

KRİZİ FIRSATA DÖNÜŞTÜREN İNOVASYON: “VARLIK PAYLAŞIM MODELİ”

Peki herkes kazanıyorsa, kaybeden kim? Bu oyunda kaybeden tabiki, endüstrinin büyük oyuncuları oluyor. Kurumlarda yenilikçi fikirlerin değerlendirilmesinin önündeki en büyük engel maalesef yine kurumun kendi içindeki alışkanlıklar ve statükoya dayalı bakış açısı olabiliyor.

Global ölçekte 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz sonrasında, “paylaşım ekonomisi” kavramı hayatımızda yoğun bir şekilde yer aldı ve özellikle son yıllarda büyük bir hız kazanarak, yaşam tarzımızı değiştirmeye başladı. Artık “varlık edinme” yaklaşımı yerini “varlık paylaşımı” modeline bırakıyor. Ulaşımdan konaklamaya, büyük oyuncuların baskın olduğu pek çok endüstride dinamikler değişiyor. Peki bu dönüştürücü girişimlerin ortak özellikleri neler? İnovatif şirketler ve girişimciler için atılması gereken adımları birlikte değerlendirelim...

Paylaşım ekonomisi üzerine bir yazı yazıp da, UBER ve AIRBNB’ye dokunmadan geçmek olmaz muhakkak. Ancak, bu yazının amacı bu iki markanın ötesinde, altta yatan fikri değerlendirerek, Türkiye’de son zamanlarda hız kazanan inovasyon ve girişim çabalarına bir nebze olsun katkı sağlamak ve konunun öne çıkan bazı unsurlarını tartışmak için de bir yol haritası çıkartmak olacak.

ÖNCE SAHİP OL, SONRA PAYLAŞ

Paylaşım, aslında içinde bulunduğumuz coğrafyanın en temel özelliklerinden birisi. Özellikle Anadolu kültüründeki güçlü aile, köy, mahalle, aşiret yapısında paylaşım büyük önem arz ediyor. Ancak, bizdeki paylaşım anlayışı ağırlıklı olarak “önce sahip ol, sonra paylaş” şeklinde olup, paylaşım genelde “bağış yapma” veya “karşılıksız kullandırma” şeklinde gerçekleşiyor. UBER ve AIRBNB’nin yaptıkları iş ise aslında kendilerinin hiçbir zaman sahip olmadıkları bir varlığı, komisyon karşılığı üçüncü bir kişiye kullandırma imkanı sağlamak. Daha net anlaşılması için örnek vermek gerekirse, bir eviniz/arabanız var, boşa kaldığı süre içinde size herhangi bir getirisi yok. Bir başkasının da geçici bir süre için bir eve/arabaya ihtiyacı var. Ancak ev/araba almak onun için maliyetli ve bu onun için sürekli bir ihtiyaç olmadığı için de satın alma maliyetine katlanmak istemiyor. AIRBNB/UBER gibi şirketler oluşturdukları platform sayesinde, bu iki tarafı çok daha uygun bir “kullanım” maliyetinde birleştirip, bu işlem üzerinden komisyon elde ediyorlar. Böylece, tüm taraflar kazanıyor.

HERKES KAZANIYORSA KAYBEDEN KİM?

Peki herkes kazanıyorsa, kaybeden kim? Bu oyunda kaybeden tabiki, endüstrinin büyük oyuncuları oluyor. Çok fazla rakamlara girmek istemiyorum ama çarpıcı birkaç veriye işaret etmekte fayda görüyorum. 2008 yılında kurulan AIRBNB’nin 2015 yılına geldiğimizde gecelik rezervasyon sayısı 50.000’e ulaştı ve piyasa değeri 2.5 milyar doları geçti. Bir yılda AIRBNB’ye kaptırılan otelcilik gelirlerinin toplamı 450 milyon dolar. Yeni oda yaratma maliyeti neredeyse sıfır olan AIRBNB’ye karşılık, mevcut otel zincirlerinin yapabileceği çok fazla bir şey yok maalesef; ya daha üst müşteri segmentini hedefleyerek, AIRBNB’nin oyun alanının dışına çıkacaklar, ya da daha ucuz ve ziyaretçilerin beklentilerine odaklı otel zincirlerinin sayısını çoklayacaklar.

DEĞERİ 68 MİLYAR DOLAR’A ULAŞTI

UBER de aynı modele dayanmakla birlikte, ev yerine araba üzerine kurgulanmış bir model. Hatta son zamanlarda yemek teslimatı işini devralacak bisikletliler, ya da taşıma işini devralabilecek kamyon sahipleri, ve hatta tekne paylaşımına kadar pek çok alana doğru evrilmeye başladı. UBER’in değeri 2014’te 4 milyar dolar

iken 2015 sonu itibariyle 68 milyar dolara ulaştı. ABD’de yapılan bir araştırmaya göre taksi gelirleri hızla azalırken, UBER sürücülerinin sayısı katlanarak artıyor. Hem hizmet kalitesi, hem maliyet avantajı hem de online platformlar üzerinden erişim kolaylığı sayesinde, dünya çapında kullanımını giderek yaygınlaştırıyor. Paylaşım modeline dayanan bu tür uygulamalarda, kullanım sonrasında taraflar birbirlerini değerlendirerek, aldıkları hizmetten memnun kalıp kalmadıklarını bildiriyorlar. Bu sistem sayesinde oluşan “rating” notu, daha sonraki işlemlerinizde de sizinle birlikte geliyor. Ürünü/hizmeti satanlar müşteri beklentilerini bu sayede daha iyi anlarken, müşteriler de daha iyi ürün/hizmet almalarının sağlayacak altyapıya katkı sağlamış oluyorlar. Paylaşım ekonomisi, ev veya araba paylaşımı dışında, pek çok alanda girişim deneyimine sahne oldu. Ev aletleri, yemek, kıyafet, iş makineleri, iş gücü, tır taşımacılığı alanlarında paylaşımların ön plana çıktığını görüyoruz. Hatta tüm bu yenilikçi fikirlerin finansmanını kolaylaştıran imecefonlar (kitlese fonlama platformları) da yine bu kapsamda değerlendirilen oluşumlar. Yakın zamanda daha pek çok alanda da karşımıza çıkacağına inanıyorum.

