

Paylaşım Ekonomisinin Sınırlarını Belirginleştirmek: Kavramsal Genişlemeye Karşı Yeni Bir Tanım Önerisi

<https://doi.org/10.31006/gipad.1790541>

Ahmet BARDAKCI*, Djavlonbek KADIROV**

Öz

2013 yılından bu yana *Web of Science (WoS)* veri tabanında indekslenen paylaşım ekonomisi konulu makalelerin sayısında hızlı bir artışa şahit olunmuştur. Ancak bu çalışmalar, kavramı tanımlama noktasında bir uzlaşıdan yoksundur. Bu çerçevede çalışmamız, literatürdeki mevcut tanımlardan hareketle katı bir kavramsal tanım geliştirmeye odaklanmakta ve altı temel niteliği içeren yeni bir tanım önermektedir. Bizim tanımımıza en yakın tanım, pazarlama alanının en saygın dergisi *Journal of Marketing*'de yayımlanan Eckhardt vd. (2019) tarafından yapılan tanımdır. Fakat Eckhardt vd. (2019) tanımı da kavramsal genişlemeye yol açma riski taşımaktadır. Atıl kapasite, dijital platform, kitle kaynak, ekranlar arası işlem, aynî veya nakdi bedel mukâbili ve erişime dayalı kullanım niteliklerinden oluşan yeni tanımımız, paylaşım ekonomisi kavramına yönelik gelecekteki araştırmalar için sağlam bir kuramsal yapıtaşı olacaktır.

Anahtar kelimeler: Paylaşım Ekonomisi, Paylaşım Platformu, Kavramsal Genişleme

Towards a Rigorous Definition of the Sharing Economy: Preventing Conceptual Stretching

Abstract

Since 2013, we have witnessed a rapid increase in the number of articles on the sharing economy indexed in the *Web of Science (WoS)* database. However, these studies lack a consensus on how to define the concept. In this regard, our study focuses on developing a strict conceptual definition based on existing definitions in the literature and proposes a new definition that includes six core attributes. The definition most similar to ours was proposed by Eckhardt et al. (2019) and published in the *Journal of Marketing*, the most prominent journal in of marketing. However, the definition by Eckhardt et al. (2019) also carries the risk of conceptual stretching. Our new definition—comprising the attributes of idle capacity, digital platform, crowdsourcing, peer-to-peer transaction, compensation, and access-based usage—provides a solid theoretical foundation for future research on the concept of the sharing economy.

Keywords: Sharing Economy, Sharing Platform, Conceptual Stretching

* Prof. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, abardakci@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1391-6432

**Senior Lecturer, Victoria University of Wellington, School of Marketing and International Business
djavlonbek.kadirov@vuw.ac.nz ORCID: 0000-0001-7618-6903

Extended Abstract

1. Introduction

Pirate taxi services, second-hand sales, room rentals, and carpooling are long-standing peer-to-peer business models. While such activities were carried out on a limited scale in the pre-Internet era, they have become global in scope after the advent of the Internet (Basselier et al., 2018). A Web of Science search (2000–2024) using terms such as collaborative economy, collaborative consumption, collaborative platform, collaborative marketplace, or peer-to-peer economy in the “business” and “management” categories reveals a sharp upward trend in academic interest, particularly after 2013. Despite the proliferation of Internet-based platforms, there is no consensus among scholars on how to define the sharing economy (Thornton, 2024).

This study aims to delineate the conceptual boundaries of the sharing economy by analyzing existing definitions in the literature. The majority of the definitions examined are those compiled by Eckhardt et al. (2019) in the *Journal of Marketing*—the field’s most prestigious journal—supplemented with additional works identified through a Google Scholar search (2023–2025). Definitions were coded thematically, and attributes recurring at least three times were quantified.

2. Components of the Sharing Economy

2.1 Access over Ownership

The sharing economy primarily facilitates access rather than ownership. Platforms like eBay involve ownership transfer, not access, and therefore do not qualify as sharing platforms.

2.2 Digital Platforms

Peer-to-peer exchanges must occur via digital platforms, which act as intermediaries facilitating interactions and generating network effects (Rochet & Tirole, 2003). Offline intermediaries, such as real estate agents or print directories, are not considered part of the sharing economy.

2.3 Idle Capacity Utilization

Digital platforms allow real-time interaction between owners and users, enabling the sharing of underutilized assets such as cars, houses, or machinery. Partial access to traditionally indivisible goods raises overall capacity utilization and reduces marginal costs for both providers and users.

2.4 Peer-to-Peer Nature

The peer-to-peer attribute denotes transactions between individuals who are not commercial enterprises. Platforms operating on a B2C model, such as Lovefilm.com, Ofo, or Mobike, cannot be classified as part of the sharing economy (Botsman, 2013; Lamberton & Rose, 2012; Bardakcı & Madak, 2021).

2.5 Goods and Services

Sharing can involve both tangible goods (cars, houses, tools) and intangible resources (labor, skills). Even physical goods generate services in sharing models, since access is temporary rather than ownership-based (Frenken & Schor, 2017; Hamari et al., 2016).

2.6 Monetary or In-Kind Compensation

Economic value is essential; unpaid sharing is excluded (Belk, 2014). In-kind payments, such as house swaps or reciprocal labor, qualify as compensatory exchanges.

2.7 Crowdsourcing

Crowdsourcing involves transferring tasks traditionally performed by employees to an undefined, open group (Howe, 2006). Platforms benefit from user-generated content and contributions, enhancing both supply and engagement.

3. Misuses of the Concept

The term “sharing economy” has been stretched to include nearly all online commercial platforms, leading to conceptual stretching. Platforms such as eBay, arabam.com, or sahibinden.com involve ownership exchange and should be classified as online marketplaces rather than sharing platforms.

Similarly, B2C services like Lovefilm.com or later-stage Uber and Airbnb, which acquired their own assets (Del Valle, 2018), resemble traditional firms rather than peer-to-peer sharing systems. Misclassifying such models risks including virtually all online sales or booking platforms, diluting the concept.

Based on our literature review, we propose the following definition as the most comprehensive for the sharing economy. The sharing economy consists of systems that enable access to underutilized assets through digital platforms. These systems are founded on crowdsourced supply and primarily facilitate exchanges among peers. Access to the shared resources is provided without transferring ownership, and participants receive either monetary or in-kind compensation in return. In this way, the sharing economy represents a model of value creation that emphasizes usage and access over ownership. This definition is more restrictive than Eckhardt et al. (2019), Frenken & Schor (2017), and Habibi, Kim & Laroche (2016), yet clearer than broader interpretations (Arvidsson, 2018; Deloitte, 2015; Hamari, 2016; Kathan et al., 2016).

4. Benefits of the Sharing Economy

4.1 Cost Efficiency

Sharing platforms incur negligible costs for adding capacity. Peers contribute pre-existing assets, allowing rapid capacity expansion.

4.2 Market Reach and Variety

Crowdsourced supply increases product variety. Individuals gain access to markets far larger than they could reach alone.

4.3 Affordability

Access to underutilized assets reduces overall costs. Economic downturns often accelerate adoption of sharing platforms (Botsman, 2013; Quelch & Harding, 1996).

5. Risks and Challenges

5.1 Disintermediation

Users may bypass the platform for repeat transactions, reducing platform control, as seen with TaskRabbit.

5.2 Multi-Homing

Users participating in multiple platforms simultaneously increase competition and pressure profit margins.

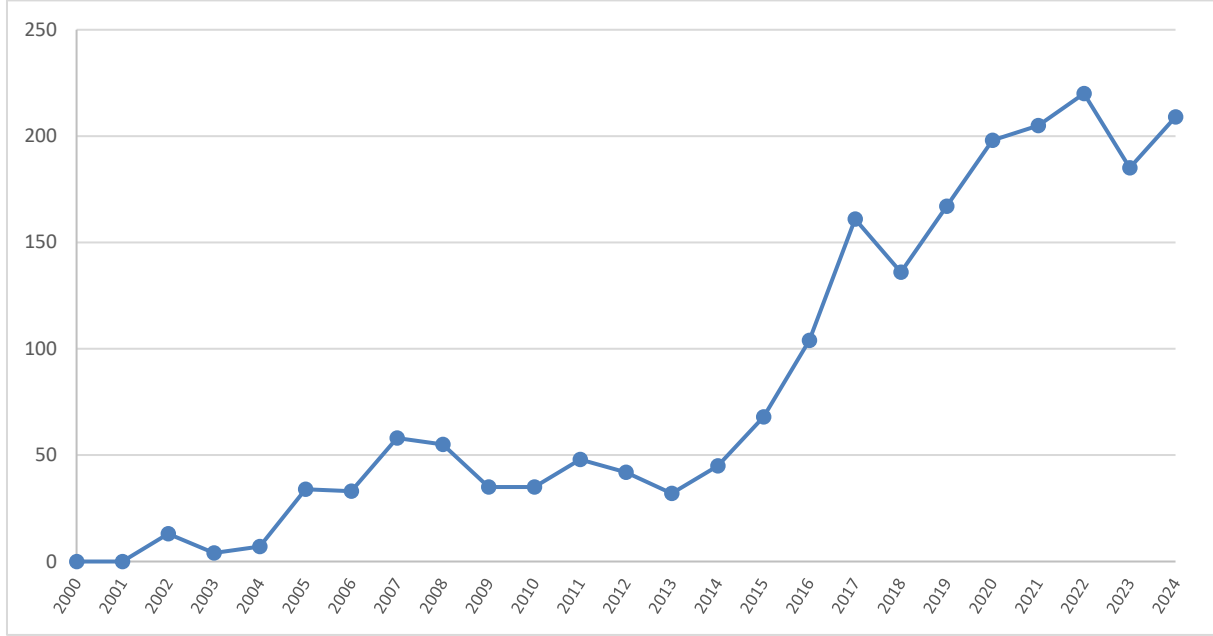
5.3 Misuse and Negligence

Improper or careless use of shared goods can lead to vandalism or inefficiency, as seen in bike-sharing systems (Jia et al., 2018; Chi et al., 2019; Bardakcı & Madak, 2021). Mechanisms such as verifying asset condition via photos or requiring provider presence can mitigate risks.

