

KAPİTALİZMİN SÖZDE ÖLÜMÜ: PAYLAŞIM EKONOMİSİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ

Burak YAPRAK*
Sertaç ERCAN**

Özet

İnternet teknolojilerinde yaşanan devrimler, kullanıcılara artık dijital mecralarda yer alan içerikleri tüketmekten daha fazlasını vaad etmektedir. Web 1.0 olarak adlandırılan internetin ilk dönemlerinde, kullanıcılar dijital mecralarda yer alan içerikleri yalnızca görüntüleyebilirken Web 2.0 ve sonrasında dijital içeriklerin oluşturulması süreçlerine internet erişimine sahip tüm bireyler dahil olmaktadır. İnternet bağlantılarını birer sosyal ağ aracına dönüştüren kullanıcılar, kendilerine ait görsel veya işitsel bir ögeyi, fikirlerini ve hatta metaları birbirleriyle paylaşmaya başlamışlardır.

Sosyal ağ platformlarında fotoğraflarla başlayan paylaşma fikri, kullanıcılara finansal ya da sosyal fayda sağlayabilecek ve birçok farklı metanın paylaşılacağı bir ekosistem haline gelmiştir. Paylaşım ekonomisi olarak adlandırılan bu ekosistemde, merkezleşmiş aracı kuruluşlar olmaksızın birbirine denk kişiler, atıl vaziyetteki kaynaklarını birbirleriyle paylaşarak sürdürülebilirliğe katkı sağladıklarına inanmaktadır. Bu çalışma kapsamında ilkin paylaşım ekonomisinin kavramsal kökenleri incelenmekte, uygulama alanları örneklendirilerek açıklanmakta ve paylaşım ekonomisinin işlerliğine ilişkin sorular eleştirel bir bakış açısıyla cevaplanmaya çalışılmaktadır. Sonuç olarak paylaşım ekonomisinin toplumsal refah ve adalet için sihirli bir araç olmadığı, hatta kapitalizmin gelişimi için kullanışlı bir yöntemle dönüştüğünün altı çizilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kapitalizm, İşbirlikçi ekonomi, Paylaşım ekonomisi, Mülkiyetsizlik

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, brkyprk@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9831-0813

** Dr., Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi, sercan@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3896-9194

SO-CALLED DEATH OF CAPITALISM: CRITICAL LOOK AT THE SHARING ECONOMY

Abstract

The ongoing digital revolutions offer individuals more than only consuming content on the web. While users could only view the content on digital platforms in the early stages of the internet, called Web 1.0, users can be involved in the processes of creating digital content in Web 2.0 era and later. The users, who have transformed their internet connections into social networking tools, have started to share their own visual or audio elements, ideas and even commodities with each other.

The idea of sharing, which started with only sharing photos on social networking platforms, has become an ecosystem that can provide financial or social benefits to users. In this ecosystem known as the sharing economy, peers are motivated by the idea that they contribute to sustainability by sharing their idle resources with each other, excluding central institutions. This paper aims to shed light on the conceptual origins of the sharing economy. Afterwards, the application areas of the sharing economy are explained by giving examples through existing enterprises and the questions about the operability of the sharing economy are tried to be answered with a critical perspective. As a result, it is underlined that the sharing economy is not a silver bullet for social welfare and social justice, but even turns into a useful method for the penetration of capitalism.

Keywords: Capitalism, Collaborative economy, Sharing economy, Dispossession

Giriş

Dünya Ekonomik Forumu (2016) tarafından yayınlanan ve 2030 yılına dair sekiz öngörünün yer aldığı raporun en vurucu cümlelerinden birisi “Hiçbir şeyiniz olmayacak ve mutlu olacaksınız” (*You’ll own nothing. And you’ll be happy*) idi. 2019 yılında patlak veren salgın sonrasında ise sürdürülebilir bir ekonomi kurmak mottosuyla Dünya Ekonomik Forumu (DEF) direktörü Klaus Schwab ve Birleşik Krallık prensi Charles tarafından açıklanan ve DEF’in 2020 yılı teması olarak seçilen “Büyük Sıfırlama” (*Great Reset*) fikri esasen dördüncü sanayi devriminin ilanıydı.

Ekonomik devrimlerin tarihleri göz önünde alındığında, bu sıçrayışların her birinde -baskın olarak- bilimsel ve teknolojik gelişmelerin, üretim araçlarının yetenek ve kapasitelerini geliştirdiği görülmektedir (Maynard, 2015). Ancak bu kez, devrimlerin dördüncüsü olarak kabul edilen devrimde, yalnızca üretim araçlarının yetenek ve kapasiteleri değil iş yapış biçimleri de değişmektedir. 19. yüzyılda başta toplam kalite yönetimi alanında araştırmalar yapan bilim insanları olmak üzere küresel işletmeler ve

organizasyonlar uzmanlaşma ve iş bölümü kavramlarını önemli ölçüde önemsemekteydi. Buna karşın, Chris Anderson (2008, s. 69) artık profesyoneller ve amatörlerin aynı işi birlikte yapabildiği “*pro-am*” çağında olduğumuzu ifade etmektedir. Yalnızca profesyonellerin değil amatörlerin de üretim süreçlerine dahil olabildiği, atomların yerini *bit*lerin aldığı bu çağda üretim ve dağıtım süreçleri yalnızca şirketlerin, devletlerin ya da organizasyonların tekelinde olmaktan çıkmaktadır. Ekonominin bütün aktörleri, hatta tüketiciler dahi üretim süreçlerine katılabilmektedir. Yeni düzende katılım, tüketicilerin üretim süreçlerine kısıtlı ölçüde katılmayı (*prosumer*) memnuniyet olarak saydıkları “IKEA etkisi”nin (Norton vd., 2012) çok ötesine geçmekte ve kapsamı genişlemektedir. Anderson (2008) yeni ekonomik modeldeki bu genişlemeyi i. üretimin demokratikleşmesi, ii. dağıtımın demokratikleşmesi ve iii. arz-talep arasındaki mesafenin azalması şeklinde üç kirişe oturtmaktadır.

Gösterime girdiği 2003 yılından sonra başta Londra Uluslararası Film Festivali ve Gotham Ödülleri olmak üzere birçok festivalde aday olarak gösterilen ve otobiyografik izler taşıyan Tarnation isimli belgesel, Jonathan Caouette tarafından amatör video kameralar ve ücretsiz video düzenleme programı iMovie kullanılarak yalnızca 218 Amerikan dolar maliyetle tamamlanmıştır (Caouette ve Hegarty, 2007). Buna ek olarak, Apple son zamanlarda sinema çekim modu özelliğine sahip akıllı telefonlarını piyasaya sürmektedir. Sinemanın erken dönemlerindeki üretim maliyetleri göz önüne alındığında, amatör kitlelere sağlanan bu imkanların üretimin demokratikleşmesi hususunda çığır açıcı gelişmeler olduğu ifade edilebilir. 1980 yılında bağımsız olarak kendi müziğini yapan bir sanatçı, eserlerini küresel çapta dinleyiciye ulaştırmayı hedeflediğinde Sony Entertainment gibi dev şirketlere kendini ispat etmek durumundaydı ya da ülkemizde böyle bir hedefi olan sanatçının yolu yüksek olasılıkla Unkapanı Plakçılar Çarşısı’ndan geçmek zorundaydı. Ancak yeni ekonomik düzende dağıtımın demokratikleşmesiyle birlikte, bağımsız bir sanatçı eserini Spotify, iMusic ya da SoundCloud gibi platformlarda kolaylıkla dinleyicilerin beğenisine sunabilmektedir. Son olarak, arz ve talep arasındaki mesafenin azalmasına örnek olarak ise önceki dönemlerde bir uzmanın uzmanlık alanında eğitimler verebilmesi genellikle kurumsal bir çatı altında mümkün iken artık Udemy gibi çevrimiçi platformlar aracılığıyla kullanıcıların düşük maliyetlerle eğitimlere ulaşabilmesi gösterilebilir.

Yukarıda ifade edilen dördüncü sanayi devrimiyle birlikte yaşanan “gelişmeler” genellikle finansal karşılığı olan mübadelelerle (*exchanges*) ilgilidir. Ancak yeni düzen, finansal karşılığı olmayan ya da “*quid pro quo*” ilkesince her iki tarafın da belirli ölçüde kazancının olduğu (Ikkala ve Lampinen, 2015, s. 1037) mübadeleyi de kapsamaktadır. Belirli bir destinasyona seyahat eden bireyin aracındaki boş koltukları birincil düzeyde ticari bir amacı olmaksızın aynı yöne seyahat edecek diğer kişilere kiralaması buna örnek olarak gösterilebilir. Böylesi bir mübadele sürecinde, araç sahibi kişi atıl (*idle*) vaziyetteki koltukları kiralayarak çeşitli faydalar elde etmiş olacak ve koltuğu kiralayan kişi de büyük bir olasılıkla toplu taşıma araçlarından daha düşük maliyetlerle seyahatini gerçekleştirmiş olacaktır. Benzer şekilde, evinde boş bir oda ya da yatak bulunan birisinin bu oda ya da yatağı başka birine kiralaması da bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Zira bu mübadelede de kiraya veren açısından atıl kaynakların değerlendirilmesi; kiralayan açısından ise daha düşük maliyetlerle ihtiyacın giderilmesi söz konusudur.

Hali hazırda devam eden dördüncü sanayi devrimi, DEF’in ifadesiyle “büyük sıfırlama” olgusuna bu gelişmeler ışığında baktığımızda bireylerin bir ihtiyacını gidermek üzere herhangi bir mal ya da hizmete mutlak surette sahip olmasının şart olmadığı ifade edilebilir. Lambertson ve Rose (2012) bu durumu “bireylerin mülkiyet edinme koşulu aranmaksızın ürünlerin avantajlarından yararlanması” olarak ifade etmektedir. Buna paralel olarak, “Hiçbir şeyiniz olmayacak ve mutlu olacaksınız” sloganının vaadi de mülkiyet edinme zorunluluğu olmaksızın bireylerin ürün ya da hizmetlerden fayda sağlaması ve birisinin elinde bulunan metayı bir diğerinin ihtiyacını gidermesi için paylaşımına açık hale getirmesidir.

