

PAYLAŞIM EKONOMİSİ

A'dan Z'ye Tüm Boyutlarıyla

Editörler
Canan AY
Volkan YAKIN
A. İdil KACAR



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

© Copyright 2018

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN **Yayın Koordinatörü**
978-605-81614-2-9 Yasin DİLMEN

Kitap Adı **Sayfa ve Kapak Tasarımı**
Paylaşım Ekonomisi Kerem ACAR

Editörler **Yayıncı Sertifika No: 25465**
Canan AY

Volkan YAKIN **Baskı ve Cilt**
A. İdil KACAR Özyurt Matbaacılık ANKARA/2018

DOI
10.37609/akya.1557

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

*Halk Sokak 5 / A
Yenişehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com*

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Paylaşmak, ahlaktan din felsefesine, sosyolojiden antropolojiye, psikolojiden davranış bilimine kadar birçok sosyal bilim alanı için ilgi çekici bir kavram olmuştur. Son olarak kendini iktisadi alanda gösteren paylaşmak eylemi, bu yönüyle, işletmecilik açısından yeni bir boyut kazanmaktadır. Teknolojinin sağladığı faydalarla dönüşen dünya ekonomisi, her geçen gün birbirine daha yakın hale gelen tüketici gruplarını ortaya çıkarmaktadır. Fiziksel anlamda birbirinden uzaklaşan pazarlar internet sayesinde yine yakınlaşmış, mümkün olmayan her türlü değişim faaliyeti gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Tüketiciler arası gruplarla başlayan paylaşım faaliyetleri hızlı bir büyüme ivmesi göstererek farklı alanlara sıçramıştır. Sosyal fayda yaratma ve kaynakları daha etkin kullanma temelli işlemler artış gösterince belli bir başlık altında ele alınmaya başlamıştır. Daha çok paylaşım ekonomisi ya da ortak tüketim şeklinde bahsi geçen değişim sistemi, esasında avcı toplayıcı toplumların armağan ekonomisinden farklı bir sistem değildir. Sadece ortam artık fiziksel değil tamamen sanal bir haldedir. Bu nedenle de 7/24 aktiftir ve hiç durmadan işlemektedir.

Adını daha çok AirBnb ve Uber ile duyduğumuz paylaşım ekonomisi, toplumsal duyarlılık ve sürdürülebilirlik ekseninde gelişen bir kavramdır. Artan çevresel duyarlılık, tüketicinin değişen tercihleri, israf karşıtlığı, yeni nesil satın alma alışkanlıkları vb nedenlerle, tüketime farklı bir boyut getirdiği de ifade edilebilir. Topluluk olarak hareket edebilen tüketicilerin birbirleri için değer ifade eden mal ve hizmetleri sundukları sanal platformların sayısı hızla artmıştır. Ekonomik faydayla birlikte gelen sosyal faydaya Milenyum Kuşağının alışkanlıkları da eklenince büyümenin hızı beklenenin ötesinde olmuştur. Başlarda sadece tüketiciler arasındaki ücretsiz değiş tokuşu esas alan paylaşım ekonomisi, sektörler arası çeşitlenmeye ve belirli bir büyüme oranına ulaşıncaya parasal değişimin de yaşandığı bir alan haline gelmiştir. Parasal bir değişim olması ticari bir faaliyet gibi düşünülmemelidir. Yine ortak olarak tüketilen ve eldeki kaynağın olabildiğince fazla kişiyle en etkin şekilde paylaşıldığı bir tüketim halidir. Fakat her ne kadar çıkış noktası olumlu olsa da, hukuki altyapısı, haksız rekabete neden olması ve güvenliğe ilişkin bazı nedenlerden ötürü eleştiriler aldığını da ifade etmek gerekir.

Yukarıda bahsedilen nedenlerden yola çıkarak, kavramın ve işleyişinin daha iyi anlaşılabilmesi ve geleceğini ne olacağını anlaşılabilmesi için çok yönlü bir kaynağa ihtiyaç duyulacağı düşünülmüştür. Kitabı yazmaya karar verdiğimizde, paylaşım ekonomisi faaliyetlerini, pazarlama, üretim, finans, hukuk, etik vb çeşitli alanlardan yola çıkarak ele almak ve tarafsız davranmak istemiştik. Fonksiyonlar arası yorum farklılıklarının daha doğru bir değerlendirme sunabileceğine inanmıştık ve bunu büyük oranda başardığımızı düşünüyoruz.

Gerek sebep olduğu değişimler gerekse henüz ÷lkemizde bu kapsamda bir kaynağın bulunmaması nedeniyle, her bir bölüm, tecrübeli ve alanında uzman ekibimiz tarafından heyecanla hazırlanmıştır. Buradan hepsine bir kez daha teşekkürlerimizi sunmak istiyoruz. Bu eserin sizlerle buluşmasına vesile olan Nobel Yayıncılığa da ayrıca teşekkür ediyoruz.

Ortaya çıkan eserin diğer araştırmacılara faydalı olması ve gelecek çalışmalara ışık tutması en büyük arzumuzdur. Elimizde var olan ve en değerli kaynağımız bilgi birikimini sizlerle paylaşıyor olmak da en büyük mutluluğumuzdur.

Saygılarımızla...

YAZARLAR

- BÖLÜM 1** **PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN GELİŞİMİ**
Dr. Öğr. Üyesi Volkan Yakın
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu
Doç. Dr. İpek Kazançoğlu
Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- BÖLÜM 2** **PAYLAŞIM EKONOMİSİ: TANIMI ve SINIFLANDIRMALARI**
Dr. Öğr. Üyesi Volkan Yakın
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu
- BÖLÜM 3** **TOPLULUKLARIN GÜCÜ: PAYLAŞIMCI MARKALAR**
Dr. Öğr. Üyesi A. İdil Kacar
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- BÖLÜM 4** **SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ve PAYLAŞIM EKONOMİSİ**
Prof. Dr. Canan Madran
Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Volkan Yakın
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu
- BÖLÜM 5** **PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN ÜRETİM VE LOJİSTİK BOYUTU**
Arş. Gör. Dr. Ayça Tümtürk
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- BÖLÜM 6** **PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN FİNANSMANI**
Arş. Gör. Dr. Anıl Gacar
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- BÖLÜM 7** **PAYLAŞIM EKONOMİSİYLE DEĞİŞEN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI**
Doç. Dr. İpek Kazançoğlu
Ege Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- BÖLÜM 8** **PAYLAŞIM EKONOMİSİNDE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ**
Dr. Öğr. Üyesi Aysun Kahraman
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Salihli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

BÖLÜM 9**PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN ETİK BOYUTU**

Doç. Dr. Pınar Aytekin

İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Bilim uzmanı Aslı Diyadin

Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

BÖLÜM 10**İNTERNET ve SOSYAL MEDYANIN PAYLAŞIM EKONOMİSİNDEKİ YERİ**

Dr. Öğr. Üyesi Oya Eru

Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu

BÖLÜM 11**PAYLAŞIM EKONOMİSİNE HUKUKİ BİR BAKIŞ**

Bilim Uzmanı Av. Begüm Taner Huntürk

İzmir Barosu

BÖLÜM 12**PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN GELECEĞİNİ NELER BEKLİYOR?**

Dr. Öğr. Üyesi Murat Esen

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Doç. Dr. Sinan Nardalı

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

İÇİNDEKİLER

1. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinin Gelişimi	1
Giriş	1
1. Dünden Bugüne Alternatif Ekonomiler ve Paylaşım Ekonomisi	2
2. Paylaşım Ekonomisinin Tetikleyicileri	6
2.1. Ekonomik Faktörler	6
2.2. Toplumsal Faktörler	7
2.3. Çevre Endişesi	7
2.4. Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler	7
2.5. Sosyal Ağların Gücü	8
2.6. Kültürel Değerlerdeki Değişim	9
2.7. Millenial (Y) Kuşağı	9
3. Paylaşım Ekonomisiyle Değişen Unsurlar	10
Sonuç	13

2. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisi: Tanımı ve Sınıflandırmaları	19
Giriş	19
1. Paylaşım Ekonomisi Tanımları ve Yaklaşımlar	20
1.1. Tanımlayıcı Terimler	21
1.2. Paylaşım Ekonomisi Tanımları ve Yaklaşımlar	22
2. Paylaşım ve Paylaşım Ekonomisi Sınıflandırmaları	26
Sonuç	30

3. BÖLÜM

Toplulukların Gücü: Paylaşımçı Markalar	35
Giriş	35
1. Dünya'da Paylaşımçı Markalar	37
1.1. Uber	38
1.2. Airbnb	39
1.3. Taskrabbıt	41
1.4. Vizeat	42
1.5. Kickstarter	43
1.6. Freecycle	45
1.7. Poshmark	45
1.8. Volumeteer	46
2. Türkiye'de Paylaşımçı Markalar	47
2.1. Zumbara	48
2.2. Askıda Ne Var?	50
2.3. Kolektifhouse	51
2.4. Armut	52

2.5. Modacruz	53
2.6. Meraklı Merdane	54
2.7. Bumerangla	54
2.8. Kitapdostum	55
Sonuç	56

4. BÖLÜM

Sürdürülebilirlik ve Paylaşım Ekonomisi	61
Giriş	61
1. Sürdürülebilirlik Tanımı ve Temel Kavramlar	62
2. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri	64
2.1. Sürdürülemezliğin Nedenleri	65
2.1.1. Nüfus	65
2.1.2. Sağlık	67
2.1.3. İklim Değişikliği/Küresel Isınma	67
2.1.4. Temiz Su Ve Çevre	69
2.1.5. Sosyal Adalet, Yoksulluk, Eğitim, Eşitlik	69
2.1.6. Kentleşme	69
2.2. Çözüm Önerileri (Taktiksel ve Stratejik)	70
3. Sürdürülebilir İşletmecilik / Tüketim / Pazarlama	70
3.1. Sürdürülebilir İşletmecilik	71
3.2. Sürdürülebilir Tüketim	73
3.3. Sürdürülebilir Pazarlama	74
4. Paylaşım Ekonomisi ve Sürdürülebilirlik	75
4.1. Paylaşım Ekonomisi ve Çevresel Etkileri	75
4.2. Paylaşım Ekonomisinin Sürdürülebilirlik Potansiyeli	77
4.3. Sürdürülebilir Kentsel Paylaşım Ekonomisi	79
Sonuç	81

5. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinin Üretim ve Lojistik Boyutu	87
Giriş	87
1. Paylaşım Ekonomisinde Üretim	88
1.1. Kendin Yap Üretimi	88
1.2. Bir Ürünün Tasarım Aşamaları	90
1.3. Üretimde Paylaşımı Tetikleyenler	93
1.3.1. İş Birlikçi Kültür	93
1.3.2. Dijitalleşme	93
1.3.3. Üç Boyutlu Yazıcılar	94
1.4. Paylaşım Ekonomisinde Üretim İçin Kullanılan Terimler	95
1.4.1. Örnek Olay: Maketime: Your Supply Chain In The Cloud	95
2. Paylaşım Ekonomisinin Lojistik Üzerindeki Etkisi	97
2.1. Depo Paylaşımı	99

2.2. Lojistik Araç ve Makine Paylaşımı	101
2.3. Taşıma Kapasitesi Paylaşımı	102
2.4. Lojistik İşgücü Paylaşımı	103
2.5. Lojistik Veri Paylaşımı	104
Sonuç	104

6. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinin Finansmanı	107
Giriş	107
1. Girişimcilik Kavramı	107
2. Paylaşım Ekonomisi	109
3. Paylaşım Ekonomisinde Finansman Elde Etme Yolları	110
3.1 Kitle Fonlaması	111
3.2 Melek Yatırım	113
3.3 Risk Sermayesi	115
Sonuç	117

7. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisiyle Değişen Tüketici Davranışları	121
Giriş	121
1. Paylaşım Ekonomisinde Tüketicinin Değişen Rolü	122
2. Tüketicileri Paylaşım Davranışına Yönlendiren Faktörler	122
3. Paylaşım Ekonomisinin Taraflara Sağladığı Faydalar	128
4. Paylaşım Ekonomisine Karşı Engelleyciler	131
Sonuç	133

8. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinde Müşteri İlişkileri Yönetimi	139
Giriş	139
1. Sistemik İlişki Yönetimi İhtiyacı	139
2. Ortak Tüketimde Güven Ve Güvenlik	140
3. Ortak Tüketimde Değer Sunumu Ve İletimi	147
Sonuç	151

9. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinin Etik Boyutu	155
Giriş	155
1. Paylaşım Ekonomisiyle İlgili Etik Sorunlar	156
1.1. Güvenlik/Güven Sorunu	157
1.2. Yasal Sorunlar	158
1.3. Sosyal ve Ekonomik Sorunlar	160
2. Ülkelerin Paylaşım Ekonomisiyle İlgili Aldıkları Önlemler	162
Sonuç	163

10. BÖLÜM

İnternet ve Sosyal Medyanın Paylaşım Ekonomisindeki Yeri 169

Giriş	169
1. İnternetin Hayatımıza Girişi	169
1.1. İnternet Teknolojilerinin Geçirdiği Evreler	170
2. Sosyal Medya	171
2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri	172
2.2. Sosyal Medya Türleri	173
3. Sosyal Ağ Teorisi	173
4. Paylaşım Ekonomisi Platformlarının Sosyal Medya Kullanımı	174
5. Sanal Topluluklar	180
5.1. Ortak Kullanım Ağları	182
6. İnternet ve Sosyal Medyanın Paylaşım Ekonomisi	183
Sonuç	187

11. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisine Hukuki Bir Bakış 195

Giriş	195
1. Paylaşım Ekonomisi	196
1.1 Tanım	196
1.2 Paylaşım Ekonomisinin Uygulama ve Hukuki Kapsamı	196
2. Adli Davalar: Uber Örnek Olayı	200
2.1 Amerika Birleşik Devletleri'nde Uber Aleyhine Açılan Toplu Dava	200
2.2 Avrupa Ülkelerinden Bazılarında Uber'e Karşı Açılan Davalar	201
2.2.1 İtalya'da Açılan Dava	201
2.2.2 Diğer Bazı Avrupa Ülkelerinde Açılan Davalar	202
2.3 Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın Güncel Kararı	203
Sonuç	205

12. BÖLÜM

Paylaşım Ekonomisinin Geleceğini Neler Bekliyor? 209

1. Paylaşım Ekonomisinin Katkıları	211
2. Paylaşım Ekonomisine Yönelik Eleştiriler	212
3. Paylaşım Ekonomisinin Geleceği	215
3.1. Yasal Düzenlemeler	216
3.2. Sektörel Çeşitlenme	217
3.3. Devlet Desteği	217
3.4. Dijital Platformların Büyümesi Veya Çeşitlenmesi	217
3.5. Klasik İşletmelerin De Paylaşım Modelini Benimsemesi	218
3.6. Tüketim Ve Üretim Paradigmalarının Değişmesi	218
3.7. Paylaşım Ekonomisinin Ölçek Olarak Büyümesi	219
Sonuç	219

1. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN GELİŞİMİ

Volkan YAKIN, İpek KAZANÇOĞLU

GİRİŞ

Yirminci yüzyılda egemen olan ve iki ayrı uçta yer alan komünist ve kapitalist ekonomik sistemlerin her ikisinin de kıt kaynakların adil ve sürdürülebilir şekilde dağıtımını konusunda yetersiz kaldığı görülmüştür. Özellikle tüketimin yol açtığı doğal kaynakların yok olması, nüfusun artması, kullan-at kültürüyle israfın büyümesi, küresel ısınma ve ekolojik dengenin bozulması başlıca sorunlar olarak günümüz tüketim toplumlarının sorunları arasında yer almaktadır. Tüketim kültürünün ortaya çıkardığı yıkımların yavaş yavaş fark edilmeye başlanması, artan işsizlik, zorlaşan yaşam koşulları gibi nedenler tüketicileri ellerindeki kaynakları diğerleriyle paylaşmaya yöneltmiştir (Lamberton ve Rose, 2012; Belk, 2007; Belk, 2010).

Paylaşmak her ne kadar insanlık tarihi kadar eskiye dayanan bir eylemse de günümüz paylaşım eylemleri, teknoloji tabanlı ve paylaşımcı çalışmaların bilgi yoğun görevlerle birleşmesiyle farklı bir boyut kazanmıştır. Tüketim kültürünün getirdiği israf, materyalist bakış açısı, bireysellik, anında tatmin olma isteği ve aşırı tüketim olguları iletişim teknolojilerinin gelişimiyle yeni bir alternatif ekonomik sistemin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Paylaşım ekonomisi olarak adlandırılan bu sistemin gelişimine neden olan çevrimiçi platformlar, tüketicilerin ellerindeki ürün ve hizmetleri Web 2.0 ve mobil veri ağlar üzerinden, karşılık beklenip beklenmediği gözetilmeksizin, paylaşım açmaları ve bu sayede bu ürünleri satın almak zorunda kalmadan onlardan faydalananların buldukları tüm ortamlar olarak tanımlanmaktadır (Yakın vd., 2017: 27). Bu şekilde tüketicinin daha az tüketmesine imkân tanınmakta, israf, üretim ve tüketim azaltılmakta, böylece kiralama ve takas sayesinde bir edinim türü olarak insanlar tasarrufa yönelmektedir.