1-Giriş

Akranlar arasında gerçekleřen korsan taksicilik, ikinci el eřya satıřı, oda kiralama ve araç paylařımı gibi iř modelleri uzun sūredir varlıđını sūrdūrmektedir. Ancak internet ōncesi dōnemde bu faaliyetler sınırlı bir ōlekle yūrūtūlūrken, dijitalleřme ile birlikte kūresel ōlekte uygulanabilir hale gelmiřtir (Basselier et al., 2018). İnternetin sunduđu bu fırsatı deđerlendiren ōncūlerden Zipcar (2000), Airbnb (2009) ve Uber (2009), evrimii platformlar aracılıđıyla akranları bir araya getiren iř modelleri geliřtirmiřtir. Bu sūrete Botsman ve Rogers'ın (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* adlı çalıřması, hem iř dūnyasında hem de akademik çevrelerde "iřbirlikçi tūketim" ve "paylařım ekonomisi" kavramlarının yaygınlařmasına ōnemli katkı sađlamıřtır.

2010'lu yıllarda ōzellikle GPS tabanlı teknolojilerdeki ilerlemeler, bisiklet ve otomobil kiralama alanlarında yeni fırsatların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu dōnemde Çin merkezli Mobike ve Ofo gibi bisiklet paylaşım girişimlerinin yanı sıra kendisini paylaşım ekonomisinin bir parçası olarak tanımlayan birçok yeni platform faaliyet gōstermeye başlamıştır. Nitekim Web of Science veri tabanında 2000–2024 yılları arasında "collaborative economy," "collaborative consumption," "collaborative platform," "collaborative marketplace" veya "peer-to-peer economy" anahtar kelimeleriyle işletme ve yōnetim kategorilerinde yapılan taramada gōrūldūđu ūzere, ōzellikle 2013 sonrasında konuya yōnelik akademik ilgi belirgin şekilde artış gōstermiřtir (şekil 1).



Şekil 1. 2000–2024 arasında WoS tarafından taranan işletme ve yönetim kategorilerinde yayın sayıları

Botsman ve Rogers’ın (2010) öncülüğünden bu yana “işbirlikçi tüketim,” “işbirlikçi platform,” “işbirlikçi pazaryeri” ve “akranlar arası ekonomi” kavramları zaman zaman “paylaşım ekonomisi” kavramının yerine kullanılmıştır. Ancak internet tabanlı platformların yaygınlaşmasına paralel olarak yayımlanan çok sayıda akademik çalışmaya rağmen, paylaşım ekonomisinin tanımı konusunda araştırmacılar arasında hâlen bir uzlaşa bulunmamaktadır (Thornton, 2024). Araştırmacılar genellikle kendi inceleme konularının özelliklerine göre farklı operasyonel tanımlar geliştirmiştir. Ayrıca kendisini paylaşım ekonomisi aktörü olarak tanıtan çeşitli platform ve şirketlerin varlığı, kavramsal belirsizliği daha da artırmıştır. Bu durum, paylaşım ekonomisi kavramını adeta bir “Gordion düğümü” haline getirmiştir.

Bu makale, literatürde yer alan farklı tanımlardan hareketle paylaşım ekonomisinin kavramsal sınırlarını belirlemeyi ve kavrama dair bütüncül bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

2. Yöntem

Paylaşım ekonomisi kavramının üzerinde literatürde uzlaşa sağlanmış tek bir tanımın bulunmaması, kavramın sınırlarının ve kapsamının net bir şekilde belirlenmesini güçleştirmektedir. Bu durum, paylaşım ekonomisinin ne olduğu ve ne olmadığı konusundaki kafa karışıklığını artırmaktadır. Bu çalışmada, kavramın sınırlarını daha net çizebilmek amacıyla, literatürdeki farklı tanımlar sistematik olarak derlenmiştir.

Derleme süreci iki aşamada yürütülmüştür. İlk olarak, Eckhardt ve arkadaşlarının (2019) *Journal of Marketing*’de yayımlanan derleme makalesinde yer alan 16 tanım incelenmiştir. İkinci aşamada ise 2023–2025 yılları arasında Google Akademik taraması ile “paylaşım ekonomisi” anahtar kelimesi kullanılarak tespit edilen ve analize uygun diğeri 5 tanım derlenmiştir. Böylece toplam 21 tanım çalışmaya dahil edilmiştir.

Derlenen tanımların analizi tematik yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. Tanımlardaki nitelikler, “en az üç kez tekrar etme” kriteri temel alınarak kodlanmış ve frekans dağılımları

şekil 2’de sunulmuştur. Bu yöntem, paylaşım ekonomisinin temel niteliklerini sistematik biçimde ortaya koymayı ve kavramsal çerçevenin sınırlarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

2.1. Tanımların Derlenmesi

Paylaşım ekonomisi kavramı üzerine literatürde üzerinde uzlaşı sağlanmış tek bir tanım bulunmaması, kavramın sınırları ve kapsamı konusunda kafa karışıklığına yol açmaktadır. Bu çalışmada, farklı yazarlar tarafından yapılan tanımlar derlenmiş ve karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. oğunluğu Eckhardt ve arkadaşlarının (2019) Journal of Marketing’de yayınlanan çalışmasından alınan tanımlar olmak üzere, 2023-2025 yılları arasında Google Akademik taraması ile “paylaşım ekonomisi” anahtar kelimesi kullanılarak tespit edilen diğer tanımlar da analize dahil edilmiştir.

Toplamda derlenen 21 tanımın 16’sı Eckhardt ve arkadaşlarının (2019) makalesinden sağlanmıştır. Tanımların derlenmesi aşamasında herhangi bir seçicilik kriteri uygulanmamış, temel amaç literatürdeki farklı perspektifleri kapsamlı biçimde sunmaktır.

Derlenen tanımların belirgin nitelikleri, tematik analiz yaklaşımıyla kodlanmıştır. Yazarlar tarafından gerçekleştirilen kodlama iki ay ara ile ikinci kez (Krippendorf, 1980) gerçekleştirilerek inter-rater concordance ($\approx 0,94$) ölçölmüştür. Tanımlardaki niteliklerin frekans dağılımı, “en az üç kez tekrar etme” (tamamen keyfi olarak belirlenmiş) kriteri temel alınarak oluşturulmuş ve şekil 2’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Literatürde Paylaşım Ekonomisi Tanımlarından Bazıları

