitatif utilisant une méthode d'enquête transversale. La population étudiée était composée d'individus présentant une intention entrepreneuriale potentielle en Turquie. L'échantillon final était constitué de 406 participants, sélectionnés à l'aide de techniques d'échantillonnage par commodité. La collecte des données a été réalisée à l'aide d'un questionnaire en ligne utilisant des échelles à items multiples valides et fiables, adaptées de la littérature existante. L'acceptation de l'IA générative a été mesurée à l'aide de l'« Échelle d'acceptation de l'intelligence artificielle générative » adaptée de Yilmaz et al. (2024). L'intention entrepreneuriale a été évaluée à l'aide d'une échelle de Sesen et Basim (2012), et l'auto-efficacité générale a été mesurée à l'aide d'une échelle adaptée par Aypay (2010). Tous les items ont été notés sur une échelle de Likert à 5 points. Le processus de collecte des données a respecté des directives éthiques strictes, avec l'autorisation officielle accordée par le comité d'éthique de l'université de Şırnak (date : 11/11/2024, numéro de décision : E-74546226-050.99-115823). L'analyse des données a été réalisée à l'aide des logiciels SPSS 24 et AMOS 24. La procédure a suivi une approche en deux étapes : dans un premier temps, le modèle de mesure a été évalué à l'aide d'une analyse factorielle confirmatoire (AFC) afin de garantir la cohérence interne et la validité conceptuelle. Par la suite, la modélisation par équations structurelles (MES) a été utilisée pour tester les relations directes hypothétiques et les effets modérateurs.

Le modèle structurel a montré un bon ajustement aux données empiriques ($CMIN/df = 3,248$, $CFI = 0,950$, $RMSEA = 0,074$). D'après les résultats, les attentes de performance et l'influence sociale ont eu un effet positif et statistiquement significatif sur l'intention entrepreneuriale. Cela suggère que les entrepreneurs potentiels perçoivent l'IA principalement comme un outil stratégique permettant d'améliorer la productivité et d'acquérir une légitimité sociale. À l'inverse, l'attente d'effort et les conditions facilitantes n'ont pas exercé d'impact direct significatif sur l'intention.

La contribution la plus significative de cette étude réside dans l'analyse de modulation. L'auto-efficacité s'est avérée avoir un effet modérateur négatif significatif sur les relations entre toutes les dimensions de l'UTAUT et l'intention entrepreneuriale. Des tests de pente simple ont révélé que, pour les individus présentant une faible auto-efficacité, l'impact positif des facteurs d'acceptation de l'IA générique (en particulier l'attente de performance et l'influence sociale) sur l'intention entrepreneuriale était significatif. En revanche, chez les individus présentant une auto-efficacité élevée, cette relation était non significative. Ces résultats indiquent un effet modérateur, dans lequel l'IA générative sert de ressource externe essentielle pour les individus qui manquent de confiance en leurs capacités internes. Les individus dotés d'une auto-efficacité élevée semblent s'appuyer sur leur capacité d'action intrinsèque, rendant ainsi moins cruciale la stimulation externe apportée par les outils d'IA. En revanche, les individus présentant une faible auto-efficacité s'appuient fortement sur les avantages perçus de l'IA pour combler leur manque de confiance.

L'étude conclut que l'IA générative agit comme un puissant facteur d'égalisation dans le paysage entrepreneurial. Elle autonomise les individus ayant une faible auto-efficacité en leur fournissant les capacités perçues comme accrues et la validation sociale nécessaires pour développer des intentions entrepreneuriales.

Ces résultats remettent en cause l'hypothèse conventionnelle selon laquelle la technologie et l'auto-efficacité fonctionnent toujours en synergie ; au contraire, cette recherche démontre qu'elles peuvent agir de manière compensatoire. Concrètement, les résultats suggèrent que les décideurs politiques et les éducateurs devraient adapter les programmes d'entrepreneuriat afin de tirer parti de ce mécanisme de modération. Pour les entrepreneurs en herbe ayant une faible confiance en eux, la formation à l'entrepreneuriat devrait clairement mettre en avant la manière dont les outils d'IA générative peuvent améliorer leurs performances et leur permettre de se démarquer dans leur environnement social, renforçant ainsi leurs intentions entrepreneuriales.

Mots-clés: Acceptation de l'intelligence artificielle, Attentes de performance, Attentes d'effort, Conditions facilitantes, Influence sociale, Auto-efficacité, Intentions entrepreneuriales, Modélisation de l'égalité structurelle

Resumen Estructurado:

En la era digital actual, la aceleración de los avances tecnológicos, especialmente en el ámbito de la inteligencia artificial (IA), está reestructurando de forma radical los paradigmas tradicionales de la producción y el trabajo. Este fenómeno, ampliamente conocido como «transformación digital», no solo cataliza la aparición de modelos de negocio disruptivos, sino que también exige una redefinición integral de los procesos operativos existentes. En este panorama transformador, las actividades emprendedoras han incorporado las tecnologías de IA en un grado sin precedentes. En concreto, las herramientas de inteligencia artificial generativa (GenAI), como ChatGPT y Gemini, representan un hito en esta evolución. Estas herramientas encierran un importante potencial de disrupción dentro del ecosistema emprendedor al democratizar el acceso a la información, potenciar la capacidad para resolver problemas complejos y agilizar los procesos de toma de decisiones. En consecuencia, la GenAI está alterando la concepción convencional del emprendimiento, transformándolo de una actividad que requiere grandes recursos a otra más ágil y basada en el conocimiento.

Aunque existe un creciente corpus de investigación que examina la adopción de tecnologías de GenAI entre diversos usuarios, se observa una notable laguna en la literatura empírica que aborde específicamente la adopción de estas tecnologías desde una perspectiva emprendedora. Además, la interacción entre la aceptación de la tecnología y los rasgos psicológicos individuales a la hora de configurar la intención emprendedora sigue sin estar suficientemente explorada. En concreto, no se ha abordado adecuadamente el papel de la autoeficacia —definida como la creencia de un individuo en su capacidad para organizar y ejecutar planes de acción con el fin de gestionar situaciones futuras— como condición limitante en la relación entre la aceptación de la GenAI y la intención emprendedora. Para subsanar esta laguna, este estudio propone un modelo teóricamente integrado basado en la Teoría Unificada de la Aceptación y el Uso de la Tecnología (UTAUT), la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) y la Teoría Cognitiva Social (SCT). El objetivo principal es examinar empíricamente el efecto de la aceptación de la IA general en la intención emprendedora y esclarecer el papel moderador de la autoeficacia en estas relaciones.

El marco teórico de este estudio se basa en tres marcos destacados: la UTAUT, la TPB y la SCT. La UTAUT ofrece una perspectiva sólida para comprender la adopción de la tecnología al incorporar la expectativa de rendimiento, la expectativa de esfuerzo, las condiciones facilitadoras y la influencia social como determinantes clave. La Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) complementa esto al postular que la intención es el predictor más próximo del comportamiento humano. Dado que este estudio se centra en el emprendimiento novedoso, la intención emprendedora se considera la variable dependiente adecuada. Por último, la Teoría Cognitiva Social (SCT) introduce la autoeficacia como un mecanismo cognitivo fundamental que rige la agencia humana. En este estudio, la autoeficacia se conceptualiza no solo como un antecedente directo, sino como un moderador crucial que regula la intensidad y la dirección de la relación entre los factores de aceptación de la tecnología y la intención emprendedora. El estudio plantea la hipótesis de que los constructos del modelo UTAUT influyen en la intención, pero que la autoeficacia moderará estos efectos y podría funcionar como un «recurso compensatorio» para las personas que tienen menos confianza en sus capacidades emprendedoras.

Para comprobar las hipótesis propuestas, este estudio empleó un diseño de investigación cuantitativo utilizando un método de encuesta transversal. La población de la investigación estuvo compuesta por personas con una posible intención emprendedora en Turquía. La muestra final consistió en 406 participantes,

seleccionados mediante técnicas de muestreo por conveniencia. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante un cuestionario en línea que utilizaba escalas de múltiples ítems, válidas y fiables, adaptadas de la bibliografía existente. La aceptación de la IA generativa se midió utilizando la «Escala de aceptación de la inteligencia artificial generativa», adaptada de Yilmaz et al. (2024). La intención emprendedora se evaluó mediante una escala de Sesen y Basim (2012), y la autoeficacia general se midió utilizando una escala adaptada por Aypay (2010). Todos los ítems se puntuaron en una escala de Likert de 5 puntos. El proceso de recogida de datos se ajustó a estrictas directrices éticas, con la aprobación oficial concedida por el Comité de Ética de la Universidad de Şırnak (Fecha: 11/11/2024, Número de decisión: E-74546226-050.99-115823). El análisis de los datos se realizó con SPSS 24 y AMOS 24. El procedimiento siguió un enfoque en dos pasos: en primer lugar, se evaluó el modelo de medición mediante un análisis factorial confirmatorio (AFC) para garantizar la consistencia interna y la validez de constructo. Posteriormente, se empleó el modelo de ecuaciones estructurales (MEC) para comprobar las relaciones directas hipotéticas y los efectos moderadores.

El modelo estructural demostró un buen ajuste con los datos empíricos ($CMIN/df = 3,248$; $CFI = 0,950$; $RMSEA = 0,074$). Según los resultados, se observó que la expectativa de rendimiento y la influencia social tenían un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la intención emprendedora. Esto sugiere que los futuros emprendedores perciben la IA principalmente como una herramienta estratégica para mejorar la productividad y obtener legitimidad social. Por el contrario, la expectativa de esfuerzo y las condiciones facilitadoras no ejercieron un impacto directo significativo sobre la intención.

La contribución más significativa del estudio radica en el análisis de moderación. Se observó que la autoeficacia tenía un efecto moderador negativo significativo sobre las relaciones entre todos los constructos del modelo UTAUT y la intención emprendedora. Las pruebas de pendiente simple revelaron que, para las personas con baja autoeficacia, el impacto positivo de los factores de aceptación de la IA general (en particular, la expectativa de rendimiento y la influencia social) sobre la intención emprendedora era significativo. Por el contrario, en el caso de las personas con alta autoeficacia, esta relación no fue significativa. Estos hallazgos indican un efecto moderador, en el que la IA generativa actúa como un recurso externo fundamental para las personas que carecen de confianza en sus capacidades internas. Las personas con alta autoeficacia parecen confiar en su agencia intrínseca, lo que hace que el impulso externo de las herramientas de IA resulte menos crucial. Sin embargo, las personas con baja autoeficacia dependen en gran medida de los beneficios percibidos de la IA para subsanar su falta de confianza.

El estudio concluye que la IA generativa actúa como un potente igualador en el panorama emprendedor. Empodera a las personas con menor autoeficacia al proporcionarles las capacidades percibidas como aumentadas y la validación social necesarias para desarrollar intenciones emprendedoras. Los resultados cuestionan la suposición convencional de que la tecnología y la autoeficacia siempre funcionan de manera sinérgica; en cambio, esta investigación demuestra que pueden actuar de forma compensatoria. En la práctica, los resultados sugieren que los responsables políticos y los educadores deberían adaptar los programas de emprendimiento para aprovechar este mecanismo moderador. Para los aspirantes a emprendedores con baja confianza en sí mismos, la formación en emprendimiento debería destacar claramente cómo las herramientas de IA generativa pueden mejorar su rendimiento y hacer que destaquen en su entorno social, impulsando así sus intenciones emprendedoras.

Palabras clave: Aceptación de la inteligencia artificial, expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condiciones facilitadoras, influencia social, autoeficacia, intenciones emprendedoras, modelización de la igualdad estructural

结构化摘要:

在当今数字时代，技术进步的速度不断加快，特别是在人工智能（AI）领域，这正在从根本上重塑传统的生产和劳动范式。这一现象通常被概括为“数字化转型”，它不仅催生了颠覆性的商业模式，也要求对现有的运营流程进行全面重新定义。在这个转型的大背景下，创业活动与人工智能技术的结合程度已达到前所未有的高度。具体而言，生成式人工智能（GenAI）工具（如ChatGPT和Gemini）标志着这一演进历程中的重要里程碑。这些工具通过普及信息获取渠道、增强复杂问题解决

决能力以及优化决策流程，在创业生态系统中蕴含着巨大的颠覆潜力。因此，生成式人工智能正在改变人们对创业的传统认知，使其从一种资源密集型活动转变为更具敏捷性且知识密集型的活动。

尽管关于不同用户群体采用生成式人工智能技术的研究日益增多，但在实证文献中，专门从创业视角探讨这些技术采用情况的研究仍存在显著缺口。此外，技术接受度与个体心理特质在塑造创业意图方面的相互作用，目前也尚未得到充分探讨。具体而言，自我效能感——即个人相信自己有能力组织并执行行动计划以应对未来情境——作为生成式人工智能接受度与创业意图之间关系中的边界条件，其作用尚未得到充分探讨。为填补这一空白，本研究提出了一个基于“技术接受与使用统一理论”（UTAUT）、“计划行为理论”（TPB）和“社会认知理论”（SCT）的理论整合模型。主要目标是实证考察生成式人工智能（GenAI）接受度对创业意图的影响，并阐明自我效能感在这些关系中的调节作用。

本研究的理论框架基于三大主要理论框架：UTAUT、TPB 和 SCT。UTAUT 通过将绩效预期、努力预期、促进条件和社会影响作为关键决定因素，为理解技术采用提供了有力的视角。计划行为理论（TPB）则通过提出“意图是人类行为最直接的预测变量”这一观点，对此进行了补充。鉴于本研究聚焦于初创型创业，创业意向被视为合适的因变量。最后，社会认知理论（SCT）将自我效能感引入为支配人类能动性的关键认知机制。在本研究中，自我效能感不仅被视为直接先导变量，更被视为一种关键的调节变量，它调节着技术接受因素与创业意向之间关系强度和方向。本研究假设 UTAUT 构念会影响创业意向，但自我效能感将调节这些效应，并可能对那些对自己创业能力信心不足的个体起到“补偿性资源”的作用。

为检验所提出的假设，本研究采用定量研究设计，运用横断面调查方法。研究对象为土耳其具有潜在创业意向的个人。最终样本包括406名参与者，通过便利抽样技术选取。数据收集通过在线问卷进行，采用改编自现有文献的、具有效度和可靠性的多项目量表。生成式人工智能接受度采用改编自Yilmaz等人（2024）的“生成式人工智能接受度量表”进行测量；创业意向采用Sesen和Basim（2012）的量表进行评估；一般自我效能感则采用Aypay（2010）改编的量表进行测量。所有项目均采用5点李克特量表进行评分。数据收集过程严格遵守伦理准则，并获得了希尔纳克大学伦理委员会的正式批准（日期：2024年11月11日，批准编号：E-74546226-050.99-115823）。数据分析采用SPSS 24和AMOS 24软件进行。分析流程遵循两步法：首先，利用确认性因子分析（CFA）评估测量模型，以确保内部一致性和构念效度；随后，采用结构方程模型（SEM）检验假设的直接关系和调节效应。

结构模型与实证数据吻合良好（CMIN/df=3.248，CFI=0.950，RMSEA=0.074）。结果表明，绩效预期和社会影响对创业意向具有统计上显著的正向影响。这表明，潜在创业者主要将人工智能视为提高生产力和获得社会合法性的战略工具。相反，努力预期和促进条件并未对创业意向产生显著的直接调节影响。

本研究最重要的贡献在于调节分析。结果发现，自我效能感对所有UTAUT构念与创业意向之间的关系具有显著的负调节效应。简单斜率检验显示，对于自我效能感较低的个体而言，生成式人工智能（GenAI）接受因素（特别是绩效预期和社会影响力）对创业意向的积极影响显著。相比之下，对于自我效能感较高的人而言，这种关系则不显著。这些发现表明存在一种调节效应：对于缺乏对自身内在能力信心的个体而言，生成式人工智能（GenAI）充当了关键的外部资源。自我效能感较高的人似乎更依赖于自身的内在能动性，因此人工智能工具带来的外部助力对他们而言并不那么关键。然而，自我效能感较低的人则高度依赖于对人工智能效益的感知，以此来弥补其信心缺口。

该研究得出结论：生成式人工智能在创业领域发挥着强大的“均等化”作用。它通过为自我效能感较低的个体提供形成创业意图所需的“增强能力”感知及社会认可，从而赋能这些群体。这些发现挑战了“技术与自我效能感总是协同作用”的传统假设；相反，本研究表明二者可以发挥补偿性作用。从实践角度来看，研究结果表明政策制定者和教育工作者应调整创业项目，以利用这一调节机制。对于自信心不足的创业者，创业培训应明确强调生成式人工智能工具如何提升其表现，并使其在社交环境中脱颖而出，从而增强其创业意图。

关键词: 人工智能接受度、绩效预期、努力预期、促进条件、社会影响、自我效能感、创业意图、结构平等模型

Структурированное Резюме:

В современную цифровую эпоху ускоряющиеся темпы технологического прогресса, особенно в сфере искусственного интеллекта (ИИ), коренным образом меняют традиционные парадигмы производства и труда. Это явление, широко известное как «цифровая трансформация», не только стимулирует появление прорывных бизнес-моделей, но и требует всестороннего пересмотра существующих операционных процессов. В условиях этих преобразований предпринимательская деятельность в беспрецедентной степени интегрировалась с технологиями ИИ. В частности, инструменты генеративного искусственного интеллекта (GenAI), такие как ChatGPT и Gemini, представляют собой важную веху в этой эволюции. Эти инструменты обладают значительным потенциалом для революционных изменений в предпринимательской экосистеме за счет демократизации доступа к информации, расширения возможностей по решению сложных задач и оптимизации процессов принятия решений. Следовательно, GenAI меняет традиционное понимание предпринимательства, превращая его из ресурсоемкого вида деятельности в более гибкий и наукоемкий.

Хотя появляется всё больше исследований, посвящённых внедрению технологий GenAI среди различных пользователей, в эмпирической литературе наблюдается заметный пробел в изучении именно внедрения этих технологий с предпринимательской точки зрения. Кроме того, взаимосвязь между принятием технологий и индивидуальными психологическими чертами в формировании предпринимательских намерений по-прежнему недостаточно изучена. В частности, не была должным образом рассмотрена роль самоэффективности — определяемой как уверенность человека в своей способности организовывать и реализовывать планы действий для управления будущими ситуациями — в качестве ограничивающего условия во взаимосвязи между принятием GenAI и предпринимательскими намерениями. Чтобы восполнить этот пробел, в данном исследовании предлагается теоретически интегрированная модель, основанная на Единой теории принятия и использования технологий (UTAUT), Теории запланированного поведения (TPB) и Социально-когнитивной теории (SCT). Основная цель состоит в эмпирическом изучении влияния принятия GenAI на предпринимательские намерения и выяснении модераторной роли самоэффективности в этих взаимосвязях.

Теоретическая основа данного исследования базируется на трех ведущих концептуальных моделях: UTAUT, TPB и SCT. UTAUT предоставляет надежную основу для понимания внедрения технологий, включая в качестве ключевых детерминант ожидания результативности, ожидания усилий, способствующих условий и социального влияния. Теория запланированного поведения (TPB) дополняет эту модель, постулируя, что намерение является наиболее непосредственным предиктором человеческого поведения. Учитывая, что данное исследование посвящено новому предпринимательству, предпринимательское намерение рассматривается в качестве подходящей зависимой переменной. Наконец, социально-когнитивная теория (SCT) вводит понятие самоэффективности как критически важного когнитивного механизма, определяющего человеческую активность. В данном исследовании самоэффективность рассматривается не просто как прямой предшествующий фактор, но и как ключевой модератор, регулирующий силу и направление взаимосвязи между факторами принятия технологий и предпринимательским намерением. В исследовании выдвигается гипотеза о том, что конструкты UTAUT влияют на намерение, однако самоэффективность будет модулировать эти эффекты и, возможно, выступать в качестве «компенсационного ресурса» для лиц, менее уверенных в своих предпринимательских способностях.

Для проверки предложенных гипотез в данном исследовании был использован количественный исследовательский дизайн с применением метода перекрестного опроса. Исследовательская совокупность включала лиц с потенциальным предпринимательским намерением в Турции. Окончательная выборка состояла из 406 участников, отобранных с помощью методов удобной выборки. Сбор данных осуществлялся с помощью онлайн-анкеты, в которой использовались валидные

и надежные многопунктовые шкалы, адаптированные из существующей литературы. Принятие генеративного искусственного интеллекта измерялось с помощью «Шкалы принятия генеративного искусственного интеллекта», адаптированной из работы Yilmaz et al. (2024). Предпринимательские намерения оценивались с помощью шкалы Sesen и Basim (2012), а общая самооффективность — с помощью шкалы, адаптированной Аурау (2010). Все пункты оценивались по 5-балльной шкале Лайкерта. Процесс сбора данных осуществлялся в соответствии со строгими этическими принципами, при этом было получено официальное одобрение Комитета по этике Университета Ширнака (Дата: 11.11.2024, № решения: E-74546226-050.99-115823). Анализ данных проводился с использованием программ SPSS 24 и AMOS 24. Процедура осуществлялась по двухэтапному подходу: сначала была оценена измерительная модель с помощью подтверждающего факторного анализа (CFA) для обеспечения внутренней согласованности и конструктивной валидности. Затем было применено структурное уравнение моделирования (SEM) для проверки гипотетических прямых взаимосвязей и модулирующих эффектов.

Структурная модель продемонстрировала хорошее соответствие эмпирическим данным ($\text{CMIN}/\text{df} = 3,248$; $\text{CFI} = 0,950$; $\text{RMSEA} = 0,074$). Согласно результатам, ожидания результативности и социальное влияние оказали статистически значимое положительное влияние на предпринимательские намерения. Это свидетельствует о том, что потенциальные предприниматели воспринимают ИИ в первую очередь как стратегический инструмент для повышения производительности и обретения социальной легитимности. Напротив, ожидания в отношении усилий и благоприятные условия не оказали значимого прямого влияния на намерение.

Наиболее значимый вклад данного исследования заключается в анализе модулирующих эффектов. Было установлено, что самооффективность оказывает значимый отрицательный модулирующий эффект на взаимосвязи между всеми конструктами UTAUT и предпринимательским намерением. Тесты простого наклона показали, что для лиц с низкой самооффективностью положительное влияние факторов принятия GenAI (в частности, ожиданий в отношении результативности и социального влияния) на предпринимательское намерение было значимым. Напротив, для лиц с высокой самооффективностью эта взаимосвязь была незначимой. Эти результаты указывают на модераторный эффект, при котором GenAI выступает в качестве критически важного внешнего ресурса для лиц, не уверенных в своих внутренних способностях. Лица с высокой самооффективностью, по-видимому, полагаются на свои внутренние ресурсы, в результате чего внешняя поддержка со стороны инструментов ИИ становится менее значимой. Однако лица с низкой самооффективностью в значительной степени полагаются на воспринимаемые преимущества ИИ, чтобы восполнить свой дефицит уверенности.

