

BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİN DİJİTAL İYİ OLUŞA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

AN INVESTIGATION OF THE EFFECT OF INDIVIDUAL INNOVATION ON DIGITAL WELL-BEING

Aysel ARSLAN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Sağlık Hizmetleri MYO
Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü
aysel.arслан@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4973-7957

Fatih FİLİZ

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İşletme Yüksek Lisans Öğrencisi
25fatihfiliz@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5458-4345

Hasan GÜL

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
hasan.gul@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3720-5451

ÖZ

Geliş Tarihi:

26.04.2023

Kabul Tarihi:

13.11.2023

Yayın Tarihi:

25.12.2023

Anahtar Kelimeler

Yenilikçilik
Dijitalleşme
Dijital İyi Oluş

Keywords

Innovation
Digitization
Digital Well-Being

Rekabetin yoğun olduğu 21. yüzyıl şartlarında başarı ancak yeni tutum ve davranışlar geliştirilerek sağlanabilmektedir. Bireysel yenilikçilik; yeni bilgilerin öğrenilmesi, oluşturulması, paylaşılması ve davranışlara yansıtılması ile hem kişinin kendisine hem de diğer insanlara yarar sağlamaktadır. Bu açıdan bireysel yenilikçilik sosyal ve örgütsel yaşamda etki etmektedir. Sosyal ve örgütsel yaşamda yeniliklere ayak uydurmak büyük oranda dijital teknolojilerin kullanımı ile sağlanmaktadır. Dijital teknolojilerin doğru bir şekilde kullanımı ise dijital iyi oluşa etki etmektedir. Bu araştırma kapsamında sosyal yaşam ve örgütsel davranış konularından biri olan bireysel yenilikçilik ile dijital iyi oluş kavramları arasındaki ilişki incelenerek iki değişkenin birbirini etkileme durumları tespit edilmek istenilmektedir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel ve nedensel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada kapsamında bir kamu üniversitesinde eğitim görmekte olan 362 sağlık çalışanı adaylarından oluşan bir örneklem grubundan anket tekniği ile elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda bireysel yenilikçiliğin dijital iyi oluşu pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

ABSTRACT

In the 21st century, where competition is intense, success can only be achieved by developing new attitudes and behaviors. Individual innovation; Learning, creating, sharing and reflecting new information on behaviors provides benefits both to the person himself and to other people. In this respect, individual innovativeness also affects social and organizational life. Keeping up with innovations in social and organizational life is largely provided by the use of digital technologies. The correct use of digital technologies, on the other hand, affects digital well-being. Within the scope of this research, the relationship between individual innovativeness and digital well-being, which is one of the social and organizational behavior issues, is examined and the effects of two variables on each other are determined. In the study, relational and causal screening model, which is one of the quantitative research methods, was used. Within the scope of the research, the data obtained by the questionnaire technique from a sample group consisting of 362 health worker candidates studying at a public university were analyzed through the SPSS program. As a result of the findings, it was concluded that individual innovativeness positively affects digital well-being.

DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1288085>

Atıf/Cite as: Arslan, A., Filiz, F., & Gül, H. (2023). Bireysel yenilikçiliğin dijital iyi oluşa etkisinin incelenmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(4), 2110-2134.

Giriş

Değişimin fark yarattığı 1970'lerden itibaren artan rekabet ortamı işletmelerde eskisine nazaran daha fazla başarılı olmayı zorunlu hale getirmiştir. Başarı değişen ve gelişen şartlara uyum sağlamak, yaratıcı ve yenilikçi olmak ile yakından ilişkilidir. Bireysel ve örgütsel yaşamda yaratıcı ve yenilikçi olmak ile ilgili çalışmaların çoğunlukla bilgi ve iletişim teknolojisi kavramıyla ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu durum, içinde yaşadığımız dijital çağdan kaynaklanmaktadır. Günlük yaşamda kullanılan terimlerle ifade etmek gerekirse günümüzde “değişmeyen tek şey değişim” olmuştur. Günümüzde işletmelerin temel yönetim anlayışı olan “müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilmek hızı” organizasyonlarda değişim, dönüşüm ve yeniliğin adeta bir göstergesi haline gelmiştir. İşletmelerin artık daima yeniliklere (yeni ürün, yeni teknoloji, müşteri için daha fazla değer yaratan yeni bir uygulama) yönelik değişimler sağlamaları zorunlu bir “yaşam ilkesi” haline gelmiştir (Koçel, 2018, s. 681).

1990'lar hızla fark yaratan teknolojik değişimler ile karakterize edilen bir dönemdir; küreselleşme, kişisel bilgisayar ve internet gibi ifadeler kelime dağarcığına girmiştir. Bu kavramlar günümüzde bireylerin, toplumların ve ulusların karşılaştığı yenilikleri yansıtmaktadır. İnovasyon, oldukça çalkantılı bir ortamda rekabet avantajının anahtarıdır. Ulus devletlerin ekonomik büyümesi için önemli bir itici güçtür. İnovasyon yeteneğinin bireysel, firma, bölgesel ve ulusal düzeyde rekabet etme yeteneği üzerinde doğrudan sonuçları bulunmaktadır. Yeniliklerin yarattığı değerler, genellikle verimliliğe katkıda bulunan yeni ürünler ve süreçlerde kendini göstermektedir. Bir firma kaynaklar, beceriler ve yetkinliklerin bir demeti olarak düşünüldüğünde yenilik; firmanın içsel yeteneklerini dönüştürerek yeni fikirlerden yararlanmak ve onun daha uyumlu çalışmasını sağlamak anlamına gelmektedir (Neely & Hii, 1998, s. 5).

Bilinen anlamıyla “yeni” ifadesi kullanımda olana farklı özellikler eklenmesiyle elde edilen bir ürünü tanımlamak için kullanılabileceği gibi daha önce hiç bilinmeyen bir ürünün tarifinde de karşımıza çıkmaktadır. Yenilikçilik ise yeni ürünlere ve kullanımına açık olmakla ifade edilebileceği gibi, yeni ürün geliştirmek ve geliştirilmesini teşvik etmek gibi daha geniş bir yelpazede ele alınabilmektedir. Bireysel manada yenilikçi olmanın birçok kazanımlarından bahsedilebilmektedir. Bunlar arasında sürekli değişen dünyaya hızlıca adapte olmak hem bireysel hem de örgütsel yaşamda istenilendir. Örgütsel yaşamdaki yeniliklerin kazanımları ise etkililik ve verimlilik ile beraber rekabet avantajıdır.

21. yüzyılın yenilikçi örgütleri, dijital teknolojilerden en iyi şekilde faydalanan, dijital teknolojileri en iyi şekilde kullanan örgütlerdir. Yenilikçi örgütler çevrelerinde meydana gelen değişimleri takip ederek bu değişimlere hızlıca adapte olabilen örgütler olduklarından dolayı yeni teknolojileri öğrenmeye ve bu teknolojileri kullanmaya istekli olurlar. Dolayısıyla yenilikçilik kavramı ile dijital teknolojileri kullanma becerisi ve/veya dijital teknolojilerin fayda sağlayacak şekilde kullanımı ile tasvir edilebilen dijital iyi oluş kavramları arasında bir bağ olduğu düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde örgütlerde bireysel yenilikçilik özelliklerinin (Korucu & Olpak, 2015; Kılıçer, 2011; Demir Başaran & Keleş, 2015; Öztürk & Summak, 2014; Yılmaz vd., 2014) tespiti ile bireysel yenilikçilik ile teknoloji tutum düzeyleri (Özgür, Orhan, Dönmez ve Kurt, 2015) arasındaki ilişkinin incelenmesi, ayrıca kurumlarda bireysel yenilikçilik özellikleri ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine (Adıgüzel, 2012) yönelik çalışmaların yapılmış olduğu görülmektedir. Örgütlerde bireysel yenilikçiliğin ön plana çıkmasının nedeni, organizasyonel performans ile arasında olumlu bir bağlantı olmasından kaynaklanmaktadır (Campbell, Gasser ve Oswald, 1996; Yıldız, Aslan, Çiğdem, 2017; Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden ve Farrell, 2017). Örgütsel yaşamda çalışanlara sunulan örgütsel destek bireysel yenilikçiliği pozitif yönde etkilemektedir (Işık ve Hajiyeva, 2019, s. 206). Ayrıca örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliği etkilediği (Tuna, 2021) ve örgütsel yaşamda bireysel yenilikçilik ile kendi kendine liderlik ve işe bağlılık arasında pozitif bir ilişki olduğu (Gomes, Curral, Caetano, 2015, s. 1) görülmektedir. Bununla birlikte günümüz bilgi çağında bazı çalışan bireylerin, günlük görevlerini ve sorumluluklarını yerine getirirken yeni bilgiler yaratarak veya başka işlerdeki diğer insanlardan gelen yeni bilgileri kullanarak yenilikçi olmaları onlardan beklenmektedir (Vila, Perez ve Coll-Serrano 2014, s. 753). Ekip veya organizasyon düzeyindeki yenilikçiliğin aksine, bireysel yenilikçilik davranışı, bireyin işyerinde yeni fikirler ve yaklaşımlar üretme ve uygulama konusundaki katılımına

dayanmaktadır. Bu tür davranışlar, ürün ve hizmet geliştirmeyi ve işleri yapmanın daha iyi yollarını kolaylaştırdığı için oldukça önemlidir. Bu nedenle bireysel yenilik davranışı çalışanlar için sosyo-psikolojik faydalar içermektedir (Wu, Parker, De Jong, 2014, s. 1512). Benzer bir biçimde öznel iyi oluşun da bireysel yenilikçilik davranışı üzerinde önemli ölçüde olumlu bir etkisi vardır (Wang, Yang ve Xue, 2017, s. 1).

Dijital iyi oluş ile ilgili yapılmış en kapsamlı çalışmalardan biri olan Orben ve Przybylski'ye (2019) göre, dijital ekran başında geçirilen zaman ile psikolojik zarar arasında son derece küçük bir bağlantı bulunmaktadır. Bu bağlantı patates yemek, astım olmak, bisiklete binmek gibi görünüşte zararsız faaliyetlerle hemen hemen aynı görülebilmektedir (Beattie & Daubs, 2020, s. 2). Üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu bir çalışmada Genç (2020) öğrencilerin yenilikçilik ve dijitalleşme düzeylerini araştırmış, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin orta seviyede olduğunu ve öğrencilerin Endüstri 4.0 teknolojilerini orta düzeyde kullandıklarını, bu teknolojileri faydalı ve kullanımı kolay olarak algıladıklarını ve bu teknolojilerine yönelik tutum ve niyetlerinin olumlu olduğunu bulgulamıştır. Yükseköğretimde geleneksel öğrenme yöntemlerine alternatif olabilecek çevrimiçi eğitim ve hibrit eğitim gibi sanal ders ortamları yaratma ve öğrenme alanlarını içeren yenilikçi uygulamalar dijital teknolojiler sayesinde gerçekleştirilmektedir (Aytürk, 2021, s. 225).

