

PAYLAŞIM EKONOMİSİ VE  
GELENEKSEL SEYAHAT  
YÖNTEMLERİNİN  
KARŞILAŞTIRMALI MALİYET  
ANALİZİ: BLABLACAR ÖRNEĞİ

Yayına Geliş Tarihi: 01.09.2022  
Yayınlanma Tarihi: 30.12.2022

Halil İbrahim Karakan<sup>1</sup> Ayşe Akbulut  
Mete

### Özet

Bilgi iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesi yenilikçi girişimler ortaya çıkarmıştır. Bu girişimlerden birisi olan ve paylaşım ekonomisi temeline oturan BlaBlaCar uygulaması, yolcuları ve araç sahiplerini aynı platformda buluşturarak “boş koltuk” – “seyahat masrafları paylaşımı imkânı sunmaktadır. Bu paylaşım ekonomisi uygulaması sayesinde yolcular ve araç sahibi düşük maliyetle seyahat ederken, trafiğe daha az araç çıkmasıyla çevre ve trafik sorunları da azalmaktadır. Bu araştırmanın amacı BlaBlaCar uygulaması ile yapılan seyahatlerin maliyeti ile geleneksel seyahat türleriyle yapılan seyahatlerin maliyetini karşılaştırılarak avantajlarını / dezavantajını ortaya koymaktır. Araştırmanın bir başka amacı ise BlaBlaCar paylaşım ekonomisi uygulaması ile yolculuk deneyimi yaşayan kişilerin olumlu ve olumsuz görüşlerini değerlendirerek bu deneyimlerin nitelendirilmesini sağlamaktır. Bu kapsamda 2021 yılı Şubat ayı içerisinde İstanbul – Ankara istikametinde yapılan yolculukların maliyeti resmi internet siteleri üzerinden incelenmiştir. Araştırma sonucunda bir paylaşım ekonomisi uygulaması olan BlaBlaCar ile seyahat etmenin geleneksel seyahat tercihlerine göre düşük maliyetli bir seyahat yöntemi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca BlaBlaCar uygulamasını deneyimleyen kullanıcıların bu uygulamanın olumlu yönlerini ekonomik, paylaşımcı, işbirlikçi, sosyal, pratik, çevreci ve hayvan dostu olarak nitelendirirken; olumsuz yönlerini de riskli, güvensiz, denetimsiz ve ayrımcı olarak nitelendirmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Seyahat Maliyeti, Paylaşım Ekonomisi, BlaBlaCar

Comparative Cost Analysis of the Sharing  
Economy and Traditional Travel  
Methods: The Example of Blablacar

### Abstract

The development of information communication and transportation technologies has created innovative initiatives. One of these initiatives, the BlaBlaCar application, which is based on the sharing economy, brings passengers and vehicle owners together on the same platform and offers the opportunity to share "empty seats" - "travel expenses. Thanks to this sharing economy application, while passengers and vehicle owners travel at low cost, environmental and traffic problems are also reduced with fewer vehicles on the road. This research aims to compare the cost of travel made with the BlaBlaCar application and the cost of travel made with traditional travel types and to reveal the advantages/disadvantages purpose of the research is to evaluate the positive and negative opinions of people who have travel experience with the BlaBlaCar sharing economy application and to qualify these experiences. In this context, the cost of the journeys made in the direction of Istanbul - Ankara in February 2021 was examined on the official websites. As a result of the research, it has been determined that traveling with BlaBlaCar, a sharing economy application, is a low-cost travel method compared to traditional travel preferences. In addition, users who experience the BlaBlaCar application describe the positive aspects of this application as economic, sharing, collaborative, social, practical, environmentalist and animal friendly; They also expressed their negative aspects as risky, insecure, uncontrolled and discriminatory.

Keywords: Travel Costs, Sharing Economy, BlaBlaCar

### Giriş

İnsanlar kent ortamından uzaklaşmak, farklı yerler görmek ve çeşitli turizm aktivitelerine katılmak için çeşitli güdülerle seyahat etmek istemektedirler (Çakmak ve Altaş; 2018). Eski çağlardan beri devam eden bu seyahat faaliyetlerinde küreselleşmenin etkisi, teknolojilerin gelişmesi ve dijital devrim sayesinde büyük bir dönüşüm yaşamıştır (Zalega,2020). Bu dönüşümler sayesinde son dönemlerde dünya üzerinde her yıl

<sup>1</sup> Öğr.Gör, Gaziantep Üniversitesi/Kurum, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü /Lojistik Programı, ORCID: 0000-0003-4855-0872, aysakblt@gmail.com

yaklaşık olarak 1 milyar insan seyahat faaliyetlerine katılmaktadır (Kervankıran ve Bağmancı,2020).

Dünya üzerinde hareketliliğin artması ve seyahatin artık zaruri bir ihtiyaç haline gelmesi insanların seyahat için yaptıkları harcamalara da yansımıştır. Bu gelişmelerle birlikte girişimcilik ve network kavramlarının da önem kazanmasıyla (Tapscott ve Williams, 2007) âtil kapasite kullanımı ve düşük maliyet odaklı yeni fikirler ortaya çıkarmıştır. 21. yüzyılın başından itibaren ses getirmeye başlayan yeni fikirlerden birisi de paylaşım ekonomisidir (Zalega,2020). Paylaşım ekonomisinin temeli turizm, ulaşım veya finans gibi birçok farklı alanda mallar veya hizmetler gibi ortak kaynakları paylaşma fikrine dayanmaktadır (Silwanowicz, 2017).

Paylaşım ekonomisi, kıt kaynaklar karşısında sınırsız insan ihtiyaçları sorununu azaltmaya yarayan bir trend olarak karşımıza çıkmaktadır. Satın alınan malların miktarı arttıkça, bunların tüketici için faydası azalır, bunun sebebi de bu tür malların yetersiz kullanımına veya aşırı israfına neden olmaktadır. Bu kaynak israfının önlenmesinde, talep miktarının arz miktarı ile sosyal etkileşim yoluyla eşleşmesini sağlayacak bilgi alışverişi platformları büyük önem arz etmektedir. Paylaşım ekonomisi kavramı internetin yaygınlaşması, modern teknolojinin gelişmesi ve mal ve hizmetlerin paylaşımını sağlayan platform ve uygulamaların popülerliği ile doğrudan ilgilidir. Bu ihtiyaç doğrultusunda konaklama ve seyahat trendlerinde Airbnb ve Uber gibi uygulama girişimleri başarıya ulaşmıştır (Martin, 2016). Bu girişimlerin başarıya ulaşması seyahat pazarında kartların yeniden dağıtılmasına neden olmuştur (Sundararajan, 2016; Strähle ve Erhardt, 2017).

Paylaşım ekonomisinin gelişimi evlenme yaşının yükselmesi, insanların ailesinden uzak yerlerde çalışması, öğrencilik hayatının uzaması gibi durumlar sonucunda yalnız yaşayan insan sayısının artmasından kaynaklanmıştır. Özgürlük, bağımsızlık ve kendi kendine yeterlilik fikrinin yaygınlaşması paylaşım ekonomisini ihtiyacı güçlendirmektedir (Zalega, 2020).

Paylaşım ekonomisi kapsamında seyahat sektöründe son yıllarda yaygın olarak kullanılmaya başlayan uygulamalardan birisi de BlaBlaCar uygulamasıdır. BlaBlaCar uygulamasının amacı seyahat sektöründe talep miktarı ile arz miktarını optimum düzeyde eşleştirerek israfın önüne geçmek ve maliyetleri düşürmektedir (BlaBlaCar, 2021).

Bu çalışmanın amacı seyahat tercihlerinde yeni bir trend ve paylaşım ekonomisi örneği olan BlaBlaCar girişiminin klasik seyahat tercihleri ile seyahat maliyetleri açısından karşılaştırılması ve klasik seyahat yöntemlerine göre avantaj/dezavantajlarının ortaya konmasıdır.