Bu bölümde öncelikle toplulukların ilk çağlardan günümüze dek takas, işbirliği ve paylaşım eylemlerine dayalı olarak geliştirdikleri alternatif ekonomik sistemlerden ve ilerleyen kısımda ise günümüz paylaşım ekonomisi sisteminin gelişmesine zemin hazırlayan toplumsal, ekonomik ve teknolojik sebeplerle birlikte paylaşım ekonomisiyle beraber değişen unsurlardan bahsedilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Albinsson, P. A. ve Perera, B.Y. (2012). "Alternative Marketplaces in the 21st Century: Building Community Through Sharing Events". *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4): 303-315.
2. Albinsson, P. A., Wolf, M., ve Kopf, D. A. (2010). "Anti-consumption in East Germany: consumer resistance to hyperconsumption". *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 412-425.
3. Anderson K., *Barter System History: The Past and Present*, (<https://www.mint.com/barter-system-history-the-past-and-present>)
4. Aytekin D., 2015, Her derde derman: Topluluk bahçeleri (<http://www.yesilist.com/her-derde-derman-topluluk-bahceleri/>)
5. Bardhi, F., Eckhardt G. M. (2012). "Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing". *Journal of Consumer Research*, Vol. 39.
6. Barnes, S. J., ve Mattsson, J. (2016). "Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study". *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211.
7. Belk R. (2010). "Sharing". *Journal of Consumer Research*, 36: 715-734.
8. Belk, R. (2007). "Why not share rather than own?". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
9. Belk, R. (2014). "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online". *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
10. Benjaafar, S. K., G. and Li, Xiang and Courcoubetis, C. (2015). "Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage and Social Welfare in the Sharing Economy". SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2669823> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2669823>, Erişim Tarihi : 17.09.2017.
11. Berg, 2013, Was "Cigarette-Money" in World War II POW Camps a Case of Commodity Money Origination? (<http://neweconomicperspectives.org/2013/04/was-cigarette-money-in-world-war-ii-pow-camps-a-case-of-commodity-money-origination.html>)
12. Botsman R. ve Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours*, Londra: Harper Collins Publishers.
13. Buczynski, B. (2013). *Sharing is good: How to save money, time and resources through collaborative consumption*. New Society Publishers.
14. Callander B. R., (2014), *The history of money: from barter to bitcoin* <http://www.telegraph.co.uk/finance/businessclub/money/11174013/The-history-of-money-from-barter-to-bitcoin.html>
15. Cheng, M. (2016). "Sharing economy: A review and agenda for future research". *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.
16. Çabuk, S., Doğan Südaş, H., & Zeren, D. (2015). "Sahip Olmak Yerine Paylaşmak: Tüketicilerin Paylaşma Davranışlarının Unsurlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma". *Journal of the Institute of Social Sciences Cankiri Karatekin University/Cankiri Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1).

17. Dervojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M., Rouwmaat, E., Monfardini, E., & Frideres, L. (2013). "The sharing economy: accessibility based business models for peer-to-peer markets". European Commission Business Innovation Observatory.
18. Fairbairn, B. (1994). *The meaning of Rochdale: The Rochdale pioneers and the co-operative principles* (No. 31778). University of Saskatchewan, Centre for the Study of Cooperatives.
19. Frick, B. J., Goetzen, U., & Simmons, R. (2013). The hidden costs of high-performance work practices: Evidence from a large German Steel company. *ILR Review*, 66(1), 198-224.
20. Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.
21. Gheitas, A., Abdelnour-Nocera, J., Nardi, B., & Rigas, D. (2014, June). "Designing for online collaborative consumption: a study of sociotechnical gaps and social capital". In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 683-692). Springer, Cham.
22. Giesler, M. (2006). Consumer gift systems. *Journal of consumer research*, 33(2), 283-290.
23. Goldenberg, S., & Wekerle, G. R. (1972). From Utopia to Total Institution in a Single Generation: The Kibbutz and the Bruderhof. *International Review of Modern Sociology*, 224-232.
24. Gregory, C. A. (1982). *Gifts and commodities* (Vol. 2). Academic Pr.
25. Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). "The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption". *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
26. Hayashi, M. (2012). Japan's Fureai Kippu time-banking in elderly care: origins, development, challenges and impact. *International Journal of Community Currency Research*, 16(A), 30-44.
27. Hendirskz V., 2017, *The Rise of Millennials and the Sharing Economy* <https://fashionunited.uk/news/retail/2017-the-rise-of-millennials-and-the-sharing-economy/2017010422996>
28. Hollingsworth, L., & Tyyska, V. (1988). The hidden producers: women's household production during the Great Depression. *Critical Sociology*, 15(3), 3-27.
29. Hopkins, R. (2011). *The Transition Companion*. Totnes, UK: Green Books.
30. Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 53(1), 59-68
31. Kozinets, R. V., & Handelman, J. M. (2004). "Adversaries of consumption: Consumer movements, activism, and ideology". *Journal of consumer research*, 31(3), 691-704.
32. Lamberton, C.P., Rose, R.L. (2012). "When is Ours Better Than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems", *Journal Marketing*, Vol.76, No.7, 109-125.
33. Levin J. (2015), *Cooperation; Sharing in Times of Scarcity*. The sharing economy: new opportunities, new questions. *Global Investor*
34. Ljungberg, J. (2000). Open source movements as a model for organising. *European Journal of Information Systems*, 9(4)ungberg

35. Malinowski, B. (1922). *Argonauts of the Western Pacific: An account of native enterprise and adventure in the archipelagoes of Melanesian New Guinea*. Routledge.
36. Matofska, B. (2016). "What is the sharing economy." [Online]. <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/> (Erişim Tarihi :22.09.2017).
37. McAlpine, T. (2014). "The sharing economy". *Credit Union Management*, 37(12), 40-41.
38. McCleary A.E. (2010) "'I Was Really Proud of Them': Canned Raspberries and Home Production During the Farm Depression." *Augusta Historical Bulletin*, Issue 46, pp 14-44.
39. Nielsen, K. A. (Ed.). (2010). *A new agenda for sustainability*. Ashgate Publishing, Ltd.
40. Owyang, J., (2013). "The Collaborative Economy: Products, Services and Market Relationships Have Changed as Sharing Startups Impact Business Models. to Avoid Disruption, Companies Must Adopt the Collaborative Economy Value Chain". *Altimeter*, <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>, Erişim Tarihi : 21.07.2017
41. Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). "The -collaborative economy". *Altimeter*, United States. <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>, Erişim Tarihi : 22.08.2017.
42. Ozanne, L. K., & Ballantine, P. W. (2010). "Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users". *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
43. Rifkin, J. (2000). *The age of access: how the shift from ownership to access is transforming modern life*. London: Penguin Books.
44. Schor ve Fitzmaurice, 2015, *Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy*, 410-425, Reisch, Lucia A., and John Th_gersen, eds. *Handbook of research on sustainable consumption*. Edward Elgar Publishing, 2015.
45. Şenel Alaeddin, 1982, *İkel topluluktan uygar topluma: Geçiş aşamasında ekonomik, toplumsal, düşünsel yapıların etkileşimi*, Ankara üniversitesi siyasi bilimler fakültesi yayınları:504
46. Tosuner, A. (2012). "Tüketim Davranışının Azaltılması İçin İnternetin Kullanılması: Ortak Kullanım Ağları", 17. İnternet Konferansı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye, 7.
47. Tussyadiah, I. P. (2015). "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel". In *Information & Communication Technologies in Tourism 2015*. Cham: Springer International Publishing. Retrieved from <http://www.tussyadiah.com/ENTER2015-Tussyadiah.pdf>, Erişim Tarihi : 21.08.2017
48. Wang, C., & Zhang, P. (2012). The evolution of social commerce: The people, management, technology, and information dimensions *CAIS*, 31, 5.
49. Walsh, B. (2011). "Today's Smart Choice: Don't Own Share". *Time International*. http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html, Erişim Tarihi : 22 Eylül 2017.

50. Yakın V., Kacar İ. A., Ay İ. C., (2017) Sharing Economy: Why the Turkish consumers use Airbnb?, *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* 2(6).
51. Zukin, S., & Maguire, J. S. (2004). "Consumers and consumption". *Annu. Rev. Sociol.*, 30, 173-197. <http://ridesharechoices.scripts.mit.edu/home/histstats/>
<https://www.emarketer.com/Chart/Internet-Users-North-America-Who-Use-Select-ProfessionalSharing-Economy-Services-by-Age-March-2017-of-respondents-each-group/207715>
<http://www.sarahsundin.com/victory-gardens-in-world-war-ii/>

2. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİ: TANIMI VE SINIFLANDIRMALARI

Volkan YAKIN

“Paylaştığın senindir, biriktirdiğin değil.” (Yunus Emre)

GİRİŞ

Paylaşmak insanoğlunun içinde yaşadığı toplumun bir parçası olduğunu hissetme, değer yaratma ve değer kazanma dürtülerine dayanan önemli bir sosyal güdüdür. Paylaşmanın sınırları oldukça geniştir. İnsanlar öğrendiklerini, algıladıklarını, kararlarını, yemeklerini, evlerini, paralarını akla gelebilecek daha birçok nesne ve olguyu birbirleriyle paylaşırlar, bu nedenle ister organize bir biçimde, sistemli ve kurallı bir şekilde gerçekleşsin isterse tamamen bireysel ve özgün bir girişimle ortaya konsun paylaşmak hemen hemen tüm insanların istisnasız olarak gerçekleştirdiği bir davranıştır.

Günümüz tüketicilerinin kapitalist ekonomik yapılara yönelik şüpheleri arttıkça, birçok tüketicinin giderek daha çok alternatif sürdürülebilir tüketim biçimlerine yöneldiği görülmektedir (Albinsson & Perera, 2012). Özellikle son yıllarda bilgi işlem ve internet gibi teknolojik gelişmelerin eriştiği nokta, paylaşımın yeni şekillerini ortaya çıkartarak tüketicilerin alternatif ekonomik yapılar geliştirebilmelerine olanak sağlamıştır. Bugün farklı iş birimlerinde ve/veya disiplinlerde çalışan birçok araştırmacı paylaşım ekonomisinin sunduğu fırsatlardan etkin bir şekilde yararlanılabilmesi için sürekli olarak çeşitli araştırmalar yürütmekte, projeler geliştirmektedirler. Özellikle de küresel ısınma ve diğer çevresel sorunların yakın gelecekte doğuracağı olumsuz sonuçların önüne geçmede çevreci tüketim anlayışına hizmet eden paylaşım ekonomisinin çok daha büyük bir rol oynayacağı öngörülmektedir.

Paylaşım ekonomisinin bugün gündelik hayatlarımızda geniş yer kaplamasına ve gelecekte kaynakların adil kullanımında büyük potansiyeller vadetmesine karşın kavramsallaştırılması noktasında ilgili yazında bir karmaşanın olduğundan bahsetmek mümkündür. Diğer taraftan, paylaşım ekonomisinin işlemlerine bilinçsiz bir şekilde katkıda bulunan birçok tüketici dâhil olmak üzere, sistemin ne olduğu ve nasıl işlediği konusunda tüketicilerin kavram hakkında yeterli bir bilgiye sahip olmadığı da görülmektedir. Bu bölümde paylaşım ekonomisinin tanımlanması ve sınırlarını belirlemeye yönelik bir amaçla farklı disiplinlerden araştırmacı ve sivil toplum örgütleri çalışanlarının yaklaşımları ele alınmıştır.

KAYNAKÇA

1. Albinsson, P. A., & Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.
2. Belk R., (2010) Sharing, *Journal of consumer research*,2010
3. Belk, R. (2007). Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
4. Belk, R. (2014). "You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online", *Journal of Business Research*, Vol.67, No.8, 1595-1600.
5. Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal*, 273-358.
6. Botsman, R. (2013). The sharing economy lacks a shared definition. *Fast Company*, 21, 2013.
7. Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's mine is yours. The rise of collaborative consumption.
8. Brachya, V., & Collins, L. (2016). The Sharing Economy and Sustainability. *Urban Sustain*.
9. Buczynski, B. (2013). Sharing is good: How to save money, time and resources through collaborative consumption. *New Society Publishers*.
10. Demailly, D., & Novel, A. S. (2014). The sharing economy: make it sustainable. *Studies*, 3, 14.
11. Dølvik, J. E., & Jesnes, K. (2017). Nordic labour markets and the sharing economy: Report from a pilot project. *Nordic Council of Ministers*.
12. Ertz, M., Durif, F., & Arcand, M. (2016). An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and Its Implications for Marketing.
13. Felson, M., & Speath, J. (1978). Community structure and collaborative consumption. *American Behavioral Scientist*, 41, 614- 624. S.614
14. Frenken K., Meelen T., Arets M. Glind P., (2015), Smarter regulation for the sharing economy, <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>
15. Furchtgott-Roth H., 2016 The Myth Of 'Sharing' In A Sharing Economy (Jun 9, 2016), <https://www.forbes.com/sites/haroldfurchtgottroth/2016/06/09/the-myth-of-the-sharing-economy/#5a75447759bf>
16. Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.
17. Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
18. Iyer, R., & Muncy, J. A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of Business Research*, 62(2), 160-168.
19. Kiracı M,(2017), Tatlıyı Yemek mi Yoksa Paylaşmak mı Tatlı? Paylaşım ve Ortak Tüketim Davranışı Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Journal of Business Research Turk* 9 (1) 194-220
20. Lamberton, C.P., Rose, R.L. (2012). "When is Ours Better Than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems", *Journal Marketing*, Vol.76, No.7, 109-125.

21. Makwana R. (2015), Exploring the virtues of sharing and collaboration: STWR interviewed by Sharing.Lab, <http://www.sharing.org/information-centre/articles/virtues-sharing-and-collaboration-stwr-interviewed-sharinglab>
22. Matofska B. (2016), What is the Sharing Economy, (<http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>)
23. Meelen T., Frenken K, 01.14.15, Stop Saying Uber Is Part Of The Sharing Economy What is being shared besides your money? <https://www.fastcompany.com/3040863/stop-saying-uber-is-part-of-the-sharing-economy>
24. Ozanne, L. K., & Ballantine, P. W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
25. Pennington J., 2017, The numbers that make China the world's largest sharing economy (<https://www.weforum.org/agenda/2017/06/china-sharing-economy-in-numbers/>)
26. Sundararajan, A. (2014) 'Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: Overview, economic effects, and regulatory issues', Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses.
27. Sundararajan, A. (2016). The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Mit Press.
28. Vaughan R., 2016, Figuring out the sharing economy and its potential, *Info Magazine*, May-June 2016. <http://www.sharing.org/information-centre/articles/virtues-sharing-and-collaboration-stwr-interviewed-sharinglab>
29. Yakin V., Kacar İ. A., Ay İ. C., (2017) Sharing Economy: Why the Turkish consumers use Airbnb?, *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* 2(6).
30. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2014). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*.

3. BÖLÜM

TOPLULUKLARIN GÜCÜ: PAYLAŞIMCI MARKALAR

A. İdil KACAR

*“Biz dünyada yaşayan insanlar, bilgilerimizi, deneyimlerimizi paylaşmakla yükümlüüz.”
Stephen Hawking*

GİRİŞ

Paylaşım ekonomisinin son dönemdeki büyüme hızı, iş dünyasını ve elbette hepimizi heyecanlandırmaktadır. Bu heyecanın temel sebeplerinden bir tanesi elbette alışlageldik iş modellerinin dışına çıkılmasına imkân sağlamasıdır. Her gün yeni bir oluşumun ortaya çıktığı paylaşım ekonomisi arenasında, kalıcı olanların markalaşmayı başarabilenler olduğu göze çarpmaktadır.

Paylaşım ekonomisi, birbiriyle uyumlu ekonomik uygulamaların ötesinde bir dizi performansı işaret eden bir kavramdır. 21. Yüzyılın dijital dünyasının fırsat ve olasılıklarının altını çizen bu performanslar, birbirinden ayrı olarak düşünülen ekonomilerin ve siber kültürlerin bir araya gelmesini de sağlamaktadır (Richardson, 2015: 122). Paylaşımın temel noktası olan birbirinden farklı düzlemlerin bir araya gelmesi, dijitalleşme ekseninde sağlanacak faydaların çeşitliliğini arttırmaktadır.

Frenken vd (2015), paylaşım ekonomisini, tüketicilerin az kullanılmış fiziksel varlıkları ya da atıl kapasiteyi birbirlerine bağışlamaları olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak paylaşım ekonomisini diğer ekonomik modellerden ayıran 2 özellik olduğunu vurgulamaktadır:

1. Paylaşım, tüketiciden tüketiciye olan (C2C) platformlarla ilgilidir. Bir işletmeden ürün kiralamak ya da ödünç almak bu tanıma dâhil değildir. Aksi takdirde ürüne bağlı hizmet ekonomisinden söz edilmiş olur.
2. Paylaşımın temelinde bir ürüne geçici ulaşım imkânının sunulması vardır. Mülkiyet değişimine konu olan ikinci el ürün satışından ayrı tutulmalıdır.