Исследование приходит к выводу, что генеративный ИИ выступает в качестве мощного выравнивающего фактора в предпринимательской среде. Он расширяет возможности людей с низкой самооффективностью, предоставляя им воспринимаемые расширенные способности и социальное признание, необходимые для формирования предпринимательских намерений. Полученные результаты опровергают традиционное предположение о том, что технологии и самооффективность всегда действуют синергически; напротив, данное исследование демонстрирует, что они могут функционировать компенсаторно. С практической точки зрения результаты указывают на то, что разработчики политики и педагоги должны адаптировать программы по предпринимательству, чтобы использовать этот механизм умеренного влияния. Для начинающих предпринимателей с низкой самооценкой обучение предпринимательству должно четко подчеркивать, как инструменты генеративного ИИ могут повысить эффективность их деятельности и помочь им выделиться в социальном окружении, тем самым усиливая их предпринимательские намерения.

Ключевые слова: принятие искусственного интеллекта, ожидания результативности, ожидания усилий, благоприятные условия, социальное влияние, самооффективность, предпринимательские намерения, моделирование структурного равенства

संरचित सारांश:

समकालीन डिजिटल युग में, तकनीकी प्रगति की बढ़ती गति, विशेष रूप से कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) के क्षेत्र में, उत्पादन और श्रम के पारंपरिक प्रतिमानों को मौलिक रूप से पुनर्गठित कर रही है। यह घटना, जिसे व्यापक रूप से डिजिटल परिवर्तन के रूप में माना जाता है, न केवल विघटनकारी व्यावसायिक मॉडलों के उदय को बढ़ावा देती है, बल्कि मौजूदा परिचालन प्रक्रियाओं की व्यापक पुनर्परिभाषा की भी आवश्यकता को जन्म देती है। इस परिवर्तनकारी परिदृश्य में, उद्यमी गतिविधियों ने अभूतपूर्व स्तर पर एआई तकनीकों को अपनाया है।

विशेष रूप से, जेनेरेटिव आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (GenAI) उपकरण, जैसे ChatGPT और Gemini, इस विकास में एक मील का पत्थर हैं। ये उपकरण सूचना तक पहुंच को लोकतांत्रिक बनाकर, जटिल समस्या-समाधान क्षमताओं को बढ़ाकर, और निर्णय लेने की प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करके उद्यमी पारिस्थितिकी तंत्र के भीतर व्यवधान पैदा करने की महत्वपूर्ण क्षमता रखते हैं। परिणामस्वरूप, GenAI उद्यमशीलता की पारंपरिक समझ को बदल रहा है, इसे एक संसाधन-भारी प्रयास से हटाकर एक ऐसे प्रयास में बदल रहा है जो अधिक चुस्त और ज्ञान-गहन है।

हालांकि विविध उपयोगकर्ताओं के बीच GenAI प्रौद्योगिकियों को अपनाने की जांच करने वाला अनुसंधान बढ़ रहा है, उद्यमशीलता के दृष्टिकोण से इन प्रौद्योगिकियों को अपनाने पर विशेष रूप से ध्यान देने वाले अनुभवजन्य साहित्य में एक उल्लेखनीय अंतर है। इसके अलावा, उद्यमशीलता की मंशा को आकार देने में प्रौद्योगिकी स्वीकृति और व्यक्तिगत मनोवैज्ञानिक गुणों के बीच की अंतःक्रिया का अपर्याप्त रूप से पता लगाया गया है। विशेष रूप से, भविष्य की स्थितियों को प्रबंधित करने के लिए कार्य योजनाओं को व्यवस्थित करने और निष्पादित करने की अपनी क्षमता में एक व्यक्ति के विश्वास के रूप में परिभाषित आत्म-प्रभावशीलता की भूमिका, GenAI स्वीकृति और उद्यमशीलता की मंशा के बीच संबंध में एक सीमांत स्थिति के रूप में, पर्याप्त रूप से संबोधित नहीं की गई है। इस अंतराल को पाटने के लिए, यह अध्ययन प्रौद्योगिकी के स्वीकृति और उपयोग के एकीकृत सिद्धांत (UTAUT), नियोजित व्यवहार के सिद्धांत (TPB), और सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत (SCT) पर आधारित एक सैद्धांतिक रूप से एकीकृत मॉडल का प्रस्ताव करता है। इसका प्राथमिक उद्देश्य उद्यमी इरादे पर GenAI स्वीकृति के प्रभाव की अनुभवजन्य रूप से जांच करना और इन संबंधों में आत्म-प्रभावशीलता की मध्यस्थ भूमिका को स्पष्ट करना है।

इस अध्ययन का सैद्धांतिक ढांचा तीन प्रमुख ढांचों पर आधारित है: UTAUT, TPB, और SCT। UTAUT प्रदर्शन अपेक्षा, प्रयास अपेक्षा, सुगम करने वाली स्थितियों, और सामाजिक प्रभाव को प्रमुख निर्धारकों के रूप में शामिल करके प्रौद्योगिकी अपनाने को समझने के लिए एक ठोस दृष्टिकोण प्रदान करता है। नियोजित व्यवहार का सिद्धांत (TPB) यह मानकर इस बात की पुष्टि करता है कि इरादा मानव व्यवहार का सबसे निकटवर्ती पूर्वानुमानकर्ता है। चूंकि यह अध्ययन नवोन्मेषी उद्यमिता पर केंद्रित है, इसलिए उद्यमी इरादे को उपयुक्त आश्रित चर माना गया है। अंत में, सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत (SCT) मानव एजेंसी को नियंत्रित करने वाली एक महत्वपूर्ण संज्ञानात्मक तंत्र के रूप में आत्म-कुशलता को प्रस्तुत करता है। इस अध्ययन में, आत्म-कुशलता को केवल एक प्रत्यक्ष पूर्ववर्ती के रूप में नहीं, बल्कि एक महत्वपूर्ण मध्यस्थ के रूप में अवधारित किया गया है जो प्रौद्योगिकी स्वीकृति कारकों और उद्यमी इरादे के बीच संबंध की ताकत और दिशा को नियंत्रित करता है।

अध्ययन यह परिकल्पना करता है कि UTAUT संरचनाएँ इरादे को प्रभावित करती हैं, लेकिन आत्म-प्रभावशीलता इन प्रभावों को मध्यस्थता करेगी और संभावित रूप से उन व्यक्तियों के लिए एक "क्षतिपूर्ति संसाधन" के रूप में कार्य करेगी जिनके पास अपनी उद्यमी क्षमताओं में कम आत्मविश्वास है।

प्रस्तावित परिकल्पनाओं का परीक्षण करने के लिए, इस अध्ययन ने एक क्रॉस-सेक्शनल सर्वेक्षण पद्धति का उपयोग करते हुए एक मात्रात्मक शोध डिजाइन को नियोजित किया। शोध आबादी में तुर्की में संभावित उद्यमी इरादे वाले व्यक्ति शामिल थे। अंतिम नमूने में 406 प्रतिभागी थे, जिन्हें सुविधा नमूनाकरण तकनीकों के माध्यम से चुना गया था।

डेटा संग्रह एक ऑनलाइन प्रश्नावली के माध्यम से किया गया, जिसमें मौजूदा साहित्य से अनुकूलित मान्य और विश्वसनीय बहु-आइटम पैमानों का उपयोग किया गया। GenAI स्वीकृति को यिल्माज़ एट अल. (2024) से अनुकूलित "जेनेरेटिव आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस एक्सेप्शन स्केल" का उपयोग करके मापा गया। उद्यमशीलता की मंशा का आकलन सेसेन और बासिम (2012) के पैमाने का उपयोग करके किया गया, और सामान्य आत्म-कुशलता को आयपाय द्वारा अनुकूलित पैमाने का उपयोग करके मापा गया। (2010)। सभी आइटमों को 5-बिंदु लाइकर्ट पैमाने पर रेट किया गया था। डेटा संग्रह प्रक्रिया ने सख्त नैतिक दिशानिर्देशों का पालन किया, जिसके लिए शिरनाक विश्वविद्यालय नैतिकता समिति (तिथि: 11/11/2024, निर्णय संख्या: E-74546226-050.99-115823) द्वारा आधिकारिक अनुमोदन दिया गया था।

डेटा विश्लेषण SPSS 24 और AMOS 24 का उपयोग करके किया गया। इस प्रक्रिया में दो-चरणीय दृष्टिकोण अपनाया गया: सबसे पहले, आंतरिक स्थिरता और संरचनात्मक वैधता सुनिश्चित करने के लिए पुष्टिकारी कारक विश्लेषण (CFA) का उपयोग करके मापन मॉडल का मूल्यांकन किया गया। इसके बाद, परिकल्पित प्रत्यक्ष संबंधों और मध्यस्थ प्रभावों का परीक्षण करने के लिए संरचनात्मक समीकरण मॉडलिंग (SEM) का उपयोग किया गया।

संरचनात्मक मॉडल ने अनुभवजन्य डेटा के साथ एक अच्छा अनुकूलन (फिट) प्रदर्शित किया (CMIN/df=3.248, CFI=0.950, RMSEA=0.074)। परिणामों के अनुसार, प्रदर्शन अपेक्षा और सामाजिक प्रभाव को उद्यमी इरादे पर सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण और सकारात्मक प्रभाव डालते हुए पाया गया। यह दर्शाता है कि भावी उद्यमी एआई (AI) को मुख्य रूप से उत्पादकता बढ़ाने और सामाजिक वैधता प्राप्त करने के लिए एक रणनीतिक उपकरण के रूप में देखते हैं।

इसके विपरीत, प्रयास अपेक्षा और सुगम करने वाली स्थितियों का इरादे पर कोई महत्वपूर्ण प्रत्यक्ष प्रभाव नहीं पड़ा।

इस अध्ययन का सबसे महत्वपूर्ण योगदान मध्यस्थता विश्लेषण में निहित है। सभी UTAUT संरचनाओं और उद्यमशीलता इरादे के बीच के संबंधों पर आत्म-प्रभावशीलता का एक महत्वपूर्ण नकारात्मक मध्यस्थता प्रभाव पाया गया। सरल ढलान परीक्षणों से पता चला कि कम आत्म-प्रभावशीलता वाले व्यक्तियों के लिए, जेनएआई स्वीकृति कारकों (विशेष रूप से प्रदर्शन अपेक्षा और सामाजिक प्रभाव) का उद्यमशीलता इरादे पर सकारात्मक प्रभाव महत्वपूर्ण था।

इसके विपरीत, उच्च आत्म-प्रभावशीलता वाले व्यक्तियों के लिए, यह संबंध महत्वहीन था। ये निष्कर्ष एक मध्यस्थ प्रभाव को इंगित करते हैं, जिसमें जेनएआई उन व्यक्तियों के लिए एक महत्वपूर्ण बाहरी संसाधन के रूप में कार्य करता है जो अपनी आंतरिक क्षमताओं में आत्मविश्वास की कमी रखते हैं। उच्च आत्म-प्रभावशीलता वाले व्यक्ति अपनी अंतर्निहित सक्रियता पर निर्भर करते प्रतीत होते हैं, जिससे एआई उपकरणों से मिलने वाला बाहरी बढ़ावा कम महत्वपूर्ण हो जाता है। हालाँकि, कम आत्म-प्रभावशीलता वाले व्यक्ति अपने आत्मविश्वास की कमी को पूरा करने के लिए एआई के कथित लाभों पर बहुत अधिक निर्भर करते हैं।

अध्ययन का निष्कर्ष है कि जनरेटिव एआई उद्यमशीलता के परिदृश्य में एक शक्तिशाली समताकारी के रूप में कार्य करता है। यह कम आत्म-प्रभावशीलता वाले व्यक्तियों को उन धारित संवर्धित क्षमताओं और सामाजिक मान्यता को प्रदान करके सशक्त बनाता है जो उद्यमशीलता के इरादे बनाने के लिए आवश्यक हैं। निष्कर्ष इस पारंपरिक धारणा को चुनौती देते हैं कि प्रौद्योगिकी और आत्म-प्रभावशीलता हमेशा सहक्रियात्मक रूप से काम करते हैं; इसके बजाय, यह शोध दर्शाता है कि वे एक पूरक तरीके से कार्य कर सकते हैं। व्यावहारिक रूप से, परिणाम बताते हैं कि नीति निर्माताओं और शिक्षाविदों को इस मध्यस्थता तंत्र का लाभ उठाने के लिए उद्यमशीलता कार्यक्रमों को अनुकूलित करना चाहिए।

कम आत्मविश्वास वाले महत्वाकांक्षी उद्यमियों के लिए, उद्यमिता प्रशिक्षण में स्पष्ट रूप से यह बताना चाहिए कि जेनएआई उपकरण प्रदर्शन को कैसे बेहतर कर सकते हैं और उन्हें उनके सामाजिक परिवेश में अलग दिखा सकते हैं, जिससे उनके उद्यमशीलता के इरादे बढ़ सकें।

कीवर्ड: कृत्रिम बुद्धिमत्ता स्वीकृति, प्रदर्शन अपेक्षा, प्रयास अपेक्षा, सुगम करने वाली स्थितियाँ, सामाजिक प्रभाव, आत्म-प्रभावशीलता, उद्यमशीलता के इरादे, संरचनात्मक समानता मॉडलिंग

Yapılandırılmış Özet:

Günümüzün dijital çağında, özellikle yapay zekâ (YZ) alanında hızlanan teknolojik gelişmeler, üretim ve emek alanındaki geleneksel paradigmaları kökten yeniden şekillendirmektedir. Yaygın olarak dijital dönüşüm olarak tanımlanan bu olgu, sadece devrim niteliğindeki iş modellerinin ortaya çıkışını hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda mevcut operasyonel süreçlerin kapsamlı bir şekilde yeniden tanımlanmasını da gerektirmektedir. Bu dönüşüm sürecinde, girişimcilik faaliyetleri yapay zekâ teknolojileriyle daha önce görülmemiş bir düzeyde etkileşime girmiştir. Özellikle ChatGPT ve Gemini gibi Üretken Yapay Zekâ (ÜYZ) araçları, bu evrimde bir dönüm noktası teşkil etmektedir. Bu araçlar, bilgiye erişimi yaygınlaştırarak, karmaşık problem çözme yeteneklerini artırarak ve karar alma süreçlerini kolaylaştırarak girişimcilik ekosisteminde önemli bir dönüşüm potansiyeli barındırmaktadır. Sonuç olarak, ÜYZ girişimciliğe ilişkin geleneksel anlayışı değiştirerek, onu kaynak yoğun bir çabadan daha çevik ve bilgi yoğun bir çabaya dönüştürmektedir.

Çeşitli kullanıcılar arasında ÜYZ teknolojilerinin benimsenmesini inceleyen araştırma sayısı giderek artmakla birlikte, bu teknolojilerin benimsenmesini özellikle girişimcilik perspektifinden ele alan ampirik literatürde dikkate değer bir boşluk bulunmaktadır. Ayrıca, girişimcilik niyetinin şekillenmesinde teknoloji kabulü ile bireysel psikolojik özellikler arasındaki etkileşim yeterince araştırılmamıştır. Özellikle, bir bireyin gelecekteki durumları yönetmek için eylem planlarını düzenleme ve yürütme yeteneğine olan inancı olarak tanımlanan öz-yeterliliğin, ÜYZ kabulü ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide bir sınır koşulu olarak rolü yeterince ele alınmamıştır. Bu boşluğu doldurmak amacıyla, bu çalışma Teknolojinin Kabulü ve Kullanımı Birleşik Teorisi (UTAUT), Planlı Davranış Teorisi (TPB) ve Sosyal Bilişsel Teori (SCT) temellerine dayanan teorik olarak bütünleşik bir model önermektedir. Temel amaç, GenAI kabulünün girişimcilik niyetine etkisini ampirik olarak incelemek ve bu ilişkilerde öz-yeterliliğin moderatör rolünü aydınlatmaktır.

Bu çalışmanın teorik çerçevesi, UTAUT, TPB ve SCT olmak üzere üç önde gelen çerçeveye dayanmaktadır. UTAUT, performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkiyi temel belirleyiciler olarak dahil ederek teknoloji benimsemesini anlamak için sağlam bir bakış açısı sunar. TPB ise niyetin insan davranışının en yakın öngörücüsü olduğunu öne sürerek bunu tamamlar. Bu çalışmanın yeni girişimcilğe odaklandığı göz önüne alındığında, girişimcilik niyeti uygun bağımlı değişken olarak kabul edilmektedir. Son olarak SCT, öz yeterliliği insan eylemliliğini yöneten kritik bir bilişsel mekanizma olarak ortaya koymaktadır. Bu çalışmada öz yeterlilik, yalnızca doğrudan bir öncül olarak değil, aynı zamanda teknoloji kabul faktörleri ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü düzenleyen hayati bir moderatör olarak kavramsallaştırılmaktadır. Çalışma, UTAUT bileşenlerinin niyeti etkilediği, ancak öz yeterliliğin bu etkileri moderatör olarak düzenleyeceği ve girişimcilik yeteneklerine daha az güven duyan bireyler için potansiyel olarak bir telafi edici kaynak işlevi göreceği hipotezini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, önerilen hipotezleri test etmek amacıyla kesitsel anket yöntemine dayalı nicel bir araştırma tasarımı benimsenmiştir. Araştırma popülasyonunu, Türkiye’de potansiyel girişimcilik niyetine sahip bireyler oluşturmaktadır. Nihai örneklem, kolaylık örnekleme yöntemi ile seçilen 406 katılımcıdan oluşmuştur. Veri toplama, mevcut literatürden uyarlanan geçerli ve güvenilir çok maddeli ölçekler kullanılarak çevrimiçi bir anket aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. GenAI kabulü, Yılmaz vd., (2024) tarafından uyarlanan “Üretken Yapay Zekâ Kabul Ölçeği” kullanılarak ölçülmüştür. Girişimcilik Niyeti, Sesen ve Basım (2012) tarafından geliştirilen bir ölçek kullanılarak değerlendirilmiş, Öz-Yeterlilik ise Aypay (2010) tarafından uyarlanan bir ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Tüm maddeler 5’li Likert ölçeğinde derecelendirilmiştir. Veriler, Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu’nun 11/11/2024 tarih ve E-74546226-050.99-115823 sayılı kararıyla onay alındıktan sonra toplanmıştır. Veri analizi SPSS 24 ve AMOS 24 kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Prosedür iki aşamalı bir yaklaşım izlemiştir. İlk olarak, iç tutarlılık ve yapı geçerliliğini sağlamak amacıyla Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) kullanılarak ölçüm modeli değerlendirilmiştir. Ardından, varsayılan doğrudan ilişkiler ve moderatör etkilerini test etmek için Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılmıştır.

Yapısal model, ampirik verilerle iyi bir uyum sergilemiştir (CMIN/df=3,248, CFI=0,950, RMSEA=0,074). Sonuçlara göre, performans beklentisi ve sosyal etkinin girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, potansiyel girişimcilerin yapay zekayı öncelikle üretkenliği artırmak ve sosyal meşruiyet kazanmak için stratejik bir araç olarak algıladıklarını göstermektedir. Buna karşılık, çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşulların niyet üzerinde anlamlı bir doğrudan etkisi olmamıştır.

Çalışmanın en önemli katkısı, moderasyon analizinde yatmaktadır. Öz-yeterliliğin, tüm UTAUT bileşenleri ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler üzerinde anlamlı bir negatif moderasyon etkisi olduğu bulunmuştur. Basit eğim testleri, öz-yeterliliği düşük bireyler için GenAI kabul faktörlerinin (özellikle performans beklentisi ve sosyal etki) girişimcilik niyeti üzerindeki olumlu etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşılık, öz yeterliliği yüksek bireyler için bu ilişki anlamsızdır. Bu bulgular, ÜYZ’nin içsel yeteneklerine güveni olmayan bireyler için kritik bir dış kaynak işlevi gördüğü bir moderasyon etkisini göstermektedir. Öz yeterliliği yüksek bireyler, içsel inisiyatiflerine güveniyor gibi görünmekte ve bu da YZ araçlarından gelen dış desteğin önemini azaltmaktadır. Ancak, öz yeterliliği düşük bireyler güven eksikliklerini gidermek için algıladıkları YZ faydalarına büyük ölçüde güvenmektedir.

Bu çalışma, ÜYZ’nin girişimcilik bağlamında güçlü bir dengeleyici role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu teknoloji, düşük öz-yeterliliğe sahip bireylere girişimcilik niyetlerini oluşturmak için gerekli olan algılanan artırılmış yetenekleri ve sosyal onaylamayı sağlayarak onları güçlendirmektedir.

Elde edilen bulgular, teknoloji kullanımı ile öz-yeterliliğin her koşulda sinerjik bir biçimde etkileşime girdiğini öne süren geleneksel varsayımları sorgulamaktadır. Araştırma sonuçları, bu iki unsurun sinerjik olmaktan ziyade telafi edici bir mekanizma ile çalışabileceğini kanıtlamaktadır. Pratik olarak, sonuçlar politika yapıcıların ve eğitimcilerin tespit edilen bu düzenleyici etkiden faydalanarak mevcut girişimcilik programlarını yeniden yapılandırmaları önerilmektedir. Özellikle özgüveni düşük girişimci adaylarına yönelik eğitimlerde, ÜYZ araçlarının bireysel performansı nasıl iyileştirebileceği ve bireyin sosyal çevresinde statü/kabul görerek girişimcilik niyetini nasıl pekiştirebileceği hususları stratejik bir odak noktası haline getirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ Kabulü, Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Kolaylaştırıcı Koşullar, Sosyal Etki, Öz-Yeterlilik, Girişimcilik Niyetleri, Yapısal Eşitlik Modellemesi

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

**ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY**

The Effect of Generative Artificial Intelligence Acceptance on Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Self-Efficacy

Introduction

In our era, the pace of technological progress, particularly in the field of artificial intelligence (AI), is fundamentally transforming the traditional working and production paradigm of both businesses and individuals. This process, referred to as digital transformation, leads not only to the emergence of new business models but also to the redefinition of existing business processes. Along with this transformation, entrepreneurial activities have entered into an interaction with AI technologies more than ever before. Especially, generative artificial intelligence (GenAI) tools have changed the traditional understanding of entrepreneurship by offering remarkable potential for change in the entrepreneurship ecosystem. In this context, entrepreneurship, which is a critical factor in stimulating economic growth and creating new employment areas, has become one of the fields most affected by these technologically driven transformations and developments (Nart & Yıldırım, 2021, p. 5).

Indeed, revolutionary advancements in AI technologies are reshaping the operations of businesses and offering significant opportunities to the entrepreneurship ecosystem (Uriarte et al., 2025, p. 2). In recent years, the emergence of GenAI tools such as ChatGPT and Gemini has led to shifts in information access, problem-solving, and decision-making processes (Özdemir, 2025; Yilmaz & Yilmaz Karaoğlu, 2023, p. 2), and has revolutionized various sectors with their capacities to find solutions to problems, explain fundamental concepts, and generate knowledge (Özdemir, 2025; Ivanov et al., 2024, p. 2).

Entrepreneurship is recognized as a critical driving force for a country's economic growth, increasing employment, and technological modernization (Wibowo & Suasana, 2017, p. 5694). The use of GenAI tools provides significant convenience in many areas, ranging from the development of business ideas to market research, and from business plan preparation to marketing strategies (Tran & Murphy, 2023, p. 854). Entrepreneurs can learn by conversing with GenAI while designing their business models (Kostis et al., 2024, p. 1), and it is suggested that GenAI could make creative destruction more creative but less destructive (Norbäck & Persson, 2024, p. 349). Therefore, GenAI tools have ceased to be merely an option and have become a necessity for aspiring entrepreneurs.

