PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
İşletme Ana Bilim Dalı
Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı

Merve Mebrüke GÜLER

Danışman: Doç. Dr. Mevhibe AY TÜRKMEN

Mart 2023
DENİZLİ

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulguların analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

İmza

Merve Mebrüke Güler

ÖN SÖZ

Yüksek lisans dönemim boyunca bilgi ve tecrübeleri ile bana doğru yolu gösteren, tüm samimiyetiyle danışmanlık yapan değerli hocam Doç. Dr. Mevhibe Ay Türkmen'e, değerli fikirleri ile jüri üyelerim Dr. Öğretim Üyesi Bilge Aksay ve Doç. Dr. Mustafa Bayhan'a en içten dileklerimle teşekkürlerimi ve saygılarımı iletiyorum.

Tüm hayatım boyunca desteklerini her zaman hissettiğim sevgili annem Ümran Güler, babam Bülent Güler ve kardeşim Elif Güler'e sonsuz minnetlerimi sunuyorum.

ÖZET

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

GÜLER, Merve Mebrüke
Yüksek Lisans Tezi
İşletme ABD
Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı
Tez Yöneticisi: Doç. Dr. Mevhibe AY TÜRKMEN
Mart, 2023, VIII+96 sayfa

Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar teknolojik ve endüstriyel birçok gelişme meydana gelmiştir. Nüfusun çoğalması, çarpık kentleşme, doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı, endüstriyel faaliyetler sonucu oluşan atıklar önce küçük çevresel problemlere daha sonra ozon tabakasının incelmesine yol açan küresel bir etkiye neden olmuştur. Çevresel problemlerin geri dönülemez zararlara yol açması, tüm dünyanın sürdürülebilirlik konusunda birtakım sorumluluklar alması gerektiğini ortaya koymuştur. Sürdürülebilir üretimi sağlama konusunda işletmeler, ürün tasarımından geri dönüşüme kadar her aşamada doğal kaynak ve enerji kullanımını minimum derecede tutmayı amaçlamaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya araçlarının etkin bir şekilde kullanılması ve sürdürülebilirlik konusunda oluşan bilinçlenme sonucunda paylaşım odaklı yeni iş modelleri meydana gelmiştir. Bireyler ve üreticiler aşırı tüketimin yol açtığı çevresel problemler, ekonomik kaygılar ve tüketim anlayışının değişmesi nedeniyle paylaşım ekonomisini tercih etmektedir. Eğitim, konaklama, ulaşım, giyim, turizm gibi hayatın her alanında rastlamak mümkündür. Birçok alanda yetenek, bilgi ve becerilerini paylaşmak amacıyla hizmet sağlayıcılar ile tüketicileri bir araya getiren sosyal medya platformları, paylaşım ekonomisinin gelişmesinde anahtar role sahiptir. Günümüzde paylaşım platformları aracılığıyla ticari faaliyetler gerçekleştiren üreticilerin artması bu alana olan ilgiyi artırmaktadır. Bu çalışmada; literatüre dayalı bir inceleme yapılarak sürdürülebilir üretim ve paylaşım ekonomisi ilişkisi üzerine teorik bir değerlendirme yapılmıştır. Paylaşım ekonomisi bağlamındaki iş modelleri, sürdürülebilir üretimin perspektifinden değerlendirilerek ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri hakkında kavramsal bir çerçeve sunulmuştur.
Anahtar kelimeler: Paylaşım ekonomisi, sürdürülebilir üretim, sürdürülebilirlik

ABSTRACT

EVALUATION OF THE SHARING ECONOMY IN TERMS OF SUSTAINABLE PRODUCTION

GÜLER, Merve Mebrüke
Master Thesis
Business Department
Production Management and Marketing
Adviser of Thesis: Doç. Dr. Mevhibe AY TÜRKMEN
March, 2023, VIII+96 pages

Since the Industrial Revolution, many technological and industrial developments have occurred. The increase of population, unplanned urbanization, unconscious use of natural resources, and wastes resulting from industrial activities have caused minor environmental problems at first and afterwards a global impact, leading to pour of the ozone layer. The fact that environmental problems cause irreversible damage has revealed that the whole world ought to take some responsibilities on sustainability. Businesses in order to supply sustainable production aim to keep the use of natural resources and energy at minimum at every stage from product design to recycling. As a result of the effective use of social media tools and consciousness about sustainability with the development of technology, new sharing-oriented business models have emerged. Individuals and producers prefer the sharing economy owing to environmental problems caused by excessive consumption, economic concerns and changing consumption mentality. It is possible to come upon in all areas of life including training, accommodation, means of transportation, clothing, tourism. Social media platforms, which bring together service providers and consumers in order to share their talents, knowledge and skills in many fields, have a key role in the development of the sharing economy. Today, the increase in producers who carry out commercial activities through sharing platforms increases the interest in this field. In this study; a theoretical evaluation was made on the relationship between sustainable production and sharing economy by making a review based on the literature. Business models in the context of the sharing economy are evaluated from the perspective of sustainable production, and a conceptual framework is presented for their economic, environmental and social effects.

