

Araştırma Makalesi

Genel Özyeterliliğin Girişimcilik Niyetine Etkisinde Yapay Zekaya Yönelik Tutumun Aracılık Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

The Mediating Role of Attitudes Toward Artificial Intelligence in The Effect of General Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention: A Study on University Students

Ali TEFEK Dr., Selçuk Üniversitesi Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu atefek@hotmail.com https://orcid.org/0000-0001-7094-0768	Meryem Derya YEŞİLTAS Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi deryayesiltas@osmaniye.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-5067-4538
--	--

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
11.07.2026	04.09.2026

Öz

Günümüzde dijitalleşmenin ve yapay zekâ teknolojilerinin hızla geliştiği bir ortamda bireylerin özyeterlilik ve yapay zekaya yönelik tutumlarının girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerinin anlaşılması büyük önem taşımaktadır; bu bağlamda yapılan bu araştırma, üniversite öğrencilerinin genel özyeterlilik düzeylerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde yapay zekâya (YZ) yönelik tutumun aracı rolünü incelemektedir. Veriler, 2024–2025 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde iki devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerden çevrimiçi anket aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin test edilmesinde SmartPLS 4 istatistik programıyla kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM) analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular, genel özyeterliliğin girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca genel özyeterliliğin bireylerin YZ'ye yönelik tutumlarını da pozitif yönde şekillendirdiği belirlenmiştir. YZ'ye yönelik olumlu tutumun ise girişimcilik niyetini artıran önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, YZ'ye yönelik tutumun genel özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide kısmi aracı rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, girişimcilik niyetinin yalnızca bireysel psikolojik faktörlerle değil, aynı zamanda teknolojiye yönelik algılarla da şekillendiğini göstermektedir. Sonuç olarak, genel özyeterliliğin artırılmasının ve YZ'ye yönelik olumlu tutumların geliştirilmesinin, girişimcilik niyetinin desteklenmesine katkı sağladığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik niyeti, genel öz yeterlilik, yapay zekâya yönelik tutum, üniversite öğrencileri, aracılık.

Abstract

In today's environment, where digitalization and artificial intelligence (AI) technologies are rapidly advancing, understanding the effects of individuals' self-efficacy and attitudes toward AI on entrepreneurial intention has become increasingly important. In this context, the present study examines the mediating role of attitudes toward artificial intelligence (AI) in the relationship between university students' general self-efficacy and entrepreneurial intention. Convenience sampling was employed in the study. Data were collected through online questionnaire

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Tefek A. & Yeşiltas, M.D., 2026, Genel Özyeterliliğin Girişimcilik Niyetine Etkisinde Yapay Zekaya Yönelik Tutumun Aracılık Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 61(3), 3563-3583.

from students studying at two public universities during the spring semester of the 2024–2025 academic year. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) analysis was performed using the SmartPLS 4 software to analyze the data. The findings indicate that general self-efficacy has a significant and positive effect on entrepreneurial intention. Furthermore, general self-efficacy was found to positively influence individuals' attitudes toward AI. Positive attitudes toward AI were also identified as a significant predictor of entrepreneurial intention. The results further reveal that attitudes toward AI partially mediate the relationship between general self-efficacy and entrepreneurial intention. These findings suggest that entrepreneurial intention is shaped not only by individual psychological factors but also by perceptions of technology. Overall, the findings indicate that enhancing general self-efficacy and fostering positive attitudes toward AI contribute to strengthening entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial intention, general self-efficacy, attitudes toward artificial intelligence, university students, mediation.

1. Giriş

Mevcut teknolojik gelişmeler, bireyin ekonomik, sosyal ve mesleki yaşamları üzerinde derin etkiler oluşturmaktadır (Saki ve Köroğlu, 2024, s. 151). Bu teknolojik gelişmelerden biri olan yapay zeka (YZ), insan benzeri bilişsel süreçleri simüle eden teknolojiler aracılığıyla bilgi işleme, öğrenme ve problem çözme kapasitesine sahiptir ve günümüzde hem bireysel hem de toplumsal düzeyde etkilidir (Bickley, Macintyre ve Torgler, 2025, s. 112). Bu kapasite sayesinde YZ hem akademik hem de uygulamalı alanlarda giderek artan bir önem kazanmaktadır (Di Vaio ve ark., 2020, s. 284). Bunun temel nedenlerinden biri YZ sistemlerinin bilgisayar bilimi, mühendislik, biyoloji ve psikoloji gibi birçok alanda kullanılmasıdır. Özellikle sağlık, ulaşım, finans ve eğitim gibi sektörleri hızla dönüştüren YZ'nin günlük yaşama entegrasyonu arttıkça, bireylerin tutum ve algılarını anlamak, bu teknolojilerin geliştirilmesi ve düzenlenmesi için kritik bir gereklilik haline gelmektedir (Grassini, 2023, s. 2).

Girişimcilik niyeti, bireylerin yeni bir işletme kurmaya yönelik hayalini, düşüncesini, bilinçli plan ve kararlılıklarını ifade ettiği için girişimcilik sürecinin en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ajzen, 1991; Krueger, Reilly ve Carsrud, 2000; Tefek ve Çakıcı, 2024). Bu nedenle girişimcilik niyetini anlamak, üniversiteler ve politika yapıcılar açısından önemli bir gösterge niteliği taşımakta; girişimcilik eğitim programlarının geliştirilmesi ile destek ve teşvik mekanizmalarının oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (Krueger, Reilly ve Carsrud, 2000). Bu bakımdan girişimciliğin ortaya çıkışını ve gelişimini daha iyi anlayabilmek için girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır (Bandura, 1997; Zhao, Seibert ve Hills, 2005, s. 1268). Girişimcilik niyetini açıklamada öne çıkan bireysel psikolojik değişkenlerden biri olan genel öz-yeterlilik, bireyin yeni ve zorlayıcı durumlara karşılık verebilme ve bunlarla ilişkili engeller ya da başarısızlıklarla başa çıkabilme konusundaki kendi yeteneğine ilişkin genel inancını ifade eden geniş kapsamlı psikolojik bir kavramdır (Schwarzer & Jerusalem, 1995, s. 35; Bandura, 1997). Buna karşılık girişimci öz-yeterlilik, yalnızca girişimcilik faaliyetlerinin başarıyla yerine getirilebileceğine ilişkin alana özgü yeterlilik inancını yansıtmaktadır (Chen, Greene, & Crick, 1998, s. 301). Bu nedenle girişimci öz-yeterlilik daha spesifik bir yapı iken, genel öz-yeterlilik farklı bağlamlardaki davranışları etkileyebilen daha kapsayıcı bir psikolojik eğilimi temsil etmektedir. Bu doğrultuda, girişimcilik niyetinin açıklanmasında bireyin yalnızca girişimcilik görevlerine ilişkin yeterlilik algısını değil, farklı ve zorlayıcı durumlarla başa çıkabileceğine yönelik genel inancını ele almak amacıyla araştırmada genel öz-yeterlilik kavramı tercih edilmiştir.

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin iş dünyasında giderek artan etkisi, bireylerin bu teknolojilere yönelik tutumlarının girişimcilik niyetini şekillendirebilecek bir diğer faktör olabileceğini göstermektedir (Dwivedi ve ark., 2023). Ancak literatürde girişimcilik niyetini açıklamaya yönelik özellikle yeni teknolojilere yönelik tutumların birlikte ele alındığı çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir (Nkwei, Rambe ve Simba, 2023, s. 2). YZ'ye yönelik tutum bireylerin YZ teknolojilerine yönelik algıladıkları faydalar, riskler ve kullanım niyetleri doğrultusunda şekillenen genel bakış açısı olarak tanımlanmaktadır (Grassini, 2023). YZ'ye yönelik tutum ve algıların incelenmesi yalnızca teknolojinin gelişimi açısından değil, aynı zamanda bireylerin bu yenilikleri nasıl benimsediği ve iş dünyasında nasıl kullandığını belirlemek açısından da önemlidir (Çakan ve Akın, 2024, s. 139). Bu doğrultuda, bireylerin YZ gibi teknolojik yenilikleri benimseme sürecinde rol oynayan psikolojik faktörlerden biri olan özyeterlilik, teknolojiye uyum sağlama ve yenilikçi girişimlerde bulunma motivasyonlarını da etkileyebilmektedir.

Bireylerin teknolojik yenilikleri benimseme ve bunları etkili bir şekilde kullanma yetkinlikleri, yalnızca bireysel başarılarını değil, aynı zamanda ekonomik ve toplumsal süreçlere katkılarını da şekillendirebilmektedir. Şöyle ki, girişimcilik, yenilikçi fikirlerin ekonomik ve toplumsal değere dönüştürülmesini sağlayan bir süreç olup, ekonomik büyüme, istihdam yaratma ve bireysel yetkinliklerin gelişimi açısından kritik bir öneme sahiptir (Schumpeter, 1934). Bu açıdan girişimcilik eyleminden önceki adım olan niyeti (Bird, 1988) anlamak oldukça değerlidir. Girişimcilik niyeti, bireylerin kendi işlerini kurma ya da girişimcilik faaliyetlerine yönelme konusundaki isteklilik ve kararlılık düzeyini ifade eden bir kavramdır (Krueger ve Carsrud, 1993; Tefek ve Çakıcı, 2024; Şeşen ve Basım, 2021, s. 22).

Özyeterlilik, YZ ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki, özellikle teknolojik yeniliklerin girişimcilik ekosistemindeki etkisi bağlamında dikkat çekmektedir. Özyeterlilik düzeyi yüksek bireyler, genellikle teknolojik yeniliklere daha açık olup (Holden ve Rada, 2011, s. 347). YZ’ ye yönelik daha olumlu tutumlar geliştirebilmektedirler (Seo ve ark., 2024, s. 24). Bu olumlu tutum, bireylerin teknolojiyi girişimcilik fırsatlarına dönüştürme potansiyelini artırarak girişimcilik niyetlerini güçlendirebilmektedir (Esmer ve Yüksel, 2024, s. 183).

