



Received / Makale Geliş Tarihi 08.08.2023
Published / Yayınlanma Tarihi 18.10.2023
Volume / Issue (Cilt/Sayı) 7 (35)
ss / pp 1311-1317

Review Article / Derleme Makale
10.5281/zenodo.10029100
Mail: editor@pejoss.com

Çiçek Sevd Kirtiş
<https://orcid.org/0009-0006-0955-5645>
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/05rsv8p09>

Dijital Liderliğin, Yeşil Dönüştürücü Liderliğe Etkileri

The Effects of Digital Leadership on Green Transformative Leadership

ÖZET

İşletmeler yeniliklere uyum gösterebildikleri ve rekabette başarılı oldukları ölçüde sürekliliklerini sağlayabilmektedirler. Bu kapsamda dijital liderlik işletmelerin yeniliklere uyumunu sağlarken, rekabette başarılı olmak üzere tüketicilerin hassasiyetlerini dikkate alan çevreci yaklaşımlar gittikçe önemini artırmaktadır. Dijital liderlik sayesinde değişimlerin başlatılması, yeni yeniliklere uyum sağlanması ve tüketicilerin taleplerinin yerine getirilmesi çok daha mümkün hale gelmektedir. Bu nedenle dijital liderlerin, çevreye duyarlılık anlamına gelen yeşil dönüştürücü liderlikle birlikte yürütülmesi işletmelerin karlılığını, tüketicilerin memnuniyetini ve ilgili tüm çevrenin desteğini artırmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada dijital liderliğin, Yeşil dönüştürücü liderliğe etkilerinin bu tür bilimsel çalışmalarda incelenmesinin konu ile ilgilenen araştırmacılara, alandaki işletmecilere, tedarikçilere, ilgili tüm taraflara yararlı olacağı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yeni teknolojiler, Dijital Liderlik, Çevre Farkındalığı, Yeşil Dönüştürücü Liderlik.

ABSTRACT

Businesses can ensure their continuity to the extent that they can adapt to innovations and succeed in competition. In this context, while digital leadership enables businesses to adapt to innovations, environmentalist approaches that take into account the sensitivities of consumers to be successful in competition are becoming increasingly important. Digital leadership makes it much more possible to initiate changes, adapt to new innovations and fulfill the demands of consumers. Therefore, the combination of digital leadership with green transformative leadership, which means environmental awareness, increases the profitability of businesses, the satisfaction of consumers and the support of the entire environment. Therefore, in this study, it is thought that examining the effects of digital leadership on green transformative leadership in such scientific studies will be beneficial for researchers, operators, suppliers and all related parties.

Keywords: New technologies, Digital Leadership, Environmental Awareness, Green Transformative Leadership.

1. GİRİŞ

Globalleşen dünya pazarında işletmelerin başarılı olabilmeleri, çevrelerinde oluşan değişimlere adapte olmalarıyla doğrudan ilgili olduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle dijital teknolojiler işletmelerin yenilikleri uyarlamaları, maliyet düşüklüğü, hız, tarafların birbirlerine en etkin şekilde ulaşabilmesi, tanıtımların çok kısa zamanda yapılabilmesi ve iletişimlerin sürekli hale gelmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dijital liderlik bilgi toplumundaki temel sektörlerinde (içerik, bilgi işlem, multimedya, iletişim vd.) liderliği ifade ettiğinden, dijital liderin bilgi toplumu geçişinde yaptığı katkılarla işlevsellik kazanabilmektedir. Bu katkılarda farkındalık oluşturmak, kaynaklarda hareket sağlamak, dijital liderlik için önem taşımaktadır (Wilson III vd., 2004).

