

YENİ NESİL BİR EKONOMİK SİSTEMİN ÜLKEMİZDEKİ POTANSİYELİ: PAYLAŞIM EKONOMİSİNDEKİ İŞ MODELİ ÖRNEKLERİNİN İRDELENMESİ

Hakan Kiracı

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İşletme Fakültesi, UTL Bölümü hakan.kiraci@yahoo.com

Aydın Kayabaşı

Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, aydinkayabasi@gmail.com

ÖZ

Yüzyıllardır süren sahiplik temelinde işleyen geleneksel ekonomik sistemin neden olduğu pek çok olumsuzluk, bu ekonomik sisteme alternatif arayışlarının olması, gelişen internet teknolojileri, erişimlerine yoğun talep alan sosyal paylaşım sitelerinde yaşanan çeşitlilik ve genç nüfus potansiyeli oldukça yüksek olan ülkemizde sosyal paylaşım sitelerinde fotoğraf, müzik, video ve durum vb. paylaşımlarıyla büyüyen bir (Y) neslin taşıdığı potansiyel, paylaşım ekonomisinin geleceğinin oldukça parlak olduğunu gözler önüne seren destekleyici gözlemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Paylaşım ekonomisinin önemli paydaşlarından biri olan paylaşım sistemleri üzerine yapılan bu çalışmada, 106 paylaşım sistemlerinde var olan iş modelleri beş ayrı sınıflandırma temelinde incelenmekte ve bu sistemlerin ülkemizde başarıyla yürütülebilme potansiyelleri irdelenmektedir. Ayrıca, belirli iş modellerini başarıyla sürdüren paylaşım sistemi örneklerinin yanı sıra; başarısızlık formülü arayışı yolunda, yeterince müşteri talebi yakalayamamış (başarısız) örneklerin de ayrıca incelemesi yapılmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda; paylaşım ekonomisinin paydaşları olan işletmeler, kamu kuruluşları ve bireyler için öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Paylaşım Ekonomisi, Paylaşım Sistemi, Ortaklaşa Tüketim, İş Modeli, Türkiye

JEL Kodları: M31, P46, D14.

Bilgilendirme: Bu makale, 3.Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresinde (12-15 Ekim 2017, Fethiye) sunulan sözlü bildirinin genişletilmiş şeklidir.

A NEW GENERATION ECONOMIC SYSTEM POTENTIAL IN TURKEY: AN INVESTIGATION OF BUSINESS MODEL EXAMPLES WITHIN THE SHARING ECONOMY

ABSTRACT

Ownership-based consumption behaviors that they have been preferred for centuries in commercial marketplaces by consumers who want to consume any product or service, gradually give way to the different consumption patterns that which are exhibited in the sharing systems with the influence of the collaborative consumption movement. Looking at some supporting observations that show the future of the sharing economy is very hopeful, it has been seen that many negativities caused by the traditional economic system which operating on the basis of ownership for centuries; searching for alternatives to this economic system; diversity in Internet technologies and social networking websites; photos, music, videos and status sharings on social networking sites in Turkey where young (Y) population has a very high potential. This study examines one of basic elements of sharing economy called sharing platform. From this point, it is presented that examples of (106) sharing systems and existing business models in sharing systems (on the basis of five classification) and examined the potential of those systems to successfully operate in our country. In addition to those examples of sharing systems that successfully operate specific business models, unsuccessful samples are also examined. As a result of the reviews of systems and business models in terms of potential in Turkey, some proposals for businesses, public institutes and individual consumers which are stakeholders of the sharing economy are presented.

Keywords: *Sharing Economy, Sharing System, Collaborative Consumption, Business Model, Turkey*

JEL Codes: M31, P46, D14.

Acknowledgement: *This study an expanded version of the oral presentation was presented at the 3.International Entrepreneurship, Employment and Career Congress (October 12-15, 2017, Fethiye).*

Giriş

Günde ortalama bir saat kullanılmasına karşın, kullanılmadığı 23 saat boyunca bekleyen otomobiller ve yıllar önce satın alınmasına rağmen yalnızca 1-2 kez kullanılmış olarak bir kenarda bekleyen spor ekipmanları vb. gibi pek çok örneğin bir çırpıda verilebileceği tüketim çılgınlığı hareketinin küresel ölçekte son 20 yılda pek çok ülkede gözlemlendiğine ve her geçen gün büyüdüğüne tanıklık edilmektedir. Tüketim çılgınlığını dindirmeyi amaçlayan paylaşım ekonomisi ise, pek çok iş modelinin uygulamaya geçirildiği paylaşım sistemlerinden oluşmaktadır. Botsman ve Rogers (2010)'ın "What's Mine is Yours" isimli kitabıyla alevlenen ve belirli varlıklara sahip olmadan da tüketim gereksinimlerinin giderilebileceğini ortaya koyan ortaklaşa tüketim hareketi ve Belk (2007) tarafından tanımlanan paylaşım davranışı, bu yeni ekonomik sistemdeki tüketicinin üstleneceği birbirinden farklı rolleri ifade etmektedir.

Bu çalışmada; geleneksel ekonomik sistemin neden olduğu ekonomik, toplumsal ve çevresel yıkımları ortadan kaldırmayı amaçlayan, buna karşın Morozov (2013)'un "geleneksel ekonomik sistemin neden olduğu aşırılıkları arttırmakla" suçladığı paylaşım ekonomisinin işleyişi incelenmektedir. Bu çalışmada, paylaşım sistemlerinde var olan iş modelleri ve bu modellerin temelinde pazara giriş yapmış paylaşım sistemlerinden örnekler verilmekte ve bu sistemlerin ülkemizde başarıyla yürütülebilme potansiyelleri irdelenmektedir. Ayrıca, belirli iş modellerini başarıyla sürdüren paylaşım sistemi örneklerinin yanı sıra; başarısızlık formülü arayışı yolunda, yeterince müşteri talebi yakalayamamış (başarısız) örneklerin de ayrıca incelemesi yapılmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda; paylaşım ekonomisinin paydaşları olan işletmeler, kamu kuruluşları ve bireyler için öneriler sunulmaktadır.

Plenter vd. (2017) tarafından "artık günlük yaşantımızda her yerde var olmuştur" dediği paylaşım ekonomisi ve bu ekonomide bulunan paylaşım sistemlerinin ülkemizde kullanımı bir tarafa, henüz yeterince bilinmediği gözlenmektedir. Gelişmiş ülkelerde başarıyla yürütülen paylaşım sistemlerinin, ülkemizin de içinde olduğu gelişmekte olan ekonomilerde henüz istenen düzeye gelemediği noktasından hareketle, bu araştırmada söz konusu eksikliğin giderilmesine yönelik olarak başta girişimci adayları olmak üzere paylaşım ekonomisinin tüm paydaşlarına bilgi verilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, bu yeni ekonomik sistemin yasal altyapısının oluşturulmamış olması, tarihsel geçmişinde ve kültürel birikiminde tanıdığı bireylerle yoğun paylaşımlar göstermeye yatkın olan ülkemizin bireylerinin, tanınmayan bireylerle yapılacak paylaşım konusunda özellikle güvene dayalı endişelerinin var olmasının, ulusal paylaşım sistemlerini başarısızlığa iten olası nedenler olarak ilk başta göze çarpmaktadır.