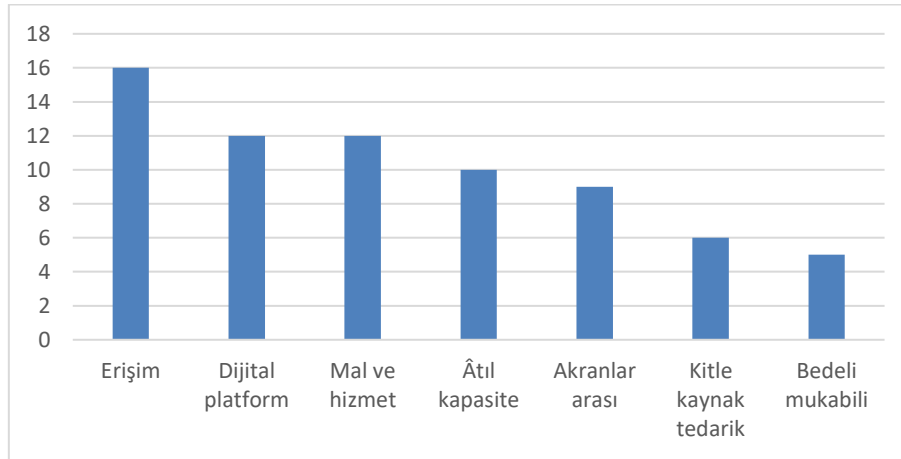
Yazar(lar)	Tanım	Nitelik
Arvidsson (2018; 289)	<i>Kendi başlarına doğrudan piyasa değişimine duyarlı olmayan ortak kaynaklar üzerine inşa edilen yeni bir ekonomik eylem alanı.</i>	Ortak kaynaklar,
Bardhi ve Eckhardt (2012; 881)	<i>Mülkiyetin devredilmediği, piyasa aracılı olabilen işlemler</i>	Erişim
Basselier, Langenus, ve Walravens (2018; 58)	<i>Dijital teknolojilerin yardımıyla, araçlar aracılığıyla az kullanılan varlıkların veya becerilerin talebini arzla eşleştirir ve bunu hız ve verimlilikle ve büyük ölçekte yapar. Ayrıca tüketicilerin üretici veya mikro girişimci olmalarını ve birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlar, böylece birçok geleneksel faaliyetin aracısızlaşmasına neden olur.</i>	Bilgi teknolojileri, âtlı kapasite, mal ve hizmetler, büyük ölçek, aracısızlaşma, prosumer,
Belk (2014; 1597)	<i>İşbirlikçi tüketim, insanların bir ücret veya başka bir aynî ödeme karşılığında bir kaynağın edinilmesini ve dağıtımını koordine etmesidir. Diğer ödeme türlerini de dahil ederek, tanım ayrıca parasal olmayan ödeme alıp vermeyi içeren takas, ticaret ve takası da kapsar.</i>	Bedel karşılığında, takas
Botsman (2013)	<i>Az kullanılan bir varlığın paylaşımını temel alan ekonomik bir model, parasal veya parasal olmayan faydalar için boş arazilerden, becerilere ve eşyalara kadar her varlığı kapsar.</i>	Âtlı kapasite, paylaşım, parasal veya parasal olmayan fayda , mal ve hizmetler
Chen, Y. (2024).	<i>Paylaşım ekonomisi, atıl kaynakları teknolojik bir platform aracılığıyla kullanıcılarla buluşturarak kaynak kullanımının etkinliğini artırmaktadır.</i>	Âtlı kapasite, online platform, Kaynak kullanım etkinliği artışı, Geleneksel mülkiyet modeli ile zıt
Deloitte (2015)	<i>Varlıklara veya hizmetlere kalıcı olarak sahip olmak veya hizmetler için uzun vadeli sözleşmeler imzalamak yerine, tüketime göre veya talep üzerine ödeme yapmayı tercih etmektir.</i>	Erişim, bedeli mukâbili, Varlıklara veya hizmetlere
Eckhardt ve diğ. (2019; 6)	<i>Kullanıcılara kitle kaynaklı olabilecek somut ve somut olmayan kaynaklara geçici erişim sağlamak için teknoloji destekli platformları kullanan ölçeklenebilir bir sosyoekonomik sistemdir... ve bir itibar derecelendirme sistemi ihtivâ eder</i>	Kitle kaynaklı, mal ve hizmetler, erişim bilgi teknolojileri, itibar derecelendirme sistemi
Frenken ve Schor (2017; 4–5)	<i>Topluluk tabanlı çevrimiçi hizmetler aracılığıyla koordine edilen, mal ve hizmetlere erişimin elde edilmesi, verilmesi veya paylaşılmasıyla ilgili akranlar arası faaliyet.</i>	Bilgi teknolojileri, erişim, mal ve hizmetler, akranlar arası, İnternet temelli
Habibi, Kim ve Laroche (2016; 277)	<i>Malların veya hizmetlerin genellikle İnternet aracılığıyla, ücretsiz veya ücretli olarak özel kişiler arasında paylaşıldığı bir ekonomik sistem.</i>	Mal ve hizmetler, bilgi teknolojileri, bedeli mukabili veya bilâ bedel, akranlar arası

Tablo 1: Literatürde Paylaşım Ekonomisi Tanımlarından Bazıları

Hamari ve diğ. (2016; 2047-2049)	<i>Topluluk temelli çevrimiçi hizmetler aracılığıyla koordine edilen, mal ve hizmetlere erişimin elde edilmesi, verilmesi veya paylaşılmasına yönelik akranlar arası faaliyeti içeren bir ekonomik modeldir... Tüketicilerin birbirlerine, muhtemelen para karşılığında, az kullanılan fiziksel varlıklara geçici erişim sağlar</i>	Topluluk temelli, bilgi teknolojileri, mal ve hizmetler, erişim, akranlar arası Bedeli mukabili, atıl kapasite, erişim
Heinrichs (2013; 229)	<i>Mallara, hizmetlere, verilere ve yeteneklere paylaşımlı erişim sağlayan ekonomik ve sosyal sistemler. Bu sistemler çeşitli firmaları kapsar ancak hepsi bireyleri, şirketleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşları ve hükümeti mal ve hizmetlerdeki atıl kapasitenin dağıtımını, paylaşımını ve yeniden kullanımını sağlayan bilgilerle güçlendirmek için bilgi teknolojilerinden yararlanır.</i>	Erişim, atıl kapasite, bilgi teknolojileri, Mallara, hizmetlere, verilere ve yeteneklere
Kathan, Matzler ve Veider (2016; 663)	<i>Maddi malların veya para, alan veya zaman gibi daha az somut varlıkların sahiplenilmemesi, geçici erişim ve yeniden dağıtımı ile karakterize edilir.”</i>	Mallar ve hizmetler, erişim, yeniden dağıtım
Lamberton ve Rose (2012; 109)	<i>Müşterilere sahiplik olmadan ürün avantajlarından yararlanma fırsatı sağlayan pazarlamacı tarafından yönetilen sistemler. Daha önemlisi, bu sistemler paylaşılan ürünün sınırlı bir arzı için tüketiciler arasında rekabet ile karakterize edilir.</i>	Erişim, tüketiciler arasında rekabet
Lessig (2008, 143; Eckhardt ve diğ. 2019’den alıntılanmıştır)	<i>Mallara sahip olmadan kaynakların paylaşımı, değişimi ve kiralanması faaliyetleriyle yapılan işbirlikçi tüketim.”</i>	Erişim, mallar
Ling, J. (2023).	<i>“Paylaşım ekonomisi” olarak bilinen ekonomik yaklaşım, bir internet platformu aracılığıyla kaynakların paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Bu yaklaşım, istenmeyen eşyaların ya da kaynakları kullanma hakkının paylaşımı ile teknolojinin ve güven unsurunun kullanılarak işbirliğine dayalı bir ekonomi vizyonunun hayata geçirilmesini amaçlayan bir paylaşım platformunun oluşturulmasıyla ortaya çıkmaktadır.</i>	Online platform, İstenmeyen eşyaların paylaşımı veya kaynaklara erişim hakkının paylaşımı, güven temelli, İşbirliğine dayalı ekonomi, paylaşım
Muñoz ve Cohen, (2017; 21)	<i>Paylaşım ekonomisi: bireyler ve örgütler arasında mal ve hizmetlerin aracılı bir şekilde değişimini sağlayan, toplumdaki verimliliği artırmayı ve az kullanılan kaynakların optimizasyonunu hedefleyen bir sosyoekonomik sistem.</i>	Akranlar arası, B2C, mal ve hizmetler, atıl kapasite
Narasimhan ve diğerleri (2018; 93)	<i>Sıradan tüketicilerin, bir zamanlar sıradan satıcıların münhasır yetki alanı olan hizmetleri sağlayan satıcılar gibi davranmaya başladığı son olgudur.</i>	Akranlar arası, hizmetler

Tablo 1: Literatürde Paylaşım Ekonomisi Tanımlarından Bazıları

Perren ve Kozinets (2018; 21)	<i>Değişimi kolaylaştıran aracı bir teknoloji platformu aracılığıyla oluşturulan bir pazardır. Eşit konumdaki ekonomik aktörlerden oluşan bir ağıdaki faaliyetleri kapsar</i>	Bilgi teknolojileri, akranlar arası
Puschmann ve Rainer (2016; 95)	<i>Fiziksel bir mal veya hizmetin tüketiminin parçalara bölünmüş hali. Bu parçalar, kitle tabanlı online hizmetler vasıtasıyla C2C ağlarda işbirlikçi şekilde tüketilir veya araçlar vasıtasıyla koordine edilen B2C modellerinde tüketilir”</i>	Kitle tabanlı, online hizmet, akranlar arası, B2C
Shaheen ve Chan, (2016; 574)	<i>Paylaşımlı mobilité, kullanıcıların 'ihtiyaç duyulduğunda' ulaşım modlarına kısa süreli erişim sağlamasını sağlayan bir aracın, bisikletin veya diğer düşük hızlı bir ulaştırma türünün paylaşımlı kullanımıdır ve genellikle toplu taşıma gibi diğer modlara ilk veya son durak bağlantısı olarak hizmet verir. Bunlara araç paylaşımı, kişisel araç paylaşımı, scooter paylaşımı, bisiklet paylaşımı, talep üzerine yolculuk hizmetleri (taksi dahil); yolculuk paylaşımı (yani araç paylaşımı, minibüs paylaşımı); mikro ulaşım ve kurye ağı hizmetleri dahildir.</i>	Erişim, hizmetler
Shmidt, M. (2023).	<i>Paylaşım ekonomisi, dayanıklı varlıkların atıl kapasitelerinin genellikle web tabanlı platformlar veya mobil uygulamalar aracılığıyla kiralandığı eşler arası bir pazardır</i>	Eşler arası, Dayanıklı mallar, âtl kapasite, geçici erişim, Web veya mobil platform
Stephany (2015, 205; Eckhardt ve diğ. 2019'dan alıntılanmıştır	<i>Az kullanılan varlıkları bulup, bir topluluk için çevrimiçi olarak erişilebilir hale getirmek, sahip olma ihtiyacını azaltacaktır.</i>	Âtl kapasite, erişim
Thornton, H. C. (2024).	<i>Paylaşım ekonomisinin üzerinde uzlaşmış ortak bir tanımlı bulunmamakla birlikte... dijital platform aracılığıyla kolaylaştırılan somut ve soyut atıl varlıkların eşler arası değişimini sağlayan bir model olarak değerlendirilmektedir.</i>	Mal ve hizmetlerin değişimi, âtl kapasite, eşler arası, dijital platform
Wolfgang, ve diğ., (2016)	<i>Paylaşım ekonomisi, bireylerin mal ve hizmetleri paylaşımlarına, kiralamalarına veya takas etmelerine olanak tanıyan ve sıklıkla dijital platformlar aracılığıyla yürütülen eşler arası (P2P) platformları ifade etmektedir</i>	Bireyler, mal ve hizmetler, kiralama, takas, (sıklıkla) dijital platform, akranlar arası



şekil 2: Tablo 1’de yer verilen tanımlarda paylaşım ekonomisi niteliklerine dair frekans dağılımı

2.2 -Paylaşım Ekonomisinin Bileşenleri

şekil 2’de gösterilen paylaşım ekonomisi tanımlarında en az üç kez tekrarlanan nitelikler aşağıda ele alınmıştır.