Çevrede meydana gelen olumsuz gelişmeler tüketicilerin çevreye olan farkındalıklarını artırmış ve işletmelerin çevreye karşı daha duyarlı olmalarını zorunlu hale getirmiştir. İşletmeler sektörlerindeki tüm değişimleri dikkate alan uygulamalarla; sürekliliklerini sağlama ve rekabette başarılı olma olanağını elde etmektedir. Bu kapsamda dijital teknolojiler; yenilikler hakkında bilgi sahibi olma, sürekli öğrenme, işletmenin hedeflerini gerçekleştirme, etkin iletişim, maliyet düşüklüğü, hizmet kalitesi ve karlılık açısından işletmelere önemli kazanımlar sağlamaktadır. Diğer taraftan dijital teknolojileri işletmelerine uygulayan liderler, çevreci yaklaşımlarla tüketicilerin beklentilerine uygun ürünler üreterek, müşterilerin işletmeye bağlılığını, marka tercihlerini, sürekli olmalarını daha etkin bir şekilde sağlayabilmektedirler.

Bu bağlamda yeşil dönüştürücü liderler, dijital teknolojileri de işletmelerine uyarlayarak; tüketicilere sundukları mal ve hizmetlerde kalitelerini yükseltebilmekte, karlılıklarını artırabilmekte, marka imajlarını daha geniş kitlelere tanıtabilmekte ve rekabette başarılı bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilmektedirler.

2. YEŞİL DÖNÜŞTÜRÜCÜ LİDER

Yeşil dönüştürücü liderler, karizmatik etkisiyle yeşil davranışlar sergileyerek, çalışanlara rol model olmakta, sürdürülebilir çevreyle alakalı duyarlılıkları ile çalışanlarının da duyarlılığını artırıp, çevreye duyarlı yeşil davranışları arttırmasını sağlamaktadır (Kim vd., 2017).

2.1. Yeşil Dönüştürücü Lider Kavramı

“Yeşil” in kelime anlamı, çevresel politikalarda geliştirmesi ve sürecin hayata geçirilmesini nitelendiren, çevrecilik ile ilgili bir kavram olarak açıklanabilir (Uslu ve Kedikli, 2017). “Çevre dostu” olarak da ifade edilen “yeşil” kavramı; doğal çevrenin, ekonomik ve sosyal çevre ile bütünleşmesi ile oluşan sürdürülebilir davranışlardır (Kılıç ve Vatansever, 2017). Yeşil dönüştürücü liderlik; çevresel hedefe ulaşmak amacıyla çalışanlara motivasyon sağlayarak, beklenen düzeyin üstünde performans için ilham kaynağı olunmasıdır. Diğer bir anlatımla yeşil dönüştürücü liderlik; yeşil hizmet ve ürünler, yeşil süreci ve de özgün, yeni olup, yararlı görünen yeşil uygulamaların geliştirilmesi süreçlerinde yeşil yaratıcılığı, yeşil davranışı teşvik ederek yeni fikirler üretilmesini sağlamaktadır (Chen ve Chang, 2012).

Dönüştürücü liderlikte Burns (1978) ile başlayan çalışmalar Bass (1985) ile devam ettirilerek, çoğu çalışmaya örnek olarak öncülük etmektedir. Yeşil dönüştürücü liderliği ise; çalışanların motivasyonunu sağlayıp, ilham kaynağı olma, çevresel yeniliklere teşvik etme ve kurumsal amaçlara hizmet etme gibi özellikleriyle açıklamak mümkündür (Liv vd., 2020). Aynı zamanda çalışanların değer, öncelik ve ihtiyaçlarını anlayıp, onlarla kurduğu duygusal bağ sayesinde; dönüştürücü liderlerin dönüşüm sürecinde öncülük ederek, kurumsal değişimi gerçekleştirmek amacıyla çalışanların kendileriyle sunulan vizyonu içselleştirerek, özdeşleşmelerini sağlama hedefleri gerçekleşmektedir (O’Reilly ve Chatmann, 2020). Çevreci olan yeşil işletmelerin faaliyetleri; çevre zararını azaltmayı amaçlayan, “çevre dostu” anlayışını kurumun kültürüne yansıtmayı, sosyal sorumluluğu kurumun yapı taşı haline getirmeyi hedefleyen ve topluma karşı da sosyal sorumluluğunu gerçekleştiren kurumlar olarak dikkat çekmektedir (Karaca, 2013).