Dijital teknolojiler ile özel ve kamu kurumlarına getirilen yeni Elektronik (E) uygulamalar mevcut hizmetlerin bir alternatifi olarak görülmemeli, bu hizmetlerin kademe kademe bilişim teknolojileri desteği ile dijitalleşmesi şeklinde yorumlanmalıdır (Maral, 2019, s. 261). Her alanda gittikçe artan dijital uygulamaların kullanımı ile beraber dijital iyi oluş, dijital medya kullanımı araştırmalarında anahtar bir kavram olacaktır. Dijital iyi oluş araştırmaları sağlıkçıları, hastaları, öğretmenleri, öğrencileri, tasarımcıları, politika yapımcılarını kısaca dijital teknolojilerin tüm kullanıcılarını içine almakta ve onların sağlıklı mobil medya alışkanlıkları geliştirmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Dijital iyi oluşun, akıllı telefon bağımlılığı gibi bir kavram haline gelmesinden ya da ekran süresi ile iyi hissetme arasındaki her türlü olumsuz ilişkiye atıfta bulunmak için kullanılmasından kaçınmak amacıyla kavramsal çalışmaların artmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Vanden Abeele, 2021, s. 933). Dijitalleşme ile ilgili yapılmış olan çalışmaların bir kısmı dijital iyi oluşun daha iyi dijital ürün tasarımı için itici güç olarak düşünülmesini ve böylece yenilik süreçlerini desteklemesini önermektedir (Nurhas, Geisler, Ojala ve Pawlowski, 2012, s. 1).

Bu çalışmada yenilikçiliğin dijital iyi oluşa etkisi ölçülmek istenmekte ve her iki değişken arasındaki ilişkinin düzeyi belirlenmek istenmektedir. Örgütsel davranış konularından yenilikçilik ve dijitalleşmeyi birlikte ele alan bu çalışmanın literatüre farklı bir bakış açısı kazandıracığı düşünülmektedir.

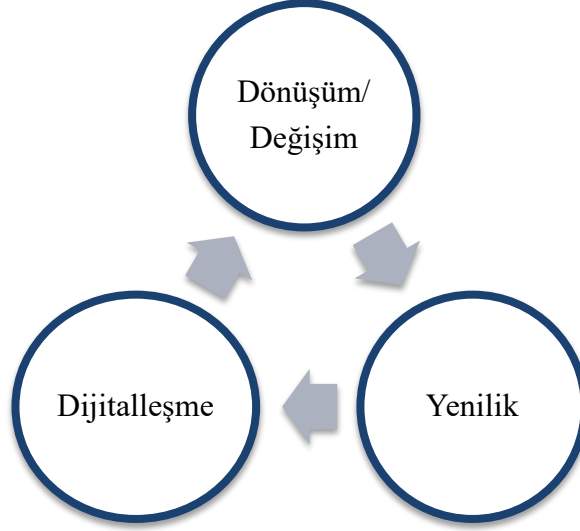
Yenilik ve Yenilikçilik

Yeni kelimesi eskisinden farklı olan ya da daha önce olmayıp henüz ortaya çıkmış olan şeklinde anlamlandırılan bir kavramdır. Yeni kelimesinden türemiş olan yenilikçilik ise yeniliği istemek, yenilikten taraf olmak, yeniliğe kolay uyum sağlamakla ifade edilebilecek anlamlar taşımaktadır. Her iki kavram ile hızla değişen dünyamızda çok fazla karşılaşmaktayız. Yenilik kavramı birçok disiplini ilgilendirdiği için çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Genel olarak yenilik türleri dört temel başlıkta sıralanabilmektedir (Tutar, 2013, s. 78):

- *Değişime yol açan yenilik*; daha önceden denenmemiş yeni bir ürün, teknik, yöntem ya da sürecin ortaya çıkarılmasıdır. Bu türden yenilikler radikal yenilikler olarak da isimlendirilmektedir.
- *Değişimin sonucu olan yenilik*; daha önceden var olan mal, hizmet veya sürece yeni bazı ilaveler yapılarak sağlanan faydanın artırılması amacıyla yapılan yeniliklerdir.
- *Kopyalama*; mevcut olan bir mal, hizmet, teknik veya yöntemin başka bir örneğinin yapılmasıdır.
- *Sentez*; farklı ürünleri bir araya getirerek yeni ürünler ortaya çıkarmaktır.

Ayrıca yenilik bireysel, örgütsel ve toplumsal yenilik olarak farklı bir sınıflandırmaya da tabi tutulabilmektedir. Günümüzün dijital toplumunda internet teknolojisiyle beraber büyük şirketler dışında bireylerin de yenilikler üretebileceği ve bu yeniliklerin toplumsal dönüşüme etki edebileceği unutulmamalıdır. Buna verilebilecek en iyi örnek Facebook ve Google olabilmektedir (Kılıçer, 2011, ss. 6-7). Dönüşüm ya da değişim, yenilik ve dijitalleşme birbirlerini etkileyen ve birbirlerinden etkilenen kavramlardır. Dijital teknolojilerden sosyal, mobil, analitik ve bulut teknolojileri günümüzde kuruluşları ve insan faaliyetinin çoğu alanlarını etkilemektedir.

Kuruluşların süreçlerini dönüştürebilmeleri, yeteneklerini devreye sokabilmeleri, yeni iş modellerini yönlendirebilmeleri ve rekabet edebilmeleri için bu dijital teknolojiler ile yeteneklerini entegre etmeleri gerekmektedir (Schwertner, 2017, s. 388). Yeni ekonomide dönüşüm akıllı telefonlar ve tabletler gibi mobil bağlantı cihazları ve Facebook ve Twitter gibi sosyal ağların oluşumu ile gerçekleşmiş, bu gelişmeler verilerde büyük bir patlamaya neden olmuştur. Ortaya çıkan yığın şeklindeki bilgiyi anlamlandırmak ve ondan tam anlamıyla istifade edebilmek için yenilikler yapmak gerekmektedir (Berman, 2012, s. 16). Yenilikler dijital teknolojilere etki ederek dijitalleşmeyi sağlamakta ve dijitalleşme sayesinde yeni bir dönüşüm/değişim yaşanmaktadır. Bu döngü sürekli bir şekilde tekrar etmektedir.



Şekil 1. Yenilik Döngüsü

Örgütsel yenilik kavramı örgütsel yaşamdaki mal, hizmet, süreç ve uygulamalardaki yenilik için kullanılmaktadır. Toplumsal yenilik ise toplumsal yaşamda değişikliğe neden olabilecek çoğunlukla sosyal kurumlar tarafından toplumsal sorunlara yönelik olarak ortaya konan farklı uygulamalardır.

Yenilikçilik aslında değişen dünyaya uyum sağlayabilmek için bir gerekliliktir. Bireysel yenilikçilik tek bir bireye bağlı olarak yeniliği anlamlandırırken örgütsel davranış bakımından önemli olan yenilikçilik, tek tek bireysel yenilikçiliğin toplamından oluşan sinerji ile modern yönetim anlayışına uygun takım çalışmalarını sağlamaktır. Yenilikçilik yaklaşımını kendisine ilke olarak kabul eden ve yenilikçilik kültürünü benimseyen, bunu ikliminde hissettiren örgütler başarılı olacaklardır (Yahyağil, 2001, s. 10). Böylece örgütsel yenilik için yenilikçiliğe ilişkin farklı düşüncelerin birlikte hareket etmeleri sağlanarak verimliliğe ilişkin ortak kararlar alınacaktır. Sonuç olarak planlanarak gerçekleştirilen birçok yeni ürün, süreç ve uygulamalar örgüte fayda sağlayacaktır.

Yenilikçiliğe çoğunlukla pozitif bir anlam yüklenmekle birlikte kavramın birtakım yıkıcı etkilerinden ötürü negatif olarak karşılandığı da görülmüştür. Örgütsel yaşamdaki yerleşik firmalar müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için sürdürülebilir yenilikler üzerine çalışmakta iken müşterilerin örtük ihtiyaçlarını keşfetmiş olan yeni kurulmuş küçük ölçekli işletmelere yeni düşebilmektedirler. Bu işletmeler başlangıç olarak uygun fiyatlı bir ürün ile piyasaya girip kısa sürede müşteri topladıktan sonra ürüne yenilikler ekleyerek fiyatını artırırlar ve/veya ürünü ihtiyaç haline getirerek yeni pazarlar oluştururlar. Bu hareketleri ile mevcut pazarda dengesizliklere neden olurlar. Örneğin mobil internet teknolojisinin devreye girmesiyle günümüzde radyo, fotoğraf makinesi, hesap makinesi gibi birçok ürün cep telefonlarında oldukça basit birer uygulama haline dönüşmüştür. Teknolojide yaşanan bu yenilik pazarda bulunan yerleşik işletmelerin ürünleri için yıkıcı hale gelmiştir (Yılmaz, Yıldız ve Gültekin 2016, s. 28). Dolayısıyla her yenilik işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri açısından oldukça önemli bir rekabet aracı olabilmektedir. Dış çevre faktörlerinden olan teknolojik değişim ve dönüşüme karşı kapalı olan, yenilik ve yenilikçiliğe önem vermeyen işletmelerin maalesef hayatta kalma şansları oldukça düşüktür. Dijital çağın yenilikleri olan internet ile bilgi ve iletişim teknolojisi araçlarının kullanımı (Kaypak, 2017, s. 1801) örgütlerin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir.

Bireysel Yenilikçilik

Bireysel yenilikçilik, yeni fikirlerin üretilmesiyle başlayan bir süreçtir. Bireysel yenilikçilik için zorluklar karşısında sebat etmeyi bilmek, bunun için de belirli bir içsel güce sahip olmak gerekmektedir. Ayrıca yenilikçilik için yaratıcılığın da gerektiği açıktır (Pratoom ve Savatsomboon, 2012, s. 1064). İnovasyon için gerekli yetkinlikler, bireylerin yeni fikirlerini üretkenliğe yönlendiren yetkinliklerdir. Bu nedenle yenilikçilik yetkinlikleri, bireylerin değişim fırsatlarını algılamasına, çalışma ortamına yeni fikirler getirmesine, yeni ve eski fikirlerin potansiyel değerini karşılaştırmasına ve son olarak da yeni fikirleri benimsemesine olanak sağlayan yeteneklerdir (Vila vd., 2014, s. 753). Bireysel yenilikle ilişkili davranışlar fırsat keşfi, üretkenlik, araştırma, öncü olma ve uygulama olmak üzere beş faktör altında toplanmaktadır (Kleypen ve Street, 2001, s. 285):

Fırsat keşfi için fırsat yaratacak kaynaklara dikkat etmek, yenilik için fırsatlar aramak, fırsatlar için araştırma yapmak ve bilgi sahibi olmak gerekmektedir.

