Paylaşım Ekonomisi: Dünya ve Türkiye Örneklerinin Karşılaştırılması

Yrd.Doç.Dr. Esra G. KAYGISIZ, Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, esra@egk.gen.tr,
Yrd. Doç.Dr. Işıl DEMİRTAŞ, Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, isil.demirtas80@gmail.com

Sürekli olarak yeni hizmet ve iş yapma modellerine olanak sağlayan internet, son yıllarda karşımıza paylaşım ekonomisini çıkarmıştır. Genel olarak "kullanmadığını paylaş" felsefesine dayanan kavram, dünya genelinde farklı uygulamalarla birçok internet kullanıcısı ve yatırımcısına yeni iş fırsatları sağlamaktadır.

Söz konusu çalışma öncelikle paylaşım ekonomisinin kavramsal çerçevesini çizmektedir. Çalışmanın çıkış noktasını ise Türkiye'de hayata geçirilen paylaşım ekonomisi uygulamalarından Zumbara, Driveyoyo, Verrr ve HemenKiralık gibi uygulamaların Airbnb, Uber, TaskRabbit, Peerby gibi uygulamalarla karşılaştırarak genel eksiklik ve farklılıklarının belirlenmesi oluşturmaktadır.

Yapılan ön çalışma ve değerlendirmelerde Türkiye'de geliştirilen model ve uygulamaların kâr amacı gütmeden ve gerçekten "Paylaşım" odaklı, gönüllülük esasına dayalı ve gençlerin öncülük ettiği sosyal yenilik uygulamaları olduğu görülmektedir. Tüm dünyada hızlı yayılan Airbnb, Uber, TaskRabbit, Peerby gibi uygulamalar ise yatırım sermayesi olan ve gönüllülükten ziyade topluluk-tabanlı kapitalizm modelini teşkil eden uygulamalar olduğu bilinmektedir. Karşılaştırılan uygulamalar arasında sermaye farklılıklarının yanı sıra yazılım/tasarım hataları, kullanışlılık/erişilebilirlik kolaylıkları ve imkânları, güvence ve ödeme sistemleri bakımından farklar olduğu görülmüştür. Elde edilen bu bulguların Türkiye'de hayata geçirilen paylaşım ekonomisi uygulamaların benimsenme oranını olumsuz etkilediği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Paylaşım, Paylaşım Ekonomisi, Mobil uygulamalar, Sosyal Ağ

Abstract

Sharing Economy : Comparison of World and Turkey Samples

The Internet, which has been constantly providing new service and business models, has released the sharing economy in recent years. The concept, which is based on the philosophy of sharing the "non-use" in general, provides new business opportunities for many internet users and investors with different applications all over the world.

Firstly, this study draws the conceptual framework of the sharing economy. The starting point of the study is the determination of common deficiencies and differences by comparing applications such as Zumbara, Driveyoyo, Joint Creation and Immediate Rule from applications such as Airbnb, Uber, TaskRabbit, Peerby.

In the preliminary studies and evaluations, it is seen that the models and applications developed in Turkey are social innovation applications based on voluntary and young people oriented, profit-oriented and really "Sharing" oriented. Airbnb, Uber, TaskRabbit, Peerby like applications spread rapidly all over the world and are known to be applications that constitute the model of community-based capitalism, which is investment capital against voluntarism. Among the comparative applications, it has been found that there are differences in capital / software / design mistakes, convenience / accessibility facilities and facilities, assurance and payment systems as well as capital differences. Inconclusion, these findings have adversely affected the adoption rate of applications of sharing economics in Turkey.

Keywords: Sharing, Sharing Economy, Mobile Applications, Social Network

Giriş

Son yıllarda internet ve mobil teknolojilerin baş döndürücü hızı internet girişimciliği sahnesine Paylaşım Ekonomisi kavramını çıkartmıştır. "Daha az tüketim" sloganını benimseyen kişilerin harekete geçirdiği ancak yatırımcıların da oldukça ilgisini çeken bir Paylaşım Ekonomisi modeli, 2012'den bu yana adını sıklıkla duyurmaktadır.

Sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişme ve değişimlerin bir çıktısı olan ve gücünü paylaşmaktan alan paylaşım ekonomisi kavramı genel olarak ürün ve hizmetlerin teknoloji ve ağ aracılığıyla ortak kullanımı olarak tanımlanabilir. Asıl amaç, mülkiyetin paylaşımı sağlanarak işbirlikçi bir tüketim biçiminin oluşturulmasıdır. Kişilerin sahip oldukları ürünleri ihtiyaç duyan diğer kişilerin kullanımına sunması veya takas etmesi şeklinde olabildiği gibi hizmet maliyetlerini paylaşma veya iş, beceri ve yetenek paylaşımı şeklinde de gerçekleşmektedir. Bir başka deyişle hayatımızda hep var olan "paylaşım" kavramına internetin sunduğu imkânlarla kürenin herhangi bir noktasındaki kişiyi paydaş olarak dâhil edebilmemizi sağlamaktadır.

Paylaşım ekonomisi uygulamalarının sosyal veya ekonomik adaleti sağlaması; israfın, çevre kirliliğinin, karbon ayak izinin azaltılmasına katkıları; kısıtlı kaynakların erişilebilirliklerinin artırılması; kişiler, kentler ve toplumlar arasında köprü kurması ve kişisel bağımsızlık sağlaması gibi toplumsal faydaları oldukça fazladır. Bu bağlamda paylaşım ekonomisinin özellikle ev, araba, bisiklet takası ve yolculuk masraflarının paylaşıldığı tatil, seyahat, ulaşım gibi sektörlerdeki payı tüm dünyada giderek artmaktadır. Airbnb, Uber, Blablacar, Didi Chuxing, Lyft, Ola, Lending Club, Wework, Zipcar, Freelancer gibi paylaşım kültürüne dayalı şirketler kısa bir sürede milyon dolarlık değerlere ulaşmıştır.