Keywords: Sharing Economy, Sustainable Production, Sustainability

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ i
ÖZET ii
ABSTRACT iii
İÇİNDEKİLER iv
ŞEKİLLER DİZİNİ vi
TABLOLAR DİZİNİ vii
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ viii
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
PAYLAŞIM EKONOMİSİ

1.1. Paylaşım Ekonomisi Kavramı 3
1.2. Paylaşım Ekonomisinin Gelişim Süreci 7
1.3. Paylaşım Ekonomisinin Gelişmesini Sağlayan Faktörler 9
1.4. Paylaşım Ekonomisinin Özellikleri 11
1.5. Paylaşım Ekonomisinin Faydaları 13
1.6. Paylaşım Ekonomisine Yönelik Engeller 16
1.7. Paylaşım Ekonomisinin Sınıflandırılması 18
1.8. Paylaşım Odaklı İş Modelleri 20
1.8.1. Ürün-Hizmet Sistemleri 22
1.8.2. Yeniden Dağıtım Pazarları 24
1.8.3. Paylaşım Odaklı ve İşbirlikçi Yaşam Biçimleri 25
1.9. Türkiye'de ve Dünyada Paylaşım Ekonomisi Uygulamaları 26

İKİNCİ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı 29
2.2. Sürdürülebilir Üretim 30
2.3. Sürdürülebilir Üretimin İlkeleri 33
2.4. Sürdürülebilir Üretimin Faydaları 36
2.5. Sürdürülebilir Üretimin Önündeki Engeller 38
2.6. Sürdürülebilir Üretim Göstergeleri 40
2.7. Sürdürülebilir Üretimin Boyutları 43
2.7.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik 45

2.7.2. Sosyal Sürdürülebilirlik 47
2.7.3. Çevresel Sürdürülebilirlik 48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Paylaşım Ekonomisinde Tüketicilerin ve İşletmelerin Rolü 51
3.1.1. Tüketici- Üretici ve Ortak Üretim Kavramı 52
3.1.2. Paylaşım Ekonomisinde Bireysel Üreticiler 54
3.1.3. İşletmelerin ve Bireysel Üreticilerin Paylaşım Ekonomisini Tercih Etme Nedenleri 55
3.2. Paylaşım Ekonomisinin Sürdürülebilir Üretim Boyutları Açısından Değerlendirilmesi 57
3.2.1. Paylaşım Ekonomisinin Çevresel Sürdürülebilirliğe Etkileri 59
3.2.1.1. Çevreye Duyarlı Tüketiciler 62
3.2.1.2. Verimli Kaynak Kullanımı 63
3.2.1.3. Karbon Emisyonları 64
3.2.2 Paylaşım Ekonomisinin Ekonomik Sürdürülebilirliğe Etkileri 65
3.2.2.1. Maliyet Tasarrufu 68
3.2.2.2. İstihdam Olanakları 69
3.2.2.3. Erişim Kolaylığı 70
3.2.3. Paylaşım Ekonomisinin Sosyal Sürdürülebilirliğe Etkileri 70
3.2.3.1. Sosyo-demografik Özelliklerin Rolü 74
3.2.3.2. Prestij/İtibar 75
3.2.3.3. Toplumsal Güven 76
3.2.3.4. Kırsal Turizm İçin Fırsatlar 77
3.2.3.5. Sosyalleşme ve Etkileşim 77
SONUÇ 79
KAYNAKÇA 83
ÖZGEÇMİŞ 96

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: İletişim Alanındaki Teknolojik Gelişmeler ve Ticari Faaliyetlere Etkileri 7
Şekil 2: Paylaşım Ekonomisi Tipolojisi 19
Şekil 3: Paylaşım Odaklı İş Modelleri 22
Şekil 4: 6-R Sürdürülebilir Üretim Döngüsü 31
Şekil 5: Sürdürülebilir Üretimin Boyutları 36
Şekil 6: Sürdürülebilir Üretim Göstergelerinin Sınıflandırılması 41
Şekil 7: Birbirinden Bağımsız Eş Zamanlı Süreçler 43
Şekil 8: Çevre Kapsamlı Sürdürülebilir Kalkınma Modeli 44
Şekil 9: Sürdürülebilir Üretim Hedefleri 45