Temel olarak paylaşım, yaşama duygusu dışında yeniden dağıtımın karşılıksız olmadığı olumlu sosyal davranış (*pro-social behaviour*) olarak tanımlanmaktadır (Benkler, 2004, s. 275). Paylaşmak, hayatta kalmak için özgecilik niyeti (*altruistic intention*) tarafından motive edilen ve insanların içsel/sezgisel doğasında olan bir davranıştır (Belk, 2014). Antropolojik gerçeklerle birlikte düşünüldüğünde ise insanoğlunun yalnızlık içinde değil topluluklarda yaşaması (Weber, 2015) ve paylaşımlar yapması insanların sosyal, keyifli ve birlikte yaşama tercihleriyle ilgilidir. Paylaşım fikri, tüketim karşıtı bireylerin gönüllülük ve çevrecilik gibi değerleriyle de örtüşmektedir (Ozanne ve Ballantine, 2010). Nüfusun bazı kesimlerinde gözlenen psikolojik ve kültürel değişim (maddi kaygıların değersizleşmesiyle post-materyalist mutluluğa yönelim

olduğunu fark eden) Inglehart'ın Dünya Değer Anketlerine dayanan değer değişimi teorisini (*value change theory*) de desteklemektedir. Kelly (2009) benzer bir perspektifle, “sahip olmaktan daha iyi” ifadesiyle mülkiyet edinmenin yükünden kurtularak paylaşım yoluyla daha kısa sürelerde metalara erişebilmenin post-materyalizmin karakteristik özellikleri arasında olduğunu ifade etmektedir. Sonuç olarak, paylaşım ekosisteminde metaların daha az kaynak kullanılarak çoklu erişime sunulmasının temel ilke olarak benimsendiği görülmektedir (Bauwens vd., 2012, s. 133). Klaus Schwab ve Prens Charles tarafından açıkça ilan edilen ve hem yeni medya platformlarında hem de ana akım medya platformlarında zaman zaman gündeme gelen bu yeni ekonomik paradigmanın kökenleri aslında geçtiğimiz yüzyılın başına kadar uzanmaktadır.

Belk'e (2014) göre paylaşım ekonomisi, 21. yüzyılın en yıkıcı pazar gelişmelerinden biridir. İşbirlikçi ekonomi veya işbirlikçi tüketim olarak da adlandırılan bu gelişme, dünyayı değiştirdiği kabul edilen on fikirden biri olarak görülmektedir (Walsh, 2011). Dünyanın her yerinde insanlar arabalarını tanımadıkları kişilere ödünç vermekte, sahip oldukları metaları internet üzerinden paylaşmakta ya da kiralamakta veya yabancıların kendi evlerinde uyumasına izin vermektedir. Aslında insanlar tahmini değeri 2025 yılında 335 milyar dolara ulaşması beklenen (Statista, 2020) ve “paylaşım ekonomisi” olarak ifade edilen küresel çaptaki bu mega trende katılmaktadır. Paylaşım ekonomisi toplumsal ve ekonomik güçler, işbirlikçi bilgi ve teknolojik gelişmeleri ve mülkiyet edinmeksizin ürün ve hizmetlere erişimi teşvik eden, çevresel kaygılarla yönlendirilen ve giderek büyüyen sosyo-ekonomik bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Botsman, 2013).

1. Kavramsal Çerçeve

Paylaşım ekonomisinin kapsamına benzer olarak 2004 yılında Benkler ürün paylaşımı (*product sharing*) kavramını kullanmakta ve ürün paylaşımını “geleneksel dağıtım kanallarını kullanmaksızın sosyal paylaşım sistemleri aracılığıyla paylaşılabilir ürünler” şeklinde tanımlamaktadır. Benkler (2004) ürün paylaşımı ekosistemi; sosyal sermayesi güçlü olmayan ya da zayıf sosyal ilişkilere sahip kişilerin yararlanabileceği, hediyeleşme ve özgür katılımın temel alındığı alternatif bir üretim modeli olarak ele almaktaydı.

Paylaşım ekonomisi kavramına ilişkin epistemolojik ve ontolojik düzeyde çeşitli tartışmalar olmasına rağmen önceki yıllarda farklı anlam ve bağlamlarda tanımlar yapılmış İngilizce literatürde ilk kez 2007 yılında “sharing economy” formuyla “bireylerin özellikle çevrimiçi şirket ya da organizasyonlar tarafından sunulan mal ya da hizmetlere, satın alma veya satma yoluyla geçici erişim sağladığı ekonomik aktiviteler” bağlamında kullanılmıştır (Merriam-Webster, 2021). 2015 yılında Oxford sözlüğüne “varlıkların ya da hizmetlerin belirli kişiler arasında, ücretsiz ya da ücret karşılığında ve genellikle internet tabanlı sistemler aracılığıyla paylaşılması” tanımı eklenmiştir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise paylaşım ekonomisine ilişkin herhangi bir tanım bulunmamaktadır.

Kavramın sözlük tanımlarının yanı sıra, ekonomi başta olmak üzere işletme, iletişim ve psikoloji gibi temel sosyal bilimlerin yanı sıra özelde pazarlama, yönetim ve sosyal psikoloji gibi birçok bilim dalındaki araştırmacılar tarafından yapılan tanımlar ve bu tanımların farklı kapsamaları bulunmaktadır. Tablo 1’de bazı araştırmacılar tarafından yapılan paylaşım ekonomisi tanımları yer almaktadır.

Tablo 1: Paylaşım Ekonomisi Tanımları

Yazar	Tanım
Lessig (2008)	Metaların mülkiyet edinmeksizin paylaşılması, mübadelesi ve kiralanması sürecidir.
Lamberton ve Rose (2012)	Bireylere mülkiyet koşulu olmaksızın ürün avantajlarından yararlanma fırsatı sunulan ve pazarlama direktörlüğü tarafından yönetilen sistemlerdir.
Bardhi ve Eckhardt (2012)	Belirli bir ücret karşılığında ya da ücretsiz olarak ve mülkiyet devri olmaksızın tüketim kaynaklarına geçici erişim sağlanan sistemlerdir.
Botsman (2013)	Finansal ya da finansal olmayan faydalar sağlamak amacıyla, boşluktan eşyaya ve hatta yeteneğe kadar geniş yelpazedeki atıl varlıkları paylaşmaya dayanan ekonomik bir modeldir.
Heinrichs (2013)	Mallara, hizmetlere, verilere ve yeteneklere ortak erişim sağlayan ekonomik ve sosyal sistemlerdir.
Stephany (2015)	Atıl ya da az kullanılan varlıkların bir topluluk için çevrimiçi olarak erişilebilir hale getirilmesiyle bu varlıklara sahip olma ihtiyacının azaltılmasıdır.
Kathan vd. (2016)	Somut varlıkların ya da para, mekân veya zaman gibi daha az somut varlıkların mülkiyet devredilmeksizin, geçici erişime açılması ve/veya yeniden dağıtılmasıdır.
Hamari vd. (2016)	Topluluğa dayalı, çevrimiçi hizmetlerle koordine edilen ürün ve hizmetlere erişim sağlama, verme veya paylaşma konusunda denklemler arasındaki faaliyetlerdir.

Frenken ve Schor (2017)	Paylaşım ekonomisi, tüketicilerin az kullanılan ya da atıl durumdaki fiziksel varlıklarını para karşılığında diğer tüketicilerin erişimine açmalarıdır.
Habibi vd. (2017)	Gerçek paylaşımın arz edilme derecesini ayırt etmeye yardımcı olan bir mübadele sürecidir.
Muñoz ve Cohen (2017)	Toplumda az kullanılan kaynakların verimliliğini ve optimizasyonunu artırmayı amaçlayan, bir dizi mal ve hizmet alışverişini bireyler ve kuruluşlar arasında mümkün kılan sosyo-ekonomik sistemdir.
Narasimhan vd. (2018)	Sıradan tüketicilerin, bir zamanlar yalnızca sıradan satıcılara ait faaliyet alanında satıcı olarak hizmet sağlamaya başladığı fenomendir.
Arvidsson (2018)	Kendi sınırları içerisinde piyasa değişimine doğrudan duyarlı olmayan ortak kaynaklar üzerine inşa edilen yeni bir ekonomik eylem sahnesidir.
Perren ve Kozinets (2018)	Denk konumlandırılmış ekonomik aktörler arasında değişim faaliyetlerini kolaylaştıran ve genellikle teknolojik platformlarda yer alan pazarlardır.

Kaynak: Tablo yazarlar tarafından derlenmiştir.

Paylaşım ekonomisi kavramının tanımları incelendiğinde, araştırmacıların mutabık kaldığı hususların olduğu gibi görüş farklılıkları da göze çarpmaktadır. Birçok araştırmacının fikir birliğinin olduğu unsurlardan birisi, paylaşım ekonomisi ekosistemindeki paydaşların mal ya da hizmetlere erişimleri için mülkiyet edinme zorunluluğunun olmamasıdır (Lessig, 2008; Botsman ve Rogers, 2010; Kathan vd., 2016). Yapılan tanımlarda araştırmacıların mutabık kaldıkları hususlardan birisi de paylaşım ekonomisi mantığının işlerlik kazanabilmesi için metaların az kullanılıyor ya da atıl durumda olması gerektiğidir (Stephany, 2015; Frenken ve Schor, 2017). Zira bireylerin evlerini, arabalarını ya da herhangi bir eşyasını ötekinin geçici erişimine sunabilmesi için evlerinde ya da arabalarında atıl bir alanın kullanılabilir bir durumda olması veya eşyanın herhangi bir zaman aralığında kullanıma uygun olması gerekmektedir. Araştırmacıların paylaşım ekonomisinin kavramsal sınırlarını çizerken benzer görüşte olduğu bir diğer husus ise paylaşım ekonomisi ekosisteminin genellikle çevrimiçi kanallar üzerinden koordine edilmesidir (Hamari vd., 2015; Sundararajan, 2016; Perren ve Kozinets, 2018). Dijital mecraların maliyetinin hem hizmet veren hem de hizmetten yararlanan taraflar açısından daha az maliyetli (Williamson, 2020) olmasının yanı sıra işlem sürelerinin hızlanması ve aracı sayısının azalması, paylaşım ekonomisi faaliyetlerinin baskın olarak çevrimiçi kanallar üzerinden gerçekleşmesini de beraberinde getirmektedir. Perren ve Kozinets (2018) tarafından yapılan araştırmada üzerinde özellikle durulan bir diğer nokta da paylaşım ekonomisinin birbirine denk ya da denk konumlandırılmış taraflar arasındaki faaliyetler üzerinden karakterize edilmesidir.

Şekil 1’de farklı araştırmacılar tarafından yapılan tanımlarda yer alan kavramların frekanslarına göre düzenlenmiş kelime bulutu gösterilmektedir.