#### BlaBlaCar Uygulaması

BlaBlaCar fikri, şirketin kurucusu ve CEO'su Frédéric Mazzella Stanford üniversitesinde öğrenciyken Noel tatili için bir Fransa kasabasında yaşayan ailesini ziyaret etmek istemesiyle doğmuştur. Otomobili bulunmayan Frédéric, yolculuk için tren bulamayınca seyahat etmek istediği istikamete giden yollardaki araçların koltuklarının boş bir şekilde gittiğini fark etmiştir. Frédéric'in aklına seyahat etmek istediği istikamete giden bir sürücü bulmak ve sürücünün aracındaki boş koltukta seyahat etme hakkı karşılığında benzin masraflarını paylaşma önerisinde bulunmak fikri gelmiştir. Dünyada bu fikirle ilgili bir boşluk

olduğunu tespit edip, fikrini uygulamaya geçirmiştir (BlaBlaCar, 2021).

Paylaşım ekonomisinin güzel bir örneği olan BlaBlaCar uygulaması geleceğin yolculuk biçimi olarak lanse edilmektedir. Uygulamanın internet sitesinde “Oturduğun yerden yola çıkmak varken neden otobüs terminaline kadar gitmen gereksin ki?” ve “Tek başına saatlerce araba kullanmak da kulağa eğlenceli gelmiyor.” şeklinde sloganlarla alternatif seyahat yöntemleri arayan kişilere yönelik pazarlama çalışmaları yapılmaktadır (BlaBlaCar, 2021).

Araba paylaşım sektöründe lider olan BlaBlaCar’ın 2015 yılı itibarıyla Pazar değeri 1,5 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Bu yöntemle, 2015 itibarıyla her gün ABD ulusal demiryolu sistemi Amtrak’tan daha fazla insan hareket ettiği belirtilmektedir. (Sundararajan, 2016:12).

Uygulamanın amacı aynı yöne seyahat edecek kişilerin beraber seyahat etmesini sağlayarak seyahat maliyetini düşürmek, trafikte olan araç sayısını azaltmak, egzoz salınımını azaltarak çevre kirliliğini önlemek, israfın ve sıkıcı yolculukların önüne geçmek gibi fonksiyonları yerine getirmektedir. Bu uygulamada gaye tamamen paylaşım ekonomisi yoluyla benzin ve yol ücretleri gibi masrafları paylaşmak olup, yolculuk paylaşımı etkinliğinin kâr amaçlı yapılması değildir (BlaBlaCar, 2021). BlaBlaCar uygulamasının kendi içerisinde birtakım kuralları bulunmaktadır. Mesela ülkeler arası seyahatlerde kalkış noktasının para birimi ve masraf kalemleri dikkate alınmalıdır. Bu durum uygulamanın internet sitesinde şu örnekle açıklanmıştır (BlaBlaCar, 2021):

Örneğin, İstanbul’dan Selanik’e giderken Komotini’de duraklayacaksanız, kalkış şehri İstanbul olduğu için hem İstanbul-

Selanik arasındaki toplam yolculuğun ücreti hem de İstanbul-Komotini arasındaki yolculuğun ücreti Türk lirası ile hesaplanır. Ancak, Komotini-Selanik arasındaki yolculuğun ücreti, kalkış şehri Yunanistan’da olacağından Euro ile hesaplanır. Bir sürücünün yolculuk ilan verirken belirttiği masraf katkı payı, ilan yayınlandıktan sonra sabit kalır. Masraf katkı payı üzerinde pazarlık yapılamaz ve her yolcu yol masraflarını eşit olarak paylaşır. Sürücü hiçbir yolcudan yolculuk öncesi masraf katkı payı ödemesi talep edemez. Masraf katkı payı ödemeleri yolculuk esnasında sürücüye nakit olarak yapılır. Bunun yanı sıra yolculuk esnasında sigara içilmesi, konuşulması veya evcil hayvan taşınması gibi durumlara araç sahibi olan yolcu karar vermektedir. İnternet sitesinde kilometre başına düşen kişi başı ücret 0,071 ₺ olarak belirlense de aracın durumu, konforu ve yakıtı gibi faktörleri göz önüne alarak ve kâr amacı gütmemek şartıyla araç sahibi tarafından ücret belirlenmektedir. Ücret belirlenirken sadece yakıt değil, yol geçiş ücretleri gibi ekstra masraflar da maliyete dahil edilmektedir. Yolcular, yolculuk esnasında masraf katkı payını sürücüye nakit olarak verirler. Böylece yolcular ve sürücü yol masraflarını paylaşmış olur (BlaBlaCar, 2021).

Yaşanan Covid-19 pandemi döneminde, Dünya genelinde alınan seyahat kısıtlanması hatta seyahat engelleri BlaBlaCar uygulamasının popülerliğini artırmıştır. Uygulamanın sitesinde 4 aylık bir periyotta 12 milyon kişinin bu yolla seyahat ettiği iddia edilmektedir. BlaBlaCar uygulamasına yönelik kendi internet sitesinde bulunan bazı istatistik veriler şu şekildedir (BlaBlaCar, 2021):

Anlık arama yapıldığında ortalama 2 milyondan fazla yolculuk ilanına erişim sağlanabilmektedir.

- Bugüne kadar BlaBlaCar ile 4,8 milyarı aşkın kilometre paylaşılmıştır.
- Çevreye de katkı sunan bu uygulama sayesinde 1.000.000 ton karbon salınımının önleniği belirtilmektedir.
- Seyahatlerde bugüne kadar araçlarda ortalama 2,8 kişi seyahat etmiştir.
- BlaBlaCar uygulaması android ve iphone sistemlerinde 30 milyon kez indirilmiştir.
- Facebook gibi önemli bir sosyal medya platformunda BlaBlaCar uygulamasına 4 milyonu aşkın beğeni bulunmaktadır.

Bu veriler ışığında yalnız seyahat edilen her bir araçta BlaBlaCar uygulaması sayesinde 1,8 kişilik artış sağladığı görülmektedir. Her bir yolcunun trafiğe özel aracıyla çıktığı varsayılırsa bu uygulama sayesinde tek kişi seyahat ediyorsa her bir BlaBlaCar yolculuğu için trafikte 1,8 araç azalmaktadır. Dolayısıyla uygulamanın düşük trafik yoğunluğu ve düşük maliyetli yolculuklar sayesinde ekonomi, turizm, çevre ve sosyalleşme gibi konularda katma değer sağladığı görülebilir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere BlaBlaCar uygulaması 22 ülkede faaliyet göstermektedir. BlaBlaCar bu ülkelerde 50 milyon civarı üyeye sahiptir. Bu ülkeler Avrupa ülkelerinin yanı sıra Türkiye, Azerbaycan, Rusya, Hindistan, Brezilya ve Meksika’dır.



Kaynak: BlaBlaCar (2021).

Literatür Taraması

Paylaşım ekonomisinin bir örneği olan BlaBlaCar uygulaması üzerine ulusal ve uluslararası alan yazında Google Scholar üzerinden Türkçe ve İngilizce dillerinde sistematik bir alan yazın taraması yapılmıştır. İlgili konu ile ilgili turizm yazınında bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamış olup, kısıtlı sayıda yapılan bazı çalışmalar şu şekildedir;

Tourino (2016) haksız rekabet perspektifinden iş birliğine dayalı ekonomi örnekleri olan Uber, BlaBlaCar ve Cabify konularında yargısal içtihatları analiz etmiştir. Bu örneklerle ilgili mevzuatı irdelemiştir. Seven ve Öksüzoğlu (2020) BlaBlaCar vasıtasıyla yapılan taşımaları hukuki açıdan irdelemiş; bu taşımaların hatır taşıması olup olmadığı, taşımanın görünmez bir sözleşme niteliğinin olup olmadığı ve meydana gelebilecek bir trafik kazasında ne gibi hukuki sonuçlar doğuracağını irdelemiştir. Sonuç olarak platform üzerinden yapılan sözleşmelerin “birlikte yolculuk sözleşmesi” şeklinde adlandırmışlardır. Ayrıca BlaBlaCar üzerinden yapılan taşımaların hatır taşıması niteliğinde olmadığını, herhangi bir olası trafik kazasında 6085 sayılı Karayolları Trafik Kanunu gereğince işleme konulabileceğini belirtmişlerdir.

Lemoine, Guesmi ve Hadhri (2017) ise BlaBlaCar yolculuk paylaşım platformunda güven inşa etmek ve paylaşım ortağı seçmek konularında nitel bir araştırma yapmışlardır. Çalışmanın sonucunda işbirlikçi paylaşım ekonomisinin son yıllarda gelişmesi sonucunda ortaya çıkan bu yolculuk paylaşım platformunun yolculuk paylaşımında tek aracı kuruluş olduğunu ve bu durumun potansiyel katılımcıları böylesi savunmasız bir ortamda kendilerini riske atmaya zorladığı sonucunu elde etmişlerdir.