İnternet ile yaygınlaşan ve gelişen mobil uygulamalar hem ağdaki kişilerin sayısını sürekli arttırmakta hem de ağ kullanıcılarının beklentilerini sürekli olarak değiştirmektedir. Karşılıklı etkileşimin olduğu bu süreç, yatırımcılar ve girişimciler için ise yeni iş modellerini ortaya çıkarmaktadır. İhtiyaç duymadığın nesneyi ağdaki diğer kullanıcılarla paylaşma ya da değiş tokuş etme fikrine odaklanan bu iş modelleri paylaşım ekonomisi kavramının günümüzde yaygınlaşmasını sağlamıştır. İnternetin hayatımızın her alanına girmesi, akıllı telefon ve mobil cihazların yaygınlaşması ve bu cihazların internet erişimlerinin artması; ortak paylaşım ağlarının yaygınlaşmasına ve paylaşım ekonomisinin gelişmesine büyük katkılar sağlamıştır.

2011 yılında Time dergisi tarafından dünyayı değiştirecek 10 büyük fikirden biri olarak görülen (Walsh, 2011) "ortak kullanım ağları" günümüzde tüm dünyada milyonlarca kullanıcının faydalandığı, milyar dolarlık hisse değerlerine ulaşmış birer örgüt halini almıştır.

Türkiye'de ise paylaşım ekonomisi kullanıcılarının sayısı artmakta fakat geliştirilen model ve yazılımların kullanıcılar tarafından yeterince tercih edilmediği görülmektedir. Paylaşım kültürünün bir ata mirası olarak süregeldiği Türkiye'de paylaşım ekonomisi uygulamalarının beklenilen toplumsal faydaya ve ekonomik başarıya ulaşmaması üzerinde durulması gereken bir noktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde Paylaşım Ekonomisinin kavramsal çerçevesi oluşturulmakta ve işbirlikçi tüketim biçimi örneklerine yer verilmektedir. İkinci bölümde ise Türkiye'de hayata geçirilen paylaşım ekonomisi uygulamalarından Zumbara, Driveyoyo, Verrr ve HemenKiralık gibi uygulamalar, Airbnb, Uber, TaskRabbit, Peerby gibi uygulamalarla karşılaştırılmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Paylaşım Ekonomisinin Tanımlanması

"Paylaşım", birbirlerini tanıyan insanlar arasında kar amacı gütmeden yapılan bir sosyal değişim şeklidir (Giana ve Fleura,2015). Sözlük anlamı olarak ise "paylaşım" (1) bölüşmek, pay etmek, (2) bir şeyin birlikte kullanımı ya da ortak mülkiyeti anlamlarını taşımaktadır.

Günümüzde gig economy, on-demand economy, peer economy, renting economy gibi kavramlarla da ifade edilen ancak literatürde daha çok "paylaşım ekonomisi (Sharing Economy)" olarak yer eden (Sundararajan, 2016: 27) iktisadi faaliyet biçimleri ise "paylaşım" sözcüğüne farklı anlamlar yüklemektedir. Romer (2015), "sharing" sözcüğünün geleneksel anlamı ile birlikte günümüzde paylaşım ekonomisi ile aldatıcı bir tanımın ortaya çıktığından bahseder. Romer (2015), birçok insanın aynı minibüste birlikte yolculuk etmelerini paylaşımın geleneksel bir örneği olarak açıklarken, birçok insanın kiralık bir arabayı paylaşmaları yani kiralamalarını ise paylaşım ekonomisi olarak açıklamaktadır. Böylece, paylaşımın bu yeni anlamının ortaya çıkmasını 'iyi bir fiilin ölmesi' olarak ironik bir şekilde ifade etmektedir.

Richardson (2015) paylaşım ekonomisini, online platformlarda yapılan az kullanılmış olan kaynakların paylaşım terimi etrafında kar amaçlı ve kar amaçlı olmayan aktiviteler şeklinde yapılan bir alışveriş biçimi olarak tanımlamaktadır. Botsman (2015), paylaşım ekonomisini doğrudan bireylerin ücretli ya da ücretsiz olarak kullanılmış olan mal ve hizmetlerin paylaşımı temeline dayanan bir sistem olarak açıklamaktadır. Stephany (2015) paylaşım ekonomisini, yeterince kullanılmayan varlıklardan alınan, toplum için onları erişilebilir kılan ve bu varlıklar için mülkiyet sahipliğinin azalmasına yol açan bir değer olarak tanımlamaktadır. Stephany (2015) yapmış olduğu tanımı beş temel unsur üzerine inşa etmektedir: (1) Değer: Paylaşım ekonomisi karşılıklı olarak bir ekonomik değer yaratmaktadır. Bu değer yaratımı bazen para karşılığı olabileceği gibi bir hizmet karşılığı ya da başka bir mal karşılığı da olabilmektedir. (2) Yeterince kullanılmayan varlıklar: Rölanti kapasitesi olarak da adlandırılan ve varlıklardan kullanılmadıklarındaki zaman dilimi içerisinde alınan ekstra değer yaratımının sağlanmasıdır. (3) Çevrimiçi Erişim: Faydanın arttırılması varlığın erişilebilir olmasına bağlı olduğundan paylaşımın sağlanması için ekonomik varlığın erişilebilir olması gerekmektedir. (4) Topluluk: Topluluk arz ve talebi oluşturan ve değer değişimini gerçekleştirmek için birbirleri arasında güveni tesis eden kişilerdir. (5) Azaltılan mülkiyet sahipliği: Paylaşımın sağlanması demek, bu varlıklara geçici bir süre içerisinde ihtiyaç duyanların varlıkları mülkiyetine almadan yararlanması anlamına gelmektedir.

Stephany de paylaşım ekonomisinde "paylaşım" sözcüğünün anlamından ayrıldığına vurgu yapmaktadır. Stephany'e göre paylaşım ekonomisi kiralama ve satma ile ilgilidir; paylaşım ile ilgili değildir. Söz konusu iktisadi faaliyet biçimi, varlıkların kiralanması ile bazen ortak katılım sağlasa da, kavram içerisinde malların satışını da barındırmaktadır. Bu nedenle paylaşımı değil, aslında kullanım veya sahipliği ifade etmektedir. Bu nedenle kapitalizme eklemlenmiş bir ekonomi biçimi olarak, kapitalizmin yeni kar fırsatları yaratma şekillerinden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kavramın, yeniden bölüşümü sağlayacağı yada özel mülkiyetin sonunu getireceği düşüncesi bir hayal kırıklığı yaratacaktır (Stephany, s. 14).