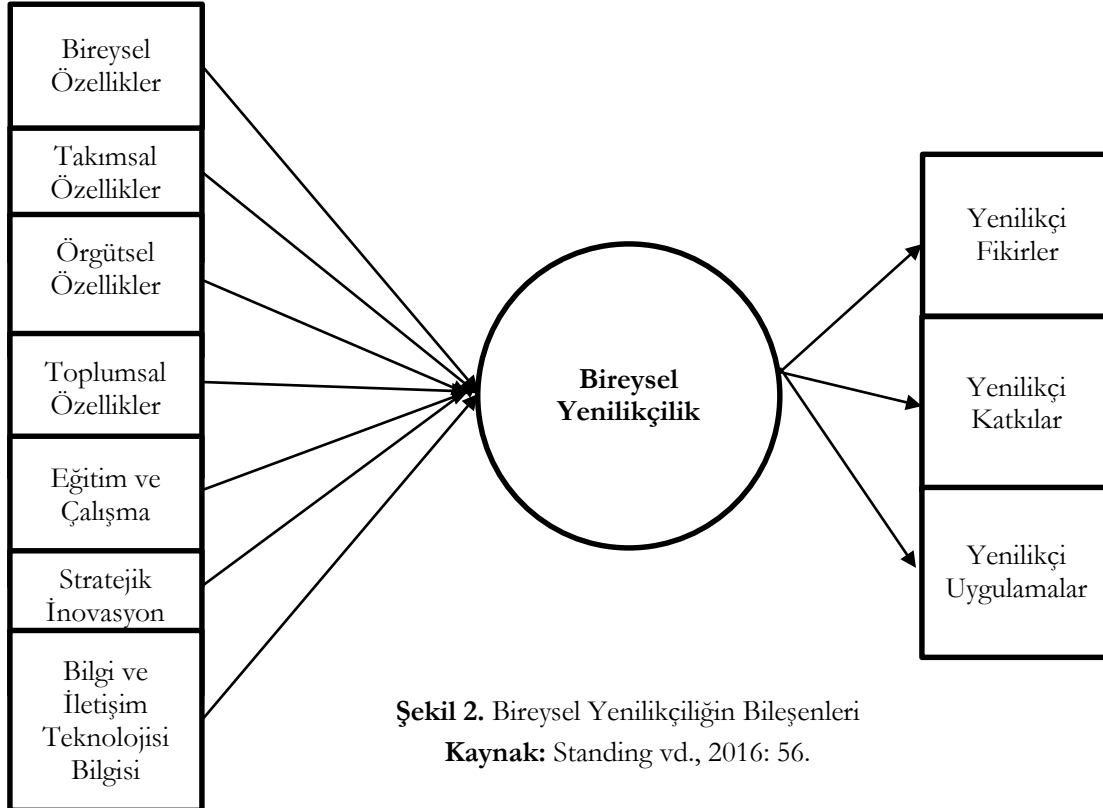
Üretkenlik; örgütlerin, çalışanların, ürünlerin, süreçlerin ve hizmetlerin “büyümesi” amacıyla faydalı değişiklikler yaratmaya yönelik davranışları içermektedir.

Araştırma; fikirlere, çözümlere ve görüşlere şekil vermek ve detaylandırmak ve bunları araştırma yoluyla denemek ile ilgilidir.

Öncü olma; fikirlerin, çözümlerin ve yeniliklerin gerçekleşmesi için gerekli olan yenilik süreçlerinde yer alan sosyo-politik davranışlardan oluşmaktadır.

Uygulama; yenilikleri her zamanki gibi işin düzenli bir parçası haline getirmek için gerekli olan çalışmayı içermektedir.

Bir fikri hayata geçirmek ve etkili bir şekilde uygulanmasını sağlamak söz konusu olduğunda, iletişim becerileri ve takım çalışması becerileri gibi yaratıcı süreç becerilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bunlar, bireysel yenilikçiliğin ötesinde yeniliğin hayata geçirilmesi ile daha çok ilgili bulunmaktadır. Yenilikçi bireyler, fikirlerinin uygulanması yoluyla ve bu fikirlerin değerlendirilip geliştirilebilmesini nasıl sağlayacaklarını düşünecek öngörüye sahip olmalıdırlar (Hunter, Cushenbery ve Friedrich, 2012, s. 307). Bireylerin organizasyonlardaki yenilikçi yeteneklerinin gelişmesi iş arkadaşları, yöneticileri ve daha geniş çevreyle olan etkileşimleriyle gerçekleşmektedir. Bireysel yenilikçilik, pek çok bileşenin bir araya gelmesi ve etkin bir şekilde yönetilmesini gerektirmektedir. Bunlar aşağıda Şekil 2’de gösterilmektedir (Standing vd., 2016, s. 56):



Şekil 2. Bireysel Yenilikçiliğin Bileşenleri

Kaynak: Standing vd., 2016: 56.

Şekil 2'de görüldüğü üzere bireysel yenilikçilik için gerekli olan birçok bileşen içerisinde bilgi ve iletişim teknolojisi bilgisine olan ihtiyaç hem yeni fikirlerin oluşması aşamasında hem de bu fikirlerin uygulamaya konulması aşamasında gerekli olan bir bileşendir. Dijital teknolojilere olan merak, adaptasyon ve bu teknolojilerin doğru kullanımı ise bireylerin yenilikçiliğe olan bakış açısı ile ilgilidir. Bireyin yeniliklere açık olması ve yenilikçiliğe karşı olumlu bir tutum sergilemesi sonuç olarak dijital ürünlere olan ilgisini de arttırmaktadır (Güngör ve Kurtipek, 2020, s. 763). Bireysel yenilikçiliğin başarısı için bu ilginin doğru bir biçimde yönetilebilmesi yani dijital ürünlerin doğru bir şekilde kullanımı gerekmektedir. Rogers' e (1995) göre, yeniliğe uyum yeniliğe ilişkin elde edilen bilgi ile başlayıp, yeniliğe ikna olduktan sonra karar verilerek uygulamaya geçilen ve sonuçlarla birlikte kararın doğrulanmasını sağlayan bir dizi aşamayı içermektedir. Bu sayede yeniliğe başarılı bir şekilde uyum sağlanmaktadır.

Dijital İyi Oluş

21. yüzyıl kelimeleri arasında yer alan “dijital” kelimesi basitçe sayısallaştırılmış veri şeklinde ifade edilebilmektedir. Dijital teknolojiler yaşantımıza yön vermektedir. Dijital teknolojiler sayesinde gündelik yaşantımıza dair birçok eylemi çok fazla çaba sarf etmeden kolaylıkla yapabilmekteyiz. Aynı şekilde örgütsel ve toplumsal yaşamda kullanılan dijital teknolojiler hız ve kolaylık sebebiyle tercih edilerek yapılacak işleri kolaylaştırmaktadırlar. Dijital teknolojilerin kullanımı, sağladığı faydalar çerçevesinde örgütsel rekabette oldukça etkili bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda Kodak, Nokia ve Black Berry gibi köklü şirketler akıllı rakipler ve sektörlerindeki değişiklikler nedeniyle kötü zamanlar geçirmişlerdir. Bu şirketler kriz yaşanmadan önce harekete geçme fırsatlarını kullanmamışlardır. Örneğin Kodak'ta CEO George Fisher, 1990'larda şirketi dijital çağa taşımaya çalışmış, ancak rotasını yeterince hızlı değiştiremediği için dijitalleşme çabaları başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Binns Harreld, O'Reilly ve Tushman, 2015, s. 1).

Dijitalleşmenin sağladığı faydaların yanı sıra yol açtığı sorunlar da ayrı bir çalışma konusunu oluşturmaktadır. Sosyal ve ekonomik ilişkilerin dijitalleşmesi, insan yaşamının tüm alanlarını (piyasa işlemleri, finansal faaliyetler, bankacılık, sanayi, tarım, tıp, eğitim, hükümet vb.) etkilemektedir. Bu faaliyetlerin gerçekleşmesinde dijital teknolojilerin kullanımı zamandan ve iş operasyonlarını gerçekleştirme maliyetinden tasarruf sağlasa da olumsuz etkiler de söz konusu olmaktadır (Vasilev vd., 2020, s. 3174). Dijitalleşmenin olumsuz etkileri üzerine yapılan araştırmalar çoğunlukla siber aylıklık, teknoloji kaynaklı yaşanan kesintiler, iş üzerinde azalan kontrol konularını içermektedir. Benzer şekilde, dijital ekonominin olumsuz getirileri üzerine yapılan araştırmaların çoğunluğu otomasyon nedeniyle işlerin kaybı ve e-ticaretin getirdiği zorluklar (örneğin, dijital dolandırıcılıklar) üzerinde durmaktadır (Turel, Qahri-Saremi ve Vaghefi, 2021, s. 127). Bu çerçevede dijital teknolojilerin doğru yerde ve doğru zamanda kullanımı önem arz etmektedir. Dolayısıyla dijital teknolojileri kişisel hedeflere ve faydalara yönlendirmek, günlük zamanın parçalanmasından ve yeni medyanın aşırı tüketilmesinden kaçınmak dijital ürünlerin artan kullanımları ile beraber giderek daha fazla önemli hale gelmektedir. Dijital iyi oluş olarak tarif edilen durum aynı zamanda normları olan bir topluluğun özelliği olarak, değerler ve beklentiler ile kullanıcıların konforuna, güvenliğine ve memnuniyetine katkıda bulunacaktır (Gui, Fasoli ve Carradore, 2017, s. 155). Dijital medya kullanım seçeneklerinin sürekli bolluğu ile karakterize edilen bir sosyal çevrede dijital iyi oluş; bireylerin olumlu kişisel duyguları, kişisel ilişkileri ile işi ve genel yaşam memnuniyetleri ile ilgilidir (Büchi, 2021, s. 3). Dijital teknolojiler ölçülü kullanıldığında yetişkinlere iletişim, yaratıcılık ve gelişimlerine olumlu katkı gibi ölçülebilir avantajlar sağlamaktadır (Przybylski ve Weinstein, 2017, s. 213).

İnternet teknolojisi ile birlikte çevrimiçi sosyal etkileşimlerle ilgili yapılan bir dizi çalışma çevrimiçi sosyal etkileşimlerin daha iyi bir ruh hali, daha fazla algılanan sosyal destek ve daha az yalnızlık ile daha düşük depresyon ve anksiyeteye neden olduğu belirlenmiştir (Çelebi, 2014; Doğan, 2016; Verduyn vd., 2017; Çayırılı, 2017; Tengour, 2019). Konu ile ilgili farklı araştırmalar (Batıgün ve Hasta, 2010; Brooks, 2015; Oktan, 2015; Kırcaburun, 2017; Yaygır, 2018; Bilge vd., 2020; Kocaman ve Kazan, 2021) ise internetin sosyal kullanımı ile artan yalnızlık ve depresyon dâhil olmak üzere psikososyal iyi oluş arasında zıt bir ilişki olduğunu bildirmiştir. Bu tutarsızlıklar muhtemelen çalışılan popülasyonlardaki farklılıklarla ilgilidir. Aslında internet teknolojisinin sosyal kullanımı ile psikososyal iyi oluş arasındaki ilişkinin yönü kullanılan çevrim içi sosyal uygulama türü, çevrim içi etkileşimlerde alınan geri bildirim türü, kişilik, cinsiyet, sosyal eğilim ve çevrimdışı sosyal katılım düzeyi gibi bir dizi faktöre bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Lomanowska ve Guitton, 2016, s. 141). Bu sosyal medya platformları (YouTube, Facebook vd.), otomatikleştirilmiş önerilerle içeriği kişiselleştirerek ve

hizmetleri özellikle kullanıcıların ilgi alanlarına göre uyarlayarak, insanların onlarla etkileşimde bulunmak için harcadıkları zamanı ve dolayısıyla kârlarını en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadırlar. Sonuç olarak, kullanıcıların bu çok çeşitli mevcut iletişim ve bilgi seçenekleri tarafından aşırı yüklenip yüklenmediği ve internet kullanımları ile sosyal baskıyı nasıl yönettikleri önem kazanmaktadır. Dijital teknolojilerin aşırı kullanımı, günlük internet kullanımının bireysel bir standardı veya kişisel optimum duygusunu aştığında ortaya çıkan bir algıdır. Bu algı belirli kullanım kalıpları ile teknoloji baskısı arasındaki etkileşimin birikmiş bir sonucu olarak görülebilmektedir (Büchi, Festic ve Latzer, 2019, s. 2).