Bu nedenle paylaşımci markalar ele alınırken, bu 2 temel özelliği sağlayıp sağlamadığı dikkate alınmaktadır. Tüketicilerin birbiriyle buluşmasının, paylaşım ekonomisinin fark yaratan tarafı olduğu unutulmamalıdır. Bu özelliği sebebiyle, ekonomilerin işleyişlerindeki evrimsel değişimin temeli olacağı da varsayılmaktadır.

KAYNAKÇA

1. Andjelic, A. (2014). "How Brands Can Win At The Sharing Economy", <https://www.fastcompany.com/3029534/how-brands-can-win-at-the-sharing-economy>. Erişim Tarihi: 13.06.2017
2. Cohen, B. ve Kietzmann, J. (2014). "Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy" *Organization & Environment*, Vol. 27(3), 279– 296.
3. EY, (2015). "The rise of the sharing economy The Indian landscape", October 2015, Ernst and Young LLP, India.
4. Frenken, K., Meelen, T., Arets, M. ve Glind, P.V. (2015). "Smarter regulation for the sharing economy", *The Guardian*, 20 May, www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarterregulation-for-the-sharing-economy, Erişim tarihi: 23. 04. 2017
5. Global Investor, (2015). *The Sharing Economy New Opportunities, New Questions, Expert Know-How For Credit Suisse Investment Clients, Investment Strategy & Research*
<http://www.denizlihaber.com/ozgun/kahve-sohbetleri/evde-baslayip-isletmeye-donusen-proje-merakli-merdane/>, 15.12.2017
<https://webrazzi.com/2016/12/09/ucretsiz-kitap-takasi-yaptiran-kitap-dostum-turkiyenin-kitap-odakli-sosyal-agi-olmak-istiyor/> 15.12.2017.
6. ING, (2015). "European Sharing Economy to Grow By a Third in the Next 12 Months", <https://www.ing.com/Newsroom/All-news/European-sharing-economy-to-grow-by-a-third-in-the-next-12-months.htm>, Erişim Tarihi: 17.07.2017.
7. INGBANK, Basın Bülteni, (2016). "Türkiye’de paylaşım ekonomisi bir yılda iki kat büyüyecek" https://www.ingbank.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2015/ingbank_IIS_paylasim_ekonomisi_21122015.pdf, 09.11.2016, Erişim Tarihi: 17.05.2017.
8. Kacar, İ. (2017), "Sharing Service Sector and Sharing Service Brands: Examples From Turkey", Abstract Book, II. International Symposium on New Trends in Social and Liberal Sciences, 27-30 Nisan, Barcelona, İspanya, 6.
9. PWC (2015). *The Sharing Economy Consumer Intelligence Series*, <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>, Erişim Tarihi: 07.05.2017.
10. Regner, M (2014). "How the world’s biggest brands came to love the sharing economy", <https://www.virgin.com/entrepreneur/how-the-worlds-biggest-brands-came-to-love-the-sharing-economy>, Erişim Tarihi: 17.07.2017.
11. Richardon, Lizzie (2015) . "Performing the sharing economy", *Geoforum* 67, ss.121–129.
12. Tek, Ö. B. ve Özgül, E. (2013). *Modern Pazarlama İlkeleri*, 4. Baskı, Birleşik Matbaacılık, İzmir.
13. www.airbnb.com.tr, 28.07.2017.
14. www.armut.com, 11.06.2017
15. www.askidanevar.com, 12.07.2017
16. www.cnbc.com, 14.08.2017

17. www.dunya.com, (2013). “Yeni Trend Bireysel Outsourcing”, <https://www.dunya.com/ozel-dosya/degisim-yelpazesi/yeni-trend-bireysel-outsourcing-haberi-200018>, Erişim Tarihi: 28.07.2017.
18. www.dunya.com, (2016). “Paylaşımın En Hızlısı Türkiye Oldu”, <http://www.dunya.com/ekonomi/paylasimin-en-hizli-ulkesi-turkiye-oldu-haberi-320562>, Erişim tarihi: 19.06.2017
19. www.freecycle.org, 13.12.2017
20. www.kickstarter.com, 12.07.2017
21. www.kolektifhouse.co, 28.07.2017_
22. www.modacruz.com, 15.12.2017
23. www.poshmark.com, 13.12.2017
24. www.taskrabbt.com, 12.07.2017
25. www.uber.com, 11.06.2017.
26. www.vizeat.com, 12.07.2017
27. www.volumeteer.org, 15.12.2017
28. www.zumbara.com, 12.07.2017_

4. BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE PAYLAŞIM EKONOMİSİ

Canan MADRAN, Volkan YAKIN

*“Çabuk gitmek istiyorsanız yalnız, uzağa gitmek istiyorsanız birlikte yürüyün”
-Afrika atasözü- (Gore, 2010: 13)*

GİRİŞ

Sürdürülebilir kalkınma teorisi insanoğlunun büyümesini, kalkınmasını ve gelişmesini yeniden konumlandırmasını gerektiren bir paradigma değişikliği önermektedir. Özellikle sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan üretim-tüketim modelleri, ekonomik yaklaşımlar ve uygulamalar, kaynakların kullanımı ve enerji konularında önemli problemlere yol açmıştır. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri genel olarak dünya nüfusu ile ilgili artış, açlık, yoksulluk, sağlık, eşitlik ve eğitim gibi alanları; iklim değişikliği/küresel ısınma, su ve karadaki biyo-çeşitlilik kaybı gibi çevresel konuları ve sosyal adaletsizlik, eşitlik, yenilenebilir enerji, üretim-tüketim, sürdürülebilir şehirler gibi sosyal açılımları kapsamaktadır.

Mevcut ekosisteme ve Dünya'nın var olan kaynaklarına zarar vermeden kalkınmak ve gelecek nesillere de bu kıymetli kaynakları bırakabilmek sürdürülebilir kalkınmanın temel yaklaşımıdır. Fen, sağlık ve sosyal bilimler alanlarında çalışan pek çok araştırmacı, dünya'nın sürdürülebilirliği için sürekli olarak durum analizleri yapmakta ve izlenmesi gereken yol haritalarını çıkartmaya çalışmaktadır. Sosyal teorilerden bakıldığında, son yıllarda teknolojik gelişmelerin de desteklediği paylaşım ekonomisi oluşumlarının, sürdürülebilirliğe ilişkin önemli roller üstlenebileceği fark edilmiştir. Özellikle gelişmiş ülkelerde paylaşım ekonomisinin sunduğu çözümlerden yararlanmak için, bu konunun daha ciddi bir şekilde ele alındığı gözlenmektedir.

Bu kitabın odağını oluşturan paylaşım ekonomisi sistem önerisinin dünya'nın sürdürülebilirliği ile ilgisini açıklamak amacıyla, bu bölümde sürdürülebilirlik kavramı, sürdürülebilir kalkınma perspektifinden ele alınarak, sırasıyla sürdürülebilir işletmecilik, sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tüketim konuları tartışılmıştır. İzleyen bölümde paylaşım ekonomisi ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkilere değinilerek, paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirlik üzerindeki olası olumlu etkileri açıklanmış ve örnek bazı çalışmalardan bahsedilmiştir.

KAYNAKÇA

1. Araç,S.K., Madran C. (2014), "Business School as an Initiator f The Transformation to Sustainability: A Content Analysis for Business Schools In PRME", Social Business 4 (2), 137-152
2. Atrek, B., C. Madran (2017), "Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması", Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 19, Ocak 2017, 1-31
3. Belz, F.M., Peattie, K. (2012), Sustainability Marketing, A Global Perspective, 2nd Edition, John Wiley & Sons, UK
4. Bozdemir M., (2013), Sürdürülebilirlik Nedir? <http://www.bilgiustam.com/surdurulebilirlik-nedir/>
5. Bozyiğit,S., Madran, C. (2015), "Çocukların Çevre Bilincine Sahip Tüketici Olarak Sosyalleşmesinde Annelerin Çocuk Yetiştirme Tutumlarının Rolü", 20. Ulusal Pazarlama Kongresi Anadolu Üniversitesi , 10-13 Haziran, Eskişehir
6. Brachya, V., & Collins, L. (2016), The Sharing Economy and Sustainability. Urban Sustain
7. Carson, R., (2004), Sessiz Bahar, Palme Yayınları
8. Chenoweth, J. (2009), Is Tourism With a Low Impact On Climate Possible? Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 1(3), 274 – 287
9. Coleridge R., (2016), Can The Sharing Economy Be a Green Solution? Info Magazine, May/June
10. Dholakia, N., Atik D. (2016), "Markets, Globalization, Deve-lopment: Charting the Intersections of Tree Multipolar Concepts," Markets, Globalization & Development Review, 1 (1), Article 1. <https://doi.org/10.23860/MGDR-2016-01-01-01>
11. EEA Report (2007), European Environment Agency (UNEP) "Sustainable Consumption and Production in South East Europe and Eastern Europe, Caucasus and Central Asia", Joint UNEP-EEA Report On The Opportunities And Lessons Learned, ISSN 1725-9177, No:3
12. Engelman, (2014),"Sürdürülebilirlik Sakızının Ötesi", Dün-yanın Durumu 2013, 3-21
13. Gelibolu, L. Madran, C. (2013), "Çevresel Sorunlara Davranışsal Çözümler Geliştirilmesinde Sosyal Pazarlamanın Kullanılması", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi 27 (4)
14. Glavic, P., Lukman R. (2007), "Review of Sustainability Terms and Their Definitions,. Journal of Cleaner Production, 15, 1875-1885.
15. Gore A. (2010), Tercih Sizin, İklim Değişikliğinin Çözümü için Bir Plan, Optimist yayınları, ECOIQ Kitaplığı,İstanbul.
16. Grant, J. (2010), Co-opportunity: Join Up for a Sustainable, Resilient, Prosperous World- Hardcover March 15, John Wiley & Sons, UK.
17. Hamari, J., Sjöklint, M. and Ukkonen, A. (2015), "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption", Journal of The Association For Information Science and Technology, Vol. 67 No. 9, pp. 2047–2059

18. Heinrichs, H. (2013). Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability, *Gaia*, 22(4), 228.
19. Heiskanen, E., Mont, O. ve Power, K. (2014), "The Map is Not A Territory – Making Research More Helpful For Sustainable Consumption Policy", *Journal of Consumer Policy*, 37: 27–44.
20. Jackson, T. (2005), *Motivating Sustainable Consumption a Review Of Evidence on Consumer Behaviour And Behavioural Change*, A report to the Sustainable Development Research Network, Centre for Environmental Strategy, University of Surrey, http://www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_sc_final.pdf].
21. Jackson T., Victor P. (2013), *Green economy at a community scale*. Metcalf Foundation: Toronto | November 2013.
22. Jaeger-Erben, M., U.Offenberger, (2014), A Practice Theory Approach to Sustainable Consumption, *GAIA*, 23/S1: 166 –174.
23. Karahan G., (2014), Sürdürülebilirlik nedir? <https://www.yesilist.com/surdurulebilirlik-nedir/>
24. Kilbourne, W., McDonagh P., Prothero A. (1997), "Sustai-Nable Consumption and The Quality of Life: A Macromarketing Challenge to the Dominant Social Paradigm," *Journal of Macromarketing*, 17 (1), 4-24. <https://doi.org/10.1177/027614679701700103>
25. Kiracı, H. (2017), *Paylaşım Ekonomisi ve Ortaklaşa Tüketim Hareketi*, Detay Yayıncılık, Ankara
26. Kumar, B., Dholakia N. (2016), "Toward Pro-Sustainability Actions: A Macro-Behavioral Perspective", *Review of Marketing Research*, 13, 169-92. <https://doi.org/10.1108/s1548-643520160000013015>
27. Lee, C. K., Levy, D. S. ve Yap, C. S. F. (2015), "How does the theory of consumption values contribute to place identity and sustainable consumption?" *International Journal of Consumer Studies*, 39(6): 597-607.
28. Leismann, K., Schmitt, M., Rohn, H., & Baedeker, C. (2013). "Collaborative Consumption: Towards A Resource-Saving Consumption Culture", *Resources*, 2(3), 184-203.
29. McDonagh, P., A. Prothero (1997), *Green Management: A Reader*. International Thomson Business Press.
30. Meadows, D. H., D.L. Meadows , J. Randers, W. W. Behrens III (1972) *Limits to Growth*, <http://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>, MIT
31. OECD (2002), *Towards sustainable household consumption? Trends and policies in OECD countries*. www.oecd.org/greengrowth/consumption_innovation/1938984.pdf
32. Onaran, B. (2014), *Sürdürülebilir Pazarlama*, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Ankara
33. Oslo Roundtable on Sustainable Production and Consumption (1994), <http://enb.iisd.org/consume/oslo004.html>
34. OXFAM International, (2017), *Just 8 men own same wealth as half the World*. <https://www.oxfam.org/en/pressroom/pressreleases/2017-01-16/just-8-men-own-same-wealth-half-world>

35. Özdamar E.Z., D. Atik (2015), "Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion," *Journal of Macromarketing*, March 35, 53-69. <https://doi.org/10.1177/0276146714535932>
36. Özsoy, T., Madran, C. (2015), "Ürün Ömrü Algısının Sürdürülebilir Tüketim Boyutundan Bir Analizi", *GJESB Global Journal of Economics and Business Studies Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi (Ocak-Haziran) Yıl: 4 Sayı: 7*
37. Palkan, Y. V., Zvolska, L., & Mont, O. (2017). Sustainability framings of accommodation sharing. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, (23), 70-83.
38. Pennington J., (2017), The numbers that make China the world's largest sharing economy (<https://www.weforum.org/agenda/2017/06/china-sharing-economy-in-numbers/>)
39. Peterson, M.(2013), *Sustainable Enterprise: A Macromarketing Approach*. New York: Sage
40. Prugh, T. (2015), "Çocukluk Döneminin Sonu", *Dünyanın Durumu 2015*, Tema İş Bankası Yayınları, 175-181
41. Raworht, K. (2014)," İnsanlık İçin Güvenli ve Adil Bir Alan Tanımlamak" *Dünyanın Durumu 2013*, 39-53.
42. Segal L.M, Rayburn J., Beck S. E., (2017), *The State of Obesity: 2017 Better Policies for a Healthier America*, Robert Wood Johnson Foundation <https://stateofobesity.org/files/stateofobesity2017.pdf>
43. Seyfang, G. (2005), "Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?", *Environmental Politics*, 14(2): 290- 306.
44. Shapiro, S.J., M. Tadajewski, C.J. Schultz (2009), "Interpreting Macromarketing: The Construction of a Major Macromarketing Collection," *Journal of Macromarketing*, 29 (3), 325-34. <https://doi.org/10.1177/0276146709338706>
45. Sundararajan, A. (2014). *Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues*. https://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf Erişim Tarihi: 8.12.2017
46. United Nations, (2014), Department of Economic and Social Affairs, Population Division. *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights (ST/ESA/SER.A/352)* <https://esa.un.org/unpd/wup/publications/files/wup2014-highlights.Pdf,12>
47. WCED, *Our Common Future* (1987) World Commission on Environment and Development
48. World Watch Enstitüsü, (2016) *Dünyanın Durumu*, Tema İş Bankası Yayınları, İstanbul
49. WWF (2016), *Living Planet Report 2016. Risk and resilience in a new era*. WWF International, Gland, Switzerland http://awsassets.panda.org/downloads/lpr_living_planet_report_2016.pdf
50. Yakın V., Kacar İ. A., Ay İ. C., (2017), "Sharing Economy: Why the Turkish Consumers Use Airbnb?", *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* 2(6).

51. Zvolska, L. (2015). Sustainability potentials of the sharing economy: the case of accommodation sharing platforms. IIIIEE Master thesis.
52. (<https://power2switch.com/blog/cleanweb-what-does-it-mean/>)
53. (<https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/sustainable-development>)
54. <https://aeon.co/essays/should-we-be-suspicious-of-the-anthropocene-idea>
55. <http://bilgikapsulu.com/ilk-otomobiller/>
56. <http://blogs.worldwatch.org/must-talk-population/>
57. <http://www.dunyaninilkleri.com/ilkler/dunyadaki-ilk-metro.html>
58. <http://www.habitat21.co.uk/energy86.html>
59. <http://www.ilkkimbuldu.com/kamyonu-kim-buldu/>.
60. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf,s.16>
61. <https://earthobservatory.nasa.gov/Features/WorldOfChange/decadal-temp.php>
62. <https://ourworldindata.org/world-population-growth/>
63. <https://eksisozluk.com/surdurulebilirlik—476406/>
64. www.zargan.com

5. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN ÜRETİM VE LOJİSTİK BOYUTU

Ayça TÜMTÜRK

GİRİŞ

Paylaşım ekonomisi kavramı son birkaç yıldır duyulmasına rağmen insanlığın varoluşundan bu yana insanlar arasında beraber üretmenin ve beraber tüketmenin olduğu söylenebilir. Türk kültüründe imece denilen işi ortaklaşa yapmak en eski paylaşım örneklerinden biridir. Paylaşım ekonomisinde insanlar, kuruluşlar ve topluluklar üretime aktif olarak katılan taraflar ve mal ve hizmet üretimini ortak gibi ya da iş birliği içinde ya da topluca gerçekleştirebilirler (www.thepeoplewhoshare.com, 2017).