Literatür Taraması

Bu başlıkta; paylaşım ekonomisi, iş modeli, paylaşım sistemleri ve paylaşım sistemlerine ilişkin yapılan sınıflandırmalar hakkında bilgi verilmektedir. Acquier vd. (2017)'e göre erişim ekonomisi, platform ekonomisi ve toplum odaklı ekonomi olmak üzere üç temel türden oluşan paylaşım ekonomisine yönelik yapılan çalışmalara göz atıldığında; kuramsal çalışmaların (Belk, 2007; Belk, 2010; Rogers ve Bostman, 2010; Bardhi ve Eckhardt, 2012; Belk, 2014); Ertz vd., 2016), bireysel paylaşım davranışlarının (Ozanne ve Ballantine, 2010; Hellwig vd., 2015; Möhlmann, 2015; Özata vd., 2015; Tussyadiah, 2015; Gümüş ve Telci, 2016; Kiracı, 2017; Korkmaz Devrani, 2017), paylaşım sistemlerinin (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Lamberton ve Rose, 2012; Owyang vd., 2013; Bruno ve Faggini, 2017; Mair ve Reischauer, 2017) ve paylaşım sistemlerinde benimsenen iş modellerinin (Dervojeđa vd., 2013; Pedersen ve Netter, 2015; Martin, 2016; Kannisto, 2017; Park ve Armstrong, 2017; Munoz ve Cohen, 2017; Plenter vd., 2017; Roos ve Hahn 2017) incelendiği araştırmalar göze çarpmaktadır.

Ertz vd. (2016) tarafından kaynak dönüşüm sistemleri olarak isimlendirilen paylaşım ekonomisi, paylaşım sistemlerinden ve bu sistemlerde sergilenen ortaklaşa tüketim eylemlerinden oluşan bir yapıyı temsil etmektedir. Frenken vd. (2015)'e göre ise; paylaşım ekonomisi, çoğunlukla belirli bir bedel karşılığında bireylerin yetersiz kullarımdaki fiziksel varlıklara (boş kapasite) geçici olarak erişime izin verdikleri bir ekonomik sistemi ifade etmektedir. Geleneksel ekonominin alternatifi olarak lanse edilen paylaşım ekonomisinin, geleneksel ekonomiyle birlikte var olacağı öngörülmektedir. Nitekim bu iki ekonomi, bireylerin gereksinimlerini gidermelerine ilişkin alternatif yolları belirtmektedir.

Yeni ekonomi olarak lanse edilen paylaşım ekonomisinde birbirinden farklı çok sayıda iş modelinin benimsenebildiği gözlenmektedir. İşletme modeli, bir kuruluşun dış paydaşlarla nasıl bir bağlantı kurduğunu ve değişimin tüm tarafları için değer yaratmada bu paydaşlarla ekonomik değişime ne şekilde girdiğini açıklayan bir araçtır (Zoot ve Amit, 2007). Osterwalder ve Pigneur (2010) ise, işletme modelinin tüketici bölümleri, değer önerisi, müşteri ilişkileri, kanal, gelir akışı, temel kaynaklar, temel eylemler, temel paydaşlar ve maliyet yapısı olmak üzere dokuz farklı unsurdan oluştuğunu ileri sürmektedir. Lewis (2000) tarafından sanatın bir tanımı olarak ifade edilen işletme modeli Drucker (1994) tarafından temel olarak iki soruya öncelikle yanıt bularak şekillenmektedir. Bunlar: Tüketicilere ne değer sunulacak? ve işletme nasıl gelir elde edecek? Paylaşım sistemlerinde aracı, sağlayıcı ve kullanıcılar (müşteri) tarafından birlikte sağlanan değerler ilk soruya yanıtı belirtirken; paylaşım ekonomisi pazarına giriş yapan paylaşım sistemlerinde birbirinden farklı gelir elde etme yollarının var olması da ikinci sorunun yanıtını oluşturmaktadır.

Paylaşım sistemleri ve geleneksel ekonomik sistemde kullanılan iş modelleri incelendiğinde; eski para ekonomisinde faaliyet gösteren işletmelerin, tüketiciden ücret almaksızın gelir elde etme dışındaki tüm işletme modellerini kullanabilmekte olduğu; buna karşın paylaşım ekonomisinde faaliyet gösteren işletmelerde ise ücretsiz veya neredeyse ücretsiz hizmet örneklerinin sunulabildiği gözlenmektedir (Kannisto, 2017). Bununla birlikte; kiralama, leasing, komisyonculuk, üyelik ve ikinci el satışı vb. gibi pek çok geleneksel ekonomide var olan pazar işleyişlerini kullanan paylaşım ekonomisi işletmeleri ya da sistemlerinin, geleneksel ekonominin kapsamında yer alan bir dizi mevcut modelleri birleştirdiklerinden, bu

sistemlerin işletme modeli yenilikçileri olarak görülmemesi gerekmektedir (Kannisto, 2017).

Paylaşım ekonomisinin temel yapıtaşlarını oluşturan paylaşım sistemleri, bireylerin ortaklaşa tüketim davranışlarını sergilemelerine olanak sağlayan dijital sistemler olarak tanımlanabilmektedir. Bu bağlamda ortaklaşa tüketimin tanımına da yer verilmesinde yarar vardır. Hamari vd. (2015)'e göre ortaklaşa tüketim şöyle tanımlanmaktadır: "Toplumsal temelli online ortamların koordinasyonu ile mal ve hizmetlere erişim sağlanmak, elde etmek, vermek veya paylaşım üzere kişiler arası doğrudan kurulan etkileşime dayalı (P2P) eylemlerdir." (Hamari vd., 2015:2).

Bu araştırmada, paylaşım sistemleri sınıflandırılmakta olduğundan, paylaşım sistemlerini sınıflandıran çeşitli araştırmaların bulgularına kısaca yer verilmesinde yarar vardır. Ertz vd. (2016) paylaşım sistemlerini üç kriterine göre sınıflandırmaktadır. Bunlar; uygulamalar kriteri (bedava uygulamalardan ücretli uygulamalara kadar giden değişim süreci), sahipliğin transferi kriteri (kullanım ve mülkiyet paylaşımından, kullanım ve mülkiyet transferine kadar giden eylemler) ve işlem kanalı kriteridir (tam çevrim dışından tam çevrim içine giden platformlar). Munoz ve Cohen (2017) paylaşım ekonomisinde var olan iş modellerinin beş bölüme ayrıldığını belirtmektedir. Bunlar; topluluk oluşturma temelli teknolojiler (BlaBlaCar, Task Rabbit, Uber, AirBnb, Yerdle, SkillShare), ortaklaşa tüketim (BlaBlaCar, ShareYourMeal, Yerdle), işletmelerden topluluklara erişme (Task Rabbit, Vint), boşluk temelli ve teknolojinin yoğun olmadığı paylaşımlar (TalentGarden) ve aykırı paylaşımlar (Kiva) olarak isimlendirilmektedir. Bruno ve Faggini (2017) paylaşım sistemlerindeki iş modellerini sınıflandırmak için beş temel ayırım öngörmektedir. Bunlar; kişiden kişiye (peer-to-peer) doğrudan / işletmeden – işletmeye veya tüketiciye, mallar / hizmetler, ortaklaşa tüketim / görevlerin değişimi, içsel motivasyon kaynaklı / dışsal motivasyon kaynaklı ve kar odaklı / kar odaklı olmayan şeklindedir. Botsman ve Rogers (2010) ise ortaklaşa tüketim sisteminin üç temel aşandan oluştuğunu ileri sürmektedir. Bunlar:

- Ürün / hizmet sistemleri (Zipcar, AtlaGit, RelayRides, GetAround, Rent-a-toy, Zilok, Ecomodo, Neighborgoods)
- Yeniden dağıtım pazarları (eBay, Sahibinden, Freecycle, Freeeconomy, Bookmooch, ThredUp)
- Ortaklaşa yaşam biçimleridir (LendingClub, CouchSurfing, AirBnb, Indiegogo, EatWithMe).

