

Telekomünikasyon Sektöründe Liberalizasyon ve Türkiye'deki Durum

Filiz GİRAY

Ekonomik ve sosyal amaçlara ulaşmada bir araç olarak telekomünikasyonun önemi gittikçe artıyor. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı büyümeyle birlikte, ülkeler telekomünikasyon sektöründe reformlar başlatmışlardır. Reformlar bir süreci içermektedir. Liberalizasyon ve özelleştirme bu sürecin temel aşamalarıdır. Liberalizasyon, sektörde rekabetin gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada, liberalizasyon aşaması, önemi ve Türkiye uygulaması incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Telekomünikasyon sektörü, telekomünikasyon sektöründe liberalizasyon, Türk telekomünikasyon sektörü.

The Liberalization and The Case of Turkey in Telecommunications Sector

Filiz GİRAY

The importance of telecommunications as a tool to achieve economic and social goals is getting increase. With rapid growth in information and communication technologies, countries have started reforms in telecommunications sector. Reforms include a progress. Privatization and liberalization are the main stages of reforms. Liberalization contributes to enhance competition in the sector. In this study, the stage and importance of liberalization and the implementation of Turkey are investigated.

Keywords: Telecommunication sector, liberalization in telecommunications sector, Turkish telecommunications sector.

21.Yüzyılın Bilimi: Şebekeler Bilimini ve Barabási'yi Anlamak

Deniz TAŞCI

Yönetim alanının, her dönemin başat bilimsel paradigmasını izlediği söylenebilir. Bu yüzyıla kadarki bilimsel paradigma dünyayı, sistemleri, örgütleri anlamak konusunda indirgemeci yaklaşmıştır. Ancak örgütlerin makine olmadığı düşünülürse organik olan yaklaşımların ve metaforların örgütleri anlamak konusunda farklı yararlar oluşturabileceği ileri sürülebilir.

Çünkü bilindiği gibi yeni metaforlar, yeni düşüncelerin yolunu açabilirler. Bu çalışmanın konusunu oluşturan şebekeler bilimi, şu anda karmaşık olduğu kabul edilmiş olan dünyanın ve örgütlerin anlaşılmasında önemli bir tartışma konusudur.

Şebekeler bilimini anlamak, örgütleri daha iyi anlamaya ve çözümlenmeye neden olabilir. Belki de şebekeler bilimi örgütlere tercüme edildiğinde kuruluşlar açısından inanılmaz olanaklar getirebilir.

Bu çalışma, yukarıda sözü edilen çerçeve esas alınarak yeni bir bilim olan şebekeler bilimini tanıtmak amacıyla ağırlıklı olarak Albert-László Barabási'nin Bağlantılar adlı çalışması ve yaklaşımı esas alınarak hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şebekeler bilimi, şebekeler, örgütlenme.

The Science of the 21st Century: Understanding the Networks Science and Barabási

Deniz TAŞCI

It could be said that the management issues follow the predominant scientific paradigm of the time. The scientific paradigm of the previous century did not acknowledge the wisdom of understanding the world, the systems and the organizations. Only if the organizations are taken as organic beings rather than machines, one can perceive the metaphors and approaches about the organizations.

As it should be known best, the new metaphors might clear the way for new ideas. The science of network, the focus of this study, has recently been a widely pronounced discussion topic which could be the key for a door of the hardly understood world and organizations.

Understanding of the networks science could lead to understanding and analyzing the organizations thoroughly. When the networks science is made clear for the organizations, it could come with great opportunities for the institutions.

This study focuses on networks science to introduce it and underline its importance as stated above, broadly basing on Albert-László Barabási's study, "The New Science of Networks".

Keywords: Networks science, networks, organizing.

Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri

Koray GÜRPINAR
Mehmet BARCA

Bu çalışmanın amacı Türk mobilya sektörünün uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü araştırmaktır. Çalışma iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. Birinci aşamada, ulusal ve uluslararası ihracat ve ithalat verileri kullanılarak çeşitli indeksler ile sektörün uluslararası pazarlardaki rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci aşamada belirlenen rekabet gücünün dayanakları Porter'in geliştirdiği elmas modeli ile analiz edilmeye çalışılmıştır.

Uluslararası pazarlardaki performansa bağlı olarak 2001-2004 döneminde Türk mobilya sektörü için hesaplanan endeks değerleri I'ın altında ve 2005-2006 dönemi için de I'ın üzerindedir. I'ın altındaki endeks değerleri 2001-2004 arasında Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabette dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir. Endeks değerleri 2005-2006 dönemi için I'ın üzerinde gerçekleşmekte ve Türk mobilya sektörünün uluslararası pazarlarda rekabetçi üstünlüğe sahip bir konuma geldiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte bir trend olarak değerlendirildiğinde, Türk mobilya sektörünün 2001'den bu yana sürekli olarak artan bir rekabet gücü gösterdiği söylenebilir. Bu başarının arkasındaki nedenlere Porter'in elmas modeli çerçevesinde bakıldığında, ulusal pazarda artan talep ve talebin giderek daha fazla sofistike olması, nitelikli iş gücü ve firmaların dışa açılma stratejileri olduğu söylenebilir.