Şekil 1: Paylaşım Ekonomisi Tanımlarına Ait Kelime Bulutu



Paylaşım ekonomisinin kavramsal sınırları belirlenirken sosyal bilimlerin ve diyalektik düşüncenin doğasından kaynaklanan görüş farklılıkları ve kapsam farkları da bulunmaktadır. Örneğin Muñoz ve Cohen (2017) paylaşım ekonomisini bir sistem olarak değerlendirmekte iken Habibi vd. (2017) ise paylaşım ekonomisini bir süreç olarak ele almaktadır. Bardhi ve Eckhardt (2012) paylaşım ekonomisi konseptine tüketim açısından bakarken Anderson (2008) ise paylaşım ekonomisini dağıtım kanallarının demokratikleşmesi açısından incelemektedir. Arvidson (2018) paylaşım ekonomisinin ekonomik bir sistem olduğunu ifade ederken Heinrichs (2013) ise sosyal ve ekonomik bir sistem olduğunu savunmaktadır. Öte yandan, bazı araştırmacılar paylaşım ekonomisinin tanımında “denkler arasılık” ilkesini vurgulamaktadır. Örneğin Sundararajan (2016) paylaşım ekonomisini “büyük oranda piyasa temelli, yüksek etkili sermaye, kitlesel ağlar, tekil kullanıcılar ve profesyoneller arasındaki sınırların belirginliğini yitirmesi ve son olarak tam zamanlı istihdam edilen ve arızı (geçici) istihdam edilenler arasındaki hatların belirsizleşmesidir” şeklinde ifade etmektedir. Buna göre paylaşım ekonomisinin hiyerarşik bir düzen olmaksızın denkler arasındaki faaliyetlerle ilgili olduğu söylenebilir ancak Belk (2014) paylaşım ekonomisindeki denkler arasılık ilkesinin sermaye sahipleri tarafından kullanılan bir maske olduğunu savunmaktadır. Belk (2014) gerçek paylaşım (*true-sharing*) ve sözde paylaşım (*pseudo-sharing/so-called sharing*) kavramlarının birbirinden ayırt edilmesi gerektiğini öne sürmektedir. Bir takım ticari motivasyonlarla

yapılan mübadelenin, karşılıklılık ya da kişisel çıkar elde edilmesi gibi hususların gerçek paylaşım süreciyle bağdaşmadığını, gerçek paylaşımın “hediyeleşmek” gibi olması gerektiğini savunan Belk (2014) ana akım literatürde sıkça yer verilen paylaşım ekonomisi konseptinin aslında sözde bir değişim olduğunu ifade etmektedir. Belk (2014) sözde değişimi ise “*metaların değişimi ve ortak-yaratıcıların (co-creator) potansiyel sömürüsünün kendilerini paylaşım kılığında sunması veya ortak paylaşım gibi görünen iş ilişkileri*” olarak görmektedir. Benzer şekilde Kathan vd. (2016) malların veya para, mekan ya da zaman gibi daha az somut varlıkların mülkiyetsizliğini sözde paylaşım olarak ele almaktadır.

Bu çalışma kapsamında paylaşım ekonomisi kavramı, geleneksel pazarlarda sıradan birer tüketici olan bireylerin, sahip oldukları metaların atıl kapasitelerini genellikle çevrimiçi kanallardaki ağlar üzerinden kendilerine denk ya da denk konumlandırılmış diğer paydaşların erişimine sunarak ve kısmen finansal gelir elde ettikleri ve birer hizmet sağlayıcı haline geldikleri sosyo-ekonomik sistem olarak ele alınmaktadır.

1. 1. İlgili Kavramlar

Paylaşım ekonomisi hem kavramsal hem de operasyonel açıdan bazı kavramlarla karıştırılmakta ve hatta çoğu zaman bu kavramlar, paylaşım ekonomisi kavramının ikamesi olarak kullanılmaktadır. Bu türlü kavram kargaşasının temel nedenleri, paylaşım ekonomisinin kavramsal çerçevesinin net olarak belirlenmesinin zorluğu, kavramın dinamik süreçlerle ilgili olması ve operasyonel düzeyde paylaşım ekonomisine benzer fenomenlerin var olmasıdır. Burada bu kavramların bazılarında bahsetmenin, yerinde olduğu düşünülmektedir.

Ücretsiz bir platformda paylaşım fikri üzerine kurulu, yalnızca yardımlaşma ve eğlence amacıyla tahsis edilmiş geniş çaplı olmayan ve düzensiz yerli paylaşım ağlarını ifade eden ve sivil ekonomi (*civic economy*) bir diğer ifadeyle özgür ekonomi (*free economy*) kavramları paylaşım ekonomisi kavramıyla benzerlik göstermektedir (Bollier, 2012: 2). Karıştırılan bir diğer kavram ise bireylerin öncülüğünde icra edilen sosyal ekonomi (*social economy*) veya bir diğer ifadeyle dayanışma ekonomisidir (*solidarity economy*). Bu konsept sosyal adalet, işbirlikçi liderlik ve -demokrasinin ve gücün tabandan yeniden dağıtılmasını öngören- politik hedefler için çaba gösteren sosyal

girişimler ve kar amacı gütmeyen kuruluşları kapsamaktadır (Weber, 2011; Bauwens vd, 2012). Öte yandan, paylaşım ekonomisi kavramı giderek beşikten-mezara¹ (*cradle to cradle*) sisteme dönüştüğü için bazı çevreci ekonomik modellerle de giderek yakınlaşmaktadır. Sıfır atık (*eco-effective*) ilkesinin ürünün veya hizmetin tasarım aşamasından itibaren benimsendiği ve üretim atıklarının “başka bir döngüde değerli bir girdi” haline geldiği bir ekonomi reformunu savunan dögüsel ekonomi (*circular economy*) de paylaşım ekonomisi kavramının yerine kullanılan kavramlardan bir diğereidir (Preston, 2012, s. 1).

Kullanılan paralel kavramlar arasında, Botsman ve Rogers (2010) tarafından kavramsallaştırılan işbirlikçi ekonomi (*collaborative economy*); Sundararajan (2016) tarafından benimsenen kitle temelli kapitalizm (*crowd-based capitalism*); internet üzerinden serbest/uzaktan çalışabilmeyi (*freelance*) ima eden ve Aguinis ve Lawal (2013) tarafından literatüre kazandırılan “*eLancing*”; kısa süreli iş sözleşmelerinin yapılabildiği, işveren ile çalışan arasındaki çizgilerin giderek belirsizleştiği, Mulcahy (2016) tarafından “*gig economy*” olarak ifade edilen ve Eczacıbaşı (2018) tarafından olarak Türkçeye “tek atımlık işler ekonomisi” olarak çevrilen ve son olarak Gansky (2010) tarafından kavramsallaştırılan ağ ekonomisi (*mesh economy*) kavramları bulunmaktadır.

Esasen bu yeni kavramların her birinin, gelişmekte olan ve çok geniş sınırlara ulaşan paylaşım ekonomisinin belirli bir boyutuna odaklandığı görülebilmektedir. Tanımların ve kapsamların belirsizliğine rağmen araştırmacılar “paylaşım ekonomisi” kavramı etrafında toplanmaktadır (Belk, 2014; Sundararajan, 2016; Frenken ve Schor, 2017). Söz gelimi, Sundararajan (2016, s. 27) kitle temelli kapitalizm kavramını konuyu açıklamak için uygun bulsa da paylaşım ekonomisi kavramını kullanmaya devam etmektedir. Sundararajan (2016) bu durumu, paylaşım ekonomisi kavramının daha fazla sayıda kişi tarafından anlaşılması ve yaygın kullanımı ile açıklamaktadır (Ganapati ve Reddick, 2018).

¹ Beşikten-Beşiğe: Cradle to Cradle (C2C) kavramı, bir ürünün sonsuz kullanım olasılığını göz önünde bulunduran sıfır atık ilkesini tanımlar.

1. 2. Paylaşım Ekonomisinin Temelleri

Paylaşım ekonomisinin temelleri, üç esasa dayanmaktadır. Bunlar erişim ekonomisi, platform ekonomisi ve kitle temelli ekonomidir (Acquier vd., 2017, s. 3). Aşağıda her biri tanımlanmakta ve paylaşım ekonomisiyle ilişkileri ortaya konulmaktadır.

- *Erişim Ekonomisi:* Bireylerin metaya sahip olmak yerine, erişmek istedikleri metaya geçici erişim için ödeme yapmayı tercih etmeleridir. Erişim ekonomisi, atıl kaynakların kullanımlarını optimize etmek adına mülkiyet edinmeksizin paylaşılmasını kapsayan bir dizi girişim fikri üzerine inşa edilmektedir (Bardhi ve Eckhardt, 2012, s. 881; Belk, 2014, s. 1597). Aslında, kaynak ve metaların mülkiyetlerine geçici erişim yeni bir yöntem değildir. İşletmelere sunulan *leasing* ve uzun süreli kiralama, kütüphanelerin kitap ödünç vermesi, doğu toplumlarında ve özellikle Anadolu'da araç ve gereçlerin ortaklaşa kullanılması da erişim ekonomisine örnek olarak gösterilebilir.
- *Platform Ekonomisi:* Dijital platformların denklemler arasında merkezi olmayan mübadelelere aracılık etmesidir. Ayrıca bu platformlar, kullanıcılar ve tedarikçiler gibi güçlü aktörlerin ekosistemlerine katılmasıyla birlikte güçlü bir ağ etkisi de oluşturmaktadır (Acquier vd., 2017, s. 5). Platformlar tarafından yaygın olarak kullanılan dijital teknolojiler, platformların bilgiye ulaşma maliyetlerini geleneksel pazarlara kıyasla düşürmenin (Williamson, 2000) yanı sıra platformların işlemleri takip etme maliyetlerini de azalmaktadır. Bu platformlar, dijital teknolojiler vasıtasıyla geleneksel pazarlardaki fırsatçı davranışları ve belirsizliği azaltırken derecelendirme sistemleriyle de kullanıcılarda güven oluşturmaktadır. Platform ekonomisi, öte yandan, dijital araçlar sayesinde bilgi akışlarını, değerlendirme süreçlerini ve fiyatlandırmayı algoritmalar kullanarak uzaktan koordine edebilme ve yönetebilme imkanı sunmaktadır (Malone vd. 1987).
- *Kitle Temelli Ekonomi:* Herhangi bir sözleşmeye bağlı olmaksızın, hiyerarşik olmayan yönetim süreçlerini takip eden ve finansal fayda sağlama amacı olmayan bir görevi yerine getirmek, bir projeye katılmak veya bir mübadeleye dahil olmak gibi girişimleri ifade etmektedir. Kitle temelli ekonomide temel amaç finansal kazanç elde etmek veya kazancı maksimize etmekten ziyade bir topluluğun projesine katkıda bulunmak, sosyal ağlar oluşturmak, bireyleri değer yaratımına

teşvik etmek veya sosyal sorumluluk bilinciyle birtakım görevleri yerine getirmektir (Acquier vd., 2017, s. 6). Anadolu’da da yaygın olarak uygulanan memleket sandığı gibi kooperatif yapıları kitle temelli ekonomi için örnek olarak gösterilebilir.

