

## Sürdürülebilirlik ve Güven Ekseninde Paylaşım Ekonomisi

*Yusuf AKAN* (<https://orcid.org/0000-0002-2446-5043>), Atatürk University, Turkey; [yusufakan@atauni.edu.tr](mailto:yusufakan@atauni.edu.tr)  
*Muhammed İkbal TEPELER* (<https://orcid.org/0000-0003-0206-2371>), Atatürk University, Turkey; [muhammed.tepeler@atauni.edu.tr](mailto:muhammed.tepeler@atauni.edu.tr)

### Sharing Economy in the Dimension of Sustainability and Trust

#### Abstract

The factors such as how consumers buy things and where they buy products have changed in parallel with the development of mobile internet technologies. Digital interactions among individuals have gained strength thanks to the internet, in which social networks increase interactions. A new economic approach called sharing economy has emerged thanks to these strong interactions. Individuals prefer to temporarily own goods or services rather than permanently via digital sharing platforms. In this context, it is observed that resources are utilised efficiently to meet specific needs. In this way, it can be said that the formation of idle resources is reduced significantly. Sharing economy is examined conceptually based on sustainability and trust. And also, the effect of Covid-19 on the ecosystem of sharing economy and what sorts of ramifications Covid-19 created for sharing economy are examined.

**Keywords** : Sharing Economy, Sustainability, Trust, Covid-19.

**JEL Classification Codes** : P28, M20, Q56.

#### Öz

Mobil internet teknolojisi, bireylerin satın alma biçimlerini ve sahip oldukları pazar yeri gibi faktörleri değiştirmiştir. Etkileşimin sosyal ağlar vasıtasıyla artmasıyla, bireylerin birbirleriyle olan dijital bağları güçlenmiştir. Bu güçle paylaşım ekonomisi adında yeni bir ekonomik yaklaşım ortaya çıkmıştır. Paylaşım ekonomisi ile bireyler dijital paylaşım platformlarıyla mal veya hizmetlere geçici olarak sahip olmayı tercih etmektedir. Bu doğrultuda kaynakların paylaşılarak ihtiyaçlar doğrultusunda hedefe yönelik etkin bir şekilde kullanıldığı ve böylece atıl kaynak oluşumunun azaldığı görülmektedir. Çalışmada paylaşım ekonomisi kavramsal bir bakışla sürdürülebilirlik ve güven boyutları açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca Covid-19 salgınının paylaşım ekonomisini nasıl etkilediği ve ne gibi sonuçlar bıraktığı da çalışmada ele alınmaktadır.

**Anahtar Sözcükler** : Paylaşım Ekonomisi, Sürdürülebilirlik, Güven, Covid-19.

## 1. Giriş

Biyolojik temelli olan simbiyotik ilişki artık her alanda kullanılan bir olguya dönüşmüştür. Bu ilişkinin temel prensibi, ana karakterlerin iki veya daha fazla unsurun birlikte karşılıklı yarar ilişkisi ekseninde hareket etmesidir. Geleneksel bakışta bir tarafın kazanıp diğer tarafın kaybettiği veya her iki tarafın da zarara uğradığı yok edici bir rekabet yerine tarafların karşılıklı yardımlaşması sonucu kazançlı çıktığı rekabet şekli ortaya çıkmakta ve "kazan-kazan stratejisi" en uygun strateji olarak kabul edilmektedir (Demir & Baykal, 2020: 166).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bireylerin paylaşım süreci genişlemekte ve günlük yaşam ve çalışma faaliyetlerinin kapsamı basite indirgenmektedir. Artık birçok firma dijital teknolojilerden faydalanmakta ve bu da refahın artmasına zemin oluşturmaktadır (Şepel'ová et al., 2022: 140). Dijitalleşmenin bireylere sağlamış olduğu fayda sayesinde artan refah ile birlikte tüketicinin de algısı dönüşüme uğramıştır. Kaynakların kıt, isteklerin sınırsız olması tüketilecek mal veya hizmetlerin paylaşılmasını zorunlu kılmıştır.

Post-modernizm ile birlikte tüketim felsefesi temelli yaklaşıma dönüşen dünyada "ırk" ve "milliyet" kavramları yerini tüketiciye bırakmıştır. Tüketim kültürünün yükselişinin durdurulamaz bir noktaya geleceğini düşünen kesimler ortaya yeni bir kavram olan paylaşım ekonomisi olgusunu atmışlardır. Paylaşım ekonomisi aslında geçmişten gelen bir olgudur. Mülkiyet oluşumu ve ortak yaşam ile bireyler önce paylaşarak daha sonra takas ve para ile ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Takas ve para daha çok kullanılsa bile paylaşım her süreçte geçerliliğini korumuştur. Ülkemiz özelinde bilinen en yerel paylaşım ekonomisi uygulaması ise imece usulüdür. Kentleşmenin etkisiyle uygulanabilirliği azalsa da yine de günümüzde geçerliliğini korumaktadır. Paylaşım ekonomisi ekonomik, sosyal ve teknolojik faktörlere bağlı bir zemin oluşturmuştur. Küreselleşen dünyada artan nüfus kaynakların kıtlığına yol açmakta ve doğal kaynakların hızla tükenme tehlikesi ile karşı karşıya bırakmaktadır. İleri teknolojinin internet alanında yoğunlaşması ve özellikle mobil platformlar sayesinde paylaşım ekonomisi hızla yayılmıştır. Bu gelişmelerle birlikte sosyal ağlarda meydana gelen hareketlilik ve devamında yeni nesil dayanışma kültürü ile tüketerek bir haz almaktansa paylaşarak haz almayı öne çıkaran bu çaba geleneksel imece usulünün dijital biçimi olarak karşımıza çıkmıştır (Çelik-Varol & Varol, 2020: 129-133). Paylaşım ekonomisinin ortaya çıkışı ile dünyada birçok ekonomiye yeni iş ve sosyal değer getirmesinin yanında işletmeleri, endüstri sektörlerini ve pazarlarını alt üst etmiştir.

Paylaşım ekonomisi son zamanlarda hızlı bir ivme kazanmıştır. Bu gelişimin tetikleyicileri arasında, iktisadi anlamda tasarruf ihtiyacı, çevresel ve sürdürülebilir sistemlere karşı hassasiyet, sosyal iletişimin güçlenmesi, dijital çağ ile birlikte sosyal platformların gelişimi ve kentleşme oranının artması vb. faktörler yer almaktadır (Cheng, 2016: 61). Ayrıca azalan tüketici güveni, artan işsizlik oranı, teknolojinin çevrimiçi bir piyasaya ev sahipliği yapması paylaşım ekonomisinin büyümesine katkı sağlamaktadır (Daunoriené et al., 2015: 839). Bu faktörlerin tetikleyici gücü, artan tüketici talepleriyle

eşleşerek yeni bir ekonomi modelinin doğmasına zemin hazırlamaktadır. Paylaşım ekonomisinin etkileyici bir şekilde büyümesi göz önüne alındığında bu iş modelinin küresel ekonomi üzerinde önemli bir etkiye sahip bir dönüşüm olarak ortaya çıkması paylaşım ekonomisinin ne kadar önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Eckhardt, 2019: 5).

Paylaşım ekonomisinde, tüketiciler mal satın almak ve onlara sahip olmak yerine, ihtiyaç duydukları mallara geçici erişim sağlarlar. Geçmişte bakıldığında çoğu tüketici kullandığı eşyaya sahip olma arzusu taşıyorken, günümüzde tüketiciler paylaşmak ve kiralamaktan zevk almaktadır. Bu nedenle paylaşım ekonomisi gün geçtikçe popüler hale gelmektedir (Kişi, 2018: 59). Paylaşım ekonomisi özellikle ulaşım, konaklama veya turizm sektörlerinden çok sayıda şirkete fayda sağlamıştır. Uber, Blablacar veya Lyft gibi şirketler, boş zamanı olan sürücülerini ulaşım ihtiyacı olan kişilerle buluşturarak klasik ulaşım şirketleri için ciddi rakip haline gelmiştir. Diğer bir örnek ise konaklama için yer arayan turistler ile ev sahiplerini buluşturan Airbnb platformunun konaklama endüstrisi ile etkin bir rekabet üstünlüğünün bulunmasıdır (Grondys, 2019: 3) Sosyal iletişim araçlarının ilerlemesi ve internet altyapısının artması ve yaygınlaşmasının yanı sıra bireylerin mal ve hizmetleri paylaşmaya alışması da paylaşım ekonomisinin popüler hale gelmesine neden olmuştur (Kişi, 2018: 57). Paylaşım ekonomisinin önemli bir noktaya gelişi ile birlikte girişimciler bu yeni iş modelinden faydalanmaya başlamışlardır. Popülarite ile beraber paylaşım ekonomisinin temel felsefesinden kopan yeni bir düzen ortaya çıkmıştır. Bu da paylaşım ekonomisi ile çelişen kavramların yeniden bir sorun hale gelmesine neden olmuştur.

