

چگونه «ترندیول» و «گتیر» در اقتصاد بی‌ثبات ترکیه جهانی شدند؟

به گزارش صدای تجارت، اکونومیست نوشت: با رشد سرمایه‌گذاری جسورانه به خصوص بعد از دوران کرونا دیدن یونیکورن‌های استارت‌آپی (شرکت‌هایی با ارزش بیش از یک میلیارد دلار) که هنوز وارد بازار سرمایه نشده‌اند، چیز عجیبی نیست، اما مشاهده دو پدیده موفق کاملاً متفاوت در کشوری با درآمد متوسط و تورم بالا مانند ترکیه از عجایب جهان تکنولوژی است. استارت‌آپ «ترندیول» که یک شرکت فعال در زمینه تجارت الکترونیکی است هم اکنون ارزشی برابر ۵/۱۶ میلیارد دلار است که با رشد خیره‌کننده عملاً یک دکاکورن (شرکت‌هایی با ارزش بیش از ۱۰ میلیارد دلار) محسوب می‌شود و استارت‌آپ دوم «گتیر» است که یک شرکت فعال در زمینه تحویل سریع کالاهای سوپرمارکتی است و اخیراً با یک سرمایه‌گذاری جدید به ارزش ۱۲ میلیارد دلاری رسیده است.

هر دو شرکت از رقبای هم به شمار می‌روند و با وجود فضای اقتصادی تورمی ترکیه، تصمیم‌های اقتصادی نامتوازن و نوسانات ارزی اخیر این کشور همچنان به رشدشان ادامه می‌دهند و نکته اینکه بنیان‌گذارانشان شباهتی به مدیران مشهوری که از صنعت تکنولوژی سر برآورده‌اند، ندارند. بنیان‌گذار ترندیول، دمت موتلو (Demet Mutlu) یک زن ۳۹ ساله و بنیان‌گذار گتیر، ناظم سالور (Nazim Salur) یک مرد ۶۰ ساله است. دو شرکت که حالا ارزششان از هر شرکت ترکیه‌ای که وارد بورس شده هم بیشتر است، تفاوت‌ها و شباهت‌هایی با هم دارند. برای کشوری که خود را دروازه‌ای بین شرق و غرب می‌بیند دو شرکت نمادی از شرق و غرب‌اند. یکی با الهام از مدل تجارت الکترونیکی در چین و دیگری با مدل و سرمایه غربی (اروپایی و آمریکایی) هم بازار ترکیه را به تسخیر خود در آورده‌اند هم مشغول گسترش در کشورهای دیگرند. یکی (گتیر) این هدف را دارد که فعالیت زنان در تجارت الکترونیکی را برجسته کند و دیگری (ترندیول) می‌خواهد صدای مردان برای عمومیت بخشیدن به حق آنها برای راحت‌طلبی را به گوش همه برساند. هر دو شرکت چند بعد متفاوت از عرصه تکنولوژی را در برگرفته‌اند و همین مقایسه آنها و برجسته کردن شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان را جذاب می‌کند.

دو شرکت که با پشتوانه‌های مالی و تکنولوژی شرق و غرب در بازار ترکیه فعالیت می‌کنند سبک و مدل‌های متفاوت شرق و غربی دارند. یکی (ترندیول) با استایل یک سوپراپ (چیزی که در بازار شرق آسیا و به خصوص چین به چشم می‌خورد) و دیگری (گتیر) با استایل سیلیکون ولی و رشد برق‌آسا (blitzscaling) مشغول به فعالیتند.

بزرگ‌ترین پشتیبان ترندیول شرکت علی بابا، بزرگ‌ترین بازیگر تجارت الکترونیک چین است و این شرکت هم شباهت مدل مارکت پلیس علی‌بابا را دارد و با همین مدل هم اکنون بیش از یکسوم بازار تجارت الکترونیک ترکیه با ارزش تجاری بیش از ۱۰ میلیارد دلار در سال را در اختیار دارد. این شرکت بر خلاف آمازون تنها تعداد محدودی از کالاهای خودش را در کنار کالاهای فروشندگان دیگر عرضه می‌کند. (آمازون هم خودش فروشنده کالا است و هم به فروشندگان اجازه می‌دهد که کالاها را روی پلتفرم آمازون بفروشند) با این حال ترندیول همانند علی‌بابا یک سوپراپ است که مجموعه متنوعی از خدمات از جمله خدمات مالی را روی پلتفرمش ارائه می‌دهد و همچنین به بسیاری از فروشندگان و کسب‌وکارهای کوچک در سراسر کشور اجازه می‌دهد روی این پلتفرم به عرضه خدمات بپردازند. ترندیول مانند علی‌بابا به دنبال توسعه در بازارهای نوظهور اطراف ترکیه مانند اروپای شرقی و خاورمیانه است و تصور می‌کند که پتانسیل رشد سوپراپ‌ها در بازارهایی که جمعیت جوانی داشته باشند بسیار بالاست.