2. Paylaşım Ekonomisi Ekosistemine Katılım Motivasyonları

Bireylerin tutum, niyet ve davranışları bazı faktörlere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Bu faktörlerin başlıcaları; algı ve eğilimler, kültürel normlar, önyargılar, bireyin yaşadığı sosyolojik çevre, ekonomik faktörler, inanışlar ve kişilik özellikleridir. Bireyin motivasyonu konusundaki bu geniş kapsam, genelde tutum, niyet ve davranışlarını özelde ise paylaşımına dair tutumunu açıklamak için motivasyon teorilerinden faydalanmayı kaçınılmaz kılmaktadır.

Motivasyonun çok yönlü yapısı, kavramın farklı disiplinler tarafından farklı şekillerde tanımlanmasını beraberinde getirmektedir. Guay vd. (2010, s. 712), motivasyonu “davranışların altında yatan nedenler” şeklinde ifade etmektedir. Ryan ve Deci (1985) ise kavramı, bir kişi veya organizasyonun içsel ve dışsal yönleriyle açıklamaktadır. İçsel motivasyonda eylem, doğası gereği ilginç ve eğlenceli olduğunda yapılmakta (Ryan ve Deci, 2000, s. 55) dışsal motivasyonda ise eylem, ödül veya sonuç odaklı olmaktadır (Nupke, 2012, s. 11). Dolayısıyla içsel olarak motive olan kişi sürece ve ayrıntılara odaklanırken, dışsal olarak motive olan biri etkinliğin sonuçlarına veya ödüllere odaklanmaktadır. Deci (1971) dışsal ödüllerin içsel motivasyonu yalnızca geçici, dolayısıyla sınırlı bir şekilde artırdığını belirtmektedir.

Geçmişteki paylaşım motivasyonlarından yola çıkarak Belk (2007, 2010) paylaşımın motivasyonu konusunda iki ayrı yaklaşım önermektedir. Birincisi, çoğunlukla sevdiklerinin etrafında, yükümlülüklerden muaf, koşulsuz bir bakım eylemi olarak “annelik güdüsüyle” paylaşım (*sharing-in*) iken ikincisi, bir ailenin ya da topluluğun üyeleri tarafından kullanılan ortak mülklerin ve kaynakların, kısıtlama olmaksızın gelecekteki yeniden kullanım beklentisiyle daha iyi bir şekilde sunulması için bir araya toplama (köylerde imece usulüyle imar edilen çeşme, cami vb. yapılar gibi) ve paylaşmadır (*sharing-out*). Her iki tanım da ekmek satın almak gibi hesaplanabilir, şahsi olmayan, karşılıklı bir piyasa işlemi olan ekonomik emtia değişiminden farklıdır. Frick vd. (2013) ise Belk’in (2007) bu ikili önermesini genişleterek, paylaşımın sosyal bağları

inşa etmek ve/veya yoğunlaştırmak için bir araç haline geldiğini iddia etmektedir. Böylece sosyalleşmeyi (*sharing-with*) paylaşımın üçüncü temel güdüsü olarak kabul etmektedir.

Price (1975) insanların paylaşmak için doğduğunu belirtmektedir. İnsanlar, çevreleriyle değişime ihtiyaç duyan sosyal varlıklardır. Dolayısıyla paylaşırken herhangi bir ekonomik avantaj değil, sosyal ilişkiler ön plandadır. Birinci endüstri devrimiyle seri üretimin yaygınlaşması, malların ucuzlamasına ve aynı zamanda kişisel gelir düzeyinin artması ve bireylerin kendi ihtiyaçlarını daha kolay karşılamasına olanak sağlamıştır. Bunlara ek olarak, tek çocuklu ve çekirdek ailelerin artması da ailelerin kendi ihtiyaçlarını karşılamalarını kolaylaştırdığı için insanlar arası paylaşım azalmıştır. Böylece, paylaşmanın günlük pratiği, rutini ve üstü kapalılığı uzun zaman önce kaybolmuştur. Ancak son zamanlarda, tekrar, sosyal ağ bağlantılı yaşam tarzı bilinçli bir eylem haline gelmektedir (Böckmann, 2013). Buradan hareketle, geçmişte günlük hayatın doğal bir parçası olan paylaşım bugün bilinçli ve farklı bir eylem haline gelmekte ve paylaşım ekonomisi olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Paylaşımın güncel güdülerine bakılacak olursa Frick vd. (2013), paylaşımaya yönelik üç temel düşünce yapısını şu şekilde ifade etmektedir. Birincisi, ‘ne ekersen onu biçersin’ (*what-goes-around-comes-around*) yaygın ilkesini benimseyen, hayata karşı bütüncül bir yaklaşımdır. İkincisi, paylaşım karşılığında eşit değerde bir şey alma beklentisine dayanan misliyle mukabele (aynen karşılık) stratejisidir. Üçüncü yaklaşım ise, takdir ve sempati yani iyilik niyetiyle paylaşmayı; ekolojik, sosyal ve ahlaki değerleri gözeterek davranmayı ifade etmektedir. Bu üçüncü yaklaşımla ilgili olarak Lawson (2010, s. 842) da benzer olarak mülkiyet edinmeksizin/mülkiyet dışı tüketim (*non-ownership consumption*) biçiminin için en güçlü güdülerinin, statü arayışı ve çevre bilinci olduğunu belirtmektedir.

Sonuç olarak, bireylerin paylaşım ekonomisi ekosistemine dahil olmasının altında farklı nedenler yatabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, bu ekosistemi oluşturan aktörlerin paylaşım ekonomisini, insani bir değer ve iyilik hareketi olarak değil ekonomik sisteme yeni oyuncular dahil etmek üzere tasarımlarıdır. Çünkü ne kadar çok birey tüketici olarak sisteme dahil olursa dolaşımdaki para (*capital*) o kadar artmaktadır. Dolayısıyla paylaşım ekonomisi kavramını ve bu alandaki pratik uygulamaları, salt para

kazanma sistemi olarak görmek yerine insanların gerçekten ve gerektiğinde iyilik için de paylaşım yapabilecekleri daha insani bir şekilde düzenlenmesi ve uygulanması gerektiği düşünülmektedir.

3. Paylaşım Ekonomisini Besleyen Faktörler

Paylaşım ekonomisi üzerine yapılan araştırmalarda, bu tüketim biçiminin ortaya çıkışının farklı etmenlerden kaynaklandığı belirtilmektedir: Çevresel faktörler, teknolojik faktörler, kültürel değişim, ekonomik faktörler, ticari potansiyel ve Z kuşağı. Konu her ne kadar sürdürülebilir tüketim bağlamında değerlendirilse de bu bölümde paylaşımın ya da işbirlikçi tüketimin gelişmesinde rol oynayan ekolojik, teknolojik, kültürel ve ekonomik faktörlere değinilmekte ve ana hatlarıyla açıklanmaktadır.

Çevresel Faktörler: Makro çevresel değişiklikler tüketici davranışlarında değişikliklere yol açabilmektedir. Örneğin gıda israfı meselesinin makro çevre problemlerinden birisidir. Birleşmiş Milletler Gıda İsrar Endeksi Raporuna (2021, s. 65) göre Türkiye’de her yıl 7,7 milyon ton gıda israf edilmektedir. Yani kişi başına yıllık ortalama 93 kilogram gıda çöpe atılmaktadır. Rakamlara dünya çapında bakıldığında ise yıllık 931 milyon ton gıda israf edilmektedir. Bir başka makro çevresel değişken de enerji konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik kalkınma, enerji ve doğal kaynaklara olan talebi arttırmakta, bu talep artışı da çevresel bozulmalara sebebiyet vermektedir. Örneğin enerji üretimi için kullanılan fosil yakıtlar, CO₂ düzeyini önemli ölçüde arttırmaktadır (Aytun vd., 2017, s. 2). Geri dönüşüm, ürünlerin yeniden kullanımı ve paylaşım kültürü, çevresel bozulma, gıda israfı ve kaynakların kullanımıyla ilgili konularda çözüm olanakları sağlayabileceği düşünülmektedir.

Teknolojik Faktörler: Bugün dünya nüfusunun %59,5’inin (yaklaşık 4,7 milyar kişi) internet bağlantısı bulunmaktadır (Hootsuite, 2021). Bu oran Türkiye’de ise %79’a (yaklaşık 65 milyon kişi) ulaşmaktadır (TÜİK, 2020). Bireylerin internet erişimlerindeki hızlı artış, internet kullanıcılarının herhangi bir konuda, her zaman, her yerde, hızlı bir şekilde ve neredeyse sıfır maliyetle sınırsız bilgiye ulaşma imkanına sahip olması anlamına gelmektedir (Mackay ve Sisodia, 2013, s. 28). İnternet üzerinden maddi olmayan metaları paylaşmanın, fiziki ortamda paylaşımına kıyasla işlem ve iletişim maliyetlerinde önemli bir azalmaya yol açtığı kabul edilmektedir (Schor, 2014). Böylece, P2P pazarlardaki etkileşim doğrudan ve daha ucuz olmakta ve paylaşım için gereken

zaman ve emek de azalmaktadır (Bauwens vd., 2012). Mobil cihazlar, coğrafi konum sensörleri ve çevrimiçi tabanlı çalışma sistemi sayesinde internet, sihirli bir kiralama mağazası haline gelmekte ve paylaşım için bir alternatif oluşturmaktadır (Kelly, 2009; Gansky, 2010).

Kültürel Değişim: Modern yaşam tarzı, farklılaşan algı ve istekler tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Bu değişim, paylaşım kültürünü de doğrudan etkilemektedir. Bu konuya paylaşımın motivasyonları başlığında detaylı olarak yer verilmişti. Tüketim alışkanlarının değişmesi ve paylaşımın yeni bir tüketim modeli haline gelmesiyle bireylerin mala, mülke ve servete olan ilgisi giderek azalmaktadır. Bireyler maddi sahipliklerle değil maddi olmayan tecrübe ve zenginlikle ayrılmaktadır (Schiel, 2015). Paranın huzur getirmeyeceği genel kabulü, Bauwens vd. (2012) tarafından paylaşım ekonomisiyle açıklanırken, Smith (2010) ise deneyimlerin maddi şeyler satın almaktan daha tatmin edici olduğunu ifade etmektedir. Bu durum, ruhsal açıdan iyi olma halinin maddi zenginlikle ilişkili olmadığını bir nevi ispatı niteliğindedir (Kahneman, 2010; Karmann, 2012). Maddi zenginliğe karşı giderek artan bu eleştirel tutum ve sürdürülebilir olmayan tüketim üzerine gelişen görüşler, paylaşım ekonomisinin gelişmesini ve kabulünü sağlayan faktörler olarak ifade edilmektedir (Heinrichs ve Grunenberg, 2013).