2.2.1 Erişim İmkânı

Paylaşım ekonomisi kapsamında en fazla kullanılan Uber, Blablacar ve Airbnb gibi örneklerden de çıkarım yapılabileceğı üzere paylaşım ekonomisi ifadesi bir ürüne sahip olmayı değıl, bir mal veya hizmete erişime işaret etmektedir. Bu bağlamda her ne kadar bazı yazarlar, eBay platformunu, işbirlikçi tüketim örneğı olarak işaret etmiş olsalar da (Botsman ve Rogers, 2010; Jones, 2012’den alıntılanmıştır, Botsman 2013); eBay platformu erişime değıl, mülkiyet devrine imkân sağlamaktadır. Paylaşım ekonomisi kapsamında incelediğimiz çalışmalar mülkiyet devrini paylaşım ekonomisi kapsamına dâhil etmemiştir. Dahası mülkiyet devrine işaret etmediğinden Muñoz &Cohen, (2017) tarafından aşırı tüketim ve gelir eşitsizliğı gibi sorunların çözümü için de etkili bir araç olarak değerlendirilmiştir. Hülâsa paylaşım ekonomisi mülkiyet devrini kapsayıcı nitelikte değildir, sadece bir mal veya hizmete geçici erişim imkânı sağlamaktadır.

2.2.2. Dijital Platform

Akranlar arasında cereyân edecek erişim temelli mübadelenin dijital platform üzerinden gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Platform, taraflar arasındaki etkileşimleri kolaylaştırarak ağ etkileri oluşturan bir aracı ortam olarak tanımlanabilir (Rochet & Tirole, 2003). Parker vd. (2016) platformları, üreticiler ve tüketiciler arasında değıer ortaya çıkaran dijital altyapılar olarak tanımlar. Dijital ortam dışında tarafları bir araya getiren platformlar, diğere nitelikler karşılanırsa bile paylaşım ekonomisi olarak nitelenemez. Bu bağlamda örneğın İngiltere’de Loot magazine veya emlakçılar yıllarca oda kiralayan mülk sahipleri ile kiracıları bir araya getirmiştir. Ancak platformun dijital olmaması nedeniyle bu iş modelleri paylaşım ekonomisi olarak adlandırılmamıştır. Aslında her tür platform hem arz hem de talep tarafı için işlem maliyetini düşürerek ortaya bir işlem maliyeti ekonomisi çıkarmaktadır (Coase, 1937). Ancak gazete, dergi, ilan panosu vs platformlarla karşılatırıldığında kitle kaynak temelli dijital platformların maliyetinin çok daha düşük olduğı ortadadır.

2.2.3 Atıl Kapasite Mevcudiyeti

Online platformlar müstecirler ile mâliklerin gerçek zamanlı etkileşimine zemin hazırlayarak paylaşımların yaygınlaşma ve genişlemesine imkân sağlamıştır. Ev, otomobil, makine gibi bölünemez malları (lumpy-goods) işlevlerini kaybetmeden parçalarına ayırmak neredeyse imkânsızdır ve bunların önemli bir kısmı sıklıkla kapasitelerinin altında kullanılmaktadır. Örneğin, otomobiller sadece sürücü tarafından kullanıldığında ¼ kapasite ile kullanılmaktadır. Benzer şekilde evlerdeki sürekli kullanılmayan odalar, alet kutusunda belki ayda bir defa kullanılan tornavidalar, anahtarlar, matkaplar vs de âtil kapasite ile kullanılan bölünemez mallardır.

Kapasitesinin altında kullanılan mallar, kendileri paylaşma konu olabileceği gibi, otomobilin taksi olarak kullanımı örneğinde olduğu gibi hizmetler de paylaşma konu olabilmektedir. Airbnb kullanılmayan odayı kiralarken, Parkjockey eve veya işyerine ait otomobil park alanını boş olduğu saatlerde kiralamaktadır, Borrowmydoggy insanların köpeklerini paylaşmalarına imkân verirken, Eatwith ev hanımlarının kendi mutfaklarında hazırladıkları yemeklerini kendi hânelerinde bedeli mukâbili hiç tanımadıkları misafirlerine ikram etme fırsatı sunmaktadır. Geleneksel olarak bölünemez nitelikteki malların online platformlar aracılığı ile bölünebilmesi sayesinde her kullanıcı atıl kapasitenin bir kısmını kullanabilmektedir. Bu sayede varlığın toplam kapasite kullanım oranı artmaktadır (Tablo 2).

Kapasite kullanım oranının arttırılması hem mâlik hem de müstecir açısından marjinal maliyeti azaltmaktadır. Meselâ, aynı istikâmeti kullanan dört kişi, her hafta birinin aracını kullanarak seyahat ettiğinde, her aracı her gün ¼ kapasite ile kullanmak yerine, bir aracı her dört haftada bir 1/1, diğer üç aracı 0/1 kapasite ile kullanmış olacaktır. Bu sayede dört kişinin tamamı araç kullanma maliyetlerinden %75 oranında tasarruf sağlamış olacaktır. Bu akılcı araç paylaşımı ülkemizde olduğu gibi ABD’de uzunca bir süredir yaygındır (Benkler, 2004).

Tablo 2: Kiralama İşleminde Kapasite Kullanım Oranları

	Malik	Müstecir
Geleneksel kiralama	$KKO = 0$	$0 < KKO \leq 100$
Paylaşım ekonomisi	$0 < KKO \leq 100$	KKO (ihtiyaç miktarınca)

2.2.4 Akranlar Arasında İcra

Paylaşım ekonomisi literatüründe en fazla kafa karışıklığının değişimin taraflarının kimler olacağı konusunda ortaya çıktığı izlenmiştir. Paylaşım ekonomisi kapsamında ifade edilen akranlar arası (Peer-to-Peer) ifadesi, ticari işletme olmayan bireyler arasındaki değişime işaret etmektedir. Bir otel veya pansiyon işletmesi olmayan birey, evinin bir kısmını kiralamaktadır, ticari plaka sahibi olmayan birey, boş zamanlarında hususi aracı ile yolcu taşımaktadır veya yolcu taşımacılığı konusunda yetkisiz birey gideceği istikâmette yolculuk yapacaklara, aracındaki boş koltuklara erişme imkânı sağlamaktadır. Bunun dışındaki uygulamalarda, özellikle arz edenin bir ticari işletme olması; iş modelini paylaşım olmaktan uzaklaştırmakta ve bir ticari faaliyete dönüştürmektedir.

Online platformlar üzerinden kiralama hizmeti sunan firmaların, kendilerini paylaşım ekonomisi üyesi olarak nitelemeleri sonucunda; kiralama ile paylaşım ekonomisi iş

modellerinin hatalı şekilde eşleştirildiği anlaşılmaktadır (örn. Botsman, 2013; Lamberton ve Rose, 2012; Bardakcı ve Madak, 2021). Bu bağlamda örneğin Botsman (2013) lovefilm.com web sitesini, Bardakcı ve Madak, (2021) Ofo ve Mobike uygulamalarını işbirlikçi tüketim örneği olarak ele almıştır. Lâkin günümüzde faaliyetlerine devam etmeyen lovefilm.com; ofo.com ve mobike.com web sitelerinde, akranlar arasında değil, firmalar ile müşteriler arasında erişim temelli bir iş modeli bulunmaktaydı.

2.2.5 Mal ve Hizmetleri Konu Etme

Paylaşım ekonomisi kapsamında otomobil, ev, aletler gibi maddi mallar (Airbnb, Zipcar vb.) hem de insan emeği veya becerilerin paylaşımı (ör. Upwork, TaskRabbit) gibi maddi olmayan malların bulunması, yazarları mallar (fiziksel varlıklar), (Frenken ve diğ. 2015, Frenken, Schor, 2017) veya mal ve hizmetler (Hamari, ve diğ. 2016) şeklinde nitelemelerine neden olmuş gibi gözükmemektedir. Fakat paylaşım ekonomisi kavramı en nihayetinde hizmet üretmektedir. Zira, kullanıcıya teslim edilen bir malın kendisi değil, geçici kullanım hakkıdır. Bu halde literatürde kullanılan mal veya hizmetler boyutu paylaşım ekonomisinin kapsamına hem malların hem de hizmetlerin dâhil edilebileceği şeklinde anlamak gerekmektedir. Paylaşım ekonomisinin çıktısı bir hizmettir.