Shannen, Stocker ve Mundler (2017) Fransa’da çevrimiçi ve uygulama tabanlı BlaBlaCar hizmetinden yararlanan katılımcılar üzerinde yaptığı çalışmada katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile uygulamayı kullanım amaçları arasında ilişki olduğunu tespit etmiştir. Özellikle, düşük gelir düzeyine sahip kullanıcılar ve öğrenciler bu uygulamada yolcu olmaya daha yatkın olduğu tespit edilmiştir. Yüksek gelirli kullanıcılar ise şoför olarak paylaşım ekonomisine katılmaktadır. Araştırma kapsamında öğrencilerin bu uygulamayı daha çok kullandığı da tespit edilmiştir.

Setiffi ve Lazzer (2018) İtalya’nın Veneto Bölgesinde yaşayan katılımcılar üzerinde yaptıkları ampirik araştırmada BlaBlaCar kullanıcılarının araç paylaşımı deneyimlerinin zaman içinde değişiklik gösterip göstermediğini ve ne yönde bir değişim olduğunu anlamak için yolculuk paylaşımının gelişimin sürecini araştırmıştır. Bu kapsamda, yolculuk paylaşım platformu vasıtasıyla en az iki kez etkileşime giren 18 ila 35 yaş arasında 70 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulayarak görüşme gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmanın en önemli sonucu, sürücülerin 'yabancı' olarak gördükleri figür ile kurdukları ilişkinin açıklanmasıdır.

Farajallah, Hammond ve Penard (2019) BlaBlaCar organizasyonlarında sürücülerin deneyim kazandıkça fiyatlandırma kararlarının değiştiğini tespit etmiştir. Araştırmanın bir sonucu olarak uygulamayı daha çok deneyimlemiş sürücüler daha uygun fiyatlar belirleyerek daha çok koltuk satmaktadırlar. Bu bağlamda sürücüler deneyim kazandıkça fiyatları düşürüp, yolcu sayısını artırarak daha fazla gelir elde ettikleri öne sürülmüştür.

Casprini, Di Minin ve Paraboschi, (2019) çalışmasında çevrimiçi bir pazar platformu olan BlaBlaCar’ın şehirlerarası yolculuklarda yeni ortaya çıkan seyahat pazarının nasıl organize edildiğini araştırmıştır. Araştırmanın verileri, BlaBlaCar yöneticileriyle yapılan derinlemesine görüşmeler, iki yüzden fazla gazete makalesi ve diğer arşiv bilgileri aracılığıyla toplanmıştır. Tümevarımsal niteliksel bir yaklaşım kullanarak, vaka analizi yapmış ve aynı zamanda kendi yolculuk ağını oluşturmuşlardır. Araştırmanın sonucunda bu ağı genişletmek için belirli sosyal medya kanallarından yararlandığını ortaya koymuşlardır.

Saxena (2020) BlaBlaCar uygulamasının dijital platformda değer oluşturmada etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda öğrenciler başta öğrenciler olmak üzere uygulamadan faydalanan yolcular ve sürücüler için bir değer yaratıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Zalega (2020) Polonya’da yaşayan genç bekarların paylaşım ekonomisi hakkında ne bildiklerine ve yolcu taşımacılığı için en popüler paylaşım ekonomisi girişimi olan BlaBlaCar platformunu kullanmanın temel nedenlerinin neler olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmanın sonucunda katılımcıların neredeyse beşte üçünün BlaBlaCar platformunu kullandığını ortaya çıkmıştır. Aktif katılımcıları çoğunlukla 18–23 yaş grubundaki, lisans veya mühendislik derecesine sahip ve 500.000’den fazla nüfusu olan şehirlerde yaşayan erkekler olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların BlaBlaCar’ı kullanmaları için en önemli nedenler düşük seyahat maliyetleri, daha iyi seyahat koşulları, varış noktasına hızlı ve doğrudan ulaşma imkânı ve çevresel hususlar, olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldıran, Velioğlu ve Karsu (2020) çalışmalarında tüketicilerin işbirlikçi

tüketime katılımlarına ilişkin motivasyonları ve engelleri ortaya koymak, pazarlama literatürüne ve işbirlikçi tüketimin genişlemeye çalıştığı sektörlerde katkıda bulunmayı amaçlamıştır. Araştırmanın sonucunda, işbirlikçi tüketime katılım güdülerinin içsel ve dışsal olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Elde edilen içsel motivasyonların literatür ile benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomiklik, sürdürülebilirlik, hizmet hızlılığı ve konfor, sosyalleşme, değişen eğilimlerin etkisi ve aşinalık ile teknolojik etkenler işbirlikçi tüketime katılıma alt yapı hazırlayıcı etkenler olarak tespit edilmiştir. Hizmeti sağlayanların da elde edenlerin de tüketiciden tüketiciye değişmekle birlikte, güvenlik endişesi taşıdığı belirlenmiştir.

#### Metodoloji

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, önemi ve yöntemi ile ilgili metodolojik açıklamalara yer verilmiştir.

#### Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı paylaşım ekonomisi kapsamında BlaBlaCar uygulaması üzerinden planlanan seyahatler ile klasik seyahat araçlarının (şehirlerarası otobüs, tren, uçak ve hususi otomobil) yolculuk maliyetlerini karşılaştırarak seyahat edenler açısından avantaj ve dezavantajlarını ortaya koymaktır. Örneklem olarak İstanbul – Ankara istikameti yapılan yolculuklar olarak belirlenmiştir. Bu istikamet belirlenmesindeki amaç iki şehrin Türkiye'nin toplam nüfus açısından en kalabalık şehirleri olmasıdır. Daha kalabalık şehirlerde daha çok potansiyel seyahat katılımcısı olduğu düşünülmüştür. Ayrıca BlaBlaCar uygulamasında Türkiye'de en çok kullanılan rotanın olan İstanbul – Ankara rotası olması da

örneklem seçiminde bir etken olmuştur (BlaBlaCar, 2021).

#### Araştırmanın Önemi

Araştırmanın konusu ile ilgili ulusal ve uluslararası alanyazında Google Scholar üzerinden Türkçe ve İngilizce dillerinde sistematik bir alan yazın taraması yapılmıştır. İlgili alanyazında bu iş modeli üzerine çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu örnek üzerine turizm alan yazınında herhangi bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Diğer disiplinlerde yapılan kısıtlı sayıda çalışmaları ise BlaBlaCar seyahatlerinin ekonomik özelliğine vurgu yapılsa da bu kaniya kullanıcı görüşleri ve demografik özelliklere bakılarak yorumsal yaklaşımla karar verilmiştir. Tarafımızca yapılan çalışmada bir paylaşım ekonomisi örneği olan BlaBlaCar uygulamasının ekonomik boyutu ilk defa gerçek yolculuk maliyetleri üzerinden diğer klasik yolculuk seçenekleri ile kıyaslanarak somut bir şekilde ortaya konulması bakımından da orijinal bir çalışma özelliğinde olduğu düşünülmektedir. Ayrıca BlaBlaCar yolculuk deneyimi yaşayan kişilerin olumlu ve olumsuz deneyimleri içerik analizine tabi tutularak fenomenolojik bir çalışma yapılması bu çalışmanın diğer bir özgün yanısıdır. Sonuç olarak bu çalışma turizm alanında ilk olması, fenomenolojik araştırma deseni uygulanması ve maliyetlerin somut bir şekilde ortaya konulduğu bir vaka çalışması olması yönleriyle özgün ve önemli olduğu düşünülmektedir.

#### Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında www.BlaBlaCar.com.tr sitesinin planlanan yolculuklar açısından 6 Şubat 2021 tarihinden başlanarak 15 günlük en uygun fiyatlar alınmıştır. İçerik analizinin yapıldığı 6 Şubat tarihi itibarıyla 13 Şubat,

23 Şubat ve 24 Şubat tarihlerinde BlaBlaCar üzerinde bu istikamette herhangi bir yolculuk planı görülmediğinden yolculuk ilanlarının bulunduğu 15 günü kapsayacak şekilde 26 Şubat tarihine kadar fiyatlar analiz edilmiştir.