2.2. Yeşil Dönüştürücü Liderlikte Amaç

Yeşil dönüştürücü liderlerin amaçları, vizyonları ile çalışanlarına ilham vermek, sürecin içine dahil edebilmek, ekip bağına güçlendirmek için de katılımcılık yaparak özgün bir ağ oluşturmak, herkes hakkında bilgiye sahip olarak bu bireyleri ilgi alanlarını ve isteklerini önemseyerek bir araya getirip, güçlü taraflarını öne çıkarmak şeklinde sıralanabilir (Yücebalkan, 2020).

Dünya nüfusundaki artış, çevresel kaynağın azalmasını tehdit ederek, artan tüketimin sonucu kaynaklardaki bilinçsiz kullanımlar; çevre kirliliğine, iklimsel değişimlere ve ekolojik sorunun artışına neden olduğu bilinmektedir. Toplumun gündemini oluşturan bu sorunların, varlıkları kaynaklarının devamlılığına bağımlı olan işletmelerin gündemini de meşgul etmesi mümkündür (Singh vd., 2020). Bu sebeple çalışma ortamında israf etmemek, iş sürecinde etkinlik sağlamak, bu sırada çevresel anlamda, çalışanlarını çevresel kirliliğin azaltılması için desteklemek gibi çalışanın yeşil davranışlarını ortaya çıkarmak ve davranış sürekliliğini sağlamak gerekmektedir. Yeşil davranışların ise geleneksel yönetim tarzları ve liderlik yaklaşımlarından beklenmesi doğru olmayacaktır. Dolayısıyla yeşil davranışları, yeşile önem verip, hassasiyeti olan, davranışlarıyla yeşili öğreten ve çalışanlara örnek teşkil eden, çevreci hedefleri belirleyerek, çalışanlarının bu hedeflere ulaşmasını destekleyen yeşili dönüştüren liderler yaygınlaştıkça mümkün olmaktadır (Kerse, vd., 2021).

2.3. Yeşil Dönüştürücü Liderliğin Boyutları

Yeşil dönüştürücü liderlik, kurumsal hedeflerin çalışanlarca içselleştirilmesini sağlayarak, çalışandaki yeşil bilinci artırımı hedefleyip, bu bilinci davranış tarzına dönüştürmek konusunda örnek teşkil eden ve çalışanları çevresel hedeflere ulaşılırken beklentiden fazlasını motivasyon yoluyla yaptırabilen liderlik uygulamalarıdır (Kerse, vd., 2021). Yeşil dönüştürücü liderliğin boyutları, çevre dostu vizyon, çevre dostu plan, çevre dostu hedef ve çevreci fikirler geliştirme başlıkları altında aşağıdaki şekilde izah edilmektedir.

2.3.1. Çevre Dostu Vizyon

Yeşil yöneticiler, gereken değişim dinamiklerinde öncülüğü sağlayabildiğinden önem taşımakta, çevreci sürdürülebilirlik örgütte amaç belirlemek önem kazanmakta ve örgüt içinde örnek teşkil etmektedirler (Köşker ve Gürer, 2020). Yeşil yöneticilerin doğa dostu uygulamaları geliştirerek, çalışanların çevreye faydalı gönüllü çalışmaları için zemin oluşturup, çevreci değeri benimseyerek desteklemeleri ve normları oluşturmaları sayesinde yeşil davranışı arttırmaya büyük katkı sağlamaktadır (Kılıç ve Vatansever, 2017).

Çevreye faydalı davranışların artırılması için uygulanan iyileştirme programları üç gruba ayrılmaktadır (Ones ve Dilchert, 2012);

1. Çevre dostu olan bir işletmedeki halkla ilişkiler departmanının imajı önem taşır ve işletmenin uyguladığı sosyal sorumluluk uygulamalarına önem verilir.
2. Çevre dostu olan işletmeler, yasalar ile uyumlu tutumlar sergiler.
3. “Çevre dostu” aktiviteler yaptıklarına dair bilgiler, web sitelerinden kamusal duyuru için yayınlatmanın haricinde duyurulmaz.