2.2.6 Bedeli Mukâbili Değişim

Belk (2014) bilâ-bedel paylaşımların sadece paylaşım olduğu ve bir ekonomik değer taşımayacağını çok açık bir şekilde ifade etmiştir. Lakin bilâ-bedel kavramını trampa ve takas ile karıştırmamak gerekmektedir. Couchsurfing vb platformlar evlerin belirli periyodlar için karşılıklı trampası üzerine kurgulanmıştır. Bu tür platformlar da ev sahipleri misafirlerinden nakdi ücret almamaktadır. Aynî karşılığa istinâden Frenken ve Schor, (2017) gibi yazarlar Couchsurfing.com gibi platformları paylaşım ekonomisi kapsamında ele almakta bize göre haklıdır.

Misafire bilâ-bedel ikram edilen yemek veya belirli bir süre kalması için sağlanan oda bir paylaşım değildir. Zira bunlar ekonomik bir değer ortaya çıkarmazlar. Ancak, bedelin aynı olarak tahsil edilmesi örneğin ev karşılığı ev veya aynı işin taraflar arasında imece usulündeki dayanışma temelinde îcrâsının bedeli mukâbili olarak düşünülmesi gerekmektedir.

2.2.7 Kitle Kaynak Kullanımı

Üretim süreçlerinde sık kullanılmaya başlanan dış kaynak kullanımı (*outsourcing*); daha önceden firma içinde yürütölen faaliyetlerin bir kısmının, etkinliği arttırıp tasarruf sağlamak amacıyla uzmanlaşmış başka firmalara devredilmesine işaret etmektedir (Digouta, ve diğ., 2013). Uluslararası işletmecilik terminolojisinde dış kaynak kullanımı çoğunlukla, ucuz işgücünden istifade edebilmek için üretim işlerinin Çin'e, çağrı merkezlerinin Hindistan'a aktarılmasını ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Bu kavramdan esinlenerek Howe (2006) kitle kaynak kullanımını (*crowdsourcing*): “*geleneksel olarak belirlenmiş bir temsilci-genellikle firmanın bir çalışanı- tarafından gerçekleştirilen bir işin, tanımlanmamış [kim olduğu belirlenmemiş] kalabalık bir insan grubuna; açık çağrı şeklinde devredilmesi eylemi*” olarak tanımlamaktadır (Howe, 2006).

Bireylerin internete bilgi ve içerik yükleyebilme imkânı sayesinde dijital platformlar kitleye hizmet verebilmek yanında, kitleden tedarik imkânı elde etmişlerdir. Örneğin Airb&b

platformunun arz tarafındaki bireyler odalarının fotoğraflarını, videolarını yükleyebilme, özelliklerini belirtebilme imkânı elde ederken, talep tarafındaki bireyler de arzu ettikleri zamanlar için bu odaları rezerve etme veya kiralama imkânı elde etmişlerdir. Bu sayede platformlar olası en büyük coğrafi kapsam ve olası en büyük kitle için içerik barındırabilmektedir. Mülkiyet değişimini içeren platformlarda; ürün, satış için bekleyebilirken, erişim sağlayan Uber, Blablacar vb platformlar arz ve talebi gerçek zamanlı olarak bir araya getirebildiği ölçüde başarılı olmaktadır. Platformlar çok sayıda tedarik kaynağından-akrandan- mal veya hizmet sağlayabildiklerinden, ürün çeşitliliğinde zenginlik ortaya çıkarılabilmektedir.

3-Paylaşım Ekonomisi Kavramının Hatalı Kullanım Örnekleri

Literatürde paylaşım ekonomisi etiketi ile anılan çok sayıda uygulama, online ortamdaki neredeyse tüm ticari platformları paylaşım ekonomisi kapsamına dâhil etmek gibi bir sonuca neden olarak, kavramsal genişlemeye (conceptual stretching) yol açmaktadır. Bu kısımda kavramsal genişleme tehlikesini önleyebilmek adına, tespit edebildiğimiz hatalı kullanımlara dair değerlendirmelerimiz aşağıda yer almaktadır.

Botsman (2013) eBay platformunu paylaşım ekonomisi olarak nitelemiştir-anılan tarihlerde akranlar arasında kullanılmış ürün alışverişine imkân sağlayan eBay, şimdilerde bünyesinde yeni ürünleri ve tacirleri de barındırmaktadır. Literatürdeki tanımların en sık zikrettiği nitelik, paylaşımın mülkiyet değişimine değil, erişime imkân sağlamasıdır. Akranlar arası alışveriş yani mülkiyet değişimi için tasarlanmış eBay, arabam.com, sahibinden.com vb platformların online pazaryerleri olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Zaman içerisinde bu tür platformlarda erişime dair ilanların yer alması, platformu paylaşım platformu haline dönüştürememiştir. Aslında Botsman (2013) dışında bu tür bir yanılgıya düşen araştırmacı da tarafımızca görülmemiştir.

Botsman (2013) erişime odaklanarak olsa gerek lovefilm.com uygulamasını bir paylaşım ekonomisi platformu olarak nitelemiştir. 2011 yılında Amazon tarafından satın alınan Lovefilm.com, internet üzerinden film kiralayan bir firmadır. Film kiralama işini paylaşım kabul etmek; başta Netflix ve Amazon Prime olmak üzere internet üzerinden ücretli video, kitap, eğitim vs hizmetlere erişim sağlayan firmaların tamamını paylaşım ekonomisi kapsamına dahil etmeyi gerektirecektir. Akranlar arasında gerçekleşmeyip, B2C olarak gerçekleşecek işlemler erişim imkânından hareketle paylaşım olarak değerlendirilmemelidir. Tedarikçinin yani mal veya hizmeti arz eden tarafın tacir olması değişimi ticari bir hâle dönüştüreceğinden, iş modelinin geleneksel ticari kiralamadan farkı bulunmamaktadır.

Kendini paylaşım ekonomisi olarak lanse edip, hızla yükselip hızla yok olan istasyonsuz bisikletleri uygulama üzerinden kiralayan Ofo, Mobike başta olmak üzere scooter (örn. marti.tech), istasyonlu bisiklet (örn. bisim.com.tr) ve araç (örn. free2move.com/de, Zipcar), vb. uygulamalarının tamamı; taşıma araçlarını bir platform üzerinden erişime açan yani; kiralayan firmalara aittir. Bu uygulamalarda kapasite kullanım oranları artmış olduğundan firmalara fayda sağlarken, ihtiyacın olduğu yerde ve ihtiyacın karşılanması istenilen zamanda -gerçek zamanlı- tatmin ederek kullanıcılarına fayda sağlamışlardır. Fakat paylaşım ekonomisinin akranlar arasında gerçekleştirilmesi niteliği bunlarda eksiktir. Benzer şekilde Mikro yolcu taşımacılığı uygulamalarının (örn. bridj.com; transdevna.com) paylaşım kapsamında değerlendirilmesi (Shaheen ve diğ., 2017) belediye otobüsleri başta olmak üzere, online rezervasyon ve satış imkânı sunan bilet platformlarının, hatta tüm toplu taşıma sistemlerinin paylaşım ekonomisi kapsamında değerlendirilmesini gerektirecektir.

Uber ve Airbnb yakaladıkları şöhret ve başarı sayesinde önemli finansal kazanımlar elde etmiştir. Bu kazanımlar sonrasında her iki firma da akranlar arasında kitle kaynak tedariğine devam etseler de kendi mülklerini edinmiş veya kendi araçlarını satın almıştır (Del Valle 2018). Bu davranış, paylaşım platformlarının olgunlaştıkça, geleneksel firmalara daha çok benzemeye başladığını göstermektedir. Benzer şekilde Daimler-Benz, BMW, Volkswagen ve Peugeot kendi markaları ile paylaşım ekonomisi olarak nitelendirdikleri araç kiralama platformları oluşturmuşlar. Ancak bunlar kısa süre içinde faaliyetlerini sonlandırmıştır. Bizim tespit edebildiğimiz kadarıyla řu anda sadece Stellanis grubuna ait free2move.com/de uygulaması aktiftir. Bu firmaların nitelemeleri paylaşım ekonomisi bağlamında doğru kabul edilerek, akranlar arası ve kitle kaynak tedariğı nitelikleri istisna tutulursa; Trivago gibi platformlar ve Turkish Airlines online bilet satış sitesi benzeri tüm online satış ve rezervasyon platformlarının paylaşım ekonomisi kapsamına dahil edilmesi gerekir.