Paylaşım ekonomisinin yükselişinin ve sürdürülebilirliğinin arkasındaki en önemli faktörlerden biri tüketicilerin ihtiyaçlarında meydana gelen hızlı değişim olarak gösterilmektedir. Ayrıca piyasada ortaya çıkan teknolojik, sosyal, ekonomik ve çevresel göstergeler de paylaşım ekonomisini popüler hale getirmektedir (Şepel'ová et al., 2022: 139). 2008 küresel finansal krizin yarattığı finansal kısıtlamalar ve istikrarsızlıktan beslenen paylaşım ekonomisi kaynakların kullanım şeklini kökten değiştiren işbirlikçi bir tüketim modeli olarak ortaya çıkmıştır (Andreoni, 2020: 1).

Heinrichs (2013), paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirliğe giden bir yol olabileceğini belirtmiştir. Sürdürülebilir bir ekonomi çerçevesiyle kendine yeni bir piyasa modeli edinen paylaşım ekonomisi çevresel göstergeler ile ivme kazanmıştır. Bu piyasa modeli ile özgün fikirlerin de desteği sayesinde dijital paylaşım platformları oluşmuştur. Ancak paylaşım ekosistemi belirli bir doygunluğa ulaştıktan sonra geriye paylaşım ekonomisinde âtil kapasite problemi ortaya çıkmıştır. Bu nedenle piyasadaki girişimcilerin ve düzenleme yetkisi olanların bu tip olumsuz durumları önleyebilecek mekanizmalar oluşturmaları elzem hale gelmektedir.

Öte yandan paylaşım ekonomisinin merkezinde güven olgusu vardır ve güven olmadan paylaşım gerçekleşmemektedir. Paylaşım ekonomisinin önündeki en önemli engel güven eksikliğidir (Räisänen et al., 2021: 18). Güven algıları paylaşım ekonomisi platformlarının başarısı için kırılğan yapıları nedeniyle kritik bir öneme sahiptir. Paylaşım ekonomisi platformlarında tarafların birbirlerine karşı duydukları güven bu platformların

başarısının en temel göstergesidir. Güven duygusu geliştikçe bu tür platformların geleceği belirsizlikten belirginliğe doğru yol alabilir. Bu nedenle piyasadaki aktörlerin güven unsurunu hesaba katmaları bu tür dijital platformların devamlılığı için hayati önem taşımaktadır. Kısaca, paylaşım ekonomisi için paylaşılanlar ve kullanıcılar arasındaki ilişki açısından güven oluşturuvcu önlemler ve düzenlemeler çok önemlidir.

Covid-19 pandemisi ile birlikte paylaşım ekonomisi, ekonomideki olumsuz yönelimin etkisi altında kalmıştır. Paylaşım ekonomisi çoğunlukla turizm sektöründe ve bilhassa konaklama ve ulaşım hizmetlerinde aktif olduğundan pandemi sürecinden daha çok etkilenmiştir. Güven odaklı bir hareket noktası olan paylaşım platformlarında, hastalığın bulaşma riski ve kullanıcılar arasındaki belirsizliklerin sıralanması küresel kapsamda daralmaya neden olmuştur. Öte yandan pandeminin neden olduğu ekonomik daralma sonrası dijitalleşmeye kayan ticaret, paylaşım ekonomisinin pandemiden sonra daha hızlı iyileşme göstereceğine yönelik beklentileri güçlendirmektedir.

Çalışma kapsamında paylaşım ekonomisi kavramı ele alınıp küreselleşen bir piyasadaki konunun önemi vurgulanarak paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirlik ve güven temelli iki eksenle bağimsız olamayacağı değerlendirilmiştir. Paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirlik temelinde ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlar bağlamında sentezlenip açıklanmıştır. Paylaşım ekonomisi bu yönüyle yeterince kullanılmayan kaynakların erişilebilir hale getirilmesine, dayanışmaya dayalı ve katılımlı bir toplum yapısına ve çevresel yükün azaltılmasına katkı sunmaktadır. Güven temelinde ise günümüz tüketicisinin azalan güvenini hesaba katarak bu yeni piyasa modelinin hayatta kalabilmesi için güven mekanizmasının elzem olduğu ifade edilmekte ayrıca güven artırıcı önlemlerden bahsedilmektedir. Ayrıca çalışmamıza ek olarak tüm dünyayı etkisine alan Covid-19 salgını ile birlikte pandemi sürecinde paylaşım ekonomisi ekosisteminde meydana gelen gelişmeler ele alınmıştır.

## 2. Paylaşım Ekonomisine Kavramsal Bakış

Mübadele, kiralama, ortak tüketim, paylaşım ve değişim gibi çeşitli tüketim faaliyetlerini içeren paylaşım ekonomisinin genel kabul gören ortak bir tanımı bulunmamaktadır (Kumar et al., 2018: 148).

Paylaşım ekonomisi, gelişen ve gelecek vaat eden bir teknoloji odaklı platform ve iş modelidir (Venkateswaran et al., 2021: 110). Belk (2014: 1598), "sahip olduğunuz şeysiniz" şeklindeki eski klişeyi yeni bir slogana dönüştürerek "paylaştığımız şeysiniz" olarak ifade etmiştir. Paylaşım ekonomisi, bireysel refahı sağlayarak sosyal bir sermaye inşa eden ve aynı zamanda çevresel sorunları hafifleterek sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunma potansiyeline sahip olan önemli bir sosyoekonomik trend olarak kabul edilmektedir.

Paylaşım ekonomisi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte artan tüketici bilinci, işbirlikçi web topluluklarının çoğalması ve sosyal medya veya paylaşım platformları tarafından güçlendirilen iktisadi ve teknolojik bir olgudur (Botsman & Rogers,

2010: 30). Paylaşım ekonomisinde temel fikir, dönüşüm ve kaynakların verimli kullanılmasıdır (Demir, 2020: 55).

Ortaklaşa tüketim kavramı ile karıştırılan paylaşım ekonomisinin temelde ayrıldığı nokta ortaklaşa tüketimde olduğu gibi sadece maddi çıkar odaklı değil, aynı zamanda ahlaki ve iktisadi değerleri ve maddi olmayan hizmetleri de kapsayan ve en önemlisi de sahiplenme ya da mülkiyetin ötesinde erişim ve kullanım hakkını öne çıkaran bir sistem olmasıdır (Kurt & Ünlüöner, 2017: 5). Paylaşım ve işbirlikçi tüketim modellerinde iki ortak nokta bulunmaktadır. Tüketilen mal veya hizmetlerin geçici ve sahiplenilmeden kullanılması ve bunu gerçekleştirmek için internete ve özellikle Web 2.0'a güvenilmesidir (Belk, 2014: 1595). Web 2.0, kullanıcıların içeriklere katkıda bulunmasına ve birbirleriyle bağlantı kurmasına izin veren web sitelerini ifade etmektedir (Carrol & Romano, 2010: 190).