Giana ve Fleura (2015)'e göre de paylaşım ekonomisi aslında ekonomide gerçekten bir paylaşım değildir. Paylaşım ekonomisi aslında bir erişim ekonomisidir. Paylaşmak, birbirlerini tanıyan insanlar arasında kar amacı gütmeden yapılan bir sosyal değişim şeklidir. Paylaşım, yaşamlarımızın belirli yönlerine hakim olan ve ailede de yer alan yerleşik bir uygulamadır. Hanehalkının yaşadığı evde aile bireyleri paylaşarak ve toplu halde tüketerek ortak bir kimlik oluştururlar. Paylaşım piyasa aracılığıyla gerçekleştirildiğinde ve bu aracılık işlemine firmalar birbirlerini tanımayan insanlar arasında aracı olduğunda artık paylaşım paylaşım olarak nitelendirilemez. Çünkü tüketiciler, mal ve hizmetlere artık bir para karşılığı sahip olmaya başladığından bu artık bir ekonomik değişim halini alır. Bir başka değişle, tüketiciler sosyal fayda sağlayan bireyler değil faydacı bireyler olarak faaliyet göstermektedirler.

Dolayısıyla literatürde yer alan çalışmalarda aslında "paylaşım ekonomisinin", paylaşım kavramının çatısını oluşturan "paylaşım" sözcüğünden ayrılarak, yeterince kullanılmayan varlıklardan - online platformlar aracılığıyla- değer yaratma şekli olarak nitelendirilmiştir. Paylaşım ekonomisi modelinde gerçekleşen iktisadi faaliyette yeterlince kullanılmayan varlığın kiralanması, ortak kullanımı ya da satışı şeklinde maddi ya da maddi olmayan biçimlerde bir değer yaratımı söz konusudur. Böylece sosyal fayda yerine faydacı birey anlayışı ile paylaşım ekonomisi kapitalizme eklemlenmektedir.

Sundarajan (2016)'da paylaşım kavramının gerçek anlamını yitirdiğine vurgu yaparak, paylaşım ekonomisi yerine Yığın- tabanlı kapitalizm (crowd-based capitalism) kavramının anlatılmak istenilenin daha kesin bir karşılığı olduğuna vurgu yapmaktadır. Sundararajan (2016: 27), paylaşım ekonomisini tam olarak beş temel özellik etrafında tanımlamaktadır : (1) Büyük ölçüde piyasa tabanlı: Yüksek oranda mal değişimine ve yeni hizmetlerin ortaya çıkmasına olanak sağlayan yani büyük miktarlarda ekonomik aktiviteye sahip olan piyasalardır. (2) Yüksek etkili sermaye: Yeni fırsatlar yaratan ve varlıkların, paranın, zamanın tam kapasiteye yakın düzeyde kullanılmasını sağlar. (3) Merkeziyetçi ya da hiyerarşik kurumlardan ziyade yığın- tabanlı ağlar: Kurumsal düzeyde ekonomik aktivite yerine merkeziyetçi olmayan yığın-tabanlı piyasalardır. (4) Kişiye özel ve profesyonellik arasındaki çizgi bulanıklaşır: emek ve hizmet arzı ticari iken, bir kişinin diğerine arabasını kiralaması ya da ödünç para vermesi gibi faaliyetler ise kişiseldir. Paylaşım ekonomisi bu kişisel faaliyet düzeyi ile ticari bir faaliyetin gerçekleştirilmesi olduğundan buradaki ayırım belirsizleşmektedir. (5) Tam zamanlı çalışma ile geçici çalışma arasındaki, bağımlı çalışan ile bağımsız çalışan ve boş vakit ile çalışma arasındaki çizgi bulanıklaşmaktadır. Çalışma modelleri üzerinde daha esnek ve belirsiz bir yapı oluşturmaktadır.

Botsman ve Rogers (2010), paylaşım ekonomisi için önemli bir referans kitap niteliğinde olan "Benim Olan Senindir: İşbirliğinin Yükselişi" isimli kitapta, paylaşım ekonomisi ile ifade edilen tüketim biçimine işbirlikçi tüketim ismini vermektedir. Botsman ve Rogers (2010)'a göre işbirlikçi tüketim biçimleri olan paylaşım, takas, kiralama ve bağış gibi faaliyetler teknoloji ve işbirlikçi topluluklarla yeniden tanımlanmıştır. Bu tüketim biçimleri bireylere mülkiyetin ötesinde ürün ve hizmetlere erişim imkânı sunmaktadır (Botsman, Rogers, 2010: xv).

1.2. Paylaşım Ekonomisinin Sınıflandırılması

Botsman ve Rogers (2010), işbirlikçi tüketimi; Ürün Servis Sistemleri (Product Service Systems), Yeniden Bölüşüm Pazarları (Redistribution Markets) ve Ortak Yaşam Tarzları (Collaborative Lifestyles) olmak üzere üçe ayırmaktadır.

(1) Ürün Servis Sistemleri: Ürün servis sisteminin temelini bir ürüne sahip olmadan o üründen fayda sağlanabilmesi oluşturmaktadır. Bir servisin çok sayıda ürününün bir firma aracılığıyla paylaşması veya kişisel olarak sahip olunan ürünlerin elden ele (peer to peer) paylaşılması ya da kiralanmasıdır. Ürün servis sistemleri ürünlerin kullanım ömrünü arttırır ve kişisel ürünlerin paylaşılarak faydasının maksimize edilmesini sağlar (Botsman ve Rogers, 2010: 71-2). En yaygın olarak kullanılan ürün servis sistemleri Tablo-1'de belirtilmektedir.

Tablo- 1 Ürün Servis Sistemleri

Kullanıma Dayalı Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim Biçimi	Uygulama Şekli	Örnekler Uygulamalar
Araba	Kişiden kişiye kiralama	RelayRides
	Firmalardan Kişiye kiralama	CarShare, Zipcar, car2go
	Yolculuk paylaşımı	Ucuza Gidelim
Bisiklet	Kişiden Kişiye	Spinlister
	Ortak Kullanım	Bixi
Oyuncak	Kişiden kişiye kiralama	Toy Rental Club, BabyPlays
Kıyafet	Kişiden kişiye kiralama	Rent the Run Way
Kitap	Kişiden kişiye kiralama	BookRenter, Textbook Rentals, Campus Book Rentals
	Firmadan kişiye Kiralama	Netflix, iTunes
Çeşitli Eşyalar	Kişiden kişiye kiralama	Zilok
Çeşitli Eşyalar	Komşuluk ilişkilerine dayalı kiralama	Neighbour Goods
Ürünün Kullanım Süresine Dayalı Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim Şekli	Uygulama Şekli	Örnek Uygulamalar
Ürün	Ürünlerin kullanım süresi botunca verilen hizmetler	AT&T, Xerox, Steelcase,Pitney Bowes, IBM
	Ürünün bakım onarımı ile ilgili paylaşım	Mechanical Turk, Denim Therapy, Steelcase