Literatürde en az üç tanımda zikredilen nitelikler ve hatalı kullanımları bağlamında paylaşım ekonomisinin en iyi tanımı bize göre řu şekilde olmalıdır: Paylaşım ekonomisi (1) kapasitesinin altında kullanılan varlıklara (2) dijital bir platform vasıtasıyla, (3) kitle kaynak kullanımı temellinde (4) akranlar arasında (5) aynî veya nakdi bir bedel karşılığında (6) erişim sağlayan sistemlerdir. Bu tanım, paylaşım ekonomisini bizim kriterlerimize oldukça benzer beş kriterden hareketle azdan çoğa bir doğru üzerinde değerlendiren Echard ve diğ. (2017; 9) tanımından epeyce farklıdır. Öncelikle Echard vd. (2019) eylemin akranlar arasında gerçekleşmesini ve kitle kaynak kullanımını zorunlu tutmamıştır. Paylaşım ekonomisinin bir doğru üzerinde tanımlanması da herhangi bir veya birkaç kriterde esnemeye yani ihmal edilebilirliğe işaret ettiğinden; aslında Echard vd.. (2019) online bir platform üzerinde gerçekleşen tüm ticareti eylemleri paylaşım ekonomisi kapsamına aldıklarının farkında değildirler. Bu bağlamda geliştirdiğimiz tanım Eckhardt vd. (2019), Frenken ve Schor (2017) Heinrichs (2013) Habibi, Kim ve Laroche (2016) vb. tanımlarından daha kısıtlayıcı, Arvidsson (2018), Deloitte (2015) Hamari (2016) Kathan, vd. (2016) Wolfgang, vd. (2016) vb., daha anlaşılır bir tanımdır. Tanımımıza dâhil ettiğimiz, olmazsa olmaz nitelikler, bir platformun paylaşım ekonomisi kapsamında olup olmadığına kolaylıkla karar vermeye imkân sağlayan bir çerçeve oluşturmaktadır. Literatürde örnek olarak karşımıza çıkan paylaşım platformları, geliştirdiğimiz tanımdaki kriterler açısından izlenmiş ve bulgular Ek-1’de verilmiştir, hangi platformların bizim tanımımıza göre paylaşım ekonomisi olup olmadığı buradan izlenebilir.

4- Paylaşım Ekonomisinin Ortaya Çıkardığı Faydalar

Kapasite oluşumu ve ilâvesi için kitle kaynak tedariğı temellinde, akranlara güvenen platform temelli işletmelerin büyümesini ve sürdürülebilirliğini etkileyen faktörler, geleneksel işletmelerinkinden farklıdır. Bu türden işletmeler, faaliyet gösterdikleri pazarlarda; ilâve bir birim kapasite oluşturmak için ihmâl edilebilir düzeyde bir maliyete katlanmaktadır. Bir kişi kendi aracıyla yolcu veya yük taşımaya karar verdiğinde veya bir mülk sahibi gayrimenkulün bir kısmını veya tamamını kiralamaya karar verdiğinde; gerekli yatırım, platforma dahil olmak isteyen akran tarafından yapılır. Hilton gibi geleneksel otel işletmeleri ise ilâve yatak kapasitesi için oldukça büyük yatırımlara katlanmak zorundadır.

Kitle kaynak temelli platformlarda akranlar genellikle halihazırda var olan varlıklarını sisteme dâhil ettiklerinden, fiili kapasite artışı hızlı gerçekleşmektedir. Bir otel zincirinin yatırım kararı alması ile yeni otelini faaliyete geçirmesi arasında geçen süre paylaşım ekonomileri için söz konusu değildir. Paylaşım platformları beşerî kaynaklar için de herhangi bir yatırım gerçekleştirmez. Uber otomobillerin, Airbnb binaların, bakım-onarımı, muhafazası

ve yönetimi için gerekli maliyetlerin yanı sıra personel için katlanılacak maliyetleri ve yönetimlerini de platform üyesi akranlara devretmiştir.

Akranların kendi kapasitelerini platformlara dahil edebilmeleri sayesinde Airbnb ve Uber, sektörlerindeki geleneksel oyuncular karşısında kısa sürede güçlenmişlerdir. Bu firmaların 22 Nisan 2025 tarihli piyasa değerleri ile en büyük rakiplerinin piyasa değerleri olarak řu şekildedir: Airbnb 70.02; Hilton Worldwide 50.42; Uber 157.34; Hertz 2.53 ve Avis Budget Group 2.97 (companiesmarketcap.com, 2025).

Airbnb'nin herhangi bir otelin sahibi olmamasına rağmen Marriott ve Hilton'dan daha fazla kiralık odası vardır. 2024 yılı için verilen bir istatistikte, Airbnb'nin dünya çapında yüz binden fazla yerleşimde, 5.000.000'dan fazla akranı ait 7.700.000'den fazla aktif kiralık oda veya evi listelediği görülmektedir. 2024 yılında Airbnb platformundan dünya çapında 490.000.000'dan fazla rezervasyon yapılmıştır ve bunların karşılığında Airbnb 11.000.000.000 ABD \$'dan fazla gelir sağlamıştır (searchlogistics.com, 2025). 2024 rakamlarına göre 70 ülkede ve 10 binden fazla yerleşimde aktif olan Uber'in 161.000.000 civarında aktif kullanıcısı bulunmaktadır. 2024 yılını ilk üç çeyreğinde 60.230.000.000 \$US değerinde 2.870.000.000 adet yolculuk yapılmıştır (backlinko.com, 2025).

Kitle kaynak temelinde tedarik, platformlara ürün çeşitliliğini inanılmaz şekilde arttırmak şansı da sunmaktadır. Bir varlığını paylaşan akran; platform olmadan, düşük bir bilinirlik düzeyinde çok daha küçük-sadece tanıdıklar- bir pazara hitap etme yeteneğine sahip olabileceken, platform sayesinde en geniş pazara-kürenin tamamına- oldukça düşük bir tutundurma bütçesi ile dahil olabilmektedir.

Paylaşım ekonomisi platformlarında bulunan hizmete dair yorumlar ve değerlendirmeler de değerli faydalar sunmaktadır. Bu yorum ve değerlendirmelere dair büyük bir literatür olduğundan ve bu makalenin amacı dışında kaldığından bu tartışmalara burada girilmemiştir. Ancak řu kadarını ifade etmek gerekir ki Uber'den bir taksi çağırmadan veya Airbnb'den bir odayı kiralamadan, Couchsurfing'den ev takası düşünmeden veya TaskRabbit'ten, armut.com'dan bir tamirciyi çağırmadan önce yapılan iş, bu hizmete önceden erişen diğerlerinin yorumlarını incelemektir (Knowledge@wharton, 2015).

Botsman'a (2013) göre paylaşımı popüler hale getiren en önemli neden ürüne veya hizmete nispeten daha ucuz erişim imkânıdır. Bu yüzden 2008-2012 yıllarında ABD'de yaşanan ekonomik kriz paylaşım ekonomisi taraflarının sayısındaki olağanüstü artışın en temel nedenlerindendir. Ekonomik durgunluğun insanları ucuz olan seçeneğe yönlendirdiği özel marka veya mağaza markası literatüründe de kabul görmüştür (Quelch & Harding, 1996). Ekonomik durgunluk dönemlerinin çok sık yaşanmadığı da düşünülmemelidir. Sadece ABD ekonomisi göz önüne alındığında; 1850-1920 yılları arasında 33 ayrı ekonomik buhran dönemi yaşanmış ve bunların etkileri yaklaşık 48 yıl sürmüştür (Housel, 2022: 89). Bu halde özellikle orta ve alt gelir gruplarını hedef pazar olarak belirleyen profesyonel işletmelerin paylaşım ekonomisinden negatif etkilenme olasılıkları yüksektir. Müşterilerin “taksi taksidir” şeklinde düşünme olasılığı yüksek olduğundan, özellikle İstanbul taksileri gibi günlük gazetelerde olumsuz haberlerine çok rastlanan şehirler için; platform temelinde, kimin hangi araca nerede bindiği, nereye gideceği, ne kadar ödeyeceği belli olan bir ulaşım ağı düşük maliyet sunmanın yanı sıra daha güvenilir bulunacaktır.

Kapasitesinin altında kullanılacak mallara erişim imkânı sağlanması, yukarıda ele aldığımız üzere maliyetleri düşürecektir. Araçtaki boş koltuklar yolcularla paylaşılabilir gibi kargolarla da paylaşılabilir. Bu fikir FedEx ve UPS gibi geleneksel kargo firmalarına iç pazarda bir alternatif oluşturabilecek roadie.com'un kurulmasına yol açmıştır

(Knowledge@wharton, 2015). Ülkemizde şehirlerarası otobüs firmaları da benzer düşünce ile yolcu taşımacılığı yanında kargo taşımacılığı gerçekleştirmektedir.

5- Paylaşım Platformlarının Karşı Karşıya Olduğu Tehlikeler

Platformlar için en önemli tehditlerden birisi, 2015'te Homejoy'un sonunu da getiren kullanıcılarının uygulamanın etrafından dolanma olasılıklarıdır. Armut.com veya taskrabbit benzeri bir platform üzerinden gerçekleştirilecek kiralama sonrası oluşacak memnuniyet, tekrarlı işlemler için platformun devre dışı bırakılmasındaki temel neden olarak değerlendirilmektedir. Platform üzerinden hizmet sunan bir akran yeterli sayıda sadık müşteri kazandıktan sonra platforma ihtiyaç duymayacaktır. Airbnb, ödeme tamamlana kadar mâliklerin tam konumlarını ve telefon numaralarını bu nedenle gizli tutmaktadır (Zhu ve Iansiti, 2019).