Bu ekonomi modeli birçok ağın birleşiminden oluşan bütünleşik bir ağıdır. Kişilerarası işlemlerden oluşan basit ekonomi yerini alıcı ve satıcının sürekli olarak pazar akışını yönettiği dinamik ağlara bırakmıştır. Bu ağlarda her şey birbirine bağlı ve görünürde küçük olan değişiklikler bile küresel anlamda insan, süreç ve teknolojiyi etkileme potansiyeline sahiptir. İş dünyasında lider konumundaki kişiler, kararlarının etkisinin organizasyonlarının ve iş ortaklarının ötesine geçtiğini ve genişletilmiş tedarik zincirini oluşturan ağ dizilerini etkilediğini fark etmişlerdir. Bu ağların etkili bir şekilde yönetilmesi ise fırsatları erken fark etmeye ve iş birliğinin önemini kavranmasına bağlıdır (Hull, 2016).

Paylaşım ekonomisi ağ dizisinde müşteri ağları, tedarikçi ağları, proje ağları, ürün yönetim ağları, varlık ağları, lojistik ağları ve üretim ağları bulunmaktadır (Şekil1). Bu bölümde ise üreticileri ortak bir zeminde toplayan platformları ele alan üretim ağları ve lojistik ihtiyaçları en iyi şekilde karşılayabilmek için lojistik ortakları birbirine bağlayan ve iş birliğinin artmasını sağlayan lojistik ağları açısından paylaşım ekonomisinin üretim ve lojistik boyutları incelenecektir.

insanların sinerji etkisini fark etmesi yatmaktadır. Bir diğeri olan dijitalleşme ise paylaşımın eskiye nazaran çok daha kolay ve hızlı olmasını sağlayan tetikleyicidir. 3 boyutlu yazıcıların keşfi ve evlere girişi ile her gün daha çok insan tüketici olmanın yanı sıra üretici olmaktadır. Özellikle peer production ve distributed manufacturing gibi kavramların paylaşım ekonomisinde yapılan üretim için kullanılan ifadeler olduğunu belirtmek gerekir. MakeTime örneği, bu platform sayesinde firmaların, makine kapasitelerine erişerek üretimlerinin bir kısmını kendi ülkelerinde yapmalarına olanak tanınmasından ötürü önemlidir.

Lojistik paylaşım ekonomisinden doğrudan etkilenen sektörlerin başında gelmektedir ve paylaşım ekonomisinin sağladığı fırsatları yakalamaya başlamıştır. Joymode örneğinde olduğu gibi artık çok spesifik eşyalar bile paylaşımaya açıktır ve bu eşyaların taşınması ve depolanmasını sağlamak lojistik sağlayıcılar ve girişimciler için bir fırsat olarak görülmektedir. Gerek bireyler gerekse firmalar olsun hepsinin depolama ihtiyacını karşılayabilecek p2p platformları bulunmaktadır. Lojistik sektöründe sadece depo paylaşımı değil, araç ve makine paylaşımı, taşıma kapasitesi paylaşımı ve işgücü paylaşımının taraflara getireceği faydalar start-upları çekmektedir. Son olarak tüketici satın alım alışkanlıklarının takibi ve buna uygun ürün ve hizmet geliştirmek firmalar için vazgeçilmez iken verilerin lojistik sektöründe de paylaşımı ile işletmeler ortaklarına da kazanç sağlamaktadırlar.

KAYNAKÇA

1. Amazon (2017) www.logistics.amazon.com
2. Anderson, C. (2015). Geleceği Üretenler, Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul.
3. Barter, P. (2013). Cars are parked 95% of the time. Let's check! In: Reinventing Parking. <http://www.reinventingparking.org/2013/02/cars-are-parked-95-of-timelets-check.html>
4. Blocbox (2017) www.blocbox.com
5. Chandler, D. ve Munday, R. (2016). A Dictionary of Social Media, Oxford University Press
6. Chen, L.Y. (2016). China's Uber for Trucks Huochebang Fetches \$1 Billion Valuation. In: Bloomberg Technology. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-12-22/china-s-uber-for-trucks-huochebang-fetches-1-billion-valuation>
7. Danglard, P. (2017). Warehouse space at the click of a button,. <https://www.linkedin.com/pulse/warehouse-space-clickbutton-patricia-danglard-dalongeville>.
8. Enspiral (2017) www.enspiral.com. Erişim tarihi: 28.09.2017
9. Firstbuild (2017) www.firstbuild.com
10. Flexe (2017) www.flexe.com
11. Gesing, B. (2017). Sharing Economy Logistics: Rethinking Logistics with Access Over Ownership, DHL Trend Research, DHL CSI, 53844 Troisdorf, Germany
12. Getable (2017) www.getable.com

13. Hofstede, G. (1998). Identifying organizational subcultures: An empirical approach. *Journal of management studies*, 35(1), 1-12.
14. <https://ww2.frost.com/frost-perspectives/digitising-freight-one-truck-time-frost-sullivan-perspective-emerging-digital-freight-brokerage-systems/>
15. Hull, P. (2016). Connecting the Sharing Economy: Blending Physical and Digital Supply Chains to Create Network Effects, *SCM World*.
16. İmece (2017) www.imece.com
17. Jobdoh (2017) www.jobdoh.com
18. Joymode (2017) www.joymode.com
19. Kobu, B. (2013). *Üretim Yönetimi, Avcıol Basım Yayım, İstanbul*.
20. Letgo (2017) Letgo uygulaması
21. Loizos C. (2015). RelayRides Rebrands As Turo, Raises \$47 Million Led By Kleiner. In: *TechCrunch* <https://techcrunch.com/2015/11/03/relayrides-rebrands-as-turo-andraises-47-million-led-by-kleiner/>
22. Makerplace (2017) www.makerplace.com
23. MakeTime (2017). MakeTime Disrupts Supply Chain Management www.maketime.io/blog/maketime-disrupts-supply-chain-management/
24. Makezine (2017) www.makezine.com
25. Moore, K. (2011). From Social Networks to Collaboration Networks: The Next Evolution of Social Media for Business. www.forbes.com
26. Mucuk, İ. (2012). *Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul*.
27. Peerby (2017) www.peerby.com
28. Pinterest (2017). www.pinterest.com.tr. Erişim Tarihi: 11.08.2017
29. Rentmarket (2017) www.rentmarket.eu
30. Saloodo (2017) www.saloodo.com
31. Shyp (2017) www.shyp.com
32. Spacer (2017) www.spacer.com
33. Srinivasan, A., Leveque, P. (2016). Digitising Freight – one truck at a time | A Frost & Sullivan perspective on the emerging digital freight brokerage systems
34. The World Bank (2015). <https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS>. Erişim Tarihi: 20.09.2017
35. Thingiverse (2017) www.thingiverse.com
36. Turo (2017) www.turo.com
37. United Nations (2015). Preparing the world for important population changes. <http://www.un.org/en/development/desa/news/population/preparing-the-world-for-important-population-changes.html>. Erişim Tarihi: 20.09.2017
38. www.keimform.de/2010/self-organized-plenty/. Erişim tarihi: 20.08.2017
39. www.sap.com. Erişim tarihi: 17.06.2017
40. www.thepeoplewhoshare.com. Erişim tarihi: 13.03.2017
41. www.wiki.p2pfoundation.net/Peer_Production
42. www.wikipedia.org
43. Yardclub (2017) www.yardclub.com

6. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN FİNANSMANI

Anıl GACAR

*“Bilgiye yapılan yatırım, en karlı yatırımdır”
Benjamin Franklin*

GİRİŞ

Bilginin çok hızlı erişilebilir olması ile birlikte işletme bilgisi ve buna bağlı olarak da işletmecilik olgusu, tüm dünyaya hızla yayılmıştır. Bir işletmeden bahsedebilmek için öncelikle girişimcilik kavramının tanımlanması gerekmektedir. Girişimcilik, üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynaklar, teknoloji), belirli bir kar elde etmek amacıyla bir araya getirilmesi çabası olarak tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla, bu eylemi yapan kişi de girişimci olarak adlandırılmaktadır.

Son dönemde, evrenselleşmenin yoğun bir biçimde yaşanması, işletmeler arasındaki rekabeti artmakta; rekabetin artmasıyla da tüketicilerin tercihleri her an değişebilir hale gelmektedir. Bu durum, girişimcileri tüketicilerin beklentilerini karşılama ve tüketici memnuniyetini artırma noktasında yeni arayışlara yöneltmektedir. Paylaşım ekonomisi olgusu da değişen tüketici istek ve beklentilerinin karşılanmasında başvurulan yeni bir girişimcilik modeli olarak dikkat çekmektedir. Başka bir anlatımla, küreselleşmenin rekabeti arttırdığı, rekabetin tüketici istek ve beklentilerini değiştirdiği; değişen istek ve beklentilerin de paylaşım ekonomisinin oluşmasına neden olduğu kabul edilebilmektedir.

Girişimcilerin, belirli bir işletme meydana getirebilmesi için gereken üretim faktörlerinden birisi de sermayedir. Girişimciler, sermayeye ulaşabildikleri ölçüde büyüebilmektedir. Dolayısıyla; belirli bir girişim meydana getirebilmek için sermayeye erişimin mümkün olması gerekmektedir. Eserin bu bölümünde, girişimcilik ile birlikte son yıllarda gelişen paylaşım ekonomisi girişimciliğinden ve paylaşım ekonomisi içerisinde yer alan firmaların finansman olanakları hakkında bilgiler yer almaktadır.

1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimci(lik) kavramı, temelde ekonomik bakış açısıyla değerlendirilmektedir. Ekonomik anlamda girişimci, arz ve talebi yönlendiren ve pazar arayan kişi; girişimcilik ise kaynakları verimli bir biçimde bir araya getirme ve harekete geçirme faaliyeti olarak tanımlanabilmektedir (Aytaç, 2006:

KAYNAKLAR

1. Akkaya, C. ve İçerli, M.Y (2001). Kobi'lerin Finansal Problemlerinin Çözümünde Risk Sermayesi Finansman Modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 3(3). 61-70
2. Akpınar, S. Dinçel, G. (2007), "Girişimcilikte Bir Finansman Modeli: Melek Yatırımcı", Kocaeli Üniversitesi İİBF Dergisi,
3. Altuntaş, B. (2009). Girişimci, Melek Yatırımcı, İş İnsanı ve Yatırımcı, <http://www.paradergi.com.tr/yaz154-308-31,461@300.html> (20.12.2017).
4. Atsan, N. ve Erdoğan, O.E (2015). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Crowdfunding, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(1). 297-320
5. Aypek, N. (1997). Sermaye Piyasası Aracı Olarak Risk Sermayesi Ve Türk Sermaye Piyasasında Uygulanabilirliği, KOSGEB Yayını, Ankara,
6. Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. Dumlupınar Üniversitesi. Sosyal Bilimler Dergisi. 15, 139-161
7. Benjamin, G. A. ve Margulis, J. B (2000). Angel Financing: How to Find and Invest in Private Equity, New York, John Wiley & Sons, Inc.
8. Bird, B. J. (1989), Entrepreneurial Behavior, Illinois: Foresman and Company
9. Börtü, D. (2006), Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Yayın No.733, İstanbul.
10. Ergen, M. (2017). Kitle Fonlaması. <http://www.mustafaergen.com/>, 20.12.2017.
11. Ergen, M., vd. (2013). Dağıtık Girişimci Sermayesi: Kitle Fonlaması, 3. Sanayi Şurası
12. Ernst & Young (2015), The Rise of Sharing Economy: The Indian Landscape, October.
13. Erol, C. (1992) Faizsiz Kredi Modeli Venture Capital Finansman Modeli", Bankacılar Dergisi, Ankara,
14. Ersoy, A. (1986), İktisadi Müesseseseleşme Tarihi –İktisadi Kalkınmanın Tarihi Seyri , Akevler Akdeniz Bilimsel Araştırma Merkezi Tarihsel Araştırmalar Serisi NO: 1
15. Erten, H. (2017). Krizi Fırsata Dönüştüren İnvazyon: Varlık Paylaşım Modeli. Turcomoney, Ocak
16. Ertürk, M. (2017). İşletme Biliminin Temel İlkeleri, Beta Yayınları, 10. Basım
17. Farronato, C. ve Levin, J. (2015). The Sharing Economy: New Opportunities, New Questions. Credit Suisse, Investment Strategy&Research, November
18. Freedman, D. ve Nutting, M.R (2015). A Brief of History of Crowdfunding: Including Rewards, Donation, Debt and Equity Platforms in the USA, <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf> (19.12.2017)
19. Gabinson, G. A. (2015). Understanding Crowdfunding and its Regulations: How Can Crowdfunding Help ICT Innovation. JRC Science and Policy Report. Joint Research Centre.

20. İpekten, B.O (2006). Risk Sermayesi Finansman Modeli. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7(1). 367-384.
21. İşler, T.(2014). Modern Finansmanda Yeni Bir Dönem: Kitleli Fonlama. Gösterge Sonbahar 2014
22. Kuğu, T.D. (2004). Finansman Yöntemi Olarak Risk Sermayesi. Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 11(2). 141-153
23. Kutanis, Ö. R ve Hancı, A. (2004). Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları. Osmangazi Üniversitesi, İİBF, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 457-464
24. McKaskill, T. (2009). An Introduction to Angel Investing: A Guide to Investing In Early Stage Entrepreneurial Ventures. Breakthrough Publications
25. Mueller, S. and Thomas, A. S. (2001), "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness", Florida International University, Miami, National Academy of Management, Journal of Business Venturing , Volume 16, Issue 1, pp. 51-75
26. Niestroj, K. M. (2013). The Sharing Economy And Collaborative Finance – Outline Of The Problems. Studia Ekonomiczne. 173, 13-25.
27. Pahuja, A. ve Sanjeev, R. (2015). Introduction to Entrepreneurship. ISBN: 9789385000-18-8
28. Soave, P. (2015). Research For Tran Committee -Tourism And The Sharing Economy: Challenges And Opportunities For The EU (Study No. PE 63.411.). Brussels, Belgium: European Parliament.
29. The World Bank Report (2013) Crowdfunding's Potential for the Developing World. infoDev, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.
30. Zider, B. (1998). How Venture Capital Works. <https://hbr.org/1998/11/how-venture-capital-works> (13.01.2017).
31. <http://www.aljazeera.com.tr/haber/uber-50-milyar-dolar-degere-ulasacak>, 22.12.2017.
32. <https://blog.arikovani.com/kitleli-fonlamada-buyuk-verinin-onemi/>, 26.12.2017.
33. <http://www.buba.com.tr/2/melek-yatirimcilik>, 25.12.2017
34. <http://www.businessht.com.tr/guncel/haber/1669809-ikinci-el-kiyafet-satarak-kim-ceo-olmak-istemez>, 30.12.2017.
35. <https://www.digitaltalks.org/2016/06/04/ubere-yapilan-devasa-yatirim-arkasindaki-gercekler/>, 22.12.2017.
36. <https://deemly.co/blog/sharing-economy-banking-sector/>, 17.01.2018.
37. <https://www.dunya.com/teknolojiler/uberin-yerli-rakibi-olev-korsan-taksi-sorununu-cozdu-haberi-361533>, 22.12.2017.
38. https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy, 19.01.2017
39. <http://eticaretmag.com/airbnb-iki-sisme-yatakla-basladi-milyar-dolarlik-sirket-oldu/>, 22.12.2017.
40. <http://www.hurriyet.com.tr/birimiz-hepimiz-icin-40437083>, 19.12.2017.
41. <http://www.hurriyet.com.tr/200-bin-dolarlik-yeni-yatirim-aldi-40430088>, 25.12.2017.

42. www.kickstarter.com, 22.12.2017.
43. <https://www.paylasimekonomisi.com/2013un-paylasim-ekonomisine-yon-verenler>, 30.12.2017.
44. <http://www.platinonline.com/yazarlar/murat--yesildere/paylasimci-ekonominin-onlenemeyen-yukselisi-684128>, 30.12.2017.
45. <https://startup.capital.com.tr/kose-yazarlari/emre-kurttepelikitle-fonlasi-sistemi-besler.html>, 19.01.2017
46. <https://www.uktech.news/news/london-sharing-economy-platform-fat-lama-raises-1m-20170403>, 23.12.2017.
47. www.wikipedia.com, 22.12.2017.

7. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİYLE DEĞİŞEN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

İpek KAZANÇOĞLU

“Mutluluklar paylaştıkça artar”

GİRİŞ

Tüketim kültürünün hakim olduğu 20. Yüzyıl ve ortalarında tüketiciler materyalist, paraya dayalı, sahip olmak isteyen, hedonist bir statü edinme rolü oynar hale gelmiştir. Mutluluğun ancak tüketimle elde edilebileceğini savunan tüketim kültürü, tüketicilerin arzu ettikleri ürün ve hizmetleri, markaları bu amaç için satın aldıkları ve sergiledikleri bir dönemdir. Bu dönemde tüketici kendi kimliğini ortaya koyarken ürünlere, markalara yönelmekte olup, piyasaya ise “ne tüketiyorsan osun”, “ne olduğun değil nasıl görüldüğün önemli” gibi ifadelerle sembollerin, imajın önemli olduğu bir tüketim yapısı hakimdir (Odabaşı, 2001). Tüketicilerin kapitalist ekonomik modele direniş biçimi olarak ortaya çıkan paylaşım ekonomisi (Albinsson ve Perera, 2012) ve sürdürülebilirlik, aşırı tüketimi de içeren çeşitli konularda farkındalığı artırma aracı olarak da kullanılmakta (Richardson, 2015), ortaklık, işbirliği, paylaşım ekonomisinde değişen tüketici zihniyetleri ile önemini vurgulamaktadır (Albinsson ve Perera, 2012; Kiracı, 2017). Tüketim akımına karşı sürdürülebilir tüketim, tüketim karşıtlığı, boykotu (Herrmann, 1993; Hoffmann ve Muller, 2009), markaları ve kurumları red etmek (Zavestoski, 2002), markadan kaçınma (Lee vd., 2009), etik tüketim (Shaw ve Newholm, 2002), ürün paylaşımı, gönüllü sadelik hareketi (Huneke, 2005), tüketici direnmesi (Fournier, 1998; Penaloza ve Price, 2003), ortak tüketim gibi yeni akımlar ortaya çıkmaya başlamıştır (Ozanne ve Ballantine, 2010). Aşırı tüketime karşıtlık olarak takas, ürün kiralama, ürün değişimi, sosyal ağlardan işbirlikleri oluşturma, ortak ulaştırma, ortak konaklama sistemleri vb. paylaşım temelli yaklaşım gelişmeye başlamıştır.

Son yıllarda tüketici hareketleri, pazarlama alanında, tüketim davranışlarında değişimler oluşturmaya başlamıştır (Kozinets ve Handelman, 2004). Tüketimde yeni bir alternatif olarak ortaya çıkan paylaşım ekonomisi, artan sayıda tüketicinin ürün veya hizmete sahip olmak yerine, belirli bir bedel karşılığında geçici olarak kullanıp ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir tüketim modelini ortaya çıkarmıştır (Lamberton ve Rose, 2012; Belk, 2007; Belk, 2010; Ozanne ve Ballantine, 2010; Piacentini vd, 2012). Bu tüketim modelini destekleyen girişimlerin oluşmasına ve toplumda benimsenmeye başlanmasına neden olmuştur. Son yıllar-

KAYNAKÇA

1. Albinsson, P. A. ve Perera, B.Y. (2012). "Alternative Marketplaces in the 21st Century: Building Community Through Sharing Events". *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4): 303–315.
2. Bagó, A. C. (2011). *Introduction to Collaborative Consumption*. A report prepared for the Barcelona Consensus Grant, Erişim Tarihi : 12.09.2017.
3. Bardhi, F., Eckhardt G. M. (2012). "Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing". *Journal of Consumer Research*, Vol. 39.
4. Bauwens, M., Mendoza, N. ve Iacomella, F. (2012). "Synthetic Overview of the Collaborative Economy. A report prepared by P2P Foundation", <https://www.noexperiencenecessarybook.com/Qw3lq/the-phenomenon-of-the-sharing-economy-in-germany-consumer.html>, Erişim Tarihi : 17.09.2017.
5. Belk R. (2010). "Sharing". *Journal of Consumer Research*, 36: 715–734.
6. Belk, R. (2007). "Why not share rather than own?". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
7. Belk, R. (2014). "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online". *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
8. Belk, R. W. (1985). "Materialism: Trait aspects of living in the material World". *Journal of Consumer research*, 12(3), 265-280.
9. Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossman, C., Demkova, K., ve Carroll, J. M. (2015, April). "A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems". In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1085-1094). ACM.
10. Blau, P. M. (1964). "Social exchange theory". http://www.tut.ee/public/m/mart-murdvee/EconPsy/5/6._EconPsy_-_Social_exchange.pdf, Erişim Tarihi : 20.10.2017.
11. Botsman R. ve Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours*, Londra: Harper Collins Publishers.
12. Böcker, L., & Meelen, A. A. H. (2016). "Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation". *Innovation Studies Utrecht (ISU) Working Paper Series*, 16(02), 1-22.
13. Böckmann, M. (2013). "The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy". University of Twente, Faculty of Management and Governance.
14. Buczynski, B. (2013). *Sharing is good: How to save money, time and resources through collaborative consumption*. New Society Publishers.
15. Collom, E. (2011). "Motivations and differential participation in a community currency system: The dynamics within a local social movement organization". *Sociological Forum*, 26, 1, 144-168.
16. Çabuk, S., Doğan Südaş, H., & Zeren, D. (2015). "Sahip Olmak Yerine Paylaşmak: Tüketicilerin Paylaşma Davranışlarının Unsurlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma". *Journal of the Institute of Social Sciences Cankiri Karatekin University/Cankiri Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1).
17. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). "The general causality orientations scale: Self-determination in personality". *Journal of research in personality*, 19(2), 109-134.

18. Fournier S. (1998). "Consumer resistance: societal motivations, consumer manifestations, and implications in the marketing domain". *Advances in Consumer Research* 25: 88–90.
19. Fraiberger, S. P., & Sundararajan, A. (2015). "Peer-to-peer rental markets in the sharing economy". <http://2n4t3cw66ossvjx2tmnia10.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2016/05/Peer-to-Peer-Rental-Markets-in-the-Sharing-Economy.pdf>, Erişim Tarihi: 18.09.2017.
20. Gorenflo, N. (2013). "Collaborative consumption is dead, long live the real sharing economy. Retrieved from Neal Gorenflo, Collaborative consumption is dead, long live the real sharing", <http://pando.com/2013/03/19/collaborative-consumption-is-dead-long-live-the-real-sharingeconomy/>, Erişim Tarihi : 21.08.2017.
21. Hamari, J. Ukkonen, A. (2013). "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption". *SSRN Electronic Journal*, 1–19.
22. Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). "The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption". *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
23. Hammarberg, K., & Wong, M. (2011). *Shareable Consumption-indications of a social collaborative lifestyle*, Lund University, School of Economics and Management.
24. Hars, A., Ou, S. (2001). "Working for Free?—Motivations of Participating in Open Source Projects". In *Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences*.
25. Herrmann R. (1993). "The tactics of consumer resistance: group action and marketplace exit". *Advances in Consumer Research* 20: 130–134.
26. Hoffmann S, Muller S. (2009). "Consumer boycotts due to factory relocation". *Journal of Business Research* 62(2): 239–247.
27. Hofstede, G. (2001), *Culture's Consequences*, London: Sage Publications
28. Homans, G. C. (1961). *Social behavior and its elementary forms*. New York: Harcourt, Brace and World. <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shareddefinition>, Erişim Tarihi : 05.05.2017.
29. Huneke, M. E. (2005). "The face of the un-consumer: An empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the United States". *Psychology & Marketing*, 22(7), 527-550.
30. Keetels, L. (2013). *Collaborative Consumption: The influence of trust on sustainable peer-to-peer product-service systems (Master's thesis)*, Research MSc in Sustainable Development – Environmental Policy and Management, Faculty of Geosciences, Utrecht University, the Netherlands
31. Keymolen, E. (2013). "Trust and technology in collaborative consumption. Why it is not just about you and me". *Bridging distances in technology and regulation*, 135-150.
32. Kim, J., Yoon, Y., & Zo, H. (2015). "Why People Participate in the Sharing Economy: A Social Exchange Perspective". In *PACIS* (p. 76).
33. Kiracı, H. (2017). "Tatlıyı Yemek mi Yoksa Paylaşmak mı Tatlı? Paylaşım ve Ortak", *İşletme Araştırmaları Dergisi (Journal of Business Research Turk)*, 9/1 194-220.

34. Kleine, S.S. ve Baker, S.M. (2004), "An Integrative Review of Material Possession Attachment", *Academy of Marketing Science Review*, [<http://www.amsreview.org/articles/kleine01-2004.pdf>], Erişim Tarihi : 11.11.2017
35. Kozinets, R. V., & Handelman, J. M. (2004). "Adversaries of consumption: Consumer movements, activism, and ideology". *Journal of consumer research*, 31(3), 691-704.
36. Lakhani, K., & Wolf, R. (2005). "Why hackers do what they do: Understanding motivation and effort in free/open source software projects". In J. Feller, B. Fitzgerald, S. Hissam, & K. Lakhani (Eds.), *Perspectives in free and open source software*. Cambridge: MIT.
37. Lamberton, C. (2015), "Collaborative Consumption, from Theoretical Roots to New Opportunities," in M. Norton, D. Rucker and C. Lamberton, Eds., *Handbook of Consumer Psychology*, Cambridge University Press, pp. 693-720.
38. Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). "When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems". *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
39. Lawson, S. J. (2010). "Transumers: Motivations of Non-Ownership Consumption". *Advances in Consumer Research*, Vol. 37, pp. 842-843.
40. Lee, MSW, Motion J, Conroy D. (2009). "Anti-consumption and brand avoidance". *Journal of Business Research* 62(2): 169-180.
41. Lindenberg, S. (2001). "Intrinsic motivation in a new light". *Kyklos*, 54(2-3), 317-342.
42. Luchs, M., Naylor, R. W., Rose, R. L., Catlin, J. R., Gau, R., Kapitan, S., Mish J., Ozanne L., Simpson, B., Marcus P. & Subrahmanyam, S., Weave T. (2011). "Toward a sustainable marketplace: Expanding options and benefits for consumers". *Journal of Research for Consumers*, 19(1), 1-12.
43. Marchand, A.; Walter, S. & Cooper, T. (2010). "Beyond Abundance: Self-Interest Motives for Sustainable Consumption in Relation to Product Perception and Preferences". *Sustainability*, 2, 1431-1447.
44. Matofska B., Sharer C., (2016). "What is the Sharing Economy?" <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>, Erişim Tarihi: 29.09.2017
45. McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). "The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model". *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3), 297-323.
46. Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). "The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study". *Journal of Business research*, 40(1), 37-48.
47. Möhlmann, M. (2015). "Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again". *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
48. Nov, O. (2007). What motivates Wikipedians? *Communications of the ACM*, 50(11), 60-64.
49. Nov, O., Naaman, M., & Ye, C. (2010). "Analysis of participation in an online photo-sharing community: A multidimensional perspective". *Journal of the American Society for Information Science and Technology: JASIST*, 61(3), 555-566.

50. Okumuş, A., Öztürk, S. (2014). "Sosyal Mübadele Teorisi", Pazarlama Teorileri Kitabı, Editörler: Mehmet İsmail Yağcı, Serap Çabuk, S. 2. Baskı, Mediacat.
51. Olson, K. (2013). *National Study Quantifies Reality of the "Sharing Economy" Movement*. http://www.campbell-mithun.com/678_national-study-quantifies-reality-of-the-sharing-economy-movement, Erişim Tarihi: 08.09.2017
52. Oreg, S., & Nov, O. (2008). "Exploring motivations for contributing to open source initiatives: The roles of contribution context and personal values". *Computers in human behavior*, 24(5), 2055-2073.
53. Owyang, J. (2014). "Sharing is the new buying: How to win in the collaborative economy". https://www.slideshare.net/jeremiah_owyang/sharingnew-buying, Erişim Tarihi: 23/09/2017.
54. Owyang, J., (2013). "The Collaborative Economy: Products, Services and Market Relationships Have Changed as Sharing Startups Impact Business Models. to Avoid Disruption, Companies Must Adopt the Collaborative Economy Value Chain". *Altimeter*, <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>, Erişim Tarihi : 21.07.2017
55. Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). "The collaborative economy". *Altimeter*, United States. <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabedraft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>, Erişim Tarihi : 22.08.2017.
56. Ozanne, L. K., & Ballantine, P. W. (2010). "Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users". *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
57. Özata, Z. Fatma, Er, İçlem, Öztürk, A. Sevgi, Ağlargöz, Feyza, (2015). "Ortak Tüketmemek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, ss. 625- 626.
58. Park, H., Suh, W., & Lee, H. (2004). "A role-driven component-oriented methodology for developing collaborative commerce systems". *Information and Software Technology* 46(12): 819-837.
59. Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2004). "Building effective online marketplaces with institution-based trust". *Information systems research*, 15(1), 37-59.
60. Penaloza L, Price LL. (2003). "Consumer resistance: a conceptual overview". *Advertising Consumer Research*; 20(1):123-8.
61. Phipps, M.; Ozanne, L. K.; Luchs, M. G.; Subrahmanyam, S.; Kapitan, S.; Catlin, J. R.; Gau, R.; Naylor, R. W.; Rose, R. L.; Simpson, B. & Weaver, T. (2013). "Understanding the Inherent Complexity of Sustainable Consumption: A Social Cognitive Framework". *Journal of Business Research*, 66, 1227-1234.
62. Piacentini M, Banister E, Salciuviene L, Keeling K. (2012). "Emerging issues in transformative consumer research and social marketing: an introduction to the special issue". *Journal of Consumer Behaviour* 11(4): 273-274.
63. Ratnasingam, P. (2004). "The impact of collaborative commerce and trust in web services". *Journal of Enterprise Information Management* 17(5): 382-387.
64. Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). "A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation". *Journal of consumer research*, 19(3), 303-316.
65. Sacks, D. (2011). *The Sharing Economy*. Fast Company, 155(May), 88-93. <http://www.fastcompany.com/1747551/sharing-economy>, Erişim Tarihi : 21.09.2017.

66. Schor, J. B., & Fitzmaurice, C. J. (2015). *Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy*. Handbook of research on sustainable consumption, 410.
67. Seign, R., & Bogenberger, K. (2012). "Prescriptions for the successful diffusion of carsharing with electric vehicles". In *Conference on Future Automotive Technology Focus Electromobility* (pp. 18-19).
68. Shaw D, Newholm T. (2002). "Voluntary simplicity and the ethics of consumption". *Psychology & Marketing* 19(2): 167-185.
69. Schiel, F. (2015). The Phenomenon of the sharing economy in Germany: Consumer motivations for participating in collaborative consumption schemes (Master's thesis, University of Twente). http://essay.utwente.nl/68106/1/Schiel_MA_MB.pdf, Erişim Tarihi : 20.09.2017,
70. Suhonen, E., Lampinen, A., Cheshire, C. & Antin, J. (2010). "Everyday favors: a case study of a local online gift exchange system". In *Proc. Group '10*. ACM Press, 11-20.
71. Thaler, R. (1985). "Mental Accounting and Consumer Choice," *Marketing Science*, 4 (Summer), 199-214.
72. "Transumers", <http://trendwatching.com/trends/TRANSUMERS.htm>, Erişim Tarihi : 21.08.2017
73. Tussyadiah, I. P. (2015). "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel". In *Information & Communication Technologies in Tourism 2015*. Cham: Springer International Publishing. Retrieved from <http://www.tussyadiah.com/ENTER2015-Tussyadiah.pdf>, Erişim Tarihi : 21.08.2017
74. Van de Glind, P. (2013). *The Consumer Potential of Collaborative Consumption*. A Master's dissertation at the University of Utrecht, the Netherlands.
75. Van der Heijden, H. (2004). "User acceptance of hedonic information systems". *MIS quarterly*, 695-704.
76. Vergragt, P. J. (2006). "How technology could contribute to a sustainable World". *GTI Paper Series*, 28.
77. Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice". *MIS quarterly*, 35-57.
78. Yakın V., Kacar İ. A., Ay İ. C., (2017) Sharing Economy: Why the Turkish consumers use Airbnb?, *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* 2(6).
79. Yakın, V., Kacar, İ. (2016). "Paylaşım Ekonomisine Yönelik Nicel Bir Araştırma: Türk Tüketicileri Açısından Airbnb Örneği", *21. Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, ss. 534-536.
80. Zavestoski, S. (2002). "The social-psychological bases of anticonsumption attitudes". *Psychology & Marketing*, 19(2), 149-165.s

8. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNDE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Aysun KAHRAMAN

GİRİŞ

Paylaşım, tüketim hayatının kaçınılmaz bir parçasıdır. Leasing, barter, forumlarda yorum yazma, blog yazma, video ve resim paylaşma, sanal ortamdan yararlanılarak yapılan bedelsiz ürün paylaşımı gibi sistemlere artık herkes aşına hale gelmiştir. Bunların yanı sıra, yaklaşık on yıldır var olan ve gerçek paylaşımlar olarak nitelendirilen ortak tüketim adında bir paylaşım sistemi mevcuttur. Bu sistemde bir ürün veya hizmet, sahibince kullanılmadığı zamanlarda ihtiyacı olan başka kullanıcılara, bir aracılık yapan bir platform aracılığıyla sunulmaktadır. Ortak tüketim girişimcileri olan bu platform firmalar, kişilerin birbirleriyle paylaşmak, değiş tokuş etmek veya kiralamak isteyecekleri ürün ve hizmetleri bulup, ihtiyaç sahipleri ile ürün sahiplerinin buluşmasını sağlamaktadır (girisimle.com). Eserin bu bölümünde, paylaşım ekonomisi sisteminde müşteri ilişkileri yönetiminin nasıl işlediği ve söz konusu bu platformların ne tür uygulamalarda bulunduğu bahsedilmiştir.