GenAI technologies support the emergence of creative ideas and problem-solving skills, assisting individuals in learning directly applicable techniques within the entrepreneurial process. Furthermore, it has been stated that self-efficacy is a significant factor in determining individuals' motivation and behavioral choices and in predicting entrepreneurial intention during this process (Ka & Lee, 2025, pp. 412-413). Although current research has examined the effects of GenAI on various

user groups such as students, knowledge workers, and healthcare professionals (Gupta & Yang, 2024, p. 225), the relationship between the adoption of these technologies by potential entrepreneurs and their intention to transform this into action has been largely overlooked. More importantly, while existing studies generally focus on technological features (usefulness, ease of use), how fundamental psychological dynamics such as self-efficacy, which represents an individual's belief in their own capacity, affect this process constitutes a significant gap in the literature. In other words, the extent to which self-efficacy creates a boundary condition in the relationship between GenAI Acceptance (GenAIA) and entrepreneurial intention has not yet been examined within the Turkish context. This study proposes an integrated model that examines how the impact of GenAIA on entrepreneurial intention varies according to individuals' levels of self-efficacy. This research model aims to explain under which conditions this relationship strengthens (or weakens) by focusing on the critical moderating role that self-efficacy plays in the direct relationship between GenAIA and entrepreneurial intention. This empirical study conducted on aspiring entrepreneurs in Türkiye offers practical and theoretical implications on how entrepreneurship can be encouraged in the age of AI.

In an environment where digital transformation rapidly changes business models and innovative ideas and technologies provide a competitive advantage, understanding how the levels of GenAIA among aspiring entrepreneurs and their self-efficacy in using these tools shape their intentions to become entrepreneurs is of great importance both theoretically and practically. Theoretically, it will contribute to a deeper understanding of the complex relationships between GenAIA, entrepreneurial intention, and self-efficacy, thereby filling the gap in the literature. Practically, our findings will provide significant implications for policymakers, educators, and entrepreneurship support program managers, making a substantial contribution to equipping younger generations with the competencies required by the digital age and maximizing their entrepreneurial potential.*

Theoretical Background

This study adopts an integrated theoretical approach to explain the interaction between technological and individual factors in the formation of entrepreneurial intention. Entrepreneurial behavior is inherently a complex process and is difficult to explain through a single theory. Therefore, in this study; (1) the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) is utilized to explain individuals' motivations for accepting a disruptive technology such as GenAI, (2) the Theory of Planned Behavior (TPB) is used to ground the transformation of this acceptance into intention the most critical stage before entrepreneurial behavior, and (3) Social Cognitive Theory (SCT) is integrated to explain the moderating role of an individual's belief in their own capacity (self-efficacy) within this process.

* With the rapid integration of generative artificial intelligence into everyday life, this development has quickly attracted the attention of social scientists and entered the scope of scholarly inquiry. It is also evident that generative AI is widely used in scientific studies. Although not the direct focus of this article, for examples of such studies, see also: Abdulrazagova et al., 2025; Ahmed & Hamod, 2026; Akyıldız & Akyıldız, 2020; Altıntaş, 2025; Altıntaş & Yürekli, 2026; Altındış, 2020; Ardatürk, 2026; Arduç Kara, 2026; Arıcı & Karacı, 2013; Aşkun, 2024; Başar, 2025; Bekil, 2018; Büyükboyacı & Yozcu, 2026; Coşkun, 2025; Çakmak, 2025; Çark, 2020; Çelik et al., 2025; Çora et al., 2026; Dalmış, 2026; Doğru & Hacımüftüoğlu, 2025; Efendioğlu, 2023; Ekinci, 2025; Ertan, 2026; Güzel, 2024; Işık & Darı, 2023; Kanat, 2020; Karakuş et al., 2025; Keleş, 2018; Keleş & Keleş, 2017, 2018; Keleş et al., 2017; Kızıldağ, 2023; Koçakoğlu & Koçakoğlu, 2025; Mazlum & Mazlum, 2025; Odacıoğlu, 2022; Ölçer, 2025; Özdemir, 2026; Romya Bilgin & Küçükşabanoğlu, 2023; Sakin & Türk, 2025; Sarıbaş, 2025; Serçemeli, 2018; Tetik Küçükkelçi, 2025; Tuğcu, 2025; Yener & Köse, 2023; Yıldırım Altun, 2025; Yıldız, 2025; Zan & Zan, 2025; Zenginaloğlu, 2026.

Artificial Intelligence and Generative Artificial Intelligence Acceptance

AI has been defined by the OECD (2024, p. 4) as a machine-based system that, for explicit or implicit objectives, infers from the input it receives how to generate outputs such as predictions, content, recommendations, or decisions that can influence physical or virtual environments. Since using AI tools can provide benefits to many people, individuals must accept these AI technologies in order to adopt and utilize them appropriately. If an individual accepts AI tools at a low level, this behavior will reduce the adoption of AI, and consequently, resources will not be utilized as required (Kelly et al., 2023, p. 2).

GenAI is a type of AI capable of producing new and original content, such as text, images, audio, or other data (Yilmaz & Yilmaz Karaoğlu, 2023, p. 2), and it represents a transformative technology with the potential to significantly increase operational efficiency, stimulate innovation, and create economic value. The successful adoption of generative AI is not guaranteed, as it is influenced by a range of factors such as technological infrastructure, regulatory environments, institutional readiness, and the presence of qualified personnel. Nevertheless, it is expected that generative AI will reach \$110 billion in the global market by 2030 (Ali et al., 2025, p. 166). GenAI possesses numerous benefits, including providing timely customer service, generating content for various business activities, managing human resources, providing instant customer feedback, offering information regarding products or services, managing products, and digital marketing (Rana et al., 2024, p. 1). Representing a powerful technology and a unique category of AI, GenAI has been serving businesses worldwide since 2023 in many fields, such as marketing, sales, law, human resources, accounting, finance, public service, and education (Fui-Hoon Nah et al., 2023, p. 280).

GenAI technologies stand out with their capacity to generate new data and can mimic human behaviors thanks to their natural language understanding and generation capabilities. These features enable the tools in question to assume significant roles within the business world and societal structure. Furthermore, it is noteworthy that generative AI can synthesize different data types, summarize general trends, and offer persuasive explanations. Although these tools do not hold a direct decision-making position within business and society, they possess the potential to contribute to the triggering of creative thoughts through the summaries they provide by synthesizing alternative perspectives that individuals may not have noticed (Dwivedi et al., 2023, p. 56).

The acceptance of these new technologies by individuals is explained through theoretical frameworks such as the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). The Technology Acceptance Model, proposed by Davis (1989), is grounded in the theories of reasoned action and planned behavior, and it is an adaptation of the Theory of Reasoned Action (TRA) specifically designed to model user acceptance of information systems (Özdemir & Taşkın, 2025). The objective of TAM is to provide a general explanation of the determinants of computer acceptance that is capable of explaining user behavior across a broad range of end-user computing technologies and user populations, while being both parsimonious and theoretically justified (Davis et al., 1989, p. 985). According to TAM, external factors, through mediating variables, lead to the user's acceptance of a new technology and directly influence perceived usefulness, perceived ease of use, and the individual's attitude toward effective usage (Yadegari et al., 2024, p. 1103).

UTAUT, developed by Venkatesh et al. (2003), was constructed by synthesizing the propositions put forward by eight different technology acceptance models: Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), combined TAM-TPB, Model of Personal Computer Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), and Social Cognitive Theory (SCT) (Taherdoost, 2018, p. 965). According to UTAUT, the intention to utilize information technologies is a function of four core

variables: performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions; these variables form the inclination to use a system and shape an individual's actual usage behaviors. Here, performance expectancy (perceived usefulness in TAM) refers to the degree to which an individual believes that using a system will improve job performance; effort expectancy denotes the degree of ease associated with the use of the system; social influence signifies the extent to which an individual perceives that important others believe they should use the new system; and facilitating conditions represent the individual's belief that an organizational and technical infrastructure exists to support the use of the system (Venkatesh, 2022, p. 645). Renowned for its high predictive accuracy, the UTAUT model has been found to be approximately 70% effective in predicting technology acceptance, making it a foundational theory in the field of technology adoption (Wang et al., 2024, p. 3).

While the traditional Technology Acceptance Model evaluates technology solely through the lenses of 'usefulness' and 'ease of use,' GenAI is a multidimensional structure that also transforms business practices and social interactions. In this context, UTAUT, developed by Venkatesh et al. (2003), offers a more comprehensive framework for explaining GenAIA by incorporating not only technological features but also environmental factors such as social influence and facilitating conditions into the model. Since entrepreneurial intention is treated in our study not merely as an individual decision but as a phenomenon triggered by the technological and social environment, UTAUT has been adopted as the foundation.

Entrepreneurial Intention

Entrepreneurship is an activity that involves the discovery and evaluation of new venture ideas and the exploitation of opportunities. This activity encompasses identifying opportunities, taking risks, and mobilizing resources to introduce innovative ideas or products to the market. Entrepreneurial practices are of paramount importance as they stimulate economic growth, create employment opportunities, and support innovation (Uriarte et al., 2025, p. 5). Empirical studies regarding entrepreneurial intention initially commenced with Bandura's (1977, 1982) introduction of the concept of self-efficacy within social cognitive theory, defined as an individual's belief in their capabilities to organize and execute the courses of action required to manage prospective situations (Saraih et al., 2018, p. 2). Travis & Freeman (2017, p. 57) define entrepreneurial intention as the intention to start, create, or own a business prior to actually initiating or possessing one. This concept is recognized as the precursor to entrepreneurial activities. Studies conducted on entrepreneurial intention have employed various theoretical frameworks to explain the formation of this intention. Principal theories explaining entrepreneurial intention include Ajzen's (1991) Theory of Planned Behavior (TPB), Shapero and Sokol's (1982) Entrepreneurial Event Model, and Bird's (1988) Model of Implementing Entrepreneurial Intentions.

According to Ajzen's (1991) theory of planned behavior, an individual's intention to perform a specific behavior is determined by attitude toward the behavior, subjective norms, and perceived behavioral control. Attitude toward the behavior refers to the individual's positive or negative perception regarding the performance of the behavior. Subjective norms represent the perceived social pressure to engage in the behavior. Perceived behavioral control, on the other hand, is the individual's perception of their ability to perform a behavior and their control over that behavior (La Barbera & Ajzen, 2021, p. 36). In the entrepreneurship literature, it is generally accepted that intention is the strongest predictor of entrepreneurial action. Ajzen's (1991) Theory of Planned Behavior emphasizes the central role of intention on the path to behavior. In this study, rather than assuming that GenAIA transforms directly into a behavior (starting a business), it is hypothesized that it primarily shapes entrepreneurial intention, which is a mental preparation process. Therefore,

by selecting entrepreneurial intention as the dependent variable, the foundation of the study is constructed upon the TPB.

According to Shapero and Sokol (1982), the focus is placed on the entrepreneurial event that is, the phenomenon of starting a new business rather than purely on entrepreneurial intention. In this model, an individual's perceived desirability and perceived feasibility of a venture trigger the decision to act or not to act (Şeşen & Basım, 2012, p. 22). According to Bird's (1988) model, individuals form intentions toward entrepreneurship based on both contextual factors, including political, social, and economic elements that shape their rational thinking, and personal characteristics that influence their intuitive approach to starting a business (Maheshwari et al., 2023, p. 1907).

Self-Efficacy

Self-efficacy is a core concept of Albert Bandura's Social Cognitive Theory (Bandura, 1977) and refers to an individual's belief in their own capabilities to organize and execute the courses of action required to manage prospective situations (Bandura, 1995, p. 2). This definition pertains to how actions, behaviors, perceptions, cognition, and the environment influence one another in a self-motivated manner (Shahab et al., 2019, p. 261). It is argued that this impact of self-efficacy determines an individual's success. High self-efficacy provides the initiative and perseverance necessary to enhance one's efforts and performance. Conversely, low self-efficacy diminishes an individual's effort and performance. Individuals with high self-efficacy think differently and possess different attitudes compared to those with low self-efficacy. Based on this explanation, it can be concluded that self-efficacy represents a person's self-confidence regarding the achievement of specific goals (Jamilatun et al., 2023, p. 20). The presence of technological opportunities (UTAUT) and the formation of intention (TPB) may be insufficient on their own to explain the entrepreneurial process, as individuals may respond differently to the same technological possibilities. Bandura's (1977) SCT intervenes at this point, explaining this differentiation through the concept of self-efficacy. According to SCT, the relationship between environmental factors (artificial intelligence) and behavioral intentions is moderated by the individual's belief in their own capabilities (self-efficacy). The positioning of self-efficacy as a moderator in our study is grounded in the principle of triadic reciprocal determinism among the person, environment, and behavior as proposed by SCT.

Literature Review, Hypotheses, and Research Model

The Relationship Between Generative Artificial Intelligence Acceptance and Entrepreneurial Intention

AI technologies are transforming entrepreneurial practices and raising significant questions regarding entrepreneurial theories. It is argued that GenAI is a crucial factor to be considered when analyzing entrepreneurial intentions, as the use of GenAI technologies is expected to lead to positive social and economic changes by creating a vast potential for innovation and entrepreneurship (Dabbous & Boustani, 2023, p. 4). With the rise of GenAI technologies, the potential impact of these tools on individuals' entrepreneurial intentions is receiving increasing attention in the literature. Upon examining current studies, it is observed that researchers have reached a consensus predominantly on the variables of performance expectancy and social influence in AI acceptance. For instance, Solórzano et al. (2024) and Zhang & Yang (2025) reached similar findings in their studies, demonstrating that as individuals believe in the benefits AI will provide them (performance expectancy), their entrepreneurial intentions increase directly. On the other hand, Dabbous & Boustani (2023) offered a different perspective, claiming that performance expectancy does not have a direct effect; rather, they argued that social influence, representing environmental expectations, is much more decisive for entrepreneurial intention. Furthermore, Moustafa et al. (2025) expanded the

literature by adding that effort expectancy and facilitating conditions also play a significant role in this process. This situation proves that the impact of AI acceptance factors on intention may vary depending on the sample and context, thereby necessitating more holistic models.

The Relationship Between Generative Artificial Intelligence Acceptance, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention

The limited number of studies in the literature examining the concepts of AI and self-efficacy together have generally positioned self-efficacy as a mediator variable. For instance, Bui & Duong (2024) found that the use of ChatGPT increases digital entrepreneurial intention and that digital self-efficacy functions as a primary mediating mechanism in this process. Similarly, Abaddi (2024) and Xie & Wang (2025) argued that positive perceptions toward AI technologies enhance individuals' beliefs in their own capabilities, which in turn indirectly triggers entrepreneurial intention. However, upon reviewing current empirical evidence, it is observed that no study has tested whether self-efficacy creates a boundary condition as a moderator. Consequently, the question of how the entrepreneurial intentions of individuals with already high or low self-efficacy undergo a shift when they accept AI tools remains unanswered in the literature.

While existing research treats self-efficacy merely as an independent or mediating variable, this study assigns a different mission to self-efficacy, grounded in the principle of reciprocal determinism from Social Cognitive Theory. According to this principle, individual internal factors (self-efficacy) and environmental/technological factors (AI opportunities) interact with one another while shaping behavior. In this study, contrary to the common synergistic expectation in the literature, self-efficacy is expected to play a negative moderating role as a compensatory mechanism. Theoretically, since individuals with high self-efficacy already rely heavily on their own skills, experiences, and internal resources, they have less need for external technological support (AI) when forming the intention to start a new business. In contrast, individuals with low self-efficacy may feel inadequate during the complex problem-solving, market analysis, and decision-making stages required by the entrepreneurial process. At this point, for these individuals with low self-confidence, generative AI can function as a cognitive crutch, technologically compensating for the lack of self-confidence and the capacity gap. Therefore, it is predicted that the enhancing effect of AI acceptance factors on entrepreneurial intention will be a much stronger driving force for individuals who do not trust their internal capacity (low self-efficacy). In line with these theoretical justifications, the following research hypotheses and model (Figure 1) have been developed.

H₁: Performance expectancy toward artificial intelligence influences individuals' entrepreneurial intention.

H₂: Effort expectancy toward artificial intelligence influences individuals' entrepreneurial intention.

H₃: Facilitating conditions toward artificial intelligence influence individuals' entrepreneurial intention.

H₄: Social influence perception toward artificial intelligence influences individuals' entrepreneurial intention.

H₅: Self-efficacy has a moderating effect on the relationship between performance expectancy toward artificial intelligence and individuals' entrepreneurial intention.

H₆: Self-efficacy has a moderating effect on the relationship between effort expectancy toward artificial intelligence and individuals' entrepreneurial intention.

H₇: Self-efficacy has a moderating effect on the relationship between facilitating conditions toward artificial intelligence and individuals' entrepreneurial intention.

H₈: Self-efficacy has a moderating effect on the relationship between social influence perception toward artificial intelligence and individuals' entrepreneurial intention.

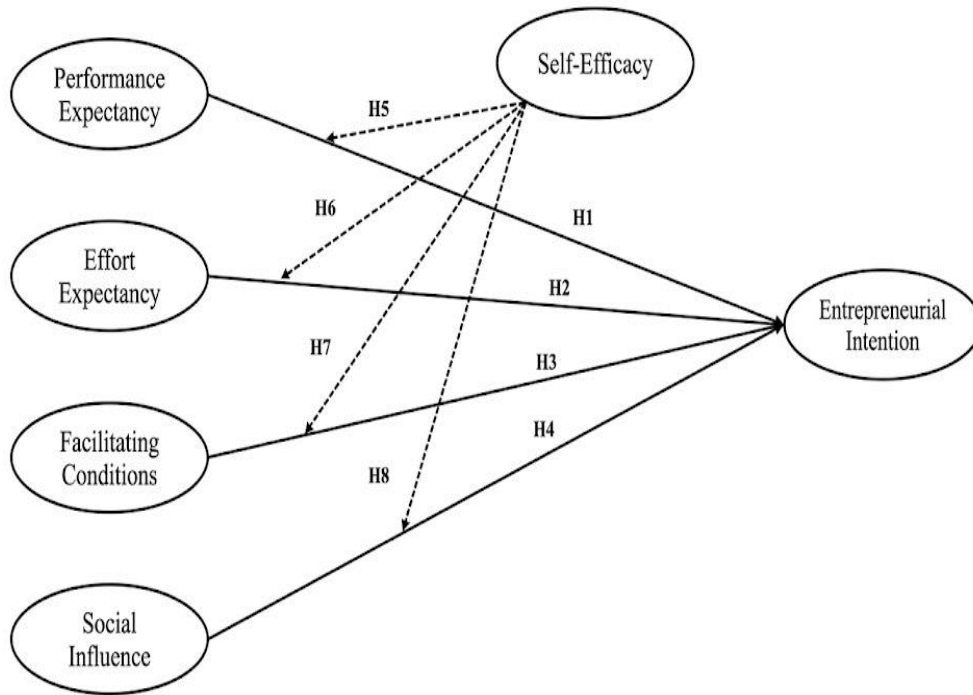


Figure 1: Research Model

Methodology

Data were collected from 406 participants utilizing an online survey. The participants consisted of individuals with no prior entrepreneurial experience, as the study specifically investigated entrepreneurial intention. The obtained data were analyzed using SPSS 24 and AMOS 24 software packages. Data were gathered through multi-item scales with proven reliability and validity in previous studies. In this context, the GenAI acceptance scale, consisting of four sub-dimensions: *performance expectancy* (7 items), *effort expectancy* (5 items), *facilitating conditions* (3 items), and *social influence* (5 items), was adapted from Yilmaz et al., (2024). The Entrepreneurial Intention scale (6 items) was obtained from Şeşen & Basım (2012), and the Self-Efficacy scale (10 items) was adapted from Aypay (2010). Research data were collected after obtaining approval from the Sirnak University Ethics Committee (Decision dated 11/11/2024 and numbered E-74546226-050.99-115823). The survey items were measured using a 5-point Likert scale ranging from Strongly Disagree (1) to Strongly Agree (5). Within the scope of the obtained data, a confirmatory factor analysis was first conducted on the research model to test the measurement model. After confirming that the goodness-of-fit indices, reliability, and validity values of the measurement model were appropriate, the research hypotheses were tested using structural equation modeling.

Findings

The findings of the analyses are presented below.

Demographic Findings Regarding the Participants

Table 1. Demographic Characteristics (N=406)

Demographic Characteristics	Category	Frequency (%)
Gender	Male	61.3
	Female	38.7
Age	20-25 Years	30
	26-30 Years	8.6
	31-35 Years	15
	36-40 Years	14.5
	41-45 Years	15.8
	46 Years and over	16
Education Level	High School	13.1
	Undergraduate	62.6
	Graduate	24.4

Findings Regarding Confirmatory Factor Analysis

As a result of the confirmatory factor analysis, it was determined that the model goodness-of-fit indices were within the expected threshold values. In this context, it can be stated that the research model is compatible with the collected data (Çokluk et al., 2021; Bayram, 2016). (CMIN/df=3.185, NFI=0.908, TLI=0.929, CFI=0.934, SRMR=0.038, RMSEA=0.073).

Findings Regarding Reliability and Validity Analyses

To test the reliability of the research model, the Cronbach's Alpha value, which is an indicator of internal consistency, was first calculated. While the Cronbach's Alpha value ranges between 0 and 1, a value above 0.70 indicates that it is above the acceptable threshold (Hair et al., 2019; Özdamar, 2017). Furthermore, to test the reliability of the research model, Composite Reliability (CR) values for each variable were calculated. It is emphasized that this value should also be above 0.70 (Hair et al., 2021).

For the validity analysis, the convergent validity of the research model was first examined. For convergent validity, the Average Variance Extracted (AVE) values of the variables and the factor loadings of the items were analyzed. Both AVE values and factor loadings are required to be above 0.5 (Hair et al., 2021). Accordingly, the values regarding the variables are presented in Table 2.

Table 2: Reliability and Validity Results

Construct	Standardized Loadings	Cronbach's Alpha	AVE	CR
Performance Expectancy (PE)				
PE1	0.885	0.964	0.794	0.964
PE2	0.850			
PE3	0.943			
PE4	0.841			
PE5	0.938			
PE6	0.897			
PE7	0.879			
Effort Expectancy (EE)				
EE1	0.868	0.951	0.792	0.950
EE2	0.915			
EE3	0.917			
EE4	0.893			
EE5	0.855			
Facilitating Conditions (FC)				
FC1	0.815	0.899	0.724	0.887
FC2	0.877			
FC3	0.860			
Social Influence (SI)				
SI1	0.882	0.967	0.857	0.968
SI2	0.941			
SI3	0.950			
SI4	0.929			
SI5	0.924			
Entrepreneurial Intention (EI)				
EI1	0.671	0.952	0.770	0.952
EI2	0.808			
EI3	0.875			
EI4	0.979			
EI5	0.961			
EI6	0.933			
Self-Efficacy (SE)				
SE1	0.897	0.977	0.808	0.977
SE2	0.893			
SE3	0.842			
SE4	0.915			
SE5	0.883			
SE6	0.935			
SE7	0.899			
SE8	0.937			
SE9	0.936			
SE10	0.848			

As seen in Table 2, the Cronbach's Alpha, AVE, and CR values of the variables in the research model, as well as the factor loadings of the items, are within acceptable limits. Therefore, it can be stated that the research model meets the criteria for reliability and convergent validity.