Dijital iyi oluş psikolojik, fiziksel ve sosyal iyi oluşu etkilemektedir. Bu nedenle örgütsel ve sosyal yaşamda öznel iyi oluş ile aynı değere sahiptir. Öznel iyi oluş da dijital iyi oluş gibi teknolojinin kullanımını yönlendiren önemli bir faktördür. İnsanlar çoğunlukla yeni bir teknolojiyi benimsediklerinde, bu teknolojiyi kullanarak öznel iyi oluşu deneyimlemek istemektedirler (Kim, Lee ve Preis 2020, s. 2). Bilgi ve iletişim teknolojileriyle sürekli iç içe olduğumuz modern dünyada yenilikler ve dijital teknolojiler hayatın vazgeçilmezi olmuşlardır. Çalışmada yenilikçilik ile dijital iyi oluş kavramı arasındaki ilişki ve eğer bir ilişki varsa bu ilişkinin yönü tespit edilmek istenmektedir.

Araştırma Metodolojisi

Örnek Seçimi ve Veri Toplama

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel ve nedensel tarama modeli kullanılmış olup, çalışmanın evrenini bir kamu üniversitesinin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulunda (SHMYO) eğitim gören sağlık çalışanı adayı öğrenciler oluşturmaktadır. Sağlık çalışanı adaylarının seçilmesinin nedeni; bu öğrencilerin hem yenilikçilik hem de dijitalleşme konularında öncü olabilecek potansiyel iş gücünü oluşturmalarıdır. Evren üzerinde araştırmanın yapılabilmesi için ilgili üniversitenin Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan (28.10.2022 tarih 2022-901 sayılı karar) etik onayı alınmıştır. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi kullanılarak çevrimiçi anket dağıtımı ile veriler toplanmıştır. Ankete ilişkin veriler 11 Kasım 2022 ile 01 Ocak 2022 tarihleri arasında WhatsApp öğrenci gruplarına, öğrenci temsilcileri aracılığıyla iletilen çevrimiçi anketler sayesinde toplanmıştır. Böylece okulun farklı programlarında okuyan tüm öğrencilere ulaşılmıştır. Evreni oluşturan 3191 öğrenciden iletilen anketlere dönüş sağlayan 362 öğrenciye ulaşılmıştır. Örneklem büyüklüğü konusunda alanyazında sıklıkla başvurulan kaynaklardan biri olan Sekaran'a (1992, s. 53) göre, 3500 evreni olan bir araştırma için kabul edilebilir örneklem büyüklüğü 346'dır. Bu bağlamda çalışma için yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşıldığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında toplam 362 öğrenciye ulaşılmış ve söz konusu öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

<i>Demografik Özellikler</i>	<i>Sıklık</i>	<i>Yüzde</i>	
<i>Cinsiyet</i>	<i>Kadın</i>	250	69.1
	<i>Erkek</i>	112	30.9
<i>Yaş</i>	<i>18 ve altı</i>	51	14.1
	<i>19 - 21</i>	257	71.0
	<i>22 - 24</i>	41	11.3
	<i>25 ve üstü</i>	13	3.6
<i>Sınıf</i>	<i>1. Sınıf</i>	172	47.5
	<i>2. Sınıf</i>	190	52.5
<i>Program türü</i>	<i>Birinci öğretim</i>	247	68.2
	<i>İkinci öğretim</i>	115	31.8

Aile gelir miktarı	--- - 5000 TL ve altı	137	37.8
	5001 - 6000 TL arası	86	23.8
	6001 - 7000 TL arası	35	9.7
	7001 - 8000 TL arası	17	4.7
	8001 TL ve üzeri	87	24.0
Aile yerleşim yeri	Büyükşehir	104	28.7
	Şehir	71	19.6
	İlçe	121	33.4
	Köy	66	18.2
Aile ikamet bölgesi	Akdeniz Bölgesi	10	2.8
	İç Anadolu Bölgesi	44	12.2
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	11	3.0
	Marmara Bölgesi	5	1.4
	Ege Bölgesi	6	1.7
	Karadeniz Bölgesi	269	74.3
	Doğu Anadolu Bölgesi	10	2.8
	Yurt dışı	7	1.9
Çalışma Durumu	Öğrenci	320	88.4
	Çalışan + Öğrenci	42	11.6
Mesleki Kıdem	1 - 5 yıl	40	11.0
	6 - 10 yıl	1	.3
	11 - 15 yıl	1	.3
	16 yıl ve üzeri	---	---

Tablo 1’de görüldüğü üzere, katılımcıların % 69.1’i (250) kadın ve % 30.9’u (112) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin % 14.1’i 18 ve altı, % 71’i 19-21, % 11.3’ü 22-24, % 3.6’sı ise 25 ve üstü yaş grubuna girmektedirler. Katılımcı öğrencilerin % 47.5’i 1. sınıf öğrencisiyken % 52.5’i 2. sınıf öğrencisi durumundadır. Ayrıca öğrencilerin % 68.2’si birinci öğretimde % 31.8’i ise ikinci öğretimde eğitim görmektedirler. Öğrenci ailelerinin aylık ortalama gelirlerine bakıldığında % 37.8’inin 5000 TL ve altında, % 23.8’inin 5001-6000 TL, % 9.7’sinin 6001-7000 TL, % 4.7’sinin 7001-8000 TL arasında ve % 24’ünün ise 8001 TL ve üzerinde bir aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır. Öğrencilerin ailelerinin % 28.7’sinin büyükşehir, % 19.6’sının şehir, % 33.4’ünün ilçe ve % 18.2’sinin köylerde yaşadıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin ailelerinin % 74.3 gibi büyük bir çoğunluğunun Karadeniz Bölgesinde, % 12.2’sinin İç Anadolu Bölgesinde, % 3’ünün Güneydoğu Anadolu Bölgesinde, % 2.8’inin Akdeniz Bölgesinde ve % 1.7’sinin Ege Bölgesinde ikamet ettikleri tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sadece % 11.6’sı bir işte çalışmaktadır. Hem eğitim-öğretim hayatını hem de çalışma hayatını sürdüren 42 öğrencinin mesleki kıdemleri incelendiğinde söz konusu öğrencilerin % 11’inin 1-5 yıl, % 0.3’ünün 6-10 ve yine % 0.3’ünün 11-15 yıllık bir kıdeme sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmada veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Toplamda 3 bölümden oluşan anketin birinci bölümünü katılımcılara ait demografik özellikler oluşturmaktadır. İkinci bölümünde “*Bireysel Yenilikçilik Ölçeği*” kullanılmıştır. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği, H. Thomas Hurt, Katherine Joseph ve Chester. D. Cook tarafından 1977 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe’ye uyarlaması Kılıçer ve Odabaşı tarafından 2010 yılında gerçekleştirilmiştir. Ölçek 20 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin 8 maddesi (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17 ve 20) “değişime direnç” boyutunu, 5 maddesi (1, 8, 9, 11 ve 12) “fikir önderliği” boyutunu, 5 maddesi (2, 3, 5, 14 ve 18) “deneyime açıklık” boyutunu ve 2 maddesi (16 ve 19) ise “risk alma” boyutunu yansıtmaktadır. Ölçekte negatif maddeler (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17 ve 20) bulunmaktadır ve ters puanlanmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise “*Dijital İyi Oluş Ölçeği*” kullanılmıştır. Dijital İyi Oluş Ölçeği 2018 yılında Öztürk tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 10 madde ve “dijital platformları yönetme becerisi” (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8) ile “kişisel bilgilerin resmi amaçla paylaşımı” (9 ve 10) adlı iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Araştırmanın anket soruları 5’li Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Literatürde yer alan bilgiler doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve hipotezleri sınamak amacıyla geliştirilen model ve hipotezler aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 3. Araştırma Modeli

H1. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri yüksektir.

H2. Sağlık çalışanı adaylarının dijital iyi oluş düzeyleri yüksektir.

H3. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri ile dijital iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H4. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri dijital iyi oluş düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.

H5. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri demografik ve kişisel özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H6. Sağlık çalışanı adaylarının dijital iyi oluş düzeyleri demografik ve kişisel özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde normallik testi, faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesine yönelik regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Normallik Testi

Araştırmada kullanılan değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için normallik testi yapılmıştır. Literatürde Kurtosis ve Skewness değerlerinin -1.5 ile +1.5 arasında veya -1.96 ile +1.96 arasında bir değer alması durumunda veri setinin normal dağılım gösterdiği belirtilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013; Akdoğan ve Uşun, 2017: 8). Tablo 2’de bireysel yenilikçilik ve dijital iyi oluş ölçeklerinin çarpıklık ve basıklık değerleri gösterilmektedir. Yapılan test “Skewness” ve “Kurtosis” değerleri açısından değerlendirildiğinde değişkenlerin -1,5 <> 1,5 aralığında yer aldığını göstermektedir. Bu nedenle değişkenler setinin çarpıklık-basıklık değerleri açısından normal dağılımda olduğu görülmektedir. Ayrıca değişkenlerin histogram değerlerine bakıldığında normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Benzer şekilde “Normal Q-Q Grafiği” ve “Trendsiz Normal Q-Q Grafiği” grafikleri incelendiğinde normal dağılımdan sapma gözlemlenmemiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin Normallik Testi

		İstatistik	Std. Hata
Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ)	Skewness (Çarpıklık Katsayısı)	-.229	.128
	Kurtosis (Basıklık Katsayısı)	1.156	.256
		İstatistik	Std. Hata
Dijital İyi Oluş Ölçeği (DİÖÖ)	Skewness (Çarpıklık Katsayısı)	.156	.128
	Kurtosis (Basıklık Katsayısı)	.159	.256

Araştırmada bireysel yenilikçilik ve dijital iyi oluş ölçeklerinin Skewness ve Kurtosis değerleri -1.5 ile +1.5 sınırlarının dışında bir değere sahip olmadığından değişkenlerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiş ve parametrik testler kullanılmıştır.

Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla öncelikle ayrı ayrı KMO ve Bartlett küresellik testleri yapılmıştır. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin KMO değeri > 0.7 (0.834) olduğundan kabul edilebilir bir değerdir ve Bartlett'in küresellik testi sig. < 0.05 (0.000) olduğu için anlamlıdır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinin sonuçları Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3. Bireysel Yenilikçilik Ölçeğinin Faktör Yükleri

Bireysel Yenilikçilik Ölçeği		Faktör Yükleri			
İfadeler		1	2	3	4
		Değişime Direnç	BY4: Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.	.633	
BY6: Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheliyimdir.	.566				
BY7: Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.	.548				
BY10: Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.	.551				
BY13: Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.	.546				
BY15: Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğumu düşünürüm.	.479				
BY17: Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.	.595				
BY20: Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir.	.592				
Fikir Önderliği	BY1: Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.		.578		
	BY8: Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.		.548		

	BY9: Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.	.690			
	BY11: Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir.	.616			
	BY12: Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarımı almaktan hoşlanırım.	.426			
Deneyme Açıklık	BY2: Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.	.557			
	BY3: Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.	.671			
	BY5: Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	.585			
	BY14: Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.	.599			
	BY18: Yeni fikirlere açığım.	.646			
Risk Alma	BY16: Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.	.405			
	BY19: Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.	.512			
Öz değeri		4.518	2.932	1.388	1.212
Açıklanan Varyans (%)		22.591	14.658	6.939	6.059
Toplam Açıklanan Varyans (%)			50.247		
Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı			.834		
Bartlett Küresellik Testi			Ki-kare: 1866.375; Sd.: 190; Sig.: .000		

Tablo 3’de görüldüğü üzere, Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin faktör yükleri incelendiğinde ölçeğin orijinalinde olduğu gibi dört boyut elde edilmiş ve ölçeğin yapı geçerliliği sağlanmıştır. Ölçekte yer alan 20 ifade belirli bir faktöre boyutlanırken minimum 0.400 düzeyinde bir yüke ve faktör sayısı tespit edilirken özdeğerin 1’den büyük olmasına dikkat edilmiştir. Yukarıda yer alan tabloda görüldüğü üzere anlamlı bir faktör yapısı elde edilebilmiştir.

