

“YENİ İŞ MODELLERİ”

Değişen Tüketicie Değişen Yaklaşımlar...

Gelişmeler gösteriyor ki 21.yy sandığımızdan çok daha fazla şeyi değiştirecek, hem de kökünden. Üretim-Tüketim yapısındaki değişiklik yeni bir ekonomik modelin (Collaborative Economy) ayak seslerini iyice duyulur hale getirdi. Gelin biz buna “Paylaşım Ekonomisi” diyelim. Artık tüketim değil paylaşım, sahiplik değil fayda sağlama yaklaşımı ön plana çıkmış durumda. Bu durumu destekleyen yepyeni iş modelleri çoktan karşımıza çıkmaya başladı bile.

Müşteriler eskisi gibi değil, çok daha bilinçliler (*pro-sumers*¹) ve talepkârlar (*custowners*²). Yalnız bu talep sanıldığı gibi daha fazla değil, daha az ve bilinçli tüketmeye yönelik. Marka tercihi de artık farklı kriterlerle yapılmaya başlandı (çevreye saygı, sağlık, doğallık vb.). Marka bağlılığı ya da bağımlılığı ise anlık olarak değişkenlik gösterir oldu. Artık sahiplik ile satın alma arasındaki organik bağ da oldukça zayıflamış durumda. Bir üründen ya da hizmetten faydalanmak için satın almak gerekmediği kanısı iyice yaygınlaştı. Hatta satın alma bir açıdan israf ve boşa harcanan kaynak gözüyle görünmeye bile başladı denebilir. Mevcut kiralama ya da *leasing* sistemlerinin tam anlamıyla yanıt veremediği bir durum ile karşı karşıyayız. Önceki kuşaklar tarafından yaygın ateşine tutulan (kısmen haklı gerekçelerle ☺) **Y nesli** ise değindiğimiz tüm bu konularda çitayı oldukça yükseltmiş durumda. Geri-dönüşüm (*re-cycle*) ile başlayan çevresel farkındalık ve bilinçlenme süreci, önce ön-dönüşüm (*pre-cycle*³) sonra da serbest-dönüşüm (*free-cycle*⁴) ile ürün/hizmetin paylaşarak tüketimin azaltılması halini aldı. Bugün ise bu durum yeni iş modellerini doğurdu denebilir. Değişen tüketici ve tüketim alışkanlıklarına cevaben birçok sektörde, birçok yeni firma rekabet dengesini değiştirecek bir hızla kuruldu (yıkıcı inovasyon-*desruptive innovation*) ve çok kısa sürelerde (kulaktan kulağa pazarlama-*WOM marketing*) ciddi pazar payları elde etmeye başladı.

B2B (*business-to-business*), B2C (*business-to-consumer*)... Bu iş modelleri bugüne kadar duymaya alışık olduğumuz kavramlardı ama artık **P2P (peer-to-peer)**, **M2P (mentor-to-protégé)** gibi yepyeni iş modelleri ve kavramlarla karşılaşmaya başladık. İnternetin ve e-ticaretin iyiden iyie hayatımıza girmesi (internet ekonomisi-*internet of things*), akıllı telefonların yaygınlaşması ve de mobil cihazlar sayesinde (mobilizm-*mobilism*) anlık iletişimin (*instant connectivity*) artması artık hemen hemen herkesi bir mikro-girişimci haline getirdi. Bir iş kurmak için gereken sermaye miktarı (sabit maliyet) da artık iyiden iyie azalmış durumda. Yeni iş fikirleri için ucuz kaynak bulmak da eskisi kadar zor değil (melek yatırımcı-*angel investor*).