In addition to these, the discriminant validity of the research model was tested. For discriminant validity, Fornell-Larcker criterion values and HTMT (Heterotrait-Monotrait) ratio values were calculated. In this context, the relevant values are presented in Tables 3 and 4.

Table 3. Correlations and Fornell-Larcker Criteria

	PE	EE	FC	SI	EI	SE
PE	.891					
EE	.828***	.890				
FC	.759***	.665***	.851			
SI	.758***	.669***	.642***	.926		
EI	.495***	.416***	.393***	.439***	.878	
SE	.673***	.613***	.542***	.511***	.590***	.899

Note: *p< .05, **p< .01, ***p< .001.

Table 4. Heterotrait-Monotrait Ratio

	PE	EE	FC	SI	EI	SE
PE						
EE	0.837					
FC	0.762	0.682				
SI	0.771	0.682	0.659			
EI	0.526	0.452	0.414	0.474		
SE	0.669	0.617	0.543	0.517	0.625	

As a result of the calculations, as seen in Tables 3 and 4, it was determined that all square roots of the AVE values were greater than the correlations between the constructs (Fornell & Larcker, 1981). Additionally, the HTMT values are lower than the threshold value of 0.85 (Kline, 2016; Henseler et al., 2015). According to the results, it is observed that the research model meets the criteria for discriminant validity.

Hypothesis Testing Results

Structural equation modeling was used to test the hypotheses in the study. SPSS 24 and AMOS 24 software packages were utilized for the analyses. In this regard, the goodness-of-fit indices of the structural equation model were first examined. According to the results obtained, the goodness-of-fit indices of the structural model are appropriate (Çokluk et al., 2021; Bayram, 2016). (CMIN/df=3.248, NFI=0.930, TLI=0.951, CFI=0.950, SRMR=0.040, RMSEA=0.074). After examining the goodness-of-fit indices of the structural model, the results regarding the hypothesis tests were evaluated. At this point, the results were examined in two stages: direct effects and moderating effects. The direct effects are shown in Table 5.

Table 5. Direct Effects

Hypotheses	Standardized Beta (β) Coefficient	Standard Error	Significance	Result
H1: Performance Expectancy → Entrepreneurial Intention	0.263	0.079	0.000	Supported
H2: Effort Expectancy → Entrepreneurial Intention	-0.002	0.062	0.974	Not Supported
H3: Facilitating Conditions → Entrepreneurial Intention	0.014	0.063	0.825	Not Supported
H4: Social Influence → Entrepreneurial Intention	0.100	0.049	0.042	Supported

When Table 5 is examined, it is observed that performance expectancy toward artificial intelligence ($\beta = 0.263$, $p < 0.05$) and social influence ($\beta = 0.100$, $p < 0.05$) positively and significantly affect individuals' entrepreneurial intention. Conversely, there are no significant effects of effort expectancy ($\beta = -0.002$, $p > 0.05$) and facilitating conditions ($\beta = 0.014$, $p > 0.05$) toward artificial intelligence on individuals' entrepreneurial intention.

In addition, the study investigated the moderating effect of self-efficacy on the relationship between performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence toward AI and individuals' entrepreneurial intention. In this context, the hypothesis testing results regarding the moderating effects are presented in Table 6.

Table 6. The Moderating Role of Self-Efficacy

Hypotheses	Standardized Beta (β) Coefficient	Standard Error	Significance	Result
H5: Performance Expectancy*Self-Efficacy → Entrepreneurial Intention	-0.121	0.056	0.044	Supported
H6: Effort Expectancy*Self-Efficacy → Entrepreneurial Intention	-0.143	0.058	0.012	Supported
H7: Facilitating Conditions*Self-Efficacy → Entrepreneurial Intention	-0.149	0.056	0.011	Supported
H8: Social Influence*Self-Efficacy → Entrepreneurial Intention	-0.119	0.057	0.021	Supported

Note: * = Indicates interaction.

When Table 6 is examined, it is observed that self-efficacy has a moderating effect on the relationship between performance expectancy toward artificial intelligence and individuals' entrepreneurial intention ($\beta = -0.121$, $p < 0.05$). Self-efficacy reduces the effect of performance expectancy on entrepreneurial intention. As a result of the simple slope test, it was determined that the moderating effect is significant for low self-efficacy (slope: 0.176, t : 1.968; $p < 0.05$) while it is statistically insignificant for high self-efficacy (slope: 0.055, t : 0.399; $p > 0.05$). In short, for individuals with low self-efficacy, as performance expectancy toward AI increases, entrepreneurial intention also increases further compared to individuals with high self-efficacy. The interaction effect

of performance expectancy and self-efficacy on entrepreneurial intention is visualized in Figure 2 (Dawson, 2025).

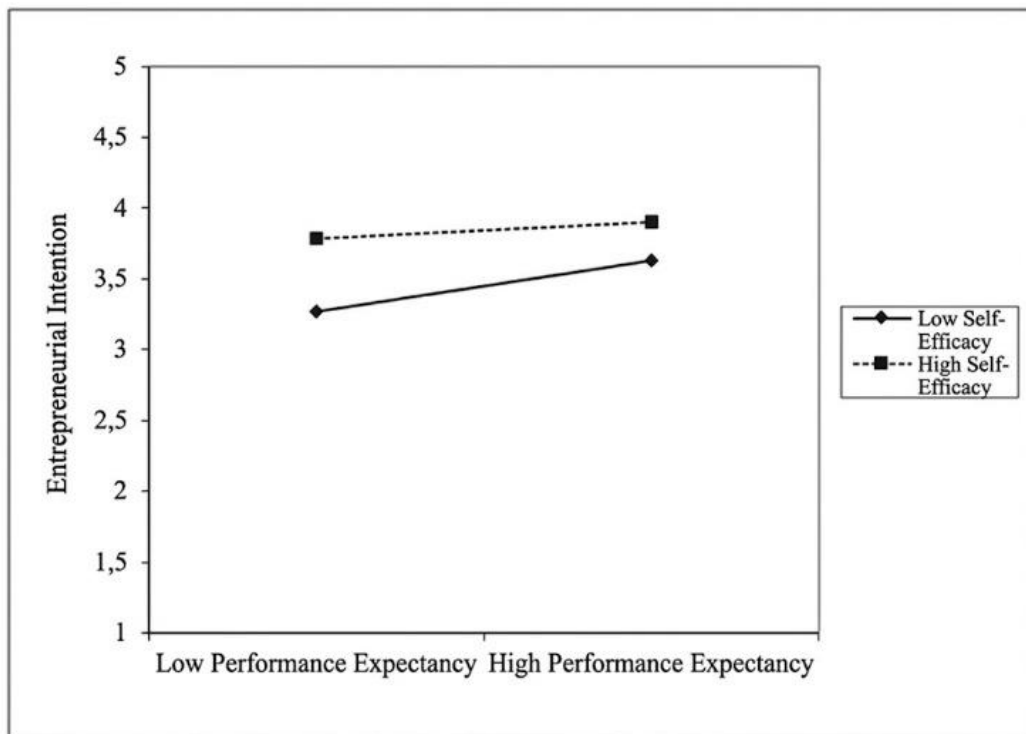


Figure 2. Simple Slope Test for the Interaction Effect of Performance Expectancy and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention

Self-efficacy has a moderating effect on the relationship between effort expectancy toward artificial intelligence and entrepreneurial intention. Self-efficacy reduces the effect of effort expectancy on entrepreneurial intention ($\beta = -0.143$, $p < 0.05$). As a result of the simple slope test, the moderating effect was found to be statistically insignificant for both low self-efficacy (slope: 0.117, $t: 1.308$; $p > 0.05$) and high self-efficacy (slope: -0.026, $t: -0.194$; $p > 0.05$). While the interaction effect is significant, the moderating effect was not found to be significant at the low and high levels of the simple slopes. However, the overall interaction effect remains significant because the difference (in terms of direction and shape) between the slopes of low and high self-efficacy is significant (Dawson, 2014). The moderating effect of self-efficacy is not significant at extreme values (low-high self-efficacy). This may imply that the moderating effect is more prominent at moderate levels or that the effect is non-linear. The situation, considered a cross-over effect, points to the existence of non-linear relationships. While the interaction effect is significant, the slopes of the subgroups may emerge as insignificant. In this case, the interaction lines intersect at a certain point, and the interaction becomes zero at the point of intersection. Therefore, as seen in Figure 3, the interaction lines for low and high self-efficacy tend to intersect at a specific point in the future. Accordingly, the interaction effect of effort expectancy and self-efficacy on entrepreneurial intention is visualized in Figure 3 (Dawson, 2025).

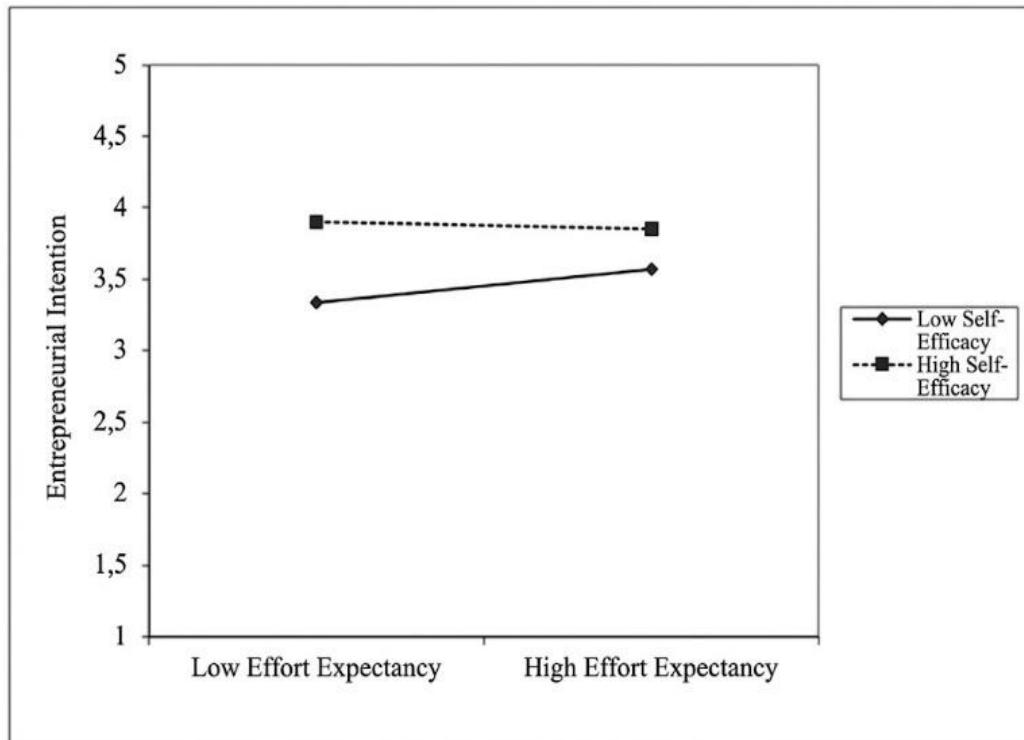


Figure 3. Simple Slope Test for the Interaction Effect of Effort Expectancy and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention

In addition to these, self-efficacy has a moderating effect on the relationship between facilitating conditions toward artificial intelligence and entrepreneurial intention. Self-efficacy reduces the effect of facilitating conditions on entrepreneurial intention ($\beta = -0.149$, $p < 0.05$). As a result of the simple slope test, the moderating effect was found to be statistically insignificant for both low self-efficacy (slope: 0.107, t : 1.196; $p > 0.05$) and high self-efficacy (slope: -0.042, t : -0.305; $p > 0.05$). Similar to the case where effort expectancy was the independent variable, although the interaction effect is significant, the moderating effect is not significant at the low and high levels of the simple slopes. However, the overall interaction effect remains significant because the difference (in terms of direction and shape) between the slopes of low and high self-efficacy is significant (Dawson, 2014). The interaction effect of facilitating conditions and self-efficacy on entrepreneurial intention is visualized in Figure 4 (Dawson, 2025).

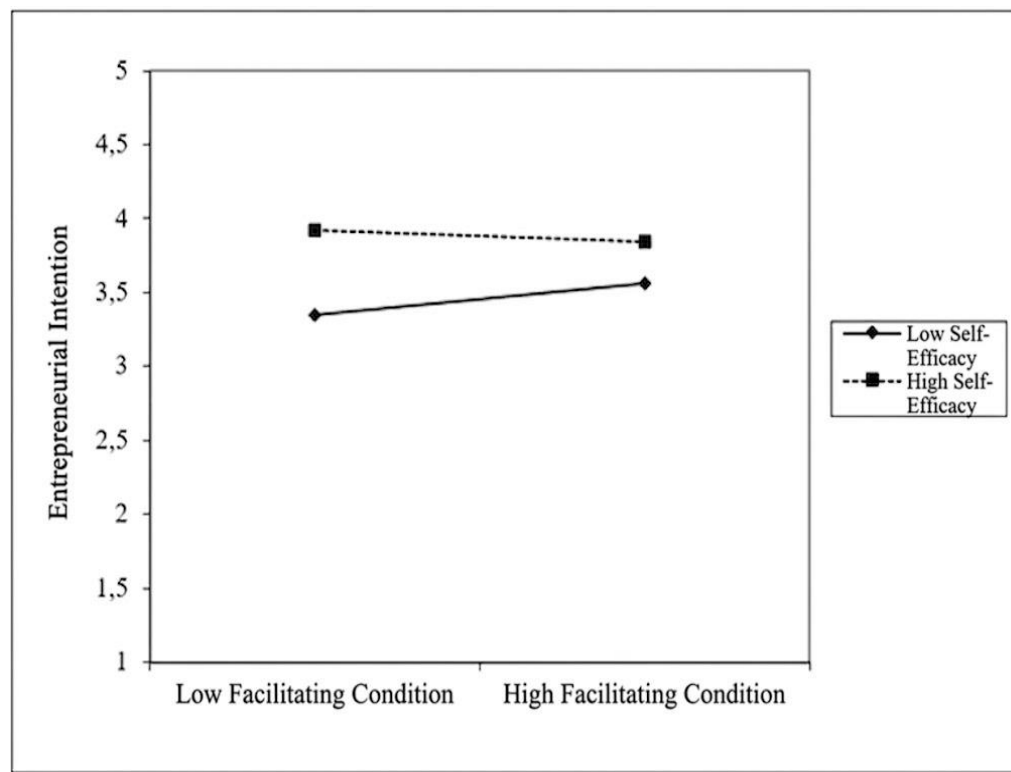


Figure 4. Simple Slope Test for the Interaction Effect of Facilitating Conditions and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention

Finally, self-efficacy has a moderating effect on the relationship between the perception of social influence toward artificial intelligence and entrepreneurial intention. Self-efficacy also reduces the effect of social influence on entrepreneurial intention ($\beta = -0.119$, $p < 0.05$). As a result of the simple slope test, it was determined that the moderating effect is significant for low self-efficacy (slope: 0.210, t : 2.711; $p < 0.05$), while it is statistically insignificant for high self-efficacy (slope: 0.091, t : 0.719; $p > 0.05$). For individuals with low self-efficacy, as social influence increases, entrepreneurial intention also increases further compared to individuals with high self-efficacy. Accordingly, the interaction effect of social influence and self-efficacy on entrepreneurial intention is visualized in Figure 5 (Dawson, 2025).

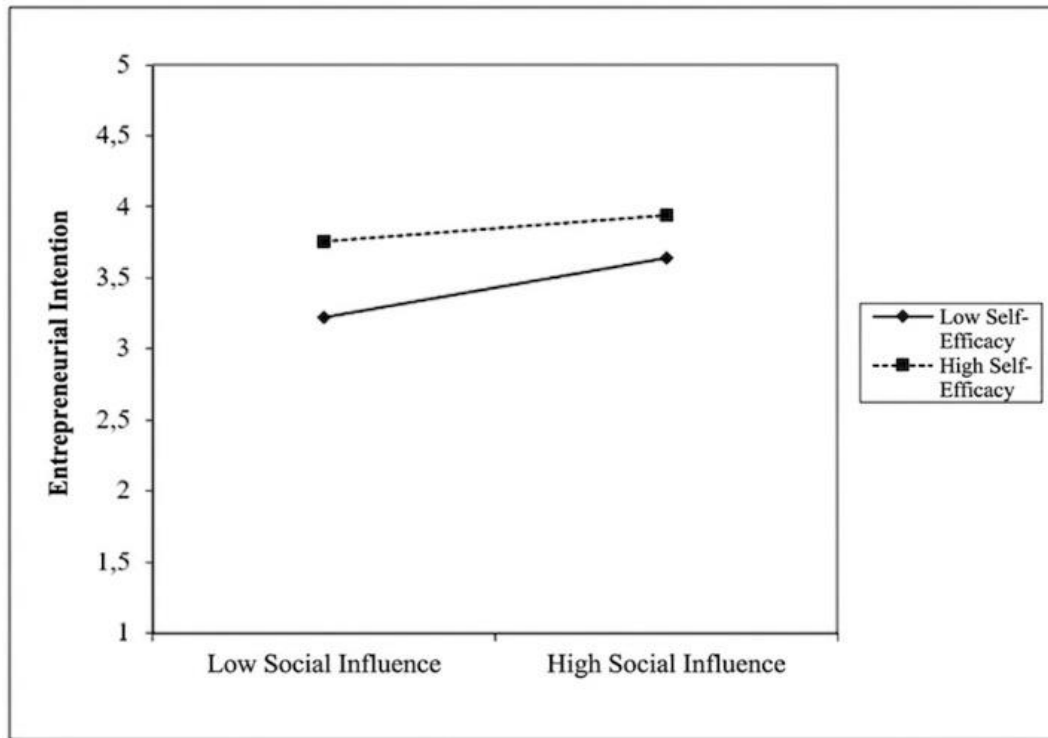


Figure 5. Simple Slope Test for the Interaction Effect of Social Influence and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention

Discussion and Conclusion

This study examined the effects of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence toward artificial intelligence on individuals' entrepreneurial intention. Furthermore, it tested whether self-efficacy plays a moderating role in these relationships. The research data were analyzed using structural equation modeling (SEM). According to the results, performance expectancy and social influence positively affect entrepreneurial intention. The positive effect of performance expectancy on entrepreneurial intention indicates that individuals perceive AI as a phenomenon that enhances performance and productivity. When individuals become entrepreneurs, they believe they can gain a competitive advantage by using AI applications and that AI will benefit their ventures. Moreover, individuals may believe that they can minimize uncertainty and risks by utilizing AI applications in their entrepreneurial journey. This is because AI can solve complex problems that humans often struggle with rapidly and accurately. Additionally, AI can provide intelligent control over nearly all systems used in businesses. Entrepreneurs can design their workflows and operations (procurement, production, quality control, marketing, distribution, etc.) with the support of AI (Giuggioli & Pellegrini, 2023). In this regard, Darwish et al. (2020) emphasized that globalization has accelerated due to technological developments and that competition in the business world is increasing rapidly. In this context, they stated that entrepreneurs must closely follow technological developments to gain a competitive advantage and particularly noted the importance of integrating AI into operational processes. Similarly, Singh et al. (2025) emphasize that AI-driven ventures can gain a competitive advantage through advanced innovation capabilities and digital technologies. In their study, Solórzano et al. (2024) concluded that performance expectancy increases the intention to use AI, which in turn positively affects entrepreneurial intention. Furthermore, Zhang & Yang (2025) found that performance expectancy positively affects green entrepreneurial intention, and Moustafa et al. (2025) concluded that

performance expectancy significantly and positively influences digital entrepreneurial intention. Therefore, our H₁ hypothesis was supported, and the result obtained is parallel to the findings of Solórzano et al. (2024), Zhang & Yang (2025), and Moustafa et al. (2025). Additionally, the positive effect of social influence on individuals' entrepreneurial intention shows that entrepreneurial intention in the context of AI is evaluated within the framework of social norms rather than just individually. Individuals believe that by using AI applications in their ventures, they will gain prestige or stand out in their social environment. Furthermore, the use of AI reflects an innovative and modern approach to entrepreneurship. In this context, individuals want to appear innovative by using AI in their ventures. As emphasized by Cioc et al. (2023) and Ştefan et al. (2025), social influence is one of the key factors encouraging individuals to use new technologies. Zhang & Yang (2025) confirmed that social influence positively affects green entrepreneurial intention. Dabbous & Boustani (2023) also found that social influence has a significant and positive effect on entrepreneurial intention. Therefore, our H₄ hypothesis was supported, and the result is parallel to the findings of Zhang & Yang (2025) and Dabbous & Boustani (2023).

There is no statistically significant effect of effort expectancy and facilitating conditions on entrepreneurial intention. Thus, our H₂ and H₃ hypotheses were rejected. These results indicate that individuals do not sufficiently prioritize factors such as effort, convenience, and infrastructure when considering entrepreneurship within the context of artificial intelligence. The reason for this may be that AI applications are generally user-friendly, require minimal effort, and are easy to access and use. Indeed, Emon et al. (2023) stated that effort expectancy has a negative impact, while facilitating conditions have a positive impact on individuals' intention to use AI applications. When AI applications require significant effort, individuals tend to avoid using them. However, when there are facilitating factors that influence usage, individuals' intentions to use them increase. When entrepreneurial intention is evaluated in the context of AI, it is observed that individuals do not consider effort expectancy and facilitating conditions as much as performance expectancy and social influence. As emphasized by Adekiya & Ibrahim (2016), entrepreneurial intention refers to individuals' intent to establish a business with growth potential. Within the scope of this intention, individuals aim to achieve a goal and accomplish something. Therefore, individuals' evaluation of entrepreneurial intention in the context of AI has been primarily focused on performance and social influence.

In addition to these, the results indicate that self-efficacy plays a moderating role in the effects of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence on entrepreneurial intention. The interaction effect is negative for all variables. In other words, self-efficacy reduces the impact of performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence on entrepreneurial intention. According to the simple slope tests, the moderating effect for performance expectancy and social influence is significant for individuals with low self-efficacy, whereas it is statistically insignificant for those with high self-efficacy. Specifically, for individuals with low self-efficacy, as performance expectancy and perceived social influence increase, entrepreneurial intention increases further compared to individuals with high self-efficacy. Furthermore, the simple slope test results for effort expectancy and facilitating conditions were insignificant for both low and high self-efficacy levels. According to Dawson (2014), the overall moderating effect is considered significant because a significant difference was detected between the direction and shape of the slopes. While effort expectancy and facilitating conditions do not significantly affect entrepreneurial intention at extreme self-efficacy levels (low or high), self-efficacy generally reduces their impact on entrepreneurial intention. This suggests that the moderating effect might be more prominent at moderate levels or that the relationship is non-linear. Consequently, these findings suggest that entrepreneurial intention in the context of AI is shaped by individuals' self-efficacy levels. The results indicate that individuals with high self-efficacy may be

less dependent on AI tools when making entrepreneurial decisions. Because individuals with high self-efficacy trust their own abilities, equipment, and skills more than those with low self-efficacy, they may place less importance on the presence or use of technological tools. Such individuals might even feel uncomfortable being guided by an external technological system like AI, perceiving their own knowledge and intuition as superior to the benefits AI provides. Some may even view AI tools as a waste of time or unnecessary. Conversely, individuals with low self-efficacy may view AI tools as an empowering force that compensates for their perceived deficiencies. Therefore, the negative moderating role of self-efficacy may stem from high self-efficacy individuals perceiving AI not as a facilitator, but as an element that hinders or limits personal autonomy.