1. SİSTEMATİK İLİŞKİ YÖNETİMİ İHTİYACI

Ortak tüketim hareketiyle meydana gelen paylaşım ekonomisi büyüme potansiyelinin yüksek olduğu bir alandır. Son yıllarda ortak tüketim sistemine dahil olan tüketicilerin sayısı ve sistemin hacmiyle ilgili yapılan tahminler bunu açıkça göstermektedir. Sadece 2015 yılında dünya çapında 35 milyon kişi Airbnb üzerinden işlem yapmıştır (PricewaterhouseCoopers, 2015). Tüketici davranışlarının değişmesinin ve internetin sağladığı avantajlarla yerel firmaların küresel hal almasının bu sayıyı daha da artıracak tahmin edilmektedir. 2015 yılında 15 milyar dolar hacmi olan paylaşım ekonomisinin 2025 yılında 335 milyar doları bulacağı tahmin edilmektedir (PricewaterhouseCoopers, 2015). Uber, Zipcar gibi uygulamaların örnek olarak verilebileceği küresel yolculuk paylaşımının 2020 yılında 6.2 milyar dolarlık bir hacme ulaşacağı öngörülmektedir (Navigant Research, 2013). Artan müşteri sayısı ve çeşitliliğine ek olarak paylaşım ekonomisinin işleyiş mantığında diğer al-sat şeklindeki klasik ticari faaliyetlerden farklı olarak sahipliğin olmaması taraflar arası ilişkilerin yöne-

KAYNAKÇA

1. Akbar, P., Mai, R., Hoffmann, S. (2016). When do materialistic consumers join commercial sharing systems, *Journal of Business Research* 69, ss.4215–4224.
2. Bachnik, K. (2016). Sustainable consumption through the sharing economy, *Research Papers of Wrocław University of Economics*, No.423, pp.35-44.
3. Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper-Collins, New York.
4. Chan, E.S.W, Lam, D. (2013). Hotel safety and security systems: bridging the gap between managers and guests, *International Journal of Hospitality Management*, No.32, pp.202-216.
5. Cheng, M. (2017) Sharing economy: A review and agenda for future research, *International Journal of Hospitality Management*, No.57, pp.60–70.
6. Del Rowe, S. (2016). The Rise of Sharing Economy, *Customer Relationship Management Magazine*, October, pp.22-25.
7. Ert E., Fleischer, A., Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb, *Tourism Management*, No. 55, pp.62-73.
8. Gümüş, B., Gegez Eser, E. (2017). Değişen Tüketici Kültüründe Yeni Trend: Ortak Tüketim, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 20, Temmuz, ss. 155-177
9. Heylighen, F. (2016). Towards an intelligent network for matching offer and demand: From the sharing economy to the global brain, *Technological Forecasting & Social Change*, pp.1-12.
10. Kathan, W., Matzler, K., Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model's friend or foe?, *Business Horizons*, No. 59, pp.663-672.
11. Kiracı, H. (2017). Tatlıyı Yemek mi Yoksa Paylaşmak mı Tatlî? Paylaşım ve Ortak Tüketim Davranışı Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Journal of Business Research Turk*, 9(1), ss.194-220.
12. Kube, M. (2016). Engineering a Trusted Internet of Things, *Electronic Component News*, No.9, www.ECNmag.com , pp.24-26.
13. Lago, A., Sieber, S. (2016). The Keys of the Collaborative Business Model, *IESE insight*, Issue 30, Third Quarter, <https://dx.doi.org/10.15581/002.ART-2886>, pp.15-23
14. Lamberton, C.P., ve Rose, R.L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems, *Journal Marketing*, Vol.76, No.7, pp.109-125.
15. Lieber, R. (2015a). Questions about Airbnb's responsibility after attack by dog. *The New York Times*. Retrieved January 3, www.nytimes.com/2015/04/11/your-money/questions-about-airbnbs-responsibility-after-viciousattack-by-dog.html?_r%40.
16. Lieber, R. (2015b). Airbnb horror story points to need for precautions. *The New York Times*., 14 August www.nytimes.com/2015/08/15/yourmoney/airbnb-horror-story-points-to-need-for-precautions.html.

17. Liu, C. S. (2012). A CouchSurfing ethnography: traveling and connection in a commofied world. *Student Pulse*, 4(07).
18. Mazzella, F., Sundararajan, A., D'espous, V. B., Möhlmann, M. (2016). How Digital Trust Powers the Sharing Economy, *IESEinsight*, Third Quarter, Issue 30, pp. 24-31.
19. Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193–207.
20. Navigant Research (2013). Carsharing programs. www.navigantresearch.com/research/carsharing-programs
21. PricewaterhouseCoopers. (2015). The sharing economy — Sizing the revenue opportunity, www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.jhtml
22. The Economist. (2013a, March 9). All eyes on the sharing economy. Retrieved October 12, www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items
23. Tussyadiah, I.P. ve Pesonen, J. (2015). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns, Vol. 55, Issue.8, PP.1022-1040.
24. Watanabe, C., Naveed, K., Neittaanmaki, P. (2016). Co-evolution of three mega-trends nurtures un-captured GDP- Uber's ride-sharing revolution, *Technology in Society*, No.46, pp.164-185
25. girisimle.com/girisimler-ve-paylasim-ekonomisinin-yukselisi/
26. blog.galatabusinessangels.com/devrim-getiren-model-paylasim-ekonomisi/
27. <http://www.sigortacigazetesi.com.tr/paylasim-ekonomisinde-sigorta/>
28. www.bls.gov/opub/mlr/2016/beyond-bls/awareness-and-usage-of-the-sharing-economy.htm Awareness and usage of the sharing economy
29. www.fortuneturkey.com/zenginlerin-yeni-modasi-paylasim-ekonomisi--13531

9. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN ETİK BOYUTU

Pınar Aytekin, Aslı Diyadin

GİRİŞ

İkinci Dünya savaşı sonrası gelişerek yaygın bir ideoloji haline gelen kapitalizm, küreselleşme, kredi kartlarının yaygınlaşması, ödeme kolaylıklarının ortaya çıkması, alışveriş merkezlerinin kurulması vb. gelişmelerle desteklenmiş ve tüketimi, haz alınan ve deneyimlenen bir olgu haline getirmiştir (Demirel ve Yegen, 2015:118-124). Tüketimin giderek artması ile tüketim kültürünün yarattığı sisteme alternatif çözümler aranmaya başlanmıştır.

Bu doğrultuda, paylaşım yoluyla gereksiz tüketimi azaltan ve bireysel bir kalkınma şeklinde başlayıp daha sonra kendi başına bir ekonomi yaratan ve paylaşım ekonomisi ya da birlikte tüketim (Chasin vd., 2015:332-347) olarak adlandırılan yeni bir akım ortaya çıkmıştır. Paylaşım, özel mülkiyet sahibi olmaya karşı bir alternatif olarak düşünülebilmektedir (Belk, 2007). Botsman (2015) paylaşım ekonomisini; doğrudan insanlar arasında gerçekleşen, kullanılmayan mal ve hizmetlerin, ücretsiz veya bir ücret karşılığı paylaşılmasına dayalı ekonomik bir sistem olarak tanımlamaktadır. Paylaşım ekonomisinde mal veya hizmetler, kiralama veya takas yoluyla paylaşılmaktadır (Hamari vd., 2015:2048).

Paylaşım ekonomisinin kabul edilmesinde iki önemli faktör etkili olmaktadır. Birincisi, yeni iş fırsatları sunması; ikincisi ise, sınırlı kaynakların yarattığı problemlere alternatif bir çözüm olmasıdır (Matzner vd., 2015: 1). Paylaşım bireyler arasında eskiden beri var olsa da, teknoloji ile desteklenmesi yeni bir oluşumdur (Henten ve Windekilde, 2016: 5).

Paylaşım ekonomisinin, küresel anlamda sistematik bir iyileştirmeye sebep olup olmayacağı tartışmalı konulardan birisidir (Bachnik, 2016:42). PricewaterhouseCoopers'ın (2014), 1000 kişi üzerinde yaptığı araştırmaya göre; katılımcıların %72'si paylaşım ekonomisi deneyiminin tutarlı olmadığını düşünmekte, %69'u ise güven duydukları birinden tavsiye almadıkları sürece paylaşım ekonomisinde yer alan işletmelere güvenmemektedir.

Böcker ve Meelen (2016) tarafından 1330 kişi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, paylaşım ekonomisine konu olan mal veya hizmetlerin paylaşımının sosyo-demografik gruplara göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada; katılımcıların gelecekteki paylaşımlara dair tutumlarının ve mo-

KAYNAKÇA

1. Abramova, O., Shavanova, T., Fuhrer, A., Krasnova ve H., Buxmann, P. (2015). Understanding the Sharing Economy: The Role of Response to Negative Reviews in the Peer-to-peer Accommodation Sharing Network. In ECIS, 1-17.
2. Airbnb, <https://www.airbnb.com.tr/about/about-us>, (29.05.2017).
3. Ayan, N., (2015). Fransa'da Uber Yöneticileri Tutuklandı!, <http://webrazzi.com/2015/06/29/fransa-uber-yoneticileri-tutuklandi/>, (14.06.2017).
4. Bachnik, K. (2016). Sustainable Consumption Through The Sharing Economy. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (423), 35-44.
5. Baker, D., (2014). Don't buy the 'sharing economy' hype: Airbnb and Uber are facilitating rip-offs, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/may/27/airbnb-uber-taxes-regulation>, (23.05.2017).
6. Başaran, H.S., (2016). Paylaşım'ın En Hızlı Ülkesi Türkiye Oldu, <https://www.dunya.com/ekonomi/paylasimin-en-hizli-ulkesi-turkiye-oldu-haberi-320562>, (20.05.2017).
7. Belk, R. (2007). Why Not Share Rather Than Own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
8. Botsman, R. (2015). Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption–And What Isn't?, <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>, (27.05.2017).
9. Böcker, L., Meelen, T. (2016). Sharing For People, Planet Or Profit? Analysing Motivations For Intended Sharing Economy Participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1-12.
10. Cannon, S., Summers, L. H. (2014). How Uber and the Sharing Economy Can Win Over Regulators - HBR. *Harvard business review*, (05.06.2017).
11. Cellan-Jones, R. (2014). London Braced For Anti-Uber Protests, <http://www.bbc.com/news/technology-27783218>, (25.05.2017).
12. Chasin, F., Matzner, M., Löchte, M., Wiget ve V. ve Becker, J. (2015). The Law: The Boon and Bane of IT-enabled Peer-to-Peer Sharing and Collaborative Consumption Services. In *Wirtschaftsinformatik*, 332-347.
13. Chokshi, N. (2014). Colorado Passes Nation's First Law Regulating Uberx, Lyft, https://www.washingtonpost.com/blogs/govbeat/wp/2014/06/06/colorado-passes-nations-first-law-regulating-uberx-lyft/?utm_term=.5257261a1a4c, (22.05.2014).
14. Cusumano, M. A. (2015). How Traditional Firms Must Compete in The Sharing Economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32-34.
15. Çelimli, A., (2015). Yeni bir Fenomen: Paylaşım Ekonomisi, <http://www.gazete-bilkent.com/2015/04/11/yeni-bir-fenomen-paylasim-ekonomisi/>, (22.05.2017).
16. Deamicis, C., (2014). Uber Driver Hits, Kills Six-Years-Old Girl. Is "Not Our problem" still an Appropriate Response?, <https://pando.com/2014/01/02/uber-driver-hits-kills-6-year-old-girl-is-not-our-problem-still-an-appropriate-response/>, (05.04.2017).
17. Demirel, S., Yegen, C. (2015). Tüketim, Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü, *İlef dergisi*, 2(1), 115-138.
18. Demirer, D., Hassan, A. (2016). Değiş Tokuş ve Kiralama Uygulamalarının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Olası Etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 43-61.

19. http://www.hurriyet.com.tr/dev-sirkette-tecavuz-skandali-ust-duzey-yoneticive-20den-fazla-calisan-kovuldu-40483897?utm_source=facebook.com&utm_medium=post&utm_campaign=dev-sirkette-tecavuz-skandali-ust-duzey-yoneticive-20den-fazla-calisan-kovuldu-40483897&utm_term=post, 08.06.2017. .
20. Dostmohammed, S., Long, J. (2015). Regulating the Sharing Economy: Applying the process for creative destruction. Dalhousie University, 1-11.
21. DriveNow Car Sharing & Car Club, <https://www.drive-now.com/en>, 08.06.2017.
22. Eckhardt GM, Bardhi F, (2015). The Sharing Economy Isnt About Sharing At All, Harvard Business Review, 39(4):881-98.
23. Eddy, M. (2015), An Uber Service is Banned in Germany Again, https://www.nytimes.com/2015/03/19/technology/germany-frankfurt-uber-ruling-taxi.html?_r=1, 22.05.2017.
24. Edelman, B. G., Luca, M. (2014). Digital Discrimination: The Case of airbnb.com, HBS Working Paper Number: 14-054, Harvard Business School.
25. Erođlu, B., (2016), Paylaşım Ekonomisi, Yeni Bir Ekonomik Sistemin Başlangıcı Olabilir mi?, <https://ekonomist.co/ekonomist/ekonomi/paylasim-ekonomisi-kapitalizmin-sonu-9188/>, 06.06.2017.
26. Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and Reputation in The Sharing Economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.
27. Eyidilli, S. (2017). Uber Uygulamasına İtalya'da Yasak Geldi, <http://webrazzi.com/2017/04/10/uber-uygulamasina-italyada-yasak-geldi/>, (24.05.2017).
28. Fang, B., Ye, Q. ve Law, R. (2015). Effect of Sharing Economy On Tourism Industry Employment. *Annals of Tourism Research*, 1-5.
29. Frenken, K. ve Schor, J. (2017). Putting The Sharing Economy İnto Perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1-8.
30. Gobble, M. M. (2015). Regulating innovation in the new economy. *Research-Technology Management*, 58(2), 62-67.
31. Hamari, J., Sjöklint, M. ve Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate İn Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
32. Henten, A. H. ve Windekilde, I. M. (2016). Transaction Costs and The Sharing Economy, 18(1), 1-15.
33. Hornyak, T. (2011). Life Has Been "Utter Hell" Says Airbnb Victim, <https://www.cnet.com/news/life-has-been-utter-hell-says-airbnb-victim/>, 22.05.2017.
34. Green, C., (2012). Trusting and Being Trusted in the Sharing Economy, <https://www.forbes.com/sites/trustedadvisor/2012/05/02/trusting-and-being-trusted-in-the-sharing-economy/#18d306e430ea>, 25.05.2017.
35. ING, International Survey, (2015). Mobile Banking, New Technologies and Financial Behaviour, Ipsos.
36. Jonas, A. (2016). Share and Share Dislike: The Rise of Uber and Airbnb and How New York City Should Play Nice. *JL & Pol'y*, 24(1), 205-239.
37. Juul, M., (2015). The Sharing Economy and Tourism Tourist Accommodation, European Parliamentary Research Service, 1-6.
38. Kalita, M. (2012). An Economic Recovery will Kill Airbnb, <https://qz.com/17766/an-economic-recovery-will-kill-airbnb/>, 22.05.2017.
39. Kanhai, R. (2015). Insuring the Sharing Economy, *The Journal Articles*, 38 (4), 1-3.
40. Kara, M. (2016b). Airbnb'ye Berlin Engeli, <http://webrazzi.com/2016/05/02/airbnbye-berlin-engeli/>, 29.05.2017.

