IIB INTERNATIONAL REFEREED ACADEMIC SOCIAL SCIENCES JOURNAL
Summer July-August-September 2012 Volume:03 Issue:06
www.iibdergisi.com

VIRTUAL ORGANIZATIONS AND THEIR COMMUNICATIONS

Ş. *Güzin ILICAK AYDINALP1, Beste* GÖKÇE*2*

1Istanbul Kültür University, Faculty of Arts and Design, Department of Art Management
2Istanbul Kültür University, Faculty of Arts and Design, Department of Art Management

Mass data production and distribution of this production by computer technology in particular are among the indicators of the postmodern era. Formations emerged depending on the modern ages have led to the differentiation of the organizational structures as well. The new-generation information technologies have been helpful for the implementation of flexible organizational models. Virtual organizations are one of the leading post-modern organizational structures developed with intent to accommodate globalization. In this study, formation process of virtual organizational structure, causes of its emergence, its types and characteristics, advantages and disadvantages of virtual organizational structure etc. are discussed with the method of literature review. In addition, an answer is sought for the question of how the communication of a virtual organization must be. In this context, communication of the Turkish company CicekSepeti.com that collaborated with Amazon a short time ago has been investigated. The problems arising in communication of virtual organization have been tried to be identified and solution suggestions have been made.

Keywords: Post Modernism, virtual organization, communication, virtual communication, web page

SANAL ORGANİZASYONLAR VE İLETİŞİMİ

Modernizmin akılcı, işlevsel yapısından insanlar sıkılınca, farklılaşma arayışları, biraz akıldan uzaklaşma, gerçeklikten uzaklaşma isteği postmodernizm için uygun bir zemin oluşturmuştur. Modernizmin temel ilkelerini sorgulayan gerektiğinde eleştirel bir gözle bakan postmodernizm, her alanda bilinen birçok değeri yıkarak farklı kavramları hayatımıza sokmuştur. Böylece post-modernizm, yeni bir toplumsal ve kültürel oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni post modernist çağda, bilgi toplumu da kendine daha geniş bir yer edinmiştir. Kitlesel bilgi üretimi ve bu üretimin özellikle bilgisayar teknolojisi ile dağılımı, postmodern çağın göstergeleri arasında yer almaktadır. Yeniçağa göre ortaya çıkan oluşumlar, organizasyon yapılarının da farklılaşmasını sağlamıştır. Yeni kuşak bilgi teknolojileri esnek örgüt modellerinin uygulanmasına yardımcı olmuştur. Küreselleşmeye uyum sağlamak üzere geliştirilmiş post modern organizasyon yapılarının belli başlarından biri de sanal organizasyonlardır. Bu çalışmada literatür tarama yöntemi ile sanal organizasyon yapısının oluşum süreci, ortaya çıkış nedenleri, türleri, özellikleri, sanal organizasyon yapısının avantajları ve dezavantajlarına vb. değinilmiştir. Ayrıca sanal organizasyonun iletişimi nasıl olmalı sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda kısa süre önce Amazon ile işbirliğine giren Türk şirketi Çiçek Sepeti com'un iletişimi incelenmiştir. Sanal organizasyon iletişiminde ortaya çıkan sorunlar tespit edilmeye çalışılarak, çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır. Sanal organizasyon iletişimi ise her geçen gün daha da önem kazanmaya başlamıştır. Sanal ortam içerisinde iletişim karşılıklı fikir alışverişi yapılmasını kapsar. Bilgi ve verilere erişilmesi, kullanılması, dağıtılması, değiştirilmesi, paylaşılmasını da sanal iletişimde olması gereken süreçlerdir. Sanal ortamda etkin iletişimi sağlamak için mutlaka iletişim düzeni dizayn edilmelidir. Bu süreçte e-posta, sms, messenger, bilgisayar destekli video konferansı vb. gibi iletişim araçları kullanılmalıdır. Sanal organizasyon iletişiminde yöneticilerin çalışanlarla düzenli iletişim kurması, sanal çalışanları belirli periyotlarla araması gerekmektedir. Özellikle e-posta, sesli mesaj, video konferans servisiyle diyaloglar kurulmalıdır. Intranet ve ektranet ile iletişim ise hem kurum içi iletişimi hem de kurum dışında gerçekleşen iletişimi düzenlemektedir. Sosyal medyada kullanılan tweeter, facebook ve bloglarda sanal organizasyonun müşteri ile kurdukları bağlantı açısından her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Bu tür ortamlar sanal organizasyon ve hedef kitle arasında ilişki kurmasını sağlamaktadır. Kurumsal web sayfaları ise şirketlerin web üzerinde hedef kitle ile doğrudan iletişim kurdukları platformdur. Bu yüzden tasarım ve içeriklerine özen gösterilmesi gerekmektedir. Ayrıca hedef kitle ile buradan direkt iletişimde kurulmaktadır. Sanal organizasyonunda paydaş iletişimine de dikkat edilmelidir. Çok kısa sürede, internet çok geniş bir alandaki paydaşlar ile etkileşimde bulunmak için tüm amaçlara hizmet eden bir iletişim mecrası haline gelmiştir. Bu bilinçle sanal organizasyonların hareket etmesi gerekmektedir. Sanal organizasyonun medya iletişiminde reklam araçlarını etkin kullanma, sosyal sorumluluk projelerine ve sponsorluklara destek verme gereklidir. Kriz iletişimi için ise sanal organizasyonlarda daha önceden olası kriz senaryoları geliştirmeli ve gerekli kişiler görevlendirilmelidir. Çiçek Sepeti com, dengeli sanal organizasyonlar kapsamında yer almaktadır ve web tabanlı örgütler kategorisi içindedir. Tüketici gruplarına sattıkları ürünler hakkında web sayfasında bilgi sunarak, satışlarını internet üzerinden yapmaktadır.