2.3.2. Çevre Dostu Plan

Çevre dostu plan, çevre dostu ürünleri üretme, yeşil araştırma, yeşil üretimi ve gelişimini sağlayarak, yeşil pazarlama ile çevresel etkiyi minimize edebilmek için yapılan çalışmalardır. Bu kapsamda yeşil yönetiminde, işlenmemiş girdiler ile yenilenemez enerjilerin kullanım oranlarını artırmak amacıyla, malzeme ve enerji kullanımda tasarrufa gidilmesi, geri dönüştürülebilir malzemelerden yararlanılması, ayrıca yenileme sayesinde tüketim telafisi yapılması gibi uygulamalar amaçlanmaktadır (Hancıoğlu, 2018).

2.3.3. Çevre Dostu Hedef

Yeşil işletmeyi hedefleyen bir örgütteki uygulamalar, devamlı yapılan yeniliklerle alakalı tüm faaliyetlerini, çalışanlarına yeşil fikrine alıştırmak için liderlerin insan kaynaklarının yönlendirildiği anlayıştır. Dolayısıyla yeşil yönetimi, sürdürülebilirliğe destek olmak ve çevresel hedeflerine ulaşabilmek için çalışanların yeşil faaliyetlerde etkin bir şekilde yer almalarına yönelik süreçleri yönlendirmeyi kapsamaktadır (Opatha ve Arulrajah, 2014). Ayrıca işletmeler çevre dostu hedeflerini gerçekleştirebilmek ve sürdürülebilirlik sağlayabilmek amacıyla yeşil politikayı uygularken, kaynakların israfı önlenmekte ve sürdürülebilirlik faaliyetleri ön planda tutulmaktadır (Demir-Uslu ve Kedikli, 2017). Bu kapsamda, geri dönüşümde kaynakların verimliliğini sağlayacak çevreci yaklaşım için dört uygulamadan bahsedilmektedir ve bunlar (Toyota, t.y.); 1. Çevre dostu malzeme kullanımı, 2. Parça kullanımı ömrünün artırımı, 3. Geri dönüşüm teknolojilerindeki gelişimin sağlanması, 4. Ömrü biten araç malzemeleri kullanarak yeni araç üretimi yapılması şeklinde sıralanmaktadır.

2.3.4. Çevreci Fikirler Geliştirme

Çevreci fikirler geliştirme anlayışı, daha kaliteli yaşam sürmenin formülünü aranması olarak açıklanmaktadır. Çevrecilik özünde insanların çevreye verdiği zararın farkına varması, çevrenin özel değerinin olduğu bilincinde olarak, günümüzde çevrenin sanayileşmeden sebeple uğradığı yıkımların her yönü ile sorgulanmasıdır (Turgut, 2009). Tarih boyunca insanların erdem, mutluluk ve iyi yaşam sürmek istedikleri idealleri bulunmaktadır. Bu durum doğrudan çevreciliğe değil; adaletsizlik, güç, zenginlik ve otoriteye karşı karşıtlık olarak dolaylı yoldan çevreciliği olumsuz etkileyen tutumlar kapsamında düşünülmektedir (Kayaer, 2013).

İnsanlardaki çevre bilincinin oluşmaya başlamasıyla çevre zararını düşünmeyen firma ve yönetimler; protesto, pasif direniş gibi çeşitli eylemler ile çevreci anlayışlara yönlendirilmektedir. Bireysel çıkışlarda çevreci dernek ve vakıflar bünyesinde kitlesel güce dönüşüm de bu tarzda etik yaklaşım etkilerindedir. Gerçekleştirilecek organize, güçlü, etkili sonuç veren, geniş katılımlı eylemlerde, çevreci dernekler ile vakıfların çevre etiğini düşünerek gösterdiği başarının altında, söz konusu etik yaklaşım tarzlarının bilimsel ve teorik temellerinin olması gerçeği; insanlar için de çevre etiği kavramı anlamının “yaşanabilir çevre içinde yaşamak”, ayrıca gelecek kuşak için “yaşanabilir çevreyi” bırakılması amacına yöneliktir (Kayaer, 2013).