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Paylaşım Ekonomisi Tanımları 4
Tablo 2: Yaygın Kullanılan Ürün Servis Sistemleri 24
Tablo 3: Yeniden Dağıtım Pazarları 25
Tablo 4: Paylaşım Odaklı İş Modelleri 26
Tablo 5: Sürdürülebilir Üretimin Tarihi Gelişimi 32
Tablo 6: Paylaşım Ekonomisi Sürdürülebilir Kalkınma Perspektifleri 59

SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

B2C: İşletmeden Tüketiciye (Business to Consumer)

BM: Birleşmiş Milletler

C2C: Tüketiciden Tüketiciye (Consumer to Consumer)

MIT: Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology)

P2P: Kişiden Kişiye (Peer to Peer)

PwC: Danışmanlık Şirketi (Price Water House)

SAM: Sürdürülebilirlik Varlık Yönetimi (Sustainable Asset Management)

B2B: İşletmeden İşletmeye (Business to Business)

GİRİŞ

İnsanlar doğdukları andan hayatlarının sona erdiği ana kadar geçen sürede yaşamlarını sürdürmek adına sürekli olarak üretmek ve tüketmek zorunda kalmışlardır. Tüketim olgusu; insan ihtiyaçları, arzu ve istekleriyle desteklendiğinde ortaya çıkmaktadır. Bilimsel anlamda atılan adımlar ile her geçen gün gelişmekte olan teknoloji, sunmuş olduğu yenilikler ve imkanlar sayesinde insanların yaşam biçimlerinde ve tüketim alışkanlıklarında ciddi anlamda değişimlerin meydana gelmesinde büyük rol oynamıştır (Kapsız, 2021: 1). Yaşanan teknolojik gelişmeler, dinamik ürün çeşitliliği ile birlikte işletmelerin üretim anlayışlarını da değişime uğratmıştır. Sürdürülebilir üretim, işletmelere yeni bakış açısı sunan, gelecek nesilleri güvence altına alan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilir üretim bütünleştirici bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir üretim, çevresel etkileri en aza indirecek ve bir ürünün yaşam döngüsü boyunca ekonomik fayda sağlarken çalışanlar, toplum ve tüketiciler için sosyal sorumluluk alacak şekilde ürünler üretmek olarak tanımlanmaktadır (Zarte ve diğerleri, 2019: 338).

Bilgi ve sosyal medya teknolojilerinin baş döndürücü değişiminin bir sonucu olan dijital platformlar, üretim ve tüketim faaliyetlerini şekillendirmiştir. Tüketiciler, işletmeler ve topluluklar arasındaki etkileşiminin artmasıyla beraber tüketim alışkanlıklarının değişmesi, ürün ve hizmetlere erişimin sosyal medya platformlarıyla daha kolay olması paylaşım ekonomisi kavramının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Tüketiciler ve işletmeler açısından aşırı tüketimin önüne geçilmesi konusunda bir alternatif sağlayan paylaşım ekonomisi platformları; ürün, hizmet, bilgi ve beceri gibi yeterince kullanılmayan varlıkların erişim ya da değişimine dayanan bir sistemdir. Bu bağlamda otomobil, ev, kıyafet gibi fiziksel ürünler ile para, yetenek, bilgi ve zaman gibi soyut kaynaklara erişim şeklinde iki şekilde ifade edilmektedir.

Çoğunlukla yeni jenerasyondan oluşan paylaşım ekonomisi; yeni nesil web teknolojilerinin gelişmesiyle bireyler, hayatlarını daha fazla özel mülk edinme ve sahip olmak üzerine planlamak yerine bir şeylere ortak olmak ve bu süreçte diğer insanlarla etkileşimde bulunmaktan daha fazla tatmin olmaktadır. Bu sistemler, kullanım verimliliğini artırarak, atıkları azaltarak ve daha iyi ürünlerin geliştirilmesini teşvik etmektedir. Aynı zamanda aşırı üretim ve tüketimin meydana getirdiği atıkları önleyerek önemli çevresel faydalar sağlamaktadır (Denning, 2014: 15). COVID-19 kaynaklı salgın döneminde alışılagelmiş normal süreçlerin yerini uzun bir süre için farklı bir yaşam ve

tüketme bırakması tüketici davranışlarının da farklılaşmasına neden olmuştur. Bu süreçte tüketicilerin fiziksel ortamlardan uzak kalması, satın almak istedikleri ürün ve hizmetlere daha hızlı ulaşabilmeleri ve ihtiyaçlarını etkin bir şekilde sağlayabilmeleri adına kullanım kolaylığı sunan paylaşım ekonomisi platformlarını kullanımlarının sürekli ve daha yoğun olmasına yol açtığı görülmektedir (Sesliokuyucu, 2021: 511).