41. Kara, M., (2016a). Blablacar Türkiye Ofisini Neden Kapattı?, <http://webrazzi.com/2016/12/22/blablacar-turkiye-ofisini-kapatti/>, 29.05.2017.
42. Kara, M., (2017). "Airbnb düzenlemesi" Türkiye'de yürürlüğe giriyor, <http://webrazzi.com/2017/06/09/airbnb-duzenlemesi/>, 13.06.2017.
43. Kathan, W., Matzler, K. ve Veider, V. (2016). The Sharing Economy: Your Business Model's Friend or Foe?. *Business Horizons*, 59(6), 663-672.
44. Khosla, E. ve Grant, E. (2015). Here's everywhere Uber is Banned Around the World. *Business Insider*. <http://www.businessinsider.com/heres-everywhere-uber-is-banned-around-the-world-2015-4>, 26.04.2017.
45. Kim, J., Yoon, Y. ve Zo, H. (2015). Why People Participate in the Sharing Economy: A Social Exchange Perspective. In PACIS. Paper: 76.
46. Leaphart, J. M. (2016). Sharing Solutions: An Analysis of Taxing the Sharing Economy in the United States and Europe. *Tul. L. Rev.*, 91, 189-197.
47. Lieber, R., (2015a). Questions About Airbnb's Responsibility After Attack by Dog, https://www.nytimes.com/2015/04/11/your-money/questions-about-airbnbs-responsibility-after-vicious-attack-by-dog.html?_r=1, 28.05.2017.
48. Lieber, R., (2015b). Airbnb Horror Story Points to Need for Precautions, <https://www.nytimes.com/2015/08/15/your-money/airbnb-horror-story-points-to-need-for-precautions.html>, 28.05.2017.
49. Malhotra, A., Van Alstyne, M. (2014). The Dark Side of The Sharing Economy... and How To Lighten It. *Communications of the ACM*, 57(11), 24-27.
50. Matzner, M., Chasin, F., Todenhöfer, L. (2015). To Share or Not to Share: Towards Understanding the Antecedents of Participation in IT-Enabled Sharing Services. *ECIS 2015 Research-in-Progress Papers*. Paper 19.
51. McCormick, E., Writer, C. ve Smith, C. (2016), *Uber and the Ethics of Sharing: Exploring the Societal Promises and Responsibilities of the Sharing Economy*, INSEAD, The Business School for the World.
52. More good news in Amsterdam/Meer goed nieuws uit Amsterdam, (2014). <https://www.airbnbitizen.com/more-good-news-in-amsterdammeer-goed-nieuws-uit-amsterdam/>. (07.06.2017).
53. PricewaterhouseCoopers, (2014). The Sharing Economy-Sizing the Revenue Opportunity, <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-serie-the-sharing-economy.pdf>. 06.06.2017.
54. PricewaterhouseCoopers, (2016). Europe's five key sharing economy sectors could deliver €570 billion by 2025, <http://press.pwc.com/News-releases/europe-s-five-key-sharing-economy-sectors-could-deliver--570-billion-by-2025/s/45858e92-e1a7-4466-a011-a7f6b9bb488f>, 06.06.2017.
55. Rauch, D. E. ve Schleicher, D. (2016). Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the 'Sharing Economy', <http://ssrn.com/abstract=2549919> 12.06.2017.
56. Rosenblat, A. ve Stark L. (2016). Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. *International Journal of Communication*, 10, 3758-3784.
57. Sak, G.(2015), Her yerde Uber, Çin'de de Uber, *Dünya Gazetesi*, 17.12.015, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/her-yerde-uber-cinde-de-uber/26452>, 10.06.2017.
58. Schor, J., (2014), *Debating the Sharing Economy*, Great Transition Initiative Essay, 1-14.
59. Share and Enjoy, <https://www.mercedes-benz.com/en/mercedes-benz/next/mobility-concept-next/share-and-enjoy/>, (09.06.2017).

60. Smith, C.N., (2016), Who's Responsible? The Ethics of the Sharing Economy, <https://knowledge.insead.edu/responsibility/whos-responsible-the-ethics-of-the-sharing-economy-5034>, 14.06.2017.
61. Stemler, A. (2016). Betwixt and Between: Regulating The Shared Economy. *Fordham Urb. LJ*, 43, 31-139.
62. The Editorial Board, The Dark Side of the Sharing Economy, https://www.nytimes.com/2014/05/01/opinion/the-dark-side-of-the-sharing-economy.html?_r=0, 25.05.2017.
63. Tosuner, A. (2012). Tüketim Davranışının Azaltılması için İnternetin Kullanılması: Ortak Kullanım Ağları, 17. İnternet Konferansı, 1-13.
64. Tussyadiah, I. P. ve Pesonen, J. (2016), Impacts of Peer-To-Peer Accommodation Use On Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022-1040.
65. Tuttle, B. (2013), Sharing Is Hard: Legal Trouble for Airbnb, RelayRides, FlightCar, <http://business.time.com/2013/06/06/sharing-is-hard-legal-trouble-for-airbnb-relayrides-flightcar/>, (20.05.2017).
66. Uber Nedir, Nasıl Kullanılır?, (2015). www.pcworld.com.tr/rehber/uber-nedir-nasil-kullanilir/ 12.06.2017.
67. Uber, <https://www.uber.com/tr/our-story/>, 27.05.2017.
68. Uber'e korsan cezası!, <http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2016/12/27/ubere-korsan-cezasi>, 27.12.2016, 13.06.2017.
69. Uber Havalı Ekonomik Sistem: "Paylaşım Ekonomisi", <http://www.tepav.org.tr/tr/blog/s/4954>, 28.05.2017.
70. Vinocur, N. (2016), French PM Calls For Truce in Taxi-Uber War, <http://www.politico.eu/article/france-braces-for-new-taxi-uber-war-road-uberpop/>, (14.06.2017).
71. Weise, K. (2015). "This is How Uber Takes Over A City," *Bloomberg Business*, <https://www.bloomberg.com/news/features/2017-06-14/dutch-speed-trader-turns-to-currencies-after-conquering-etfs>, 14.06. 2017.
72. Wohlsen, M., (2014). Did the Sharing Economy Force This Man Out of His Home?, <https://www.wired.com/2014/01/sharing/>, 22.05.2014.
73. Wu, J., Ma, P. ve Zeng, M. (2016). The Role of Service-provider's Attributes in Sharing Economy: a Data-driven Study from the Perspective of Trust. In *Proceedings of the 15th Wuhan International Conferences on E-business in Wuhan, China*, 27-29.
74. Yang, M. (2013). NYC Judge Rules Airbnb Rental Is An "Illegal Hotel", <http://newsfeed.time.com/2013/05/21/nyc-judge-rules-airbnb-rental-is-an-illegal-hotel/>, 21.05.2017.
75. Zervas, G., Proserpio, D. ve Byers, J. W. (2014). The Rise of The Sharing Economy: Estimating The Impact of Airbnb On The Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 1-45.

10. BÖLÜM

İNTERNET VE SOSYAL MEDYANIN PAYLAŞIM EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Oya ERU

GİRİŞ

Zaman, çevreye duyarlılık, hız, paylaşmanın verdiği mutluluk, yeni arkadaşlar edinme, doğaya katkı sağlama, daha ekonomik hareket edebilme gibi unsurları sağlayan paylaşım ekonomisinin bu unsurları gerçekleştirebilmesindeki en önemli platformlar, internet ve sosyal medya platformları olarak ifade edilebilir.

İnternet sayesinde yapılacak paylaşımları en kolay yoldan organize eden mecra sosyal medyadır. Sosyal medya, paylaşmak üzerine inşa edilen çevrimiçi platformlardan oluşmaktadır. Başlangıçta bilgi ve içerik paylaşımı için yaratılmış olsa da ticari faaliyetler için kullanılmaya başladıktan sonra sosyal medya, yeni iş modellerinin yaratılmasına öncülük etmektedir. Her ne kadar paylaşmak insanlar arasında geçmişten beri var olmaya devam etse de, internet ve sosyal medya, paylaşma kavramını yeniden şekillendirmektedir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, akıllı cihazların kullanımındaki artış ve internetin mobil hale gelmesi, hem işletmelerin hem de tüketicilerin önünde yepyeni kapılar açılmasını sağlamıştır. Dijital dönüşüm işletmelerin pazarlama kampanyalarında ilettikleri mesajların, yaptıkları halkla ilişkiler çalışmalarının daha hızlı yayılmasını sağlamaktadır.

İşletmeler dijital mecraları kullandıklarında daha somut geri dönüşler elde edebilmekte ve ölçülebilir verilere ulaşmaktadır. Aynı şekilde işletmeler sosyal medya sayesinde kullanıcılar ile iletişime ve etkileşime geçebilmektedir.

Önümüzdeki yıllarda da internet ve akıllı cihazların kullanımının giderek artış göstereceği öngörüldüğünde, daha önce var olmayan yeni iş modellerinin ortaya çıkacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Buradan yola çıkıldığında internet ve sosyal medyanın şu an var olan ve gelecekte oluşturulacak olan yeni paylaşım platformları için vazgeçilmez unsurlar olacağı ifade edilebilir.

1. İNTERNETİN HAYATIMIZA GİRİŞİ

1960'larda savunma sanayi için Amerika'da geliştirilen bir kavram olan internetin 1990'lardan sonra günlük hayatta kullanılmaya başlaması, iletişim teknolojilerinde yeni bir dönemin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Mucuk, 2001: 235).

KAYNAKÇA

1. Abdüsselam, M, Burnaz, E, Ayyıldız, H, Demir, İ. (2016). Web Teknolojilerinin E-Ticaret Ortamlarında Kullanımı İle İlgili İçerik Analizi: Türkiye'deki İlk 500 E-Ticaret Sitesi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (10), 263-284. <http://dergipark.gov.tr/sbed/issue/20719/221396>
2. Alav, O., (2014). Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri. Elektronik Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi ISSN: 2148-872X, 1(1).
3. Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri, Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, 23-25 Ocak, Antalya.
4. Argan Tokay M. (2010), Pazarlamada Sanal Topluluklar, (Ed:Varinli, İ., ve Çatı, K.). Güncel Pazarlama Yaklaşımlarında Seçmeler. Detay Yayıncılık, Ankara.
5. Bardhi, F., & Eckhardt, G. (2012). Access based consumption: The case of car sharing. Journal of Consumer Research, 39, 881-898.
6. Batı, U. (2015). Marka Yönetimi Vazgeçme Çağında Yüksek Sadakat Markaları Yaratmak (1.Baskı), Alfa Yayınları, İstanbul.
7. Blackshaw, P. (2006). The Consumer-Generated Surveillance Culture. <http://www.clickz.com/showPage.html?page=3576076>.
8. Blackshaw, P., Nazzaro, M. (2006). Consumer-generated media (CGM) 101: Word of-Mouth In The Age of The Web-Fortified Consumer. New York: Nielsen Buzz Metrics.
9. Belk, R. (2007). Why Not Share Rather Than Own?. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), 126-140.
10. Belk, R. (2014). You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. Journal of Business Research, 67(8), 1595-1600.
11. Beauchamp A. (2014). <http://www.alexbeauchamp.com/portfolio/airbnb-content-social-media/>
12. Botsman, R., Rogers, R. (2010). What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. New York: Harper Collins.
13. Botsman, R., Rogers, R. (2011). What's Mine Is Yours How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live;, Londra, Harper Collins Publishers.
14. Brass, D. J., Galaskiewicz, J., Greve, H. R., Tsai, W. (2004). Taking Stock Of Networks and Organizations: A Multilevel Perspective. Academy of Management Journal, 47, 795-817.
15. Carabiner. (2009). Social Media: How B2B Companies Can Connect.http://www.carabinerpr.com/docs/pdf/Carabiner_White_Paper-Social_Media.pdf
16. Cohen, B.,Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility Business Models For The Sharing Economy. Organization & Environment, 27(3), 279-296.
17. Davis,B., (2016) <https://econsultancy.com/blog/68452-cause-marketing-examples-from-uber-starbucks-jetblue>
18. Dawley, L., (2009). Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy, On the Horizon, Vol. 17, No.2, 2009.

19. Dijital Pazarlama 2016 İstatistikleri ve 2017 Trendleri <https://www.sosyalmedyakampusu.com/dijital-pazarlama-2016-istatistikleri-ve-2017-trendleri/>
20. Evans, D. (2010). *Social Media Marketing: An Hour A Day*. John Wiley & Sons
21. Felson, M., Spaeth, J. L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: "A Routine Activity Approach". *The American Behavioral Scientist*, 21(4), 614.
22. Fontein, D., (2015), <https://blog.hootsuite.com/the-best-kickstarter-campaigns-secret-weapon-is-social-media/>
23. Fuchs, C., Hofkirchner, W., Schafranek, M., Raffl, C., Sandoval, M. & Bichler, R. (2010). Theoretical Foundations of the Web: Cognition, Communication, and Co-Operation. Towards an Understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0, *Future Internet*, 2, 41-59.
24. Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A., Sandoval, M. (Eds.). (2013). *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 And Social Media* (Vol. 16). Routledge.
25. Güran, Ö. Web 1.0, Web 2.0, web 3.0, <https://tr.linkedin.com/pulse/web-10-20-30-%C3%B6mer-g%C3%BCran>
26. Hagel J., Armstrong, A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities*, Harvard Business School Press, 1997.
27. Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate In Collaborative Consumption. *Journal of The Association For Information Science And Technology*, 67(9), 2047-2059.
28. Handley, A., Chapman, C.C. (2015). *Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları* (3.Baskı), Z. Kökkaya(çev.), Mediacat Yayınları, İstanbul,
29. Humphrey, A., & Grayson, K. (2008). The Intersecting Roles of Consumer And Producer: A Critical Perspective on Co-Production, Co-Creation and Prosumption. *Sociological Compass*, 2, 963-980.
30. John, N. A. (2013). The Social Logics of Sharing. *The Communication Review*, 16(3), 113-131.
31. John, N., (2013). *Sharing, Collaborative Consumption and Web 2.0, Media@LSE Electronic Working Paper*, 26, 1-19.
32. Kaplan, A. M., Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
33. Kemp, S. Digital in 2017: Global ;Overview <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
34. Kenan, A. Ve Shiri, A. (2009). Sociability and Social Interaction on Social Networking Websites, *Library Review*, Vol.58, No.6.
35. Kırcova, İ., Enginkaya, E. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama* (1.Baskı), Beta Yayınları, İstanbul.
36. Kim, H-S., Park J.Y. ve Jin, B. (2008). Dimensions of Online Community Attributes, Examination of Online Communities Hosted By Companies in Korea, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol.36 No.10, 812-830.

37. Kotval, X. P., Burns, M. J. (2013). Visualization of Entities Within Social Media: Toward Understanding Users' Needs. *Bell Labs Technical Journal*, 17(4), 77-101.
38. Kozinets, R.V. (1999). E-tribalized Marketing?: The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption. *European Management Journal*, 17(3), 252-264.
39. Kurulgan, M. (2013). Bilgi Teknolojilerinin Kütüphane/Bilgi-Belge Merkezlerine Etkisi: Toplumsal, Yapısal, Yönetimsel ve İşlevsel Açılardan Bir İnceleme. *Türk Kütüphaneciliği*, 27(3), 472-495.
40. Lamberton, C., Rose, R. (2012). When is Ours Better Than mine? A Framework For Understanding And Altering Participation In Commercial Sharing Systems. *Journal Of Marketing*, 76, 109-125
41. Lanier, C., Jr., Schau, H. (2007). Culture and Co-Creation: Exploring Consumers' Inspirations and Aspirations For Writing And Posting On-Line Fan Fiction. In R. Belk, & J. Sherryjr. (Eds.), *Consumer Culture Theory: Research In Consumer Behavior*, Vol. 11. (Pp. 321-342) Amsterdam: Elsevier.
42. Laurell, C., & Sandström, C. (2017). The Sharing Economy in Social Media: Analyzing Tensions Between Market And Non-Market Logics. *Technological Forecasting and Social Change*.
43. Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic Word-Of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
44. Marangoz, M , Bayraktaroğlu, F , Aydın, A . (2017). Tüketimde Alternatif Bir Yaklaşım Olarak Paylaşım Ekonomisi: Ortak Kullanım Ağlarının İçerik Analizi İle İncelenmesi. [Http://Dergipark.Gov.Tr/Dpusbe/Issue/29857/321507](http://Dergipark.Gov.Tr/Dpusbe/Issue/29857/321507)
45. Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting To The Sharing Economy. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 71.
46. Mayfield, A. (2008), What is Social Media, http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iC-crossing_ebook.pdf
47. Moreno, J. L. (1934). Who Shall Survive?: A New Approach To The Problem Of Human Interrelations. <http://dx.doi.org/10.1037/10648-002>
48. Mucuk, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi.
49. Odabaşı, Y. (2005). Sanal Tüketici Toplulukları, Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 4(13), 48-57.
50. O'Reilly, T. (2005), What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for The Next Generation of Software <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
51. Owen-Smith J., *Network Theory: The Basics*, (n.d.) <https://www.oecd.org/sti/inno/41858618.pdf>
52. Rheingold, H. (2010). *The Virtual Community: Home Steading on the Electronic Frontier*, MIT Press Edition
53. Ritzer, G., Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The Nature Of Capitalism in The Age of The Digital 'Prosumer'. *Journal Of Consumer Culture*, 10, 13-36.