Roos ve Hahn (2017) ve Botsman ve Rogers (2010) benimsedikleri iş modeline göre paylaşım sistemlerini beşe ayırmaktadır. Bunlar; kiralama, ödünç alışverişi, bağış alışverişi, takas ve ikinci el alışverişidir. Vaughan ve Daverio (2016) ise, paylaşım sistemlerinde sunulan ürün/hizmet türüne dörde ayırmaktadır. Bunlar; yer paylaşımı, kısa süreli iş ekonomisi, ulaşım paylaşımı ve kitlesel fon paylaşımıdır. Vaughan ve Daverio (2016) kısa süreli iş ekonomisinin de kendi içinde tüketicilere yönelik ve işletmelere yönelik olmak üzere iki temel sınıfı bulunduğunu belirtmektedir. Vaughan ve Daverio (2016)'un yaptığı sınıflandırmaya benzer şekilde; Martin (2016) paylaşım sistemlerini dörde ayırmaktadır. Bunlar; yer paylaşım sistemleri, araç ya da yolculuk paylaşım sistemleri, P2P işgücü pazaryerleri ve P2P paylaşım ve dönüşüm sistemleridir. Hamari vd. (2016) paylaşım sistemlerini sahiplik transferine göre ikiye ayırmaktadır. Bunlar; sahiplik transferi yapılan paylaşım sistemleri ve sahiplik

transferi yapılmayan paylaşım sistemleridir. Lamberton ve Rose (2012) ise paylaşım sistemlerini iki kritere göre sınıflandırmaktadır. Bunlar; ticari / ticari olmayan ve herkese açık / üyelerine açık olan sistemlerdir. Benzer şekilde Schor ve Fitzmaurice (2015) paylaşım sistemlerini; kar odaklı ve kar odaklı olmayan olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Ayrıca, Schor ve Fitzmaurice (2015) paylaşım sistemlerini; P2P türü olan ve P2P türü olmayan olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Ertz vd. (2017) paylaşım sistemlerini aktörlerin rolüne göre (işletme, tüketici ve devlet) sınıflandırmaktadır. Ayrıca paylaşım ekonomisinde gözlenen ortaklaşa tüketim davranışlarına benzer şekilde, ortaklaşa gelir yaratma modellerinden de kısaca bahsetmekte yarar vardır. Kannisto (2017), ortaklaşa gelir elde etme yöntemine göre paylaşım sistemlerindeki işletme modellerini üçe ayırmaktadır. Bunlar; kullanıcılar tarafından ödeme yapılan modeller, ücretsiz veya neredeyse ücretsiz modeller ve üçüncü parti gelir yaratma yöntemlerini kullanan modeller olarak isimlendirilmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Önceki başlıkta da değinildiği gibi, paylaşım ekonomisinde faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinin benimsediği iş modeli ya da modellerine göre sınıflandırılmasının yapıldığı pek çok çalışma bulunmaktadır (Botsman ve Rogers, 2010; Lamberton ve Rose, 2012; Ertz vd., 2016; Acquier, 2017; Bruno ve Faggini, 2017; Ertz vd., 2017; Kannisto, 2017; Marangoz vd., 2017; Munoz ve Cohen, 2017). Ancak bu araştırma, beş farklı sınıflandırma temel alınarak yapılmaktadır. Bir başka deyişle; Botsman ve Rogers (2010) ve Roos ve Hahn (2017) tarafından beş, Lamberton ve Rose (2012) tarafından iki, Schor ve Fitzmaurice (2015) tarafından iki, Vaughan ve Daverio (2016) tarafından dört ve son olarak Hamari vd. (2016) tarafından iki sınıfa ayrılan paylaşım sistemleri, bu çalışmada benimsedikleri iş modeline göre sınıflandırılmaktadır. Özetle bu çalışmada, 2017 yılının Temmuz ayında Internet üzerinden erişilebilen 106 ulusal / uluslararası paylaşım sisteminde benimsenen iş modelleri, içerik analizi yöntemiyle ve beş ayrı sınıflandırma temelinde sınıflandırılmakta ve sınıflandırma sonucu ortaya çıkan bulgulara göre çeşitli değerlendirmeler yapılmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, paylaşım sistemlerini, benimsedikleri iş modellerine göre sınıflandırmak ve sınıflar arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Örneğin en fazla benimsenen iş modellerinin neler olduğu, uluslararası paylaşım sistemlerinde benimsenen hangi iş modeli ya da modelinin ülkemizde faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinde benimsenmediği ve ülkemizde faaliyetine son veren paylaşım sistemlerinin ağırlıklı olarak hangi iş modelini benimsediği ortaya konulmaktadır. Bu çalışmadan elde edilecek bulguların, paylaşım ekonomisine yönelik olarak yakın gelecekte ulusal / uluslararası pazara giriş yapacak ulusal paylaşım sistemi girişimci adaylarına ve mevcut paylaşım sistemi yöneticilerine "paylaşım ekonomisi" konusunda oldukça aydınlatıcı bilgiler sunması beklenmektedir.

Bu araştırma kapsamında içerik analizi yöntemiyle incelenecek paylaşım sistemlerinin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Paylaşım sistemlerinden toplanan veriler SPSS 16.0 programına yüklenerek, öncelikle betimsel istatistik bulgular ortaya konmaktadır. Ayrıca, paylaşım sisteminin ulusal / uluslararası niteliğine ve faaliyet durumuna göre paylaşım sistemlerinin dağılımı incelenmekte ve kategorik nitelik taşıyan araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiler Ki-kare bağımsızlık testi yardımıyla test edilmektedir.