Genel anlamıyla eşler ya da denkler arası iş modeli anlamına gelen P2P iş modeli, ürün-hizmet sahipliğini paylaşmaya dönük bir gelir yapısı oluşturuyor. Bu model gerçek kişilerle anlık tecrübe ve/veya deneyim paylaşımı (M2P) olarak da farklı versiyonlara doğru evrilmeye başladı denebilir. Daha rahat anlaşılması açısından Türkiye’den birkaç örnek vermek gerekirse:

BlaBlaCar Türkiye (<http://www.blablacar.com.tr/>): Global bir araç paylaşım sisteminin Türkiye ayağını oluşturan şirket hem şehirlerarası hem de şehir içi ulaşımda kullanıcılara seyahat sırasında kendi araçlarındaki boş kalan koltukları belli bir ücret karşılığında doldurma şansı veriyor. Böylece hem araç sahipleri masraflarını düşürüyor hem de araç sahibi olmayanlar bu konforu paylaşma imkânına sahip oluyor.

Bla Bla Car

¹ **Professional consumer (Profesyonel tüketici):** Bilgiye ulaşmak kolaylaştıkça tüketiciler artık satın alacağı ürün/hizmetle ilgili çok daha fazla araştırma yapıyor ve neredeyse ürünün/hizmetin satışını yapan şirketlerden bile daha çok bilgiye sahip oluyorlar.

² **Customer owner (Sahiplenen müşteri):** Müşteriler tercih ve de takdir ettikleri markaları sahiplenip gelişmesi için katkıda bulunmaya hatta zorlamaya bile başladılar.

³ Örneğin; marketten aldığınız bir poşeti sonraki alışverişinizde tekrar kullanmanız

⁴ Ayrıntılı bilgi için: <https://www.freecycle.org/>

Garaj Yeri (<http://www.garajyeri.com/>): Araç sahiplerine boş zamanlarda araçlarını kiralarak ek gelir elde etme fırsatı sunan bu şirket, aracı olmayanlara da saatlik veya günlük uygun fiyatla araç kiralama şansı sunuyor.

garajyeri

BiTaksi (<https://bitaksi.com/>): Taksi duraklarını tarihe gömebilecek olan bu girişim hem taksi şoförlerine hem de müşterilere güvenli ve kaliteli bir taksi deneyimi yaşıyor. Müşteriler cep telefonlarındaki uygulama ve gps sayesinde tam buldukları yere taksi çağırabilirken, gelen taksicinin kimlik bilgilerini ve kullanıcı yorumlarını görebiliyor. Çünkü her kullanımdan sonra müşteriler ve taksiciler karşılıklı olarak birbirlerini değerlendirip not verebiliyorlar. Sistem üzerinden takip edilen taksi her iki taraf açısından da güvenlik sağlıyor. Yolu uzatma uyarısı (müşteriye fayda) ya da uzun süreli duruş uyarısı (sürücüye fayda) bu önlemlerden sadece ikisi. Kredi kartı ile ödeme yapma seçeneği ise cabası.

BiTaksi
CebindekiTaksi

Über (<https://www.uber.com/tr/>): Deyim yerindeyse şimdiye kadar verdiğimiz üç örnek iş modelinin birleşmiş hali. İster taksi, ister araç kiralama, isterseniz de aracınızı kiralama/paylaşma imkânı sunan karma bir sistem.

ÜBER

Kurumsal bir paylaşımlı iş modeline örnek olarak ise Türkiye’de hızla büyüyen **Urban Station** (<http://turkey.enjoyurbanstation.com/tr/>) verilebilir. Ofis kiralama ve sabit diğer birçok altyapı masrafından şirketleri kurtaran bu iş modelinde oldukça prestijli lokasyonlarda toplantı, sunum, eğitim ya da standart ofis kullanımı için uygun fiyatlarda değişik paket satın alma seçenekleri sunuluyor. Ayrıca bireysel kullanım da mümkün.

URBAN
STATION

Bu yeni iş modellerine ayak uyduran dünyada başka kimler mi var? Bir göz atın...⁵

A TAXONOMY OF THE COLLABORATIVE ECONOMY: CATEGORIES AND EXAMPLES



Arif Gökhan Rakıcı - Şubat 2015

⁵ fastcompany.com