ÇiçekSepeti.com'da e-posta, sms, messenger, bilgisayar destekli video konferansı vb. gibi iletişim araçları sürekli kullanılmaktadır. Sanal organizasyon yapısının lideri ve takım liderleri ile de çalışanlar arasında düzenli iletişim gerçekleşmektedir. Bu iletişim için ise özellikle e-posta, sesli mesaj, video konferans servisleri kullanılmaktadır. Intranet ve ektranet ile iletişim ise ÇiçekSepeti.com'da hem kurum içi iletişimi hem de kurum dışında gerçekleşen iletişimi düzenlemektedir. ÇiçekSepeti.com'da sosyal medyada etkin değildir. Tweeter, facebook ve bloglarda bu siteyi takip eden kişi sayısı fazla değildir. Bu tür ortamların sanal organizasyon ve hedef kitle arasında iletişim kurması açısından önemi büyük olduğu bu konuda çalışmalar yapılmalıdır. Organizasyonun kurumsal web sayfası ise yeniden düzenlenmeli şirket bilgileri güncellenmeli temel değerler bu sayfalara eklenmelidir. ÇiçekSepeti.com'da paydaş iletişimi içinde her türlü iletişim aracı kullanılmakta ve geri beslemelere önem verilmektedir. Sanal organizasyonun medya iletişiminde reklam araçlarını etkin kullanma, sosyal sorumluluk projelerine ve sponsorluklara destek verme gibi çalışmaları mevcut olsa da sayısının arttırılması şarttır. Çünkü kendi sektöründe lider konumda olduğu için şu anda yürütülen projeler bu konuma göre yeterli değildir. Kriz iletişimi için ÇiçekSepeti.com'da her hangi bir çalışma yapılmamıştır. Bu da ileride olası bir krizle karşılaşılırsa sorun yaşayabilecekleri ihtimalini ortaya çıkarmaktadır. Sanal iletişimin önemi kavranarak şirketlerin bu konuda eğitimler vermesi ve çalışmalar yapmasında beklenmektedir. Böylece organizasyonlar daha da başarılı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Post modernizm, sanal organizasyon, iletişim, sanal iletişim, web sayfası