Ekonomik Faktörler: Piyasalarda artan belirsizlik ve güvensizlik sonucu bozulan ekonomik iklim, alternatif tüketim programlarının ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir (Bauwens vd., 2012, s. 339). Aynı zamanda, orta sınıfın durgun/daralan gelir seviyesi, toplumları farklı çözümler üretmeye zorlamaktadır. Dolayısıyla paylaşım ekonomisinin, üretilmesi muhtemel bu çözümler için alternatif bir araç niteliğinde olduğu ifade edilebilir.

Ticari Potansiyel: Sürdürülebilirlik ve sorumluluk konularına ilgi ve talep arttıkça, çevre bilinci ve farkındalığı trendinden faydalanarak alternatif tüketim modelleri geliştirmek ve böylece kar elde eden işletmeler kurmak bir hedef haline gelmektedir (Lawson, 2010). Paylaşım ekonomisinin dünya çapında büyüklüğünün 110 milyar dolar olduğu hesaplanmaktadır. Bu büyüklüğün 2025 yılında 335 milyar dolara ulaşması tahmin edilmektedir (Statista, 2020). Türkiye ise 15 ülkeyi kapsayan bir araştırmanın sonuçlarına göre %9 aktif katılımı paylaşım ekonomisine en yüksek aktif katılım oranına sahip ülke

olarak tespit edilmiştir (Başaran, 2021). Dolayısıyla paylaşım ekonomisinin pazar büyüklüğünün önümüzde yıllarda katlanarak artacak olması sektörün ticari potansiyelinin çok yüksek olduğunu, bununla birlikte Türkiye'nin paylaşım ekonomisi ekosisteminde geleceğin en önemli pazarlarından biri olacağı belirtilebilir.

Z Kuşağı: Dijital dünyanın içine doğan Z kuşağının (1995 ve sonrasında doğanların) iş hayatına yaklaşım biçimi yeni iş alanlarının ve yeni iş biçimlerinin doğmasına yol açacağı düşünülmektedir (Vizjak, 1994, s. 26). Türkiye'de 13 milyondan (Önder, 2021) fazla nüfusa sahip Z kuşağı henüz yeni yeni iş hayatına dahil olmaktadır. Teknoloji ve bilgi çağının yerlisi olan Z kuşağı gerek nüfus büyüklüğü gerekse yaklaşımı nedeniyle paylaşım ekonomisinin lokomotif bireyleri olacağı ifade edilebilir.

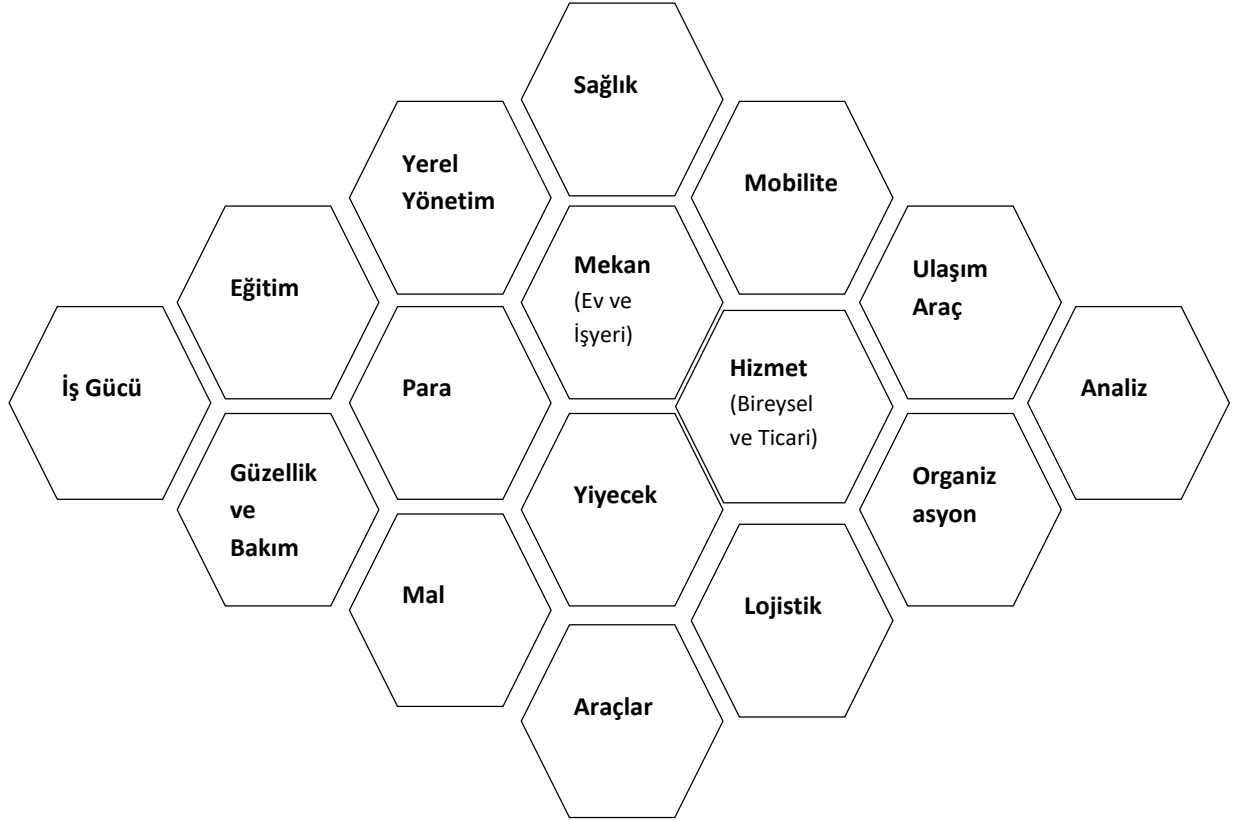
Diğer Kaynaklar: Yukarıda belirtilen kaynakların yanında Psarros vd. (2014) tarafından yapılan araştırmada, paylaşım ekonomisinin kaynakları olarak şu faktörlere de değinilmektedir: Uluslararasılaşma ve kültürel dönüşüm ile paylaşım ekonomisine geçiş, güven kavramının yeni para birimi olarak haline gelmesi ve paylaşım ekonomisinin kentsel bir aktivizm ve sosyalleşme aracı olması.

Paylaşım ekonomisinin ortaya çıkışında rol oynayan tüm bu kaynaklar, paylaşım ekonomisinin farklı yaklaşımlardan beslendiğini ve bu sayede daha çok disiplin ve uzman tarafından benimsendiğinin göstergesi olduğu ifade edilebilir.

4. Paylaşım Ekonomisinin Uygulama Alanları

Paylaşım ekonomisinin iki temel boyutu vardır. Paylaşım ekonomisinin merkezinde yer alan paylaşımcılar arasındaki alışverişi sağlamak için varolan internet platformları birinci boyutu oluşturmaktadır. İkinci boyut ise paylaşmanın temelini metalara sahip olmaktan ziyade metaları paylaşarak bir değişim değeri meydana getirmektir. Daha açık bir ifadeyle, bu değişim genellikle ücretsiz değil ticari olduğu için metalar genellikle paylaşılmak yerine kiralanmaktadır (Rifkin, 2001; Sundararajan, 2016). Paylaşım ekonomisi, mobilite (araba paylaşımı, lojistik vs.), mekan (kısa süreli konut ve işyeri kiralama gibi), işgücü/hizmet (yarı zamanlı iş/anlaşma), eğitim (kurslar, eğitim destekleri), yiyecek ve sağlık gibi birçok konu ve sektörde yaygınlaşmaktadır. Şekil 2'de paylaşım ekonomisinin uygulama alanları gösterilmektedir.

Şekil 2: Paylaşım Ekonomisinin Uygulama Alanları



Kaynak: Owyand, J. (2016). Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion

5. Paylaşım Ekonomisine Eleştirel Bakış

Bu bölümde, önceki bölümlerde hem kavramsal açıdan hem de uygulama alanları açısından araştırmacıların görüşleri karşılaştırılarak ele alınan paylaşım ekonomisi kavramına ilişkin eleştirel bir bakış açısıyla birtakım meselelere değinilmektedir. Paylaşım ekonomisinin mülkiyetsizliği vaad edip etmediği, paylaşım ekonomisinin gelişimin öncüsü ya da aracısı olup olmadığı, paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirlik temasının neresinde yer aldığı, paylaşım ekonomisinin sosyal ve ekonomik adaletin tesis edilmesinde bir araç olup olamayacağı, paylaşım ekonomisi genellikle çevrimiçi platformlar aracılığıyla işlerlik kazandığı için olası güvenlik sorunlarının mahremiyet ilkesini etkileyip etkilemediği ve paylaşım ekonomisinden faydalanmak isteyen dezavantajlı gruplarla ilgili hususlar ilgili literatüre de dayandırılarak cevaplanmaya çalışılmaktadır.

5. 1. Paylaşım ekonomisi mülkiyetsizliği mi vadediyor?

Bazı araştırmacılar paylaşım ekonomisi kavramının tanımını yaparken somut ya da soyut varlıkların mülkiyet devrinin gerekli olmadığını özellikle belirtmektedir (Lessig, 2008; Kathan vd., 2016; Hamari vd.s, 2016). Dünya Ekonomik Forumu (2016) tarafından vaadedilen modelin temelinde, bireylerin ihtiyaçlarını gidermek üzere bir metaya kiralama, borç verme, abone olma, yeniden satış, takas, bağışta bulunma (*renting, lending, subscribing, reselling, swapping, donating*) gibi çeşitli yollarla ulaşabilmesi yatmaktadır. Söz gelimi, Lawson (2010) da paylaşım ekonomisinin vaad ettiği mülkiyetsizlik olgusunun niçin bireyler tarafından tercih edildiğini ortaya koyduğu çalışmasında, mülkiyet edinmeksizin tüketim hususunda bireylerin en güçlü motivasyonlarının statü bilinci ve çevre bilinci olduğunu ortaya koymaktadır.