Öte yandan paylaşım ve mübadele(takas-değişim) kavramları yapılan çalışmalarda birbirlerine yakın olarak kullanılmıştır. Takasta malın sahipliği eşler arasında birinden diğerine aktarılmaktadır. Paylaşımında ise malın sahipliği eşler arasında ortak olmakta ve paylaşılan mal/hizmetin her bir eş için etkin kullanımı amaçlanmaktadır (Belk & Llamas, 2012: 621). Petrucci et al. (2021: 3), paylaşım ekonomisinin kapsamış olduğu paylaşım ve takas ayrımını çeşitli araştırmacıların yapmış oldukları tanımlamalara göre sentezlemiştir. Paylaşım kapsamında değerlendirildiğinde etkileşime dâhil olan bireyler arasında sosyal bir bağ oluşmaktadır. Bireyler arasında ortak mülkiyet duygusu gelişmektedir. Paylaşan ve faydalanan arasında birbirlerine bağımlı olma durumu bulunmaktadır. Kaynakların verimli ve etkin kullanımı söz konusudur. Takas kapsamında ise paylaşılan mal veya hizmet karşılığında bir şey alma beklentisi vardır. Dolayısıyla bireyler arasında karşılıklılık ilkesi bulunmaktadır. Öte yandan takasta para ile ilişkili bir durum vardır. Bireyler arasındaki etkileşim parasal değişime bağlıdır. Faydalananlar ve paylaşanlar arasında bir çıkar hesabı bulunmaktadır.

Geleneksel iş modellerinin aksine paylaşım ekonomisi; müşteri, hizmet sağlayıcı ve platform olmak üzere üç aktörü içeren üçlü bir iş modelidir. Bu iş modelinde hizmet sağlayıcı, müşterilerin kaynaklara geçici erişimi için yeterince kullanılmayan kaynakları bir fiyat karşılığında sunmaktadır (Benoit et al., 2017: 220). Paylaşım ekonomisinde bir mal veya hizmeti satmak veya satın almaktan ziyade paylaşmak yeterlidir. Bu yönüyle internet üzerinden alışverişten ayrılmaktadır. E-ticarete ticari yöntemler tüketiciler arası elektronik ticaret (Consumer to Consumer- C2C) ve işletmeden işletmeye elektronik ticaret (Business to Business - B2B) iken, paylaşım ekonomisinde kişiler arası paylaşım (Peer to Peer - P2P) ya da işletme kişi arası paylaşım (Business to Peer - B2P) şeklinde olmaktadır (Acuner & Acuner, 2017: 190).

Paylaşım ekonomisinin bu kadar popüler olması sahip olduğu birtakım özelliklere dayandırılmıştır. Bu özellikler; fiyat avantajları, teknolojik gelişme ve çevresel fayda olarak sıralanmıştır (Zhu & Liu, 2021: 2). Paylaşım ekonomisinin gelişmesiyle birlikte, bireyler hizmet sunarak belirli faydalar elde etmek için atıl kaynakları kullanabilmektedir. Bu sayede değer yaratma ve gelir elde etme konusunda daha fazla fırsata kavuşulabilecektir. 2008'deki

ekonomik kriz, 2020'deki Covid-19 işsizlikte keskin artışlara yol açtı ve birçok aile gelirini kaybetti. Bu süreçlerden sonra bireylerin tüketim davranışları ve tüketim kalıpları temelden değişerek paylaşım ekonomisinin popülaritesinin önemli bir nedeni haline gelmiştir. Tüketiciler, paylaşım ekonomisine katılım konusunda fiyatın önemli bir faktör olduğunu bilmektedir ve birçok tüketici bu nedenle paylaşım ekonomisine katılmaktadır. Çünkü bu sadece onların ek gelirlerini artırmalarına değil aynı zamanda harcama maliyetlerinin de azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Öte yandan birçok çalışma işbirlikçi tüketim için sosyal ağların ve topluluk temelli çevrimiçi teknolojilerin önemini vurgulamaktadır (Barness & Mattsson, 2016: 201; Hamari et al., 2016: 2048). İnternet teknolojisinin gelişmesi ile bilgisayar ve akıllı telefonların popülaritesi sayesinde iki yönlü etkileşimden platformlar aracılığı ile üç yönlü bir etkileşime dönüşmüştür. Diğer bir özellik ise çevresel fayda olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevre dostu olmak paylaşım ekonomisine katılanların başlıca niyetlerinden birisidir; bu da birçok ülkenin ve hükümetin paylaşım ekonomisini desteklemesinin bir nedeni olmuştur. Az kullanılan mal ve hizmetlerin ortak bir platform aracılığıyla elde edilmesi veya paylaşım yoluyla satın alınmasının azaltılması hem kaynak kaybını hem de sera gazı emisyonlarını büyük ölçüde azaltmaktadır (Demailly & Novel, 2014: 21). Bu durum, ulaşım konaklama vb. alanlarda daha net görülebilir.

Paylaşım ekonomisi, çevrimiçi işbirliği, sosyal ticaret, çevrimiçi paylaşım ve tüketici ideolojisi alt boyutlarına indirgenmiştir (Hamari et al., 2016: 2050). Web 2.0 çağında bilgi teknolojilerinin artan kullanımı, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin miktarını ve ayrıca bilginin çevrimiçi olarak oluşturulma ve tüketilme şeklini artırmıştır. Eşler arası platformlar (P2P), bu tip tüketim kalıpları veya bilgi paylaşım amaçları için önemli bir araç haline gelmiştir. Bilgi paylaşımı açısından iyi bir örnek herkesin sıkça kullandığı Wikipedia'dır. Eşler arası platformlar, merkezi bir otoritenin katılımı olmadan taraflar arasında bilgi, veri veya varlık alışverişi veya paylaşımı tarif etmek için kullanılmaktadır. Bu platformlar, bireyler ve gruplar arasındaki etkileşimlere dağıtılmış bir yaklaşımı esas almaktadır (Paribu, 2020). Sosyal ticaret, sosyal medyanın aracılık ettiği bir ticaret biçimi olarak eşler arası etkileşime dayanmakta ve bu da kullanıcıların sosyal paylaşım sitelerini kullanmaya ve etkileşime devam etmek için motive olmalarına dayanmaktadır. Kozinets (1999: 259), tüketicilerin ürünler hakkında bilgi alırken artık ticari bilgiler/kaynaklara yönelmekten ziyade bilgi almak için sosyal ağlarında eşler arası paylaşımaya yöneldiklerini ve bu nedenle de pazarlamacıların rolünün azaldığını belirtmektedir. "Paylaşım" terimi özellikle sosyal paylaşım siteleri ortamında çevrimiçi hizmetlerin evrimi anlamında büyük bir değişiklik yaşamıştır. Sosyal paylaşım siteleri bağlamında paylaşım kavramı genellikle durum güncellemeleri, bağlantılar veya fotoğraflar gibi bilgilerin paylaşılması anlamına gelmektedir. Öte yandan bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak e-ticarete olan güven mal ve hizmetlerin paylaşımını da kolaylaştırmıştır. Bilgi teknolojisi, bir ideolojinin veya fikrin ilerlemesini desteklemek için bir araç olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu bağlamda, Arap Baharı sırasında Twitter'ın rolü ve 2008 ABD Başkan adaylarının sosyal medya aracılığıyla yoğun bir kampanya yürütmesi düşünülebilir. Paylaşım ekonomisinin altında da yatan ideoloji ve fikirler paylaşarak yayılmaktadır. Aşırı

tüketim karşılığı, sürdürülebilir ekonomi fikri gibi ideolojiler bunlardan bazılarıdır. Kullanıcılar paylaşım platformları ile bu fikirleri de paylaşmaktadırlar.