گتیر اما با پشتوانه سرمایه غربی ایجاد شده است. یکی از سرمایه‌گذاران اولیه این استارت‌آپ مایکل موریتز از سرمایه‌گذاران صندوق سرمایه‌گذاری سکویا کپیتال (Sequoia Capital) است که سرمایه‌گذار بسیاری از استارت‌آپ‌های مشهور سیلیکون ولی است. ایده رشد این استارت‌آپ هم بر اساس ایده رشد برق‌آسا (blitzscale) است. بر اساس این متد به استارت‌آپ‌ها توصیه می‌شود «اول رشد کن بعد به درآمد بیندیش». چنین ایده‌ای نیازمند سرمایه اولیه زیادی است. گتیر استارت‌آپ بسیار جوانی است که در سال ۲۰۱۵ بنیان گذاشته شده و طی هفته‌های اخیر ارائه سرویس در بسیاری از کشورهای اروپایی و در برخی از شهرهای آمریکا را هم آغاز کرده است. کاری که گتیر انجام می‌دهد در صنعت بسیار نوپای تحویل سریع کالاهای سوپرمارکتی (Quick Commerce) است. بازیگران این عرصه در کمتر از ۱۰ دقیقه کالاهای سوپرمارکتی را به خریداران آنلاین تحویل می‌دهند. با این حال در شهری مثل استانبول که دارای فروشگاه‌های خواربار فراوانی در محله‌هاست که افراد در کمتر از ۱۰ دقیقه به یک مغازه

سوپرمارکتی دسترسی دارند، بسیاری از دوستان ناظم سالور هم باور نداشتند که استارت‌آپی بتواند در این عرصه مزیتی کسب کند. اما ارائه تخفیف‌های متعدد مانند قلبی مشتریان را به سمت این استارت‌آپ کشاند. آقای سالور می‌گوید امیدوار است گتیر مثل یک پیشخدمت شخصی برای افراد رفتار کند و همین مزیت گتیر نسبت به مراجعه مستقیم به سوپرمارکت‌های محلی است. گتیر حالا در آمریکا با استارت‌آپ Gopuff و در آلمان با Gorillas رقابت می‌کند و عملاً پا را از مرزهای ترکیه فراتر گذاشته است.

حدود یکسال از حضور گتیر در بازار بریتانیا هم می‌گذرد، حضور در لندن نخستین لمس بازارهای بین‌المللی برای گتیر بود از آن زمان تاکنون سرعت رشد این استارت‌آپ مانند سرعت موتورسواران بنفش و زرد این استارت‌آپ در خیابان‌های لندن بوده است. گتیر حالا در ۴۰ شهر در اروپا و آمریکا از بارسلونا گرفته تا بریستول و بوستون فعال است.

هدف ناظم سالور نفوذ در بازار آمریکا و در نهایت ورود به بازار سهام این کشور است. او می‌گوید: «اگر شما یک فعال استارت‌آپی باشید می‌خواهید در جایی موفق شوید که استارت‌آپ‌های بزرگ آنجا هستند.» همچون سبک بنیان‌گذاران استارت‌آپی آمریکایی او مشغول جلب‌توجه رسانه‌ای است، اما فقط وقتی بحث مالی یک کسب‌وکار وابسته به نقدینگی به میان می‌آید آقای سالور حاضر به شفافیت نمی‌شود. او در گفت‌وگو با اکونومیست از اظهارنظر درباره آخرین ارزش بازار شرکتش امتناع می‌کند؛ ارزشی که به گزارش بلومبرگ حالا به ۱۲ میلیارد دلار رسیده است. سالور می‌گوید: «فقط وقتی می‌توانید از میزان پول مطلع باشید که در بانک باشد.»

خانم Mutlu بنیان‌گذار ترندیول هم خیلی تفاوتی با آقای سالور ندارد او هم یک دیوار چین دور شرکتش کشیده و به درخواست‌های مصاحبه جواب رد می‌دهد، با این حال چیزی که همه درباره آن می‌دانند این است که او مدرسه کسب‌وکار هاروارد را رها کرد تا ترندیول را در ترکیه راه‌اندازی کند. با این حال او یک موفقیت دیگر هم در کارنامه‌اش دارد و آن این است که بنیان‌گذار یک یونیکورن ترکیه‌ای - یک استارت‌آپ در حوزه گیم - هم بوده که آن را در سال ۲۰۲۰ به قیمت ۱/۸ میلیارد دلار به شرکت آمریکایی Zynga فروخته است. بر اساس آنچه در داده‌های PitchBook آمده از ۱۳۳۵ یونیکورن موجود در جهان فقط ۱۸۵ یونیکورن (۱۴ درصد) توسط یک بنیان‌گذار زن ایجاد شده است.

خانم Mutlu به دنبال فعال کردن زنان در اقتصاد دیجیتال هم هست و

هم اکنون بیش از نیمی از کارمندان ترندیول را زنان تشکیل می‌دهند از جمله برخی از مهندسان نرم‌افزار و بسیاری از فروشندگان فعال روی این پلتفرم. هرچند تصویر رسانه‌ای چندان‌ی از او در دسترس نیست، اما کسانی که او را می‌شناسند می‌گویند او فردی جدی و پرتلاش است.

دو بازیگر عرصه استارت‌آپی ترکیه به خوبی از فرصت سرمایه‌گذاری خارجی و جسورانه استفاده کرده‌اند و به با ارزش‌ترین شرکت‌های کشورشان تبدیل شده‌اند، اما می‌دانند فرصت دسترسی به سرمایه برای آنها همیشگی نیست و خود این کسب‌وکارها هم باید بتوانند تا زمان عرضه عمومی سهام و حتی بعد از آن به وضعیت باثبات مالی برسند. آنها با این ایده رشد کرده‌اند که برای موفق بودن در بازار داخلی باید به بازار جهانی بیندیشند و حتی آن‌قدر هم نگران نیستند که اسم‌های‌شان در بسیاری از کشورها به راحتی تلفظ نمی‌شود. ناظم سالور درباره سختی تلفظ نام گتیر در کشورهای مختلف می‌گوید: «آرنولد شوارتزینگر هم اسمش را (با وجود سختی تلفظ) عوض نکرد، اما همه نامش را از حفظ هستند. مردم عادت می‌کنند.»

منبع: دنیای اقتصاد