Mülkiyet edinmeme bakış açısında temel amacın aslında, kullanıcıya daha geniş bir ürün yelpazesi sunarken sahip olma/satın alma maliyetlerini azaltmak veya sifıra indirmek olduğu ifade edilebilir (Frenken vd., 2015). Dolayısıyla paylaşım ekonomisi, metanın mülkiyetinin devriyle değil, daha çok metaya nasıl erişim sağlanacağı ile ilgilenmektedir (Parente vd., 2018, s. 53; Schiel, 2015).

5. 2. Paylaşım ekonomisi gelişimin aracı olabilir mi?

Paylaşım ekonomisinin yükselişine iyilik yapmak, sosyal bağlantılar kurmak ve fayda sağlamak kavramları eşlik etmektedir. Ancak, Uber ve Airbnb gibi paylaşım ekonomisinin simgeleşmiş platformları birincil düzeyde kar amacı güttükleri, patlayıcı bir büyüme gösterdikleri ve önemli ölçüde dış yatırımlar aldıklarından, paylaşım ekonomisi terimindeki “paylaşım” ifadesinin kapsamı değişmiş ve bulanıklaşmıştır. Bu açıdan bakıldığında gerçek anlamda paylaşımından bahsetmek mümkün görünmemektedir.

Platform ekonomilerine eleştirel yaklaşan bazı araştırmacılar, yağmalayıcı ve sömürücü olduğunu iddia ederek paylaşım ekonomisi hakkındaki endişelerini dile getirmektedir (Schor, 2014). Hatta eleştiriler, paylaşım ekonomisinin toplumsal bir risk olarak görülmesine kadar ilerlemektedir (Zervas vd., 2017). Bu eleştirinin sebebi paylaşım ekonomisinin içinde çok az “paylaşım” ve oldukça fazla “ekonomi” bulunmasıdır. Yine paylaşım ekonomilerinin “paylaşım” ve “topluluk” kavramlarını maske olarak kullanıp arka planda gerçekleştirmek için çalıştıkları neoliberal finansallaşmayı maskeleyişini öne sürülmektedir (Martin, 2016; Murillo vd., 2017).

Dolayısıyla paylaşım ekonomisi üretim ve hizmet maliyetlerinin düşürülmesi, ürün ve hizmet erişiminin kolaylaşması, hızlı ve yaygın lojistik imkanları ve ekonomiye kazandırdığı potansiyel enerjiyle olumlu özelliklere sahip olmasının yanında, paylaşım adı altında ana akım ekonomik sistemi devam ettirmesi, ekonomiye dahil olmayan bireylerin şimdiye kadar “iyilik” güdüsüyle paylaştıklarını ekonomik birer metaya dönüştürmesi, asıl hedefin paylaşımın değil ticaretin yaygınlaştırılması olması nedenleriyle de eleştirilmektedir. Özetle, paylaşım ekonomisinin mucizevi bir şekilde toplumsal ve ekonomik eşitsizliklere çözüm olacağına inanmanın doğru olmadığı düşünülmektedir. Paylaşım ekonomisi, kullanım şekli ve amaçlarına göre hem ekonomiye katkı sunabilir hem de birtakım toplumsal eşitsizlikleri giderebilir. Bununla birlikte paylaşım ekonomisinin gelir adeletsizliğine neden olabileceği ve “paylaşım maskesi” altında daha büyük toplumsal sorunlara ve eşitsizliklere de neden olabileceği ifade edilebilir.

5. 3. Paylaşım ekonomisi sürdürülebilir yeni bir model mi öneriyor?

Paylaşım ekonomisi, yani denklemler arası için dijitalleştirilmiş platformlar aracılığıyla yapılan mübadeleler faaliyet alanını genişletmeyi sürdürmektedir. Paylaşım ekonomisinin erken dönemlerinde temel paradigma, bireylerin seyahat ederken araçlarını paylaşması düzeyinden idi. Günümüzde ise temel bakış açısı kaynakların daha verimli kullanılması ve tüketimin azaltılmasıdır (Geissinger, 2019).

Sürdürülebilirlik, yani, kaynaklara daha çok önem veren, süresiz olarak ve gelecekteki kaynak ihtiyaçlarından da taviz vermeden üretken kalabilen bu sistem aslında paylaşım ekonomisinin erken dönemlerindeki bakış açısıyla paralellik göstermektedir. Paylaşım ekonomisinin vaatlerinin bireysel seviyeden toplumsal seviyeye çıkması, kaynakların daha verimli kullanılmasını ve sürdürülebilir bir model kurgulanmasını beraberinde getirmektedir (Stephany, 2015). Ancak, sahip olma ve yalnızca tüketmenin aksine kaynakların verimli kullanımı ve mülkiyet edinme şartı olmaksızın metalara geçici erişime açılması gibi temel prensipler sürdürülebilirlik ilkesine uygun olsa da paylaşım ekonomisinin gelişimi göz önünde bulundurulduğunda kaynaklara erişen veya sahip olan tarafların geleneksel ekonomideki gibi birincil düzeyde kar amacı güden büyük aktörler olması düşündürücüdür. (Acquier vd., 2017).

Bu açıdan bakıldığında “paylaşmanın” gerçek anlamı da sorgulanmaktadır (Cockayne, 2016). Ancak, bu gelişmenin paylaşım ekonomisi platformlarının sürdürülebilirlik konularını dikkate alma şeklini değiştirip değiştirmediği ve nasıl değiştirdiği hakkında birkaç noktaya dikkat etmek gerekmektedir. İlk olarak, erişim ve paylaşımından edinme ve tüketmeye kadar olan ilerlemenin, paylaşım ekonomisindeki genel bir gelişmeden ziyade bireysel platformların gelişiminin sonucu olmasıdır. Dahası, yeni platformlar ortaya çıktıkça paylaşım ekonomisi platformlarının sürdürülebilirlik yönelimi, kendilerini kurdukları ekonominin geleneksel sistemlerin yasal gerekliliklerinin takip edilmesini önermesidir. Buradan hareketle, paylaşım ekonomisinin aslında sürdürülebilirlik hareketini yönlendirmediği, aksine mevcut sistemin parçası olmayı hedeflediği ve koşullara uyum sağladığı anlamına gelmektedir.

5. 4. Paylaşım ekonomisi, sosyal ve ekonomik adaleti tesis edebilir mi?

Edelman vd. (2017) tarafından Airbnb bağlamında yapılan bir araştırmada ABD’deki beş farklı şehirde ev sahiplerinin davranışları incelenmiş ve Afrika kökenli Amerikalılara karşı belirgin önyargılar tespit edilmiştir. Irk, din, dil ve cinsiyete dair önyargıların yanında düşük gelirli bireylerin paylaşım ekonomisine daha düşük oranlarda katılma eğiliminde olduğu da ortaya konmuştur (Dillahunt ve Malone, 2015; Thebault-Spieker vd., 2015). Bunun yanında paylaşım ekonomisi platformlarının yerel işletmeleri zor durumda bırakması ve anlaşmazlıkların yaşanması, geleneksel müşteri ile paylaşım ekonomisi platformunun paydaşları arasında farklılıkların oluşmasına yol açması nedenleriyle sosyal ve ekonomik sorunlara yol açabileceği belirtilmektedir (Demir ve Baykal, 2020, s. 173).

Yapılan araştırmalar incelendiğinde paylaşım ekonomisinin sosyal ve ekonomik anlamda bazı eşitsizlere sebebiyet verdiği görülebilir. Söz gelimi, denkler arasında ve hiyerarşik olmayan bir şekilde gerçekleşmesi beklenen mübadelelerin, hiyerarşik ve bürokratik bir biçimde gerçekleşmesi bu eşitsizliklere örnek olarak gösterilebilir. Eğer bir konaklama platformu kullanıcısının odasını paylaşmak istediği mülkün muhiti daha merkezi ise ya da kiraya vermek isteyen kullanıcının platforma ödeyeceği komisyon diğer kullanıcılara kıyasla daha fazla ise konaklama platformu bu özelliklere sahip mülkün ilanlarına listenin üst sıralarında yer verebilmektedir. Barnett’in (1981) kurumsal kapitalizm (*corporate capitalism*) kavramıyla bağlantılı olarak bu yaklaşım, piyasadaki

büyük oyuncuların baskınlığını devam ettirmesine zemin hazırlamaktadır. Bu türlü bir yaklaşım, paylaşım ekonomisinden beklenenin aksine adaletsiz ve hiyerarşiktir. Paylaşım ekonomisinin gelişimin aracı olabilir mi başlığında da belirtildiği üzere paylaşım ekonomisinden sosyal ve ekonomik adaleti tesis etmek gibi bir beklenti içerisinde bulunmak uygun görünmemektedir. Konunun kapsamı ve genişliği, çözümün sadece bir ekonomik araçta aranmasının doğru olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla paylaşım ekonomisi, bazı ekonomik ve sosyal eşitsizlikleri giderebilir ve bazı sorunlara çözüm üretebilir fakat bunu yaparken yeni sorunları da beraberinde getirebilir. Buradan hareketle, paylaşım ekonomisinin bu farkıdanlıkla işlerlik kazanması ve doğru yöntemlerle hayata geçirilmesi önerilmektedir.

5. 5. Paylaşım ekonomisi mahremiyet açısından güvenli mi?

Paylaşım ekonomisi ekosisteminde güven, çevrimiçi geri bildirim mekanizmasına dayanmaktadır. Bireyler geri bildirim giderek daha fazla katıldıkça, mahremiyet ve güvenliklerine yönelik çevrimiçi zorluk ve zorbalıklar da artmaktadır. Siber güvenlik, özel hayatın gizliliği, olumsuz durumlarda başvurulacak kanun ve kurumların kısıtlı olması paylaşım ekonomisine ilişkin güvenlik sorunlarının başlıcalarını oluşturmaktadır. Kamu kurumları, bu çevrimiçi geri bildirim sistemlerine karşı dikkatli olması ve gerekli önlemleri alması gerekmektedir (Ganapati ve Reddick, 2018, s. 86; Koçak ve Ulema, 2020, s. 3024). Bununla birlikte paylaşım ekonomisi platformlarının topladığı verilerin büyüklüğü, başka bir ifadeyle büyük veri olarak ifade edilen depolanmış veriler, birey hatta devlet düzeyinde bazı soru işaretleri ve riskler taşımaktadır (Demir ve Özbuğday, 2021, s. 10). Bireylerin paylaşım ekonomisine katılımları, genellikle çevrimiçi kanallar ve dijital kimlikler aracılığıyla mümkün olduğundan bu kimliklerin izlenmesi, sınıflandırılması veya sızdırılması söz konusu olabilmektedir. Hatta bireyler bu dijital kimlikleri aracılığıyla izlenebilmekte veya takip edilebilmektedir. Zuboff (2019) bu konsepti “gözetim kapitalizmi” (*surveillance capitalism*) şeklinde ifade etmektedir. Zuboff’a (2019) göre piyasa dinamiğinin devamı için erken dönem kapitalist dönemlerden farklı olarak toprak gibi somut varlıkları talep etmek yerine piyasayı canlandırabilecek değiştirilebilir/takas edilebilir (*fungible*) metaları önemsemektedir. Bu metaların değişimini ise yine kendi platformları üzerinden mümkün kılan kapitalizm; bireylerin her bir ihtiyacını veya tercihini kolaylıkla gözetleyebilmektedir. Bu durum paylaşım ekonomisinin siber güvenlikle ilgili bir başka sorununu ortaya çıkarmaktadır.