TIME dergisi 2011'de paylaşım ekonomisini dünyayı değiştirecek 10 fikirden birisi olarak aday gösterdi. Günümüzde yaklaşık 2 milyar dolarlık bir fonla ilerleyen 200'den fazla yeni girişim, mal ve hizmetlerin eşler arası paylaşımı için büyüyen bir pazarda rekabet etmektedir. Bunlar arasında araç, konaklama, giysi paylaşımı gibi hizmetler bulunmaktadır. Evlerde kullanılmayan boş odaların veya âtil durumda olan evlerin kiralanması en göze çarpan hizmetlerdendir (Teubner, 2014: 322). Küresel piyasalarda paylaşım ekonomisinin ticari boyutunun 2015'te sağladığı 15 milyar dolarlık hacminin 2025 yılında 335 milyar dolara yükseleceği beklentisi vardır (Narasimhan et al., 2018: 93; Yaraghi & Ravi, 2017: 7). Küresel anlamda paylaşım ekonomisinin popüler hale gelmesi birçok insanın girişimci olarak ortaya çıkmasına yol açmıştır. Paylaşılan mal veya hizmet, ticari ve ticari olmayan ürün olmasına göre iki farklı tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Herhangi bir para alışverişinin olmadığı Couchsurfing ve Wikipedia gibi platformlar yanında mal ya da hizmet sahibine ekonomik kazanç sağlayan Blablacar ve Airbnb gibi platformlar da bulunmaktadır. Örneğin, Airbnb aracılığıyla bireyler yaşadıkları evlerini bu platform sayesinde çevrimiçi kiralarak paylaşmaktadır. Bu platform ile tüketicilerin eğilimleri yeniden biçimlenmektedir. Airbnb ekonomik bir etki yansıtmasının yanı sıra bireylerin sosyal olarak değişmesine de zemin hazırlamaktadır. Bu sayede evlerini paylaşan kişilerin kira yoluyla ek bir gelir kazanmasının dışında farklı kültürden birisiyle bir arada bulunmaları karşılıklı olarak toplumsal fayda sunma şansını da doğurmaktadır (Özdemir & Çelebi, 2018: 30). Paylaşım ekonomisinin olumlu ve elle tutulur faydalarının olmasının yanı sıra güvenlik, gizlilik, kayıt dışılık, vergiden kaçınma gibi olumsuz yönleri de mevcuttur. Ayrıca bu gibi platformların henüz yasal bir mevzuata dayatılmamaları da paylaşım ekonomisinin sağlıklı bir şekilde gelişimini engellemektedir (Çelik & Varol, 2020: 138).

Bucher et al. (2016) ve Belk (2013) çalışmalarında paylaşım ekonomisinde dijitalleşmenin sosyal platformlara kaymasının rolünü açıklamışlardır. Dijitalleşmenin bu platformlarda ilerleyişi paylaşım ekonomisinin de yaygınlaşmasının önünü açmıştır (Gansky, 2010: 40). Paylaşım ekonomisinin temelinde paylaşımı arz ve talep eden insanlar bulunmaktadır ve arz ile talep arasındaki akışı ise paylaşım platformları sağlamaktadır (Özdemir & Çelebi, 2018: 28). Dijital tabanlı platformlar ve özellikle mal veya hizmet paylaşmak isteyenler arasında hızlı ve rahat bir eşleşme sağlayan çevrimiçi teknolojiler ile dönüştürülmektedir. Dijitalleşmenin getirmiş olduğu bu sosyal paylaşım platformları sadece paylaşanlar için değil aynı zamanda paylaşmayı kolaylaştıranlar için de ticari bir değer oluşturma fırsatını doğurmuştur (Çelik-Varol & Varol, 2020: 132).

### **3. Paylaşım Ekonomisinde Sürdürülebilirlik ve Etkin Kaynak Kullanımı**

Günümüzde paylaşım kavramı ekonomi alanının da içine girdiği dijitalleşen toplumumuzda görülmektedir. Paylaşmayı sosyal ve kültürel nedenlerin dışında artık ekonomik nedenler de etkilemektedir. İktisat bilimi kıt olan kaynakların kullanımı ve bu kaynakların etkin ve verimli kullanımını temel almaktadır. İktisat biliminin sahip olduğu bu

temel ilkeler paylaşım ekonomisinin fonksiyonlarıyla örtüşmektedir (Acuner & Acuner, 2017: 189). Dünya nüfusu gittikçe artmakta ve bu da kaynakların kullanımında bir artış anlamına gelmektedir. Buna göre, daha sürdürülebilir bir yaşam ve iş yapma biçimini destekleyecek iş modellerine ihtiyaç duyulmaktadır. Paylaşım ekonomisi sürdürülebilirliği teşvik etmek için bir çözüm yolu olabilir (Räisänen et al., 2021: 2).

Paylaşım ekonomisi, âtlı durumda olan mal veya hizmetlerin paylaşım yoluyla iktisadi olarak değerlendirilmesine neden olabilmektedir (Özdemir & Çelebi, 2018: 28). Nitekim paylaşım ekonomisi genellikle sürdürülebilirlikle ilgilidir ve şu şekilde çerçevesizdir: (a) ekonomik bir fırsat, (b) daha sürdürülebilir bir tüketim biçimi ve (c) adil ve sürdürülebilir bir ekonomiye giden yol (Martin, 2016: 154).

Yeterince kullanılmayan kaynakların tüketiciler arasında paylaşılacağı fikrine dayalı olarak, paylaşım ekonomisi genellikle daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunabilecek bir sistem olarak çerçevesizdir (Andreoni, 2020: 1). Paylaşım ekonomisi sürdürülebilir bir kalkınmanın doğasını keşfetmek ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunmak için ideal bir merkez sağlamaktadır. Paylaşım ekonomisinin çevresel itici güçleri her iş modeline özgü çeşitli koşullara bağlıdır. Paylaşım ekonomisi sürdürülebilirlik kapsamında biyolojik ve fiziksel sistemlerin sürekliliğine odaklanmaktadır. Ayrıca çevresel sürdürülebilirlik ile birlikte üretilen malların azaltılmasını ortaya çıkarmaktadır (Daunorienė et al., 2015: 839).

Paylaşım ekonomisi ile ilgili kavramsal tanımlamalara baktığımızda her seferinde tüketmeye veya satın almaya gerek kalmadan bir topluluk içinde kaynakların kullanılmasına yardımcı olduğu ifade edilebilir. Mal veya hizmetlerin paylaşılma imkânı bu mal veya hizmetlerin sadece gerçekten ihtiyaç duyulduğunda kullanılma ve sonrasında başkalarıyla paylaşma fırsatını sunmaktadır. Bu tür bir tüketim anlayışında mülkiyetin daha az önemli olduğu, tüketmek isteyen herkesin her varlığa sahip olmasına gerek olmadığı anlamına gelmektedir. Paylaşarak üretimin düşük tutulması üretim miktarını azaltarak sürdürülebilirliğe olumlu bir etki sağlayacaktır (Boar et al., 2020: 8). Ayrıca paylaşım ekonomisi ürünleri ve hizmetleri daha az maliyetli hale getirebilir (Schor, 2016: 10).

*Paylaşım ekonomisi*; çevresel, sosyal ve ekonomik yönleri bir araya getirerek sürdürülebilir bir bakış açısı sağlar ve ürün veya hizmetlerin mülkiyetine geçici erişim hakları yoluyla kaynak kullanımını etkin hale getirmektedir (Acquier et al., 2017: 2). Mal veya hizmetlere erişirken kaynak kullanımının daha az yoğunluğunu göz önüne aldığımızda birçok paylaşım platformu kendisini yeşil ekonomi adında veya karbon ayak izini azaltmanın bir yolu olarak tanıtmaktadır (Parguel et al., 2017: 49). Andreoni (2020: 4), sürdürülebilirliği paylaşım ekonomisi bağlamında ekonomik, sosyal ve çevresel boyutta ele almıştır:

*Ekonomik boyut*; geleneksel iş modellerini merkezsizleştirilebilen ve kaldırabilen bir iş modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet platformlarının kullanımına bağlı olarak kitle fonlaması girişimlerinin geliştirilmesi ve yeterince kullanılmayan varlıkların

erişilebilirliklerinin artması ekonomik fırsatlar olarak gösterilmiştir. Büyük firmaların piyasa dinamiklerini yönlendirdiği geleneksel piyasa sisteminin dışında ticaret yapma imkânı, paylaşım ekonomisi aktörlerinin gelir olanaklarını ve fırsatlarını şekillendirmeye katkıda bulunmaktadır. Ayrıca P2P platformlarının kullanımını ile işlem ve arama maliyetlerinin de azalması ile tasarruf, gelirin yeniden dağılımı ve refah açısından önemli katkılar elde edilmektedir.