To increase individuals' entrepreneurial intentions in the context of artificial intelligence, it may be crucial to enhance their performance expectancy toward AI applications. If individuals perceive AI tools as drivers of performance and productivity, their likelihood of engaging in entrepreneurial ventures increases. Therefore, corporate AI applications developed specifically for businesses or entrepreneurs should carry out promotional activities that promise performance enhancement. In this context, examples of individuals who have achieved high performance and successful ventures using AI applications can be utilized. Such examples used in promotion can trigger the drive to become an entrepreneur. Furthermore, companies developing AI applications should design their promotional activities with social influence at the center. In this regard, it can be emphasized that using AI applications will cause individuals to be perceived as innovators and early adopters in their social circles when they become entrepreneurs. Additionally, focusing on how this provides them with prestige and a competitive advantage could be beneficial. Since entrepreneurship in the context of AI also varies according to individuals' self-efficacy levels, focus must also be placed on self-efficacy to boost entrepreneurship. Specifically, various training programs should be organized for students and recent graduates with entrepreneurial potential, and building self-efficacy should be an integral part of these programs. In entrepreneurship training (or courses) provided by public institutions or universities, performance expectancy, social influence, and self-efficacy are key topics that must be addressed. Moreover, measuring individuals' self-efficacy levels before entrepreneurship training and redesigning the training processes accordingly may be beneficial. This is because the entrepreneurial intentions of individuals with low self-efficacy versus high self-efficacy can differ significantly in the context of AI.

Limitations and Future Research

As with any study, this research has several limitations. First, the data were collected in Türkiye, and factors such as AI acceptance, self-efficacy levels, and entrepreneurial intention may vary across different cultural contexts. Future studies could collect data from diverse cultural backgrounds to reveal the significance of culture within the framework of AI adoption and entrepreneurial intent. Furthermore, since the study measures entrepreneurial intention, the data were collected from individuals who are not yet entrepreneurs. Future research could focus on active entrepreneurs to examine the actual impact of AI acceptance on real entrepreneurial behavior. In this study, demographic information was used for descriptive purposes and was not included in the primary analyses. Subsequent research could investigate the influence of variables such as gender, age, marital status, and educational level on the proposed relationships. Additionally, incorporating participants' prior AI knowledge and usage levels into the research model could provide deeper insights. Finally, this study utilized the core factors of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and social influence. Future studies could expand the model by adding variables such as hedonic motivation, price value, and habit, thereby analyzing the relationship between AI acceptance and entrepreneurial intention within the UTAUT2 framework. Moreover, the research model could be

further extended by analyzing individuals' emotional states and risk perceptions toward artificial intelligence technologies.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

Üretken Yapay Zekâ Kabulünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterliliğin Düzenleyici Rolü

Giriş

Çağımızda teknolojik ilerlemelerin hızı özellikle yapay zekâ (YZ) alanında işletmelerin ve bireylerin geleneksel çalışma ve üretim paradigmasını kökten dönüştürmektedir. Dijital dönüşüm olarak adlandırılan bu süreç yalnızca yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına değil, aynı zamanda mevcut iş süreçlerinin de yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır. Bu dönüşüm ile birlikte girişimcilik faaliyetleri de YZ teknolojileri ile daha önce hiç olmadığı kadar etkileşim içerisine girmiştir. Özellikle üretken yapay zekâ (ÜYZ) araçları, girişimcilik ekosisteminde kayda değer bir değişim potansiyeli sunarak geleneksel girişimcilik anlayışını değiştirmiştir. Bu bağlamda ekonomik büyümeyi teşvik etmede ve yeni istihdam alanları yaratmada kritik bir faktör olan girişimcilik bu teknolojik kaynaklı dönüşüm ve gelişmelerden en çok etkilenen alanlardan biri haline gelmiştir (Nart & Yıldırım, 2021, s. 5).

Nitekim, YZ teknolojilerindeki devrim niteliğindeki gelişmeler işletmelerin faaliyetlerini yeniden şekillendirmekte ve girişimcilik ekosistemine önemli fırsatlar sunmaktadır (Uriarte vd., 2025, s. 2). Son yıllarda ChatGPT ve Gemini gibi ÜYZ araçlarının ortaya çıkışı bilgiye erişim, problem çözme ve karar alma süreçlerinde değişimlere yol açarak (Özdemir, 2025; Yılmaz & Yılmaz Karaoğlu, 2023, s. 2) sorunlara çözüm bulma, temel kavramları açıklama ve bilgi üretme kapasiteleriyle çeşitli sektörlerde devrim yaratmıştır (Özdemir, 2025; Ivanov vd., 2024, s. 2).

Girişimcilik, bir ülkenin ekonomik büyümesi, istihdamın artırılması ve teknolojik modernizasyonu için kritik bir itici güç olarak kabul edilmektedir (Wibowo & Suasana, 2017, s. 5694). ÜYZ araçların kullanımı, iş fikirlerinin geliştirilmesinden pazar araştırmasına, iş planı hazırlığından pazarlama stratejilerine kadar birçok alanda büyük kolaylıklar sağlamaktadır (Tran & Murphy, 2023, s. 854). Girişimciler, iş modellerini tasarlarken ÜYZ ile konuşarak öğrenebilmekte (Kostis vd., 2024, s. 1) ve ÜYZ'nin yaratıcı yıkımı daha yaratıcı ancak daha az yıkıcı hale getirebileceği öne sürülmektedir (Norbäck & Persson, 2024, s. 349). Bu yüzden ÜYZ araçları girişimci adayları için artık bir seçenek olmaktan çıkıp bir gereklilik haline gelmiştir.

ÜYZ teknolojileri yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasını ve problem çözme becerilerini destekleyerek bireylerin girişimcilik sürecinde doğrudan uygulanabilir teknikleri öğrenmelerine yardımcı olur. Ayrıca, öz yeterliliğin bu süreçte bireylerin motivasyonunu ve davranış seçimlerini belirlemede ve girişimcilik niyetini öngörmekte önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir (Ka & Lee, 2025, s. 412-413). Mevcut araştırmalar ÜYZ teknolojilerinin kabulünün öğrenciler, bilgi çalışanları ve sağlık profesyonelleri gibi çeşitli kullanıcı grupları üzerindeki etkilerini incelemiş olsa da (Gupta & Yang, 2024, s. 225), bu teknolojilerin potansiyel girişimciler tarafından benimsenmesi ve eyleme dönüşme niyeti arasındaki ilişki büyük ölçüde göz ardı edilmiştir. Daha da önemlisi, mevcut

çalışmalar genellikle teknolojik özelliklere (fayda, kullanım kolaylığı) odaklanırken, bireyin kendi kapasitesine olan inancını temsil eden 'öz yeterlilik' gibi temel psikolojik dinamiklerin bu süreçte nasıl etki ettiği literatürde ciddi bir boşluk oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, Üretken Yapay Zekâ Kabulü (ÜYZK) ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin nasıl bir sınır koşulu yarattığı henüz Türkiye bağlamında incelenmemiştir. Bu çalışma, ÜYZK'nın girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin, bireylerin öz yeterlilik düzeylerine göre nasıl farklılaştığını inceleyen bütünlük bir model önermektedir. Bu araştırma modeli, ÜYZK ile girişimcilik niyeti arasındaki doğrudan ilişkide öz yeterliliğin üstlendiği kritik düzenleyici role odaklanarak, bu ilişkinin hangi koşullarda güçlendiğini veya zayıfladığını açıklamayı hedeflemektedir. Türkiye'deki girişimci adayları üzerinde yapılan bu ampirik çalışma, YZ çağında girişimciliğin nasıl teşvik edilebileceğine dair pratik ve teorik çıkarımlar sunmaktadır.

Dijital dönüşümle birlikte iş modellerinin hızla değiştiği, yenilikçi fikirlerin ve teknolojilerin rekabet avantajı sağladığı bir ortamda girişimci adaylarının ÜYZ araçlarını kabul etme düzeyleri ve bu araçları kullanma konusundaki öz yeterlilikleri onların girişimci olma yolundaki niyetlerini nasıl şekillendirdiğini anlamak hem teorik hem de pratik açıdan büyük önem taşımaktadır. Teorik olarak ÜYZK, girişimcilik niyeti ve öz yeterlilik arasındaki karmaşık ilişkilerin derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunarak literatürdeki boşluğu dolduracaktır. Pratik açıdan ise bulgularımız politika yapımcılar, eğitimciler ve girişimcilik destek programı yöneticileri için önemli çıkarımlar sağlayacak ve genç nesilleri dijital çağın gerektirdiği yetkinliklerle donatma ve girişimcilik potansiyellerini maksimize etme yolunda önemli bir katkı sağlayacaktır.[†]

Teorik Arka Plan

Bu çalışma, girişimcilik niyetinin oluşumunda teknolojik ve bireysel faktörlerin etkileşimini açıklamak amacıyla bütünlük bir teorik yaklaşım benimsemiştir. Girişimcilik davranışı, doğası gereği karmaşık bir süreçtir ve tek bir teori ile açıklanması güçtür. Bu nedenle çalışmada; (1) bireylerin ÜYZ gibi yıkıcı bir teknolojiyi kabul etme motivasyonlarını açıklamak için Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT), (2) bu kabulün girişimcilik davranışı öncesindeki en kritik aşama olan niyete dönüşümünü temellendirmek için Planlı Davranış Teorisi (PDT) ve (3) bu süreçte bireyin kendi kapasitesine olan inancının (öz yeterlilik) düzenleyici rolünü açıklamak için Sosyal Bilişsel Teori (SBT) bir araya getirilmiştir.

Yapay Zekâ ve Üretken Yapay Zekâ Kabulü

Yapay zekâ, OECD (2024, s. 4) tarafından açık ve örtük hedefler için aldığı girdiden fiziksel ve sanal ortamları etkileyebilecek tahminler, içerikler, öneriler veya kararlar gibi çıktıların nasıl üretileceğini çıkaran makine tabanlı bir sistem olarak tanımlanmıştır. Yapay zekâ araçlarını kullanmak birçok kişiye fayda sağlayabileceğinden bireylerin bu yapay zekâ teknolojilerini benimsemeleri ve uygun şekilde kullanmaları için kabul etmeleri gerekmektedir. Eğer birey yapay

[†] Üretken yapay zekaların hayatın içine çok hızlı girişiyle birlikte, bu durum sosyal bilimcilerin hemen dikkatini çekmiş inceleme alanına girmiştir. Bilimsel çalışmalarda da üretken yapay zekanın oldukça fazla kullanıldığı görülmektedir. Makalemizin direk konusu olmasa da bun tür çalışmaların bir kısmını görmek için bk. Abdulrazagova et al., 2025; Ahmed & Hamod, 2026; Akyıldız & Akyıldız, 2020; Altıntaş, 2025; Altıntaş & Yürekli, 2026; Altındiş, 2020; Ardaturk, 2026; Arduç Kara, 2026; Arıcı & Karacı, 2013; Aşkun, 2024; Başar, 2025; Bekil, 2018; Büyükbayacı & Yozcu, 2026; Coşkun, 2025; Çakmak, 2025; Çark, 2020; Çelik et al., 2025; Çora et al., 2026; Dalmış, 2026; Doğru & Hacimuftüoğlu, 2025; Efendioğlu, 2023; Ekinci, 2025; Ertan, 2026; Güzel, 2024; Işık & Darı, 2023; Kanat, 2020; Karakuş et al., 2025; Keleş, 2018; Keleş & Keleş, 2017, 2018; Keleş et al., 2017; Kızıldağ, 2023; Koçakoğlu & Koçakoğlu, 2025; Mazlum & Mazlum, 2025; Odacıoğlu, 2022; Ölçer, 2025; Özdemir, 2026; Romya Bilgin & Küçükşabanoglu, 2023; Sakin & Türk, 2025; Sarıbaş, 2025; Serçemeli, 2018; Tetik Küçükkelçi, 2025; Tuğcu, 2025; Yener & Köse, 2023; Yıldırım Altun, 2025; Yıldız, 2025; Zan & Zan, 2025; Zenginaloğlu, 2026.

zekâ araçlarını düşük bir düzeyde kabul ederse, bu davranış yapay zekâyı benimsemeyi azaltacak ve bunun sonucunda kaynaklar gerekli şekilde kullanılmayacaktır (Kelly vd., 2023, s. 2).

ÜYZ, metin, görüntü, ses veya diğer veriler gibi yeni ve orijinal içerikler üretebilen bir yapay zekâ türüdür (Yılmaz & Yılmaz Karaoğlu, 2023, s. 2) ve operasyonel verimliliği önemli ölçüde artırma, yeniliği teşvik etme ve ekonomik değer yaratma potansiyeline sahip dönüştürücü bir teknolojiyi temsil etmektedir. Üretken yapay zekâyı teknolojik altyapı, düzenleyici ortamlar, kurumsal hazırlık ve kalifiye personelin varlığı gibi bir dizi faktör etkilediği için başarılı bir şekilde benimsenmesi garanti değildir. Ancak bununla birlikte, 2030 yılına kadar küresel piyasada üretken yapay zekânın 110 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Ali vd., 2025, s. 166). ÜYZ, zamanında müşteri hizmetleri sunma, farklı iş faaliyetleri için içerik oluşturma, insan kaynaklarını yönetme, anında müşteri geri bildirimi sağlama, ürün veya hizmetle ilgili bilgi sağlama, ürünleri yönetme ve dijital pazarlama gibi birçok faydaya sahiptir (Rana vd., 2024, s. 1). Güçlü bir teknolojiyi temsil edebilen ve benzersiz bir yapay zekâ kategorisi olan ÜYZ 2023 itibarıyla dünya çapında pazarlama, satış, hukuk, insan kaynakları, muhasebe, finansman, kamu hizmeti ve eğitim gibi birçok alanda işletmelere hizmet vermektedir (Fui-Hoon Nah vd., 2023, s. 280).

ÜYZ teknolojileri, yeni veriler üretebilme kapasitesiyle öne çıkmakta ve doğal dili anlama ile üretme yetenekleri sayesinde insan davranışlarını taklit edebilmektedir. Bu özellikleri söz konusu araçların iş dünyası ve toplumsal yapı içerisinde kayda değer roller üstlenmesini mümkün kılmaktadır. Ayrıca, üretken yapay zekânın farklı veri türlerini sentezleyebilmesi, genel eğilimleri özetleyebilmesi ve ikna edici açıklamalar sunabilmesi dikkat çekicidir. Bu araçlar, iş ve toplum içerisinde doğrudan karar verici bir konumda yer almasa da, bireylerin fark etmemiş olabileceği alternatif bakış açılarını sentezleyerek sunduğu özetler sayesinde yaratıcı düşüncelerin tetiklenmesine katkı sağlayabilecek potansiyele sahiptir (Dwivedi vd., 2023, s. 56).

Bu yeni teknolojilerin bireyler tarafından kabul edilmesi Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi (UTAUT) gibi teorik çerçevelerle açıklanmaktadır. Davis (1989) tarafından ileri sürülen Teknoloji Kabul Modeli gerekçeli eylem ve planlı davranış teorilerine dayanmakta ve Sebep Eylem Teorisi'nin (TRA) bilgi sistemlerinin kullanıcı kabulünü modellemek için uyarlanmış bir modeldir (Özdemir & Taşkın, 2025). TAM'ın amacı, bilgisayar kabulünün belirleyicileri hakkında genel, çok çeşitli son kullanıcı bilgi işlem teknolojileri ve kullanıcı popülasyonları genelinde kullanıcı davranışını açıklayabilen ve aynı zamanda hem basit hem de teorik olarak gerekçelendirilmiş bir açıklama sağlamaktır (Davis vd., 1989, s. 4). TAM'a göre dış faktörler ve aracı faktörler aracılığıyla kullanıcı tarafından yeni teknolojinin kabul edilmesine yol açmakta ve algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı ve kişinin etkin kullanımına yönelik tutumunu doğrudan etkilemektedir (Yadegari vd., 2024, s. 1103).

Venkatesh vd. (2003) tarafından geliştirilen UTAUT ise sekiz farklı teknoloji kabul modeli tarafından -Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), combined TAM-TPB, Model of Personnel Computer Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT) and Social Cognitive Theory (SCT)- ileri sürülen önermeleri sentezleyerek oluşturulmuştur (Taherdoost, 2018, s. 965). UTAUT'a göre bilgi teknolojilerinden yararlanma niyeti performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar olmak üzere dört temel değişkenin bir fonksiyonu olup bir sistemi kullanma eğilimini oluşturarak bir kişinin fiili kullanım davranışlarını şekillendirmektedir. Burada performans beklentisi (TAM'da algılanan fayda); bir bireyin bir sistemi kullanmanın iş performansını artıracığına inanma derecesini, çaba beklentisi; sistemin kullanımıyla ilişkili kolaylık derecesini, sosyal etki; bir bireyin önemli diğer kişilerin yeni sistemi kullanması gerektiğine inandığını algılamasını ve kolaylaştırıcı koşullar ise bireyin sistemin kullanımını desteklemek için bir organizasyonel ve teknik bir altyapının var olduğuna olan inancını ifade etmektedir (Venkatesh,

2022, s. 645). Yüksek tahmin doğruluğuyla ünlü olan UTAUT modeli, teknoloji kabulünü tahmin etmede yaklaşık %70 oranında etkili olduğu tespit edilmiş ve bu da onu teknoloji benimseme alanında temel bir teori haline getirmiştir (Wang vd., 2024, s. 3).

Geleneksel Teknoloji Kabul Modeli, teknolojiyi sadece 'fayda' ve 'kolaylık' ekseninde değerlendirirken, ÜYZ iş yapış şekillerini ve sosyal etkileşimleri de dönüştüren çok boyutlu bir yapıdır. Bu bağlamda Venkatesh vd., (2003) tarafından geliştirilen UTAUT, sadece teknolojik özellikleri değil, aynı zamanda sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar gibi çevresel faktörleri de modele dahil etmesiyle ÜYZK'yi açıklamakta daha kapsayıcı bir çerçeve sunmaktadır. Çalışmamızda girişimcilik niyeti, salt bireysel bir karar değil, teknolojik ve sosyal çevrenin tetiklediği bir olgu olarak ele alındığından UTAUT temel alınmıştır.

Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik, yeni girişim fikirlerinin keşfedilmesi, değerlendirilmesi ve fırsatların kullanılmasını içeren bir faaliyettir. Bu faaliyet fırsatları belirlemeyi, risk almayı ve yenilikçi fikirleri veya ürünleri pazara sunmak için kaynakları harekete geçirmeyi içermektedir. Girişimcilik uygulamaları, ekonomik büyümeyi teşvik ettiği, istihdam fırsatları yarattığı ve yeniliği desteklediği için çok önemlidir (Uriarte vd., 2025, s. 5). Girişimcilik niyeti ile ilgili ampirik çalışmalar ilk olarak Bandura'nın (1977, 1982) sosyal bilişsel teoride kişinin olası durumları yönetmek için gerekli eylemleri organize etme ve yürütme yeteneklerine olan inancı olarak tanımlanan öz yeterlilik kavramını ortaya atmasıyla başlamıştır (Saraih vd., 2018, s. 2). Travis & Freeman (2017, s. 57) girişimcilik niyetini, bir işi başlatmadan veya bir işe sahip olmadan önce o işi başlatma, yaratma veya sahip olma niyetleri olarak tanımlamaktadır. Bu kavram, girişimcilik faaliyetlerinin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik niyeti üzerine yapılan çalışmalar bu niyetin oluşumunu açıklamak için çeşitli teorik çerçeveler kullanmıştır. Girişimcilik niyetini açıklayan başlıca teoriler arasında Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisi (PDT), Shapero ve Sokol'un (1982) Girişimci Olay Modeli ve Bird'in (1988) Girişimci Niyetleri Uygulama Modeli yer almaktadır.

Ajzen'in (1991) planlı davranış teorisine göre bir kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirme niyeti davranışa yönelik tutum, özel normlar ve algılanan davranışsal kontrol tarafından belirlenir. Davranışa yönelik tutum, bireyin davranışı gerçekleştirme konusunda olumlu ya da olumsuz algısıdır. Öznel normlar, davranışta bulunmaya yönelik algılanan sosyal baskıdır. Algılanan davranışsal kontrol ise bireyin bir davranışı gerçekleştirme yeteneğine ve bu davranışın üzerindeki kontrolüne ilişkin algısıdır (La Barbera & Ajzen, 2021, s. 36). Girişimcilik literatüründe, girişimcilik eyleminin en güçlü yordayıcısının 'niyet' olduğu genel kabul görmektedir. Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisi, niyetin davranışa giden yoldaki merkezi rolünü vurgular. Bu çalışmada, ÜYZK'nin doğrudan bir davranışa (iş kurma) dönüşmesinden ziyade, öncelikle zihinsel bir hazırlık süreci olan girişimcilik niyetini şekillendirdiği varsayılmaktadır. Bu nedenle, bağımlı değişken olarak girişimcilik niyeti tercih edilerek çalışmanın zemini PDT üzerine kurgulanmıştır.

Shapero ve Sokol (1982) göre girişimci niyetten ziyade girişimci olayı yani yeni bir iş kurma olgusunu merkeze almışlardır. Bu modelde bireyin bir girişime yönelik arzusu ve algılanan uygulanabilirliği, eyleme geçme veya geçmeme kararını tetiklemektedir (Şeşen & Basım, 2012, s. 22). Bird'in (1988) modeline göre bir birey hem rasyonel düşüncesini şekillendiren politik, sosyal ve ekonomik unsurları içeren bağlamsal hem de iş kurmaya yönelik sezgisel yaklaşımını etkileyen kişisel özelliklere dayanarak girişimciliğe yönelik niyetler oluştururlar (Maheshwari vd., 2023, s. 1907).