Paylaşım ekonomisi oldukça geniş ve yeni bir sistem olmasından dolayı sonsuz araştırma alanlarına sahiptir. Bu bakımdan, paylaşım ekonomisi kavramının önemi, etkilediği sektörler ve sürdürülebilirlik ile ilişkileri önem arz etmektedir. Özellikle tüketiciler ile üreticilerin birlikte değer yaratması konusunda sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Paylaşım platformları aracılığıyla hizmet sağlayıcı konumunda da yer alan tüketiciler giderek artmaktadır. Gelişen teknoloji ile yaşanan değişimler göz önüne alındığında paylaşım ekonomisi ve sürdürülebilirlik ilişkisini ayrıntılı bir şekilde ele almak gerekmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirliğin üç boyutu olan ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan literatürde yapılan çalışmaları incelemesi bakımından araştırmacılara yeni bir bakış açısı sunmayı ve katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Birinci bölümde; paylaşım ekonomisinin tanımı, gelişim süreci, fayda ve gelişmesini engelleyen durumlar ifade edilmiştir. Ardından paylaşım odaklı iş modelleri, Türkiye ve dünyadaki uygulamaları ile ilişkilendirilerek ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

İkinci bölümde; sürdürülebilirlik kavramı doğrultusunda sürdürülebilir üretim kavramının tanımı, gelişmesini sağlayan faktörler, ilkeleri ve göstergeleri açıklanmıştır. Daha sonra sürdürülebilir üretimin üç boyutu olan çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Üçüncü bölümde; paylaşım odaklı iş modellerini kullanan işletmelerin ve bireylerin kararlarını etkileyen faktörlere değinilmiştir. Paylaşım ekonomisi; ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik boyutları açısından değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİ

Tezin bu bölümünde paylaşım ekonomisi kavramının tanımı yapılarak gelişim evresinden ve teknolojinin bu platform üzerindeki etkilerinden bahsedilecektir. Daha sonra paylaşım ekonomisinin fayda ve paylaşım ekonomisine yönelik engellere değinilecektir. Son olarak paylaşım odaklı iş modelleri sınıflandırılarak ülkemizdeki ve dünyadaki örnekleri ele alınacaktır.

1.1. Paylaşım Ekonomisi Kavramı

Paylaşım, esasında eskiden beri bilinen ve insanlar arasında "takas" kavramı denilen olgunun günümüze yansımasıdır. Price (1975) paylaşımı karşılıklı yapıldığı gibi eşdeğer bir getiri beklentisiyle değil herkesin yeteneğine göre ve herkesin ihtiyacına göre ekonomik sistemin parçalarını uyumlu hale getiren, sosyal boyutu olan bütünleştirici ve koordine edici bir süreç olarak tanımlamaktadır. İnsanlar doğası gereği ortak tüketim alışkanlıklarına sahiptir. Ortak tüketime insanlar; "paradan, yerden, zamandan tasarruf etme, arkadaşlar edinme ve çevrimdışı topluluklar ve kişiler arası güven oluşturma" sebepleriyle katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda bilgiye ulaşmada dijital teknolojilerden yararlanma olarak tanımlanan dijital okuryazarlığın Web 2.0 araçları ile içerik geliştirme sürecine katkı sağlayacak teknolojiler geliştirilmektedir. Web 2.0, 2004 yılında Tim O'Reilly tarafından geliştirilmiştir. Web 2.0'da tüketiciler; başkalarının görebileceği içerikleri yayınlayabilmekte, işletmeler platformlar oluşturabilmekte ve tüketiciler başkaları için içerik yayınlamalarına izin veren platformlar oluşturabilmektedir. Web 2.0, sosyal web (the social web) olarak da adlandırılmaktadır. Kullanıcılar kendilerine ait web sitelerinde istedikleri içerikleri üretebilmekte, diğer kullanıcılar ile bu içerikleri paylaşabilmekte ve birbirleriyle etkileşimde kalabilmektedir (Özden, 2022: 31).