Çalışmanın temel amacı, genel özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde YZ’ ye yönelik tutumun aracı rolünü ortaya koymaktır. Literatürde dijital teknolojiler, yapay zekâ algısı ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler farklı açılardan incelenmiştir (Ji ve Goo, 2021; Bagale ve ark., 2023; Nkwei, Rambe ve Simba, 2023; An, 2026). Ancak yapay zekâyâ yönelik tutumun genel öz-yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide üstlendiği aracılık rolüne odaklanan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırma, teori ve uygulama açısından çok yönlü katkılar sunmayı hedeflemektedir. Teorik bağlamda, özyeterlilik, YZ’ ye yönelik tutum ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler ele alınarak bu alandaki bilgi boşluğunun giderilmesinin yanısıra YZ’ ye yönelik tutumun aracı değişken olarak değerlendirilmesiyle, mevcut modeller geliştirilerek literatüre yenilikçi bir boyut kazandırılması amaçlanmaktadır. Uygulama açısından ise, üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini güçlendirmeye yönelik stratejik öneriler sunulması ve teknolojiye yönelik olumlu tutumun teşvik edilmesi öngörülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel araştırma sorusu, “**Genel özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde YZ’ ye yönelik tutum aracı rol oynar mı?**” şeklindedir. Araştırma, üniversite öğrencilerinin genel özyeterlilik düzeylerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde YZ’ ye yönelik tutumun rolü inceleyerek teori ve uygulama arasındaki bağlantı kurmayı ve bu doğrultuda anlamlı sonuçlar sunmayı hedeflemektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

Bu araştırma; bireysel inançlar, teknolojik algılar ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla Sosyal Bilişsel Teori, Planlı Davranış Teorisi ile Teknoloji Kabul Modeli’ni (TKM) teorik zemin olarak benimsemektedir. Planlı Davranış Teorisi ve Bandura’nın (1986) Sosyal Bilişsel Teorisi, bireylerin davranışlarını ve karar alma süreçlerini anlamaya yönelik iki önemli teorik çerçeve sunarken; Davis (1989) tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli ise bireylerin yeni bir teknolojiye (bu çalışmada yapay zekâ) yönelik tutum ve kullanım niyetlerini açıklamak üzere çalışmaya dahil edilmiştir. Söz konusu kuramsal yaklaşımlar doğrultusunda araştırmanın kavramsal modeli oluşturulmuş; genel özyeterlilik, YZ’ ye yönelik tutum ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiler sistematik bir biçimde ele alınmıştır.

Sosyal bilişsel kuram, kişisel faktörler, çevresel etkiler ve davranışın kendisi arasındaki dinamik etkileşimin bireyin davranışını şekillendirdiğini ifade etmektedir. Teoriye göre bireyler davranışlarını çevrelerini gözlemleyerek ve model alarak geliştirirler. Öz yeterlilik kavramı ise bu süreçte bireyin belirli bir davranış gerçekleştirme kapasitesine olan inancı olarak bir rol oynamaktadır (Bandura, 1986). Ayrıca, Bandura öz yeterliliğin başarı elde etme ve değişim yaratma yeteneklerinde bireyin yaşamında merkezi bir rol oynadığını vurgulamaktadır (Bandura, 1997, s. 2–5). Şöyle ki yüksek öz yeterlilik, bireylerin daha fazla çaba göstermesine, daha dirençli olmasına ve belirli hedeflere ulaşma konusunda daha kararlı davranmasına yol açmaktadır (Lent, Brown ve Hackett, 1994, s. 83).

Ajzen (1991)’in Planlı davranış teorisine göre tutumlar, özne normlar ve algılanan davranışsal kontrol bireylerin davranışlarının belirlenmesinde üç temel unsurdur. Tutum, bireyin belirli bir davranışa ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmesi; özne normlar, bireyin sosyal çevresindeki önemli

gördüğü kişilerin beklentilerini ne kadar dikkate aldığını; algılanan davranışsal kontrolü ise bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirme kapasitesine ve karşılaştığı engelleri aşabilme yeteneğine dair inancını ifade etmektedir. Dolayısıyla bu unsurlar, davranışın öncülü olan niyeti etkileyerek davranış şekillendirmektedir (Ajzen, 1991, s. 185; Armitage ve Conner, 2001, s. 471).

Teknoloji Kabul Modeli (TKM) ise, bireyin yeni çıkan bir teknolojiyi benimsemesi ve kullanma niyetini açıklamada kullanılan kuramsal bir çerçevedir (Hong, 2022, s. 175). Teoriye göre bireyin teknolojiye yönelik tutumu ve kullanma niyetini algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı belirlemektedir. Algılanan fayda bireyin teknolojiyi kullandığında iş performansını arttıracığına inancını ifade ederken; algılanan kullanım kolaylığı bireyin teknolojiyi rahat ve kolay bir şekilde kullanabileceğine dair algısını ifade etmektedir (Davis, 1989, s. 320). Literatürdeki özyeterlilik araştırmaları; algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın, bireyin teknolojiyi kullanma davranışının temel belirleyicileri olarak işlev gördüğünü öne süren güçlü bir teorik perspektif sunmaktadır. Nitekim özyeterlilik kuramında da, bireyin yetkinlik inancı duruma ve incelenen alana özgü olup dinamik bir yapı sergilemektedir (Bandura, 1982). Dolayısıyla, birey yeni bir teknolojinin kolay ve kendisine fayda sağlayacağını düşündüğünde o teknolojiyi deneme ve benimseme konusunda istekli olabilirler.

2.1. Genel Özyeterlilik ve Girişimcilik Niyeti:

Genel öz yeterlilik, bireylerin belirli bir görevi başarıyla yerine getirme konusundaki inançlarını ifade etmektedir ve girişimcilik niyetlerinin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır (Zhao ve ark., 2005). Öz yeterliliğin, yalnızca belirli bir görevde harcanan çaba ve azmi değil, aynı zamanda bireyin faaliyet ve davranış ortamlarını seçme eğilimlerini de etkilediği düşünülmektedir. Bireyin belirli bir davranış ortamına ilişkin öz yeterlilik beklentileri yüksekse, o ortama yönelme eğilimi göstermekte, beklentileri düşük ise o ortamdan kaçınmaktadır (Bandura ve Wood, 1989, s. 1267; Zhao ve ark., 2005). Pihie ve Bagheri (2013), öz yeterliliğin, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve bu ilişkinin öz düzenleme süreçleri tarafından kısmi olarak aracılık edildiğini belirtmişlerdir. Fırat (2026), proaktif kişiliğin girişimcilik niyetini artırdığı, bu etkide genel özyeterlilik inancının kısmi aracılık rolü olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Zhao ve Arkadaşları (2005), bireyin girişimcilik ile ilgili derslerden algılanan öğrenme, önceki girişimcilik deneyimi ve risk eğiliminin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkilerini incelemiş, bu etkiye girişimcilik öz yeterliliği tarafından tam aracılık edildiğini belirtmişlerdir. Liu ve Arkadaşları (2019), üniversite öğrencilerinin girişimcilik öz yeterliliğinin hem girişimcilik tutumu hem de girişimcilik niyeti üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi olduğunu; girişimcilik tutumunun, girişimcilik öz yeterliliği ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide kısmi bir aracılık rolü üstlendiğini tespit etmişlerdir. Son olarak Qiao ve Huang (2019) ise, üniversite öğrencilerinin girişimcilik öz yeterliliğinin girişimcilik niyetini ve kariyer uyumluluğunu anlamlı ve olumlu şekilde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Mueller ve Dato-on (2008) girişimcilik öz yeterliliğin, bireylerin neden girişimci olmaya motive olduklarını ve bu niyetlerinin hangi koşullarda eyleme dönüştürülebileceğini anlamak ve açıklamak için önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda öz yeterliliğin, öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkileyen önemli bir faktör olduğu söylenebilir; çünkü öğrencilerin kendi beceri ve yeteneklerine olan güveni, girişimcilik faaliyetlerine yönelme eğilimlerini artırabilir. Bu bağlamda, yüksek öz yeterlilik duygusu, öğrencilerin girişimcilik potansiyelini keşfetmelerini ve iş kurma süreçlerine daha olumlu yaklaşımlarını sağlayabilir.

H_1 : Özyeterlilik, girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

2.2. Genel Özyeterlilik ve YZ' ye Yönelik Tutum:

YZ uygulamalarının gelişmesiyle birlikte, bireylerin YZ teknolojileri/ürünlerini kullanma konusundaki algılanan öz yeterliliklerini anlamak, akademisyenler, eğitimciler ve uygulayıcılar için kritik hale gelmiştir (Wang ve Chuang, 2024, s. 4785). Varol (2025) özyeterliliği yüksek olan öğrencilerin YZ kaygılarının daha düşük olduğunu belirtmiş; özellikle öğrenme, iş kaybı korkusu ve teknolojiyi anlamakta zorluk çekme gibi alanlarda, öz yeterliliği yüksek olan bireylerin daha az kaygı hissettiklerini ifade etmiştir. Chong ve Arkadaşları (2022), bireylerin özgüven ve yetkinlik düzeylerinin, insan-YZ iş birliği sürecindeki performanslarına etkisinin, YZ' nin doğruluğuna bağlı olarak değiştiğini göstermiştir. Özellikle özgüvenleri düşük bireylerin düşük performanslı YZ' ye daha fazla güvendiği tespit edilmiştir. Demir ve Beyazhançer (2024) ise YZ kullanımına yönelik öz yeterlik algılarının cinsiyet ve sınıf değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık göstermediğini, ancak YZ eğitimi alma ve daha önce YZ

kullanma durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bu bulgular doğrultusunda özyeterliliği yüksek öğrencilerin YZ' yi daha kolay öğrenerek bu alana daha olumlu yaklaşabilecekleri, düşük özyeterliliğe sahip öğrencilerin ise YZ' yi zorlayıcı bir alan olarak görüp bu teknolojiye karşı olumsuz tutumlar sergileyebilecekleri düşünülmektedir.