Yapılan indeks çalışmaları ve elmas modeli analizi değerlendirilmesi sonucunda, Türk mobilya sektörünün artan küresel rekabete rağmen rekabetçi konumunun zaman içerisinde güçlendiği gözlemlenmiştir. Ancak sektörün rekabet gücünü geliştirmek ve kalıcı kılabilmek için bundan sonra üretim odaklı ve maliyet kontrolü yerine Ar-Ge, tasarım ve pazarlama gibi daha ileri rekabet unsurları üzerine yoğunlaşmak gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mobilya sektörü, uluslararası rekabet gücü, uluslararası ticaret göstergeleri & endeksleri, elmas modeli.

Determining the Level of International Competitive Advantage of Turkish Furniture Industry and its Sources

Koray GÜRPINAR
Mehmet BARCA

This study aims at exploring the international competitive advantage of Turkish furniture industry. The study has been designed in two stages. In the first stage, the competitive advantage of the sector has been tried to be determined using various indices about national and international export and import data. In the second stage, the sources of the competitive advantage which is determined in the first stage have been tried to be explained with the Porter's diamond model.

The calculated index values of Turkish furniture industry for the period 2001-2004 are under I, and over I for the period 2005-2006, depending on the performance in the international markets. The index values under I show that Turkish furniture industry has disadvantage in the international competition between 2001-2004. The index values being over I for the period 2005-2006 indicates that Turkish furniture industry has got the competitive advantage in the international markets. However it can be said that the Turkish furniture industry has increasingly showed competitive advantage since 2001, as it is evaluated as a trend. It can be said that increasing demand in the national market and getting more sophisticated demand, qualified labor force and the foreign market oriented strategies of the firms are the reasons behind this success in the perspective of the Porter's diamond model.

It has been concluded that Turkish furniture industry has been strengthened its competitive position in the global competitive markets in which competition is gradually increasing through the evaluation of conducted index study and Porter's diamond model analyze. But, in order for the industry to strengthen and sustain its competitive advantage it is necessary to concentrate on the advanced competitive factors such as R&D, design, and marketing instead of production focused and cost controlled production.

Keywords: Furniture industry, international competitive advantage, international trade indicators & indices, diamond model.

Örgüt Kültürü Tipleri İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma

Ramazan ERDEM

Bu çalışmanın amacı, hastanelerin ilişkili oldukları örgüt kültürü tiplerini belirlemek ve örgüt kültürü tipleriyle örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu amaçla Elazığ ilinde farklı özellikteki altı hastaneden 256 çalışana ulaşılmıştır. Hastanelerin örgüt kültürü tipini belirlemek için Deshpande vd. (1993) tarafından geliştirilen örgüt kültürü anketi; çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemek için Porter vd. (1974) tarafından geliştirilen ve Erigüç-Kaygın (1994) tarafından Türkçe'ye uyarlanan örgütsel bağlılık anketi kullanılmıştır. Analizler sonucunda hastanelerde hiyerarşi kültürünün güçlü, klan kültürünün zayıf olduğu görülmüştür. Çalışmada örgüt kültürü tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki adimsal çoklu regresyon analizi ile incelenmiş ve örgütsel bağlılık üzerinde klan kültürünün olumlu, pazar kültürünün ise olumsuz etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgüt kültürü türleri, örgüt kültürü, örgütsel bağlılık

Hedonik Alışverişin Cinsiyete Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma

Şucayır ÖZDEMİR
Fikret YAMAN

Alışveriş günlük hayatımız içinde önemli bir yer tutmaktadır. Alışverişten haz alma (hedonik alışveriş) müşterilerin davranışlarından birisidir. Bu çalışmada kadın ve erkek tüketicilerin alışveriş davranışları arasında fark olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla 301 kişinin katıldığı bir anketle birincil verilere dayalı bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre alışverişlerde daha hedonik davrandıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hedonizm, alışveriş, cinsiyet

The Relationships between Types of Organizational Culture and Organizational Commitment: A Study on Hospitals at City Center of Elazığ

Ramazan ERDEM

The aim of this study is to determine types of organizational culture of hospitals and to examine the relationships between types of organizational culture and organizational commitment. For this aim, it was reached 256 employees from six hospitals that have different characteristics in Elazığ. Organizational culture questionnaire, developed by Deshpande et al. (1993) was used to determine types of organizational culture of hospitals; organizational commitment questionnaire, developed by Porter et al. (1974) and adapted to Turkish by Erigüç-Kaygın (1994) was used to examine levels of organizational commitment. It was found that hierarchy culture was high, and clan culture was low in hospitals. The relationships between types of organizational culture and organizational commitment were analyzed by stepwise regression model, and it was found that clan culture had a positive effect and market culture had a negative effect on organizational commitment.

Keywords: Types of organizational culture, organizational culture, organizational commitment

A Study on Differentiation by Gender of Hedonic Shopping

Şucayır ÖZDEMİR
Fikret YAMAN

Shopping occupies a wide place in our daily life. Hedonic shopping is one of shopper behaviors. In this study, it has been investigated whether there are any hedonic differences between men's and women's shopping behaviors. For this purpose it has been applied hedonic shopping scale questionnaire by a face to face with 301 participants. According to result of the study, it's determined that women's shopping behaviors are more hedonic than men's.

Keywords: Hedonism, shopping, gender