3. DİJİTAL LİDER

Dijital lider; dijital okuryazarlık kazanmış olan, küresel nitelikte düşünebilen, farklı yaş grupları ve kültür ile çalışabilen, yenilik açık olup değişim yapabilen, iş birliğini önemseyen, kararlı, katılımcı liderdir (Mert, 2021). Bu kapsamda bilişim teknolojilerine adapte olan, birkaç yabancı dili konuşabilen, yaratıcılık özelliklerine sahip, çalışanlarla sürdürülebilir ilişkileri kurabilen, takım çalışmalarına yatkın lider özelliklerine sahip bireylerin işletmelerde görev alması büyük öneme sahiptir (Yelkikalan & Pazarcık, 2005).

3.1. Dijital Lider Kavramı

Dijital liderliğin birbiriyle hem alakalı hem de farklı olan liderlik kategorileri; “dijital çağda liderlik” ve “dijital liderlik” olduğunu Endüstri 4.0 öncesi, “dijital çağda liderlik”, bilginin daha yoğun olduğu topluma geçişte, bir sektördeki kurumda liderliği açıklamaktadır. “Dijital liderlik” de bilgi toplumunda çekirdek sektörler olan çoklu medya, iletişim, basın-yayımda liderlik anlamı taşımaktadır. Fakat bu iki liderlik modeli birbirine benzemekte, ikisi de tedarikçi ile müşterileri birbirine bağlamak amacıyla çekirdek iletişim ve bilgi teknolojileri sektörlerinden yararlanabilmektedir. Bu sebeple rekabette başarılı olmayı hedefleyen liderler, dijital gelişmelerin farkında olarak, yeni fırsatlar ve kısıtlamaları dikkate alarak etkili şekilde kullanmak durumundadır (Wilson III vd., 2004). Küreselleşmenin yaygınlaştığı günümüzde, Endüstri 4.0 işletmeler için oldukça önemli hale gelmiş olup, teknolojiye meydana gelen gelişmeler nedeniyle yeniliklerin öneminin daha da artması beklenmektedir. Artan rakabet koşullarında varlıklarını başarılı bir şekilde sürdürmeyi hedefleyen işletme yöneticilerinin, gelişmelerin farkında olarak faaliyetlerini değişimlere uyumlu bir şekilde yürütmeleri gerekmektedir (Yelkikalan vd., 2021).

Dijital liderlikte, kapsayıcı ve genel bir tanım ile geniş teknoloji erişimlerini kullanarak çalışanlarının yaşam koşullarını iyileştirip, refahını düşünülmektedirler (Miller 2018). Dijital liderlik, iş ekosistemi ve işletmeler ve de dijitalleşmede stratejik başarı için gereken şeylerin doğru yapılması olarak izah edilmektedir. Ayrıca dijital liderlik, iş stratejileri ve modelleri, kurumsal platformlar, bilgi teknolojilerinin işlevi, beceriler setleri ve örgüt içinde farklı düşünme ayrıcalığıdır (El-Sawy vd., 2016). Bu nedenle dijital liderler yeşil bir çevre için bilgi teknolojilerini, yönetim sistemini, faaliyet stratejisini geliştirerek bu alanları çapraz biçimde beslemektedir ve dijital liderlik algısını belirlemek için, liderlik türlerindeki farklılıklar ile benzerlikleri ortaya çıkaran çalışmalara ihtiyaç doğmaktadır (Ordu ve Nayır, 2021).

3.2. Dijital Liderliğin Önemi

Dijital dönüşüm başarısı için dijital liderlik önem taşımakta ve müşteri katılımı, gelişmiş tekniksel araçlar, depolama kapasitesinin artırılması gibi ihtiyaçlar doğmakta ve dijitalleşmeyi çeşitli şekillerde desteklemek amacıyla işletme kültürünün oluşturulması gerekmektedir (El-Sawy vd., 2016). Teknoloji kişisel kullanıma bağlı olarak, her liderin sistematik yönünü etkilemektedir. Dolayısıyla da dijital liderliğin yön belirlerken, başkalarını etkilerken, bilgiye erişirken, sürdürülebilir değişim başlatmada ve gelecekteki işletme başarısında önem taşıyan, teknolojik yeniliğin öngörüsü için çalışmasıdır (Sheninger, 2014).