*Sosyal boyut*; paylaşım ekonomisi sosyal bağ ve işbirliğini artırmanın bir yolu olarak incelenebilir. Sahip olduklarını başkalarıyla paylaşmak genellikle dayanışma ve topluluk duygusunu artırabilen toplum yanlısı bir davranış olarak tanımlanmaktadır. Örneğin, Airbnb ve Coachsurfing platformları, kullanıcılar arasında kişisel ilişkiler kurmaya, dayanışmanın ve güvenin gelişimini teşvik etmeye yönelik faydalar sunmaktadır. Bu çerçevede paylaşım ekonomisi daha katılımlı bir toplumu teşvik etmek için bir araç olarak da görülmektedir.

*Çevresel boyut*; paylaşım ekonomisi yeterince kullanılmayan kaynaklara erişim sağlar ve daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunur. Mülkiyet yerine geçici kullanım fikrine dayanan paylaşım ekonomisi, tüketicilerin paylaşılabilir mallara yönelmesini teşvik ederek fazla olan kapasitenin kullanımına fırsat sunmaktadır. Benkler (2004: 304), sahibi tarafından her zaman kullanılmayan malları paylaşılabilir mallar olarak tanımlamıştır. Bu mallar diğer tüketicilere geçici olarak verilebilecek bir âtlı kapasiteye sahiptir. Örneğin, evler, arabalar, eşyalar, giysiler, ev aletleri, kitaplar veya mobilyalardır. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi, varlıkların kullanımını optimize etmeye ve sürdürülemez hiper tüketim alışkanlıkları düzeltmeye katkıda bulunması beklenmektedir. Özetle sürdürülebilirlik bağlamında paylaşım ekonomisi, çevresel yükü azaltabilen, sosyal bağ ve işbirliğini artırabilen bir sosyoekonomik model olarak çerçevelemiştir (Liu et al., 2020: 2). Sosyal yemek ağlarından EatwithMe uygulamasına baktığımız zaman tanımadığımız birisiyle ya da komşumuzla yemek yemek için kullanılmaktadır. Yalnız başına yemek yemeyi sevmeyen veya sosyalleşmek isteyen bireylerin kullandığı platform olan EatwithMe ile yemek israfına engel olabilecektir. Bu sayede sosyal faydası da kaçınılmaz olacaktır.

Öte yandan paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirliğe olumsuz etkileri de olabilir. Net tüketim artabilir, mevcut paylaşım platformları sosyal ve çevresel açıdan olumsuz etkiler doğurabilir (Ma et al., 2018). Örneğin Airbnb ile birlikte artan konut fiyatları ve yerel konut stokunda azalmaya neden olmuştur (Muñoz & Cohen, 2018: 116). Paylaşım ekonomisi uygulamalarından Uber'in trafik sıkışıklığına sebep olduğu (Plante, 2019) ve daha fazla fazla kirliliğine sebep olduğu görülmüştür (Keating, 2019). Özetle paylaşım ekonomisi sonuçları bakımından sürdürülebilirliğe olumsuz etkileri de görülebilmektedir. Bu nedenle paylaşım ekonomisi iş modellerini tasarlama ve uygulama konusunda daha bilinçli ve stratejik davranmayı gerektirmektedir.

Paylaşım ekonomisinin neden olduğu diğer olumsuz bir etki de kaynakların etkin kullanılıp kullanılmadığı problemidir. Paylaşım ekonomisinin gelişimi göz önüne alındığında paylaşım ekonomisini paylaşım ekonomisi 1.0 ve paylaşım ekonomisi 2.0 ekseninde değerlendirildiğinde âtlı kaynak kullanımı probleminin de ortaya çıkabileceği

belirtilmiştir (Rong et al., 2019: 2). Paylaşım ekonomisi 1.0 tüketiciden tüketiciye bir paylaşım mekanizmasını temsil ederken, paylaşım ekonomisi 2.0 ise firmadan tüketiciye paylaşımı temsil etmektedir. Rong et al. (2019), paylaşım 1.0 ile eşleşmelerin daha etkin olduğunu ve kapasite fazlasının daha az yaşandığını ancak paylaşım 2.0 ile firmaların arz fazlasına neden olduklarını göstermiştir. Çalışmada, Çin'deki bisiklet paylaşım sistemlerinin arz fazlasına yol açması bisiklet çöplüklerine neden olduğu ve çevre kirliliğini artırdığı değerlendirilmiştir.

Paylaşımçı tüketimin iktisadi faaliyetlerin maliyetini düşürerek aşırı tüketim, çevre kirliliği ve yoksulluk gibi toplumsal sorunları hafifletmeyi amaçlamaktadır. Öte yandan tüketime yönelik tutumlar son zamanlarda dönüşüme uğramış ve ekolojik, toplumsal ve kalkınma temalarında endişelerin artmasına neden olmuştur (Hamari et al., 2016: 2047). Paylaşım ekonomisi çeşitli çevresel problemleri ve âtil kaynak kullanımı gibi sorunları çözebilecek bir alternatif olarak değerlendirilirken, topluma kazandırdığı değer yanı sıra gelirlerin büyük kısmının paylaşım ekonomisi platformlarına yönlendirildiği eleştirisi de yapılmaktadır (Kim et al., 2018: 118). Paylaşım ekonomisi hem kapitalist ekonominin bir parçası hem de kapitalist ekonomiye karşı dual bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle bir paradoks halini de aldığı söylenebilir (Richardson, 2015: 121; Martin, 2016: 157).

Kaynakların etkin kullanımı problemi iş gücü piyasasında da mevcuttur. Paylaşım ekonomisi platformları yeterince kullanılmayan mal ve hizmetlerin (araba, ev, iş gücü arzu vb.) ve bu mal veya hizmetleri ödemeye istekli bireylerin taleplerini eşleştirmek için bilgi teknolojilerinden faydalanmaktadır. Paylaşım ekonomisi platformlarının etkilediği potansiyel piyasalardan birisi de iş gücü piyasasıdır. McKinsey araştırmasına göre ABD ve AB'de ortalama 162 milyon kişi paylaşım ekonomisi ekosisteminde çalışmaktadır. Bu da iş gücünün yaklaşık %20 ile %30'una denk gelmektedir (Li et al., 2018: 666). Paylaşım ekonomisindeki çalışma ilişkileri bir tartışma konusu olmuştur; fakat neredeyse herkesin hem fikir olduğu şey, sektörün yeniden dizayn edilmiş bir kapitalizmi temsil ettiğidir (Slee, 2015: 16). Paylaşım ekonomisinin olumlu ya da olumsuz etkilerine dair çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bir tarafta paylaşım ekonomisinin çalışma hayatını destekleyici, verimli ve ileriye dönük bir dönüşüm olarak tanımlayan bir görüş varken, diğer tarafta güvencesiz, kayıtdışı ve sömürücü koşullarla karşı karşıya kalan yetkisiz çalışanların bulunduğu bir neoklasik distopya mevcuttur (Schor & Charles, 2017: 6).

#### 4. Paylaşım Ekonomisi ve Güven

Güven; psikoloji, sosyoloji, ekonomi, antropoloji ve diğer birçok disiplinde geniş çapta kabul görmüş bir kavramdır (Zhang et al., 2021: 2; Beldad et al., 2010: 858). Bireyler paylaşım ekonomisi platformlarında mal veya hizmetlerini paylaşırken daha çok bu platformlar içerisindeki yabancılarla etkileşim içerisine girmektedir (Frenken & Schor, 2017: 4). Bilinmeyen taraflarla olan bu etkileşim riskli olabilir ve potansiyel olarak finansal veya diğer kayıplarla sonuçlanabilir (Räisänen et al., 2021: 3). Güven, işbirlikçi tüketim anlayışında tercihlerde temel belirleyici olarak kabul edilmektedir (Möhlmann, 2015: 193).