Teknolojik gelişmeler ve Web 2.0 çevrimdışı toplulukların uygulamalarını destekleyen dijital platformların yükselişini teşvik etmiştir. (Schwanholdz ve Leipold, 2020: 5). Böylece paylaşım ekonomisi denilen yeni bir ekonomik model ortaya çıkmıştır. Toplumun alışkanlıklarının değişmesi, insanların sahip olmak yerine deneyim kazanmak istemesi, dijital platformların ilerlemesi ve daha sürdürülebilir üretim ve tüketim düşüncesi son yıllarda paylaşım ekonomisinin daha popüler olmasına zemin hazırlamıştır.

Takas, ticaret, kiralama, paylaşım ve değişim gibi çeşitli tüketim aktivitelerini içeren kapsamlı bir kavram olan paylaşım ekonomisi ile ilgili yaygın olarak kabul edilen

bir tanım bulunmamaktadır (Kişi, 2018: 58). Bunun en temel nedeni paylaşım ekonomisinin geniş bir çerçeveyi kapsayan bir yaklaşım olmasıdır. Paylaşım ekonomisi literatürde işbirlikçi tüketim -*collaborative consumption*- (Möhlmann, 2015), esnek ekonomi -*gig economy*- (Friedman, 2014), topluluğa dayalı ekonomi -*community based economy*- (Acquier ve diğerleri., 2017), talep üzerine ekonomi -*on-demand economy*- (Cockayne, 2016) şeklinde farklı kavramlarla ifade edilmektedir. Paylaşım ekonomisi farklı akademik çalışmalarda farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan bazıları Tablo 1'de belirtilmiştir:

Tablo 1: Paylaşım Ekonomisi Tanımları

Kaynak	**Tanım**
Belk (2007):	Paylaşım iki veya daha fazla kişi arasında bir şeye sahip olmanın getirdiği faydalardan yararlanılan hediyeleşme faaliyetidir. Ayrıca tüketimde kullanıldığı gibi üretim birimlerinin de kar paylaşımı ve diğer üretim araçlarının da ortak mülkiyeti yoluyla mal ve hizmet üretmede kullanılabilmektedir.
Friedman (2014)	Gig ekonomi (esnek ekonomi); çalışanların becerilerini geliştiren, girişimciliği yükselten, döngüsel işgücü arzı sağlayan, çalışma koşulları ve ücret konusunda özgür kılınan esnek ekonomidir.
Heinrichs (2013)	Mal ve hizmetlerdeki fazla kapasitenin dağılımını, paylaşımını ve yeniden kullanımına imkan veren sürdürülebilir bir yaşam tarzıdır.
Fellander (2015)	Kullanılmayan maddi ve maddi olmayan duran varlıkların kiralanması, takas edilmesi, ödünç verilmesi veya hediye edilmesini içeren niş bir ekonomidir.
Möhlmann (2015)	İşbirlikçi ekonomi; paylaşım ekonomisi ile ilişkilendirilen, güven esasına dayalı, işletmeden tüketiciye (B2C), tüketiciden tüketiciye (C2C) veya işletmeler arasında farklılık gösteren bir kavramdır.
Cockayne (2016)	İsteğe bağlı ekonomi veya paylaşım ekonomisi tüketicilerin bir mobil uygulama veya web sitesi aracılığıyla paylaşımı özgecil ve karşılıklı olmayan bir sosyal etkileşim olarak çevreleyen dijital platformlardır.
Böcker & Meelenb (2017)	Paylaşım ekonomisi; sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunan, tüketicilere içsel ve dışsal motivasyon sağlayan tüketim biçimidir.
Zhu vd, (2017)	Paylaşım ekonomisi kaynak tahsisini, iş modellerini ve tüketici davranışlarını değiştiren bilgiyi ve ekstra kaynakların verimli bir şekilde paylaşıldığı dinamik bir iş modelidir.
Boateng (2018)	Hizmet sağlayıcılar (örneğin sürücü) ve müşteriler (örneğin yolcu) arasında bir ücret karşılığında hizmet sağlayıcı firma (örneğin Uber) tarafından kolaylaştırılan yeterince kullanılmayan fiziksel varlıkların değiş tokuşudur.