Botsman ve Rogers (2010), ürün servis sistemlerini (1) Kullanıma dayalı ürün servis sistemleri (Usage PPS) ve (2) Ürün ömrünü uzatan ürün servis sistemleri (extened-life PPS) olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Kullanıma dayalı ürün servis sistemleri bir firmanın ya da bir kişinin sahip olduğu ürünlerden bir servis aracılığıyla başkalarının faydalandırılmasıdır. Yüksek oranda rölanti kapasiteye sahip olan ürünler (araba, konut veya ev aletleri), moda nedeniyle kullanımı sınırlı olan ürünler (el çantası, kayak kıyafetleri), geçici ihtiyaçlar (bebek malzemeleri, doğum eşyaları), kullanım sonrası cazibesini veya değerini yitiren ürünler (filmler) ve yüksek başlangıç veya satınalma maliyeti olan ürünler (güneş panelleri) kullanıma dayalı ürün servis sistemleri arasında yer almaktadır (Botsman ve Rogers, 2010: 101). Uzun ömürlü ürün servis sistemleri ise bakım, onarım, daha iyi duruma getirme gibi ürünün yaşam ömrünü arttıran ve böylece yeni bir ürün ihtiyacını azaltan istemlerdir. Xerox, Steelcase, AT&T, Pitney Bowes ve IBM gibi firmalar aynı zamanda müşterilerine sattıkları ürünler için bakım, onarım, iyileştirme gibi imkanlar da sunmaktadır (Botsman ve Rogers, 2010: 101-9).

(2) Yeniden Dağıtım Pazarları: Eşyaların atılmaması, tekrar değerlenip kullanılabilmesine olanak tanıyan bu sistemler, sahip olunan malların başkalarıyla paylaşımı ve ortak kullanımına odaklanmaktadır. Kullanılmış malların tekrar kullanımına olanak sağlayan yeniden dağıtım pazarlarında mal dönüşümü parayla olduğu kadar parasız da gerçekleşmektedir (Demirer ve Hassan, 2016: 45). Bu sisteme dair örnekler Tablo-2'de görülmektedir.

Tablo – 2 Yeniden Dağıtım Pazarları

İşbirlikçi Tüketim	Uygulama Şekli	Uygulama Örnekleri
Konut	Bireylerarası takas	Home Exchange, Love Home Swap, Exchange Zones
Araba	Kurumdan bireye takas	Otoekspres
	Bireylerarası takas	Swapz
Kitap Takası	Bireylerarası takas	BookMooch, Booksfreeswap, PaperBackSwap
Giyim Takası	Bireylerarası takas	Kizoodle, MakeupAlley (Makyaj), Swapstyle, clothing swap
DVD, Video oyun Takası	Bireylerarası takas	SwapDVD, SplitGames, Swap My Games, Goozex, Swapadvd
Oyuncak Takası	Bireylerarası takas	BrickSwap, swap.com, ToysToTrade, Peace.Love.Swap
Çeşitli Ürünler	Bireylerarası takas	Swap.com, my subscription addiction

(3) İşbirlikçi Yaşam Tarzları: İnsanlar sadece fiziksel ürünleri paylaşmazlar. Benzer zevklere ve ilgi alanları sahip olan insanlar da ilgi alanları, bilgi ve yetenekleri ile ilgili paylaşımlarda bulunurlar. İnsanların yaşamları ile ilgili zaman, alan, yetenek ve para konularındaki paylaşımları işbirlikçi yaşam tarzı olarak ifade edilmektedir (Botsman ve Rogers, 2010: 73). İşbirlikçi yaşam tarzı uygulamaları yüz yüze görüşme ve sosyalleşme açısından diğer sistemlere göre daha aktiftir (Demirer ve Hassan, 2016: 46). Bu sisteme dair genel uygulamalar Tablo-3'de belirtilmektedir.

Tablo – 3: İşbirlikçi Yaşam Tarzları

İşbirlikçi Tüketim Şekli	Uygulama Örnekleri
Konut paylaşımı	Airbnb, Couchsurfing, VRBO, HomeAway
Çalışma alanı paylaşımı	Citizen Space, Hub Culture
Bahçe paylaşımı	Shared Earth, Landshare, Urban Gardenshare
Park Alanı paylaşımı	Parkatmyhouse
Yolculuk paylaşımı	BlaBlaCar, Uber, Lyft
Zaman, İş paylaşımı	Dave Zillion, Ithaca Hours, Task Rabbit
Beceri paylaşımı	Brooklyn Skillshare, Neeboz
Yemek paylaşımı	Neighbourhood, Thuisafge haal, Foodsharing, Doughbies, Suppershare
Komşuluk paylaşımı	Thuisafge haald, casserole club
Finansal paylaşım	Lending Club, Lending Tree, Lending memo, Zopa, Prosper

Stephany (2015) ise paylaşım ekonomisi platformlarına yönelik bir sınıflandırma yaparak söz konusu iş modelini temel olarak ikiye ayırmıştır: (1) Firmadan Tüketiciye (Business to Consumer-B2C): Firmaların ellerinde bulunan mal ve hizmetleri doğrudan tüketicilere kiralaması şeklinde gerçekleşen paylaşım şeklidir. Örneğin Zipcar, sürücülere elinde bulundurduğu araçları kiralayan bir B2C örneğidir. Yine Netflix firması online

platformda belirli bir ücret karşılığında tüketicilere filmler kiralamaktadır. iTunes, spotify gibi paylaşım platformları ise tüketicilere yine internet ortamında paylaşım sunmaktadır. (2) Kişilerarası paylaşım (Peer to Peer -P2P): P2P paylaşım şekli ise paylaşım platformları aracılığı ile kişiler arasında kiralama takas, bağış gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Örneğin, RelayRide platformu da Zipcar gibi bir araç kiralama platformu olsa da, paylaşım yöntemi bir hayli farklıdır. Çünkü RelarRide, bireylere kendi sahip oldukları araçları diğer sürücülere kiralamalarına olanak veren, P2P örneğidir. Yine P2P örnekleri Airbnb (tüketicilere kısa süreli olarak yaşadıkları alanları diğerlerine kiralama imkanı verir), StyleLend (kıyafet ve aksesuarların kişilerarasında kiralanması), kentsel taşıma (Lyft, Sidecar, Uber), yemek yeme (Kitchit, Eatwith) ve şehirlerarası yolculuk (BlaBlaCar, carpooling.com), emek paylaşımı (TaskRabbit, Handy), yerel ulaştırma (Instacalt, Postmates), kısa dönemli kredi (Lending Club, Funding Circle) gibi çeşitlendirilebilir (Fraiberger ve Sundararajan, 2015: 3).