H_2 : Özyeterlilik YZ' ye yönelik tutumu anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

2.3. YZ' ye Yönelik Tutum ve Girişimcilik Niyeti:

Dijitalleşme, kuşaklar ve iş yapış şekillerindeki köklü değişiklikler yaratmıştır (Mert, 2024, s. 67–84). YZ, robot teknolojisi ve nesnelerin interneti çalışma hayatını değiştirmiş, bireyler de yeni beceriler kazanarak bu değişime uyum sağlamışlardır (Cesur ve Köse, 2021, s. 267). YZ ile ortaya çıkan bu dönüşüm, girişimcilerin fırsatları görme ve değerlendirme becerilerini desteklemekte ve yeni girişim fırsatları sunabilmektedir (Mutlu, 2023, s. 25). Bir başka ifadeyle Veri analitiği, otomasyon ve makine öğrenimi gibi YZ tabanlı uygulamalar, girişimcilerin pazar araştırması yapmasını, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamasını ve iş süreçlerini optimize etmesini sağlamaktadır (Mert, 2024, s. 67–84). Bu durumda YZ tabanlı uygulamalar, girişimciler için iş fikirlerini hayata geçirme sürecinde kolaylık sağlayarak yenilikçi fırsatları daha görünür hale getirebilir. Dolayısıyla, YZ' ye yönelik olumlu tutum, bireylerin yeni fırsatları görme ve risk alma gibi yetkinliklerini destekleyebilir. Bu ilişki literatürde yer alan bazı çalışmalar tarafından da desteklenmektedir. Rahman ve Arkadaşları (2022), YZ' nin girişimcilik niyeti üzerinde önemli ve olumlu etkileri olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Solórzano ve Arkadaşları (2024) da YZ kullanım niyetlerinin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi olduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak, YZ' ye yönelik olumlu bir bakış açısı, öğrencilerin girişimciliğe olan ilgisini ve cesaretini artırarak, yeni iş fırsatlarını değerlendirme ve rekabet avantajı elde etme konularında onları daha istekli hale getirebilir.

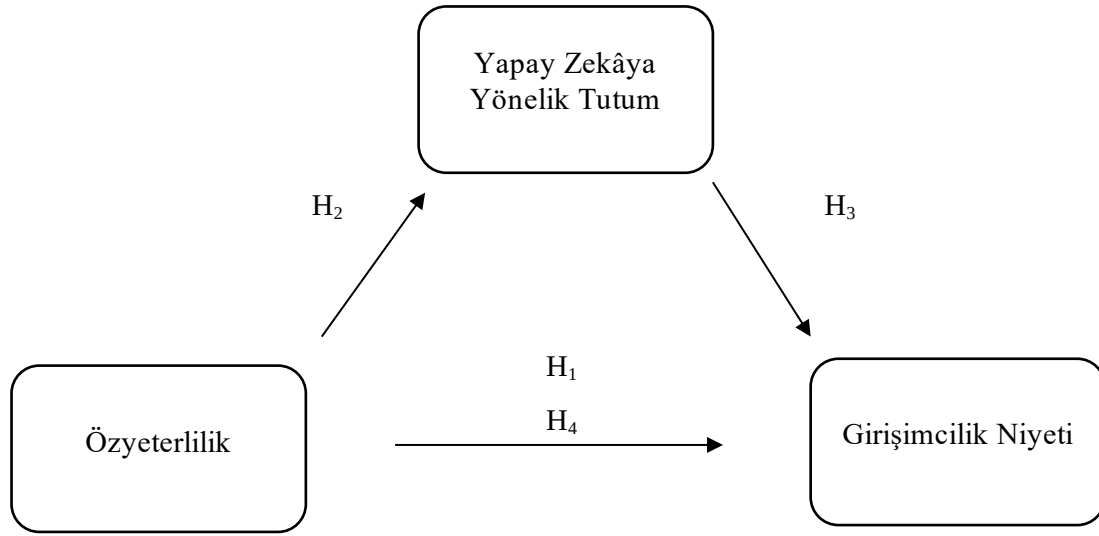
H_3 : YZ' ye yönelik tutum, girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

2.4. Genel Özyeterlilik ile Girişimcilik Arasındaki ilişkide YZ' ye Yönelik Tutumun Aracı rolü:

Özyeterlilik, bireylerin belirli bir görevi başarmaya olan inançlarıdır ve bu inancın yüksekliği, girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Zhao ve ark., 2005). Planlı Davranış Teorisine göre özyeterlilik, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirme kapasitesine ilişkin inancını yansıtarak algılanan davranışsal kontrolü güçlendirmektedir. Algılanan davranışsal kontrol ise davranış niyetinin önemli belirleyicilerinden biridir (Ajzen, 1991, s. 184). Bu doğrultuda, özyeterlilik düzeyi yüksek bireylerin girişimcilik niyetlerinin de daha güçlü olması beklenmektedir. Yüksek özyeterliliğe sahip bireyler, daha zorlu görevleri yerine getirmeyi tercih etmekte ve daha yüksek hedefler koymaktadırlar (Demirer ve ark., 2023, s. 412). Özyeterlilik inancı yüksek olan bireyler, zorlu süreçlerle baş etme ve yeni yetkinlikler kazanma konusunda daha kararlıdır (Bandura, 1997). Bu yüksek yetkinlik algısının, bireylerin yapay zekâ gibi dönüştürücü ve karmaşık teknolojileri bir tehdit olarak değil, bir fırsat olarak görmelerini sağlayarak YZ' ye yönelik olumlu bir tutum geliştirmelerine zemin hazırladığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, yapay zekâ teknolojilerine yönelik olumlu tutumun da girişimcilik açısından önemli olduğu söylenebilir. Samuel (2023)'ün belirttiği gibi YZ teknolojilerinden yararlanabilmek için herkesin bilgisayar bilimcisi olması gerekmemektedir. Örneğin, müzisyenler YZ' yi beste yapmada kullanabilir, iş insanları işletmelerini daha iyi yönetebilir, öğretmenler öğrencileri daha iyi hazırlayabilir ve doktorlar hastaların tedavi süreçlerini iyileştirmek için YZ' den yararlanabilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, YZ' ye yönelik olumlu bir tutum girişimcilerin işlerini daha verimli yönetmelerine, yeni fırsatlar keşfetmelerine ve karar destek sistemlerini kullanmalarına olanak tanıyabilir. Ayrıca, YZ' ye yönelik olumlu tutum, öğrencilerin bu teknolojiyi girişimcilik süreçlerinde etkili bir şekilde kullanmalarını destekleyerek girişimcilik niyetlerini güçlendirebilir. TKM'ye göre bireylerin teknolojiye yönelik olumlu tutumları, ilgili teknolojiyi kullanma niyetlerini artırmaktadır. Bu doğrultuda, yapay zekâyâ yönelik olumlu tutumun girişimcilik süreçlerinde bu teknolojinin kullanılmasını teşvik ederek girişimcilik niyetini destekleyebileceği söylenebilir. (Zhao ve ark., 2005). Dolayısıyla, özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki doğrudan etkisinin yanı sıra, YZ' ye yönelik tutumu olumlu yönde şekillendirerek dolaylı bir mekanizma (aracılık rolü) üzerinden de bu niyeti besleyebileceği düşünülmektedir.

H_4 : Özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide YZ' ye yönelik tutum, aracı role sahiptir.

Bu bilgilerden hareketle hipotezler geliştirilmiş ve araştırma modeli kurulmuştur (Şekil 1).



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3. Yöntem

3.1. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin özyeterlilik algılarının girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ve YZ' ye yönelik tutumun aracı rolünü incelemek amacıyla devlet üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerden anket yolu ile veriler toplanarak analiz edilmiştir. İlişkisel tarama modelinde tasarlanan araştırmada veriler, özyeterlilik ölçeği, girişimcilik niyeti ölçeği, YZ' ye yönelik tutum ölçeğinin yanı sıra demografik bilgilere ilişkin soruların yer aldığı form ile toplanmıştır. Ölçeklerin kullanımına ilişkin yazarlardan izin alınmıştır.

Jarusalem ve Schwarzer (1979) tarafından 20 ifade olarak geliştirilmiş olan Özyeterlilik ölçeği Schwarzer ve Jarusalem (1995) tarafından 10 ifadeli haline getirilmiştir (Scholz ve Ark., 2002). Daha sonra ölçeği Scholz ve Arkadaşları (2002) 25 ülkeden oluşan toplam 19120 katılımcıyla gerçekleştirdikleri çalışmada tek faktörlü olduğunu belirlemişlerdir. Araştırmadaki toplam örneklem güvenirlik kat sayısı $\alpha = 0,86$ olurken, en yüksek katsayı Japon örnekleminde ($\alpha = 0,91$) ve en düşük katsayı ise Hint örnekleminde ($\alpha = 0,75$) görülmüştür. Ölçek, Aypay (2010) tarafından Türk kültürüne uyarlanmıştır. Bu çalışmada iki boyutlu bir yapı olarak belirlenmiş olup; ölçeğin güvenirliği ölçek bileşenleri için $\alpha = 0,79$ ve $\alpha = 0,63$, on maddenin tamamı içinse $\alpha = 0,83$ 'tür (Aypay, 2010, s.127). Ancak ölçeğin üniversite öğrencilerinde tek boyutlu olarak kullanıldığı çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Kılıç ve Yüksel Türkiye'de bir devlet üniversitesi öğrencileri ile yaptıkları çalışmada ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,89'dur. Ölçeğin orijinal cevaplandırması "1=Tamamen yanlış ... 4=Tamamen doğru" şeklindedir. Ancak ölçek bu çalışmada 4'lü Likert dereceli olarak kullanılmıştır.