Paylaşım ekonomisi, sürdürülebilirlik sorununa fayda sağlayabilir, kaynakların paylaşımını ve yeniden kullanımını kolaylaştırabilir ve sosyal bağlantıları geliştirebilir. Her şeye sahip olmak zorunda kalmadan doğal kaynakların kullanımını azaltarak sürdürülebilirliği olumlu yönde etkileyebilir. Bu tür bir ekonominin temelinde kullanıcılar ve mal/hizmet sahipleri arasındaki güven olgusu yatmaktadır.

Paylaşım ekonomisinin temelindeki eşler arası platformlarda, ilk işlem çevrimiçi olarak gerçekleşirken, asıl işlem fiziksel bir ortamda çevrimdışı olarak gerçekleşmektedir. Konaklama hizmeti bazlı düşünüldüğünde misafirler geleneksel konaklama hizmetlerinde olduğu gibi sadece mülkün özelliklerini değil ev sahibinin özelliklerini de dikkate almaktadır. Böylece ev sahibi ve platform ile güvene dayalı ilişkiler kurmak misafirlerin karar verme süreçlerinde oldukça etkilidir (Zhang et al., 2021: 1).

Paylaşım ekonomisinin sürekli büyümesi ve eşler arasındaki engellerin azalması büyük oranda güvene bağlıdır (Ert et al., 2016: 64). Yabancılar arasında güven inşa etme yeteneği paylaşım ekonomisi tabanlı bir platformun başarısını belirlemenin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu tür dijital platformlarda her iki taraf da birbirine karşı hassasiyet göstermektedir. Bu nedenle taraflar arası değerlendirmeler belirsizliği ve riski azaltmaya yardımcı olmaktadır (Cheng et al., 2019: 368).

Tüketim tecrübesi olan kişilerin vermiş oldukları değerlendirmeler potansiyel tüketiciler için önemli çevrimiçi sinyaller olarak değerlendirilmiştir (Xu, 2018: 1664). Eşler arasındaki güveni korumak ve geliştirmek paylaşım ekonomisi platformlarının başarısı için kritik bir öneme sahiptir (Venkateswaran et al., 2021: 110). Paylaşım ekonomisinin gelişiminin önemli nedenlerinden birisi alıcı ve satıcıların birbirlerini yorumlayıp değerlendirebilecekleri geri bildirim sisteminin gücüdür. Bu etkileşim sonucu alıcı ve satıcı arasındaki asimetrik bilgi azalmaktadır (Çelik-Varol & Varol, 2020: 133).

Ert et al. (2016), turizm endüstrisindeki paylaşım platformlarından Airbnb ile ilgili dikkat çeken bir araştırma yapmıştır. Çalışmada satıcıların kendi fotoğraflarının varlığının konukların karar vermelerinde önemli bir etkisi olduğunu ve ev sahibinin fotoğrafı ne kadar güvenilir algılanırsa fiyatın ve seçilme olasılığının o kadar yüksek olduğunu vurgulamıştır.

Genel olarak yabancılar arasında herhangi bir işlem yapmak zor iken, sanal platformlar aracılığı ile işlem yapmak daha da zordur. Değişim tarafları geri bildirimlerden veya derecelendirmelerden toplanan bilgilerle ilişkilerini yürütürler. Bu koşullar altında taraflar arasındaki güven kırılğan bir yapıdadır ve güveni daha güçlü hale getirmek için ek takviyeler gerekebilir. Bu nedenle yeni bir iş modeli olan paylaşım ekonomisi iş modelinde güveni incelemek önem arz etmektedir (Venkateswaran et al., 2021: 111).

Güven unsuru hassas olduğu için paylaşım platformlarının geleceği de bu güvene bağlıdır. Finlandiya'da başlatılan "Kutsuplus" adında bir araç paylaşım hizmeti sürdürülebilirliği destekleyen faydalı bir girişim olmuştur. Ancak aynı yıl içerisinde başarısız olmuştur. Başarısız diğer paylaşım ekonomisi platformu örneği ise "Duara

Travel"dir. Bu platform gezginlerin gelişmekte olan ülkelerdeki köylerde kalabileceği ve yerel halkla birlikte yaşayabilecekleri temelinde amaçlanan bir hizmettir. Bu platformların piyasada başarısız olmasının nedeni güven eksikliği olarak görülmektedir (Cherry & Pidgeon, 2018: 945). Dolayısıyla, paylaşım ekonomisi platformlarına olan güven artırılarak bu platformların olumlu etkilerinden faydalanılabilir ve bireylerin bu tür platformları kullanma kararları güçlendirilebilir (Hawlitschek et al., 2018: 144).

İşlemlerin genellikle uzaktan gerçekleşmesi güven açısından kilit öneme sahiptir. Paylaşım ekonomisi platformları bu sorunu çözmek için güveni artırıcı birtakım önlemler almaktadır. Ancak Covid-19 pandemisi ile birlikte güven problemi yeniden gündeme gelmiştir ve bu da paylaşım ekonomisi açısından kayıpları gündeme getirmektedir (Hossain, 2021: 2).

## 5. Covid-19 Döneminde Paylaşım Ekonomisi

Dünya Sağlık Örgütü'nün Covid-19 salgınına 30 Ocak 2020'de uluslararası öneme sahip bir halk sağlığı acil durum olduğunu duyurması paylaşım ekonomisi ile ilgili sektörleri derinden etkilemiştir. Konaklama endüstrisinde önemli bir yere sahip olan paylaşım ekonomisi platformları ise Covid-19 salgınından olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir (Hossain, 2021: 1). Paylaşım ekonomisi, hükümetler tarafından uygulamaya konulan sosyal mesafe ve sokağa çıkma kısıtlamaları gibi katı önlemler nedeniyle Covid-19'dan etkilenmiştir (Alharthi et al., 2021: 4).

Online eşler arası (P2P) piyasa mekanizmaları özellikle seyahat ve turizm hizmetlerinde hızlı bir oranda büyümektedir. Turizmde özellikle konaklama sektöründe bu kadar yükselmesinin sebebi ekonomik ve toplumsal kaygılardan kaynaklanmaktadır (Tussyadiah, 2015: 818). Salgından en fazla etkilenen sektörler, turizm ve konaklama, seyahat, eğlence gibi sektörler olmuştur. Özellikle seyahat ve konaklama sektörü daha savunmasız ve hassas kalmıştır (Yıldırım, 2021: 282). Turizm sektöründeki paylaşım platformları da Covid-19 döneminde ağır kayıplar vermiştir. Pandemi ile birlikte gelen kısıtlamalar neticesinde Airbnb ve Uber gibi paylaşım platformlarında alınan hizmetlerin taleplerinde düşüş meydana gelmiştir. Seyahat kısıtlamaları nedeniyle ulaşım ve konaklama ile ilgili paylaşım hizmetleri ciddi oranda etkilenmiştir. Örneğin kısıtlamalar neticesinde en çok zarar gören Airbnb'nin kaybı gelirinin yarısına ulaşmıştır. Airbnb'nin Pekin'de Ocak-Mart 2020 arası rezervasyonları %96'lık bir kayıp ile karşı karşıya kalmıştır. Benzer durum Uber uygulamasında da yaşandığı gözlenmiştir. Öte yandan pandemi ile birlikte bu kısıtlamalar paylaşım ekonomisi platformlarından bazıları için fırsata dönüşmüştür. Ülkelerde yaşanan kısıtlamalar neticesinde online yemek ve alışveriş sitelerinin kullanımı artmıştır (Batoool et al., 2021: 2374).

Chen et al. (2020) yapmış oldukları çalışmada Avustralya'nın Sydney kentindeki Airbnb kayıtlarının mali kaybını değerlendirmiştir. Elde edilen bulgulara göre Ocak 2020-Ağustos 2020 arasında pandemi sürecinde Airbnb platformundaki ev sahipleri yaklaşık %89,5'lik bir kayıp yaşamıştır. Öte yandan Airbnb'deki ev sahipleri Avustralya hükümeti

tarafından sunulan mali yardım programlarına dâhil edilememiştir. Dolayısıyla paylaşım ekonomisi platformları pandemi döneminde büyük zarara uğramış ve zararlarını telafi etme şansı mümkün olamamıştır.