Benzer bir şekilde Dijital İyi Oluş Ölçeği’nin de KMO ve Bartlett küresellik testleri yapılmıştır. Dijital İyi Oluş Ölçeği’nin KMO değeri > 0.7 (0.823) olduğundan kabul edilebilir bir değerdir ve Bartlett’in küresellik testi sig. < 0.05 (0.000) olduğu için anlamlıdır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinin sonuçları Tablo 4’de gösterilmektedir.

Tablo 4. Dijital İyi Oluş Ölçeğinin Faktör Yükleri

Dijital İyi Oluş Ölçeği		Faktör Yükleri	
		1	2
Dijital Platformları Yönetme Becerisi	DİO1: Başkalarının öznel iyi oluşlarına ve güvenliğine saygı duyuyorum.	.542	
	DİO2: Çevrimiçi ortamdaki davranışlarımla ilgili haklarımı, yanlış olan davranışları ve bu davranışların muhtemel sonuçlarını bilirim.	.661	
	DİO3: Çevrimiçi ve gerçek dünya etkileşimlerimi diğer insanlarla sağlıklı ilişkilerimi destekleyecek şekilde yönetebilirim.	.672	
	DİO4: Çevrimiçi iletişim kurarken ya da paylaşımlar yaparken dijital saygınlığıma dikkat ederim.	.661	

	DİO5: Dijital teknolojileri öznel iyi oluşum ve güvenliğini destekleyen yöntemlerle kullanıyorum.	.720	
	DİO6: Çevrimiçi ortamlarda gizlilik ayarlarımı dikkatlice yönetirim.	.690	
	DİO7: Dijital profillerimi kişisel, profesyonel ve akademik olmak üzere farklı sosyal ağlara uygun olarak ve dikkatlice yönettiğimden eminim.	.693	
	DİO8: Dijital medyaya bağlanmak için kullandığım dijital cihazlarımı zamanımı ve dikkatimi dağıtmaya başladığında kapatabilirim.	.526	
Kişisel Bilgilerin Resmi Amaçla Paylaşımı	DİO9: Öğrenim çıktılarımın ve diğer başarılarımın işverenlerin görebileceği dijital ortamlarda erişilebilir olduğundan eminim.	.583	
	DİO10: Geçerli bir dijital özgeçmiş veya eser listemin (portföyümün) yer aldığı ve / veya başarılarımın bulunduğu kişisel bir sayfam var.	.725	
	Öz değeri	3.593	1.332
	Açıklanan Varyans (%)	35.933	13.324
	Toplam Açıklanan Varyans (%)	49.258	
	Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı	.823	
	Bartlett Küresellik Testi	Ki-kare: 861.459; Sd.: 45; Sig.: .000	

Dijital İyi Oluş Ölçeği'nin faktör yükleri incelendiğinde ölçeğin orijinalinde olduğu gibi iki boyut elde edilmiştir. "DİO1: Başkalarının öznel iyi oluşlarına ve güvenliğine saygı duyuyorum." ifadesi .542 değeri ile en düşük; "DİO10: Geçerli bir dijital özgeçmiş veya eser listemin (portföyümün) yer aldığı ve / veya başarılarımın bulunduğu kişisel bir sayfam var." ifadesi ise .725 değeri ile en yüksek faktör yüküne sahip ifade olarak belirlenmiştir.

Bulgular

Güvenirlilik Analizi

Araştırmada ölçeklerin güvenirliliğini belirlemek üzere literatürde en çok tercih edilen yöntemlerden biri olan Cronbach Alfa Katsayısı kullanılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 5. Güvenirlilik Analizi

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
Bireysel Yenilikçilik Ölçeği	20	.788
<i>Değişime Direnç</i>	8	.781
<i>Fikir Önderliği</i>	5	.722
<i>Deneyime Açıklık</i>	5	.755
<i>Risk Alma</i>	2	.704
Dijital İyi Oluş Ölçeği	10	.755
<i>Dijital Platformları Yönetme Becerisi</i>	8	.798
<i>Kişisel Bilgilerin Resmi Amaçla Paylaşımı</i>	2	.705

Analiz sonucunda, araştırmada kullanılan Bireysel Yenilikçilik Ölçeğinin ve dört alt boyutunun her birinin ve Dijital İyi Oluş Ölçeği ile iki alt boyutunun Cronbach Alfa geçerlilik değerlerinin > 0.7 olduğu görülmüş ve ölçekler güvenilir olarak kabul edilmiştir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada kullanılan ölçeklere katılımcıların verdikleri cevaplara ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 6’da özet olarak sunulmuştur.

Tablo 6. Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bireysel Yenilikçilik Ölçeği			
	N	Ort.	SS.
BY1	362	3.78	.860
BY2	362	3.93	.841
BY3	362	3.97	.776
BY4	362	2.56	.981
BY5	362	3.77	.816
BY6	362	3.32	1.056
BY7	362	3.48	1.089
BY8	362	3.84	.874
BY9	362	3.94	.822
BY10	362	3.52	1.040
BY11	362	3.76	.862
BY12	362	3.50	1.048
BY13	362	3.19	.967
BY14	362	4.10	.725
BY15	362	3.39	.974
BY16	362	3.51	.939
BY17	362	2.90	.996
BY18	362	4.17	.739
BY19	362	3.35	1.129
BY20	362	3.13	1.034
Dijital İyi Oluş Ölçeği			
	N	Ort.	SS.
DİO1	362	4.21	.707
DİO2	362	4.06	.688
DİO3	362	3.97	.753
DİO4	362	4.13	.726
DİO5	362	3.93	.741
DİO6	362	4.15	.731
DİO7	362	3.88	.848
DİO8	362	3.52	.996
DİO9	362	3.64	.819
DİO10	362	2.56	1.173

Analiz sonucunda, genel olarak soruların büyük bir kısmının ortalaması > 3.5 olarak tespit edilmiş olup, verilen cevapların ağırlıklı olarak “Katılıyorum” seçeneğinde toplandığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre “H1. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri yüksektir.” ve “H2. Sağlık çalışanı adaylarının dijital iyi oluş düzeyleri yüksektir.” hipotezlerinin kabul edildiği söylenebilmektedir.

Fark Analizleri

Araştırmada kullanılan değişkenlerin öğrencilerin yaş, cinsiyet, sınıf, program türü ve ailelerinin gelir durumu gibi çeşitli demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla fark analizleri yapılmıştır. Daha önce yapılan normallik testi doğrultusunda araştırmanın değişkenleri normal dağılım gösterdiği için iki bağımsız grup karşılaştırmalarında bağımsız örneklem t testi, ikiden çok bağımsız grup karşılaştırmalarında ise Anova testi kullanılmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin bireysel yenilikçilik ve dijital iyi oluş ile ilgili algılarının cinsiyet, eğitim gördükleri sınıf, program türü ve çalışma durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan t testi sonuçları Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7. t-Testi Sonuçları

Ölçekler	Değişkenler	N	Ort.	S.S.	t	Anlamlılık
Cinsiyet						
Bireysel Yenilikçilik	Kadın	250	3,5576	,38095	2,402	,123
	Erkek	112	3,5500	,49050		
Dijital İyi Oluş	Kadın	250	3,8044	,43374	1,093	,275
	Erkek	112	3,8080	,52900		
Sınıf						
Bireysel Yenilikçilik	1. Sınıf	172	3,5881	,46199	2,606	,107
	2. Sınıf	190	3,5255	,37085		
Dijital İyi Oluş	1. Sınıf	172	3,7953	,45664	,033	,856
	2. Sınıf	190	3,8147	,47263		
Program Türü						
Bireysel Yenilikçilik	Birinci öğretim	247	3,5575	,39105	1,937	,165
	İkinci öğretim	115	3,5504	,47037		
Dijital İyi Oluş	Birinci öğretim	247	3,8097	,45557	,490	,485
	İkinci öğretim	115	3,7965	,48521		
Çalışma Durumu						
Bireysel Yenilikçilik	Öğrenci	320	3,5585	,40653	1,553	,214
	Çalışan + Öğrenci	42	3,5135	,54526		
Dijital İyi Oluş	Öğrenci	320	3,8018	,45724	3,843	,061
	Çalışan + Öğrenci	42	3,8538	,55873		

Katılımcı öğrencilerin bireysel yenilikçilik ve dijital iyi oluş ile ilgili algılarının yaş, gelir durumu, yerleşim yeri ve ailenin ikamet ettiği bölgeye göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan Anova analizi sonuçları Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. Anova Analizi Sonuçları

Ölçekler	Değişkenler	N	Ort.	S.S.	F	Anlamlılık
Yaş						
Bireysel Yenilikçilik	18 ve altı	51	3,6549	,39727	1,278	,273
	19 - 21	257	3,6247	,40839		
	22 - 24	41	3,6683	,46486		
	25 ve üstü	13	3,5115	,41591		
Dijital İyi Oluş	18 ve altı	51	3,8314	,46882	1,643	,198
	19 - 21	257	3,7959	,43315		
	22 - 24	41	3,8878	,58702		
	25 ve üstü	13	3,7854	,53048		
Gelir Durumu						

Bireysel Yenilikçilik	5000 TL ve altı	137	3,5062	,36805	1,365	,246
	5001 - 6000 TL arası	86	3,6000	,39213		
	6001 - 7000 TL arası	35	3,6029	,30412		
	7001 - 8000 TL arası	17	3,4353	,46461		
	8001 TL ve üzeri	87	3,5925	,52615		
Dijital İyi Oluş	5000 TL ve altı	137	3,7810	,44714	1,401	,233
	5001 - 6000 TL arası	86	3,7988	,48495		
	6001 - 7000 TL arası	35	3,8971	,44950		
	7001 - 8000 TL arası	17	3,6118	,44284		
	8001 TL ve üzeri	87	3,8517	,47639		
Yerleşim Yeri						
Bireysel Yenilikçilik	Büyükşehir	104	3,5663	,40932	,271	,846
	Şehir	71	3,5162	,48637		
	İlçe	121	3,5686	,40208		
	Köy	66	3,5553	,38201		
Dijital İyi Oluş	Büyükşehir	104	3,8279	,46914	,663	,575
	Şehir	71	3,8239	,49149		
	İlçe	121	3,8149	,46916		
	Köy	66	3,7333	,42038		
Ailenin İkamet Ettiği Bölge						
Bireysel Yenilikçilik	Akdeniz Bölgesi	10	3,4700	,51919	,683	,687
	İç Anadolu Bölgesi	44	3,4523	,45583		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	11	3,5364	,23674		
	Marmara Bölgesi	5	3,6700	,34022		
	Ege Bölgesi	6	3,6500	,30000		
	Karadeniz Bölgesi	269	3,5740	,41682		
	Doğu Anadolu Bölgesi	10	3,5700	,39172		
	Yurt dışı	7	3,4500	,45277		
Dijital İyi Oluş	Akdeniz Bölgesi	10	3,4300	,58699	1,686	,111
	İç Anadolu Bölgesi	44	3,7932	,49949		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	11	3,9091	,35904		
	Marmara Bölgesi	5	3,7800	,34205		
	Ege Bölgesi	6	3,9500	,48062		
	Karadeniz Bölgesi	269	3,8271	,46026		
	Doğu Anadolu Bölgesi	10	3,6500	,29907		
	Yurt dışı	7	3,5429	,42370		

Fark analizleri kapsamında elde edilen bulgular Tablo 9'da özet olarak sunulmuştur.