1.3. Paylaşım Ekonomisinin Yapısal Özellikleri

Paylaşım ekonomisi modeli geleneksel piyasalardan organizasyonel yapı olarak ayrılmaktadır. Alıcı ve satıcıların mal ve hizmet alım satımında bulundukları ve hatta ödünç verme gibi finansal işlemler de yaptıkları geleneksel piyasalardan oldukça farklı özellikler göstermektedir. Hiyerarşik bir yapının da mevcut olmadığı bu platformları Sundarajan (2016: 69) Hibrid platformlar olarak tanımlamaktadır. Dijital teknolojiler ile birlikte ortaya çıkan dijital organizasyonlar, bildiğimiz firma yapısından farklılaşarak esnek çalışmaya olanak veren, çoğu zaman alt üst ilişkisinin olmadığı bir yapı oluşturmaktadır (Sundararajan, 2016: 77).

Paylaşım platformlar aynı zamanda bireylere, daha önce geleneksel piyasaların sunduğu mülkiyet değişimi yerine mülkiyeti paylaşma imkanı tanımaktadır. Böylece kişilerin sahip olduğu ürünler üzerinden gelir elde etmeleri sağlanmaktadır. Bireysel mülk sahiplerine daha önce sadece firmaların sahip olduğu bir takım özellikler sunmaktadır. Firmaların ekonomik sistem içerisindeki 'satıcı' konumunu bu platformlarda kişiler 'işbirlikçi' olarak üstlenmektedir. Örneğin otellerin yapmış olduğu oda hizmeti faaliyeti, paylaşım platformları sayesinde kişilerin kendi evlerindeki odaları ve hatta bazen evlerini geçici olarak kullanıcıların hizmetine sunmaları şeklinde gerçekleşmektedir. Airbnb, HomeAway ve VRBO gibi platformlara üye olan kullanıcılar evlerinin tamamını, bazen ise sadece bir ya da iki odasını geçici süreli olarak konaklamak isteyen diğer kullanıcıların hizmetine belirli bir ücret karşılığı sunmaktadır. Söz konusu uygulamalar çok sayıda kullanıcının katılımcı ile dünya çapında platformlar haline gelmiştir.

Diğer bir yaygın örnek ise Uber, BlaBlaCar ve Lyft benzeri uygulamalardır. Ticari taksilerin sunmuş olduğu ulaşım hizmeti, paylaşım platformları üzerinden sağlanmaktadır. Araç sahipleri, kendi araçları ile diğer üye olan kişilere hizmet sağlamaktadır. Böylece araç sahipleri araçlarını kendileri kullanmadıklarında diğer kullanıcıların paylaşımına sunarak gelir elde ederken, hizmetten yararlananlar da fayda sağlamaktadır. Paylaşım ekonomisi platformları bireylere daha fazla mala erişim sağlamak, tüketim çeşitliliğini arttırmak, varlıkların faydalarını arttırarak verimliliği desteklemek ve mülkiyet sahiplerine gelir sağlamak gibi olanaklar sunmaktadır (Horton ve Zeckhauser, 2016: 2).

Ancak bu platformların oluşması işbirlikçi tüketim biçiminin temelinde yatan dört prensibe bağlıdır (Botsman ve Rogers: 2010, 75):

(1) Kritik kütlenin sağlanması: Kendi kendine devam eden bir sistem yapmak için yeterli miktarda momentumun olmasını ifade eden sosyolojik bir kavramdır. Söz konusu kavramın işbirlikçi tüketim ile ilişkisi ise işbirlikçi tüketim biçiminin de var olabilmesi ve yaşayabilmesi çok sayıda seçimin olmasına bağlıdır. Dolayısıyla çok sayıda satıcının, alıcının, ürünün ve hizmetin platform içerisinde oluşması ile yeterli çoğunluk sağlanabilecektir. Günümüzde teknolojinin gelişmesi, akıllı telefonlar ve bu telefonlarla ortaya çıkan uygulamalar sayesinde bu platformların çok sayıda kullanıcıya ulaşması söz konusu olmaktadır.

(2) Rölanti kapasitesinin varlığı: Evimizde yer alan matkabın kullanım süresi ömrü boyunca yaklaşık 12 yada 16 dakikaya tekabül etmektedir. Söz konusu matkabın kullanım ömrüne göre kullanım süresini kıyasladığımızda kullanılmadan kalan ömrü rölanti kapasitesi olarak adlandırılmaktadır. İşbirlikçi tüketim biçimi rölanti kapasitesine sahip olan ürünlerin kullanım süresini arttırmaktadır.

(3) Birlikteliğe olan İnanç: Bireyler arasında paylaşımın sağlanması yani işbirlikçi bir tüketim için birliktelik bilincinin oluşması gerekmektedir. İşbirlikçi tüketim modelinde 'Benim olan benimdir' anlayışı yerine 'benim olan senindir' ya da 'benim olan bizimdir' anlayışının yerleşmesi bu inancın tesis edilmesine bağlıdır.

(4) Güvenin sağlanması: Bütün piyasalar için en önemli anahtar yabancılar arasındaki güveni tesis edebilmektir. Özellikle P2P piyasalarında bu sorun oldukça şiddetli bir sorundur. Çünkü kiracılara mal sahiplerinin mallarını kötüye kullanma ve yok etme fırsatı bile verebilmektedir. Bu piyasalarda güveni sağlamak için geribildirim mekanizması kullanılmaktadır. Sistemi takip eden kullanıcılar piyasadaki mal sahipleri ve kiralayanlar hakkında geri besleme yoluyla bilgi sahibi olabilmektedir. Bu geri besleme piyasadaki sistem sayesinde izlenebilmektedir (Horton ve Zeckhauser, 2016: 7).