İkinci tehlike çoklu platform kullanımı (Multi-homing) olarak bilinen, kullanıcıların aynı anda birden fazla platformu kullanmasıdır. Ulaştırma alanında; yolcular fiyatları ve bekleme sürelerini karşılaştırmak, sürücüler ise boşta geçirdikleri sürelerini azaltmak için Lyft ve Uber gibi uygulamaları aynı anda kullanmaktadır. Çoklu platform bağlantısının yaygınlığı platformların kârlılığını düşürmektedir bu nedenle Uber ve Lyft gibi rakipler sürekli birbirlerine zarar vermektedir (Zhu ve Iansiti, 2019). Çoklu platform kullanımının e-ticaretin her alanında yaygın olduğu tarafımızca da gözlenmiştir. Ulusal rakipler yanında yerel rakiplerin bulunması çoklu platform kullanımını ve dolayısıyla platformlar arası rekabeti şiddetlendirmektedir. Uber'i ele alındığında; ulusal düzeyde Lyft ile rekabet edilirken yerel rakiplerle de mücadele edilmektedir. Örneğin, New York City'de Juno ve Via gibi yerel platformlar, ülkemizde bazı şehirlerde Bitaksi yanında platform dışında geleneksel yerel taksi durakları ile de rekabet içerisinde. Güçlü yerel rakiplerin varlığı Uber gibi rakipleri, farklı pazarlarda farklı taktikler uygulamaya zorlayacaktır.

Paylaşım konu ürünlere karşı medeni olmayan davranışlar bir diğerk tehdit unsurudur. Her ne kadar bizim paylaşım ekonomisi tanımımızla örtüşmese de; Ofo ve Mobike gibi platformların kiralık bisikletleri vandalizme konu olmuştur. Su kanallarına atılan veya yakılan bisikletlerin sosyal medyada belirmesi vandallığın UK çapında hızla yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bir diğerk bedvice davranış sorumsuzluktur. Avrupa'da kısmen Paris'te; Çin'de yaygın şekilde bisikletler özensiz ve sorumsuzca park edilerek, okullar ve park-bahçeler gibi toplu yaşam alanlarının girişlerini ve yaya trafiğini engellemiştir. Özensiz kullanımlar ve fırlatıp atılarak gerçekleştirilen parklar bisikletlerin tamir bakım ihtiyacını arttırmış firmaların tamir bakım ekipleri bu yoğunluğa cevap vermekte yetersiz kaldıkları için civardaki kullanım dışı bisikletlerini toplayamamışlardır. Kiralık bisikletleri sadece kendileri kullanabilsinler diye ilave bisiklet kilitlerini kullanarak bisikletleri sahiplenerek kullanıcılar görülmüştür. Tüm bunlar hızla yükselen bisiklet kiralama platformlarının çok hızla bir şekilde yok olmasında etkili olmuştur (Jia ve diğ., 2018; Chi ve diğ., 2019; Bardakcı ve Madak, 2021).

İstasyonsuz bisiklet uygulamalarında görülen hor kullanımın nazarı dikkate alınması; insanların hizmete kendi başına erişmek yerine hizmeti sağlayan akranla birlikte erişimi veya erişim sonlanırken örneğin fotoğraflar veya video çekilip sisteme yüklenmesi gibi bir denetimin gereğine işaret etmektedir. Boatsetter, Vrumi, WeWork; Airbnb ve Uber erişim sonlanırken bir denetim gerçekleştirmektedir. Eckhardt ve Bardhi (2015)'nin bulguları da bu anlamda erişim kullanıcılarının, kendilerinden önceki ve sonraki kullanıcılara güvenmediklerini ve onlara karşı bir yükümlülük hissetmediklerini göstermektedir.

Birkaç yıl öncesinde dünyada ve ülkemizde yaşanan paylaşım platformu patlaması- her ne kadar çoğu bizim tanımımızla örtüşmese de- yaşanmıştır. Bu bağlamda rneğin Kiracı (2017) “lkemizde başarılı paylaşım girişimleri” başlığı ile sunduğu listede yer alan 18 platformdan Askidanevar.com ve Gardrops.com dışındaki platformların Nisan 2025 itibarı ile aktif olmadığı tespit edilmiştir. İronik bir şekilde aynı makalede dünyadan verilen 18 başarılı örnekten Onefinestay, Ziferblat, Crowdfunding ve Washio dışındaki 14 platform-Nisan 2025 itibarıyla- faaliyetine devam etmektedir. Bunların yanı sıra ilgili literatürde paylaşım ekonomisi olarak zikredilen Neighbor-Goods, Trringo, Yard Club, Ofo ve Mobike platformlarının da artık aktif olmadığı tespit edilmiştir.

6-Sonuç ve Değerlendirme

Bilişim teknolojileri birtakım iş modellerini yeniden şekillenirken bazı araştırmacılar bunları büyük bir yenilik olarak değerlendirmiştir. Korsan taşımacılığın veya pansiyonculuğun bir internet platformuna taşınmış hali UBER ve Airbnb dijital platformlarına taşınınca son derece popüler olan paylaşım ekonomisi kavramı, 2010 sonrasında işletme ve yönetim literatüründe kuramsal sınırları netleştirilemeden parlamıştır. Literatürdeki tanımlarda işaret edilen niteliklerin frekanslarından hareketle geliştirdiğimiz tanıma göre paylaşım ekonomisi kavramının olmazsa olmaz altı niteliğe sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda bizim önerdiğimiz tanıma göre “paylaşım ekonomisi (1) tıl kapasiteye sahip varlıklara (2) kitle kaynak kullanımına dayalı (3) online platform üzerinden (4) akranlar arasında (5) bedeli mukbilinde (6) erişim sağlayan sistemlerdir”. Bu tanımdaki özellikle 2, 4, 5 ve 6’ncı niteliklerindeki gevşeme sistemi paylaşım olmaktan çıkarıp, online pazaryerine dönüştürmektedir. Literatür bu hususları gözden kaçırdığı için kavramsal genişlemeye neden olmuş, dikkatli bir okuyucunun neredeyse tüm online ticari platformları paylaşım ekonomisi kapsamına dhil etmesi gibi bir tehlike ortaya çıkar mıştır. Çalışmamız bu anlamda çok kriterli, net bir tanım ortaya koyarak araştırmacıların olası kavramsal genişleme tehlikesini bertaraf etme imknı sağlamıştır.

Platformlar ilve kapasite oluşturmak için yatırım ve operasyon maliyetine katlanmadıkları gibi çok hızlı şekilde kapasite artışı sağlayabilmektedirler. Bu sayede paylaşım platformları hızla yükselmişlerdir. Bir varlığını platform üzerinden paylaşan akran kendi başına hayal bile edemeyeceği kalabalık bir pazara hitap etme yeteneğine sahip olabilmektedir. Botsman’a (2013) göre paylaşım platformlarının çekiciliği nispeten ucuz erişim imknıdır.

Platformu bypass etme, çoklu platform kullanımı ve paylaşım ürünlerinin medeni olmayan kullanımı platformları tehdit eden önemli konulardır.

Yasaların ister istemez uygulamaların arkasından geliyor olması en azından yasama organları düzenleme yapana kadar faklı alanlarda paylaşım ekonomisi uygulamalarının devam edeceğini göstermektedir. Paylaşım platformlarının işlem maliyetlerini düşürme yeteneğine bağlı olarak, iyi tasarlandığı takdirde başarılı olmamaları için bir neden gözükmemektedir. Bu bağlamda yürürlükteki mevzuat(lar) ile uyumlu, hayatı kolaylaştırıcı zmler içeren, iyi tasarlanmış paylaşım platformlarının dünyanın farklı ülkelerinde var olmaya ve ortaya çıkmaya devam edeceğinin farkında olunması ve iyi tasarlanmış platformlar için bir arayış içinde olunmaları önemlidir. Platformların iyileştirilebilmesi adına, platformların tercih nedenlerini ampirik olarak ele alan çalışmalar literatüre katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Arvidsson, A. (2018). Value and virtue in the sharing economy. *Sociological Review*, 66(2), 289–301.
- Backlinko.com. (2025). *Uber users*. <https://backlinko.com/uber-users> (E.T. 26 Nisan 2025)
- Bardakcı, A., & Madak, N. (2021). İstasyonsuz bisiklet paylaşım sistemlerinin yükselişi ve düşüşü üzerine. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 668–689.
- Bardakcı, A., Kantar, M., & Madak Öztürk, N. (2024). Türkiye’de faaliyet gösteren çevrimiçi market alışverişi uygulamaları iş modelleri. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 13(1), 9–41.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.
- Basselier, R., Langenus, G., & Walravens, L. (2018). The rise of the sharing economy. *NBB Economic Review*, September, 57–78.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1595–1600.
- Botsman, R. (2013, November 21). The sharing economy lacks a shared definition. *Fast Company*. <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition> (E.T. 20 Temmuz 2025)
- Chen, Y. (2024). The sharing economy: Analyses and perspectives from an economic perspective. In *Proceedings of the 2024 International Conference on Applied Economics, Management and Policy Studies (AEMPS)*. EWA Publishing. <https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/11494>
- Chi, M., George, J. F., Huang, R., & Wang, P.-H. (2020). Unraveling sustainable behaviors in the sharing economy: An empirical study of bicycle-sharing in China. *Journal of Cleaner Production*, 260, 120962.
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386, 405.
- Companiesmarketcap. (2025). *Companies Market Cap*. <https://companiesmarketcap.com> (E.T. 22 Nisan 2025)
- Del Valle, G. (2018, November 30). Airbnb will start designing homes. *Vox*. <https://www.vox.com/the-goods/2018/11/30/18119648/airbnb-backyard-homes-samara>
- Deloitte. (2015). *The sharing economy: Share and make money—How does Switzerland compare?*
- Digouta, J., Azouri, M., Decaudin, J.-M., & Rochard, S. (2013). Crowdsourcing: Outsourcing to obtain a creativity group. *Arab Economic and Business Journal*, 8, 6–15.
- Eckhardt, G. M., & Bardhi, F. (2015). The sharing economy isn’t about sharing at all. (January 28) *Harvard Business Review*.
- Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in a sharing economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5–27.
- Free2move.com. (2025). *Free2Move*. <https://www.free2move.com/> (E.T. 25 Nisan 2025)
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10.

- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., & Van de Glind, P. (2015, May 20). Smarter regulation for the sharing economy. *The Guardian*.
- Habibi, M. R., Kim, A., & Laroche, M. (2016). From sharing to exchange: An extended framework of dual modes of collaborative nonownership consumption. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(2), 210–225.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.
- Harald, H. (2013). Sharing economy: A potential new pathway to sustainability. *Gaia*, 22(4), 228–231.
- Housel, M. (2022). *Paranın psikolojisi* (Çev. C. Feyyat). Scala Yayıncılık.
- Howe, J. (2006, June). The rise of crowdsourcing. *Wired Magazine*, 14(6). http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html
- Jones, N. (2012, March). The power of collaborative consumption. *Building*. <https://www.building.co.uk/focus/the-power-of-collaborative-consumption/5033236.article> (E.T. 12 Nisan 2025)
- Kiracı, H. (2017). Tatlıyı yemek mi yoksa paylaşmak mı tatlı? Paylaşım ve ortak tüketim davranışı üzerine kuramsal bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 194–220.
- Knowledge@Wharton. (2015, December 11). *The sharing economy: A new way of doing business*.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109–125.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Penguin Press.
- Ling, J. (2023). The evolution, impact and future of the sharing economy. In *Proceedings of the 2023 International Conference on Applied Economics, Management and Policy Studies (AEMPS)*. EWA Publishing.
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 21–37.
- Narasimhan, C., et al. (2018). Sharing economy: Review of current research and future directions. *Customer Needs and Solutions*, 5(1–2), 93–106.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.
- Perren, R., & Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20–36.
- Puschmann, T., & Rainer, A. (2016). Sharing economy. *Business Information Systems Engineering*, 58(1), 93–99.

- Quelch, J., & Harding, D. (1996, January–February). Brands versus private labels: Fighting to win. *Harvard Business Review*.
- Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- Searchlogistics.com. (2025). *Airbnb statistics*.
<https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/airbnb-statistics/> (E.T. 26 Nisan 2025)
- Shaheen, S., & Chan, N. (2016). Mobility and the sharing economy: Potential to facilitate the first- and last-mile public transit connections. *Built Environment*, 42(4), 573–588.
- Shaheen, S., Bansal, A., Chan, N., & Cohen, A. (2017). Mobility and the sharing economy: Industry developments and early understanding of impacts. In *Low carbon mobility for future cities*. Institution of Engineering and Technology (IET). UC Berkeley.
http://dx.doi.org/10.1049/PBTR006E_CH10
- Shmidt, M. (2023). Sharing economy as a field: Revisiting debates and introducing new research avenues. *Sociology Compass*, 17(10), e13120.
- Stephany, A. (2015). *The business of sharing: Making it in the new sharing economy*. Palgrave Macmillan.
- Thornton, H. C. (2024). Business model change and internationalization in the sharing economy. *Journal of Business Research*, 170, 114250.
- Wikipedia. (2025). *Illegal taxi operation*. https://en.wikipedia.org/wiki/Illegal_taxi_operation (E.T. 26 Nisan 2025)
- Wolfgang, K., Matzler, K., & Veider, V. (2016). The sharing economy: Your business model's friend or foe? *Business Horizons*, 59(6), 663–672.
- Zhu, F., & Iansiti, M. (2019, January–February). Why some platforms thrive and others don't. *Harvard Business Review*, 119–125.

Ek-1

	P&P	Trampa/takas	B2C	Bedel	Kitle kaynak	Erişim	Sektör
Airbnb	1	0	1	1	1	1	Konaklama
Couchsurfing	1	1	0	1	1	1	
Vrbo	1	0	1	1	1	1	
Homelink	1	1	0	1	1	1	
Home Exchange	1	0	1	1	1	1	
Vrumi	1	0	0	1	1	1	
WeWork	1	0	0	1	1	1	Ulaştırma
Uber	1	0	1	1	0&1	1	
Boatsetter	1	0	0	1	0&1	1	
Lyft	1	0	0	1	1	1	
Getaround	1	0	0	1	1	1	
Blablacar	1	0	0	1	1	1	
Yoyo	1	0	1	1	0&1	1	
Volt lines	0	0	1	1	0	1	
Gett	1	0	1	1	0&1	1	
Turo	1	0	0	1	1	1	
Boatsetter	1	0	0	1	1	1	
BlueIndy	0	0	1	1	0	1	
Free2move	0	0	1	1	0	1	
Zipcar	0	0	1	1	0	1	
Flexcar	0	0	1	1	0	1	
Lift Hero	1	0	0	1	1	1	
HopSkipDrive	0	0	1	1	1	1	
Arro	0	0	1	1	0	1	
Bandwagon	0	0	1	1	0	1	
Curb	1	0	0	1	1	1	
Bitaksi	1	0	0	1	1	1	Yemek
Eatwith	1	0	0	1	1	0	
askidanevar.com/	1	0	0	0	1	0	Tavsiye
Talkspace	0	0	1	1	0	1	
Betterhelp	0	0	1	1	0	1	
Coachup	0	0	1	1	0	1	
Urbansitter	1	0	0	1	1	1	Bakıcı
Care.com	1	0	0	1	1	1	
Justpark	1	0	0	1	1	1	
Spot Hero	1	0	0	1	1	1	Park Yeri
Parkjockey	1	0	1	1	0&1	1	
MyPark	1	0	0	1	1	1	
Style Lend	1	0	0	1	1	1	Giyim Vc Aksesu
Gwynnie Bee	1	0	0	1	1	1	
GlamCorner	0	0	1	1	0	1	
Girll meets dress	0	0	1	1	0	1	Finansman
GoFundMe	1	0	0	?	1	0	
Cheddar Up	0	0	1	1	1	0	
Kickstarter	0	0	1	1	1	0	Gig worker
Crowdcube	1	0	0	1	1	0	
Indiegogo	1	0	0	1	1	0	
Task Rabbit	1	0	0	1	1	1	Eğitim ve kitap
Armut.com	1	0	0	1	1	1	
Fiverr	1	0	0	1	1	1	
Guru	1	0	0	1	1	1	Köpek
Bionluk	1	0	0	1	1	1	
Thumbtack	1	0	0	1	1	1	
Gigwalk	0	0	1	1	1	1	2. el pazaryeri
Bookshare.org	1	0	0	0	1	1	
Udemy	1	0	0	1	1	1	
borrowmydoggy	0	0	0	0	1	1	2. el pazaryeri
Bookmooch.com	1	0	0	0	1	0	
Freecycle.org	1	1	0	1	1	0	
Dolap	1	0	0	1	1	0	2. el pazaryeri
Poshmark	1	0	0	1	1	0	
Gardrops.com	1	0	0	1	1	0	
Arabam.com							2. el pazaryeri
Sahibinden.com							
Munchery							

Aktif değil

Postmates	Aktif değil	
Zaarly	Aktif değil	
Spinlister	Aktif değil	
Getmyboat	Aktif değil	
Ofo	Aktif değil	
Mobike	Aktif değil	
City CarShare	Aktif değil	
ReachNow	Aktif değil	
Feasly	Aktif değil	
Taximono	Aktif değil	
Verrr.com	Aktif değil	
Bookserf.com	Aktif değil	
Ortakdolap.com	Aktif değil	
Yazane.com	Aktif değil	
Zumbara	Aktif değil	
Komşu Yemeği	Aktif değil	
İmecefon	Aktif değil	
Yolyola.com	Aktif değil	
Esyakutuphanesi.com	Aktif değil	
Civardabul.com	Aktif değil	
Kitapagaci.org	Aktif değil	
Esyapaylas.com	Aktif değil	
Tutumluanne.com	Aktif değil	
Alseninolsun.net	Aktif değil	
Kardesimgiysin.com	Aktif değil	
Zimride	Aktif değil	

1: Var; 0: Yok