Özyeterlilik

Öz yeterlilik, Albert Bandura'nın Sosyal Bilişsel Teorisi'nin temel bir kavramıdır (Bandura, 1977) ve bireyin karşılaşılabileceği durumlarla başa çıkmak için gerekli eylem planlarını düzenleme

ve uygulama konusundaki kendi yeteneklerine olan inancını ifade eder (Bandura, 1995, s. 2). Bu tanım eylemlerin, davranışların, algıların, bilişin ve çevrenin kendi kendini motivasyonlu bir şekilde etkilediğiyle ilgilidir (Shahab vd., 2019, s. 261). Öz yeterliliğin bu etkisinin kişinin başarısını belirlediği söylenmektedir. Yüksek öz yeterlilik, kişinin çabalarını ve performansını artırmak için inisiyatif ve azim sağlayacaktır. Düşük öz yeterlilik ise kişinin çabasını ve performansını azaltacaktır. Yüksek öz yeterliliğe sahip kişiler, düşük yeterliliğe sahip kişilerden farklı düşünecek ve farklı tutumlara sahip olacaktır. Bu açıklamaya dayanarak, öz yeterliliğin bir kişinin belirli hedeflere ulaşma konusundaki özgüveni olduğu sonucuna varılabilir (Jamilatun vd., 2023, s. 20). Teknolojik imkânların varlığı (UTAUT) ve niyetin oluşumu (PDT) tek başına girişimcilik sürecini açıklamakta yetersiz kalabilir, zira bireyler aynı teknolojik imkânlara farklı tepkiler verebilmektedir. Bandura'nın (1977) SBT'si burada devreye girerek öz yeterlilik kavramı üzerinden bu farklılaşmayı açıklar. SBT'ye göre, çevresel faktörler (yapay zekâ) ile davranışsal niyetler arasındaki ilişki, bireyin kendi yeteneklerine olan inancı (öz yeterlilik) tarafından düzenlenir. Çalışmamızda öz yeterliliğin bir düzenleyici (moderator) olarak konumlandırılması, SBT'nin öngördüğü insan, çevre ve davranış arasındaki karşılıklı belirleyicilik ilkesine dayanmaktadır.

Literatür Araştırması, Hipotezler ve Araştırma Modeli

Üretken Yapay Zekâ Kabulü ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Yapay zekâ teknolojileri girişimcilik uygulamalarını dönüştürmekte ve girişimcilik teorileriyle ilgili soruları gündeme getirmektedir. Özellikle üretken yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının büyük bir inovasyon ve girişimcilik potansiyeli yaratması sonucunda olumlu sosyal ve ekonomik değişikliklere yol açması beklendiğinden girişimci niyetlerini analiz ederken üretken yapay zekânın dikkate alınması gereken önemli bir faktör olduğunu savunulmaktadır (Dabbous & Boustani, 2023, s. 4). Üretken yapay zekâ teknolojilerinin yükselişiyle birlikte, bu araçların bireylerin girişimcilik niyetleri üzerindeki potansiyel etkisi literatürde giderek daha fazla ilgi görmektedir. Mevcut çalışmalar incelendiğinde, araştırmacıların yapay zekâ kabulünde ağırlıklı olarak performans beklentisi ve sosyal etki değişkenleri üzerinde bir uzlaşmaya vardığı görülmektedir. Örneğin, Solórzano vd., (2024) ile Zhang & Yang (2025) yaptıkları çalışmalarda benzer bulgulara ulaşarak, bireylerin yapay zekânın kendilerine sağlayacağı faydaya (performans beklentisine) inandıkça girişimcilik niyetlerinin doğrudan arttığını ortaya koymuştur. Öte yandan Dabbous & Boustani (2023) farklı bir perspektif sunarak, performans beklentisinin doğrudan bir etkisi olmadığını, aksine çevresel beklentileri temsil eden 'sosyal etkinin' girişimcilik niyeti üzerinde çok daha belirleyici olduğunu iddia etmiştir. Moustafa vd., (2025) ise çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşulların da bu süreçte anlamlı bir rol oynadığını ekleyerek literatürü genişletmiştir. Bu durum, yapay zekâ kabul faktörlerinin niyet üzerindeki etkisinin örnekleme ve bağlama göre değişkenlik gösterebileceğini ve daha bütüncül modellere ihtiyaç duyulduğunu kanıtlamaktadır.

Üretken Yapay Zekâ Kabulü, Öz Yeterlilik ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişki

Literatürde yapay zekâ ve öz yeterlilik kavramlarını bir arada inceleyen sınırlı sayıda çalışma, öz yeterliliği genellikle bir aracı değişken olarak konumlandırmıştır. Örneğin Bui & Duong (2024), ChatGPT kullanımının dijital girişimcilik niyetini artırdığını ve bu süreçte dijital öz yeterliliğin temel bir aracı mekanizma olarak işlev gördüğünü tespit etmiştir. Benzer şekilde Abaddi (2024) ve Xie & Wang (2025), yapay zekâ teknolojilerine yönelik olumlu algıların bireylerin kendi yeteneklerine olan inançlarını artırdığını, bu artışın da dolaylı olarak girişimcilik niyetini tetiklediğini savunmuştur. Ancak mevcut ampirik kanıtlara bakıldığında, hiçbir çalışmanın öz yeterliliğin bir düzenleyici olarak sınır koşulu yaratıp yaratmadığını test etmediği görülmektedir. Dolayısıyla, halihazırda yüksek veya düşük öz yeterliliğe sahip bireylerin yapay zekâ araçlarını kabul ettiklerinde girişimcilik niyetlerinin nasıl bir kırılma yaşadığı sorusu literatürde hala cevapsızdır.

Araştırmalar öz yeterliliği sadece bağımsız veya aracı bir değişken olarak ele alırken, bu çalışma Sosyal Bilişsel Teori'nin karşılıklı belirleyicilik ilkesine dayanarak öz yeterliliğe farklı bir misyon yüklemektedir. Bu ilkeye göre bireysel içsel faktörler (öz yeterlilik) ve çevresel/teknolojik faktörler (yapay zekâ imkanları) davranışı şekillendirirken birbirleriyle etkileşim içindedir. Bu çalışmada, literatürdeki yaygın sinerjik beklentinin aksine, öz yeterliliğin bir telafi edici mekanizma olarak negatif düzenleyici rol oynaması beklenmektedir. Teorik olarak, yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler halihazırda kendi yeteneklerine, deneyimlerine ve içsel kaynaklarına yoğun bir şekilde güvendikleri için yeni bir iş kurma niyetini oluştururken dışsal bir teknolojik desteğe (yapay zekâyâ) daha az ihtiyaç duyarlar. Buna karşın, düşük öz yeterliliğe sahip bireyler, girişimcilik sürecinin gerektirdiği karmaşık problem çözme, pazar analizi ve karar alma aşamalarında kendilerini yetersiz hissedebilirler. Bu noktada üretken yapay zekâ, kendine güveni düşük olan bu bireyler için bir bilişsel dayanak işlevi görerek eksik olan özgüveni ve kapasite açığını teknolojik olarak telafi edebilir. Dolayısıyla, yapay zekâ kabul faktörlerinin girişimcilik niyetini artırıcı etkisinin, içsel kapasitesine güvenmeyen (düşük öz yeterlilik) bireylerde çok daha güçlü bir itici güç olacağı öngörülmektedir. Bu teorik gerekçelendirmeler doğrultusunda aşağıdaki araştırma hipotezleri ve model (Şekil 1) geliştirilmiştir.

H₁: Yapay zekâyâ yönelik performans beklentisi bireylerin girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H₂: Yapay zekâyâ yönelik çaba beklentisi bireylerin girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H₃: Yapay zekâyâ yönelik kolaylaştırıcı koşullar bireylerin girişimcilik niyetini etkilemektedir.

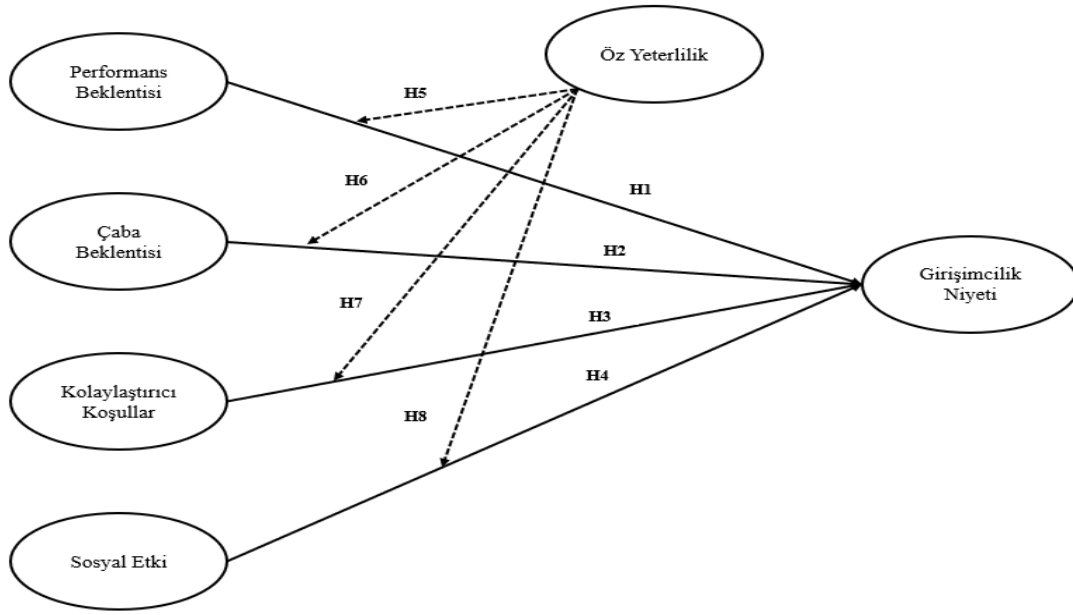
H₄: Yapay zekâyâ yönelik sosyal etki algısı bireylerin girişimcilik niyetini etkilemektedir.

H₅: Yapay zekâyâ yönelik performans beklentisi ile bireylerin girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici etkisi vardır.

H₆: Yapay zekâyâ yönelik çaba beklentisi ile bireylerin girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici etkisi vardır.

H₇: Yapay zekâyâ yönelik kolaylaştırıcı koşullar ile bireylerin girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici etkisi vardır.

H₈: Yapay zekâyâ yönelik sosyal etki algısı ile bireylerin girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici etkisi vardır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Yöntem

Çalışmada veriler 406 katılımcıdan çevrimiçi anket yöntemiyle toplanmıştır. Katılımcılar daha önce girişimcilik deneyimi olmayan bireylerden oluşmaktadır. Çünkü çalışma kapsamında bireylerin girişimcilik niyeti araştırılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 24 ve AMOS 24 paket programları ile analiz edilmiştir. Veriler daha önce yapılan çalışmalarda güvenilirlik ve geçerlilikleri kanıtlanmış çok maddeli ölçekler aracılığıyla toplanmıştır. Bu bağlamda performans beklentisi (7 madde), çaba beklentisi (5 madde), kolaylaştırıcı koşullar (3 madde) ve sosyal etki (5 madde) olmak üzere 4 alt boyuttan oluşan üretken yapay zekâ kabul ölçeği Yılmaz vd., (2024)'nin çalışmasından uyarlanmıştır. Girişimcilik niyeti ölçeği (6 madde) Şeşen & Basım (2012), öz yeterlilik ölçeği (10 madde) ise Aypay (2010)'un çalışmasından elde edilmiştir. Araştırma verileri, Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu'nun 11/11/2024 tarih ve E-74546226-050.99-115823 sayılı kararıyla onay alındıktan sonra toplanmıştır. Ankette bulunan soru ifadeleri Kesinlikle Katılmıyorum (1) ile Kesinlikle Katılıyorum (5) arasında değişen Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Elde edilen veriler kapsamında ilk olarak araştırma modeline doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve ölçüm modeli test edilmiştir. Ölçüm modeline ait uyum iyiliği değerleri ile güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin uygun olduğu tespit edildikten sonra araştırma hipotezleri yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak test edilmiştir.

Bulgular

Aşağıda analizler sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur.

Katılımcılara ilişkin Demografik Bulgular**Tablo 1.** Demografik Özellikler (N=406)

Demografik Özellikler	Kategori	Frekans (%)
Cinsiyet	Erkek	61,3
	Kadın	38,7
Yaş	20-25 Yaş	30
	26-30 Yaş	8,6
	31-35 Yaş	15
	36-40 Yaş	14,5
	41-45 Yaş	15,8
	46 Yaş ve üzeri	16
Eğitim Düzeyi	Lise	13,1
	Lisans	62,6
	Lisansüstü	24,4

Doğrulamalı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Doğrulamalı faktör analizi sonucunda model uyum iyiliği değerlerinin olması gereken değerlerde olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda araştırma modelinin toplanan veri ile uyumlu olduğu söylenebilmektedir (Çokluk vd., 2021; Bayram, 2016). (CMIN/df=3,185, NFI=0,908, TLI=0,929, CFI=0,934, SRMR=0,038, RMSEA=0,073).

Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırma modelinin güvenilirliğini test etmek için öncelikle iç tutarlılık göstergesi olan Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha değeri 0 ile 1 arasında değer alırken, değerin 0,70'in üzerinde olması kabul edilebilir sınırın üzerinde olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2019; Özdamar, 2017). Bununla birlikte, araştırma modelinin güvenilirliğini test etmek için her bir değişkene ait birleşik güvenilirlik (Composite Reliability) değerleri hesaplanmıştır. Bu değerin de 0,70'in üzerinde olması gerektiği vurgulanmaktadır (Hair vd., 2021).

Geçerlilik analizi için ilk olarak araştırma modelinin yakınsak geçerliliği incelenmiştir. Yakınsak geçerlilik için değişkenlerin AVE (Average Variance Extracted) değerleri ve soru ifadelerinin faktör yükleri incelenmiştir. AVE değerlerinin ve faktör yüklerinin 0,5'in üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 2021). Bu doğrultuda değişkenlere ilişkin değerler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Cronbach's Alpha	AVE	CR
Performans Beklentisi (PB)				
PB1	0,885			
PB2	0,850			
PB3	0,943			
PB4	0,841	0,964	0,794	0,964
PB5	0,938			
PB6	0,897			
PB7	0,879			
Çaba Beklentisi (ÇB)				
ÇB1	0,868			
ÇB2	0,915	0,951	0,792	0,950
ÇB3	0,917			
ÇB4	0,893			
ÇB5	0,855			
Kolaylaştırıcı Koşullar (KK)				
KK1	0,815			
KK2	0,877	0,899	0,724	0,887
KK3	0,860			
Sosyal Etki (SE)				
SE1	0,882			
SE2	0,941			
SE3	0,950	0,967	0,857	0,968
SE4	0,929			
SE5	0,924			
Girişimcilik Niyeti (GN)				
GN1	0,671			
GN2	0,808	0,952	0,770	0,952
GN3	0,875			
GN4	0,979			
GN5	0,961			
GN6	0,933			
Öz Yeterlilik (ÖY)				
ÖY1	0,897			
ÖY2	0,893			
ÖY3	0,842			
ÖY4	0,915	0,977	0,808	0,977
ÖY5	0,883			
ÖY6	0,935			
ÖY7	0,899			
ÖY8	0,937			
ÖY9	0,936			
ÖY10	0,848			

Tablo 2’de görüldüğü üzere araştırma modelindeki değişkenlerin Cronbach Alpha, AVE ve CR değerleri ile soru ifadelerinin faktör yükleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde. Bu nedenle araştırma modelinin güvenilirlik ve yakınsak geçerlilik ile ilgili kriterleri sağladığı belirtilebilir.

Bunlara ek olarak araştırma modelinin ayrışma geçerliliği test edilmiştir. Ayrışma geçerliliği için Fornell-Larcker kriter değerleri ve HTMT (Heterotrait-Monotrait) rasyo değerleri hesaplanmıştır. Bu kapsamda ilgili değerler Tablo 3 ve 4’te sunulmuştur.

Tablo 3. Korelasyonlar Fornell & Larcker Kriterleri

	PB	ÇB	KK	SE	GN	ÖY
PB	,891					
ÇB	,828***	,890				
KK	,759***	,665***	,851			
SE	,758***	,669***	,642***	,926		
GN	,495***	,416***	,393***	,439***	,878	
ÖY	,673***	,613***	,542***	,511***	,590***	,899

Not: *p< .05, **p< .01, ***p< .001.

Tablo 4. Heterotrait-Monotrait Rasyo

	PB	ÇB	KK	SE	GN	ÖY
PB						
ÇB	0,837					
KK	0,762	0,682				
SE	0,771	0,682	0,659			
GN	0,526	0,452	0,414	0,474		
ÖY	0,669	0,617	0,543	0,517	0,625	

Hesaplamalar neticesinde Tablo 3 ve 4'te de görüldüğü üzere AVE değerlerine ait tüm kareköklerinin yapılar arasındaki korelasyondan büyük olduğu tespit edilmiştir (Fornell & Larcker 1981). Ayrıca HTM değerleri 0,85 eşik değerinden daha azdır (Kline, 2016; Henseler vd., 2015). Sonuçlara göre araştırma modelinin ayrışma geçerliliği kriterlerini sağladığı görülmektedir.

Hipotez Testi Sonuçları

Çalışmada hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Analizler için SPSS 24 ve AMOS 24 paket programları kullanılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle yapısal eşitlik modelinin uyum iyiliği değerleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yapısal modelin uyum iyiliği değerleri uygundur (Çokluk vd., 2021; Bayram, 2016). (CMIN/df=3,248, NFI=0,930, TLI=0,951, CFI=0,950, SRMR=0,040, RMSEA=0,074). Yapısal modelin uyum iyiliği değerleri incelendikten sonra, hipotez testlerine ilişkin sonuçlar değerlendirilmiştir. Bu noktada sonuçlar direkt etkiler ve düzenleyicilik etkisi olmak üzere iki aşamada incelenmiştir. Direkt etkiler Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Direkt Etkiler

Hipotezler	Standardize Edilmiş Beta (β) Katsayısı	Standart Hata	Anlamlılık	Sonuç
H1: Performans Beklentisi → Girişimcilik Niyeti	0,263	0,079	0,00	Kabul
H2: Çaba Beklentisi → Girişimcilik Niyeti	-0,002	0,062	0,974	Ret
H3: Kolaylaştırıcı Koşullar → Girişimcilik Niyeti	0,014	0,063	0,825	Ret
H4: Sosyal Etki → Girişimcilik Niyeti	0,100	0,049	0,042	Kabul

Tablo 5 incelendiğinde yapay zekâya yönelik performans beklentisinin ($\beta = 0,263$, $p < 0,05$) ve sosyal etkinin ($\beta = 0,100$, $p < 0,05$) bireylerin girişimcilik niyetini pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. Buna karşın, yapay zekâya yönelik çaba beklentisi ($\beta = -0,002$, $p > 0,05$) ve kolaylaştırıcı koşulların ($\beta = 0,014$, $p > 0,05$) bireylerin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir.

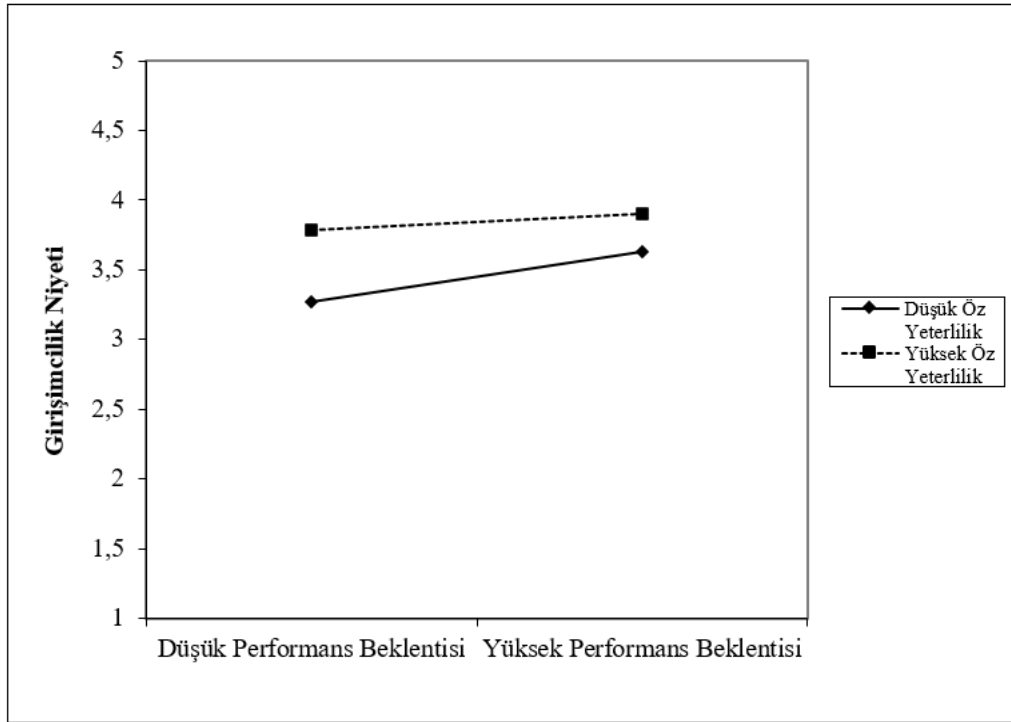
Çalışmada ayrıca yapay zekâya yönelik performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkinin bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin düzenleyici etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda düzenleyici etkilere ilişkin hipotez testi sonuçları Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Öz Yeterliliğin Düzenleyici Rolü

Hipotezler	Standardize Edilmiş Beta (β) Katsayısı	Standart Hata	Anlamlılık	Sonuç
H5: Performans Beklentisi*Özyeterlilik → Girişimcilik Niyeti	-0,121	0,056	0,044	Kabul
H6: Çaba Beklentisi*Özyeterlilik → Girişimcilik Niyeti	-0,143	0,058	0,012	Kabul
H7: Kolaylaştırıcı Koşullar*Özyeterlilik → Girişimcilik Niyeti	-0,149	0,056	0,011	Kabul
H8: Sosyal Etki*Özyeterlilik → Girişimcilik Niyeti	-0,119	0,057	0,021	Kabul

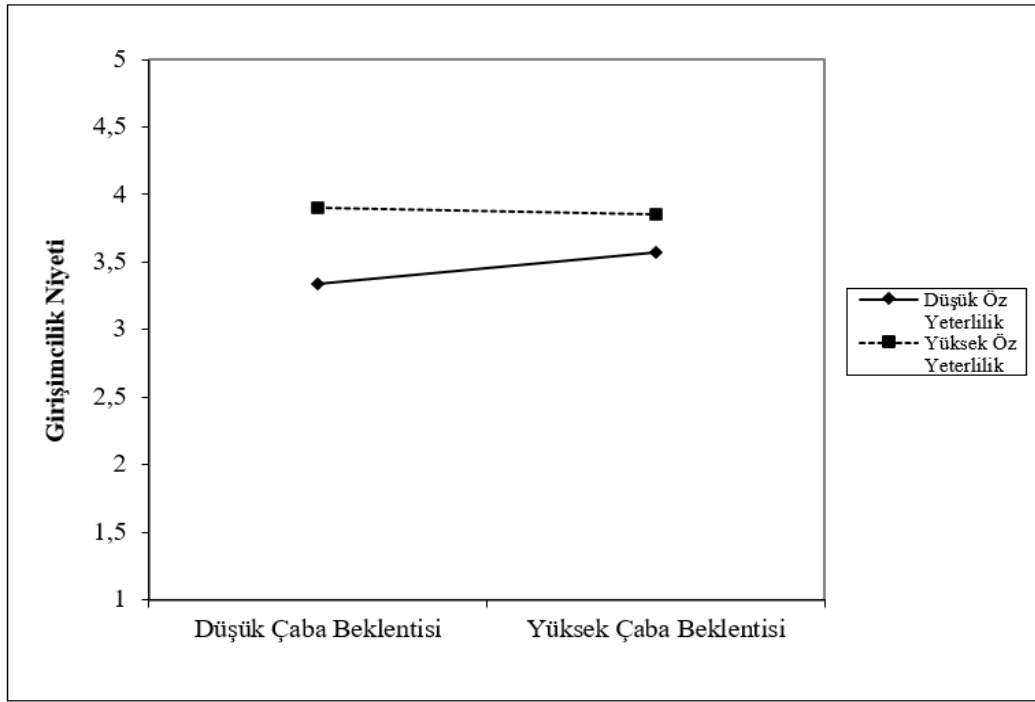
Not: * = Etkileşimi göstermektedir.