Ayrıca Twitter ve [sikayetvar.com](http://sikayetvar.com) sitesi üzerinden en çok etkileşim almış olumlu ve olumsuz yorumlar tespit edilerek kullanıcı görüşlerine yönelik içerik analizi uygulanmıştır. Bu yorumlar baz alınarak yapılan nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Fenomenoloji bir durumu deneyim etmiş insanların bir fenomen ya da kavramla ilgili yaşadıkları deneyimlerin ortak anlamını tanımlamaktadır. Fenomenoloji kavramı, bir fenomene yönelik bireysel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemeyi amaçlamaktadır (Creswell, 2018:77).

Son olarak da bu yorumlarla ilgili temalara ilişkin kodlar oluşturulmuş ve bu kodlar baz alınarak kelime bulutu oluşturulmuştur. Voyant – Tools aracılığıyla oluşturulan kelime

bulutunun algoritması en sık tekrar edilen kelimeler en önemli olduğu düşünülerek merkezi konuma büyük puntolarla yerleştirilmesidir. Daha az sıklıkla tekrar edilen kelimeler ise daha küçük puntolarla bu önemli kelimelerin etrafına serpiştirilmektedir (Voyant- Tools, 2022).

## Bulgular

Araştırma kapsamında BlaBlaCar uygulaması ile yolculuk maliyetleri, şehirler arası otobüs, tren, uçak ve hususi araç vasıtasıyla yapılan yolculuk maliyetleriyle karşılaştırılmıştır. Araştırma kapsamında yapılan bir başka analiz ise; BlaBlaCar kullanıcılarının uygulama, yolculuk ve beraber yolculuk yaptığı kişiler hakkındaki olumlu ve olumsuz Twitter yorumları fenomenolojik araştırma deseni kapsamında değerlendirilmiştir. Bu yorumlar içerik analizine tabi tutularak kelime bulutu görseli oluşturulmuştur.

Tablo 1. Ulaşım Tercihlerinde Maliyet Analizine Yönelik Bulgular

TARİH	Paylaşım Ekonomisi (BlaBlaCar)	Otobüs	Uçak	Hızlı Tren	Otomobil
	ÜCRET	ÜCRET	ÜCRET	ÜCRET	ÜCRET
	FARK	FARK	FARK	FARK	FARK
	% FARK	% FARK	% FARK	% FARK	% FARK
8.Sub.22	31,0	50	195	86	197
	-19	-14	-164	-55	-166
	38	31	84	64	84
9.Sub.22	31,0	45	170	86	197
	-14	-16	-139	-55	-166
	31	36	82	64	84
10.Sub.22	29,0	45	165	86	197
	-19	-16	-136	-57	-168
	38	36	82	66	85

<u>11.Sub.22</u>	<u>43,0</u>	45	-2	4	165	-122	74	86	-43	50	197	-154	78
<u>12.Sub.22</u>	<u>40,0</u>	45	-5	11	165	-125	76	86	-46	53	197	-157	80
<u>13.Sub.22</u>	<u>40,0</u>	45	-5	11	159	-119	75	86	-46	53	197	-157	80
<u>14.Sub.22</u>	<u>36,0</u>	45	-9	20	149	-113	76	86	-50	58	197	-161	82
<u>15.Sub.22</u>	<u>48,0</u>	45	3	-7	159	-111	70	86	-38	44	197	-149	76
<u>16.Sub.22</u>	<u>63,0</u>	45	18	-40	159	-96	60	86	-23	26	197	-134	68
<u>17.Sub.22</u>	<u>26,0</u>	45	-19	42	159	-133	84	86	-60	70	197	-171	87
<u>18.Sub.22</u>	<u>16,0</u>	45	-29	64	159	-143	90	86	-70	81	197	-181	92
<u>19.Sub.22</u>	<u>40,0</u>	45	-5	11	159	-119	75	86	-46	53	197	-157	80
<u>20.Sub.22</u>	<u>40,0</u>	45	-5	11	159	-119	75	86	-46	53	197	-157	80
<u>21.Sub.22</u>	<u>48,0</u>	45	3	-7	159	-111	70	86	-38	44	197	-149	76
<u>22.Sub.22</u>	<u>47,0</u>	45	2	-4	159	-112	70	86	-39	45	197	-150	76
ORT.	<u>38,5</u>	45	-7	15	163	-124	76	86	-47	55	197	-159	81

Tablo 1.'e bakıldığında İstanbul – Ankara istikametinde BlaBlaCar üzerinde verilen yolculuk ilanları 16 ₺ ile 63 ₺ arasında değişmektedir. Bu kapsamda BlaBlaCar uygulamasında seyahat planlarının fiyatlarının çok değişken olduğu

söylenbilir. En uygun fiyat olan 29 ₺, 20 Şubat tarihindeki bir ilana aittir. 63 ₺ olan en pahalı fiyatlı ilan ise 18 Şubat tarihine ait olduğu görülmektedir.

Öte yandan aynı tarihler için otobüs bileti fiyatlarının içerik analizini yapmak için



www.biletall.com adresine erişilmiştir. 8 Şubat ile 26 Şubat arasında 15 gün için yapılan analizde en uygun fiyatla bilet satan firma baz alınmıştır. Bu kapsamda bilet fiyatları firmalara göre farklılık gösterse de aynı firmanın bilet fiyatlarının tarihe göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Fakat sadece 1 gün sonrası için satılacak bilet fiyatında çok küçük miktarda bir fiyat farkı bulunmaktadır. Otobüs bilet fiyatlarının 16 Şubat ,18 Şubat, 25 Şubat ve 26 Şubat tarihleri dışında tüm tarihlerde BlaBlaCar seyahat maliyetinden yüksek olduğu görülmektedir. Yolculuk maliyetleri arasındaki en büyük fark BlaBlaCar lehine 29 ₺, otobüs lehine ise 3 ₺ olarak görülmektedir. BlaBlaCar ile otobüs yolculuğu yolculuk maliyetlerinde 2 ₺ fark bulunan 11 Şubat ve 26 Şubat tarihleri birbirine en yakın olduğu tarihlerdir.

Yine bu 15 günlük periyod için uçak biletlerinin içerik analizini yapmak amacıyla www.enuygun.com sitesine girilmiştir. Uçak bilet fiyatlarının her gün için en uygun fiyatlı olanları baz alınmıştır. Uçak bilet fiyatları hem firmaya göre hem de tarihe göre farklılık gösterdiği için daha değişken bir yapıya sahiptir. Uçak bilet fiyatları her gün için hem otobüs bileti fiyatlarından hem de BlaBlaCar üzerinden planlanan seyahat maliyetlerinden daha pahalı olduğu görülmektedir. Uçak bilet fiyatları BlaBlaCar'ın seyahat maliyetleri ile karşılaştırıldığında en büyük farkın 8 Şubat tarihinde 164 ₺ fark olduğu görülmektedir. Bu fark doğal olarak BlaBlaCar lehinedir. En büyük farkın 8 Şubat'ta olmasının nedeni yakın tarihlerdeki uçak bilet fiyatlarının daha pahalı olması durumu olduğu söylenebilir. Öte yandan en düşük maliyet farkının olduğu gün ise 18 Şubattır. Bu tarihte iki seyahat türü arasındaki fark 96 ₺ olarak göze çarpmaktadır.