Girişimcilik niyeti ölçeği 6 ifade olup, Liñán ve Chen (2009) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek Bahadır ve Çakmak (2018) tarafından Türk kültürüne uyarlanmıştır. Güvenirlik kat sayısı Liñán ve Chen (2009, s.603)'in makalesinde 0,943; ölçeğin Türkçe uyarlamasında (Bahadır ve Çakmak, 2018, s.176) ise 0,768'dir. Ölçek daha önce Tefek ve Çakıcı (2024, s.123) tarafından da kullanılmış olup, güvenirlik kat sayısı 0,925 olarak belirlenmiştir.

YZ' ye yönelik tutum ölçeği (AIAS-4) Grassini (2023) tarafından geliştirilmiş olup, başlangıçta 5 ifade tek boyutken, son hali yazar tarafından tek boyut ve 4 ifade olarak belirlenmiştir. Satıcı, Okur, Yılmaz ve Grassini (2025) tarafından Türkçe'ye çevirisi yapılmıştır. Ölçeğin orijinalinde 10'lu Likert derecelidir. Ancak çalışmada kullanılan anket formundaki tüm ölçekler "1=Kesinlikle katılmıyorum

...5=Kesinlikle katılıyorum” 5’li Likert derecelendirme ile cevaplandırılmıştır. Bunun nedeni, 10’lu Likert dereceli ölçeğe daha fazla seçenek bulunmasının katılımcıların benzer yanıtlar arasındaki farkları algılamasını ve işaretlemesini zorlaştırması ve 5’li Likert dereceli ölçeğin daha kolay cevaplanabilmesidir. Ayrıca, seçenek etiketlerinin Türkçeye daha kolay çevrilebilmesi ve ülkemizdeki araştırmalarda en yaygın kullanılan ölçek olması da bu tercihte etkili olmuştur (Dursun ve Alınışık, 2019, s. 153). Ölçeğin güvenilirlik kat sayısı orijinal ölçeğe $\alpha=0.902$ iken (Grassini, 2023, s.6); Satıcı ve Arkadaşları çalışmalarında 0,86 olarak hesaplamıştır (Satıcı ve ark., 2025, s. 5).

Son olarak katılımcıların cinsiyet, eğitim aldıkları kurum, hane geliri gibi demografik özelliklerine ilişkin soruların yer aldığı kişisel bilgi formuna yer verilmiştir.

Bu çalışma, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu tarafından 07.05.2025 tarihli ve 14 sayılı karar (Evrak Tarih-Sayı: 13.05.2025-E.233722) ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın amacı, bireylerin algıladıkları genel özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde YZ’ ye yönelik tutumun aracı rolünü belirlemektir. Literatürde öz-yeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki üniversite öğrencileri örneklemi de dâhil olmak üzere çeşitli çalışmalarda incelenmiş ve bu iki değişken arasında anlamlı ilişkilerin varlığı ortaya konulmuştur (Ndofirepi, 2022, s. 6). Üniversiteler, sundukları girişimcilik eğitimi ve destekleyici programlar aracılığıyla öğrencilerin girişimsel motivasyonunu, girişimcilik yönelimini ve girişimcilik niyetlerini geliştirmede önemli bir rol üstlenen kurumlar olarak değerlendirilmektedir (Mwaanga, Moyo ve Chungu, 2023, s. 16; Yulastri ve ark., 2026, s. 12). Bununla birlikte, yapay zekâya yönelik tutumlar ile girişimcilik niyeti çalışmalarının da büyük ölçüde öğrenciler ve gençler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Nabi ve ark., 2017, s. 42; Sun ve ark., 2023, s. 1). Bu durum, söz konusu grubun kariyer tercihlerini şekillendirme sürecinde olması (Nabi ve ark., 2017) ve yeni teknolojilere daha açık olmasıyla açıklanmaktadır (Prensky, 2001, s. 3). Bu doğrultuda, üniversite öğrencilerinin örneklem olarak seçilmesi hem literatürdeki yaygın eğilimle uyumlu hem de araştırmanın amacı açısından metodolojik olarak uygun olduğu değerlendirilmektedir.

Araştırmanın çalışma evreni Türkiye’ de faaliyet gösteren iki devlet üniversitesinde eğitim gören fakülte ve yüksekokul öğrencileridir. Çalışmanın örneklemini ise bu üniversitelerin gönüllü olarak araştırmaya katılan fakülte ve yüksekokul öğrencileri oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin ulaşılabilirliği ve veriye erişimin hızlı olması nedeniyle kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır (Erkuş, 2013; Sümbüloğlu ve Sümbüloğlu, 2000). Örneklem büyüklüğünün yeterliliğinin değerlendirilmesinde farklı evren büyüklükleri için önerilen örneklem büyüklükleri referans alınmıştır. Araştırma kapsamında 701 katılımcıdan veri elde edilmiş olup ulaşılan örneklem büyüklüğü, geniş evrenler için önerilen 384 kişilik örneklem büyüklüğünün üzerindedir (Altunışık ve ark., 2012, s. 137). Diğer yandan örneklem sayısının ölçüm aracındaki toplam ifade sayısının en az 5 ila 10 katı olması beklenmektedir (Everitt, 1975). Araştırma ölçüm aracı toplam 21 ifadeye sahip olup, 210’ dan fazla katılımcıya ulaşılması amaçlanmıştır. Araştırmada 701 katılımcıya ulaşılmış olması nedeniyle örneklem büyüklüğünün her iki ölçüt bakımından da karşılamaktadır.

Etik kurul onayının ardından veri toplamak için iki üniversiteden de yazılı izin alınmıştır. Veriler çevirim içi anket formu kullanılarak 14.05.2025-30.09.2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de bulunmaktadır.

Tablo 1: Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans (n)	%	Eğitim Kurumu	Frekans (n)	%	Ailenizin Aylık Geliri (TL)	Frekans (n)	%
Kadın	452	64,5	Fakülte	478	68,2	14.000 TL ve altı	89	12,7
Erkek	249	35,5	Yüksekokul	223	31,8	14.001-22.200 TL	130	18,5
Toplam	701	100	Toplam	701	100	22.201-43.800 TL	206	29,4
Ailede Kendi İşini Kuran	Frekans (n)	%				43.801-65.000 TL	157	22,4
Var	294	41,9				65.001 TL ve üstü	119	17,0
Yok	407	58,1				Toplam	701	100
Toplam	701	100						

Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde %64,5'inin kadın, %35,5'inin erkek olduğu; eğitim düzeyleri açısından ise %68,2'sinin fakülte, %31,8'inin ise yüksekokul öğrencisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların aylık aile gelirleri ağırlıklı olarak 22.201-43.800 TL (%29,4) ve 43.801-65.000 TL (%22,4) aralıklarında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %41,9'unun ailesinde kendi işini kurmuş bir kişi bulunurken, % 58,1'inin ise ailesinde kendi işini kurmuş bir kişi bulunmamaktadır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, devlet üniversitelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiş olup, zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle iki devlet üniversitesinin öğrencileri ile sınırlıdır.

3.4. Veri Analizi

Anket formunda tüm soruların cevaplanmasının zorunlu tutulması sebebiyle veri setinde eksik değer bulunmamaktadır. Demografik verilerinin analizinde SPSS 22, ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri ile hipotez testlerinde ise SmartPLS 4 istatistik programları kullanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Ölçeklere Ait Güvenirlik ve Geçerlik Analiz Sonuçları

Araştırmada yer alan ölçek yapılarının geçerlik ve güvenilirliklerinin testinde ile ölçüm modeli iç tutarlılık güvenilirliği, birleşme geçerliği ve ayrışma geçerliği değerleri SmartPLS 4 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Cronbach's Alfa ve birleşik güvenilirlik (CR) katsayıları iç tutarlılık güvenirliliğinin test edilmesinde kullanılmıştır. Birleşme geçerliği içinse, açıklanan ortalama varyans (AVE) değerleri ve faktör yükleri incelenmiştir. Açıklanan ortalama varyans değerlerinin $\geq 0,50$; Cronbach's Alfa, birleşik güvenilirlik katsayıları ile faktör yüklerinin $\geq 0,70$; (Hair ve ark., 2022). Ölçüm modelinin geçerlik ve güvenilirlik bulguları Tablo 2'dedir.

Tablo 2: Ölçüm Modeli Sonuçları

Değişken	İfade	Faktör Yüğü	Cronbach's Alfa	CR	AVE
Özyeterlilik	oy_1	0.673	0,908	0,924	0,549
	oy_2	0.660			
	oy_3	0.697			
	oy_4	0.793			
	oy_5	0.793			
	oy_6	0.737			

	oy_7	0.725			
	oy_8	0.794			
	oy_9	0.751			
	oy_10	0.775			
YZ' ye Yönelik Tutum	yzt_1	0.869	0,824	0,883	0,654
	yzt_2	0.860			
	yzt_3	0.791			
	yzt_5	0.704			
Girişimcilik Niyeti	gn_1	0.707	0,865	0,899	0,600
	gn_2	0.651			
	gn_3	0.829			
	gn_4	0.795			
	gn_5	0.807			
	gn_6	0.841			

Model geçerliliğini sağlamak amacıyla, 0,40'ın altında faktör yüküne sahip ifadeler analiz dışı bırakılmalıdır. Faktör yükü 0,40-0,70 aralığında seyreden ifadelerin modelden uzaklaştırılması hususunda ise bu ifadelerin bağlı olduğu gizil değişkenin AVE veya CR değerlerinin referans kriterleri incelenmekte kriterleri karşılaması durumunda modelde kalmaktadır (Hair ve ark., 2022). YZ' ye yönelik tutum ölçeğinin geliştirme makalesinde de ölçekten çıkarılmış olan “*Yapay zeka teknolojisinin insanlar için bir tehdit olduğunu düşünüyorum.*” ifadesi (Grassini, 2023; Satıcı ve ark., 2025) faktör yükü 0,40'ın altında olması sebebiyle araştırmanın ölçüm modelinden çıkartılmıştır ve 4 maddelik yapı (AIAS-4) desteklenmiştir. Bu işlemin ardından girişimcilik niyeti ölçeğine ait bir, özyeterlilik ölçeğine ait üç ifadenin faktör yükleri 0,70'in altında kaldığı görülmektedir. Değişkenlerin AVE ve CR değerlerinin eşik değer kriterini sağlaması sebebiyle bu ifadeler ölçüm modelinden çıkartılmamış ve analize devam edilmiştir. Değişkenlerin AVE değerleri 0,549 ile 0,654; faktör yükleri ise 0,651 ile 0,869 arasındadır ve birleşme (yakınsak) geçerliliğin karşılandığı değerlendirilmektedir. Elde edilen Cronbach's Alfa katsayılarının 0,824-0,908, bileşik güvenirlik (CR) katsayılarının ise 0,883-0,924 arasında değerler alması, iç tutarlılık güvenirliğinin karşıladığını göstermektedir.