Paylaşım ekonomisi, Covid-19 pandemisi sonrası piyasalardaki durgunluğun ardından dijital ekonomideki canlılığın etkisiyle güçlenmiştir. Belova (2021) çalışmasında paylaşım modelinin yalnızca istikrarlı bir ekonomik kalkınma döneminde değil, aynı zamanda Covid-19 pandemisinin neden olduğu bir krizde de geçerli olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Teixeira & Lopes (2020: 8), New York'taki Covid-19 salgını sonrası ulaşım hizmetleri kapsamında metro ile ulaşım ve bisiklet paylaşım uygulaması arasındaki direnç seviyelerini araştırdıkları çalışmalarında bisiklet paylaşım uygulamasının göreceli olarak metro sistemine göre daha dirençli olduğunu göstermiştir. Covid-19 ile metro sisteminde %90'lık bir düşüş gözlemlenirken bisiklet paylaşım uygulamasında Covid-19 dönemi öncesine göre %71'lik bir düşüş gözlemlenmiştir. Ayrıca çalışmada bazı metro kullanıcılarının bisiklet paylaşım uygulamasına doğru bir eğilim gösterdiği de ortaya çıkmıştır.

Her iş modelinde olduğu gibi paylaşım ekonomisi iş modellerinde de Covid-19 döneminde sosyoekonomik olarak kayıplar verilmiştir. Covid-19 pandemisi sonrası dönemde meydana gelen ekonomik durgunluk ile beraber paylaşım platformları kullanıcılar ve platform sahipleri açısından fırsat haline gelmiştir. Üretim maliyetlerindeki artış ve bazı sektörlerdeki üretimin durma noktasına gelmesi sonucu paylaşım ekonomisinin temel hedeflerinden birisi haline gelen kaynakların etkin kullanımını gündeme getirmiştir. Bu durum küreselleşen ticaret ortamında ekonominin paylaşım esaslı bir boyuta da gelebileceği olgusunu akıllara getirmiştir.

## 6. Sonuç

Küreselleşen dünyanın dijitalleşmesi bireylerin kararlarını hızlandırmakta ve tüketim toplumuna dönüşmenin yolunu açmaktadır. Öte yandan teknolojinin gelişimi ile beraber üretilen ürün ve hizmetlerin çeşitliliği tüketicilerin tatmin düzeyini olumsuz etkilemektedir. Doyumsuz bireylere dönüşen tüketici, kaynakların kalıcı sahipleri olup geçici kullanıcıları olmaktan öteye gidememiştir. Bunun sonucu olarak, ekonomide kaynakların etkin kullanılmaması sorunu ortaya çıkmıştır.

Değişen tüketici davranışları ile birlikte bireyler artık mal veya hizmetlere sahip olmak yerine onları geçici olarak sahiplenmek veya paylaşmayı tercih etmektedir. Bu sayede ekonomideki kaynakların atıl kullanımı engellenmektedir.

Kaynakların etkin kullanımı sürdürülebilir bir ekonominin önünü açmıştır. Sürdürülebilirlik günümüz dünyasının geleceği için önemli bir dönüm noktasıdır. Sürdürülebilir bir kalkınma ile iktisadi olarak uzun dönemli pozitif faydalar sağlanabilir. Bu doğrultuda paylaşım ekonomisi platformlarının sürdürülebilirlik açısından faydaları bulunmaktadır. Ancak; sürdürülebilirliğe giden yolda, paylaşım ekonomisi platformlarının

sürdürülebilir bir ekonomiden sapma gösterdiği de alan yazında görülmektedir. Bu nedenle bu ekonominin büyürken dengeli ve etkin politikalarla ilerlemesi gerektiği akıldan çıkartılmamalıdır. Örneğin, hükümet kontrolü ile çevre ekonomisini bozucu ilerlemelerin engellenmesi sağlanarak paylaşım ekonomisinin sürdürülebilir faydası öne çıkarılabilir. Aksi takdirde sürdürülebilir bir ekonomiye fayda sağlamaktan çok âtil kaynak birikiminin olduğu, çevresel tahribatın arttığı bir dünya ile karşı karşıya kalmamız kaçınılmazdır.

Paylaşım ekonomisi tüketicilerin çevre bilincini olumlu yönde etkileyerek düşük karbonlu, çevreyi koruyucu ve yeşil yaşam biçimlerini destekleyici bir yol ile popüleritesini artırıcı bir yöne doğru gitmektedir. Sürdürülebilir kalkınma ışığında yeşil bir ekonomik büyüme ivmesi yakalanabilecektir. Gelecekte paylaşım platformlarının yaygınlaşması paylaşım ekonomisinin çevreyi koruma etkisi üzerindeki teşvik edici rolünün daha belirgin hale gelmesine neden olabilir.

Paylaşım ekonomisi platformlarının hayati önem taşıdığı faktör güvenidir. Güvenin geleneksel ticaretteki kilit rolü bilinmektedir. Geleneksel ticaretin ötesinde e-ticarette de oldukça önem arz etmektedir. Ancak paylaşım ekonomisinde sadece mal veya hizmetlerin yanı sıra eşlerin birbirlerine karşı güvenine de önem atfettiği için bu ekonominin ayakta kalması için güven hassas bir konumdadır. Eşler arasında güven köprüsü inşa eden paylaşım ekonomisi platformları uzun ömür vaat etmektedir. Paylaşım ekosistemi içerisindeki eşler arasında güven problemini çözecek birtakım araçlar kullanılarak etkin bir sistem oluşturulabilir. Bunlar; mal ya da hizmet sahibinin hakkındaki yorumlar, fotoğraf/resim kullanımı, geri bildirimler sonucu oluşan puanlar, doğrulanmış sosyal medya hesaplarının eşleştirilmesi gibi argümanlardır. Bu sayede güvenli bir paylaşım ekonomisi ekosistemi kurulabilecektir.

### **Kaynaklar**

- Acquier, A. et al. (2017), "Promises and Paradoxes of the Sharing Economy: An Organizing Framework", *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.
- Acuner, S. & E. Acuner (2017), "Turizmde Paylaşım Ekonomisi ve Vergilendirilmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 188-212.
- Alharthi, M. et al. (2021), "'Your Ride Has Arrived' - Exploring the Nexus Between Subjective Well-Being, Socio-Cultural Beliefs, COVID-19, and the Sharing Economy", *Telematics and Informatics*, 63, 101663.
- Andreoni, V. (2020), "The Trap of Success: A Paradox of Scale for Sharing Economy and Degrowth", *Sustainability*, 12(8), 1-17.
- Barnes, S.J. & J. Mattsson (2016), "Understanding Current and Future Issues in Collaborative Consumption: A Four-Stage Delphi Study", *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211.
- Batool, M. et al. (2021), "How COVID-19 has Shaken the Sharing Economy? An Analysis Using Google Trends Data", *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 34(1), 2374-2386.
- Beldad, A. et al. (2010), "How Shall I Trust the Faceless and the Intangible? A Literature Review on the Antecedents of Online Trust", *Computers in Human Behavior*, 26(5), 857-869.