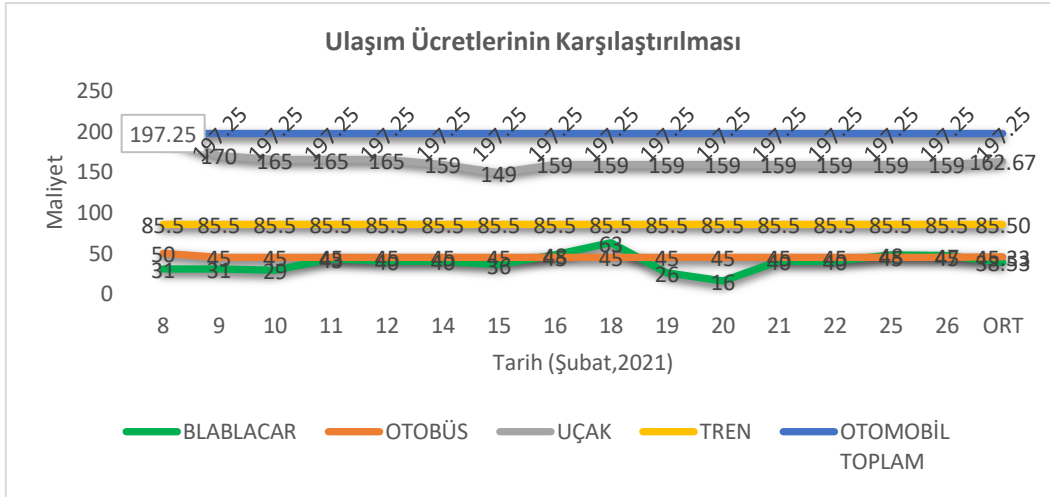
Tren bilet fiyatları için de yine aynı tarihler baz alınmış ve Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (T.C.D.D.)'nin internet sitesi içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu istikamette sadece yüksek hızlı trenler çalıştığı bilgisine ulaşılmıştır. İstanbul'da birçok kalkış noktası olduğu için Ankara istikametine hangi istasyondan kalkış yaptığını teyit etmek için T.C.D.D. çağrı merkezi aranmıştır. Bu kapsamda elde edilen bilgiler ışığında tren bileti fiyatları tarihe göre değişiklik göstermemektedir. Tüm günler için tren bilet fiyatları 85,5 ₺ olarak görülmektedir. İki seyahat seçeneği arasında en yüksek maliyet farkı 20 Şubat'ta 69,7 ₺ olarak BlaBlaCar lehine gelişmiştir. En düşük maliyet farkı ise 18 Şubat tarihinde 22,5 ₺ olarak gerçekleşmiştir. Tüm günlerde BlaBlaCar seyahat maliyetleri hızlı tren seyahat maliyetlerinden uygun olduğu görülmektedir.

Son olarak şahsi otomobillerle yapılan seyahatin maliyeti ile BlaBlaCar seyahat maliyeti karşılaştırmak için hesaplanmıştır. Hususi otomobillerin seyahat maliyeti "yakıt + yol geçiş ücreti" olarak belirlenmeye çalışılmıştır. Hususi araçların ortalama yakıt miktarı her arabada değişkenlik gösterebilmektedir. Bu bağlamda Karayolları Genel Müdürlüğü'nün sitesinde iki mesafe arasındaki farkın yaklaşık 450 kilometre civarı olduğu tespit edilmiştir (Karayolları Genel Müdürlüğü, 2021). Bir aracın ortalama bu iki destinasyon arasında ne kadar yakıt yaktığını bulmak için BlaBlaCar sitesinden bu istikamette sürekli seyahat eden 10 kişi ile görüşülmüş ve bu mesafeye en uygun 150 ₺- 160 ₺ civarı yakıt maliyeti olduğu belirlenmiştir. Bu maliyeti BlaBlaCar sitesinin kişi başına her kilometre için 0,071 yakıt ücreti olduğu (BlaBlaCar, 2021). şeklindeki bilgi de doğrulamaktadır. Bu bağlamda 5 kişilik bir

araçta her bir yolcu 0,071 ₺ öderse ve 450 kilometre yol giderse toplam yakıt ücreti  $(0,071 \times 5 \times 450) = 159,75$  ₺ olarak elde edilmektedir. Araştırma kapsamında bu maliyet (159,75 ₺) baz alınmıştır. Hususi otomobillerde ayrıca yol geçiş ücreti de bulunmaktadır. İstanbul – Ankara arası yol geçiş ücreti (HGS) 37,5 olarak görülmektedir (K.G.M., 2021). Bu kapsamda hususi araçların bu istikamete seyahatleri toplamda her gün için tahmini olarak 197,25 ₺'ye  $(159,75 + 37,5)$  denk gelmektedir. Görüldüğü gibi hususi araçlar bu istikamette söz konusu tarihlerde en pahalı seyahat aracı olduğu görülmektedir. BlaBlaCar ile aradaki fiyat farkı her gün için 134,25 ₺ – 181,25 ₺ arasında BlaBlaCar lehine olduğu görülmektedir. BlaBlaCar seyahatleri ile hususi araçlarla yapılan seyahatler arasında en yüksek fark 20 Şubat tarihinde. Bu tarihte BlaBlaCar yolculuklarının hususi araçlarla yapılan seyahatlere göre %80 daha ekonomik olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak ortalama maliyetler bakımında bir paylaşım ekonomisi örneği olan BlaBlaCar seyahatlerinin otobüs yolculuklarından %15, hızlı tren yolculukları %55, uçak yolculukları %76 ve hususi araçlarla yapılan yolculukların ise %81 oranlarında daha ekonomik olduğu tespit edilmiştir

Aşağıda Şekil 2’de görüldüğü gibi 15 günlük periyotta 16 Şubat, 18 Şubat, 25 Şubat ve 26 Şubat tarihleri dışında tüm tarihlerde BlaBlaCar seyahat maliyetleri açısından en uygun yolculuk biçimi olduğu görülmektedir. Maliyet açısından BlaBlaCar ile ikame ürün olacak seyahat yöntemi otobüs yolculuğu olarak görülmektedir. Öte yandan uçak ile yolculuk ve hususi araç ile yolculuk türleri birbirine maliyet açısından ikame ürün olduğu söylenebilir. Hızlı tren ise maliyet olarak BlaBlaCar ve otobüs yolculuğu maliyetlerine daha yakın olmakla birlikte tüm seyahat türlerinin ortasında görülmektedir.



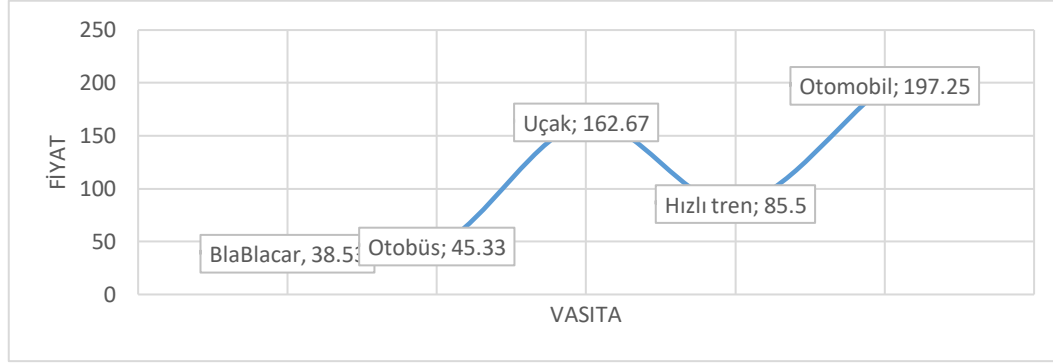
Şekil 2. Seyahat Maliyetlerinin Karşılaştırılması

Şekil 3’te seyahat tercihlerinin oluşturduğu maliyetlerin 15 günlük ortalamaları verilmiştir. Verilere bakıldığında en az maliyet ortalamasına sahip seyahat

tercihinin BlaBlaCar (Ort.:38,53 ₺) olduğu görülmektedir. Bununla beraber BlaBlaCar yolculuk maliyetlerinin oldukça dalgalı bir seyir izlediği

görülmektedir. BlaBlaCar'dan sonra en düşük ortalama maliyete sahip ulaşım aracı şehirlerarası otobüslerdir (Ort.: 45,33 ₺). En maliyetli seyahat tercihi hususi arabalar (Ort.: 197,25 ₺) olarak göze çarpmaktadır. İkinci en maliyetli seyahat tercihi ise uçak

(Ort.: 162,67 ₺) olarak tespit edilmiştir. Hızlı tren seyahat tercihi ise (Ort.: 85,5 ₺) olarak tespit edilmiştir.



Şekil 3. Ulaşım Ücretleri Ortalamalarının Karşılaştırılması

Tablo 2'de Twitter'da BlaBlaCar kullanıcılarının yaşadıkları seyahat deneyimlerine ilişkin olumlu ve olumsuz görüşlerine yönelik içerik analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Bu temalar kullanıcı yorumlarının vermek istediği

mesajın bir sifata dönüştürülmüş şeklindedir. Buna göre 193 adet olumlu görüş 50 tema altında toplanmıştır. BlaBlaCar kullanıcılarına ait 215 olumsuz görüş ise toplam 38 tema olarak gruplandırılmıştır.