2 . Türkiye'de Paylaşım Ekonomisi Uygulamaları

Tüm dünyada olduğu gibi gelişen teknoloji ile birlikte ağ hizmetlerinin yaygınlaşması paylaşım platformu üye ve kullanıcılarını arttırmaktadır. Türkiye'de bir yandan Uber, Airbnb gibi küresel uygulamalar yaygınlaşırken, diğer taraftan da yerel bazda işbirlikçi tüketimi destekleyen çeşitli oluşumlar hayata geçirilmiş ve geçirilmeye devam etmektedir. Paylaşım ekonomisi kavramı, tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de gelişme eğilimindedir. ING Bank'ın 2015 yılında yayımladığı bir rapora göre Türkiye 15 ülke arasında yüzde 50'lik oranla paylaşım ekonomisi hakkında bilgisi olanların en fazla olduğu, %9'luk oranla da paylaşım ekonomisine aktif katılımın en yüksek oranda gerçekleştiği ülkeler arasında yer almaktadır (IngBank,2015).

Ancak hayata geçen paylaşım uygulamaların başarılı ve yaygın hale gelebilmeleri için yeterli kullanıcı sayısına henüz ulaşamadıkları görülmektedir. Dolayısıyla bu uygulamaların başladıktan kısa süre içinde etkinliklerinin sonlandırdıkları, isim değiştirdikleri ya da paylaşım biçimlerini değiştirdikleri görülmektedir. Örnek olarak, 4 yıl önce başlayan ve yaklaşık 4000'den fazla üyesi olan Eşya Kütüphanesi'nin ortak yaratım platformu olarak farklılaşması gösterilebilir.

Türkiye'de ki paylaşım uygulamaları incelendiğinde aktif olarak kullanıma dayalı ürün ve hizmet servisi sunan işbirlikçi tüketim platformlarının kullanıldığı ve bu uygulamaların daha

çok ulaşım maliyetlerini azaltmaya yönelik ve karşılıksız kullanılmayan eşya paylaşımına yönelik uygulamalar olduğu görülmektedir.

Türkiye'de şu an aktif olarak faaliyet gösteren paylaşım uygulamaları Tablo-4'de belirtilmeye çalışılmıştır. Tabloda belirtilen kullanıma dayalı ürün servis sistemleri uygulamaları sadece Türkiye'de olan ve yerel özellik taşıyan uygulamalardır.

Tablo-4: Türkiye'deki Paylaşım Platformları

Kullanıma Dayalı Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim Biçimi	Uygulama Şekli	Örnekler Uygulamalar
Araba	Kişiden kişiye kiralama	-
	Firmalardan Kişiye kiralama	Garajyeri
	Taksi benzeri uygulamalar	Driveyoyo
Bisiklet	Kişiden Kişiye	-
	Ortak Kullanım	-
Oyuncak	Kişiden kişiye kiralama	-
Kıyafet	Firmadan kişiye kiralama	Davetcokelbisemyok, Garderobe
Kitap	Kişiden kişiye kiralama	Bookserf, Kitapağacı, UKitap, Kitapbu
Film	Kişiden Kişiye	-
	Firmadan kişiye	Digitürk, Tivibu
Çeşitli Eşyalar	Komşuluk ilişkilerine dayalı kiralama	KardeşimGiysin
Ürünün Ömrünü Uzatan Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim Şekli	Uygulama Şekli	Örnek Uygulamalar
Ürün	Ürünlerin kullanım süresi boyunca verilen hizmetler	Turkcell, Vodefone
	Ürünün bakım onarımı ile ilgili paylaşım	HP, Dell, Sony
Yeniden Dağıtım Pazarları		
Tohum	Takas	Tohum Takas Ağı, Ulusal Tohum Takas Merkezi, Permakültür Platformu
İşbirlikçi Yaşam Tarzları		
Zaman, beceri paylaşımı		Zumbara
Yolculuk Paylaşımı		Birliktegit, Ortakaraba, Ucuza Gidelim, Yolyola, Sharemyfare
Konut paylaşımı		Hemenkiralık, Evimitut

Tabloda yer alan örneklere bakıldığında Türkiye'de yer alan işbirlikçi tüketim biçimlerinden üç tür platform örneğinin de yerel düzeyde uygulama alanı bulduğu görülmektedir. Özellikle kitap kiralama ve yolculuk paylaşımı modellerinden daha fazla platformda paylaşım seçeneği bulunmaktadır. Ürün ömrünü uzatan ürün servis sistemlerinde ise firmalar ürünlerine yönelik olarak paylaşım platformlarında hizmet sunmaktadır.

Çeşitli eşya paylaşım platformlarının da olduğu tablodan görülmektedir. Bu tür uygulamaların karşılıksız, para hareketi olmadan hizmet sunması paylaşım kavramına uysa da, eşyaların transferi, güvenlik, geri iade kanallarındaki belirsizlikler ve uygulamaların mobil olmaması ve kullanıcılara bu platformların geniş kitlelere ulaşmasını olumsuz etkilemektedir.

Türkiye gibi köklerinde paylaşım kültürünün olduğu bir toplumda bu modellerin başarısızlığının temelinde bu tür girişimlerin yeterli kullanıcı sayısına ulaşamamaları yani kritik kütleyi aşamamaları yatmaktadır. Yeterli kullanıcının olmaması ürün çeşitliliğini azaltmakta ve platformun tercih edilme oranını azaltmaktadır. Yine bununla birlikte bu tür platformların önündeki en önemli engel güvenin tesis edilmesidir. Kullanıcı sayısının yeterli olmaması

işbirlikçi tüketim miktarı ile birlikte geri bildirim mekanizmasının da objektif çalışmasını önlemektedir.

2.1. Paylaşım Ekonomisi Örneklerinin Karşılaştırılması

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de faaliyet gösteren Zumbara, HemenKiralık ve Driveyoyo,Verrr uygulamalarının Airbnb, Uber, Peerby ve TaskRabbit gibi uygulamalarla karşılaştırılması yapılmaktadır.