Bu noktada yapılan araştırmanın kısıtlarına da kısaca yer verilmesinde yarar vardır. "The Mesh Directory" kaynağına göre dünya çapında yaklaşık 9000 paylaşım sisteminin faaliyet gösterdiği belirtilmektedir (Ertz vd., 2016). Yalnızca 106 paylaşım sisteminin bu çalışmada incelemesinin yapılması, seçim ölçütü kullanılarak incelenecek paylaşım sistemleri belirlenmemiş olması (kolayda seçim), paylaşım sistemleri hakkındaki finansal ve dijital metriklerin dikkate alınmamış olması, paylaşım sistemlerinde sunulan ürün/hizmet çeşitliliğinin kapsamının göz ardı edilmesi, paylaşım sistemlerinin kendi web sitelerinde sundukları veriler doğrultusunda değerlendirmelerin yapılmış olması (tek yönlü inceleme) ve yalnızca paylaşım sistemlerinin tüketici yönlü faaliyetlerinin incelenmiş olması, araştırmanın kısıtlarını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Bulguları

106 paylaşım sisteminin içerik analizi yöntemiyle incelendiği bu araştırmanın ilk bulguları tablo 1'de yer almaktadır. Bu tabloya bakıldığında; incelenen paylaşım sistemlerinin ulusal kökene göre neredeyse eşit bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Paylaşım sistemlerinde kullanıcılardan doğrudan gelir elde etme modelinin dağılımı incelendiğinde ise, incelenen paylaşım sistemlerinin büyük çoğunluğunda doğrudan gelir elde etme yönteminin var olduğu belirlenmektedir. Bu sözü edilen paylaşım sistemlerinde kullanım ücreti, komisyon, üyelik ücretinden bir ya da birkaçını kullanarak gelir elde etme yöntemlerinin var olmasına karşın; doğrudan gelir elde etme yöntemi olmayan paylaşım sistemlerinin ise üçüncü parti gelir elde etme yöntemlerini (reklam alanlarının kullanımı, bağışlar vb.) tercih ettikleri belirlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde; bu çalışmaya konu olan 106 paylaşım sisteminin büyük bir çoğunluğunun (%80,2) faaliyette olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca, kullanıcıların ortak ödeme yapabilmelerine olanak sağlayan paylaşım sistemlerinin oranının ise %24,5'te kaldığı görülmektedir.

Tablo 1: İncelenen Paylaşım Sistemlerinin Genel Dağılımı

Köken	n		D.Gelir Modeli	n	%
Ulusal	52	9,1	Var	73	68,9
Uluslararası	54	0,9	Yok	33	31,1
Toplam	106	00	Toplam	106	100
Faal.Durumu	n		Ortak Ödeme	n	%
Faaliyette	85	0,2	Var	26	24,5
Kapalı	18	7,0	Yok	80	75,5
Güncel Değil	3	,8	Toplam	106	100
Toplam	106	00			

Bu çalışmada benimsenen beş farklı sınıflandırmaya göre incelenen paylaşım sistemlerinin dağılımı tablo 2'de verilmektedir. Bu tablo incelendiğinde; bu çalışmaya konu olan 106 paylaşım sisteminin çoğunun (%61,3) kar odaklı faaliyet gösterdiği görülmektedir. Ayrıca tüm paylaşım sistemlerinin yaklaşık 9/10'unun P2P türü etkileşim kuran sistemleri benimsediği belirlenmiştir. Sahiplik transferi açısından değerlendirme yapılacak olursa; paylaşım sistemlerinin 2/3'ünün sahiplik transferi yapılmayan paylaşım sistemlerinden oluştuğu göze çarpmaktadır. Bu son iki bulgu irdelendiğinde; paylaşım ekonomisinin P2P

sistemler ekonomisi olarak nitelendirilmesi ve sahiplik karşılığına vurgu yapan bir ekonomik sistem olmasıyla tutarlılık gösteren bulgular elde edildiğini dile getirebilmek mümkündür.

Buraya kadar değinilen üç sınıflandırmanın yanı sıra, paylaşım sistemlerini kullanıcıların tüketim kalıbına ve paylaşım sistemlerinde yapılan işlemin türüne göre sınıflandıran sınıflandırmalara göre dağılıma göz atılmasında yarar vardır. Kullanıcıların tüketim kalıbına göre beşe ayrılan paylaşım sistemlerinin dağılımı incelendiğinde; kiralamanın en yaygın tüketim kalıbı olduğu göze çarpmaktadır. Bu tüketim kalıbının ardından sırasıyla ikinci el alışveriş ve bağış alışverişinin geldiği belirlenmektedir. İşlem türüne göre sınıflandırma temelinde tablo incelendiğinde ise; kısa süreli iş ekonomisi (gig ekonomisi) ve ulaşım paylaşımının en yüksek orana sahip olduğu gözlenmektedir.

Bu araştırmada benimsenen beş sınıflandırma ölçütüne hareket edilerek; kar odaklı olup olmamalarına, P2P niteliğine ve sahiplik transferi yapıp yapılmadığına göre incelenen paylaşım sistemlerinin tümünün sözü edilen bu üç sınıflandırmada kendilerine bir sınıf bulduğu gözlenirse de; diğer iki sınıflandırma ölçütüne göre bu araştırmadaki paylaşım sistemleri sınıflandırıldığında hiçbir sınıfa girmeyen paylaşım sistemlerinin var olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2: İncelenen Paylaşım Sistemlerinin Sınıflara Göre Dağılımı

Kar Odaklı mı	n	%	P2P Durumu	n	%
Kar Odaklı	65	61,3	P2P	95	89,6
Ticari Değil	41	38,7	P2P Değil	11	10,4
Toplam	106	100	Toplam	106	100
Tüketim Kalıbı	n	%	İşlem Türü	n	%
Kiralama	39	48,1	Yer pay.	16	26,3
Ödünç	6	7,4	Gig ekonomisi	18	29,5
Bağış	15	18,6	Ulaşım pay.	18	29,5
Takas	9	11,1	Kitlese fon	9	14,8
İkinci El	12	14,8	Toplam	61	100
Toplam	81	100			
Sahiplik Transferi	n	%			
Var	36	33,9			
Yok	70	66,1			

106 paylaşım sisteminin belirli ölçütlere göre dağılımının yer aldığı tablo 1 ve tablo2'deki bulguların yanı sıra, bu araştırmada incelenen paylaşım sistemlerini ulusal / uluslararası niteliğine ve faaliyet durumuna (faal / kapalı) göre ayrıca analiz etmekte yarar vardır. Bu amaçla öncelikle paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliğine göre dağılımı tablo 3'te verilmektedir. Betimsel istatistik değerlerinin yer aldığı bu tablodaki veriler incelendiğinde; kar odaklı faaliyet gösteren uluslararası paylaşım sistemlerinin oranının (%77,7), ulusal paylaşım sistemlerinin oranına göre (%44) oldukça yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Pek çok araştırmacı tarafından P2P sistemleri ekonomisi olarak gösterilen paylaşım ekonomisinde faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinin P2P niteliği incelendiğinde; hem ulusal (%86,5) hem de uluslararası (%92,6) paylaşım sistemlerinin büyük çoğunluğunun P2P türü etkileşim kuran paylaşım sistemlerinden oluştuğu ortaya

çıkılmaktadır. Sahiplik transferi açısından her iki paylaşım sistemi türü karşılaştırıldığında; sahiplik transferi yapılmayan iş modelini benimseyen uluslararası paylaşım sistemlerinin (%79,6), ulusal paylaşım sistemlerinin oranından (%51,9) belirgin biçimde yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo3: Paylaşım Sistemlerinin Ulusal/Uluslararası Niteliğine Göre Dağılımı