Tablo 2. BlaBlaCar Kullanıcıları Görüşlerine Yönelik Bulgular

OLUMLU				OLUMSUZ		
Tema	N	%	Tema	N	%	
1 Ekonomik	17	8,81	Riskli	16	7,44	
2 Paylaşımçı	13	6,74	Güvensiz	15	6,98	
3 Sosyal	12	6,22	Sözünde Durmayan	15	6,98	
4 Pratik	10	5,18	Ayrımcı	14	6,51	
5 İşbirlikçi	9	4,66	Denetimsiz	13	6,05	
6 Çevreci	9	4,66	Mağdur Edici	12	5,58	

7	Hayvan Dostu	9	4,66	Tehlikeli	12	5,58
8	Konforlu	7	3,63	İstismarcı	11	5,12
9	Esnek	7	3,63	Yalancı	10	4,65
10	Hızlı	7	3,63	Kurumsal Olmayan	9	4,19
11	Özgürlükçü	7	3,63	Sahte	8	3,72
12	Yenilikçi	7	3,63	Kurallara Uymayan	8	3,72
13	Hoşsohbet	7	3,63	Tutarsız (Fiyat)	8	3,72
14	Ekspres	6	3,11	Garantisi Olmayan	7	3,26
15	Zevkli	5	2,59	Fırsatçı	7	3,26
16	Etkileşimsel	5	2,59	Dolandırıcı	6	2,79
17	Opsiyonel	4	2,07	Bağlayıcılığı Olmayan	6	2,79
18	Müzikal	4	2,07	Kapasite Fazlası	5	2,33
19	Hijyenik	4	2,07	Müşkülpesent	4	1,86
20	Dinlendirici	3	1,55	Plansız	3	1,4
21	Kültürel	3	1,55	Gürültülü	3	1,4
22	Öğretici	3	1,55	Küfürbaz	3	1,4
23	Misafirperver	3	1,55	Kaba	3	1,4
24	Fonksiyonel	2	1,04	Saygısız	2	0,93
25	Kafa Dengi	2	1,04	Sürprizlere Açık	2	0,93

Tablo 2. (Devamı) BlaBlaCar Kullanıcıları Görüşlerine Yönelik Bulgular

Sıra	Tema	N	%	Tema	N	%
26	Modern	2	1,04	Uyumsuz	1	0,47
27	Molasız	2	1,04	Sigortasız	1	0,47
28	Girişimsel	2	1,04	Amatör	1	0,47
29	Maceracı	1	0,52	Çıkarıcı	1	0,47
30	Mantıklı	1	0,52	Aykırı	1	0,47
31	Eşsiz	1	0,52	Anlayışsız	1	0,47
32	Yaratıcı	1	0,52	Bencil	1	0,47
33	Dostça	1	0,52	Adaletsiz	1	0,47
34	Deneyimsel	1	0,52	Acemi	1	0,47
35	Başarılı	1	0,52	Paragöz	1	0,47
36	İlham Verici	1	0,52	Erişilemez	1	0,47
37	Sürdürülebilir	1	0,52	Belirsiz	1	0,47
38	Akılda Kalıcı	1	0,52	Hoşgörüsüz	1	0,47
39	Merak Uyandırıcı	1	0,52			
40	Güdüleyici	1	0,52			
41	Özgüvenli	1	0,52			
42	Katma Değer Sunan	1	0,52			
43	İsraf Önleyici	1	0,52			

44	Sorumluluk Sahibi	1	0,52		
45	İçten	1	0,52		
46	İyi	1	0,52		
47	Farklı	1	0,52		
48	İlgi Çekici	1	0,52		
49	Samimi	1	0,52		
50	Barışçıl	1	0,52		
	TOPLAM	215	100	TOPLAM	193 100

Olumlu görüşlere ait temalar içerisinde en önemli temalar ‘ekonomik (N=17; %8,81)’, ‘paylaşımçı (N=13; %6,74)’ ve ‘sosyal (N=12; %6,22)’ olarak göze çarpmaktadır. Bu temaları sırasıyla; ‘pratik (N=10; %5,18)’, ‘işbirlikçi (N=9; %4,66)’, ‘çevreci (N=9; %4,66)’ ve ‘hayvan dostu (N=9; %4,66)’ temaları takip etmektedir. Bu bağlamda BlaBlaCar kullanıcılarının bu seyahat deneyimleri ve beraber yolculuk yaptıkları kişiler hakkında ekonomik, paylaşımçı, sosyal, işbirlikçi, çevreci ve hayvan sever olarak tasvir etmektedirler. Bu görüşlerden bazıları şöyledir:

Ekonomik:

‘...ciddiyim çağımızın en güzel uygulamalarından biri, İstanbul’dan İzmir’e 50 TL ye 2018 model jeeple 4 saat 45 dakika da geldim...’

‘...aynen İstanbul biletini 120 TL yapın da yürüyerek gidelim, zorunda kalmadıkça otobüse binmem artık yaşasın @BlaBlaCarTR...’

‘Ankara’da yaşayan bir Beşiktaş aşığı olarak @VodafonePark kombinemin hakkını vermek biraz masraflı oluyor Maç için İstanbul’a gelişimde @BlaBlaCarTR kullanıyorum. Böylelikle kendi arabamla istediğim saatlerde İstanbul’a ekonomik bir şekilde gelebiliyorum...’

Paylaşımçı:

‘...araç var iken otobüsler ve tramvaylar insan kaynıyor hatta var olan hatlar dahi yetmiyordu şehre, işte sadece koltuklarını paylaşıırken bir arada yaşamamanın inceliklerini hem yaşamama hem anlatmama vesile olan @BlaBlaCarTR 'ye çok teşekkür eder tanınarak büyümesini temenni ederim...’

İşbirlikçi

‘...benzin masraflarına karşı iş birliğimiz devam edecek! @BlaBlaCarTR... ‘

Hayvan Dostu

‘...evcil hayvanlar da gelsin tabi! :) @BlaBlaCarTR...’

Pratik

“...#BlaBlaCar ile ilk deneyimim. Sandığımdan çok daha fazla kullanılıyormuş. Hesabı oluşturduktan 1 saat sonra yoldaydık...”

#### Çevreci

“...dört aracın egzoz salınımı yerine tek aracın bu uygulama çevreci, küresel ısınmaya birebir...”

Olumsuz görüşlerden en çok dikkat çeken “riskli (N=16; %7,44)” olarak göze çarpmaktadır. Bu temayı sırasıyla “güvensiz (N=15; %6,98)”, “sözünde durmayan (N=15; %6,98), “ayrımcı (N=14; %6,51)” ve “denetimsiz (N=13; %6,05) takip etmektedir. Bu bağlamda BlaBlaCar kullanıcıları yaşadıkları seyahat deneyimleri sonucunda bu deneyimlerini ve yolculuk yaptığı kişileri riskli, güvensiz, sözünde durmayan, ayrımcı ve denetimsiz olarak tasvir ettikleri görülmüştür. Bu görüşlerden bazıları şöyledir:

#### Ayrımcı

“...BlaBlaCar'daki cinsiyet ayrımcılığını çözenin bir yolu var mı? Sürücüler sadece kadın yolcuları kabul ediyor olması sizce normal mi? Yolculuk yapabilmek için illa kadın mı olmak lazım Bir öneriniz var mı? @BlaBlaCarTR...”

#### Güvensiz

“...\*\* \*\*\*\* numaralı şoförün arabasında İstanbul'dan Eskişehir'e yolculuk yaptım. Petrolde cüzdanımdan param düştü ben de arabaya bindiğimde cüzdanımı düzenledim param düşmesin diye daha sonra bir sonraki petrolde arabaya döndüğümde şoförü arka kapının önünde gördüm. Arkada oturan bendim çantamı da arabada bırakmıştım çok ağır diye. O an

şüphelenmedim yolculuk bitti eve geldiğimde beni engellemişti. Yine anlamadım cüzdanıma baktığımda yaklaşık 50 dolar ve 100 ₺ yoktu. Hiç güvenilir değil...”

#### Denetimsiz

“...birisini benim numaramı hesabına eklemiş, sürekli olarak rezervasyon mesajı geliyor, kaç kere mail attım. Hesap sahte, benim telefon numaramı kullanıyor diye, mail attım, dönüş yapılmadı. Çok rahatsız edici bir durum. Beni arayan durum hakkında ilgilenen yok. Neden ulaşabileceğimi müşteri hizmetleri numarası yok. Sürekli olarak taciz mesajları gece yarısı, WhatsApp üzeri aramaları dayanılmaz bir durum...”