Zumbara platformu para yerine zamanı kullanan bir paylaşım modelidir. Zaman tasarrufuna odaklanan platform beceri, bilgi, yetenek ve tecrübelerin paylaşımını sağlamakta ve zaman üzerinden ödeme imkanı sunmaktadır. Yani bir kişi, belirli bir zamanda başka bir kullanıcı ile paylaşmış olduğu bilgi ve yeteneğin karşısında zaman elde etmekte ve elde ettiği zamanı başka bir kullanıcıdan ihtiyacı olan bilgi, beceri ya da yeteneği zaman karşılığı satın alarak kullanmaktadır. Zumbara platformunun bir benzeri ise küresel düzeyde uygulama alanı bulan TaskRabbit'tir. Bu platformda ise kullanıcılar bakım, onarım, temizlik gibi işlerde belirli bir ücret karşılığı paylaşımda bulunmaktadır. Ancak paylaşım modeli açısından her iki platform da işbirliği içerisinde bulunanlara zaman tasarrufu sağlamaktadır.

Hemenkiralık uygulaması ise Airbnb platformu ile benzer biçimde bireylere konutlarını geçici olarak kiralama imkanı sunmaktadır. Kullanıcıların araç kiralamalarına olanak veren ya da kişilerin kendi araçları ile diğer kişileri bir yerden başka bir yere taşımasını sağlayan Uber platformu en bilinen paylaşım ekonomisi örneğini oluşturmaktadır. Türkiye'de yer alan Driveyoyo ise kullanıcılara kiralama hizmeti vermekte ancak taksi benzeri hizmet sunmamaktadır. Driveyoyo, Uber'den farklı olarak firmadan kişiye paylaşım sağlayan bir platformdur.

Çalışmada Türkiye'de yer alan Verrr paylaşım platformu ise Peerby ile karşılaştırılmaktadır. Verrr uygulaması kullanıcıların kullanmadıkları ürünleri ihtiyacı olanlara bağışlamaları esasına dayanmaktadır. Peerby uygulaması ise bireylere ellerinde bulunan ürünleri para karşılığı kiralama olanağı sunan bir uygulamadır.

Karşılaştırma kriterleri olarak literatürde belirtilen paylaşım ekonomisinin genel özelliklerine göre ölçütler belirlenmiştir. Belirtilen uygulamalar öncelikle mülkiyet yapısına göre değerlendirilmiştir. Mülkiyet yapısı mülkiyet üzerinden erişim ve mülkiyet transferi şeklinde olmak üzere iki kısımda incelenmektedir. Mülkiyet üzerinden erişim, kiralama ve ödünç alma biçiminde, mülkiyet transferi ise takas, bağışlama ve ikinci el ürünlerin satın alınması/satılması şeklinde yapılmaktadır (Hamari vd., 2016: 2049).

Tablo-5 Mülkiyet Yapısına göre Karşılaştırma

	Mülkiyet Üzerinden Erişim		Mülkiyet Transferi		
	Kiralama	**Ödünç Alma**	**Takas**	**Bağışlama**	**İkinci el ürünleri satınalma**
Zumbara	-	-	-	-	-
HemenKiralık	+	-	-	-	-
Driveyoyo	+	-	-	-	-
Verrr	-	-	-	+	-
Airbnb	+	-	-	-	-
Uber	+	-	-	-	-
TaskRabbit	-	-	-	-	-
Peerby	+	-	+	-	-

Tablo-5'e göre Zumbara ve Taskrabbit gibi zaman ve emek paylaşımı uygulamalarında herhangi bir eşya iyeliği söz konusu değildir. Diğer uygulamalarda ise mülkiyet üzerinden erişim kiralama şeklindedir. Verrr uygulaması ise diğer uygulamalardan farklı olarak bağış esasına göre faaliyet göstermektedir.

Belirtilen uygulamalar ayrıca Light ve Miskelly'nin (2015: 59) yaptığı bir çalışmada ele aldığı ölçütlere göre de değerlendirilmiştir. Light ve Miskelly'nin belirttiği kriterlere ek olarak Horton ve Zeckhauser'in belirttiği geribildirim mekanizması da ölçeğe eklenmiştir. Ayrıca çeşitli çalışmalarda kullanıcıların web uygulamalarında mahremiyet ve güvenlikle ilgili kaygılarının olduğunu göstermekte ve bu durum, yasal düzenlemelerin yanı sıra kullanıcıların işlem yaptıkları web sitesine güven duymalarında çevrimiçi mahremiyet beyanlarının önemli bir ölçüt olduğunu göstermiştir (Earp vd, 2005; Arcand vd.,2007: Karlıdağ, 2014: 107). Bu nedenle web uygulamaları için oldukça önemli olan mahremiyet ve kullanıcı güvenliği kriterlere dahil edilmiştir.

Tablo-6: Paylaşım Ekonomisinin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırma

	Toplu Faaliyetler	Fiziksel Yer Değişimi	Toplu Alan Kullanımı	Paylaşılan Kaynağa Ortaklaşa Katılım	Kar Sağlama	Parasal Hareket	Üyelik için Ödeme	Hizmete Erişim için Ödeme	Katılımcıların Birarada Bulunması	Sınırlı kaynaklar	Kritik Kütle İhtiyacı	Ölçeklendirilebilirlik	Dijital Ağ Bağımsızlığı	Geribildirim	Kullanıcı Güvenliği	Mahremiyet
Zumbara	-	-	-	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-
HemenKiralık	-	+	-	-	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-
Driveyoyo	-	-	-	-	+	+	-	+	-	+	-	-	-	+	-	-
Verrr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
Airbnb	+	+	-	-	+	+	-	+	Talebe bağlı	+	-	-	-	+	+	+
Uber	-	+	-	+	+	+	-	+	Talebe bağlı	+	+	+	-	+	+	-
TaskRabbit	-	+	-	-	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+
Peerby	-	-	-	+	-	+	-	-	+	+	+	+	-	+	+	-

Buna göre genel olarak tüm uygulamaların geribildirim mekanizmasına sahip oldukları, ağdan bağımsız olmadıkları görülmektedir. Zumbara ve TaskRabbit uygulamalarının fiziksel mekân değiştirme ve kar sağlama bağlamında farklı olduğu ve ayrıca Zumbara dışındaki uygulamaların parasal hareket içerdikleri ve kar sağlama odaklı oldukları görülmektedir. Bu uygulamaların üyelik için ücret istemedikleri ancak yapılan faaliyet sonucunda sisteme ödeme yapıldığı görülmektedir.