54. Saha, R., Grover, S. (2011). Quantitative Evaluation Of Website Quality Dimension For Web2.0 Environment, *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, 4(4), 14-35
55. Sarı, H. (2013). Sosyal Medya ve Uygulamalarının On-Line Halkla İlişkiler Açısından Değerlendirilmesi, <http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf>
56. Scott, J. (1991). *Social Network Analysis*, Sage, London.
57. Schor, J., Fitzmaurice, C. (2015). Collaborating and Connecting: The Emergence of The Sharing Economy *Handbook of Research on Sustainable Consumption* (pp. 410-425). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
58. Sernovitz, A., (2009). *Word of Mouth Marketing, Revised Edition*, Kaplan Publishing, New York.
59. Varnalı, K. (2012). *Dijital Tutulma, Pazarlama İletişimi ve İnsan*, İstanbul :Media Cat Yayınları
60. Vural, Z., Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20).
61. Wang, Y., Yu, Q., Fesenmaier, D. R. (2002). Defining The Virtual Tourist Community: Implications For Tourism Marketing. *Tourism Management*, 23(4), 407-417.
62. Wasserman S., Faust K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University: Cambridge
63. Wellman, B. (1983). Network Analysis: Some Basic Principles. *Sociological Theory*, 155-200.
64. Wegert, T. (2014) <https://contently.com/strategist/2014/12/05/how-airbnb-is-using-content-marketing-to-stay-on-top/>
65. Werthner, H., Klein, S. (1999). *Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship*. Vienna: Springer.
66. Wittel, A. (2011). Qualities of Sharing and Their Transformations in The Digital Age. *International Review of Information Ethics*, 15(9), 3-8.
67. Xiang, Z., Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
68. Yıldırım, Ç. ve Akıllı K. G., (2017), WEB 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, ..., WEB ∞ <https://teknolojivelidelikforumu26ei01.wikispaces.com/Web+1.0%2C+2.0%2C+3.0%2C+4.0.....>
69. <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
70. <https://about.twitter.com/tr/company>
71. <http://www.collaborativeconsumption.com/themovement/snapshot-of-examples.php>
72. https://trtr.facebook.com/pg/airbnb/videos/?ref=page_internal
73. <https://www.youtube.com/watch?v=dA2F0qScxI>
74. https://pro.similarweb.com/#/website/trafficsocial/blablacar.es/*/999/3m

75. <https://www.socialsamosa.com/2017/11/uber-vs-ola/>

76. <http://mediakix.com/2017/07/airbnb-marketing-celebrity-instagram-influencers/#gs.9OPiXbU>

77. <https://www.uzakrota.com/blablacar-dijital-cagda-guveniarastirdi/>

78. <https://brand24.com/case-study/uber/>

79. <https://www.blablacar.com/trust>

11. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNE HUKUKİ BİR BAKIŞ

Begüm TANER HUNTÜRK

GİRİŞ

Teknolojinin gelişme hızının hepimizin hayatları üzerinde önemli bir etkisi olmakta ve günümüzde daha önceden alışık olmadığımız ilginç yenilikleri doğurmaktadır. Bu yeniliklere yeni iş dalları oluşması ve mevcut iş dallarının icrasındaki değişiklikler de dahildir. Bu kapsamda, günümüzde gelişen internet teknolojileri, akıllı cihazlar ve artan yaşam hızıyla beraber hayatımıza giren bir kavram olan paylaşım ekonomisi, gitgide daha çok kullanılmaktadır. Esasen ilk çağlardan beri insanların sahip oldukları kaynakları işbirliği içinde veya bir bedel karşılığında paylaşması süregiden bir uygulama olmasına rağmen (Acuner, 2017), gelişen modern dünyada kurulu ekonomik ve hukuki sistemler kapsamında internetin de varlığı ile birden boyut değiştirmiş ve yeni bir işkolu ve kendi içinde evrilmiş, hatta her geçen gün evrilmeye devam eden bir yapı halini almıştır (Miller, 2016). Bahsedildiği gibi, paylaşım ekonomisi 18. yüzyıldan günümüze kadar yapılmış olan sistemlerden farklılık göstermekte ve onlara uygulanan kurallar ile yönetilmesi mümkün olmamaktadır. Bu denli bir hızlı değişim içinde hukuki düzenlemeler de uygulamadaki değişiklikleri kapsamakta eksik ve geç kalmaktadır (Scott ve Brown; 2017). Bahsedilen yeni paylaşım ekonomisini kuran insanların çok genç ve kendilerinden öncekilere göre çok farklı bir düşünce yapısına sahip bir nesil olduğu düşünüldüğünde, paylaşım ekonomisi toplum üzerindeki sonuçlarını deneme yanılma yöntemi ile oluşturuyor diye düşünülebilir. Halihazırda, dünya çapındaki pek çok yargı kurumu oluşan bu yeni durumları değerlendirmeye, başta belki sadece verdiği zararlara odaklanarak ve eski hukuki gözlükler ile bakarak doğrudan yasaklamaya gitmektedirler, ancak daha ileride paylaşım ekonomisinin toplumsal yararları da gözetilerek ile yarar zarar dengesinin kurulacağı bu yeni oluşuma özgü bir hukuki yapısının oluşturulması gerektiği görüşü yaygındır (Scott ve Brown; 2017; Harris, 2017; Munkoe, 2017; Amato, 2016; Miller, 2016; Yetim 2016).

Bu bölüm kapsamında, öncelikle paylaşım ekonomisinin tanımı ve hukuki kapsamına değinilerek akıllı cihazlar ve internet yoluyla hayatımıza giren ve en sık kullanılan paylaşım ekonomisi uygulamalarından biri olan Uber uygulamasına ilişkin örnek vakalardan bahsedilecektir. İlerleyen kısımda Uber'in men-

KAYNAKÇA

1. Acuner, S., Acuner, E. (2017) "Turizmde Paylaşım Ekonomisi ve Vergilendirilmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 188-212
2. Amato, D. A. (2016) "Uber and the Sharing Economy", *2 Italian L. J.* 177-190
3. Belk, R. (2007). "Why not share rather than own?", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140
4. Botsman, R. (2013) "The Sharing Economy Lacks a Shared Definition", *Fast Company*, <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
5. Cansen E., (2017). "Uber" *Sözcü Gazetesi* 15 Ekim 2017 <http://www.sozcu.com.tr/2017/yazarlar/ege-cansen/uber-2049624/> Son Erişim : 21/01/2017
6. Cao, D. (2017). "Regulation through Deregulation: Sharing Economy Companies Gaining Legitimacy by Circumventing Traditional Frameworks", *68 Hastings L. J.* 1085-1110
7. Cheng, M. (2016) "Sharing Economy: A Review and Agenda for Future Research", *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70
8. Codagnone, C. ve Martens, B. (2016) "Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues", *Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01*, <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC100369.pdf>
9. Harris, B. (2017) "Uber, Lyft and Regulating The Sharing Economy", *41 Seattle U. L. Rev.* 269-285
10. Katz, V. (2015) "Regulating the Sharing Economy", *30 Berkeley Tech L.J.* 1067-1126
11. Kassin, J., Orsi, J. (2012) "The Legal Landscape of the Sharing Economy", *27 J. Envtl L. & Litig.* 1-20
12. Kennedy, E. J. (2017) "Employed by an Algorithm: Labor Right in the On-Demand Economy", *40 Seattle U.L.REV.* 987, 992
13. Koopman, C., Mitchell, M., Thierer, A. (2015); "The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change", *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, vol. 8/2, <https://digitalcommons.pepperdine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1130&context=jbel>
14. McAlpine, T. (2014) "The sharing economy", *Credit Union Management*, 37(12), 40-41, <https://www.cues.org/cu-management/articles/sharing-economy>
15. Miller, S. R. (2016) "First Principles for Regulating the Sharing Economy", *53 Harv. J. On Legis*, 149-200
16. Munkoe, M. M. (2017) "Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges", <https://archi-ve.intereconomics.eu/downloads/getfile.php?id=1038>
17. Scott, I., Brown E. (2017) "Redefining and Regulating the New Sharing Economy", *19 U. Pa. J. Bus.* 553-598
18. Shaheen, S., Sperling, D. Ve Wagner, C. (1999) "A Short History of Carsharing in the 90's", *The Journal of World Transport Policy and Practice*, 5(3), 18-40

19. Yetim, S. (2016) "Uber, Hukuki Sorunlar ve Çözüm Önerileri", Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi 0 (2016): 621-666 <http://www.uyusmazlik.gov.tr/yayinlar/pdfmakdergi6/22servetyetim.pdf>
20. [www.phys.org](https://phys.org/news/2017-09-dutch-appeals-court-uber.html). Dutch appeals court upholds ban on former Dutch Uber service, <https://phys.org/news/2017-09-dutch-appeals-court-uber.html>
21. [www.uber.com.](https://www.uber.com/), Uber Hükümler ve Şartlar, <https://www.uber.com/tr/legal/terms/tr/>
22. [www.sor-solicitors.ie](https://www.sor-solicitors.ie/blog/the-uber-case-an-irish-perspective.html). The Uber Case- An Irish Perspective, <https://www.sor-solicitors.ie/blog/the-uber-case-an-irish-perspective.html>
23. [www.curia.europa.eu](http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62015CJ0434&lang1=en&type=TEXT&ancre). <http://curia.europa.eu/juris/celex.jsf?celex=62015CJ0434&lang1=en&type=TEXT&ancre>
24. [www.bbc.com](http://www.bbc.com/news/business-41940018), Uber loses court appeal against drivers' rights, <http://www.bbc.com/news/business-41940018>

12. BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN GELECEĞİNİ NELER BEKLİYOR?

Murat ESEN, Sinan NARDALI

GİRİŞ

Son yıllarda geleneksel anlamda bildiğimiz pazar yeri ve tüketim kavramı, alternatif edinim türleri ve iş ağları nedeniyle giderek farklılaşmaktadır (Bardhi ve Eckhardt, 2012). Teknolojinin gelişmesi birçok alanda etkisini gösterirken, sanal ortamda yaşanan gelişmelerden tüketim alanı da etkilenmiştir.

Bu gelişmeler ışığında, yeni büyüyen ve bir fenomen haline gelen “paylaşım ekonomisi” (Böcker ve Meelen, 2016: 28) kavramının, tüketime yeni bir boyut kazandırdığı düşünülmektedir. Teknoloji ve tüketici birlikleri sayesinde yeni bir anlam kazanan “paylaşma” modeli, “Paylaşım Ekonomisi”, “İşbirlikçi Tüketim” veya “Birlikte Tüketim” (Botsman, 2013) gibi isimlerle adlandırılırken, 2008 yılında yaşanan ekonomik durgunluğu bir meyvesi olarak tutumlu harcama ihtiyacından başlamış olup (Cohen ve Kietzmann, 2014: 279) artan sayıda tüketicinin ürün ve hizmetleri satın alarak sahip olmak yerine, belirli bir bedel karşılığında geçici olarak kullanıp ihtiyaçlarını gidermeye çalıştığı bir edinim türüdür (Lamberton ve Rose, 2012; Belk, 2007).

20. yüzyılın endüstriyel ekonomisinde pasif tüketicilerden bahsedilirken, 21. yüzyılın işbirliğine dayalı ekonomide yaratıcılar, işbirlikçileri, finansörler, üreticiler ve tedarikçiler gibi daha çeşitli aktörlerden bahsedilebilmektedir (Botsman, 2013).

Son on yılın en önemli ekonomik gelişmelerinden biri paylaşım ekonomisinin yükselişi olmuştur (Frenken, Political Economies and Environmental Futures for the Sharing Economy, 2017). Avrupa Komisyonu, işbirliğine dayalı ekonomiler üzerine hazırladığı 2016 tarihli bir raporunda, Avrupa Birliği içerisinde işbirliğine dayalı platformların 2015 yılı itibarıyla €28 milyar değerinde bir ekonomi yarattığı tahmininde bulunmuş ve yıllık %25’in üzerinde bir büyüme öngörmüştür (Avrupa Komisyonu, 2016).

Paylaşımçı modellerin gelişmesinde sosyo-ekonomik birçok faktör etkili olmuştur. Botsman (2013), işbirliğine dayalı modellerin ardındaki itici güçleri teknolojik inovasyon, değer değişimi, ekonomik gerçekler ve çevresel baskılar olarak dört ana grupta sınıflandırmıştır. Paylaşımçı modeller açısından en önemli motivasyonlardan biri; İnternet kullanımının yaygınlaşmasıdır. İnternet hem

KAYNAKÇA

1. Aloni, E. (2016, Aralık). Pluralizing the “sharing” economy. *Washington Law Review* , 91 (4), s. 1397-1459.
2. Airbnb, <https://www.airbnb.com.tr/about/about-us>, Erişim Tarihi: 16.05.2017.
3. Avrupa Komisyonu. (2016). A European agenda for the collaborative economy. Brüksel.
4. Bales, R. A., & Woo, C. P. (2017). The Uber million dollar question: Are Uber drivers employees or independent contractors? *Mercer Law Review* , 68 (2), s. 461-487.
5. Bardhi, F., & Eckhardt, G.M. (2012), Access-based consumption: The case of car charing, *Journal of Consumer Research*, 39(4), s. 881-898.
6. Belk, R. (2007), Why not share rather than own?, *ANNALS, AAPSS*, 611(1), s. 126-140.
7. Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *Anthropologist*, 18(1), 7-23.
8. Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative. *Journal of Business Research* (67), s. 1595-1600.
9. Birleşmiş Milletler Çevre Kalkınma Komisyonu. (1987). Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development. Kasım 6, 2017 tarihinde <http://www.un-documents.net>: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I>. adresinden alındı
10. Botsman, R. (2013), The Sharing Economy Lacks a SharedDefinitions, <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>, Erişim Tarihi: 01.06.2017.
11. Böcker, L., & Meelen, A. A. H. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Innovation Studies Utrecht (ISU) Working Paper Series*, 16(02), 1-22.
12. Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions* (23), s. 28-39.
13. Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management* (57), s. 60-70.
14. Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment* , 27 (3), s. 279-296.
15. Deloitte, (2016), The rise of the sharing economy Impact on the transportation space.
16. DriveNow Car Sharing & Car Club, <https://www.drive-now.com/en>, Erişim Tarihi: 25. 06. 2017
17. Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management* , 55, s. 62-73.
18. Frenken, K. (2017). Political Economies and Environmental Futures for the Sharing Economy. Utrecht University: Innovation Studies Utrecht (ISU) Working Paper Series.

19. Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions* (23), s. 3-10.
20. Greenwood, B. N., & Wattal, S. (2017). Show me the way to go home: An empirical investigation of ride-sharing and alcohol related motor vehicle fatalities. *MIS Quarterly* , 41 (1), s. 163-187.
21. Hartl, B., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2016). Do we need rules for “what’s mine is yours”? Governance in collaborative consumption communities. *Journal of Business Research* (69), s. 2756-2763.
22. Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model’s friend or foe? *Business Horizons* (59), s. 663-672.
23. Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012, July). When is ours better than mine? A Framework For understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing* , 79, s. 109-125.
24. Lin, H., Y., Wang, H., M. ve Wu, J., M., (2017), a study of airbnb use behavior in the sharing economy, *The International Journal of Organizational Innovation*, 10(1), 38-47.
25. Malhotra, A., & Van Alstyne, M. (2014, Kasım). The dark side of the sharing economy...and how to lighten it. *Communications of the ACM* , 57 (11), s. 24-27.
26. Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological Economics*, 121, 149-159.
27. Mercedes Benz. www.mercedes-benz.com. Haziran 25, 2017 tarihinde alındı
28. Merrick, L. (2016). 5 exciting predictions for the future of collaborative consumption. Kasım 6, 2017 tarihinde www.buzinga.com.au: <http://www.buzinga.com.au/buzz/future-of-collaborative-consumption/> adresinden alındı
29. Nica, E., & Potcovaru, A.-M. (2015). The social sustainability of the sharing economy. *Economics, Management and Financial Markets* , 10 (4), s. 69-75.
30. Ocicka, B., & Wieteska, G. (2017). Sharing economy in logistics and supply chain management. *Scientific Journal of Logistics* , 13 (2), s. 183-193.
31. Özkan, G. (2012). Ortadoğu Ve Türkiye’de “Paylaşım Ekonomisi” Yer Bulabilir Mi?, <http://www.yesilist.com/ortadogu-ve-turkiyede-paylasim-ekonomisi-yer-bulabilir-mi/>, Erişim Tarihi: 10.05.2017.
32. Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W., Luchs, M., Ozanne, L., et al. (2011). Sustainable Consumption: Opportunities for consumer research and public policy. *Journal of Public Policy & Marketing* , 30 (1), s. 31-38.
33. Richard, B., & Cleveland, S. (2016). The future of hotel chains: Branded marketplaces driven by the sharing economy. *Journal of Vacation Marketing* , 22 (3), s. 239-248.
34. Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum*, 67, 121-129.
35. Stafford, B. E. (2016). Riding the line between «employee» and «independent contractor» in the modern sharing economy. *Wake Forrest Law Review* , 51 (5), s. 1223-1254.
36. Tuna, B. (2017, Ekim 10). Küreselleşen Uber eylemlerinin son ayağı İstanbul... Bu otoryolda kavga var. *Hürriyet Pazar* .
37. Uber, <https://www.uber.com/tr/our-story/>, Erişim tarihi: 16.05.2017.

38. Weber, T. A. (2016). Product pricing in a peer-to-peer economy. *Journal of Management Information Systems*, 33(2), 573-596. www.airbnb.com.tr. (tarih yok). Kasım 6, 2017 tarihinde <https://www.airbnb.com.tr/about/about-us>
39. www.nytimes.com. (2017, Ekim 31). Kasım 2017, 2017 tarihinde Sayfullo Saipov, the Suspect in the New York Terror Attack, and His Past: <https://www.nytimes.com/2017/10/31/nyregion/sayfullo-saipov-manhattan-truck-attack.html>
40. www.theguardian.com. (2017, Eylül 25). Kasım 6, 2017 tarihinde Uber apologises after London ban and admits <we got things wrong>: <https://www.theguardian.com/business/2017/sep/25/uber-tfl-concerns-vows-keep-operating-london-licence>
41. www.uber.com.tr. (tarih yok). Kasım 6, 2017 tarihinde <https://www.uber.com/tr/our-story/> adresinden alındı
42. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, s. 687-705.