#### Sözünde Durmayan

“...’Bursa, Afyon arası \*\*\*\*\* adlı sürücü son dakika gelmiyor buluşma noktasına, telefon mesaja cevap yazmıyor. Çok bekledim deyince de bekleme o zaman diyor. Yarı yolda bırakıyor benim gideceğim yere saat 3'te gece inmemi sebep oldu...”

Aşağıda Şekil 4'te Voyant-Tools program aracılığıyla kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutunun algoritması en sık tekrar edilen kelimeleri en önemli kelimeler olarak alıp oluşturduğu bulutun merkezine büyük puntularla yerleşmesi mantığıyla çalışmaktadır. Bu bağlamda şekil incelendiğinde BlaBlaCar yolcularının deneyimleri hakkında en önemli olumlu kelimenin “ekonomik”, “sosyal” ve “paylaşımçı”, en önemli olumsuz kelimenin ise “riskli”, “güvensiz” ve “sözünde durmayan” olduğu göze çarpmaktadır.





## Sonuç

Dünya nüfusunun artması yaşanan coğrafyanın genişlemesine, küreselleşme ise bu nüfusun dünya coğrafyası üzerinde hareketliliğine yol açmıştır. Bu durum üreticileri ve girişimcileri ulaşım araçlarında sürekli olarak teknolojik ve girişimsel odaklı yeniliklere zorlamıştır. Seyahat araçlarının konfor, hız ve ekonomik açıdan iyileştirilmesine ve bu araçların çeşitlenmesine paralel olarak bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesi de ihtiyaç duyulan sektörlerde inovatif fikirleri ortaya çıkarmıştır. Bu parlak fikirlerden bir tanesi de “boş koltuk” – “seyahat masraf paylaşımı” takası mantığına dayanan BlaBlaCar girişimidir.

Bu çalışmada BlaBlaCar ile yapılan yolculuk maliyeti diğer klasik seyahat araçları ile yapılan yolculuk maliyeti ile kıyaslanarak avantaj-dezavantaj durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ekonomi önemli bir faktör olmakla beraber seyahat aracı seçiminde tek başına belirleyici faktör olması beklenemez. Bu kapsamda yeni bir uygulama olan BlaBlaCar ile ilgili kullanıcı deneyimlerine yönelik olumlu ve olumsuz sosyal medya paylaşımları da analiz edilmiştir.

Yolculuk maliyetlerine yönelik yapılan maliyet analizi sonucunda klasik ulaşım araçları olan şehirlerarası otobüs, tren, uçak ve hususi araçlara kıyasla BlaBlaCar yöntemiyle yolculuk paylaşımı yapmak çok daha avantajlı olduğu görülmüştür. Klasik ulaşım araçlarının BlaBlaCar seyahatlerinden %1233'e kadar daha maliyetli olduğu görülmüştür. Klasik ulaşım araçları içerisinde maliyet açısından BlaBlaCar seyahatinin ikamesi olabilecek seyahat biçimi seçeneği şehirlerarası otobüslerle yapılacak seyahatler olduğu söylenebilir. Uçak ve özellikle hususi araçla yapılan seyahatlerin BlaBlaCar seyahatleri ile kıyaslanamayacak derecede pahalı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. BlaBlaCar yolculuklarını ekonomik anlamda en avantajlı yolculuk türü olmakla beraber, fiyatların esnek olması kullanıcılar için bir

dezavantaj olarak değerlendirilebilir. Her ne kadar nadiren bazı günlerde BlaBlaCar yolculukları en uygun ikinci yolculuk konumuna geçse de genel anlamda baskın bir şekilde en uygun seyahat biçimi olduğu görülmektedir.

Çalışma kapsamında BlaBlaCar yolculuklarının en düşük maliyetli yolculuk türü olduğu sonucunun elde edilmesi literatürde bazı çalışmaların sonuçlarıyla desteklenmektedir. Shannen vd., (2017) Fransa'da çevrimiçi ve uygulama tabanlı BlaBlaCar hizmetinden yararlanan katılımcılar üzerinde yaptığı çalışmada düşük gelir düzeyine sahip kullanıcılar ve öğrenciler BlaBlaCar uygulamasında yolcu olmaya daha yatkın olduğu şeklinde tespiti bu bulgularla uyumaktadır. Farajallah vd., (2019) BlaBlaCar organizasyonlarında sürücülerin deneyim kazandıkça fiyatları düşürdüğünü tespit etmesi de BlaBlaCar yolculuklarının ekonomik olmasına işaret etmektedir. Zalega (2020) de katılımcıların BlaBlaCar'ı kullanmaları için en önemli nedenlerden birisini düşük seyahat maliyetler olarak tespit etmesi de araştırmada elde edilen sonuçlarla örtüşmektedir. Bu çalışmalar BlaBlaCar uygulamasının ekonomik olduğu yönünde sonuçlar elde etmiş olsa da somut bir maliyet sonucu ortaya koymamıştır.

Çalışmanın bir diğer sonucu ise BlaBlaCar kullanıcılarının deneyimleri sonucunda sosyal medyada yaptıkları olumlu ve olumsuz paylaşımlara ilişkindir. Bu paylaşımlardan olumlu olanları BlaBlaCar uygulamasının diğer güçlü yanlarını ortaya koymaktadır. Buna göre kullanıcıların BlaBlaCar uygulamasını en çok ekonomik, paylaşımcı, sosyal, pratik ve işbirlikçi olarak nitelendirmektedir. Bu bağlamda BlaBlaCar uygulamasının paylaşımcı ve ekonomik yönüyle paylaşım ekonomisi, sosyalleşme yönüyle sosyoloji, işbirlikçi yönüyle oyun teorisi konularıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Araştırmacıların BlaBlaCar uygulaması ile ilgili bu disiplinlerde çeşitli araştırmalar yapması önerilmektedir.

Ayrıca BlaBlaCar kullanıcılarının bu uygulamayı pratik olarak değerlendirmeleri bu uygulamanın ekonomik faydanın yanı sıra zaman ve yer faydasının da olduğu gerçeğini de ortaya koyduğu söylenebilir. Bu nitelendirmelerin yanı sıra BlaBlaCar uygulaması kullanıcılar tarafından çevreci ve hayvan dostu olarak da nitelendirilmektedir. Bu algının sebebi trafikte daha az araç bulunması nedeniyle egzoz salınımının minimize edilmesine ve yolculuklarda klasik ulaşım türlerinde evcil hayvanların taşınmasının maliyetli olmasına ve yasal engellerin bulunmasına bağlı olduğu söylenebilir. BlaBlaCar seyahatlerinin çevreci özelliği çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağladığı gibi küresel ısınmanın da önüne geçmek için bir fırsat olarak görülebilir. Son yıllarda çevre dostu imajı tüketici tercihlerinde önemli bir rol oynaması (Yaşar, 2020) bu algının önemini ortaya çıkarmaktadır. Diğer yandan evcil hayvan taşımalarının daha kolay ve daha az maliyetli olduğu BlaBlaCar uygulamasının bu yönü de tercih edilebilirliği artırdığı düşünülebilir.

Çalışma kapsamında elde edilen bir başka sonuç ise BlaBlaCar uygulaması, yolculukları ve yol arkadaşları hakkında kullanıcıların olumsuz algılarına yönelik sosyal medya paylaşımlarıdır. Bu paylaşımlarda daha çok BlaBlaCar uygulaması, yolculukları ve yol arkadaşları; riskli, güvensiz, sözünde durmayan, ayrımcı ve mağdur edici olarak nitelendirilmektedir. BlaBlaCar seyahati deneyimi yaşayan kullanıcı yorumları da genel anlamda yolculuk ilanlarında ilan açan kişinin sözünde durmadığı, bu yüzden tam anlamıyla güvenilir olmadığını ve bu ilanlara güvenerek plan yapmanın sonucunda mağduriyet yaşadıklarını dile getirmeleri dikkat çekmektedir.