Tablo 9. Fark Analizleri

Faktörler	Bireysel Yenilikçilik	Dijital İyi Oluş
Cinsiyet	Ret	Ret
Sınıf	Ret	Ret
Program Türü	Ret	Ret
Çalışma Durumu	Ret	Ret
Yaş	Ret	Ret
Gelir Durumu	Ret	Ret
Yerleşim Yeri	Ret	Ret
Ailenin İkamet Ettiği Bölge	Ret	Ret

Bu bağlamda modeldeki değişkenler üzerinde demografik ve kişisel özellikler ile ilgili hiçbir faktör bir farklılık meydana getirmemektedir. Mesleki kıdem faktörüne göre farklılık olup olmadığının tespiti için tek yönlü

Anova testi yapılmıştır. Ancak analiz sonucuna göre toplam 362 katılımcıdan bu soruya cevap veren sayısı sadece 42 olduğu için varyansın homojen bir dağılım gösterip göstermediği hesaplanamamıştır. Bu nedenle bu faktörün iki bağımlı değişken üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu yorumlamak çok anlamlı olmayacaktır. Bu durumda genel olarak bir değerlendirilme yapıldığında;

H5 hipotezi için, demografik özelliklerden (cinsiyet, sınıf, program türü, çalışma durumu, yaş, gelir durumu, yerleşim yeri, ailenin ikamet ettiği bölge ve mesleki kıdem) hiçbirinin bireysel yenilikçilik üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmüştür. Kıdem faktörü için cevaplanma sayısı çok düşük olduğundan varyansların dağılımlarının homojenitesi hesaplanamamış olup, her hangi bir analiz yorumu yapılamamıştır. Tüm bu unsurlar göz önünde bulundurulduğunda “H5. Sağlık çalışan adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri demografik ve kişisel özelliklerine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi ret edilmiştir.

H6 hipotezi için, dijital iyi oluşun da demografik özelliklerden (cinsiyet, sınıf, program türü, çalışma durumu, yaş, gelir durumu, yerleşim yeri, ailenin ikamet ettiği bölge ve mesleki kıdem) hiçbirine göre anlamlı bir farklılık meydana getirmediği belirlenmiştir. Kıdem faktörü için cevaplanma sayısı çok düşük olduğundan varyansların dağılımlarının homojenitesi hesaplanamamış olup, bu nedenle her hangi bir analiz yorumu yapılamamıştır. Tüm bu unsurlar göz önünde bulundurulduğunda “H6. Sağlık çalışan adaylarının dijital iyi oluş düzeyleri demografik ve kişisel özelliklerine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi ret edilmiştir.

Korelasyon Analizi

Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile dijital iyi oluşları arasındaki ilişkilerin yönünü ve şiddetini tespit edebilmek üzere korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 10’da görüldüğü üzere korelasyon analizi için bireysel yenilikçilik ve alt boyutları ile dijital iyi oluş ve alt boyutlarının Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Söz konusu değişkenler arasında düşük, orta ve yüksek seviyede pozitif ve negatif anlamlı ilişkiler belirlenmiştir.

Tablo 10. Korelasyon Analizi

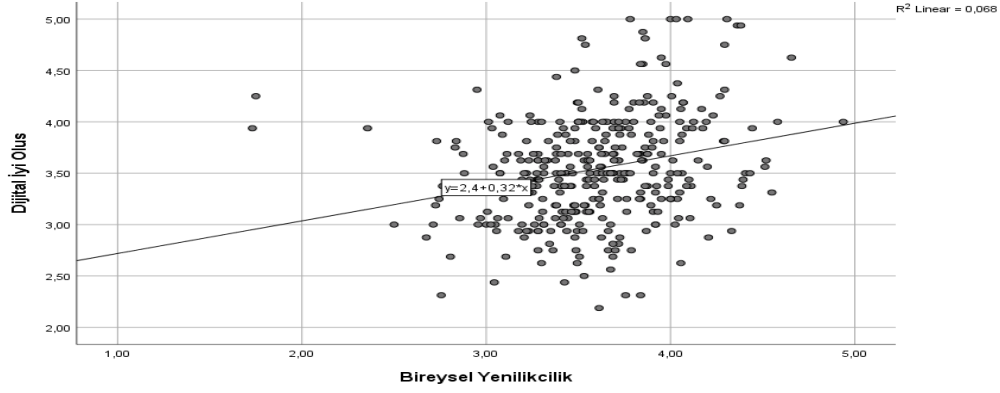
Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
Değişime Direnç (DD)	1							
Fikir Önderliği (FÖ)	.114	1						
Deneyime Açıklık (DA)	.186**	.577**	1					
Risk Alma (RA)	-.004	.198**	.334**	1				
Bireysel Yenilikçilik (BY)	.716**	.670**	.724**	.375**	1			
Dijital Platformları Yönetme Becerisi (DPYB)	.080	.403**	.435**	.193**	.380**	1		
Kişisel Bilgilerin Resmi Amaçla Paylaşımı (KBRAP)	-.164**	.200**	.084	.080	.017	.234**	1	
Dijital İyi Oluş (DİO)	.014	.417**	.405**	.194**	.334**	.944**	.542**	1

*Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır. **Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Bireysel yenilikçiliğin dört alt boyutu ile dijital iyi oluşun iki alt boyutu arasında yapılan korelasyon analizinde genel olarak % 99 güven aralığında pozitif yönlü bir korelasyon olduğu, sadece “değişime direnç” ve “kişisel bilgilerin resmi amaçla paylaşımı” alt boyutları arasında negatif yönlü anlamlı bir korelasyon olduğu görülmüştür. “Bireysel Yenilikçilik” ile “Dijital İyi Oluş” genel anlamda analiz edildiğinde ise yine aralarında % 99 güven seviyesinde r: .334 düzeyinde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu bulgulanmıştır. Bu nedenle “H3. Sağlık çalışan adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri ile dijital iyi oluş düzeyleri arasında bir ilişki bulunmaktadır.” hipotezi kabul edilebilmektedir.

Regresyon Analizi

Araştırma modeli kapsamında regresyon analizine geçmeden önce doğrusallık analizi yapılmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre, değişkenler arasında tam manasıyla ideal bir doğrusal dağılım gözlemlenmese de kabul edilebilir bir doğrusallık olduğu görülmüştür.



Şekil 4. Doğrusal Analizi

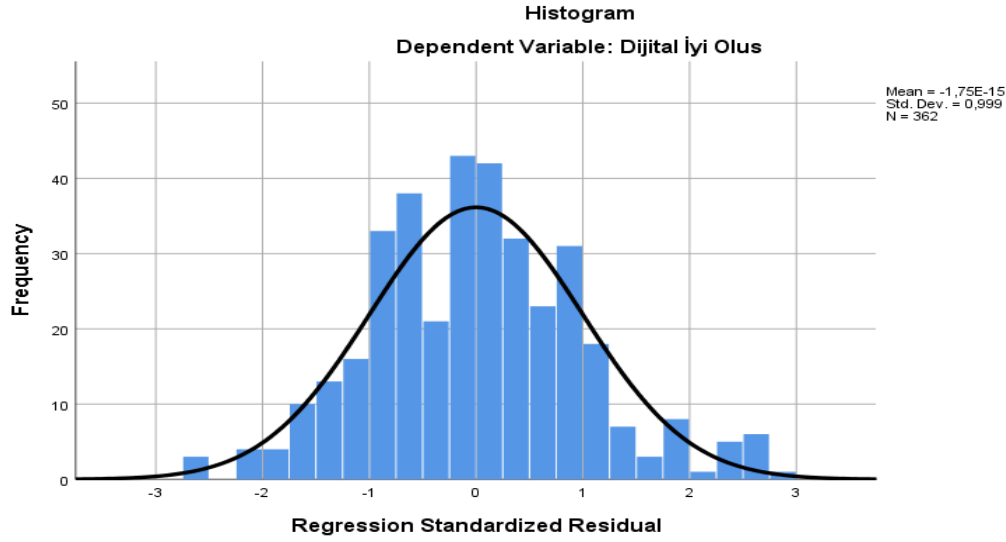
Dağılımda anlamlı bir uç değer olup olmadığına bakılmış ve analiz sonucuna göre “Cook’s distance” maksimum değeri < 1 (0.21) olduğundan, dağılımda anlamlı bir uç değer olmadığı görülmüştür.

Tablo 11. Uç Değer Analizi

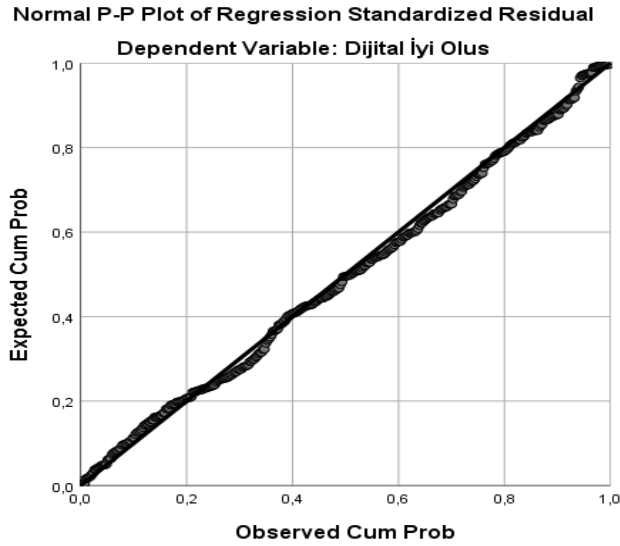
Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Ort.	SS	N
Predicted Value	2.9510	3.9669	3.5407	.13381	362
Std. Predicted Value	-4.407	3.185	.000	1.000	362
Standard Error of Predicted Value	.026	.118	.035	.012	362
Adjusted Predicted Value	2.8810	3.9659	3.5403	.13544	362
Residual	-1.35960	1.39943	.00000	.49652	362
Std. Residual	-2.734	2.815	.000	.999	362
Stud. Residual	-2.738	2.819	.000	1.002	362
Deleted Residual	-1.36338	1.40408	.00044	.50004	362
Stud. Deleted Residual	-2.763	2.847	.001	1.005	362
Mahal. Distance	.000	19.426	.997	1.903	362
Cook's Distance	.000	.210	.004	.014	362
Centered Leverage Value	.000	.054	.003	.005	362

a. Dependent Variable: Dijital İyi Oluş

Ardından hataların normal dağılımına bakılmıştır. Histogram ve P-P Plot grafikleri incelendiğinde, hataların dağılımın genel olarak normal olduğu görülmektedir.