Bu bilgiler ışığında, paylaşım ekonomisinin özellikle mahremiyet (özel hayatın gizliliği) ve siber güvenlik bağlamında çeşitli sorunlara açık olduğunu göstermektedir. Bu sorunlar, paylaşım ekonomisinin tarafları tarafından çözülmesi gereken bir problem olmakla birlikte yasa koyucuların da bazı tedbirler alması gerektiğini ortaya koymaktadır. Böylece paylaşım ekonomisi platformlarının daha güvenli kullanımı mümkün olabilir ve yaşanacak muhtemel sorunların önüne geçme imkanı sağlanabilir.

5. 6. Dezavantajlı gruplara ne olacak?

İnternet ve bilgi-iletişim teknolojilerine bireylerin erişimi ve kullanımı arasındaki farkı ifade eden dijital uçurum kavramı (OECD, 2001), paylaşım ekonomisi bağlamında dezavantajlı gruplara karşılık gelmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki internet kullanım oranı %80'lerin üzerinde seyrederken (ITU Publications, 2020), sahra altı ülkelerde öğrencilerin %89'unun bilgisayara dahi erişim imkanı bulunmamaktadır (Alan, 2020).

İnternet bazlı dijital ürünlerin kullanımı arttıkça dijital uçurum da artmaktadır. Bu durum dezavantajlı grupların çeşitli ürün ve hizmetlere erişimi daha da zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla paylaşım ekonomisi ile yükselen dijital ürün ve internet kullanımının yeni gelir adaletsizliklerine yol açmaması ve mevcut dijital uçurumun azaltılması için düzenlemeler ve faaliyetler gerektiği açıkça görülmektedir. Bu düzenleme ve faaliyetler de kamu kurumları ve özel girişimler aracılığıyla gerçekleştirilmesi gerektiği ifade edilebilir.

Tartışma ve Sonuç

Araştırmanın bu bölümü esasen katkı ve eleştiriler olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Katkı kısmında ilgili literatüre katkı sunması beklenen hususlardan bahsedilmektedir. Paylaşım ekonomisi konseptine ilişkin bazı sorunsallar, özellikle araştırmanın beşinci başlığında daha önceki çalışmalara atfen cevaplanmaya çalışılmıştı. Buna ek olarak, bu bölümde yazarların paylaşım ekonomisi ekosistemine ilişkin bütüncül görüş ve önerilerine yer verilmektedir.

Çalışmanın amaçlarından birisi çeşitli bölümlerde ifade edildiği üzere, öncelikle paylaşım ekonomisinin kavramsal kökenlerini ortaya koymaktır. 2004 yılında Benkler'in ürün paylaşımı kavramını literatüre kazandırmasından sonra paylaşım ekonomisinin kavramsal çerçevesini çizmek ve sınırlarını belirlemek amacıyla birçok araştırma yapılmıştır. Beşere ilişkin kavramların net bir tanımının yapılamaması beşeri bilimlerin

hem bir açmazı hem de zenginliği olarak değerlendirilebilir. Ancak paylaşım ekonomisi konseptinin sınırlarını belirlemek bir yana net bir tanımı dahi henüz yapılamamıştır. Buna istinaden, çalışmanın amacı doğrultusunda daha önceki yıllarda araştırmacıların paylaşım ekonomisi kavramına çizdiği sınırlar ve yaptığı tanımlar da göz önünde bulundurularak ve gelecekte bu alanda çalışmalarını yürütecek araştırmacılara ışık tutması adına paylaşım ekonomisi tanımı yapılmıştır.

Paylaşım ekonomisinin kavramsal çerçevesinin incelenmesi hususunda gözlenen bir diğer sorun ise literatürde paylaşım ekonomisi kavramının işbirlikçi ekonomi, kitle temelli kapitalizm ve tek atımlık işler ekonomisi gibi farklı kavramlarla karıştırılmasıdır. Bu noktada, çalışma kapsamında, erişim ekonomisi, platform ekonomisi ve kitle temelli ekonomi kavramları izah edilmiş ve bu izahat üzerinden diğer kavramlar ve paylaşım ekonomisinin ayırt edici ve ortak özellikleri ortaya konmuştur.

Öte yandan, bireylerin paylaşım ekonomisi ekosistemine dahil olmasının arkasındaki motivasyonların belirlenmesi hususunda önceki yıllarda yapılan araştırmaların sayısı oldukça azdır. Bu nedenle araştırmada çevresel faktörler, teknolojik faktörler, kültürel değişim, ekonomik faktörler, paylaşım ekonomisinin ticari potansiyeli, Z jenerasyonun yeni iş yapış biçimlerine adaptasyonunun yüksek olması gibi faktörler üzerinden bireylerin bu ekosisteme dahil olma motivasyonları belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmanın yürütülmesinin altında yatan temel sebeplerden birisi son birkaç yılda hem akademik çevrelerde hem de iş çevrelerinde sık sık kullanılan paylaşım ekonomisi kavramının kökenlerini incelemektir. Ancak daha sonra, -önceki bölümlerde de bahsi geçen- “Hiçbir şeyiniz olmayacak ancak mutlu olacaksınız” mottosu, ademi merkezîyet ve mülkiyet edinmeme kavramlarının bireylere aslında ne vaad ettiğini anlamaya çalışmak gerektiği düşüncesiyle paylaşım ekonomisi kavramı yeniden gözden geçirildi.

Hiçbir şeyiniz olmayacak ancak mutlu olacaksınız. Bireylerin hiçbir şeye sahip olmamasının güzelleştiği, mülkiyet edinmenin yüklerinden bahsedildiği ve hatta minimalizm gibi popülist akımlarla desteklendiği bu cümle, ilk *duyuşta* kulağa hoş gelebilir. Dahası, bireyin herhangi bir ihtiyacını karşılamak üzere, ihtiyacını giderecek metayı satın almak yerine kiralayabilmesi veya mülkiyetini geçici olarak devralabilmesinin çevre sorunlarını engellediği ya da küresel iklim krizine çözümler

ürettiği şeklindeki temellendirmeler de mülkiyet edinmeye gerek olmadığı konusunda ikna edici olabilir. Bu bakış açısı, kabaca, atıl kaynağa sahip olan birisinin ihtiyacı olan başka birisiyle bu kaynağı paylaşmasının israfı önlediğini iddia etmektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken ve bu çalışma kapsamında eleştirilen temel husus, atıl vaziyetteki kaynakların paylaşımının merkezileşmiş şirketler tarafından belirli bir finansal değer karşılığında yapılmasıdır. Söz gelimi, evinde boş odası bulunan bir kişinin odayı başkasına kiralayabilmesi kaynak kullanımının azaltılması açısından ikna edici olsa da bu sürecin Airbnb gibi küresel ölçekli bir şirket tarafından yapılması düşündürücüdür. Tam bu noktada, Mason (2015) neoliberalizmin yerini alacak, onun kadar güçlü ve etkin bir sisteme ihtiyaç duyulduğunu ve bu sistemin kendi kendine çalışan bütüncül bir sistem olması gerektiğini belirtmektedir. Paylaşım ekonomisinin, işte bu sistemin bir parçasını ya da bizzat kendisini oluşturup oluşturmadığı da ayrıca tartışılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Zira paylaşım ekonomisi konseptinde cilalanan bir diğer kavram da işlemlerin “denkler arasında” yapılmasıdır. Denkler arasında yapılan paylaşım sürecinin garantörlük adı altında birincil düzeyde kar amacı güden merkezileşmiş bir organizasyon tarafından yapılması, paylaşım ekonomisinin hediyeleşme (Benkler, 2004) vaadiyle ters düşmektedir. Paylaşım ekonomisinin vaadlerinden bir diğeri de katlanılabilir maliyetlerle ihtiyacın giderilmesidir. Evindeki atıl bir odayı kiralayan bireyin elde ettiği toplam gelirin yaklaşık %30’u kadar komisyon alan bir organizasyonun aracılık değil, işletmecilik yaptığı düşünülmektedir. Söz gelimi, Anadolu’daki Tanrı misafiri anlayışı hanelerine dışarıdan gelen kişilerin konaklamaları için bir oda veya ev sağlanmasını ve hatta çeşitli ihtiyaçlarının karşılanmasını, dolayısıyla hiçbir karşılık beklemezsizin yapılan salt iyilik hareketlerini temsil etmektedir. İdealize edilen konseptin aksine paylaşım ekonomisi, yüzyıllardır Anadolu’da ve farklı medeniyetlerde sürdürülen bu geleneği giderek ticari bir faaliyete dönüştürmektedir. Gelecek yıllarda yapılacak çalışmalarda konunun daha iyi anlaşılması adına araştırmacıların bu kıyası ve değişimi derinlemesine ve farklı değişkenler üzerinden incelemesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, paylaşım ekonomisinin çift yönlülük, hediyeleşme ve ademi merkezilik gibi kavramlar üzerine kurulmuş olmasına rağmen tek yönlü, birincil düzeyde kar amacı güdülen ve merkezler tarafından yürütülen bir sosyo-ekonomik sistem haline geldiği görülmektedir. Belk (2014) bu türlü bir değişimin sözde (pseudo/so-called)

değişim olduğunu ifade etmişti, bu ifadeyi bir adım ileriye taşımak gerekirse bu türlü bir paylaşım ekosistemi, kendi geleneksel yöntemleriyle artık yeterince kazanç sağlayamayan kapitalizmin sözde ölümünü ilan ederek denkler arasındaki işlemlerden kazanç sağlama çabasıdır.