Öte yandan kadın yolcular cinsel taciz vakalarından yakınırken, erkek yolcular da yolculuk ilanlarında cinsiyetlerinden dolayı dışlandıklarından dolayı cinsiyetçilikten yakındıkları gözlemlenmiştir. Kullanıcıların BlaBlaCar uygulamasında bu gibi sorunları

denetlemede yetersiz olduğunu düşünmeleri çalışmanın bir başka sonucunu oluşturmaktadır.

Sonuç olarak seyahat sektöründe yeni bir trend olan BlaBlaCar uygulaması insanların seyahat ihtiyacını karşılamak için başta maliyet olmak üzere oldukça önemli avantajlar sunduğu görülmektedir. Ayrıca bu tarz bir yolculukta sosyalleşme, paylaşım ve işbirlikçilik gibi sosyolojik açıdan önemli durumlarda yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu uygulamanın çevreci yanı ve hayvan dostu olması da günümüz dünyasında önemli sorunların çözümüne katkı sağlayıcı nitelikte olduğu anlaşılmıştır. Bu uygulamanın birçok yönden avantajlı yönleri olduğunu görülmekle beraber denetim mekanizması başta olmak üzere birçok yönden geliştirilme ihtiyacı duyduğu açıktır. Bu bağlamda bu ve bu tarz girişimler için girişimcilere müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında anlık olarak erişilebilir bir çağrı merkezi oluşturulması önerilmektedir. Küresel ısınma, kaynakların tükenmesi ve trafik yoğunluğu gibi hayati önem taşıyan konulara çözüm arayan paydaşlar bu girişimcilik örneğini de içine alacak stratejiler geliştirilebilir ve insanlar bu gibi özel ve konforlu toplu taşıma türüne teşvik edilebilir.

Turizm sektörü açısından bu tarz uygulamaların turizm amaçlı seyahatlere de uygun hale getirilmesi için çalışmalar yapılması da turizm ve seyahat sektör temsilcilerine bir başka önerimizdir. BlaBlaCar, Airbnb ve Couchsurfing gibi düşük maliyetli / maliyetsiz konaklama ve seyahat uygulamaları turizm alanında birleştirilerek “Makul Turizm” şeklinde alternatif bir turizm fikri geliştirilerek turizm faaliyetlerinde katılım artışı sağlanabilir. Ayrıca bu uygulamanın paylaşımcı ruhu göz önünde bulundurulduğunda yine paylaşımcı bir uygulama olan “askıda” uygulaması ile birleştirilerek ihtiyaç duyan yolcular ile (öğrenciler, ihtiyaç sahipleri) hayırsever araç sahipleri arasında “askıda seyahat” uygulamaları, uygulamanın web sitesine bir opsiyon olarak eklenebilir. Son olarak araştırmacıların BlaBlaCar uygulaması ile ilgili

yukarda bahsedilen çeşitli disiplinlerde bilimsel çalışmalar yapması önerilmektedir.

#### KAYNAKÇA

Biletall.com (2021). Otobüs bileti al. Erişim Adresi: <https://www.biletall.com/> (06.02.2021).

BlaBlaCar (2021). BlaBlaCar. Erişim Adresi: <https://blog.BlaBlaCar.com.tr/about-us> (05.02.2021).

BlaBlaCar (2021). Hakkımızda. Erişim Adresi: <https://blog.BlaBlaCar.com.tr/about-us#:~:text=BlaBlaCar%2C%20aracında%20boş%20koltuklarıyla%20yolculuk,bir%20ulaşım%20ağında%20hayat%20veriyor.> (08.02.2021).

Çakmak, V. ve Altaş, A., (2018). Sosyal medya etkileşiminde tren yolculukları: doğu ekspresi ile ilgili Youtube paylaşım videolarının analizi, *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*.

Casprini, E., Di Minin, A. ve Paraboschi, A. (2019). How do companies organize nascent markets? The BlaBlaCar case in the inter-city shared mobility market, *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 2019, 270-281, ISSN 0040-1625,

Cresswell, J. W. (2018). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Enuygun.com (2021). Ucuz uçak biletleri. Erişim Adresi: [https://www.enuygun.com/ucak-bileti/istanbul-ankara-istanbul-ankara/?gclid=Cj0KCQiAyJOBbDCARISAJG2h5fFiohyX93VjWGhiuSxs-2yHWJ3XTbDGRL3G2xYWtAujnHu7sOYNksaAtDJEALw\\_wcB](https://www.enuygun.com/ucak-bileti/istanbul-ankara-istanbul-ankara/?gclid=Cj0KCQiAyJOBbDCARISAJG2h5fFiohyX93VjWGhiuSxs-2yHWJ3XTbDGRL3G2xYWtAujnHu7sOYNksaAtDJEALw_wcB) (06.02.2021).

Farajallah, M., Hammond, R. G. ve T. Penard. (2019). What drives pricing behavior in Peer-to-Peer markets? Evidence from the carsharing platform BlaBlaCar, *Information Economics and Policy*, 48, 2019, 15-31, ISSN 0167-6245,

Kervankıran, İ ve Bağmancı, M. (2020). Turizm hareketliliğine karşı istikametten bakmak Türkiye'den yurtdışına olan seyahatlerin

görünümü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (3), 686-712. DOI: 10.21547/jss.744618

Karayolları Genel Müdürlüğü (2021). 4. Bölge Müdürlüğü, Erişim Adresi. <https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Otoyollar/UcretlerAna.aspx> (05.02.2021)

Lemoine, L., Guesmi, S. ve Hadhri, W. (2017). İşbirliğine dayalı bir ekonomi platformunda güven inşa etmek. BlaBlaCar'da bir marangoz seçmek için kriterlerin niteliksel bir çalışması. *Yönetim sorusu (soruları)*, 4 (4), 77-89. <https://doi.org/10.3917/qdm.174.0077>

Martin C.J. (2016), The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159

Saxena D, Muzellec L. ve Trabucchi D. (2020). BlaBlaCar: Dijital platformda değer yaratma. *Journal of Information Technology Teaching Cases.*; 10 (2): 119-126. doi: 10.1177 / 2043886919885940

Setiffi, F. ve Lazzer, G. (2018). Riding free-riders? A study of the phenomenon of BlaBlaCar in Italy. In Cruz, I., Ganga, R., Wahlen, S. (Eds.), *Contemporary Collaborative Consumption*. London: Springer.

Seven, V ve Öksüzoğlu, H. (2020). BlaBlaCar platformu aracılığıyla yapılan taşımaların hukuki niteliği (hatır taşıması ve otostop karşılaştırması). *Türk-Alman Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 25-76.

Shahen, S. Stocker, A. ve Mundler, M. (2017). Online and app-based carpooling in France: Analyzing users and practices— A study of BlaBlaCar

Strähle J. ve Erhardt, C. (2017), Collaborative consumption 2.0: An alternative to fast fashion consumption, In: Strähle J. (ed.), *Green Fashion Retail*, Springer Series in Fashion Business, Singapore.

- Silwanowicz, T. (2017). Ride-sharing customer behaviour on example of BlaBlaCar. *Prace Naukowe/Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 200-213.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press
- Tapscott, D. ve Williams, A. (2010). *Innovating the 21st-century university: it's time!..* Educause Review. 45.
- T.C.D.D. (2021). TCDD Taşımacılık A.Ş. online bilet. Erişim Adresi: <https://ebilet.tcddtasimacilik.gov.tr/view/eybis/tnmGenel/tcddWebContent.jsf> (06.02.2021)
- Touriño, A. (2016): “La economía colaborativa desde la óptica de la competencia desleal. Análisis de los autos de medidas cautelares dictados en los casos de Uber, BlaBlaCar y Cabify”, *Actualidad civil*, 4, 80-93.
- Voyant Tolos (2022). Erişim Adresi: <https://voyant-tools.org/> (21.12.2022).
- Yaşar, M. (2020). Çevre dostu ürün ve çevre dostu ürün ambalajının tüketici satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi - Bingöl ili örneği-. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 314-333
- Yıldırım, V. Ç., Nurtamış Velioğlu ve M., Karsu, S. (2020). BlaBlaCar İle işbirlikçi tüketime katılım yolculuğu. *Communication Economics Organisation*. Bosna Hersek: 2020 International CEO Communication, Economy, Organization& Social Sciences Congress.
- Zalega, T. (2020). The sharing economy and the behaviour of young Polish singles: the case of BlaBlaCar, *Gospodarka Narodowa. The Polish Journal Of Economics*, Warsaw School of Economics, 4, 105-134.