Kökeni	Kar Odağı			P2P Durumu		
	Kar Odaklı	Ticari Değil	Toplam	P2P	P2P Değil	Toplam
Ulusal	23	29	52	45	7	52
Uluslararası	42	12	54	50	4	54
Toplam	65	41	106	95	11	106
	Faaliyet Durumu			Sahiplik Transferi		
	Faaliyette	Kapalı /GD	Toplam	Var	Yok	Toplam
Ulusal	34	18	52	25	27	52
Uluslararası	51	3	54	11	43	54
Toplam	85	21	106	36	70	106
	Tüketim Kalıbı					
	Kiralama	Ödünç	Bağış	Takas	İkinciEl	Toplam
Ulusal	17	3	12	6	7	45
Uluslararası	22	3	3	3	5	36
Toplam	39	6	15	9	12	81
	İşlem Türü					
	Yer Pay.	Gig Ekon.	Ulaşım Pay.	Kitle Fonlama	Toplam	
Ulusal	3	4	12	5	24	
Uluslararası	13	14	6	4	37	
Toplam	16	18	18	9	61	

Bu araştırmada incelenen paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile faaliyet durumu karşılaştırılarak incelendiğinde; kapalı ya da güncel olmayan ulusal paylaşım sistemlerinin oranının (%34,6), uluslararası paylaşım sistemlerinin oranından (%5,5) yaklaşık altı kat fazla olduğu belirlenmiştir. Kullanıcıların sergilediği tüketim kalıbına göre dağılıma bakıldığında; bağış alışverişi, takas ve ikinci elde ulusal paylaşım sistemlerinin (sırasıyla %26,6; %13,3; %15,5), kiralama ve ödünç alışverişinde ise uluslararası paylaşım sistemlerinin (sırasıyla %61,1; %8,3) diğer türe göre oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca, her iki türde de kiralama ve ikinci el alışverişin en yüksek orana sahip tüketim kalıbı olduğu belirlenmektedir. Paylaşım sisteminde yapılan işlem türüne göre dağılım incelendiğinde; ulaşım paylaşımı ve kitle fonlamanın ulusal paylaşım sistemlerinde (sırasıyla %50; %20,8); yer paylaşımı ve gig ekonomisinin ise uluslararası paylaşım sistemlerinde diğer türe göre oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca, ulusal paylaşım sistemlerinde görülen en yüksek oranın ulaşım paylaşımı, uluslararası paylaşım sistemlerinde görülen en yüksek oranın ise gig ekonomisine yönelik olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırmada incelenen paylaşım sistemlerinin faaliyet durumuna göre beş ayrı

sınıflandırmada oluşan sınıfların ayrıca incelenmesinde yarar vardır. Bu karşılaştırmaların yer aldığı bulgular tablo 4'te verilmektedir. Bu tablo incelendiğinde; faaliyette olan paylaşım sistemlerinin çoğunluğunun kar odaklı faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinden oluştuğu (%65,8), kapalı ya da güncel olmayan paylaşım sistemlerinin çoğunun ise (%57,1) ticari olmayan paylaşım sistemlerinden oluştuğu görülmektedir. İncelenen paylaşım sistemlerinin P2P türü olup olmamalarına göre dağılıma göz atıldığında; hem faaliyette olan hem de kapalı paylaşım sistemlerinin büyük çoğunluğunun P2P türü etkileşim kuran paylaşım sistemlerinden oluştuğu saptanmaktadır. Ancak yine de, kapalı paylaşım sistemlerinin P2P oranının (%80,9) faaliyette olan paylaşım sistemlerinin P2P oranından (%91,7) düşük olduğunu belirtmekte yarar vardır. İncelenen paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumu ile sahiplik transferi yapılan / yapılmayan paylaşım sistemi olma durumu karşılaştırıldığında; hem faaliyette olan hem de kapalı olan paylaşım sistemlerinin 2/3'ünün sahiplik transferi yapılmayan iş modelini tercih eden paylaşım sistemlerinden oluştuğu gözlenmektedir.

Tablo 4: Faaliyet Durumuna Göre Paylaşım Sistemlerinin Dağılımı

Faaliyet Durumu	Kar Odağı			P2P Durumu		
	Kar Odaklı	Ticari Değil	Toplam	P2P	P2P Değil	Toplam
Faaliyette	56	29	85	78	7	85
Kapalı/GD	9	12	21	17	4	21
Toplam	65	41	106	95	11	106
	Kökeni			Sahiplik Transferi		
	Ulusal	Ulus.Arası	Toplam	Var	Yok	Toplam
Faaliyette	34	51	85	29	56	85
Kapalı/GD	18	3	21	7	14	21
Toplam	52	54	106	36	70	106
	Tüketim Kalıbı					
	Kiralama	Ödünç	Bağış	Takas	İkinciEl	Toplam
Faaliyette	28	5	11	7	11	62
Kapalı/GD	11	1	4	2	1	19
Toplam	39	6	15	9	12	81
	İşlem Türü					
	Yer Pay.	Gig Ekon.	Ulaşım Pay.	Kitle Fonlama	Toplam	
Faaliyette	13	17	12	7	49	
Kapalı/GD	3	1	6	2	12	
Toplam	16	18	18	9	61	

Bu araştırmada incelenen paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumu ile kullanıcıların sergilediği tüketim kalıbına göre oluşan sınıflar karşılaştırıldığında; faaliyette olan paylaşım sistemlerinin ödünç alışverişi, takas ve ikinci el alışveriş türü tüketim kalıbında (sırasıyla %8,1; %11,3; %17,7) kapalı paylaşım sistemlerinden daha yüksek oranda olduğu; kapalı paylaşım sistemlerinin ise kiralama ve bağış alışverişinde (sırasıyla %57,9; %21) faaliyette olan paylaşım

sistemlerine göre daha yüksek oranda oldukları belirlenmiştir. Ayrıca her iki tür (faaliyette olan veya kapalı olan) paylaşım sistemlerinde en fazla kiralama türü tüketim kalıbının (sırasıyla % 45,1; %57,9) benimsendiği ortaya çıkmaktadır.

Paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumunun işlem türüne göre oluşan sınıflara göre dağılımı incelendiğinde; yer paylaşımı (%26,5) ve gig ekonomisi alanında (%34,7) faaliyette olan paylaşım sistemlerinin kapalı paylaşım sistemlerinin oranından (sırasıyla %25; %8,3) fazla olduğu; ulaşım paylaşımı ve kitle fonlama alanında faaliyet gösteren kapalı paylaşım sistemlerinin oranının ise, faaliyetlerini aralıksız sürdüren paylaşım sistemlerinin oranından fazla olduğu bulunmuştur.

Buraya kadar betimsel istatistik bulgular eşliğinde yapılan değerlendirmelerin yanı sıra, araştırmanın kategorik değişkenleri arasındaki ilişkinin Ki-Kare analizi ile incelenmesi gerekmektedir. Yapılan incelemeler sonucunda; incelenen paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile kar odaklı olma durumu arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (Yates Kikare=12,864; $p<0,01$). Bu bulgu sonucunda yapılan incelemede, ulusal paylaşım sistemlerinin çoğunlukla ticari olmayan iş modellerini benimserken, uluslararası paylaşım sistemlerinin çoğunlukla kar odaklı iş modellerini benimsedikleri belirlenmiştir. Her ne kadar %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde olmasa da %10 anlamlılık düzeyinde, paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile benimsenen tüketim kalıbı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Fisher Kikare=6,697; $p<0,1$). Tüketim kalıbına göre oluşan beş sınıftan üçünde (başış alışverişi, takas ve ikinci el alışverişi) ulusal paylaşım sistemlerinin; ikisinde ise (kiralama ve ödünç alışverişi) uluslararası paylaşım sistemlerinin daha yüksek oranda olduğu belirlenmiştir.

Paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile işlem türüne göre oluşan sınıflar arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Fisher Ki-Kare=8,049; $p<0,01$). İşlem türüne göre oluşan dört sınıfın ikisinde (ulaşım paylaşımı ve kitle fonlama) ulusal paylaşım sistemlerinin; ikisinde ise (yer paylaşımı ve gig ekonomisi) uluslararası paylaşım sistemlerinin oranının diğer türe göre anlamlı bir şekilde yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Paylaşım sisteminin ulusal / uluslararası niteliği ile faaliyette olma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Yates Ki-kare=15,273; $p<0,01$). Yapılan inceleme sonucunda, kapanmış ulusal paylaşım sistemlerinin oranının, uluslararası paylaşım sistemlerinin oranından yaklaşık altı kat fazla olduğu belirlenmiştir.

Paylaşım sisteminin ulusal / uluslararası niteliği ile sahiplik transferinin yapılma durumu arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Yates Ki-kare=9,243; $p<0,01$). Yapılan inceleme sonucunda, sahiplik transferi yapılmayan iş modelini benimseyen uluslararası paylaşım sistemlerinin, ulusal paylaşım sistemlerinin oranından belirgin bir şekilde yüksek olduğu görülmüştür.

Paylaşım sisteminin faaliyette olma durumu ile kar odaklı olma durumu arasında ilişki bulunmuştur (Yates Ki-kare=3,676; $p<0,05$). Yapılan inceleme sonucunda; faaliyette olan paylaşım sistemlerinin çoğunluğunun kar odaklı faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinden oluştuğu, buna karşın kapalı ya da güncel olmayan paylaşım sistemlerinin çoğunun ise ticari olmayan iş modellerini benimsediği belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Sahiplik temelinde işleyen geleneksel ekonomik sisteme alternatif bir sistem öneren paylaşım ekonomisi pek çok başarılı girişime sahne olmuştur. Sahipliğin yanı sıra, sahiplik dışı niteliğinde birbirinden farklı iş modeliyle yola çıkan ve bu nedenle tereddütlerle başlayan ilk girişimlerin tüketiciler tarafından benimsenmesi ve başarıyla yürütülmesinin ardından, çok sayıda benzer iş modeliyle yürütülen paylaşım sistemleri ya da platformlarının kurulduğu gözlenmektedir. Böylece, başlarda geleneksel ekonomik sistem karşısında tutunamayacağı endişesi taşıyan paylaşım ekonomisinin her geçen gün sağlam adımlarla ilerlediği görülmektedir. Buna karşın, ülkemizdeki paylaşım sistemlerinin küresel ölçekteki sistemler kadar etkin olmadığı belirlenmektedir. Kişisel gözlemler ve alınan yatırımların büyüklüğü göz önünde tutulduğunda, uluslararası paylaşım sistemlerinin etkin bir büyüme grafiği yakaladığı görülmektedir.

Ortaklaşa tüketim akımının da etkisiyle hızlı bir yayılma gösteren küresel ya da ulusal ölçekli paylaşım sistemleri ve bu sistemlerde var olan iş modelleri incelendiğinde; üyelik sisteminde işleyen alım-satımlardan, ortaklaşa sahiplik ya da kullanımın yapılabildiği sistemlere; ikinci el ürün satışı ve ürün kiralamadan, ortaklaşa fonlama ve sosyal ağlar üzerinden bağış/hediye kabulüne; konut/çalışma ortamı/spor salonu/otopark vb. gibi her türdeki boşluğun paylaşımından, ekonomik ömrü boyunca çok az kullanılan ve genellikle atıl bir şekilde bekletilen ürünlerin ödünç alınması/verilmesine; takas ve barter sistemlerinden, erişim temelli hizmet uygulamalarına; bedelsiz yapılan değişim eylemlerinden, para yerine zaman temeline göre (zaman bankaları) fiyatlandırmanın yapıldığı sistemlere kadar uzanan geniş bir yelpazede hizmet verilen iş modellerini görebilmek mümkündür.

Bu çalışmada, belirlenen 106 ulusal / uluslararası paylaşım sistemi 5 ayrı sınıflandırmada yer alan 15 sınıfa ayrılarak incelenmiştir. İlk sınıflandırmada kar odaklı ve kar odaklı olmayan; ikinci sınıflandırmada P2P türü olan ve P2P türü olmayan; üçüncü sınıflandırmada ise sahiplik transferi yapılan ve sahiplik transferi yapılmayan şeklinde ayırım yapılarak inceleme yapılmıştır. Ayrıca paylaşım sistemleri; kiralama, ödünç alışverişi, bağış alışverişi, takas ve ikinci el alışveriş olmak üzere değişim türüne göre; yer paylaşımı, gig ekonomisi, ulaşım paylaşımı ve kitlesel fon paylaşımı olmak üzere hizmet türüne göre sınıflandırılarak incelenmiştir. Her bir sınıflandırma için; uluslararası / ulusal kökenli olan paylaşım sistemleri ve faaliyette olan / faaliyetlerini durdurmuş olan paylaşım sistemleri karşılaştırması yapılarak paylaşım sistemlerinin iş modelleri analiz edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda; uluslararası paylaşım sistemlerinde birkaç isim değişikliği dışında sitesi kapanan bir paylaşım sistemi göze çarpmazken; ulusal paylaşım sistemlerinin bir bölümünde (örneğin yazane, biayda.com, civardabul, esyakutuphanesi.com, gigbizz.com, atlagit.com, birliktegit.com, giysitakasi.blogspot.com, ortakaraba.com, esyapaylas.com, kitap takas merkezi) sayfa güncellemesi yapılmayan veya tümüyle erişime kapatılmış paylaşım sistemlerine tanıklık edilmiştir. Ayrıca, ulusal paylaşım sistemlerinin, (ürün çeşitliliği, ilan sayısı vb.) açısından uluslararası ölçekte faaliyet gösteren paylaşım sistemleri kadar etkin olmadığı gözlenmiştir.

İçerik analizi yöntemiyle yapılan bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular özetlenecek olursa; incelenen paylaşım sistemlerinin yaklaşık %80'inin aktif bir şekilde faaliyetlerini sürdürdüğü, her on paylaşım sisteminin yedisinin kullanıcılarından doğrudan gelir elde etme yöntemine sahip olduğu, yine her on

paylaşım sisteminin dokuzunun P2P türü etkileşim kuran paylaşım sistemlerinden oluştuğu, altısının ise kar odaklı faaliyet göstermekte olduğu ortaya çıkmıştır. Kullanıcıların sergilediği tüketim kalıbına göre sınıflandırma temelinde oluşan sınıflar incelendiğinde; kiralama kalıbını benimseyen paylaşım sistemlerinin, tüm paylaşım sistemlerinin yaklaşık yarısını oluşturduğu; işlem türüne göre sınıflandırma temelinde ise kısa süreli iş ekonomisi (gig ekonomi) ve ulaşım paylaşımı alanında faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinin çoğunluğu oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca paylaşım sistemlerinin üçte ikisinin sahiplik transferi yapılmayan paylaşım sistemlerinden oluştuğu ortaya çıkmıştır.

Paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliğine göre dağılımları incelendiğinde; kar odaklı faaliyet gösteren uluslararası paylaşım sistemlerinin oranının, ulusal paylaşım sistemlerinin oranına göre oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu araştırmada incelenen paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile faaliyet durumu karşılaştırılarak incelendiğinde; kapalı ya da güncel olmayan ulusal paylaşım sistemlerinin oranının, uluslararası paylaşım sistemlerinin oranından yaklaşık altı kat fazla olduğu belirlenmiştir. Bu iki değişken arasında yapılan ki-kare analizi bulguları da bu sonucu doğrulamaktadır. Kullanıcıların sergilediği tüketim kalıbına göre dağılıma bakıldığında ise; başış alışverişi, takas ve ikinci elde ulusal paylaşım sistemlerinin, kiralama ve ödünç alışverişinde ise uluslararası paylaşım sistemlerinin diğer türe göre oranının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Paylaşım sisteminde yapılan işlem türüne göre dağılım incelendiğinde; ulaşım paylaşımı ve kitle fonlamanın ulusal paylaşım sistemlerinde; yer paylaşımı ve gig ekonomisinin ise uluslararası paylaşım sistemlerinde diğer türe göre oranının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumuna göre oluşan dağılım incelendiğinde; faaliyette olan paylaşım sistemlerinin çoğunluğunun kar odaklı faaliyet gösteren paylaşım sistemlerinden oluştuğu ortaya çıkmıştır. İncelenen paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumu ile sahiplik transferi yapılan / yapılmayan paylaşım sistemi olma durumu karşılaştırıldığında ise; hem faaliyette olan hem de kapalı olan paylaşım sistemlerinin 2/3'ünün sahiplik transferi yapılmayan iş modellerini tercih ettikleri belirlenmiştir. Kullanıcıların sergilediği tüketim kalıbına göre oluşan sınıflar karşılaştırıldığında ise; faaliyette olan paylaşım sistemlerinin ödünç alışverişi, takas ve ikinci el alışveriş türü tüketim kalıbında kapalı paylaşım sistemlerinden daha yüksek oranda olduğu; kapalı paylaşım sistemlerinin ise kiralama ve başış alışverişinde faaliyette olan paylaşım sistemlerine göre daha yüksek oranda oldukları belirlenmiştir. Paylaşım sistemlerinin faaliyette olma durumunun işlem türüne göre oluşan sınıflara göre dağılımı incelendiğinde; yer paylaşımı ve gig ekonomisi alanında faaliyette olan paylaşım sistemlerinin kapalı paylaşım sistemlerinin oranından daha fazla olduğu; ulaşım paylaşımı ve kitle fonlama alanında faaliyet gösteren kapalı paylaşım sistemlerinin oranının ise, faaliyetlerini aralıksız sürdüren paylaşım sistemlerinin oranından fazla olduğu bulunmuştur.

Araştırmanın kategorik değişkenleri arasındaki ilişkinin Ki-Kare analizi ile incelenmesi sonucunda; incelenen paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile kar odaklı olma durumu arasında, paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile benimsenen tüketim kalıbı arasında, paylaşım sistemlerinin ulusal / uluslararası niteliği ile işlem türüne göre oluşan sınıflar arasında, paylaşım sisteminin ulusal / uluslararası niteliği ile faaliyette olma durumu arasında,

paylaşım sisteminin ulusal / uluslararası niteliği ile sahiplik transferinin yapıma durumu arasında ve paylaşım sisteminin faaliyette olma durumu ile kar odaklı olma durumu arasında ilişki bulunmuştur.

Yapılan bu araştırma sonucunda bazı önerilerin sunulabilmesi mümkündür. Yalnızca 106 paylaşım sisteminin incelendiği bu çalışma, daha çok sayıda paylaşım sistemini içerecek şekilde yapılarak, daha genellenebilir sonuçların elde edilmesi söz konusu olacaktır. Faaliyetine son vermiş paylaşım sistemlerinin daha farklı araştırma değişkenleri ya da metrikler yardımıyla analiz edilmesiyle, paylaşım sistemlerinin başarısızlık formülü arayışına destek verilmesi mümkündür. Ayrıca, spesifik bir paylaşım sisteminin derinlemesine incelenmesiyle daha detaylı bulguların elde edilmesi beklenmektedir. Son olarak, paylaşım ekonomisindeki potansiyelin henüz farkında olmayan geleneksel ekonomide faaliyet gösteren işletmelerin bu ekonomiye geçişini hızlandıracak Y kuşağının paylaşım davranışlarının detaylı incelemesinin yapıldığı bilimsel araştırmalara önemli bir gereksinim duyulmaktadır.

Kaynakça

- Acquier, A., Daudigeos, T. Ve Pinkse, J. (2017). "Promises and Paradoxes of the Sharing Economy: An Organizing Framework", *Technological Forecasting & Social Change*, in press.
- Bardhi, F. Ve Eckhardt, G.M. (2012). "Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing", *Journal of Consumer Research*, 39 (4), 881-898.
- 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.
- Botsman, R. Ve Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Business, New York.
- Bruno, B. Ve Faggini, M.(2017). "Sharing Economy: For an Economic Taxonomy", *International Journal of Economics and Finance*, 9 (6), 174-178.
- Dervojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M., Rouwmaat, E., Pws ,N., Monfardini, E., Frideres, L. ve PwC, L. (2013). *The Sharing Economy – Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets*, European Union Case Study Report.
- Devrani, T.K. (2017). "Ortaklaşa Kullanım: İki Taraflı Tüketici Rolü", 16. Ulusal İşletmecilik Kongresi – Kuşadası, Bildiriler kitabı, 649-651.
- Drucker, P. (1994). *The Theory of the Business*, *Harvard Business Review*, 72 (5), 95-104.
- Ertz, M., Durif, F. Ve Arcand, M. (2017). "An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and its Implications for Marketing", *Academy of Marketing Studies Journal*, 21 (1), 1-7.
- Ertz, M., Durif, F.ve Arcand, M. (2016). "Collaborative Consumption:Conceptual Snapshot at a Buzzword",*Journal of Entrepreneurship Education*,19-2,1-23.