Liderlik ile dijital yetkinlik birbiriyle yakın ilişkide iki kavramdır. Liderin belirli alanlarda otorite kurması, dijital ortamda güç sağlamak için, kullanıcılara yalnızca çevrimiçi varlıklarda değil, dijital araçları kullanırken yapılan müdahaleleri de kolaylaştırıp, gelişimlerini sağlayan yetkinliği kazanması önem taşımaktadır (Narbona, 2016).

3.3. Dijital Liderliğin Boyutları

Dijital liderlik boyutları literatürde, dijital liderlikte yönlendirme, iletişim ve bilgi başlıkları altında aşağıda izah edilmektedir.

3.3.1. Dijital Liderlikte Yönlendirme

Dijital liderlik yönlendirmeleri, başkalarını etkileme biçimlerini, bilgi erişimi sayesinde sürdürülebilir değişim başlatmayı ve gelecek başarıları için önemli olan değişimleri öngörmeyi içermektedir (Sheninger, 2014).

3.3.2. Dijital Liderlikte İletişim

Dijital teknolojiler ile iletişim hızındaki artış ve anlık mesajlaşmalar ya da dosya paylaşımları gibi uygulamalar kullanmanın yaygınlaşmasıyla, lider-çalışan arasındaki etkileşim ve iletişim de kolaylaşmaktadır (Subramanian, 2018). İletişim ile iş birliği yaparken, dijital teknolojilerin kullanımına

başlanmıştır. Ayrıca da resmi işlemlerin, üretim ve eğitim gibi konuların, dijital teknolojilere doğru entegre edilip, kullanımı iletişimin özelliklerini benimseyen lider davranışlarındandır. İletişim ile iş birliğinde internet etiği bilen, çevrimiçi ortamda dijital kimlik yönetimi yeterliliği bulunan, dijital liderlere ihtiyaç doğmaktadır (Öz, 2020).

3.3.3. Dijital Liderlikte Bilgi

Dijital teknoloji içeriğinde bilgi sahibi, sürekli öğrenme odaklı, dijital teknoloji süreçlerini uygulayan, işletmenin hedefleri ile amaçlarını yansıtan ve bunları yapmak için kültür, strateji, iletişim, veri ve teknolojiyi harmanlayan kişiler dijital liderlerdir (Mert, 2021).

“Dijital lider”, zor zamanlarda derin kavrama ve bilgi ile yönlendiren, karar verirken bilgiyi yorumlayan, sentezlenme ve varsayım bilgilerini kullanma amacıyla yetkinliğe sahip olmak anlamına gelmektedir (Özmen, vd., 2020). Dijitalleşme bilgi yönetiminde, işletmelerde rekabet avantajını sağlayan kritik yeteneği olarak yorumlanmaktadır. İşletmeler yalnızca bilgiye değil, bilginin uygulamaya konmadaki araçlara da ihtiyaç duymaktadır (Artüz ve Bayraktar, 2019).

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Dijital teknolojileri kullanan işletmeler elde ettikleri avantajlar nedeniyle klasik anlamda faaliyetlerini yürüten işletmelere göre daha başarılı olma olanağını elde etmektedir. Bu bağlamda, dijital teknolojiler işletmelerin, dünya pazarlarına girişini kolaylaştıran, dünya müşterileri ile muhatap olmasını sağlayan, yeni gelişmeleri anında takip edebilen, yenilikleri daha kolay uyarlayabilen, çalışanların kariyer gelişimlerini sağlayan, mal ve hizmetlerini daha kaliteli olarak piyasaya sunabilen bir duruma getirmektedir. Bu nedenle işletmelerin, dijital teknolojileri takip etmeleri, bunları mümkün olduğu kadar işletmelerine uyarlamaları, mal ve hizmet kalitelerini artırmaları önerilebilir.

Dijital teknolojiler, işletme çalışanlarının verimliliğini artırmasında, yöneticilerin bilgi sahibi olmasında, öğrenmenin sürekli hale getirmesinde, sürekli bir şekilde tüm çevreyle iletişimde olunmasında, çalışanların kariyerlerinin geliştirmesinde, karlı bir şekilde faaliyetlerin sürdürmesinde, maliyet düşüklüğü sağlamada ve çevre ile sürekli iletişimde bulunabilme avantajlarının sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Öneri olarak dijital teknolojileri işletmelerin en kısa zamanda mal ve hizmetlere uyarlamaları, çalışan personelin katılımını sağlamaları, piyasa rekabetinde üstünlük sağlanması, müşteri memnuniyeti ve verimlilik açısından önemli kazanımların sağlanmasına neden olabilir.