Ayrışma geçerliliğinin tespitinde; Henseler ve Arkadaşları (2015) tarafından önerilen HTMT ölçütü ile çapraz yüklerin incelenmesinden yararlanılmıştır. Çapraz yük değerleri incelenmesinde değişkenlere ait ölçek maddeleri arasında binişik bir ifadenin yer almadığı belirlenmiştir.

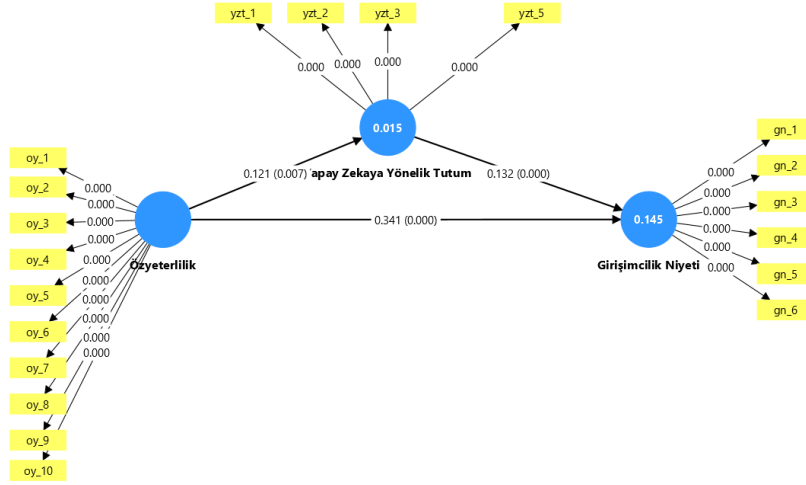
Tablo 3: Ayrışma Geçerliği Sonuçları

Değişkenler	GN	YZYT	ÖY
1. Girişimcilik Niyeti	-		
2. YZ' ye Yönelik Tutum	0,200	-	
3.Özyeterlilik	0,400	0,137	-

HTMT katsayıları Tablo 3'te yer almaktadır. HTMT değeri; farklı değişkenlere ait maddeler arasındaki korelasyonların ortalamasının, aynı değişkenin kendi maddeleri arasındaki korelasyon ortalamalarının geometrik ortalamasına olan oranını ifade etmektedir. HTMT ölçütünün, teorik olarak benzerlik gösteren değişkenler için 0,90; farklılaşan yapılar için ise 0,85 değerinin altında gerçekleşmesi gerekmektedir (Henseler ve Ark., 2015). HTMT katsayılarının 0,85 eşik değerinin altında yer aldığı gözlenmektedir (Tablo 3). Çapraz yükler ve HTMT değerlerine göre ayrışma geçerliği karşılanmaktadır.

4.2. Araştırma Modelinin Test Edilmesi ve Sonuçlar

Şekil 2’de araştırma hipotezlerini test etmek üzere oluşturulan yapısal eşitlik modeli sunulmuştur.



Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli

Kurulan modelin analizinde PLS-SEM (Kısmi En Küçük Kareler Yol Analizi) tekniğinden yararlanılmıştır. İstatistiksel işlemler SmartPLS 4 programı ile gerçekleştirilmiştir (Ringle ark., 2022; Yıldız, 2024). Model yapısını değerlendirmek üzere; doğrusalılık, yol katsayıları, R^2 ve etki büyüklüklerinin (f^2) hesaplanmasında PLS algoritması temel alınmıştır. Yol katsayılarının anlamlılık testleri için ise bootstrapping tekniğiyle 10.000 alt örneklem oluşturularak t değerleri türetilmiştir. Modele ilişkin VIF, R^2 ve f^2 sonuçları Tablo 4’te dir.

Tablo 4: Araştırma Modeli Katsayıları

Değişkenler		VIF	R^2	f^2
Özyeterlilik	YZ’ ye Yönelik Tutum	1,000	0,015	0,015
Özyeterlilik	Girişimcilik Niyeti	1,015	0,145	0,134
YZ’ ye Yönelik Tutum		1,015		0,020

Öncelikle ortak yöntem varyansı (Variance Inflation Factor- VIF) katsayıları incelenmiştir. Hesaplanan VIF katsayılarının eşik değer olan 3,3’ün altında gerçekleşmiş olması nedeniyle ortak yöntem varyansının çalışma için bir sorun oluşturmadığı (Kock ve Lynn, 2012), yani kullanılan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıntı problemi olmadığı kabul edilmektedir (Hair ve ark., 2022).

Modele ait R^2 değerlerine bakıldığında da araştırmaya katılan öğrencilerin YZ’ ye yönelik tutum davranışının %1,5 ve girişimcilik niyetini ise %14,5 oranında açıklandığı belirlenmiştir. Yapısal modelin analizinde etki büyüklükleri (f^2) yorumlanırken Cohen (1988) tarafından önerilen eşik değerler temel alınmaktadır; buna göre 0,02 düşük, 0,15 orta ve 0,35 yüksek düzeyde etkiyi simgelemektedir (s. 413-414). Sarstedt ve Arkadaşları (2021, s.24) ise 0,02’den küçük katsayıların herhangi bir istatistiksel etki barındırmadığını vurgulamaktadır. Etki büyüklüğü katsayıları (f^2) değerlendirildiğinde girişimcilik niyeti değişkeni üzerinde; özyeterliliğin ($f^2 = 0,134$) ve YZ’ ye yönelik tutumun ($f^2 = 0,020$) düşük etki büyüklüğüne sahip olduğu görülmektedir. YZ’ ye yönelik tutum değişkeni üzerinde özyeterliliğin etki katsayısının eşik değerinin altında kalması etki büyüklüğü oldukça düşük ($f^2 = 0,015 < 0,020$) ve pratik açıdan sınırlı bir etkiye işaret etmektedir.

Tablo 5: Araştırma Modeli Doğrudan Etki Katsayıları

Değişkenler		Std. β	S.S.	t	p
Özyeterlilik	YZ' ye Yönelik Tutum	0,121	0,045	2,706	0,007
Özyeterlilik	Girişimcilik Niyeti	0,341	0,034	10,025	0,000
YZ' ye Yönelik Tutum		0,132	0,036	3,684	0,000

Tablo 5'te araştırma modeline ait doğrudan etki katsayıları, Tablo 6'da ise dolaylı etki katsayıları da yer almaktadır. Tablodaki değerler incelendiğinde girişimcilik niyeti değişkeni üzerinde, özyeterlilik ($\beta=0,341$; $p<0,01$) ve YZ' ye yönelik tutum değişkenlerinin ($\beta=0,132$; $p<0,01$) etkilerinin anlamlı olduğu, YZ' ye yönelik tutum değişkeni üzerinde de özyeterlilik değişkeninin ($\beta=0,121$; $p<0,01$) etkisinin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda H_1 , H_2 ve H_3 hipotezlerinin desteklendiği kabul edilmektedir.

Tablo 6: Araştırma Modeli Dolaylı Etki Katsayıları

Değişkenler			Std. β	S.S.	t	p
Özyeterlilik	YZ' ye Yönelik Tutum	Girişimcilik Niyeti	0,016	0,008	2,001	0,045

Tablo 6'daki değerler incelendiğinde, YZ' ye yönelik tutum değişkeni üzerinden girişimcilik niyeti değişkeni üzerinde özyeterliliğin ($\beta=0,016$; $p<0,05$) dolaylı etkisinin düşük ama anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Zhao ve Arkadaşlarına (2010) göre, bağımsız değişkenlerin aracı değişkenler, aracı değişkenlerin de bağımlı değişkenler üzerindeki dolaylı etkilerinin anlamlı olması, aracı etkinin varlığı olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda; özyeterlilik ve YZ' ye yönelik tutumun girişimcilik niyeti üzerindeki, özyeterliliğin ise YZ' ye yönelik tutum üzerindeki etkilerinin anlamlı çıkması, modelde aracı etkilerden söz edilebileceğini göstermektedir. Belirlenen bu aracı etki türleri, Yıldız (2024)'ın aracı etki karar ağacı kapsamında değerlendirilmiştir.

Aracı etki karar ağacına göre; Özyeterlilik $\rightarrow$ YZ' ye Yönelik Tutum $\rightarrow$ Girişimcilik Niyeti yolundaki dolaylı etkinin anlamlı, Özyeterlilik $\rightarrow$ Girişimcilik Niyeti yolundaki doğrudan etkinin anlamlı, ve yol katsayılarının pozitif olması sebebiyle, YZ' ye yönelik tutumun özyeterlilik değişkeni ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide bütünleyici kısmi aracılık rolü belirlenmiştir. Dolayısıyla H_4 hipotezi desteklenmiştir.