İNOVATİF ŞİRKETLER VE GİRİŞİMCİLER İÇİN YOL HARİTASI

Şimdi tüm bu girişimlerin ortak noktalarını düşünerek, şirketler ve girişimciler açısından atılması gereken adımlara bakalım:

1- İş modelinizi, elinizdeki varlıkları ve müşterilerinizin tam olarak neye ihtiyacı olduğunu değerlendirin : Mevcut otel zincirlerinde sunulan olanaklar ortalama bir ziyaretçi için çok fazla olabilir. Sadece birkaç gece kalacak yer arayan ve aslında havuz, spa, otopark, concierge gibi hizmetlere ihtiyaç duymayan bir ziyaretçi için, bu hizmetlere ek ücret ödemek çok anlamlı olmayacaktır. Öte yandan, otellerde sunulan olanakların yanısıra, ziyaretçilerin karşılanmayan ihtiyaçları da olabilir. Bu ihtiyaçları karşılayacak yeni girişimler iş modelinizi daha etkin hale getirebilir.

2 – İhtiyacı doğru şekilde karşılayan algoritmaya sahip kullanıcı dostu platform kurun: Varlık sahipleri ile ihtiyaç sahiplerini doğru algoritmalar aracılığıyla en akıllı şekilde buluşturan ve tüketicinin ihtiyacını en doğru şekilde karşılayan kullanıcı dostu platformlara sahip girişimler bu yarışta öne geçiyor. Bu platformlar üzerinde biriken kullanıcı verileri ise, algoritmayı her geçen gün daha akıllı hale getiriyor.

3 – Fikrinize değer katacak teknoloji girişimcileriyle (Tech start-up) birlikte çalışın : Eğer halihazırda etkin çalışacak bir platform hazırlama kapasitesiniz ve tecrübeniz yok ise Startup’ları değerlendirmenizi öneririm. Katıldığım inovasyon ve bilişim etkinliklerinde Türkiye’de bu anlamda çok sayıda genç yeteneğin ve çok değerli girişimlerin olduğunu gözlemliyorum.

4 – Sistemleştirmeyin, kişiselleştirin :Günün sonunda aslında her kullanıcı bir “deneyim” yaşıyor. Bu deneyimi daha kişisel hale getirin, bireyleri topluluğun bir parçası haline getirin, birbiriyle deneyimlerini ve sorunlarını paylaşabilecekleri ağları oluşturun. Sosyal medyanın gücünden faydalanın. Bireyleri, otomatik bir sesli çağrı merkezine yönlendirmeyin. Deneyimin sürdürülebilir şekilde devam etmesi için onların sorunlarıyla yakından ilgilenin.

5 – Bu girişiminizle dünyanın daha iyi bir yer olmasına nasıl katkı sağlayacağınızı düşünün : Son olarak, bu girişiminizin dünyaya ve insanlığa nasıl bir katkı sağlayacağına karar verin. Eğer kullanıcılarınız bu fikri sahiplenirlerse, o zaman kitleler sizi sırtlayıp götürecektir.

KURUMUN ÖNÜNDEKİ ENGEL YİNE KURUMUN KENDİSİ

Kurumlarda yenilikçi fikirlerin değerlendirilmesinin önündeki en büyük engel maalesef yine kurumun kendi içindeki alışkanlıklar ve statükoya dayalı bakış açısı olabiliyor. Çoğu zaman da kurumsal körlük baskın çıkıyor ve yenilikçi fikirler gündeme gelemeden sönüp gidiyor. Bu noktada sürdürülebilir bir inovasyon kültürünün oluşturulması, yukarıda bahsi geçen yenilikçi fikirlerin tartışılacağı beyin fırtınası oturumlarının planlanması ve bu çalışmalara dışarıdan bir gözün de katkı sağlaması sizi sonuca daha hızlı ve sağlam adamlara götürebilir. Paylaşım ekonomisinin önümüzdeki yıllarda çok yeni alanlara adım atacağına dair beklentim yüksek. Bu

vesileyle, tüm okuyucularımın ve takipçilerimin yeni yılını kutlar, tüm varlıkların daha verimli yönetilebildiği, insanların zamanının en verimli şekilde değerlendirildiği, bilgi paylaşımının en etkin şekilde gerçekleşebildiği, ve sonunda tüm insanlığın kazandığı bir dűnyaya doğru adım atacağımız bir yıl olmasını dilerim...

Kaynaklar :

<http://www.hospitalitynet.org/news/4074708.html>

http://www.pieria.co.uk/articles/uber_and_the_economic_impact_of_sharing_economy_platforms

<http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>

<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/the-rise-of-the-sharing-economy-impact-on-the-transportation-space.html>

Hakan Erten

Deloitte Tűrkiye İnovasyon Lideri