Spindel vd. (2019)	Paylaşım ekonomisi bir kaynağa geçici olarak erişilebilen ancak kalıcı bir mülkiyet devri içermeyen sistemdir.
Octavia vd. (2020)	Kullanıcılara sosyal medya ağları, bloglar ve siteler aracılığıyla kullanılmayan kaynakları paylaşmaya yönelik olan erişim veya değişim tabanlı bir platformdur.
Schwanholz ve Leipold (2020)	Paylaşım ekonomisi çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayan ve bu hedefi döngüsel ekonomi ile gerçekleştirilebildiği bir ekonomik sistemdir.
Pouri ve Hilty (2020)	Dijital paylaşım ekonomisi dijital çevrimiçi platformlar tarafından koordine edilen ve maddi veya maddi olmayan kaynaklara erişim sağlamak amacıyla bireyler ve ticari kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen kaynak tahsis sistemidir.
Fang ve Li (2022)	Paylaşım ekonomisi; çekici faktörleri (para tasarrufu, sürdürülebilirlik, etkileşim) ve itici faktörleri (düşük maliyet ve düşük standardizasyon) olan ayrıca ikame edilebilirlik, esneklik gibi avantajları olan bir iş modelidir.
Reuter (2021)	Ürünler ve hizmetler için aşırı kapasitelerini paylaşarak değer yaratmak ve paydaşları birbirine bağlamak için bilgi teknolojisini kullanan merkezi örgütlenme biçimi olan bir sosyo-ekonomik sistemdir.
Dabija vd. (2022)	Ekonomik ve sosyal etkileri 2008 yılındaki ekonomik krizin etkisiyle genişleyen ve günümüzde COVID-19 sebebiyle kullanımının arttığı mal ve hizmetlerin dijital platformlar aracılığıyla kullanıcılar arasında değiş tokuşudur.

Dünyada paylaşıma ilişkin girişimlerin 1980'lerde ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Örneğin; 1984 yılında Michael Linton, British Columbia'daki küçük bir topluluğun üyeleri arasında ayni hizmetlerin değişimini kolaylaştırmak için Yerel Değişim Sistemi'ni kurmuştur (Dredge, 2015: 292). Bununla birlikte, 2003 yılında kurulan ücretsiz ikinci el eşya paylaşım platformu "Freecycle" ve 2004 yılında kurulan konaklama paylaşımı platformu "coucsurfing" adlı şirketler, paylaşım ekonomisi içerisindeki ilk şirketler olarak değerlendirilmektedir (Öztürk, 2022: 2). Paylaşım ekonomisi kavramı ise ilk kez Hukuk Profesörü Lawrence Lessig tarafından 2008 yılında atılmıştır (Tiryakioğlu, 2019: 2). 2008 yılında ABD'de yanlış ipotekli konut kredisi (mortgage) uygulamaları, konut piyasasında dağıtılan kredilerin geri ödenmesinde yaşanan sıkıntılar sonucu büyük bir ekonomik kriz meydana gelmiştir (Göçer, 2013: 165). Kriz sonrası paylaşım ekonomisi özellikle konut sektöründe oldukça popüler hale gelmiştir. 2008 yılında, Amerika merkezli bir girişim olan ev ya da odaları belli bir ücret

karşılığı internet üzerinden paylaşıma sunan Airbnb uygulaması krizi fırsata geçirme konusunda oldukça başarılı bir örnektir. Bununla birlikte Botsman ve Rogers'ın 2010 yılında yazdığı "What's Mine Is Yours. The Rise Of Collaborative Consumption" (Benim Olan Senindir. İşbirlikçi Tüketimin Yükselişi) adlı kitabında ise; takas, paylaşım, değiş tokuş, ticaret ve kiralamanın yeni teknolojiler ve eşler arası pazarlarla daha önce mümkün olmayan ölçeklerle yeniden şekil verilmesi şeklinde tanımlanmıştır (Gülçay, 2019: 17).

Richarson (2015) paylaşım ekonomisi üzerine yaptığı çalışmasında mal ve hizmetlere erişimin eşler arası iletişimi sağlayan dijital platformlar aracılığıyla sağlandığının belirtmektedir. Bu eşler arası iletişimde, işletmeler yalnızca etkileşim kurulan platformda rol almaktadır. Richardson ayrıca, paylaşım odaklı iş modellerinde hizmeti sağlayan ve hizmetten yararlanan olmak üzere iki taraf olduğunu savunmaktadır. Kullanıcılar ister servisten yararlanan isterse de servisi sağlayan tarafta olabilmektedir.