5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada bireylerin algıladıkları genel özyeterliliğin girişimcilik niyetine etkisinde YZ yönelik tutumun aracı rolü incelenmiş elde edilen mevcut bulgular literatür çerçevesinde değerlendirilmiştir. Öncelikli olarak araştırma sonuçları özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bu bulgular özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koyan çalışmalar ile büyük ölçüde örtüşmektedir (Ferreira-Neto ve ark., 2023, s. 10; Garaika ve Margahana, 2019, s. 9; Özler, Giderler ve Baran, 2017, s. 736). Bu çalışmalar bireylerin kendi yetkinliklerine olan inançlarının girişimcilik niyetine yönelmede kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu durum Bandura (1986) tarafından ortaya konulan sosyal bilişsel kuram ile de tutarlıdır. Bandura'ya göre bireyler, belirli bir davranışı gerçekleştirme konusundaki yeterlilikleri algılarına bağlı olarak o davranışı gerçekleştirme eğilimi göstermektedir. Araştırmanın bu sonucu literatürle uyum sağlamaktadır. Bu çalışmanın bulguları ve literatürde öne çıkan araştırmalar, özyeterliliğin girişimcilik niyetini artırmada kritik bir kaldıraç görevi gördüğünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, uygulayıcılar (eğitimciler, politika yapıcılar, girişimcilik destek kurumları ve kuluçka merkezleri) için en önemli çıkarım, bireylerin yalnızca bilgi düzeylerini değil, “yapabilirim” algılarını sistematik olarak güçlendirmeye odaklanmaları gerektiğidir. Bununla birlikte literatürde öz yeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinin her zaman doğrudan ve güçlü olmadığını ortaya koyan çalışmalarda bulunmaktadır. Örneğin Romero Galisteo ve Arkadaşları (2022) tarafından yapılan

araştırmada özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan anlamlı bir etki bulunmamıştır. Benzer şekilde Prawira ve Hidayah (2021) tarafından yapılan araştırmada da özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin olmadığı belirtilmiştir. Bu bulgular özyeterliliğin girişimcilik niyetini açıklamada tek başına yeterli bir değişken olmayabileceğini düşündürmektedir.

Bu çalışmada özyeterliliğin YZ'ye yönelik tutumu anlamlı ve olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Araştırmanın bu sonucu Sosyal Bilişsel Kuramı ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Şöyle ki; Sosyal Bilişsel Kuram'a göre bireyin bir davranışı gerçekleştirme konusundaki inancı, yalnızca davranışı değil aynı zamanda o davranışa yönelik bilişsel ve duyuşsal değerlendirmelerini de şekillendirmektedir (Bandura, 1986). Bu bağlamda, YZ kullanımına ilişkin yüksek özyeterlilik algısına sahip bireylerin, YZ teknolojilerini daha faydalı, anlaşılabilir ve kontrol edilebilir görmeleri, olumlu tutum geliştirmelerini açıklayabilir. Ayrıca elde edilen bulgular literatürdeki birçok çalışmayı desteklemektedir (Naiseh ve ark., 2025, s. 705; Kim, 2025, s. 657). Özyeterliliğin girişimcilik süreçlerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkiler yarattığını göstermekte ve bireylerin teknolojiye yönelik daha olumlu değerlendirmeler geliştirdiğini ortaya koymaktadır (Duong, 2026; Kim, 2025, s. 657). Bu durum özyeterliliğin yalnızca davranışsal niyet değil, aynı zamanda teknolojiye yönelik tutumun da önemli bir belirleyicisi olduğunu desteklemektedir.

Araştırmada "YZ'ye yönelik tutumun girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu yönde etkilediği" tespit edilmiştir. Bulgular bireylerin yapay zekâ teknolojilerine yönelik olumlu algılar geliştirdikçe girişimcilik faaliyetlerine yönelme eğilimlerinin arttığını göstermektedir. Özellikle yapay zekânın iş süreçlerini kolaylaştırması, maliyetleri azaltması, verimliliği artırması ve yenilikçi iş fırsatları sunması bireylerin girişimcilik niyetlerini güçlendiren önemli faktörler arasında yer almaktadır. Araştırma bulguları mevcut literatürle paralellik göstermektedir. Örneğin Solórzano ve Arkadaşları (2024), yapay zekâ kabulünün öğrencilerin girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediğini belirtmiştir. Benzer şekilde Xie ve Wang (2025) üretken yapay zekâ destekli girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini artırdığını ortaya koymuştur. Ayrıca Sharma, Goel ve Taneja (2026), yapay zekâ benimsemesinin dijital girişimcilik niyetini doğrudan etkilediğini belirtmiştir.

Bu sonuçlar, Sosyal Bilişsel Kuram, Teknoloji Kabul Modeli (TAM) ve Planlı Davranış Teorisi (TPB) çerçevesinde değerlendirildiğinde anlamlıdır. Bireylerin yapay zekâyı faydalı, erişilebilir ve kullanımı kolay görmeleri, onların teknolojiye yönelik olumlu tutum geliştirmesine katkı sağlamakta; bu olumlu tutum da girişimcilik niyetini artırmaktadır. Özellikle dijital ekonominin hızla büyüdüğü günümüzde, yapay zekâ teknolojilerine uyum sağlayabilen bireylerin girişimcilik fırsatlarını daha fazla değerlendirebildiği düşünülmektedir.

Bulgulardan hareketle Üniversiteler ve girişimcilik ekosistemlerinin, öğrencilerin yapay zekâ farkındalığını ve kullanım becerilerini geliştirecek eğitim programları düzenlemeleri önerilmektedir. Böylece bireylerin teknolojiye yönelik olumlu tutumları artırılarak girişimcilik eğilimleri desteklenebilir. Ayrıca politika yapıcılar ve eğitim kurumları, dijital girişimcilik ve yapay zekâ okuryazarlığını teşvik eden stratejiler geliştirerek girişimcilik niyetinin yaygınlaştırılması sağlanabilir.

Bu çalışma, özyeterliliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisinde yapay zekâyı (YZ) yönelik tutumun aracı rol oynadığını göstermektedir. Araştırmanın bu bulgusu, özyeterliliğin girişimcilik niyetini açıklamada önemli belirleyicilerinden biri olduğunu göstermektedir. Bir başka ifadeyle bireyin kendi yeteneklerine olan inancı arttıkça, girişimcilik davranışlarına yönelik niyetlerinin de artacağı ifade edilmektedir (Bilgiseven ve Kasımoğlu, 2020). Ayrıca girişimcilik niyeti sadece bireysel faktörlerle değil, aynı zamanda teknolojilere yönelik algılarla da şekillenmektedir (Sharma, Goel ve Taneja, 2026). Zou ve Guo (2026), YZ'nin fırsatları görme, yeni fikirler geliştirme ve karar verme süreçlerinde girişimcilik süreçlerini desteklediğini, Solórzano ve Arkadaşları (2024) ise YZ'ye yönelik tutumların bireylerin girişimcilik niyetlerini etkileyen önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla yüksek özyeterliliğe sahip bireylerden YZ'yı daha olumlu değerlendirmeleri beklenebilir. Çünkü bu bireyler teknolojiyi bir tehdit unsuru olarak görmezler, hatta teknolojiyi girişimcilik sürecinde kapasitelerini artırma ve fırsatları görme konusunda etkin bir araç olarak değerlendirme eğilimindedirler. Bu durum YZ'ye yönelik tutumun, özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi açıklamada önemli bir aracı değişken olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları, özyeterliliğin girişimcilik niyetini anlamlı ve olumlu etkilediğini ve bu ilişkide yapay zekâya (YZ) yönelik tutumun aracılık rolü olduğunu ortaya koymaktadır. Bir başka ifadeyle, özyeterliliğin girişimcilik niyetini hem doğrudan etkilediğini hem de bireylerin YZ' ye yönelik tutumlarını etkileyerek dolaylı olarak da etkilediğini göstermektedir. Araştırmanın bu sonucu girişimcilik niyetinin sadece bireysel faktörler tarafından değil ayrıca teknolojiye yönelik tutum gibi faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada YZ' ye yönelik olumlu tutumun girişimcilik niyetini artırdığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda, girişimcilik eğitimleri ve politikalarının bireylerin özyeterlilik algılarını güçlendirmeye ve YZ' ye yönelik olumlu tutum geliştirmelerini desteklemeye odaklanması önerilmektedir.

Uygulamacılar açısından bulgular, girişimcilik niyetini artırmada yalnızca teknik bilgi ve beceri kazandırmanın yeterli olmadığını, aynı zamanda bireylerin özyeterlilik algılarını ve yapay zekâya yönelik tutumlarını birlikte geliştirmeye odaklanması gerektiğini göstermektedir. Bu kapsamda eğitimciler, kuluçka merkezleri ve politika yapıcılar; uygulamalı eğitimler, başarı deneyimleri, mentorluk ve rol model sunumu gibi yöntemlerle bireylerin “yapabilirim” inançlarını güçlendirmeli, eş zamanlı olarak yapay zekâ araçlarının kullanımına yönelik farkındalık ve yetkinlik kazandıran programlar geliştirmelidir. Böylece bireylerin YZ' yi bir tehdit yerine fırsat olarak algılamaları sağlanarak girişimcilik niyetleri daha etkin biçimde desteklenebilir.