- Ertz, M., Durif, F. Ve Arcand, M. (2016b). "Collaborative Consumption or the Rise of the Two-Sided Consumer", *The International Journal of Business & Management*, 4 (6), 195-209.
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., & Glind, P.V.d (2015). "Smarter Regulation for the Sharing Economy", *The Guardian*, 20 Mayıs 2017 sayısı, (<https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>)
- Gümüş, B. Ve Telci, E. (2016). "Değişen Tüketici Kültüründe Yeni Trend: Ortak Tüketim", 21. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2, 618-632.
- Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A. (2016). "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption", *Journal of Association for Information Science and Technology*, 67(9): 2047-2059.
- Hellwig, K., Morhart, F., Girardin, F. ve Hauser, M. (2015). "Exploring Different Types of Sharing: A Proposed Segmentation of the Market for Sharing Businesses", *Psychology & Marketing*, 32 (9), 891-906.
- Kannisto, P. (2017). "Sharing for Profit: A New Business Model?", *Annals of Tourism Research*, in press.
- Kiraci, H. (2017). "Ortak Tüketim Ekseninde Paylaşılan / Paylaşılamayan Varlıklar ve Bireylerin Paylaşım Davranışlarını Etkileyen Faktörler", 16. Ulusal İşletmecilik Kongresi – Kuşadası, Bildiriler Kitabı, 646-648.
- 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 (7), 109-125.
- Lewis, M. (2000). *The New New Thing—A Silicon Valley Story*, Penguin Books, NY.
- Mair, J. Ve Reischauer, G. (2017). "Capturing the Dynamics of The Sharing Economy: Institutional Research on The Plural Forms and Practices of Sharing Economy Organizations", *Technological Forecasting & Social Change*, 125 (1): 11-20.
- Marangoz, M., Bayrakdaroğlu, F. Ve Aydın, A.E. (2017). "Tüketimde Alternatif Bir Yaklaşım Olarak Paylaşım Ekonomisi: Ortak Kullanım Ağlarının İçerik Analizi ile İncelenmesi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Pazarlama Kongresi Özel – Mayıs Sayısı, 134-148.
- Martin, C.J. (2016). "The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or a Nightmarish Form of Neoliberal Capitalism?", *Ecological Economics*, 121 (1): 149-159.
- Morozov, E. (2013). "The Sharing Economy Undermines Workers Rights", *Financial Times*, 14 Ekim Sayısı, <https://www.ft.com/content/92c3021c-34c2-11e3-8148-00144feab7de?mhq5j=e1> (Erişim Tarihi: 13.07.2017).
- Möhlmann, M. (2015). "Collaborative Consumption: Determinants of Satisfaction and the Likelihood of Using a Sharing Economy Option Again", *Journal of Consumer Behavior*, 14 (3), 193-207.
- Munoz, P. Ve Cohen, B. (2017). "Mapping out the Sharing Economy: A Configurational Approach to Sharing Business Modeling", *Technological*

Forecasting & Social Change, in press.

- Osterwalder, A. Ve Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Owyang, J, Tran, C. Ve Silva, C. (2013). "The Collaborative Economy: Products, Services, and Market Relationships Have Changed as Sharing Startups Impact Business Models. To Avoid Disruption, Companies Must Adopt the Collaborative Economy Value Chain", Altimeter Group, USA.
- Ozanne, L.K., 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.
- Özata, F.Z., Er, İ., Öztürk, S.A. Ve AğlaRGÖZ, F. (2015). "Ortak Tüketmemek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Bildiriler Kitabı Cilt.2, 625-626.
- Park, H. Ve Armstrong, C.M.J. (2017). "Collaborative Apparel Consumption in the Digital Sharing Economy: An Agenda for Academic Inquiry", *International of Journal of Consumer Studies*, in press.
- Pedersen, E.R.G. Ve Netter, S. (2015). "Collaborative Consumption: Business Model Opportunities and Barriers for Fashion Libraries", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19 (3), 258-273.
- Plenter, F., Fiel, E., Hoffen, M., Chasin, F. Ve Rosemann, M. (2017). "Repainting The Business Model Canvas for Peer-to-Peer Sharing and Collaborative Consumption", 25. European Conferences on Information Systems (ECIS), Portekiz, 2234-2249.
- Roos, D. & Hahn, R. (2017). "Does Shared Consumption Affect Consumers' Values, Attitudes, and Norms? A Panel Study", *Journal of Business Research*, 77(1): 113-123.
- Schor, J. & Fitzmaurice, C. (2015). "Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing economy", In J. B. Schor & C. Thompson (Eds.), *Handbook of Research on Sustainable Consumption* (Bölüm Sayfaları, 410-425). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Tussyadiah, I.P. (2015). "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel", *Information & Communication Technologies in Tourism 2015*, ed. Tussyadiah, I. ve Inversini, A., Switzerland: Springer International Publishing.
- Vaughan, R. & Daverio, R. (2016). "Assessing the Size and Presence of the Collaborative Economy in Europe", PWC UK Report for European Commission.
- Zoot, C. Ve Amit, R. (2007). "Business Model Design and Performance of Entrepreneurial Firms", *Organization Science*, 18 (2), 181-199.

Ek: İncelenen Paylaşım Sistemleri

Not:Altı çizili, koyu ve eğik olarak yazılmış olanlar faaliyetine son vermiş paylaşım sistemleridir. Yanında (*) işareti olanlar ise, güncel olmayan paylaşım sistemlerini ifade etmektedir.

1.Kickstarter	<u>28.Givsitakasi</u>	55.HemenKiralık	82.Getable (*)
2.İndiegogo	29.TaskRabbit	56.Evarkadasi	83.Kiva
<u>3.Yazane</u>	<u>30.Gigbizz</u>	57.LetGo	84.CarNextDoor
4.Uber	31.Fiverr	58.Sahibinden	<u>85.OrtakOto</u>
5.BiTaksi	32.GetAround	59.Gittigidiyor	<u>86.Varmigelen</u>
6.AirBnb	<u>33.Atlagıt</u>	60.Ebay	87.UrbanStation
7.Yeşilist	34.SkillShare	61.Chegg	88.OneFineStay
8.Freecycle	35.CrowdCompanies	62.Gigwalks	89.GirlMeetDress
9.Bizpaylaşıyoruz	36.Altimeter Group	63.Zaarly	90.TheHandBagRental
10.ShareMyFare	37.Ortakdolap	64.YouTube	91.HomeExchange
11.Zipcar	<u>38.Birliktegit</u>	65.CouchSurfing	92.BorrowMyDoggy
12.Askidaekmekvar	39.Ortakaraba	66.NightSwapping	93.ZieferBlat
13.Shareable	40.Yolyola	67.Bumerangla	94.Coursera
14.Lyft	41.Masinga	68.Yerdle	95.Eksisozluk
15.OuiShare	42.Verrr	69.CampinMyGarden	96.Komsuyemegi
16.Wikipedia	<u>43.Esyapaylas</u>	70.JustPark	97.RelayRides
17.Sidecar	44.KitapTakasMerkezi (*)	71.Spinlister	98.LendingClub
18.Thumbtack	45.KitapBu	72.EatWith	99.PoshMark
<u>19.Biyada.com</u>	<u>46.Kardesimgiysin</u>	73.BookALocal	100.Neighborgoods
20.Uyanmasaati	47.Ukitap	74.GrubWithUs	101.Gardrops
21.Fonlabeni	48.Fongogo	75.Vayable	102.Kitapagaci
<u>22.Civardabul</u>	49.FonlaBeni	76.ThredUp	103.ModaCruz
23.Zumbara	<u>50.MobiCar</u>	77.JumpInStudent (*)	<u>104.AIOynaVer</u>
24.Askidanevar	<u>51.Mobilizm</u>	78.ParkAtMyHouse	105.OyuncakKutuphanesi
<u>25.Esyakütüphanesi</u>	52.Beyazyakalilarbişeyyapsa	79.BlaBlaCar	106.Volumeeter
26.Tutumluanne	<u>53.Birkaciyiadam</u>	80.Armüt	
27.Bookserf	<u>54.BizimMahalle</u>	<u>81.Kartag</u>	