Yeşil dönüştürücü liderler, belirlenen hedeflerin çalışanlar tarafından benimsenmesini, temiz çevre bilincinin artırılmasını, temiz çevre bilincinin tutumlara dönüşmesine, sergilenen örnek davranışların takipçilere rol model olmasına destek olan yöneticiler olarak tarif edilmektedir. Öneri olarak çevre sorunlarının giderek arttığı gerçeğiyle karşı karşıya kalan işletmelerin, temiz çevre bilincinin genel tutumlar haline getirecek uygulamalarda bulunmaları, daha yaşanabilir bir çevrenin oluşmasına, toplumun sağlıklı yaşamasına, ekonomilerin gelişmesine ve gelecek kuşaklara daha temiz bir çevre mirasının bırakılmasına neden olabilir.

Sanayileşme ve artan rekabet nedeniyle işletmelerin mal ve hizmet üretiminde çevreye duyarlı davranmamaları ve bireylerin çevreyi koruyucu tutumlarda bulunmamaları sonucunda, sınırlı olan doğal kaynaklar azaltılmakta, artıklar nedeniyle yaşanabilir çevre günden güne kirlenmekte, hastalıklar-salgınlar oluşmakta, yangınlar-sel felaketleri çok daha fazla gündeme gelmekte ve karşılaşılan sorunlar çok daha fazla artmaktadır. Bu kapsamda öneri olarak, işletmelerin, kamu kurumlarını, toplumun, ilgili kurum ve kuruluşların çevreye verilen zararın farkına varmaları, birlikte hareket ederek gerekli önlemleri almaları, kirliliği önleyen uygulamaları başlatmaları ve düzeltme önlemlerinin sürekli hali getirilmesi, temiz bir çevre için tüm taraflara önemli kazanımlar sağlayabilir.