Araştırmacılar açısından çalışma bazı kısıtlar sahiptir. Kolayda örnekleme yönteminin kullanılması, örneklemin üniversite öğrencilerinden oluşması ve çevrim içi anket yolu ile verilerin elde edilmiş olması bulguların genellemesini kısıtlamaktadır. Çalışma kesitsel olup, bulgular belirli bir zaman dilimini aktarmaktadır. Gelecek araştırmalarda araştırma modelinin farklı sektörlere veya zaman dilimlerine ait örneklemlerle karşılaştırarak test edilmesi önerilmektedir. Ek olarak, araştırmanın nitel yöntemlerin de dahil edilerek karma araştırma yöntemleri ile desteklenmesinin değişkenler arası ilişkilerin anlaşılmasına fayda sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- 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)
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* (7. Baskı). Sakarya Yayıncılık.
- An, N. T. (2026). Artificial Intelligence Perceptions and Entrepreneurial Intention: The Mediating Roles of Entrepreneurial Attitude and Self-Efficacy. *EJSMT*. [https://doi.org/10.59324/ejsmt.2026.2\(3\).06](https://doi.org/10.59324/ejsmt.2026.2(3).06)
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Aypay, A. (2010). Genel öz yeterlik ölçeği'nin (GÖYÖ) Türkçe'ye uyarlama çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 113–131. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/92265>
- Bagale, G. S., Vandadi, V. R., Singh, D., Sharma, D. K., Garlapati, D. V. K., Bommiseti, R. K., Gupta, R. K., Setsiawan, R., Subramaniaswamy, V., & Sengan, S. (2023). Small and medium-sized enterprises' contribution in digital technology [Retracted article]. *Annals of Operations Research*, 326(Suppl 1), 3–4. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04235-5>
- Bahadır, Ö., & Çakmak, A. F. (2018). Planlı davranış teorisi çerçevesinde girişimcilik niyetini etkileyen faktörler. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 166–192. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.227>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman & Company.

- Bandura, A., ve Wood, R. (1989). Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361–384. <https://doi.org/10.2307/258173>
- Bickley, S. J., Macintyre, A., & Torgler, B. (2024). Artificial intelligence and big data in sustainable entrepreneurship. *Journal of Economic Surveys*, 39(1), 103–145. <https://doi.org/10.1111/joes.12611>
- Bilgiseven, E. B., & Kasımoğlu, M. (2020). Start-up girişimlerde girişimcilik niyeti üzerine faktörlerin analizi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(7), 41–59. <https://doi.org/10.31006/gipad.726625>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Cesur, D., & Köse, C. (2021). Dijital teknolojiye yönelik tutumların girişimcilik niyetindeki rolü: Z kuşağında bir araştırma. *Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 252–270. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2373100>
- Chong, L., Kotovsky, K., & Cagan, J. (2022). Are confident designers good teammates to artificial intelligence? A study of self-confidence, competence, and collaborative performance. *International Design Conference*, 2, 1531–1540. <https://doi.org/10.1017/pds.2022.155>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cohen, J. (1988), *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ.
- Çakan, M., & Akın, A. (2024). Yapay Zeka tutum ve değişime hazır olma: İki ölçek uyarlama çalışması. *International Academic Journal*, 8(2), 137–167. <https://doi.org/10.35342/econder.1544898>
- 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>
- Demir, B., & Beyazhançer, R. (2024). İlköğretim matematik öğretmeni adaylarının yapay zekâ öz-yeterliliklerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 11(113), 2393–2398. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14279357>
- Demirer, M. C., Çiftçi, G. E., & Yasım, Y. K. (2024). Yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin kültürel zekâlarının öz yeterlilik ve girişimcilik üzerine etkisi. *Yükseköğretim Dergisi*, 13(3), 409–420. <https://doi.org/10.53478/yuksekogretim.1201019>
- Di Vaio, A., Palladino, R., Hassan, R., & Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: a systematic literature review. *Journal of Business Research*, 121, 283–314. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.019>
- Duong, C. D. (2025). AI literacy and higher education students' digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model of AI self-efficacy and digital entrepreneurial self-efficacy. *Industry and Higher Education*, 40(2), 242–255. <https://doi.org/10.1177/09504222251370089>
- Dursun, İ., & Alınışık, Ü. (2019). Likert ölçeklerinde etiketleme kararları: Kullanılan etiketler ölçüm sonuçlarına etkiler mi? *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33, 148–196. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.549447>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... & Wamba, S. F. (2023). 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, 102642. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>
- Erkuş, A. (2013). Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci. Seçkin Yayıncılık.
- Esmer, Y., & Yüksel, M. (2024). Artificial intelligence entrepreneurship: A conceptual research. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 9(2), 180–187. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/joeep/article/1547460>

- Everitt, B. S. (1975). Multivariate analysis: The need for data, and othe problems. *The British Journal of Psychiatry*, 126(3), 237-240. <https://doi.org/https://doi.org/10.1192/bjp.126.3.237>
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14, 1134618. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Firat, İ. (2026). The effect of proactive personality on entrepreneurial intention among teachers: The mediating role of general self-efficacy and the moderating role of psychological well-being. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 24(59), 331-375. <https://doi.org/10.35408/comuybd.1676649>
- Garaika, H., & Margahana, H. (2019). Self-efficacy, self-personality and self-confidence on entrepreneurial intention: Study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–12.
- Grassini, S. (2023). Development and validation of the AI Attitude Scale (AIAS-4): A brief measure of general attitude toward artificial intelligence. *Frontiers in Psychology*, 14, 1191628. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1191628>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications.
- 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(2), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Holden, H., & Rada, R. (2011). Understanding the influence of perceived usability and technology self-efficacy on teachers' technology acceptance. *Journal of Research on Technology in Education*, 43(4), 343–367. <https://doi.org/10.1080/15391523.2011.10782576>
- Hong, J.-W. (2022). I was born to love AI: The influence of social status on AI self-efficacy and intentions to use AI. *International Journal of Communication*, 16, 172–191. <https://doi.org/10.5210/ijoc.v16i0.17728>
- Ji, I., & Goo, J. (2021). Pre-Entrepreneurs' Perception of the Technology Regime and Their Entrepreneurial Intentions in Korean Service Sectors. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030179>
- Kılıç, S., & Yüksel, G. (2026). Positive schemas and their associations with well-being and psychopathology in Turkish college students. *Counselling Psychology Quarterly*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/09515070.2026.2708042>
- Kim, M.-Y. (2025). The effects of digital self-efficacy, perceived benefits of AI and social capital on attitude toward generative AI tools: A moderated mediation model. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(6), 657–668. <https://www.jisem-journal.com/article/>
- Kock, N., & Lynn, G. S. (2012). Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: An illustration and recommendations. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7), 546–580. <https://doi.org/10.17705/1jais.00302>
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.102>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 869. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Mert, M. (2024). YZ ve girişimciler. In G. Mert & R. Kök (Eds.), *Teknoloji ve yenilikçilik odaklı girişimler* (pp. 1–361). Artikel Akademi.
- Mueller, S., & Dato-on, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 3–20. <https://doi.org/10.1142/S108494670800082X>
- Mutlu, T. (2023). Yeni Dünya'da girişimcilik. In G. Durmuş & M. Seyhan (Eds.).
- Mwaanga, C., Moyo, E., Chungu, K. (2023). University-related factors influencing technological entrepreneurial intentions of Science, Technology, Engineering and Mathematics (STEM) Students: A Comparative Study of Private and Public Universities. *Emerging Markets Journal*, 13(2), 13–23. <https://doi.org/10.5195/emaj.2023.312>
- Nabi, G., Liñán, F., Krueger, N., Fayolle, A., & Walmsley, A. (2016). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 15(2), 281–307. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Naiseh, M., Babiker, A., Al-Shakhsi, S., Cemiloglu, D., Al-Thani, D., Montag, C., & Ali, R. (2025). Attitudes towards AI: The interplay of self-efficacy, well-being, and competency. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 10, 705–718. <https://doi.org/10.1007/s41347-025-00486-2>
- Ndofirepi, T. M. (2022). The effect of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial self-identity on entrepreneurial goal intentions of female and male college students in Zimbabwe. *Administrative Sciences*, 12(4), 180. <https://doi.org/10.3390/admsci12040180>
- Nkwei, E. S., Rambe, P., & Simba, A. (2023). Entrepreneurial intention: The role of the perceived benefits of digital technology. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 26(1), a4936. <https://doi.org/10.4102/sajems.v26i1.4936>
- Özler, N. D. E., Giderler, C., & Baran, H. (2017). Öz yeterlilik ve kontrol odağının bireylerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 736–747. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijmeb/article/744514>
- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385–401. <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Prawira, J. J., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh subjective norm, attitude toward behavior, dan self-efficacy terhadap entrepreneurial intention. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 762–770. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13208>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants: Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Qiao, X., & Huang, J.-H. (2019). Effect of college students' entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intention: Career adaptability as a mediating variable. *International Journal of Educational Methodology*, 5(3), 305–313. <https://doi.org/10.12973/ijem.5.3.305>
- Rahman, M. M., Rahaman, M. S., Moral, I. H., & Chowdhury, M. S. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of business graduates: Does artificial intelligence matter?

- In Proceedings of the International Conference on Fourth Industrial Revolution and Beyond 2021 (pp. xx–xx). https://doi.org/10.1007/978-981-19-2445-3_8
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2022). *SmartPLS 4*. SmartPLS. <https://www.smartpls.com>
- Romero-Galisteo, R. P., González-Sánchez, M., Gálvez-Ruiz, P., Palomo-Carrión, R., Casuso-Holgado, M. J., & Pinero-Pinto, E. (2022). Entrepreneurial intention, expectations of success and self-efficacy in undergraduate students of health sciences. *BMC Medical Education*, 22, 679. <https://doi.org/10.1186/s12909-022-03731-x>
- Saki, Ş., & Köroğlu, M. A. (2024). Yapay zeka ve dijital teknolojilerin sosyal hizmet uygulamalarında kullanımı üzerine bir araştırma. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 10(2), 149–171. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10897555>
- Samuel, J. (2023). Two keys for surviving the inevitable AI invasion. *Above-AI*. <https://aboveai.substack.com/p/two-keys-for-surviving-the-inevitable>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modelling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of market research* (pp. 1–47). Springer.
- Satıcı, S. A., Okur, S., Yılmaz, F. B., & Grassini, S. (2025). Psychometric properties and Turkish adaptation of the Artificial Intelligence Attitude Scale (AIAS-4): Evidence for construct validity. *BMC Psychology*, 13, 297. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02505-6>
- Scholz, U., Gutiérrez-Doña, B., Sud, S., & Schwarzer, R. (2002). Is general self-efficacy a universal construct? *European Journal of Psychological Assessment*, 18(3), 242–251. <https://doi.org/10.1027/1015-5759.18.3.242>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston (Eds.), *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* (pp. 35–37). NFER-NELSON.
- Seo, H., Iqbal, A., & Rafique, S. (2024). Attitudes toward ai, ai self-efficacy, and ai adoption: a survey of media students in afghanistan and pakistan. *Studies in Media, Journalism, and Communications*, 2(2), 22–30. <https://doi.org/10.32996/smjc.2024.2.2.4>
- Sharma, A., Goel, A., & Taneja, U. (2026). AI adoption and digital entrepreneurial intentions: A theory of planned behaviour and technology acceptance model approach. *Technology in Society*, 84, 103137. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103137>
- Solórzano, S. S. S., Romero, J. M. P., Cueva, J. G. D., Montero, J. E. A., Campoverde, M. A. Z., Valarezo, M. M. L., Ninaquispe, J. C. M., Enriquez, B. G. A., & Ballesteros, M. A. 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, 59. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00412-5>
- Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology*, 14, 954118. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.954118>
- Sümbüloğlu, V., & Sümbüloğlu, K. (2000). *Sağlık bilimlerinde araştırma yöntemleri*. Hatipoğlu Yayınevi.
- 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.