Tablo 6 incelendiğinde yapay zekâya yönelik performans beklentisinin bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz yeterliliğin düzenleyici etkisinin olduğu görülmektedir ($\beta = -0,121$, $p < 0,05$). Öz yeterlilik performans beklentisinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Basit eğim testi (Simple Slope Test) sonucunda düzenleyici etkinin düşük öz yeterlilik (eğim derecesi: 0,176, t : 1,968; $p < 0,05$) için anlamlı, yüksek öz yeterlilik (eğim derecesi: 0,055, t : 0,399; $p > 0,05$) için ise istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir. Kısaca, düşük öz yeterliliğe sahip olan bireylerde yapay zekâya yönelik performans beklentisi arttıkça girişimcilik niyeti yüksek öz yeterliliğe sahip bireylere kıyasla daha fazla artmaktadır. Performans beklentisi ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileşim etkisi Şekil 2’de görselleştirilmiştir (Dawson, 2025).



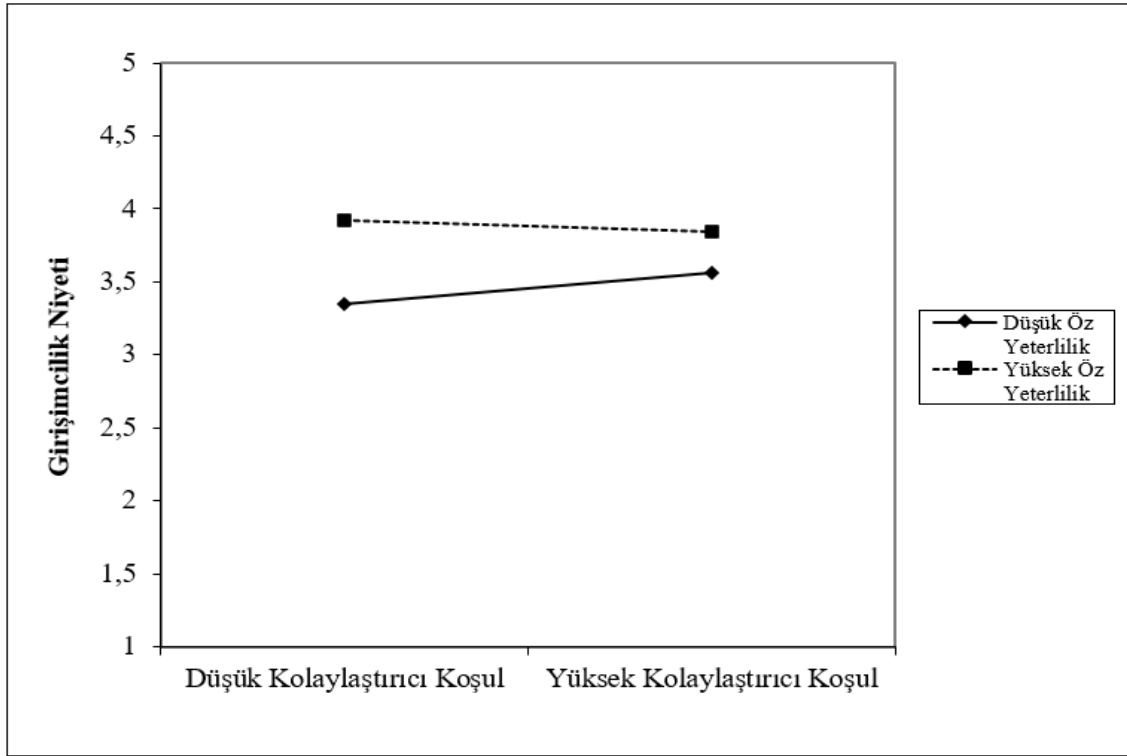
Şekil 2. Performans Beklentisi ve Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkileşim Etkisine Yönelik Basit Eğim Testi

Öz yeterlilik yapay zekâya yönelik çaba beklentisinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde düzenleyici etkiye sahiptir. Öz yeterlilik çaba beklentisinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır ($\beta = -0,143$, $p < 0,05$). Basit eğim testi neticesinde düzenleyici etki hem düşük öz yeterlilik (eğim derecesi: 0,117, t : 1,308; $p > 0,05$) hem de yüksek öz yeterlilik (eğim derecesi: -0,026, t : -0,194; $p > 0,05$) için istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Etkileşim etkisi anlamlıyken, basit eğimlerin düşük ve yüksek seviyelerinde düzenleyici etki anlamlı bulunmamıştır. Düşük ve yüksek öz yeterliliğin eğimlerinin birbirleri arasındaki farklılık (yön ve şekil açısından) anlamlı olduğu için genel etkileşim etkisi anlamlıdır (Dawson, 2014). Öz yeterliliğin düzenleyici etkisi uç değerlerde (düşük-yüksek öz yeterlilik) anlamlı değildir. Bu durum düzenleyici etkinin orta düzeyde daha belirgin olduğu veya etkinin doğrusal olmadığı anlamına gelebilmektedir. Çapraz geçiş etkisi olarak değerlendirilen durum doğrusal olmayan ilişkilerin varlığına işaret etmektedir. Etkileşim etkisi anlamlıyken alt gruplara ait eğimler anlamsız çıkabilmektedir. Bu durumda etkileşim çizgisi belli bir noktada kesişmekte ve kesişim noktasında etkileşim sıfırlanmaktadır. Dolayısıyla Şekil 3'te görüldüğü üzere düşük öz yeterlilik ve yüksek öz yeterliliğe ait etkileşim çizgilerinin yönleri ileride belirli bir noktada kesişme eğilimindedir. Bu doğrultuda çaba beklentisi ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileşim etkisi Şekil 3'te görselleştirilmiştir (Dawson, 2025).



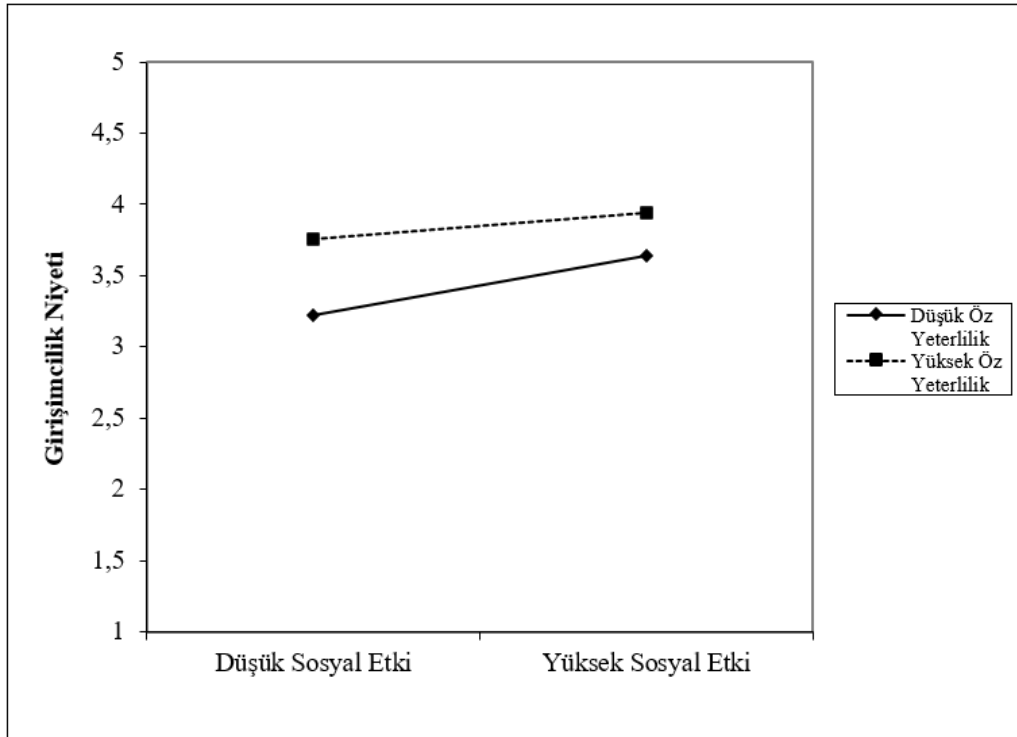
Şekil 3. Çaba Beklentisi ve Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkileşim Etkisine Yönelik Basit Eğim Testi

Bunlara ek olarak, öz yeterliliğin yapay zekâya yönelik kolaylaştırıcı koşulların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde düzenleyici etkisi bulunmaktadır. Öz yeterlilik kolaylaştırıcı koşulların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır ($\beta = -0,149$, $p < 0,05$). Basit eğim testi neticesinde düzenleyici etki hem düşük öz yeterlilik (eğim derecesi: $0,107$, $t: 1,196$; $p > 0,05$) hem de yüksek öz yeterlilik (eğim derecesi: $-0,042$, $t: -0,305$; $p > 0,05$) için istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Çaba beklentisinin bağımsız değişken olduğu durumdakine benzer şekilde, etkileşim etkisi anlamlı olmasına rağmen basit eğimlerin düşük ve yüksek seviyelerinde düzenleyici etki anlamlı değildir. Düşük ve yüksek öz yeterliliğin eğimlerinin birbirleri arasındaki farklılık (yön ve şekil açısından) anlamlı olduğu için genel etkileşim etkisi anlamlıdır (Dawson, 2014). Kolaylaştırıcı koşullar ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileşim etkisi Şekil 4'te görselleştirilmiştir (Dawson, 2025).



Şekil 4. Kolaylaştırıcı Koşullar ve Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkileşim Etkisine Yönelik Basit Eğim Testi

Son olarak, öz yeterlilik yapay zekâya yönelik sosyal etki algısının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde düzenleyici etkiye sahiptir. Öz yeterlilik sosyal etkinin de girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır ($\beta = -0,119$, $p < 0,05$). Basit eğim testi sonucunda düzenleyici etki düşük öz yeterlilik (eğim derecesi: 0,210, $t: 2,711$; $p < 0,05$) için anlamlı, yüksek öz yeterlilik (eğim derecesi: 0,091, $t: 0,719$; $p > 0,05$) için ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Düşük öz yeterliliğe sahip olan bireylerde sosyal etki arttıkça girişimcilik niyeti yüksek öz yeterliliğe sahip bireylere kıyasla daha fazla artmaktadır. Bu doğrultuda sosyal etki ve öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkileşim etkisi Şekil 5'te görselleştirilmiştir (Dawson, 2025).



Şekil 5. Sosyal Etki ve Öz Yeterliliğin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkileşim Etkisine Yönelik Basit Eğim Testi

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada yapay zekâya yönelik performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkinin bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada ayrıca bu etkiler üzerinde öz yeterliliğin düzenleyici rolünün olup olmadığı test edilmiştir. Araştırma verileri yapısal eşitlik modellemesi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçlara göre performans beklentisi ve sosyal etki girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilemektedir. Performans beklentisinin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisi, bireylerin yapay zekâyı performans ve verimlilik artırıcı bir olgu olarak algıladığını göstermektedir. Bireyler girişimci olduklarında, yapay zekâ uygulamalarını kullanarak rekabet avantajı elde edebileceklerini ve yapay zekânın girişimlerine fayda sağlayacağını düşünmektedir. Bununla birlikte, bireyler girişimci olduklarında yapay zekâ uygulamalarını kullanarak belirsizlik ve riskleri en aza indirebileceğine dair inanca sahip olabilir. Çünkü yapay zekâ insanların çözmekte zorlandığı karmaşık problemleri hızlı ve doğru bir şekilde çözebilmektedir. Ayrıca yapay zekâ işletmelerde kullanılan neredeyse tüm sistemler üzerinde akıllı bir kontrol sağlayabilmektedir. Girişimciler iş akışlarını ve operasyonları (satın alma, üretim, kalite kontrol, pazarlama, dağıtım vb.) yapay zekâ desteğiyle tasarlayabilmektedir (Giuggioli & Pellegrini, 2023). Bu doğrultuda Darwish vd., (2020) teknolojik gelişmelere bağlı olarak küreselleşmenin hızlandığını ve iş dünyasında rekabetin hızla arttığını vurgulamıştır. Bu kapsamda girişimcilerin rekabet avantajı elde edebilmek için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri gerektiğini ve özellikle yapay zekâyı operasyonel süreçlere entegre etmenin önemini belirtmiştir. Benzer şekilde Singh vd., (2025) yapay zekâ odaklı girişimlerin gelişmiş inovasyon yetenekleri ve dijital teknolojiler yoluyla rekabet avantajı elde edebileceğini vurgulamaktadır. Solórzano vd., (2024) yapmış olduğu çalışmada performans beklentisinin yapay zekâ kullanma niyetini artırdığını ve bunun da girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Zhang & Yang (2025), performans beklentisinin yeşil girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediğini ve Moustafa vd., (2025) performans

beklentisinin dijital girişimcilik niyetini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği sonucuna varmıştır. Dolayısıyla H₁ hipotezimiz kabul edilmiş olup elde edilen sonuç, Solórzano vd., (2024), Zhang & Yang (2025) ve Moustafa vd., (2025)'nin bulgularıyla paralellik göstermektedir. Bunlara ek olarak, sosyal etkinin bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki pozitif etkisi girişimcilik niyetinin yapay zekâ bağlamında bireysel değil, toplumsal ve sosyal normlar çerçevesinde değerlendirildiğini göstermektedir. Bireyler girişimlerinde yapay zekâ uygulamalarını kullanarak sosyal çevrelerinde itibar sahibi olacağını veya ön plana çıkacağını düşünmektedir. Ayrıca yapay zekâ kullanımı yenilikçi ve modern girişimcilik anlayışını yansıtmaktadır. Bu kapsamda bireyler girişimlerinde yapay zekâ kullanarak yenilikçi görünmek istemektedir. Çünkü Cioc vd., (2023) ve Ştefan vd., (2025)'in de vurguladığı gibi, sosyal etki bireylerin yeni teknolojileri kullanmasını teşvik eden önemli faktörlerden biridir. Zhang & Yang (2025), sosyal etkinin yeşil girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediğini doğrulamıştır. Dabbous & Boustani (2023), sosyal etkinin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Dolayısıyla H₄ hipotezimiz kabul edilmiş olup elde edilen sonuç, Zhang & Yang'ın (2025) ve Dabbous & Boustani (2023)'nin bulgularıyla paralellik göstermektedir.

Çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşulların girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi tespit edilmemiş olup H₂ ve H₃ hipotezlerimiz reddedilmiştir. Bu sonuçlar bireylerin yapay zekâ bağlamında girişimciliği düşünürken çaba, kolaylık ve altyapı faktörlerini yeterince önemsemediğini göstermektedir. Bunun sebebi yapay zekâ uygulamalarının genel itibarıyla kullanıcı dostu olması, çaba gerektirmemesi, erişiminin ve kullanımının kolay olması olabilir. Nitekim Emon vd., (2023) bireylerin yapay zekâ uygulamalarını kullanma niyetlerinde çaba beklentilerinin olumsuz, kolaylaştırıcı koşulların ise olumlu etkisinin olduğunu belirtmiştir. Yapay zekâ uygulamaları çaba gerektirdiğinde bireyler kullanmaktan kaçınmaktadır. Ancak kullanımını etkileyen kolaylaştırıcı unsurlar olduğunda, bireylerin kullanma niyetleri artmaktadır. Yapay zekâ bağlamında girişimcilik niyeti değerlendirildiğinde ise bireylerin çaba beklentileri ve kolaylaştırıcı koşulları performans beklentisi ve sosyal etki kadar dikkate almadığı görülmektedir. Çünkü Adekiya & Ibrahim (2016)'in vurguladığı gibi girişimcilik niyeti bireylerin büyüme potansiyeli olan bir işletme kurmaya yönelik niyetlerini ifade etmektedir. Bu niyet kapsamında bireyler bir hedefe ulaşmayı ve bir şeyler başarmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla, bireylerin yapay zekâ bağlamında girişimcilik niyetinin değerlendirmesi performans ve sosyal etki odaklı olmuştur.

Bunlara ek olarak, sonuçlara göre öz yeterlilik performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde düzenleyici rol oynamaktadır. Tüm değişkenler için etkileşim etkisi negatiftir. Başka bir ifadeyle, öz yeterlilik performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etkinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Yapılan basit eğitim testleri sonucunda performans beklentisi ve sosyal etki için düzenleyici etki düşük öz yeterlilikte anlamlıyken, yüksek öz yeterlilik için istatistiksel olarak anlamsızdır. Başka bir deyişle, düşük öz yeterliliğe sahip olan bireylerde performans beklentisi ve sosyal etki algısı arttıkça girişimcilik niyeti yüksek öz yeterliliğe sahip bireylere kıyasla daha fazla artmaktadır. Bununla birlikte, çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşullar için basit eğitim testi sonuçları hem düşük hem de yüksek öz yeterlilik için anlamsızdır. Dawson (2014)'e göre eğimlerin yönü ve şekli arasında anlamlı fark tespit edildiği için genel düzenleyici etki anlamlı bulunmuştur. Çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşullar bireylerin girişimcilik niyetini uç öz yeterlilik seviyelerinde anlamlı bir şekilde etkilememektedir (düşük-yüksek). Fakat öz yeterlilik genel anlamda çaba beklentisi ve kolaylaştırıcı koşulların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Bu durum düzenleyici etkinin orta düzeyde daha belirgin olduğu veya etkinin doğrusal olmadığı anlamına gelebilmektedir. Dolayısıyla elde edilen sonuçlar yapay zekâ bağlamında girişimcilik niyetinin bireylerin öz yeterlilik düzeylerine göre şekillendiğini göstermektedir. Sonuç olarak, bu bulgular yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerin girişimcilik kararı verirken yapay zekâ araçlarına daha az bağımlı olabileceğini göstermektedir. Çünkü yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler

kendi yetenek, donanım ve becerilerine düşük öz yeterliliğe sahip bireylere kıyasla daha fazla güvenmektedir. Bu nedenle yüksek öz yeterliliğe sahip olan bireyler teknolojik araçların varlığını veya kullanımını daha az önemseyebilmektedir. Bu bireyler yapay zekâ gibi dışsal bir teknolojik sistemin kendilerini yönlendirmesinden rahatsız olabilirler. Yüksek öz yeterliliğe sahip olan bireyler ayrıca kendi yetenek, bilgi ve sezgilerini yapay zekâ araçlarının sağlayabileceği faydaların önünde görebilirler. Hatta bazı bireyler yapay zekâ araçlarını zaman kaybı ve gereksiz bulabilirler. Başka bir ifadeyle, düşük öz yeterliliğe sahip olan bireyler yapay zekâ araçlarını kendi eksikliklerini örtün ve onları destekleyen bir güçlendirici olarak görebilmektedir. Dolayısıyla öz yeterliliğin negatif düzenleyici rolü yapay zekâ araçlarının yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler tarafından fayda sağlayıcı ve kolaylaştırıcı olmaktan öte, kişisel özerkliği engelleyen veya sınırlayan bir unsur olarak algılanmasından kaynaklanabilmektedir.

Yapay zekâ bağlamında bireylerin girişimcilik niyetlerini artırmak için bireylerin yapay zekâ uygulamalarına yönelik performans beklentilerini artırmak önem arz edebilir. Bireyler yapay zekâ uygulamalarını performans ve verimlilik artırıcı olarak algılasa, bu kapsamda girişimde bulunma ihtimalleri artmaktadır. Bu nedenle özellikle işletmeler veya girişimciler için geliştirilmiş kurumsal yapay zekâ uygulamaları performans vaadi veren tutundurma faaliyetleri gerçekleştirmelidir. Bu kapsamda yapay zekâ uygulamalarını kullanarak iyi performans almış ve girişimlerinde başarılı olmuş örnekler kullanılabilir. Tutundurma faaliyetlerinde kullanılacak bu örnekler bireylerin girişimci olmasına neden olabilir. Ayrıca yapay zekâ uygulaması geliştiren firmalar tutundurma faaliyetlerini sosyal etki merkezli tasarlamalıdır. Bu doğrultuda yapay zekâ uygulamalarını kullanmanın, girişimci olduklarında bireylerin sosyal çevrelerinde yenilikçi ve erken benimseyen olarak algılanacağı vurgulanabilir. Bununla birlikte, bu durumun onlara saygı ve rekabet avantajı sağlayacağı üzerine yoğunlaşılabilir. Yapay zekâ kapsamında girişimcilik bireylerin öz yeterlilik düzeylerine göre de farklılaştığı için girişimciliği artırmak için öz yeterlilik üzerine de odaklanılmalıdır. Özellikle girişimci olma potansiyeline sahip öğrenci ve yeni mezunlar için çeşitli eğitimler düzenlenmeli ve bireylerin öz yeterliliği bu eğitimlerin bir parçası olmalıdır. Kamu kurumları veya üniversiteler tarafından verilen girişimcilik eğitimlerinde (veya girişimcilik derslerinde) hem performans beklentisi ile sosyal etki hem de öz yeterlilik üzerinde durulması gereken konulardır. Ayrıca girişimcilik eğitimlerinden önce bireylerin öz yeterlilik düzeylerinin ölçülmesi ve bu kapsamda eğitim süreçlerinin yeniden tasarlanması fayda sağlayabilir. Çünkü düşük öz yeterliliğe sahip bireyler ile yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerin yapay zekâ bağlamında girişimcilik niyetleri farklılaşabilmektedir.

Sınırlamalar ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Her çalışmada olduğu gibi, bu çalışmada da çeşitli sınırlamalar bulunmaktadır. Öncelikle araştırma verileri Türkiye’den toplanmış olup yapay zekâ kabulü, öz yeterlilik düzeyleri ve girişimcilik niyeti kültürel faktörlere göre değişiklik gösterebilir. Bu kapsamda gelecek çalışmalarda veriler farklı kültürel bağlamlarda toplanabilir. Bu durum yapay zekâ kabulü ve girişimcilik niyeti çerçevesinde kültürün önemini ortaya çıkarabilir. Bununla birlikte, çalışmada girişimcilik niyeti ölçüldüğü için veriler girişimci olmayan bireylerden toplanmıştır. Gelecek çalışmalarda girişimcilik yapan bireylerden veriler toplanıp yapay zekâ kabulünün gerçek girişimcilik davranışına etkisi incelenebilir. Çalışmada katılımcıların demografik bilgileri tanımlayıcı bilgi olarak kullanılmış ve analizlere dahil edilmemiştir. İleriki çalışmalarda katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu gibi demografik bilgilerinin ilgili ilişkiler üzerindeki etkisi araştırılabilir. Ayrıca ileriki çalışmalarda katılımcıların yapay zekâ bilgisi ve kullanımı araştırma modeline dahil edilebilir. Son olarak çalışmada Birleşik Teknoloji Kabulü ve Kullanım Teorisinin (UTAUT) faktörleri olan performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve sosyal etki değişkenleri kullanılmıştır. İleriki çalışmalarda hedonik motivasyon, fiyat değeri ve alışkanlık değişkenleri de modele eklenerek yapay zekâ kabulü ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki Birleşik Teknoloji

Kabulü ve Kullanım Teorisi 2 (UTAUT2) kapsamında ele alınabilir. Ayrıca ileriki çalışmalarda yapay zekâ teknolojilerine yönelik bireylerin duygu durumları ve risk algıları analiz edilerek araştırma modeli genişletilebilir.