Söz konusu uygulamaların internet siteleri ve hizmet sunum biçimleri incelendiğinde Driveyoyo, hemenkiralık gibi yerel uygulamaların Uber, Airbnb gibi büyük sistemlerle aynı hizmetleri sunmaya çalıştıkları ancak geribildirim, güvenlik, gizlilik gibi konularda kullanıcılara bilgi vermedikleri görülmektedir. Ayrıca hemenkiralık sitesindeki ilanlara bakıldığında ise ilan verenlerin bireysel kullanıcılardan çok kar elde amaçlı sistemi kullanan emlakçılar olduğu görülmektedir.

Tabloda yer almayan ama incelemelerde değerlendirilen bir başka özellik ise uygulamaların mobil arayüzlerinin olup olmamasıdır. Verrr uygulamasının mobil yazılım desteğinin olmadığı görülmektedir.

3. Sonuç ve Öneriler

Paylaşım ekonomisi ve ilgili uygulamalar tüm dünyadaki gençler başta olmak üzere çoğu bireyin hayatında her geçen gün daha fazla yer edinmektedir. Bireyler artık birbirleriyle evlerini, otomobillerini, eşyalarını, yeteneklerini ve zamanlarını paylaşmaktadır. Dünyada birçok başarılı örneği görülen paylaşım platformları Türkiye'de ise hem kullanıcı sayısı, hem de paylaşım ortamlarının yaratılması bakımından giderek yaygınlaşmaktadır.

Ancak Türkiye'deki hayata geçirilen paylaşım platformları kısa süre sonra etkinliklerini durdurmakta, ara vermekte ya da isim/sahip değiştirmek zorunda kalmaktadırlar. Bunun nedeni olarak kullanıcıların genellikle küresel paylaşım ağlarını tercih etmeleri nedeniyle hedeflenen kullanıcı sayısına ulaşılamaması söylenebilir. Buna ek olarak uygulamaların kişisel bilgilerin mahremiyeti, bilgi ve kişilerin güvenlikleri gibi kritik konularda kullanıcılara güvence vermemesi bu uygulamaların kısa sürede sonlanmasına neden olmaktadır.

Ayrıca güvenirliliği sağlamada kullanılan geribildirim mekanizmalarının gerçek kullanıcılar tarafından yürütülmesi ve bu özelliğin paydaşlara duyurulması oldukça önemlidir. Geribildirim mekanizmasının güvenilirliğinin yüksek olması sistemin yaygınlaşmasını arttıracaktır.

Bisiklet kiralama ya da takas uygulamalarının Türkiye'de yaygın olmadığı görülmüştür. Bunun nedeni olarak ülkemizde özellikle metropollerdeki şehir içi ulaşım ağının bisiklet kullanımına uygun olmaması ve dolayısıyla bisiklet kültürünün yaygınlaşmaması gösterilebilir.

Bununla birlikte paylaşım kültürüne dayalı sistemlerde kullanıcı beklentilerini belirlemeye dönük çalışmaların yapılması, geliştirilecek olan uygulamaların kalitesi ve hedef kitle beklentilerinin uygunluğu açısından önemlidir.

Kaynakça

Botsman, R. (2010). İşbirliğine Dayalı Tüketim. https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption/transcript?language=tr . Erişim tarihi: 20.10.2016.

Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. NY: Harper Busines.

Demirer,D. ve Hassan, A.(2016). Değiş Tokuş ve Kiralama Uygulamalarının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Olası Etkileri. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 27, Sayı 1, Bahar: 43 – 61.

Eckhardt, G., M. ve Bardhi, F. (2015). The Sharing Economy isn't About Sharing at All. https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all Erişim Tarihi: 12.11.2016.

Fraiberger, S. ve Sundararajan, A. (2015). Peer to Peer Rental Markets in the Sharing Economy. https://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt Erişim Tarihi: 28.10.2016.

Hamari, J., Sjöklint, M. ve Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption . Journal Of The Associatıon For Informatıon Scıence And Technology 67(9):2047–2059.

Horton, John, J. ve Zeckhauser, R. J. (2016). Owing, Using and Renting: Some Simple Economics of the Sharing Economy. NBER Working Paper No. 22029.

IngBank (2015). ING Paylaşım Ekonomisi Uluslararası Raporu. https://www.ingbank.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2015/ingbank_IIS_paylasim_ekonomisi_21122015.pdf Erişim Tarihi: 28.10.2016.

Karlıdağ, S. (2014). Yeni İletişim Teknolojileri ve Mahremiyet: E-Belediyeler Kişisel Bilgileri Koruyor Mu?. Erciyes İletişim Dergisi "akademia" 2014 Cilt: 3, Sayı: 4, (102-120).

Light, A. ve Miskelly, C. (2015). Sharing Economy vs Sharing Cultures? Designing for Social, Economic And Environmental Good. Interaction Design and Architecture(s) Journal - IxD&A, N.24, 2015, pp. 49-62.

Martin, C.J. (2016). The Sharing Economy: A Pathway to Sustainability or a Nightmarish form of Neoliberal Capitalism?. Ecological Economics, 121, ss. 149-159.

Romer, P. (2015). Talkin' bout a revolution, https://paulromer.net/talkin-bout-the-revolution/ Erişim Tarihi: 10.11.2016

Stephany, A. (2015). The Business of Sharing : Making it in the New Sharing Economy, NY: Palgrave Macmillian, e-version.

Stephany, A. (2015). The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy. NY: Palgrave Mcmillan.

Sundarajan, A. (2016). The Sharinig Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism. USA: The MIT Press.

Sundararajan, A. (2016). The Sharing Economy. USA: MIT Press.

Tosuner, A. (2011). Ortak Kullanım Ağlarındaki İçerik Üretiminin, Tüketim Davranışının Azaltılmasındaki Teşvik Edici Rolünün Web Siteleri Üzerinden İncelenmesi: Zumbara, Freeconomy, Community Exchange Network, Freecycle Network. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Tosuner, A. (2012). Tüketim Davranışının Azaltılması için İnternetin Kullanılması: Ortak Kullanım Ağları. 17. Türkiye'de İnternet Konferansı, Anadolu Üniversitesi, 7-9 Kasım 2012. Eskişehir.

Walsh, B. (2011). 10 Ideas That Will Change The World. TIME. http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717,00.html/. Erişim tarihi: 28.10.2016.