- Tefek, A., & Çakıcı, A. (2024). Aile yapısının girişimcilik eğilimi ve girişimcilik niyetine etkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33(1), 95–114. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.1337137>
- Varol, B. (2025). Artificial intelligence anxiety in nursing students: The impact of self-efficacy. *Computers, Informatics, Nursing*, 43(6), e01250. <https://doi.org/10.1097/CIN.0000000000001250>
- Wang, Y.-Y., & Chuang, Y.-W. (2024). Artificial intelligence self-efficacy: Scale development and validation. *Education and Information Technologies*, 29, 4785–4808. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12015-w>
- Xie, Y., & Wang, S. (2025). Generative artificial intelligence in entrepreneurship education enhances entrepreneurial intention through self-efficacy and university support. *Scientific Reports*, 15, 24079. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-09545-3>
- Yıldız, E. (2024). SmartPLS ile yapısal eşitlik modellemesi: Reflektif ve formatif yapılar (3. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yulastri, A., Susanto, P., Imran, M., Ganefri, G., Hidayat, H., Ardi, Z., Marwan, M., & Arita, S. (2026). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: A serial mediation model of entrepreneurial motivation and self-efficacy. *Discover Sustainability*, 7, 356. <https://doi.org/10.1007/s43621-026-02689-w>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>
- Zou, Y., & Guo, Y. (2026). Seeing the spark or the storm? Exploring how AI usage shapes undergraduates' entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 24(2), 101361. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2026.101361>

Research Article

Genel Özyeterliliğin Girişimcilik Niyetine Etkisinde Yapay Zekaya Yönelik Tutumun Aracılık Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

The Mediating Role of Attitudes Toward Artificial Intelligence in The Effect of General Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention: A Study on University Students

Ali TEFEK Dr., Selçuk Üniversitesi Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu atefek@hotmail.com https://orcid.org/0000-0001-7094-0768	Meryem Derya YEŞİLTAS Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi deryayesiltas@osmaniye.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-5067-4538
--	--

Extended Summary

The primary objective of this study is to examine the mediating role of attitudes toward artificial intelligence (AI) in the relationship between general self-efficacy (GSE) and entrepreneurial intention (EI). Although EI is known to be closely associated with individual characteristics (Tefek & Çakıcı, 2024), prior research has primarily focused on the role of digital technologies in entrepreneurship, while the effects of individuals' perceptions and evaluations of these technologies on EI remain underexplored (Bagale et al., 2023; Nkwei, Rambe, & Simba, 2023). The study seeks to provide a more comprehensive understanding of the issue by examining how self-efficacy influences individuals' interactions with technology and how these interactions directly and indirectly affect EI.

The study aims to make significant theoretical and practical contributions. From a theoretical perspective, it addresses the relationships among general self-efficacy, attitudes toward AI, and EI while extending the existing literature by conceptualizing attitudes toward AI as a mediating variable, thereby enriching current theoretical models. From a practical perspective, the study provides strategic implications for strengthening university students' EIs and promoting positive attitudes toward AI. The main research question is as follows: Do attitudes toward artificial intelligence mediate the relationship between GSE and EI? By examining the role of attitudes toward AI in the relationship between university students' GSE and EI, the study aims to bridge theory and practice and to provide meaningful empirical evidence.

Self-efficacy refers to individuals' beliefs in their capability to successfully perform a particular task, and higher levels of self-efficacy have been shown to positively influence EI (Zhao et al., 2005). According to the Theory of Planned Behavior, self-efficacy reflects an individual's belief in their capability to perform a specific behavior, thereby contributing to perceived behavioral control. Perceived behavioral control is regarded as one of the primary determinants of behavioral intention (Ajzen, 1991, p. 184). Therefore, individuals with higher levels of self-efficacy are expected to exhibit stronger EI. Individuals with high self-efficacy tend to prefer more challenging tasks and set more ambitious goals (Demirer et al., 2023, p. 412). Moreover, they demonstrate greater determination in coping with challenges and acquiring new competencies (Bandura, 1997). Such confidence in one's

capabilities is expected to encourage individuals to perceive transformative and complex technologies, such as AI, as opportunities rather than threats, thereby fostering positive attitudes toward AI.

From this perspective, positive attitudes toward AI can also be regarded as an important determinant of entrepreneurship. As Samuel (2023) argues, benefiting from AI technologies does not require everyone to become computer scientists. For instance, musicians can use AI to compose music, business professionals can improve organizational management, teachers can better prepare students, and physicians can utilize AI to enhance patient treatment processes. Consequently, positive attitudes toward AI may enable entrepreneurs to manage their businesses more efficiently, identify new opportunities, and effectively utilize decision-support systems. Likewise, positive attitudes toward AI may strengthen students' EI by encouraging them to integrate AI technologies into entrepreneurial processes. In line with the Technology Acceptance Model (TAM), positive attitudes toward a technology increase individuals' intentions to use that technology. From this perspective, favorable attitudes toward AI are expected to encourage its adoption in entrepreneurial activities, thereby enhancing EI. Therefore, in addition to its direct effect on EI, GSE is expected to exert an indirect influence by fostering more positive attitudes toward AI, which subsequently strengthen EI.

Based on these theoretical arguments, the following hypotheses were proposed:

- H_1 : GSE has a significant and positive effect on EI.
- H_2 : GSE has a significant and positive effect on attitudes toward AI.
- H_3 : Attitudes toward AI have a significant and positive effect on EI.
- H_4 : Attitudes toward AI mediate the relationship between GSE and EI.

Convenience sampling was employed in the study. Data were collected through online questionnaires from 701 students studying at two public universities during the spring semester of the 2024–2025 academic year. Structural equation modeling (SEM) was performed using SmartPLS 4 to analyze the data.

The proposed model was analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. All statistical analyses were conducted using SmartPLS 4 (Ringle et al., 2022; Yıldız, 2024). To evaluate the structural model, the PLS algorithm was employed to assess linearity, estimate path coefficients, calculate the coefficient of determination (R^2), and determine effect sizes (f^2). The significance of the path coefficients was tested using a bootstrapping procedure with 10,000 resamples to generate t-values. Prior to hypothesis testing, variance inflation factor (VIF) values were examined to assess common method bias and multicollinearity. Since all VIF values were below the recommended threshold of 3.3, common method variance was not considered a concern (Kock & Lynn, 2012), indicating the absence of multicollinearity among the study variables (Hair et al., 2022).

The findings indicate that GSE has a significant and positive effect on EI. Furthermore, GSE was found to positively influence individuals' attitudes toward AI. Positive attitudes toward AI were also identified as a significant predictor of EI. The results further reveal that attitudes toward AI partially mediate the relationship between GSE and EI. These findings suggest that EI is shaped not only by individual psychological factors but also by perceptions of technology.

These results align with the theoretical frameworks of Social Cognitive Theory, the Technology Acceptance Model (TAM), and the Theory of Planned Behavior (TPB). When individuals perceive AI as useful, accessible, and easy to use, they are more likely to develop positive attitudes toward the technology, which, in turn, enhances their EI. In the context of the rapidly expanding digital economy, individuals who are able to adapt to AI technologies are expected to be better positioned to recognize and exploit entrepreneurial opportunities.

This study demonstrates that attitudes toward artificial intelligence (AI) mediate the relationship between self-efficacy and EI. This finding is consistent with Social Cognitive Theory (Bandura, 1986), suggesting that self-efficacy is one of the key psychological determinants of EI. Indeed, as individuals' confidence in their own capabilities increases, their intention to engage in entrepreneurial activities also becomes stronger (Bilgiseven & Kasımoğlu, 2020). However, EI is shaped not only by individual psychological factors but also by individuals' perceptions of emerging technologies (Sharma, Goel, &

Taneja, 2026). In this context, Solórzano et al. (2024) argue that attitudes toward AI have become an important determinant of EI. The role of AI in entrepreneurial processes further reinforces this relationship. Zou and Guo (2026) report that AI facilitates entrepreneurial processes by supporting opportunity recognition, decision-making, and innovation development. Therefore, attitudes toward AI function as a critical cognitive mechanism in the formation of EI. From this perspective, individuals with higher levels of self-efficacy are expected to hold more positive attitudes toward AI, as they are more likely to perceive AI not as a threat but as a resource that enhances their entrepreneurial capabilities. Consequently, attitudes toward AI emerge as an important mediating variable that explains the relationship between self-efficacy and EI.

Based on the findings, universities and entrepreneurship ecosystems are encouraged to develop educational programs aimed at enhancing students' AI awareness and AI-related competencies. Such initiatives may foster more positive attitudes toward technology and, consequently, strengthen entrepreneurial tendencies. Furthermore, policymakers and educational institutions should promote digital entrepreneurship and AI literacy by developing strategies that encourage the widespread adoption of EI in the digital era.