Şekil 5. Değişkenlere İlişkin Histogram



Şekil 6. Değişkenlere İlişkin P-P Plot Grafikleri

Son olarak eş varyanslılığa bakılmış ve tam manasıyla homojen bir dağılım gözlemlenirse de kabul edilebilir bir eş varyanslılığın olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan regresyon analizi Tablo 12'de gösterilmektedir.

Tablo 12. Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlanmış Katsayılar	t	Anlamlılık Değeri
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit Katsayı	2.482	.198		12.536	.000
Bireysel Yenilikçilik	.372	.055	.334	6.733	.000
R			.334		
R ²			.112		
R ² _{düz}			.109		
F			45.327		
Bağımlı Değişken: Dijital İyi Oluş (DİO)					

Tablo 12’de bireysel yenilikçiliğin dijital iyi oluş üzerindeki etkisini inceleyen basit regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo’daki F değeri 45.327 olup model anlamlıdır. Kurulan modelin R değeri .334 ve R² değeri ise .112 olarak tespit edilmiştir. Bu bağlamda modeldeki bağımsız değişken olan bireysel yenilikçilik bağımlı değişken olan dijital iyi oluşun % 11.2’sini açıklayabilmektedir. Bireysel yenilikçilik ile dijital iyi oluş arasında .000 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca söz konusu bağımsız değişkenin standardize edilmiş Beta değeri (β) ise .334’tür. Bu bağlamda bireysel yenilikçiliğin dijital iyi oluş ile pozitif ve anlamlı bir ilişki kurarak modele katkı sağladığı ve böylece “H4. Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri dijital iyi oluş düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.” hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Bireysel yenilikçilikte meydana gelen bir birimlik artışın dijital iyi oluşta .334’lük bir artışa sebep olduğu görülmüştür (B= ,334).

Sonuç

21. yüzyıl dijital dünyasında iş ve sosyal yaşamda dijital ürünlerin kullanımı giderek artan oranda devam etmektedir. Dijital teknolojilerin sağlamış oldukları avantajlar, bu ürünlere olan talebi dolayısıyla ürünlerin kullanımını cazip hale getirmektedir. Günümüzde insanların çoğu dijital ürünlerden mutlaka bir şekilde faydalanmaktadır. Bu sebeple dijital ürünlerin faydalı amaçlar doğrultusunda ve gerekli zaman aralığında kullanımını ifade eden dijital iyi oluş kavramı toplumdaki herkes için önem taşımaktadır. Dijital iyi oluş kavramı öznel iyi oluşa da etki eden, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden iyi hissetmek ve olumlu iletişimsel özellikler ile karakterize edilen bir kavramdır. Bu kavram dijitalleşmenin artmasıyla birlikte önem kazanmış ve dijital teknolojilerin iş yaşamında yaygın kullanılmasıyla beraber pozitif örgütsel davranış literatüründe yer alamaya başlamıştır.

Örgütsel yaşamda dijital teknolojilerin kullanımı üretim sistemini olumlu yönde desteklemeye devam etmektedir. Bununla birlikte bu teknolojilerin doğru bir biçimde kullanılması gerekmektedir. Kısaca dijital iyi oluş olarak ifade ettiğimiz dijital teknolojilerin doğru kullanımını etkileyen kişisel nedenler bulunmaktadır. Bu nedenlerin başında bireylerin yenilikçiliğe olan bakış açıları ve bireysel yenilikçilik özellikleri yer almaktadır. Bu çalışmada bireysel yenilikçiliğin dijital iyi oluşa etkisi ölçülmek istenmiştir. Bu sayede yenilikçilik ve dijitalleşme arasındaki bağın ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada evreni oluşturan bir kamu üniversitesinin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulunda okuyan öğrencilerine çevrimiçi ortamda anket soruları uygulanmış ve çalışma kapsamında ortaya konulan hipotezler SPSS analizi ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde “Sağlık çalışanı adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri dijital iyi oluş düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmış, bireysel yenilikçilikteki bir birimlik artışın dijital iyi oluşta .334’lük bir artışa sebep olduğu bulgulanmıştır (B= .334). Ayrıca çalışmada bireysel yenilikçiliğin ve dijital iyi oluşun demografik özellikler (cinsiyet, sınıf, program türü, çalışma durumu, yaş, gelir durumu, yerleşim yeri, ailenin ikamet ettiği bölge ve mesleki kıdem) üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmüştür. Bu sonuç literatürdeki bazı çalışmalarla benzerlik (Akça ve Şakar, 2017; Uslu ve Mansur, 2017; Yenice ve Yavaşoğlu, 2018; Yılmaz, 2018) gösterirken, bazı çalışmalarla ise farklılık (Deniz, 2016; Ertuğ ve Kaya, 2017; Safa ve Arabacıoğlu, 2019) göstermektedir. Dijital iyi oluş ile ilgili yerli alanyazında fazla çalışmaya rastlanılmamış, buna karşılık yabancı alanyazında kavram çoğunlukla nitel çalışmalarda (Klenk, 2020; Beattie ve Daubs, 2020; Burr ve Floridi, 2020; Büchi, 2021) yer almıştır.

Öneriler

Alanyazında bireysel yenilikçilik ile dijital iyi oluş kavramları farklı değişkenler ile ele alınmıştır. Bu çalışmada ise yeniliğe farklı bir bakış açısı getiren bireysel yenilikçilik kavramı ile günümüz dijital çağın getirilerinden olan dijital iyi oluş kavramları birlikte ele alınarak aralarındaki ilişki tespit edilmiştir. Dijital teknolojileri doğru bir şekilde kullanmada bireysel yenilikçiliğin etkisi ortaya konulmuştur. Bundan sonraki çalışmalarda farklı örneklem gruplarıyla çalışılarak iki değişken arasındaki ilişkiyi tespit eden araştırmalar çoğaltılabilir. Yapılan bu araştırmanın ortaya koymuş olduğu sonuçların yenilik ve dijitalleşme konuları ile ilgilenen araştırmacılara katkıda bulunması umut edilmektedir.

Kaynakça

- Adıgüzel, A. (2012). Öğretmen adaylarının ahlaki olgunluk düzeyleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişki: Harran Üniversitesi Eğitim Fakültesi örneği. *Eğitim Araştırmaları ve İncelemeleri*, 7(25), 543.
- Akça, F. ve Şakar, Z. (2017). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. Ö. Demirel ve D. Serkan. (Ed). Küreselleşen Dünyada Eğitim (s. 451-462), Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Aulawi, H., Govindaraju, R., Suryadi, K., & Sudirman, I. (2009). Hubungan knowledge sharing behavior dan individual innovation capability. *Jurnal Teknik Industri*, 11(2), 174-187.
- Aulawi, H., Sudirman, I., Suryadi, K., & Govindaraju, R. (2009). Knowledge sharing behavior, antecedent and their impact on the individual innovation capability. *Journal of Applied Sciences Research*, 5(12), 2238-2246.
- Aytürk, Ö. (2021). Uygulama odaklı eğitim veren bölümlerde dijitalleşme ve yenilikçi yaklaşımlar. Ş. Karasar & Ü. İlgi E. A. (Ed.), Gelecek dündü; dijital bir üniversitenin bugünü. Maltepe Üniversitesi Yayınları.
- Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.
- Beattie, A., & Daubs, M. S. (2020). Framing 'digital well-being' as a social good. *First Monday*, 25(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i12.10430>
- Berman, S. J. (2012). Digital transformation: opportunities to create new business models. *Strategy & Leadership*, 40(2), 16-24. <https://doi.org/10.1108/10878571211209314>
- Bilge, Y., Baydili, K., & Gökteş, S. (2020). Sosyal medya bağımlılığını yordamada anksiyete, stres ve günlük sosyal medya kullanımı: Meslek yüksekokulu örneği. *Bağımlılık Dergisi*, 21(3), 223-235.
- Binns, A., Harreld, J. B., O'Reilly, C., & Tushman, M. (2015). The art of strategic renewal. *MIT Sloan Management Review, Summer Edition*, 1-3.
- Burr, C., & Floridi, L. (2020). The ethics of digital well-being: A multidisciplinary perspective. In *Ethics of digital well-being* (pp. 1-29). Springer, Cham.
- Büchi, M. (2021). Digital well-being theory and research. *New Media & Society*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/14614448211056851>
- Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2019). Digital overuse and subjective well-being in a digitized society. *Social Media+Society*, 5(4), 2056305119886031. <https://doi.org/10.1177/2056305119886031>
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. *Computers in human behavior*, 46, 26-37. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053>
- Campbell, J.P., M.B. Gasser & F.L. Oswald (1996), The substantive nature of job performance variability, In: Murphy, K.R. (1996), Individual difference and behaviours in organisations, San Francisco: Jossey Bass, 258-299.
- Çayırılı, E. (2017). Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi. İstanbul: Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelebi, E. (2014). Dijital sosyalleşme: Çevrimiçi sosyalleşmenin sosyal bağlılık, kaygı, depresyon ve mutluluk üzerine etkileri. 'Dijital İletişim Etkisi' Uluslararası Akademik Konferans Bildiri Kitabı (s. 547-554). İstanbul: İskenderiye Kitap.
- Çuhadar, C., Bülbül, T., & Ilgaz, G. (2013). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özellikleri ile teknopedagojik eğitim yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İlköğretim Online*, 12(3), 797-807.
- Demir Başaran, S., & Keleş, S. (2015). Yenilikçi kimdir? Öğretmenlerin yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(4), 106-118.

- Dennis, M. J. (2021). Towards a theory of digital well-being: Reimagining online life after lockdown. *Science and Engineering Ethics*, 27(3), 1-19.
- Deniz, S. (2016). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özellikleri. *Electronic Turkish Studies*, 11(9), 267-278.
- Di Giacomo, D., Guerra, F., Cannita, K., Di Profio, A., & Ranieri, J. (2021). Digital innovation in oncological primary treatment for well-being of patients: psychological caring as prompt for enhancing quality of life. *Current Oncology*, 28(4), 2452-2465. <https://doi.org/10.3390/curroncol28040224>
- Doğan, U. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının mutluluk, psikolojik iyi-oluş ve yaşam doyumlarına etkisi: Facebook ve Twitter Örneği. *Eğitim ve Bilim*, 41(183).
- Ertuğ, N., & Kaya, H. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin bireysel yenilikçilik profilleri ve yenilikçiliğin önündeki engellerin incelenmesi.
- Genç, E. (2020). Lojistik bölümü öğrencilerinin lojistiğin dijitalleşmesi sürecine yaklaşımları: Öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve endüstri 4.0'a bakış açıları kapsamında değerlendirilmesi. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 6(24), 1003-1026. <http://dx.doi.org/10.26728/ideas.361>
- Gomes, C., Curral, L., & Caetano, A. (2015). The mediating effect of work engagement on the relationship between self-leadership and individual innovation. *International Journal of Innovation Management*, 19(01), 1550009.
- Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "Digital well-being". Developing a new theoretical tool for media literacy research. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 1-8.
- Güngör, N. B., & Kurtipek, S. (2020). Examining the effect of individual innovation level of students of sports sciences faculty on digital literacy with structural equation model: Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyinin dijital okuryazarlığa etkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 17(2), 756-767.
- Hunter, S., Cushenbery, L. and Friedrich, T. (2012) 'Hiring an innovative workforce: a necessary yet uniquely challenging endeavour', *Human Resource Management Review*, 22(4), 303-322.
- Işık, C. ve Hajiyeva, T. (2019). Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul Otelleri Örneği, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 206-227.
- Kaypak, Ş., YILMAZ, V., & Bimay, M. (2017). Dijital çağda yerel yönetimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 1798-1813.
- Kılıçer, K. (2011). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri. (Yayınlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir. Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi 286820 nolu yayın.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H.F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Kırcaburun, K. (2017). Üniversite öğrencilerinde instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevme arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Preis, M. W. (2020). The impact of innovation and gratification on authentic experience, subjective well-being, and behavioral intention in tourism virtual reality: The moderating role of technology readiness. *Telematics and Informatics*, 49, 101349.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296.