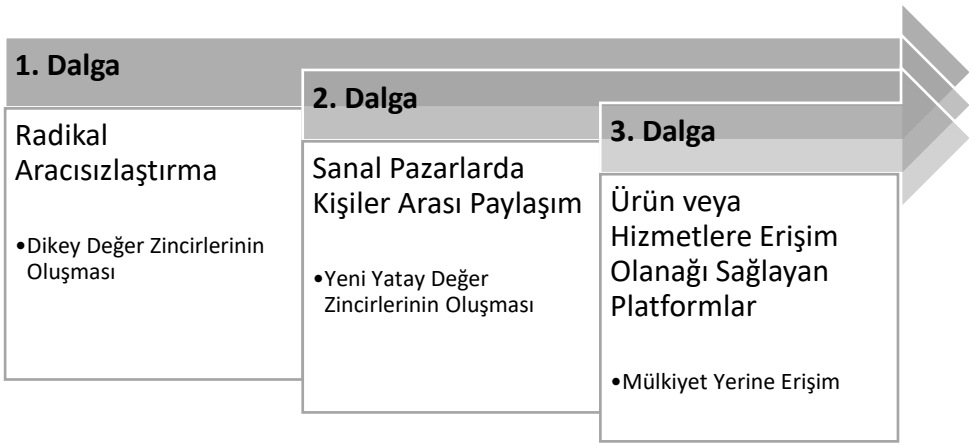
Paylaşım ekonomisini geleneksel iş modellerinden ayıran en temel özellik; sahiplik yerine erişime dayalı hizmetler sunmasıdır. Bir başka ifadeyle geleneksel şirketler tüketicilerine sahiplik hakkını vermeye, bireyin satın alacağı ürün ve hizmetleri üretmeye odaklanmaktadır. Kısacası geleneksel iş modellerinde asıl amaç inovatif yeni ürünlerin geliştirilmesidir. Ancak paylaşım ekonomisi alanında hizmet sunan firmalar kalıcı bir şekilde sahiplik yerine ürün ve hizmetlerine geçici erişim hakkı sunmaktadır. Firmalar inovatif ürünler geliştirmektense, iş modeli inovasyonuna odaklanmaktadır. Bunun yanı sıra tüketim paylaşımı ve kaynaklara erişim geleneksel kiralama hizmetleri kapsamında uzun süredir sunulan bir hizmet olmasına rağmen, paylaşım ekonomisi değiş tokuşa dayalı bir dijital sistem üzerine inşa edilen yeni bir sistemdir (Alarçin, 2021: 5).

Tüm bu tanımlar ışığında paylaşım ekonomisi dört temel grupta sınıflandırılabilmektedir. Bunlar; müşteriler, dijital platformlar, paylaşım konusu olan ürün/hizmet ve söz konusu ürün/hizmet sağlayıcısıdır. Paylaşım ekonomisi, söz konusu ürün ve hizmetlerin pazarda mümkün olduğunca uzun sürede kaldığı döngüsel bir sistemdir. Schwanholz ve Leipold (2020) ürün ve hizmetlerin özellikle dijital paylaşım platformlar aracılığıyla paylaşılmasının giderek artan bir şekilde döngüsel bir ekonomi için kolaylaştırıcı bir etken olduğunu savunmaktadırlar. Ayrıca paylaşım yoluyla yeniden kullanım sayesinde en az kaynak ve emek harcanarak bir işletmenin verimliliği artmakta böylece sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

1.2. Paylaşım Ekonomisinin Gelişim Süreci

Son yıllarda müşteriler; standartlaştırılmış, homojen ürün ve hizmetler yerine giderek daha karmaşık, sürdürülebilir ve entegre hizmetler talep etmektedir. İşletmeler ise karar alırken müşteri talebini tahmin etmenin karmaşıklığı, dijital teknolojilerin tüketiciye uyarlanması, ekonomik ve çevresel kısıtlamalar gibi dinamik güçlerden etkilenmektedir (Kişi, 2018:58). Bu nedenle geleneksel üretim yapan işletmeler bakış açılarını değiştirerek paylaşım odaklı iş modellerine yöneltmektedir.

Bilgi teknolojilerinin yükselişi ile birlikte çevrimiçi platformlarının gelişmesi sonucu oluşan paylaşım ekonomisi, bir hizmet sistemindeki aktörler arasında kaynakların değişimi ve dolayısıyla değerin birlikte yaratılması için yapısal destek sağlamak üzere tasarlanmış fiziksel ve sanal temas noktaları şeklinde ifade edilmektedir (Breidbach ve Brodie, 2017: 765). İşletmeler, dijitalleşmenin getirdiği yeniliklere uyumlu olarak stratejilerini geliştirmektedir. Özellikle müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına internet teknolojileri ve sosyal medya araçları ile ulaşmak gitti erişilebilir bir hal aldığı için işletmeler bu yönde ürün ve hizmetler sunmaktadır. Paylaşım ekonomisinin gelişim süreci, ticari faaliyetlerin iletişim teknolojilerinden yararlandığı üç dalga şeklinde incelenmiştir.