Ülke, hatta ülkeler genelinde temiz bir çevre yönetimi için dijital teknolojilerin uygulamaya alınması, yeşil dönüştürücü anlayışta olan liderlerin öncülük ederek tüm yenilikçi uygulamaları takip ederek işletmelerine kazandırmaları, bireylerin çevre farkındalıklarının artırılarak çevre kirliliğinin önlenmesi ve gelecek nesiller için daha yaşanabilir bir çevrenin genel olarak bırakılması mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Artüz, S.D. ve Bayraktar, O. (2019). Dijital liderlik uygulaması ile örgütsel öğrenme ilişkisi. *International Social Innovation Congress*, 16-17 October, İstanbul, 143-155.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. Collier Macmillan.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- Chen, Y. S. and Chang, C. H. (2012). The determinants of green product development performance: green dynamic capabilities, green transformational leadership and green creativity. *Journal of Business Ethics*, 116, 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>
- Demir-Uslu, Y., ve Kedikli, E., (2017). Sürdürülebilirlik kapsamında yeşil insan kaynakları yönetimine genel bir bakış. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 52(3), 66-81.
- El Sawy, O.A., Kræmmergaard, P., Amsinck, H. and Vinther, A.L. (2016). How LEGO Built the foundations and enterprise capabilities for digital leadership. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 141-166.
- Hancıoğlu, Y., (2018). Yeşil yönetim, D. Uslu, Y., der., içinde *Yeşil İşletme, Green business*, Nobel Yayıncılık.
- Karaca, Ş. (2013). Tüketicilerin yeşil ürünlere ilişkin tutumlarının incelenmesine yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13(1) 99-111.
- Kayaer, M. (2013). Çevre ve etik yaklaşımlar. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 63-76.
- Kerse, G., Maden, Ş., ve Selçuk, E. T. (2021). Yeşil dönüştürücü liderlik, yeşil içsel motivasyon ve çalışanın yeşil davranışı: ölçek uyarlama ve ilişki tespiti. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1574-1591.
- Kılıç, N., ve Vatansver, Ç. (2017). *Çalışanların “yeşil” tutum ve davranışları ile yaşam değerleri ilişkisi*, İçinde Turgut, T. ve Çinko, M. (Eds.), Değerli insana “değer”li çalışmalar. Beta Yayınevi.
- Kim, A., Kim, Y., Han, K., Jackson, S. E. and Ployhart, R. E. (2017). Multilevel influences on voluntary workplace green behavior: individual differences, leader behavior, and coworker advocacy. *Journal of Management*, 43(5), 1335-1358.
- Köşker, Z., ve Gürer, A. (2020). Sürdürülebilirlik çerçevesinde yeşil örgüt kültürü. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6(1), 88-109.
- Li, W., Bhutto, T. A., Wang, X., Maitlo, Q., Zafar, A. U. and Bhutto, N. A. (2020). Unlocking employees' green creativity: the effects of green transformational leadership, green intrinsic and extrinsic motivation. *Journal of Cleaner Production*, 255, 120-229. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120229>
- Mert, G. (2021). Dijital dünyada yeni bir boyut: dijital liderlik. *Satınalma Dergisi*, 97, 50-51.
- Miller, C. (2018). Digital Leadership: Using the internet and social media to improve the lives, well-being and circumstances of others. *Journal of Family and Consumer Sciences; Alexandria*, 110(1), 45-48.
- Narbona, J. (2016). Digital leadership, twitter and pope francis. *Church, Communication and Culture*, 1(1), 90-109.
- O'Reilly, C. A. and Chatmann, J.A. (2020). Transformational leader or narcissist? How grandiose narcissists can create and destroy organizations and institutions. *California Management Review*, 62(3), 5–27.
- Ones, D. & Dilchert, S. (2012). Environmental sustainability at work: a call to action. *Industrial and Organizational Psychology*, 5, 447–469.
- Opatha, H., and Arulrajah, A. A., (2014). Green human resource management: simplified general reflections. *International Business Research*, 7(8), 100-112.
- Ordu, A., and Nayır, F. (2021). What is Digital leadership? A Suggestion of the definition. *E-International Journal of Educational Research*, 12(3), 68-81.

- Öz, Ö. (2020). Dijital Liderlik: Dijital dünyada okul lideri olmak. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(1), 45-57.
- Özmen, Ö.N.T., Eriş, E. D., ve Süral, P. Ö. (2020). Dijital liderlik çalışmalarına bir bakış. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 57-69.
- Sheninger, E. (2014) Pillars of digital leadership. *International Center for Leadership in Education* , 1(4).
- Singh, S. K., Del Giudice, M., Chierici, R., and Graziano, D. (2020). Green innovation and environmental performance: the role of green transformational leadership and green human resource management. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119-762.
- Subramanian, K., R. (2018). Technology and transformation in communication. *Journal of Advance Research in Electrical & Electronics Engineering*, 1(1), 38-50.
- Toyota, (t.y.). Çevre yönetimi, Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye A.Ş. [https:// www.toyotatr.com/?m=p&pid=26](https://www.toyotatr.com/?m=p&pid=26).
- Uslu, Y.D. ve Kedikli, E. (2017). Sürdürülebilirlik kapsamında yeşil insan kaynakları yönetimine genel bir bakış. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 52(3), 66-81. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi>.
- Wilson III, E. J., Goethals, G. R., Sorenson, G., and Burns, J. M. (2004). Leadership in the digital age, *Encyclopedia of leadership*, 4, 858-861.
- Yelkikalan, N., & Pazarcık, Y. (2005). İşletme eğitiminde global perspektif: ÇOMÜ Biga İİ BF örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2005(2), 1-20.
- Yelkikalan, N., Kırılmaz, S. K., & Ayhün, S. E. (2021). İşletme yöneticilerinin Endüstri 4.0 ve insan kaynakları yönetimi algılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 651-666.
- Yücebalkan, B. (2020). Holistik perspektiften güncel liderliğe bir bakış: dijital liderlik + Yeşil transformasyonel liderlik. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 6(18), 388-396.