References

- Abaddi, S. (2024). GPT revolution and digital entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(6), 1903–1930. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2023-0260>
- Abdulrazagova, K., Kır, B., & Kocabıyık Çaşkurlu, S. (2025). From traditional methods to digitalization: The transformation of the ready-to-wear industry. *Turkish Studies*, 20(Ö1), 1–16. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.80296>
- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students: The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116–132. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Ahmed, M. A. U., & Hamod, M. (2026). The effectiveness of using artificial intelligence models and active learning to assess hadith reading skills: Innovation and development [Hadis okuma becerisinin değerlendirilmesinde yapay zekâ modellerinin ve aktif öğrenmenin kullanım etkililiği: İnovasyon ve geliştirme]. *Turkish Studies - Comparative Religious Studies*, 21(1), 1–48. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.89106>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akyıldız, S. G., & Akyıldız, Y. (2020). *Westworld* dizisinde makine öğrenmesi: Cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten yapay zekâ yaratımları. *Turkish Studies*, 15(2), 999–1010. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.41975>
- Ali, H., ul Mustafa, A., & Aysan, A. F. (2025). Global adoption of generative AI: What matters most? *Journal of Economy and Technology*, 3, 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.ject.2024.10.002>
- Altındaş, F. (2020). General evaluation on non-emotional investment method “algorithmic trading” and sample of algorithm study. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 15(1), 23–34. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.37827>
- Altıntaş, M. C. (2025). Din eğitiminde yapay zekâ teknolojileri: Fırsatlar ve etik tartışmalar. *İslami İlimler Dergisi*, 40, 95–119. <https://doi.org/10.34082/islamiilimler.1601197>
- Altıntaş, M. C., & Yürekli, E. (2026). Artificial intelligence in financial advisory: Perceptions, practices, and professional identity in Türkiye. In P. Stiefenhofer & L. Gunduz (Eds.), *Financial literacy in the age of artificial intelligence* (Sustainable Finance). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-032-29188-2_7
- Ardaturk, A. S. (2026). An analysis of the sector: Digital interfaces and techniques used in the design offices [Bir sektör analizi: Tasarım ofislerinde kullanılan dijital arayüzler ve teknikler]. *Turkish Studies*, 21(1), 143–197. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87841>
- Arduç Kara, E. (2026). Artificial intelligence fatigue, technostress and journalism: A conceptual literature review [Yapay zekâ yorgunluğu, teknostres ve gazetecilik: Kavramsal bir literatür taraması]. *Turkish Studies*, 21(1), 199–235. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87954>
- Arıcı, N., & Karacı, A. (2013). Türkçe öğrenimi için web tabanlı zeki öğretim sistemi (TÜRKZÖS) ve değerlendirmesi. *Turkish Studies*, 8(8), 65–87. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.4878>
- Aşkun, V. (2024). ChatGPT gibi üretken yapay zekalar ile insan kaynakları yönetimi etkileşimi: Daha fazla çalışma için görüşler ve yollar. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 19(2), 679–699. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.75863>
- Aypay, A. (2010). Genel Öz Yeterlik Ölçeği’nin (GÖYÖ) Türkçe’ye uyarlama çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 113–132.

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Bandura, A. (Ed.). (1995). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527692>
- Başar, F. (2025). The relationship between ChatGPT use, academic engagement, and life satisfaction: An empirical study in a faculty of tourism. *Turkish Studies*, 20(4), 2131–2144. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.86796>
- Bayram, N. (2016). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: AMOS uygulamaları* (3. baskı). Ezgi Kitabevi.
- Bekil, N. (2018). Transhumanism: Immortality & singularity in *Do androids dream of electric sheep?* & *The transhumanist wager*. *Turkish Studies - Social Sciences*, 13(18), 251–262. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.13790>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Bui, H. N., & Duong, C. D. (2024). ChatGPT adoption in entrepreneurship and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model of technostress and digital entrepreneurial self-efficacy. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 19(2), 391–428. <https://doi.org/10.24136/eq.3074>
- Büyükbayacı, Ş., & Yozcu, Ö. (2026). The codes of mental transformation in education: A thematic analysis of graduate social studies students' perspectives on artificial intelligence [Eğitimde zihinsel dönüşümün kodları: Lisansüstü sosyal bilgiler öğrencilerinin yapay zekâya ilişkin görüşlerinin tematik analizi]. *Turkish Studies*, 21(1), 623–665. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87753>
- Cioc, M. M., Popa, Ş. C., Olariu, A. A., Popa, C. F., & Nica, C. B. (2023). Behavioral intentions to use energy efficiency smart solutions under the impact of social influence: An extended TAM approach. *Applied Sciences*, 13(18), Article 10241. <https://doi.org/10.3390/app131810241>
- Coşkun, O. (2025). *Les Indes noires*'ın Türkçe çevirileri: İnsan ve yapay zekâ çevirisinin karşılaştırılması. *Turkish Studies - Language and Literature*, 20(Ö1), 291–320. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.88179>
- Çakmak, B. (2025). Duygusal tipografi: Yazı tiplerinin semantik potansiyeli ve görsel iletişimde yapay zekâ (DALL-E) yorumlaması. *Turkish Studies*, 20(Ö1), 191–214. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.82281>
- Çark, Ö. (2020). İşletmelerin dijital dönüşüm sürecinde “nesnelerin interneti” teknolojisinin etkisi. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 15(3), 1247–1266. <https://doi.org/10.47644/TurkishStudies.41888>
- Çelik, R., Çiçeklioğlu, H., & Yazıcı, A. M. (2025). Geleceği beslemek: Girişim sermayesinin yapay zeka hesaplama girişimleri ve sürdürülebilir yenilik üzerindeki etkisi. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 20(4), 2191–2214. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.82939>
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (6. baskı). Pegem Akademi.

- Çora, H., Mikail, E. H., & Çora, A. N. (2026). Algorithmic diplomacy: AI-assisted decision-making models and ethical boundaries in international relations [Algoritmik diplomasi: Yapay zekâ destekli karar alma modelleri ve uluslararası ilişkilerde etik sınırlar]. *Turkish Studies*, 21(1), 801–850. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87722>
- Dabbous, A., & Boustani, N. M. (2023). Digital explosion and entrepreneurship education: Impact on promoting entrepreneurial intention for business students. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), Article 27. <https://doi.org/10.3390/jrfm16010027>
- Dalmış, E. (2026). AI performance in translating rich points: A comparative analysis of ChatGPT, DeepSeek and Gemini [Çeviride zengin noktalar üzerinden yapay zekâ performansı: ChatGPT, DeepSeek ve Gemini sistemleri üzerine karşılaştırmalı bir inceleme]. *Turkish Studies - Language and Literature*, 21(1), 681–727. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.88767>
- Darwish, S., Darwish, A., & Bunagan, V. (2020). New aspects on using artificial intelligence to shape the future of entrepreneurs. *Information Sciences Letters*, 9(1). <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol9/iss1/6>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dawson, J. F. (2014). Moderation in management research: What, why, when and how. *Journal of Business and Psychology*, 29, 1–19. <https://doi.org/10.1007/s10869-013-9308-7>
- Dawson, J. F. (2025). *Interpreting interaction effects*. <https://www.jeremydawson.com/slopes>
- Doğru, A., & Hacımüftüoğlu, E. (2025). Tefsirde yapay zekâ uygulamalarının kullanımı: ChatGPT-4o, Google Gemini Advanced 1.5 Pro ile Microsoft Copilot'un karşılaştırması. *Turkish Studies - Comparative Religious Studies*, 20(4), 1867–1891. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87246>
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., ... Wright, R. (2023). Opinion paper: “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, Article 102642. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Efendioğlu, İ. H. (2023). Yapay zekâ pazarlaması: İnternette yapılan alışverişlerde yapay zekânın satın alma niyetine etkisi. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 18(1), 133–153. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.66785>
- Ekinci, E. (2025). Yerel yönetimlerde yapay zekâ algısı: Yozgat Belediyesi örneği. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 20(3), 1441–1467. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.81663>
- Emon, M. H., Hassan, F., Nahid, M. H., & Rattanawiboonsom, V. (2023). Predicting adoption intention of artificial intelligence ChatGPT. *The AIUB Journal of Science and Engineering*, 22(2), 189–199.
- Ertan, İ. F. (2026). Generative artificial intelligence in digital games [Dijital oyunlarda üretken yapay zekâ]. *Turkish Studies*, 21(1), 1125–1161. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.88191>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Fui-Hoon Nah, F., Zheng, R., Cai, J., Siau, K., & Chen, L. (2023). Generative AI and ChatGPT: Applications, challenges, and AI-human collaboration. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 25(3), 277–304. <https://doi.org/10.1080/15228053.2023.2233814>
- Giuggioli, G., & Pellegrini, M. M. (2023). Artificial intelligence as an enabler for entrepreneurs: A systematic literature review and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 816–837. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2021-0426>
- Gupta, V., & Yang, H. (2024). Generative artificial intelligence (AI) technology adoption model for entrepreneurs: Case of ChatGPT. *Internet Reference Services Quarterly*, 28(2), 223–242. <https://doi.org/10.1080/10875301.2023.2300114>
- Güzel, K. (2024). Bir distopik bilim kurgu oyunu örneği olarak *Landscape with Weapon*’in mühendislik etiği bağlamında incelenmesi. *Turkish Studies - Language and Literature*, 19(2), 617–638. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.76479>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Işık, M., & Darı, A. B. (2023). Yapay zeka film afişlerinin göstergebilimsel analizi: *Artificial Intelligence, Frank & Robot, Ex Machina* örneği. *Turkish Studies*, 18(1), 63–82. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.64322>
- Ivanov, S., Soliman, M., Tuomi, A., Alkathiri, N. A., & Al-Alawi, A. N. (2024). Drivers of generative AI adoption in higher education through the lens of the theory of planned behaviour. *Technology in Society*, 77, Article 102521. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102521>
- Jamilatun, P., Haryanto, D., Rezki, I., Jailani, M., & Setiawan, M. A. (2023). The influence of self-efficacy and entrepreneurship education on entrepreneurship interest of economic education students. *International Journal of Universal Education*, 1(1), 19–23. <https://doi.org/10.33084/ijue.v1i1.5289>
- Ka, H. Y., & Lee, S. B. (2025). The impact of generative AI-based entrepreneurship education readiness on entrepreneurial intention: The mediating roles of entrepreneurial self-efficacy and teamwork satisfaction. *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, 11(1), 411–419. <https://doi.org/10.17703/JCCT.2025.11.1.411>
- Kanat, E. (2020). Determination of optimum artificial neural network in the stock market. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 15(1), 239–252. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.4003>
- Karakuş, N., Eren Ökten, C., & Gedik, K. (2025). İki dillilik ve yapay zekâ: Diller ötesilik tespiti için kavramsal bir model önerisi. *Turkish Studies - Language and Literature*, 20(2), 1167–1188. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.79747>

- Keleş, A. (2018a). Derin öğrenme ve sağlık alanındaki uygulamaları. *Turkish Studies - Information Technologies & Applied Sciences*, 13(21), 113–127. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14189>
- Keleş, A. (2018b). Dijital oyunlarda sonlu durum makineleri ve bulanık mantık. *Turkish Studies - Information Technologies & Applied Sciences*, 13(29), 73–82. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14651>
- Keleş, A., & Keleş, A. (2017). BİDEMAT - zeki öğretim sistemi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(6), 547–564. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.11547>
- Keleş, A., & Keleş, A. (2018). Nesnelerin internetinin getirdiği yenilikler ve sorunları. *Turkish Studies - Information Technologies & Applied Sciences*, 13(13), 53–66. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.13872>
- Keleş, A., Keleş, A., & Akçetin, E. (2017). Pazarlama alanında yapay zekâ kullanım potansiyeli ve akıllı karar destek sistemleri. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(11), 109–124. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.12022>
- Kelly, S., Kaye, S. A., & Trespalacios, O. O. (2023). What factors contribute to the acceptance of artificial intelligence? A systematic review. *Telematics and Informatics*, 77, Article 101925. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101925>
- Kızıldağ, H. (2023). Yapay zekâ bir masal yaratıcısı/anlatıcısı olabilir mi?: ChatGPT masalları. *Turkish Studies - Language and Literature*, 18(3), 1759–1775. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.71763>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Koçakoğlu, M. A., & Koçakoğlu, Ö. (2025). Bir yapay zeka denemesi: BRICS-Türkiye ülkelerinin ortak para birimi “The Unit”’in uygulanabilirliği üzerine bir analiz. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 20(Ö1), 739–757. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.83867>
- Kostis, A., Lidström, J., Nair, S., & Holmström, J. (2024). Too much AI hype, too little emphasis on learning? Entrepreneurs designing business models through learning-by-conversing with generative AI. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71(6), 15278–15291. <https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3484750>
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2021). Moderating role of perceived behavioral control in the theory of planned behavior: A preregistered study. *Journal of Theoretical Social Psychology*, 5(1), 35–45. <https://doi.org/10.1002/jts5.83>
- Maheshwari, G., Kha, K. L., & Arokiasamy, A. R. A. (2023). Factors affecting students’ entrepreneurial intentions: A systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 73. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00289-2>
- Mazlum, Ö., & Mazlum, F. M. (2025). Tasarımın dünü, bugünü, geleceği: Yapay zekâ (YZ) çağında tasarımın kavramsal ve estetik dönüşümü. *Turkish Studies*, 20(3), 1721–1739. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.86478>
- Moustafa, A., Ragheb, M. A., Ayad, H., & AbdelAziz, K. (2025). The impact of generative AI adoption on digital entrepreneurship intentions among Egyptian university students: Examining the mediating roles of entrepreneurial mindset and business model innovation.

- Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 23(1), 8566–8579. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2025-23.1.00667>
- Nart, S., & Yıldırım, Y. T. (2021). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde öz-yeterlilik algısının aracılık rolü üzerine bir araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 10(1), 1–28.
- Norbäck, P. J., & Persson, L. (2024). Why generative AI can make creative destruction more creative but less destructive. *Small Business Economics*, 63, 349–377. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00829-4>
- Odacıoğlu, C. (2022). Dijital dönüşümün mütercim tercümanlık bölümlerine yansımaları bağlamında “çeviride bilgi teknolojileri ve araçları” adlı bir ders önerisi. *Turkish Studies - Language and Literature*, 17(4), 1367–1376. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.62915>
- OECD. (2024). *Explanatory memorandum on the updated OECD definition of an AI system* (OECD Artificial Intelligence Papers No. 8). https://www.oecd.org/en/publications/explanatory-memorandum-on-the-updated-oecd-definition-of-an-ai-system_623da898-en.html
- Ölçer, M. (2025). Yapay zekâ ile edebî metin çözümlemesi ve çeviri kalite değerlendirmesi: Modern Kore edebiyatı üzerine bir vaka analizi. *Turkish Studies - Language and Literature*, 20(4), 2931–2948. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87757>
- Özdamar, K. (2017). *Eğitim, sağlık ve davranış bilimlerinde ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi: IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITAB uygulamalı*. Nisan Kitabevi.
- Özdemir, A. (2026). The intersection of digital art and artificial intelligence: New aesthetic paradigms and theoretical approaches [Dijital sanat ve yapay zekânın kesişimi yeni estetik paradigmalar ve kuramsal yaklaşımlar]. *Turkish Studies*, 21(1), 1457–1486. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87600>
- Özdemir, K. (2025). Dijital dünyada pazarlamanın evrimi. In [editör adları eklenmeli] (Eds.), *Güncel pazarlama stratejileri: Dijital dünyada tüketiciyle buluşmak* (pp. 27–48). Efe Akademik Yayıncılık.
- Özdemir, K., & Taşkın, Ç. (2025). How customers’ paradoxical expectations affect service robot usage intention? A moderated mediation model. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 1–23. [DOI eklenmeli]
- Rana, N. P., Pillai, R., Sivathanu, B., & Malik, N. (2024). Assessing the nexus of generative AI adoption, ethical considerations and organizational performance. *Technovation*, 135, Article 103064. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103064>
- Romya Bilgin, K., & Küçükşabanoğlu, Z. (2023). ABD’nin yeni güç stratejisinde yapay zekâ. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 18(1), 273–289. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.63490>
- Sakin, İ., & Türk, Z. (2025). Teknolojiye hazırlık düzeyi ve kullanım algılarının muhasebede yapay zekanın benimseme düzeyine etkilerinin tespiti. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 20(2), 901–919. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.79592>
- Saraih, U. N., Aris, A. Z. Z., Mutalib, S. A., Ahmad, T. S. T., Abdullah, S., & Amlus, M. H. (2018). The influence of self-efficacy on entrepreneurial intention among engineering students. *MATEC Web of Conferences*, 150, Article 05051. <https://doi.org/10.1051/mateccconf/201815005051>
- Sarıbaş, S. (2025). Yapay zekâ çağında mitin dijital mitosferdeki edebî yeniden yazımı: Kültürel bellek ve anlatsal dönüşümler. *Turkish Studies - Language and Literature*, 20(3), 1939–1962. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.82517>

- Serçemeli, M. (2018). Muhasebe ve denetim mesleklerinin dijital dönüşümünde yapay zekâ. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 13(30), 369–386. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14373>
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: Do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259–280. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2017-0522>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Singh, R., Khan, S., Joshi, A., Katragadda, R., & Kumar, V. (2025). Exploring the role of artificial intelligence on business innovation and entrepreneurship. *Strategy & Leadership*. <https://doi.org/10.1108/SL-04-2025-0080>
- Solórzano, S. S. S., Pizarro Romero, J. M., Díaz Cueva, J. G., Arias Montero, J. E., Zamora Campoverde, M. A., Lozzelli Valarezo, M. M., [diğer yazarlar eklenmeli], & Arbulú Ballesteros, M. A. (2024). Acceptance of artificial intelligence and its effect on entrepreneurial intention in foreign trade students: A mirror analysis. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), Article 59. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00412-5>
- Ştefan, S. C., Popa, I., & Breazu, A. (2025). A new framework for the artificial intelligence entrepreneurship ecosystem. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(6), Article 100850. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100850>
- Şeşen, H., & Basım, H. N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: Spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12(Özel Sayı), 21–28.
- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>
- Tetik Küçükkelçi, D. (2025). The mediating role of AI anxiety in the relationship between psychological resilience and social appearance anxiety. *Turkish Studies*, 20(3), 1943–1959. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.80498>
- Tran, H., & Murphy, P. J. (2023). Editorial: Generative artificial intelligence and entrepreneurial performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(5), 853–856. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2023-508>
- Travis, J., & Freeman, E. (2017). Predicting entrepreneurial intentions: Incremental validity of proactive personality and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1), 56–67.
- Tuğcu, M. S. (2025). Sinemada posthümanizmin ve yapay zekânın temsili: *M3GAN* filmi örneği. *Turkish Studies*, 20(4), 2821–2839. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.87416>
- Uriarte, S., Baier-Fuentes, H., Espinoza-Benavides, J., & Inzunza-Mendoza, W. (2025). Artificial intelligence technologies and entrepreneurship: A hybrid literature review. *Review of Managerial Science*, 1–49. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00839-4>
- Venkatesh, V. (2022). Adoption and use of AI tools: A research agenda grounded in UTAUT. *Annals of Operations Research*, 308(1), 641–652. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

- Wang, K., Ruan, Q., Zhang, X., Fu, C., & Duan, B. (2024). Pre-service teachers' GenAI anxiety, technology self-efficacy, and TPACK: Their structural relations with behavioral intention to design GenAI-assisted teaching. *Behavioral Sciences*, 14(5), Article 373. <https://doi.org/10.3390/bs14050373>
- Wibowo, A. C., & Suasana, G. K. I. G. A. (2017). Pengaruh efikasi diri, pengambilan risiko, dan inovasi terhadap niat berwirausaha mahasiswa FEB Universitas Udayana. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5694–5695.
- Xie, Y., & Wang, S. (2025). Generative artificial intelligence in entrepreneurship education enhances entrepreneurial intention through self-efficacy and university support. *Scientific Reports*, 15(1), Article 24079. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-09545-3>
- Yadegari, M., Mohammadi, S., & Masoumi, A. H. (2024). Technology adoption: An analysis of the major models and theories. *Technology Analysis & Strategic Management*, 36(6), 1096–1110. <https://doi.org/10.1080/09537325.2022.2071255>
- Yener, S., & Köse, İ. (2023). Treatment prediction using artificial intelligence-integrated chatbots in call centers in medical tourism. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 18(2), 583–597. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.67267>
- Yıldırım Altun, C. (2025). Geçmiş geleceğe aktarmak: Kültürel miras alanında dijital ikiz oluşturma. *Turkish Studies*, 20(4), 2947–2960. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.82722>
- Yıldız, M. (2025). Bireysel yenilikçilik ile yapay zekâ tutumu arasındaki ilişki: Gençlik merkezlerinde etkinliklere katılan üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Turkish Studies*, 20(Ö1), 1109–1124. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.86698>
- Yilmaz, F. G. K., Yilmaz, R., & Ceylan, M. (2024). Generative artificial intelligence acceptance scale: A validity and reliability study. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(24), 8703–8715. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2288730>
- Yilmaz, R., & Yilmaz Karaoğlu, F. G. (2023). The effect of generative artificial intelligence (AI)-based tool use on students' computational thinking skills, programming self-efficacy and motivation. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 4, Article 100147. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100147>
- Zan, N., & Zan, B. U. (2025). Yapay zekâ destekli derin sahtecilik teknolojisinin pedagojik, etik ve toplumsal boyutları. *Turkish Studies*, 20(4), 2961–2983. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.83049>
- Zenginaloğlu, K. (2026). Culture, ethics and functionality in translation strategies: A comparison of translations produced by artificial intelligence tools and human translators [Çeviri stratejilerinde kültür, etik ve işlevsellik: Yapay zekâ araçlarının ve insan çevirmenin çevirilerinin karşılaştırması]. *Turkish Studies - Language and Literature*, 21(1), 2071–2139. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.89002>
- Zhang, Y., & Yang, X. (2025, November). Factors influencing university students' green entrepreneurial intention: An integrated framework of UTAUT and VBN theory. In *The 9th RMUTR Conference and The 4th RICE & Sus-LaB 6 International Conference* (pp. 128–141).

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

The author(s) declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere. All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The author(s) confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The author(s) declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author(s). Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author(s).

Copyright and Permissions

The author(s) confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Yazar(lar), bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıflanmıştır. Yazar(lar), çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipülasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazar(lar) tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazar(lar), telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.