- Belk, R. & R. Llamas (2012), "The Nature And Effects of Sharing in Consumer Behavior", in: D. Mick et al. (eds.), *Transformative consumer research for personal and collective well-being* (619-641), NewYork: Routledge.
- Belk, R. (2013), "Extended self in a digital World", *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Belk, R. (2014), "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online", *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Belova, L.G. (2021), "Sharing Economy: the Business Model of the Digital Economy in the COVID-19 Period", *Mirovaia Ekonomika*, 65(5), 87-94.
- Benkler, Y. (2004), "Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing As A Modality of Economic Production", *Yale Law Journal*, 114, 273-358.
- Benoit, S. et al. (2017), "A Triadic Framework For Collaborative Consumption (CC): Motives, Activities and Resources & Capabilities Of Actors", *Journal of Business Research*, 79, 219-227.
- Boar, A. et al. (2020), "A Systematic Literature Review. Relationships Between the Sharing Economy, Sustainability and Sustainable Development Goals", *Sustainability*, 12(17), 1-14.
- Botsman, R. & R. Rogers (2010), "Beyond Zipcar: Collaborative Consumption", *Harvard Business Review*, 88(10), 30.
- Bucher, E. et al. (2016), "What's Mine is Yours (For A Nominal Fee)-Exploring The Spectrum of Utilitarian to Altruistic Motives for Internet- Mediated Sharing Computers", *Human Behavior*, 62, 316-326.
- Carroll, E. & J. Romano (2010), *Your digital afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy?*, Berkeley, CA: New Riders.
- Chen, G. et al. (2020), "COVID-19 Pandemic Exposes The Vulnerability of The Sharing Economy: A Novel Accounting Framework", *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18.
- Cheng, M. (2016), "Sharing Economy: A Review and Agenda For Future Research", *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.
- Cheng, X. et al. (2019), "An Investigation on Online Reviews in Sharing Economy Driven Hospitality Platforms: A Viewpoint of Trust", *Tourism Management*, 71, 366-377.
- Cherry, C.E. & N.F. Pidgeon (2018), "Is Sharing the Solution? Exploring Public Acceptability of the Sharing Economy", *Journal of Cleaner Production*, 195, 939-948.
- Çelik-Varol, M. & E. Varol (2020), "Postmodern Tüketime Postmodern Bir Yanıt: Paylaşım Ekonomisi", *Asya Studies- Academic Social Studies*, 12, 128-141.
- Daunorienė, A. et al. (2015), "Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 836-841.
- Demailly, D. & A.S. Novel (2014), "The Sharing Economy: Make It Sustainable", *Studies*, 3(14), 14-30.
- Demir, E. & F. Baykal (2020), "Paylaşım Ekonomisinin Kırsalda Yükselişi: Kırsal Turizm İçin Fırsatlar ve Riskler", *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2), 163-178.
- Demir, Y. (2020), "Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Yemek Paylaşma Sitelerinin Analizi", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 54-69.

- Eckhardt, G.M. et al. (2019), "Marketing in the Sharing Economy", *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.
- Ert, E. et al. (2016), "Trust and Reputation in The Sharing Economy: The Role of Personal Photos in Airbnb", *Tourism Management*, 55, 62-73.
- Frenken, K. & J. Schor (2017), "Putting The Sharing Economy into Perspective", *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Gansky, L. (2010), *The Mesh: Why The Future of Business is Sharing*, New York: Portfolio/Penguin.
- Grondys, K. (2019), "Implementation of the Sharing Economy in the B2B Sector", *Sustainability*, 11(14), 3976, 1-16.
- Hamari, J. et al. (2016), "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption", *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
- Hawlicschek, F. et al. (2018), "Consumer Motives For Peer-to-Peer Sharing", *Journal of Cleaner Production*, 204, 144-157.
- Heinrichs, H. (2013), "Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability", *Gaia*, 22(4), 228.
- Hossain, M. (2021), "The Effect of the Covid-19 on Sharing Economy Activities", *Journal of Cleaner Production*, 280, 124782.
- Keating, D. (2019), *Uber Adding To Air Pollution in Europe Report*, <<https://www.forbes.com/sites/davekeating/2019/11/20/uber-adding-to-air-pollution-in-europereport/?sh=1d7179115041>>, 09.10.2021.
- Kim, K. et al. (2018), "Creative Destruction of The Sharing Economy in Action: The Case of Uber", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 110, 118-127.
- Kişî, N. (2018), "Paylaşım Ekonomisinin Ulaşım Sektörüne Yansımaları: Uber Örneği", *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 57-68.
- Kozinets, R.V. (1999), "E-Tribalized Marketing?: The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption", *European Management Journal*, 17(3), 252-264.
- Kumar, V. et al. (2018), "A Strategic Framework for a Profitable Business Model in The Sharing Economy", *Industrial Marketing Management*, 69, 147-160.
- Kurt, S. & K. Ünlüönen (2017), "Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Turizm Sisteminin Değerlendirilmesi", *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 1-21.
- Li, Z. et al. (2018), "An Empirical Analysis of the Impacts of the Sharing Economy Platforms on the US Labor Market", in: *Proceeding of the 51st Hawaii International Conference on System Science*, Hawaii.
- Liu, C. et al. (2020), "Mapping the Sharing Economy in China", *Sustainability*, 12(16), 6333, 1-19.
- Ma, Y. et al. (2018), "Challenges of Collaborative Governance in the Sharing Economy: The Case of Free-Floating Bike Sharing in Shanghai", *Journal of Cleaner Production*, 197, 356-365.
- Martin, C.J. (2016), "The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or A Nightmarish Form of Neoliberal Capitalism?", *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- 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.

- Muñoz, P. & B. Cohen (2018), "A Compass for Navigating Sharing Economy Business Models", *California Management Review*, 61(1), 114-147.
- Narasimhan, C. et al. (2018), "Sharing Economy: Review of Current Research and Future Directions", *Customer Needs and Solutions*, 5(1), 93-106.
- Özdemir, G. & D. Çelebi (2018), "Paylaşım Ekonomisi: Airbnb Örneği", *İş Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 20(2), 25-38.
- Parguel, B. et al. (2017), "Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption", *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 48-57.
- Paribu, (2020), *Peer to peer nedir?*, <<https://www.paribu.com/blog/sozluk/peer-to-peer-nedir>>, 12.10.2021.
- Petrucci, M.A. et al. (2021), "To Share or to Exchange: An Analysis of The Sharing Economy Characteristics of Airbnb and Fairbnb. Coop", *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102724.
- Plante, G.P. (2019), "Uber and Lyft Have Admitted to Making Traffing Worse in Some US Cities", <<https://www.vox.com/the-goods/2019/8/6/20757593/uber-lyft-traffic-congestion-pricing>>, 10.12.2021.
- Räisänen, J. et al. (2021), "Building Trust in The Sharing Economy: Current Approaches and Future Considerations", *Journal of Cleaner Production*, 279, 123724.
- Richardson, L. (2015), "Performing the Sharing Economy", *Geoforum*, 67, 121-129.
- Rong, K. et al. (2019), "Redundancy in The Sharing Economy", *Resources, Conservation and Recycling*, 151, 104455, 1-15.
- Schor, J. (2016), "Debating the Sharing Economy", *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.
- Schor, J.B. & W. Charles (2017), "The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms", *Sociology Compass*, 11(8), 1-16.
- Šepel'ová, L. et al. (2022), "Sustainability Drives of the Sharing Economy", in: *Developments in Information & Knowledge Management for Business Applications* (139-154), Springer, Cham.
- Slee, T. (2015), "The Sharing Economy", in: *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy* (9-18), New York: OR Books.
- Teixeira, J.F. & M. Lopes (2020), "The link between bike sharing and subway use during the COVID-19 pandemic: The case-study of New York's Citi Bike", *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 6, 100166, 1-11.
- Teubner, T. (2014), "Thoughts on the sharing economy", in: *Proceedings of the International Conference on e-Commerce* (322-326), 11.
- Tussyadiah, I.P. (2015), "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel", in: I. Tussyadiah & A. Inversini (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism* (817-830), Springer, Cham.
- Venkateswaran, V. et al. (2021), "'To Trust or Not': Impact of Camouflage Strategies on Trust in The Sharing Economy", *Journal of Business Research*, 136, 110-126.

- Xu, X. (2018), "Does Traveler Satisfaction Differ in Various Travel Group Compositions? Evidence From Online Reviews", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1663-1685.
- Yaraghi, N. & S. Ravi (2017), *The Current and Future State of the Sharing Economy*, Brookings India IMPACT Series No. 032017, March 2017.
- Yıldırım, Y. (2021), "COVID-19'un İktisadi Yaşama, Siyasi Alana ve Topluma Etkileri: Kapsamlı Bir Değerlendirme", *Sosyoekonomi*, 29(50), 277-297.
- Zhang, C.X. et al. (2021), "When Hosts Trust Guests and Sharing Platforms: Trust in Sharing Economy", *Journal of China Tourism Research*, 18(3), 630-650.
- Zhu, X. & K. Liu (2021), "A systematic review and future directions of the sharing economy: business models, operational insights and environment-based utilities", *Journal of Cleaner Production*, 290, 125209.