KAYNAKÇA

- Acquier, A., Daudigeos, T. ve Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.
- Aguinis, H. ve Lawal, S. O. (2013). eLancing: A review and research agenda for bridging the science–practice gap. *Human Resource Management Review*, 23(1), 6–17.
- Alan, G. (2020). UNESCO: 826 milyon öğrencinin evinde bilgisayar yok. <https://tr.euronews.com/2020/04/21/unesco-826-milyon-ogrencinin-evinde-bilgisayar-yok>
- Anderson, C. (2008). *Uzun Kuyruk*. (Çev. S. Özkal) İstanbul: Optimist.
- Arvidsson, A. (2018). Value and virtue in the sharing economy. *Sociological Review*, 66(2), 289–301.
- Aytun, C., Akin, C. S. ve Algan, N. (2017). Gelişen ülkelerde çevresel bozulma, gelir ve enerji tüketimi ilişkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 1-11.
- Bardhi, F. ve Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.
- Barnett, H. C. (1981). Corporate capitalism, corporate crime. *Crime & Delinquency*, 27(1), 4-23.
- Başaran Sarı, H. (2021). Dünya: <https://www.dunya.com/ekonomi/paylasimin-en-hizli-ulkesi-turkiye-oldu-haberi-320562>
- Bauwens, M., Mendoza, N. ve Iacomella, F. (2012). Synthetic overview of the collaborative economy. Rapor: P2P Foundation.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Benkler, Y. (2004). “Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production”. *Yale Law Journal*, 114(2), 273-358.
- Birleşmiş Milletler Gıda İsrâf Endeksi Raporu (2021). <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>

- Bollier, D. (2012). Sharing is the biggest secret in the global economy. Shareable Magazine, <https://www.shareable.net/sharing-is-the-biggest-secret-in-the-global-economy/>
- Botsman, R. (2013). The sharing economy lacks a shared definition. Fast Company, <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>.
- Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). Beyond zipcar: Collaborative consumption. Harvard Business Review, <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>
- Böckmann, M. (2013). The shared economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Twente Üniversitesi, Hollanda
- Caouette, J. ve Hegarty, L. (2007). An interview with Jonathan Caouette. *Projections*, 1(2), 17-36.
- Cockayne, D.G. (2016). Sharing and neoliberal discourse: the economic function of sharing in the digital on-demand economy. *Geoforum*, 77, 73-82.
- Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18(1), 105-115.
- Demir, E. ve Baykal, F. (2020). Paylaşım ekonomisinin kırsalda yükselişi: Kırsal turizm için fırsatlar ve riskler. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2), 163-178.
- Demir, İ. ve Özbuğday, F. C. (2021). Siber güvenlik bağlamında sosyal medya platformları ekonomisi ve endüstriyel organizasyonu. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, *ULİSA*, 12(9).
- Dillahunt, T. R. ve Malone, A. R. (2015). The promise of the sharing economy among disadvantaged communities. In Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, 2285-2294.
- Dünya Ekonomik Forumu. (2016). https://www.weforum.org/agenda/2016/11/8-predictions-for-the-world-in-2030/?utm_content=bufferdda7f&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer
- Eczacıbaşı, F. (2018). *Daha yeni başlıyor: Geleceğin dünyasında esneklik, yakınsama, ağ yapısı ve karanlık taraf*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Edelman, B., Luca, M. ve Svirsky, D. (2017). Racial discrimination in the sharing economy: evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 9(2), 1-22.
- Frenken, K. ve Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M. ve van de Glind, P. (2015). Smarter regulation for the sharing economy. The Guardian: <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>

- Frick, K.; Hauser, M. ve Gürtler, D. (2013). *Sharity: The Future of Sharing*. *GDI Gottlieb Duttweiler Institute*, 39.
- Ganapati, S. ve Reddick, C. G. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. *Government Information Quarterly*, 35(1), 77-87.
- Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Portfolio Penguin: New York:
- Geissinger, A., Laurell, C., Öberg, C. ve Sandström, C. (2019). How sustainable is the sharing economy? On the sustainability connotations of sharing economy platforms. *Journal of Cleaner Production*, 206, 419-429.
- Guay, F., Chanal, J., Ratelle, C. F., Marsh, H. W., Larose, S. ve Boivin, M. (2010). Intrinsic, identified, and controlled types of motivation for school subjects in young elementary school children. *British Journal of Educational Psychology*, 80(4), 711–735.
- Habibi, M.R., Davidson, A. ve Laroche, M. (2017). What managers should know about the sharing economy. *Business Horizons*, 60(1), 113-121.
- Hamari, J., Sjöklint, M. ve 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.
- Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228-231.
- Heinrichs, H. ve Grunenberg, H. (2013). *Sharing economy: Towards a new culture of consumption*. Centre for Sustainability Management Luneburg.
- Hootsuite (2021). <https://www.hootsuite.com/>
- Ikkala, T. ve Lampinen, A. (2015). Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb. *In Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1033-1044.
- ITU Publications. (2020). Measuring Digital Development Facts and Figures. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>
- Kahneman, D. (2010). The riddle of experience vs. memory. TED Talks: https://www.ted.com/talks/daniel_kahneman_the_riddle_of_experience_vs_memory
- Karmann, M. (2012). *The rise of collaborative consumption on the example of couchsurfing*. GRIN Verlag.
- Kathan, W., Matzler, K. ve Veider, V. (2016). The sharing economy: your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59(6), 663–672.
- Kelly, K. (2009). Better Than Owning. <https://kk.org/thetechnium/better-than-own/>
- Koçak, Y. ve Ulema, Ş. (2020). Paylaşım ekonomisinde yasal sorunlar ve çözüm önerileri: Airbnb örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3021-3038.

- 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 of Marketing*, 76, 109–125.
- Lawson, S. (2010). Transumers: Motivations of non-ownership consumption. *Advances in Consumer Research*, 37, 842–843.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid Economy*. Penguin: London.
- Mackay, J. ve Sisodia, R. (2013). *Conscious capitalism: Liberating the heroic spirit of business*. Harvard Business Review Press: Boston.
- Malone, T.W., Yates, J. ve Benjamin, R.I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. *Communications of the ACM*, 30(6), 484-497.
- Martin, C.J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- Mason, P. (2015) *Post-capitalism: A guide to our future*. Allen Lane: London.
- Maynard, A. D. (2015). Navigating the fourth industrial revolution. *Nature nanotechnology*, 10(12), 1005-1006.
- Merriam-Webster Dictionary. (2021). [https://www.merriam-webster.com/dictionary/sharing %20economy](https://www.merriam-webster.com/dictionary/sharing%20economy)
- Mulcahy, D. (2016). *The gig economy: The complete guide to getting better work, taking more time off, and financing the life you want*. Amacom: New York.
- Muñoz, P. ve Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 21-37.
- Murillo, D., Buckland, H. ve Val, E. (2017). When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 66-76
- Narasimhan, C., Papatla, P., Jiang, B., Kopalle, P. K., Messinger, P. R., Moorthy, S., ... ve Zhu, T. (2018). Sharing economy: Review of current research and future directions. *Customer Needs and Solutions*, 5(1), 93-106.
- Norton, M. I., Mochon, D. ve Ariely, D. (2012). The IKEA effect: When labor leads to love. *Journal of consumer psychology*, 22(3), 453-460.
- Nupke, P. (2012). Motivation: Theory and use in higher education. *Investigations in University Teaching and Learning*. 8, 11-17.
- OECD. (2001). *Understanding the Digital Divide*. OECD Digital Economy Papers, 49, Paris: OECD Publishing.
- Owyand, J. (2016). Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion. <https://web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>
- Oxford Dictionary. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sharing-economy?q=sharing+economy>

- Ozanne, L.K. ve Ballantine, P.W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behavior*, 9(6), 485-498.
- Önder, N. (2021). Türkiye'nin en kapsamlı z kuşağı araştırması. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiyenin-en-kapsamli-z-kusagi-arastirmasi/>
- Parente, R. C., Geleilate, J. M. G. ve Rong, K. (2018). The sharing economy globalization phenomenon: A research agenda. *Journal of International Management*, 24(1), 52-64.
- Perren, R. ve Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20-36.
- Preston, F. (2012). A global redesign? Shaping the circular Economy. Chatham House: <https://www.chathamhouse.org/2012/03/global-redesign-shaping-circular-economy>
- Price, J. A. (1975). Sharing: The Integration of Intimate Economics. *Anthropologica*, 17(1), 3-27.
- Pricewaterhouse Coopers (2015). The sharing economy: Consumer intelligence series. <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
- Psarros, M., Rinne, A., Jordan, P. ve Pastrats, P. (2014). Sharing economy and the tourism and hospitality sector in Greece. Hellenic Chamber of Hotels.
- Rifkin, J. (2001). The age of access: The new culture of hypercapitalism – Where all of life is a paid-for experience. J.P. Tarcher: New York.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. Plenum: New York.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.
- Schiel, F. (2015). The phenomenon of the sharing economy in Germany: Consumer motivations for participating in collaborative consumption schemes. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. University of Twente, Almanya.
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.
- Smith, S. (2010). A transumer manifesto. Shareable magazine <https://www.shareable.net/a-transumer-manifesto/>
- Statista (2020). <https://www.statista.com/statistics/830986/value-of-the-global-sharing-economy/>
- Stephany, A. (2015). The business of sharing: Making it in the new sharing economy. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Sundararajan, A. (2013). From zipcar to the sharing economy. Harvard Business Review: <https://hbr.org/2013/01/from-zipcar-to-the-sharing-eco>
- Sundararajan, A. (2016). The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. MIT Press: Cambridge

- The Gurdian. (2020). <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jun/03/pandemic-is-chance-to-reset-global-economy-says-prince-charles>
- Thebault-Spieker, J., Terveen, L. G. ve Hecht, B. (2015). Avoiding the south side and the suburbs: The geography of mobile crowdsourcing markets. Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing, 265–275.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020). <http://www.tuik.gov.tr>
- United Nations Environment Programme (2021). Food Waste Index Report 2021. Nairobi.
- Vizjak, A. (1994). Exploiting your synergy potential: Promoting collaboration between business units. *Long Range Planning*, 27(1), 25-35.
- Walsh, B. (2011). 10 ideas that will change the world – Today’s smart choice: Don’t own, share. TIME: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html
- Weber, C. (2011). Sharing power: Building a solidarity economy. Shareable Magazine: <https://www.shareable.net/sharing-power-building-a-solidarity-economy/>
- Weber, T. A. (2015). The question of ownership in a sharing economy. 48th Hawaii international conference on system sciences, 4874-4883.
- Williamson, O.E. (2000). The new institutional economics: taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38, 595–613.
- Zervas, G., Proserpio, D. ve Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705.
- Zuboff, S. (2019). Surveillance capitalism and the challenge of collective action. *New labor forum*, 28(1), 10-29).