



Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

26-27 Ekim 2017, İstanbul

<http://www.ulk.ist/>

İş Modellerinin Teknoloji ve Tüketici Temelli Dönüşüm Sürecine Yönelik Bir Yaklaşım Önerisi

Öz

Selen Öztürk

Arş. Grv. Dr.
İstanbul Üniversitesi
selenoz@istanbul.edu.tr

Erdem Özkan

Arş. Grv. Dr.
İstanbul Üniversitesi
erdem.ozkan@istanbul.edu.tr

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve ağa bağlı teknolojilerin gelişimi ile birlikte iş modelleri günümüzde bir dönüşüm sürecindedir. Tüketiciler ve işletme-tüketici arasındaki değişim süreci içerisinde rol alan kişi, kurum ve sistemler de bu dönüşüm içerisinde yer almaktadır. Günümüz pazarlama anlayışının temelini tüketici istek ve ihtiyaçları ve tüketicilere sunulacak deneyimler oluşturmaktadır. Bundan hareketle işletmeler ve değişim sürecindeki tüm araçlar, tüketici tatmini ve tüketici deneyimlerinin iyileştirilmesi üzerine anlayışlarını geliştirmek ve faaliyetlerini yönlendirmek durumundadır. İşletmeler tüketici istek ve ihtiyaçları tatmini noktasında çeşitli aracı işletmelerin ve tedarikçilerin desteğine ihtiyaç duymaktadır. Bu açıdan işletmelerin tedarikçiler ve aracı kuruluşlarla oluşturacağı işbirliği sistemi ve eşgüdüm, tüketici beklentilerinin karşılanmasında önemli bir konu durumundadır. Özellikle ağa bağlı teknolojiler vasıtasıyla gerçekleşen ticarete tarafların yüz yüze gelmemesi bu işbirliği sisteminin önemini daha kritik konuma taşımaktadır. Bu noktada işletme, araçlar ve sonuçta tüketiciler arasında tarafların tatminini maksimize edecek modellerin oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun temelinde her tarafın beklentilerini ve tatminini değerlendirebilecek bir anlayış ortaya konulmalıdır. Buradan hareketle bu çalışmada, başta mobil teknolojiler olmak üzere mevcut gelişmeler dikkate alındığında inovasyonun tarafların her biri açısından önemini göz önünde bulunduran bir anlayışın tasarımına ihtiyaç olduğu değerlendirilmiştir. Söz konusu anlayış tasarımı sürecinde, tarafların günümüzdeki ve gelecekteki potansiyel dönüşümü açısından baskın özelliklerini dikkate almak gerekmektedir. Taraf bazlı değerlendirildiğinde; işletmelerin tedarik, üretim ve depolama süreçlerindeki denge, kaynakların istikrarlı kullanımı, insan gücünün etkinliği, teknoloji adaptasyonu, yönetsel anlayış yapısının dönüşüm güçlüğü; aracı kuruluşların lojistik imkan ve kabiliyetlerinin optimizasyonu, iç rekabetlerindeki yoğunluk ve hizmet kalitesinin artan önemi; ve tüketicilerin ise teknoloji kullanımındaki artış, hızlı şekilde beklentilerinin karşılanması isteği, güven seviyelerindeki azalma eğilimi, sadakat seviyelerindeki istikrarsızlık ve alternatiflere kolaylıkla kayabilme vb. durumlarının öncelikle göz önünde bulundurulması gerektiği değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, bu çalışmanın amacı teknoloji ve

inovasyon temelinde işletmeler, aracı kuruluşlar ve tüketici arasındaki beklenti, tatmin ve sürdürülebilirlik denkleminde istikrarı sağlayabilecek bir anlayışın temellendirmesine yönelik bir önerme sunmak olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler:

Pazarlama, Kanal Yönetimi, Lojistik, İnovasyon, Teknoloji Ve Bilgi Yönetimi, Değişen Tüketici Eğilimleri, Tüketici Tatmini