- Kocaman, G., & Kazan, H. (2021). Lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin instagram bağımlılıkları ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(40), 2638-2664. <https://doi.org/10.26466/opus.877656>
- Koçel, T. (2018). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Korucu, A., & Olpak, Y. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(1), 109-127.
- Klenk, M. (2020). Digital well-being and manipulation online. *Ethics of digital well-being: A multidisciplinary approach*, 81-100.
- Lomanowska, A. M., & Guitton, M. J. (2016). Online intimacy and well-being in the digital age. *Internet Interventions*, 4, 138-144.
- Maral, N. (2019). Türk belediyeciliğinde Dijitalleşme ve Yenilikçi Uygulamalar Osmangazi Belediyesi Örneği. *İletişim Çağında Dijital Kültür*, 257.
- Neely, A., & Hii, J. (1998). Innovation and business performance: a literature review. *The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge*, 0-65.
- Nham, T. P., Nguyen, T. M., Tran, N. H., & Nguyen, H. A. (2020). Knowledge sharing and innovation capability at both individual and organizational levels: An empirical study from Vietnam's telecommunication companies. *Management & Marketing*, 15(2), 275-301.
- Nurhas, I., Geisler, S., Ojala, A., & Pawlowski, J. M. (2021). Barriers and wellbeing-oriented enablers of intergenerational innovation in the digital age. *Universal Access in the Information Society*, 1-17.
- Oktan, V. (2015). Üniversite öğrencilerinde problemleri internet kullanımı, yalnızlık ve algılanan sosyal destek. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(1), 281-292.
- Orben, A. & Przybylski K. A. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*, 3, 173-182. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0506-1>
- Özgür, Ö., Orhan, D., Dönmez, P., & Kurt, A. A. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri ve teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 65-76.
- Öztürk, E. (2018, 12-14 Eylül). *Dijital devrimin güncel kavramlarından biri de dijital iyi oluş mu? (Bir ölçek geliştirme çalışması)* [Bildiri sunumu]. 6. Uluslararası Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Sempozyumu, Edirne, Türkiye.
- Öztürk, Z. Y., & Summak, M. (2014). İlköğretim okulu öğretmenlerinin bireysel yenilikçiliklerinin incelenmesi. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 1), 844-853.
- Peña-López, I. (2016). Innovating Education and Educating for Innovation. The Power of Digital Technologies and Skills.
- Pratoom, K., & Savatsomboon, G. (2012). Explaining factors affecting individual innovation: The case of producer group members in Thailand. *Asia Pacific Journal of Management*, 29(4), 1063-1087.
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2017). A large-scale test of the goldilocks hypothesis: quantifying the relations between digital-screen use and the mental well-being of adolescents. *Psychological science*, 28(2), 204-215.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.
- Safa, B. ve Arabacıoğlu, T. (2019). Sınıf öğretmenlerinin eğitim teknolojileri kullanım düzeylerinin bireysel yenilikçilik özellikleri açısından incelenmesi. *Ondokuz Mayıs University Journal of Education Faculty*, 40(1), 369-386.
- Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Sciences*, 15(1), 388-393.

- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business*. Canada: John Wiley and Sons, Inc.
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Van der Heijden, B. I., & Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. *Journal of vocational behavior, 100*, 67-77.
- Standing, C., Jackson, D., Larsen, A. C., Suseno, Y., Fulford, R., & Gengatharen, D. (2016). Enhancing individual innovation in organisations: A review of the literature. *International Journal of Innovation and Learning, 19*(1), 44-62.
- Steinert, S., & Dennis, M. J. (2022). Emotions and Digital Well-Being: on Social Media's Emotional Affordances. *Philosophy & Technology, 35*(2), 1-21.
- Szemat-Vielma, W., Murray, T., Kiaie, A., Bolchover, P., & Yao, J. (2019, November). Innovative Digital Well Construction Planning Solution Enhances Coherency and Efficiency of the Drilling Design Process. In *Abu Dhabi International Petroleum Exhibition & Conference*. OnePetro.
- Tengour, Z. İ. (2019). Sosyal paylaşım sitelerinin sosyal ilişkilere etkisi üzerine bir araştırma: Kocaeli üniversitesindeki facebook kullanıcıları üzerine örnek çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Tuna, Ö. (2021). Örgüt kültürü tiplerinin bireysel yenilikçilik üzerine etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 22*(1), 199-218.
- Turel, O., Qahri-Saremi, H., & Vaghefi, I. (2021). Dark sides of digitalization. *International Journal of Electronic Commerce, 25*(2), 127-135.
- Uslu, D. ve Mansur, F. (2017). Sağlık yönetici adaylarının bireysel-sosyal yenilikçilik ve proaktif özelliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Gazi Akademi Genç Sosyal Bilimciler Sempozyumu 2017 Özel Sayı, 52-68.
- Vanden Abeele, M. M. (2021). Digital wellbeing as a dynamic construct. *Communication Theory, 31*(4), 932-955. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa024>
- Vasilev, V. L., Gapsalamov, A. R., Akhmetshin, E. M., Bochkareva, T. N., Yumashev, A. V., & Anisimova, T. I. (2020). Digitalization peculiarities of organizations: A case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues, 7*(4), 3173.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review, 11*(1), 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vila, L. E., Perez, P. J., & Coll-Serrano, V. (2014). Innovation at the workplace: Do professional competencies matter?. *Journal of Business Research, 67*(5), 752-757.
- Wang, J., Yang, J., & Xue, Y. (2017). Subjective well-being, knowledge sharing and individual innovation behavior: The moderating role of absorptive capacity. *Leadership & Organization Development Journal, 38*(8), 1110-1127. <https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2015-0235>
- Wu, C. H., Parker, S. K., & De Jong, J. P. (2014). Need for cognition as an antecedent of individual innovation behavior. *Journal of Management, 40*(6), 1511-1534.
- Yahyagil, M. Y. (2001). Örgütsel yaratıcılık ve yenilikçilik. *IÜ İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi, 12*(38), 7-16.
- Yaygır, C. (2018). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı depresyon ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Yenice, N. ve Yavaşoğlu, N. (2018). Fen Bilgisi öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik düzeyleri ile bireysel yaratıcılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama, 14*(2), 107-128.

- Yıldız, B., Aslan, H., & Çiğdem, Ş. (2017). Örgütsel yenilikçiliğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde bireysel yenilikçiliğin aracı rolü. *Researcher*, 5(4), 129-145.
- Yılmaz, H. (2018). İlkokul öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik ile mesleki değerlerini yansıtırma düzeyleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Yılmaz, F., Soğukçeşme, G., Ayhan, N., Tuncay, S., Sancar, S., & Deniz, Y. (2014). İlköğretim bölümü öğretmen adaylarının mesleki yenilikçilik eğilimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 259-276.
- Yılmaz, M., Yıldız, S., & Gültekin, A. B. (2016). Yıkıcı yeniliklerin belirlenmesi: Sürdürülebilir inşaat sektöründe tehditler ve fırsatlar. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 25-36.

EXTENDED SUMMARY

Since the 1970s, the increasing competitive environment has made it necessary for businesses to be more successful than before. Success is closely related to adapting to changing and developing conditions, being creative and innovative. It is seen that studies on being creative and innovative in individual and organizational life are mostly associated with the concept of information and communication technology. This is due to the digital age we live in. To put it in terms used in daily life, "the only constant thing is change". Today, the basic management approach of enterprises, the speed of responding to customer needs, has become an indicator of change, transformation and innovation in organizations. It has become an obligatory "life principle" for businesses to always innovate (new product, new technology, a new application that creates more value for the customer) by making changes (Koçel, 2018, p. 681).

The 1990s was a period characterized by rapid technological changes that made a difference; Expressions such as globalization, personal computer and internet have entered the vocabulary. These concepts reflect the innovations faced by individuals, societies and nations today. Innovation is the key to competitive advantage in a highly turbulent environment. It is an important driving force for the economic growth of nation states. The ability to innovate has direct consequences on the ability to compete at the individual, firm, regional and national level. The value created by innovations often manifests itself in new products and processes that contribute to efficiency. When a firm is considered as a bundle of resources, skills and competencies, innovation means benefiting from new ideas and making it work more harmoniously by transforming the internal capabilities of the firm (Neely & Hii, 1998, p. 5).

Innovative organizations of the 21st century are organizations that make the most of digital technologies and use digital technologies in the best way. Since innovative organizations are organizations that can quickly adapt to these changes by following the changes in their environment, they are willing to learn and use new technologies. Therefore, it is thought that there is a link between the concept of innovation and the ability to use digital technologies and/or the useful use of digital technologies and the concepts of digital well-being that can be described.

Digital well-being affects psychological, physical and social well-being. Therefore, it has the same value as subjective well-being in organizational and social life. Subjective well-being, like digital well-being, is an important factor that drives the use of technology. When people adopt a new technology, they often want to experience subjective well-being by using this technology (Kim, Lee, & Preis 2020, p. 2). In the modern world, where we are constantly intertwined with information and communication technologies, innovations and digital technologies have become indispensable for life. In the study, the relationship between these two concepts and, if there is a relationship, the direction of this relationship is desired to be determined.

The use of digital technologies in organizational life continues to positively support the production system. However, these technologies must be used correctly. There are personal reasons that affect the correct use of digital technologies, which we briefly describe as digital well-being. At the beginning of these reasons are individuals' perspectives on innovation and individual innovativeness characteristics. In this study, it was aimed to measure the effect of individual innovativeness on digital well-being. In this way, it is aimed to reveal the link between innovation and digitalization. In the study, online survey questions were applied to the students of the Health Services Vocational School of a public university that formed the universe, and the hypotheses put forward within the scope of the study were tested with SPSS analysis. As a result of the findings, "Individual innovativeness levels of health worker candidates positively affect their digital well-being levels." It was concluded that a one-unit increase in individual innovativeness caused an increase of .334 in digital well-being ($B = .334$). In addition, it was seen in the study that individual innovativeness and digital well-being did not make a significant difference on demographic characteristics (gender, class, program type, position, age, income status, place of residence, region of residence of the family and professional seniority).

In the literature, the concepts of individual innovation and digital well-being are discussed with different variables. In this study, the concept of individual innovativeness, which brings a different perspective to innovation, and the concepts of digital well-being, which is one of the benefits of today's digital age, were considered together and the relationship between them was determined. The effect of individual innovation in using digital technologies correctly has been revealed. In future studies, studies that determine the relationship between two variables can be increased by working with different sample groups. It is hoped that the results of this research will contribute to researchers interested in innovation and digitalization.