Şekil 1: İletişim alanındaki teknolojik gelişmeler ve ticari faaliyetlere etkileri

Kaynak: Denning, 2014: 14-15

Birinci dalga; radikal aracısızlaşma olarak adlandırılan süreç, geleneksel ticaret kanallarının barındırdığı dikey değer zincirlerindeki değişimleri beraberinde getirmektedir. Ürünlerin üreticiden müşterilerine ulaşana kadar geçtiği çeşitli aracılar pazar hakimiyetini kaybetmiş, ürünleri doğrudan müşterilerine ulaştıran e-ticaret

şirketleri oluşturdukları yeni kanallar ve sundukları yeni değer önermeleri ile geleneksel perakendecilerin yeniden yapılanmasına yol açmaktadır (Soyak, 2019: 126).

İnternetin 1990'lı yıllarda ulaşılabilirliğinin artmasıyla e-ticaret kanalları yaygınlaşmıştır. E-ticaret sistemleri fiziksel mağazalarla kıyaslandığında kolay ödeme imkanı, rahatlık ve hızlı bir şekilde hizmet sunması gibi avantajları vardır. Bu alanda en başarılı örneklerden biri 1995 yılında kurulan Amazon internet sitesidir. Başlangıçta kitap satışı yapan Amazon yıllar geçtikçe taze gıda, elektronik ürünler, aksesuar gibi birçok seçeneği de içinde barındıran e-ticaret sitesinde dönüşmüştür.

Bilgi teknolojilerinin geliştirilmesi ile birlikte kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler, paylaşım ve iş birliğini destekleyen e-ticaret adı altındaki çevrimiçi platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çevik, 2021: 21). Hamari ve diğerleri (2016) "paylaşım ekonomisi" olarak adlandırılan bu olguyu açık kaynaklı yazılım (Github, SourceForge), iş birlikçi çevrimiçi ansiklopediler (Wikipedia), dosya paylaşımı (Onedrive, Yandex disk) ve eşler arası finansman (Kickstarter) olmak üzere dört farklı kategoriye ayırmışlardır. Dolayısıyla paylaşım ekonomisi olgusu, internette çeşitli bilgi sistemlerinin mevcudiyeti yoluyla hem fiziksel hem de fiziksel olmayan mal ve hizmetlerin paylaşımı birleştiren bir dizi teknolojik gelişmelerden meydana gelmektedir.

Teknoloji ve sosyal medya aracılığıyla ürün ve hizmetlerin paylaşılmasına müşterilerin katılımı ürünün doğasını değiştirebilirken dikey kurumlara olan ihtiyacı zayıflatmamaktadır. Aksine dikey olarak yöneltilen platformlar; ürünlerin geliştirilmesine, ticarileşmesine, bakımına ve iyileştirilmesine olanak tanımaktadır. Günümüzde müşterilerin erişime ne kadar değer verdiği göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin rekabette başarılı olmak için teknolojilerini ve potansiyellerinin bu yönde geliştirmeleri gerekmektedir (Denning, 2014: 14).

İkinci dalga; e-ticaret sitelerine bireyleri de ticari faaliyette bulunabilmelerine imkan sağlayan kişiler arası (P2P: peer to peer) paylaşım modelinin ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Yatay tedarik zinciri sistemlerinin gelişmesi, tüketicilere ürünün daha hızlı ulaşmasını sağlamıştır. P2P ticaret sistemleri, sosyal ağlar yoluyla üretim yapan bireylere gelir kaynağı oluşturma avantajı, yeni pazarlar yaratma ve ekolojik anlamda avantaj sağlamaktadır. Ayrıca bireylerin uzaktan çalışarak sağladığı hizmetler (yazılım, tasarım, çeviri vb.) ve diğer hizmetler (konaklama, araç paylaşımı, eğitim vb.) sayesinde yeni iş alanlarının da yolunu açmaktadır. Kişiler arası paylaşım modeline el emeği ürünlerin

çevrimiçi platformlarda satıldığı Etsy örnek olarak gösterilmektedir. 2005 yılında kurulan Etsy el emeği ürünlerin tasarlanıp yeniden üretilerek kullanıcılara sunduğu bir alışveriş platformudur. Etsy sayesinde üretici konumundaki bireyler yeteneklerini dünya çapında sergileme fırsatı bulmaktadır. (Soyak, 2019: 126-127). 2010 yılında kurulan Pinterest ise; kullanıcıların ilgisini çeken kendin yap fikirlerini, video ve resim fikirlerini panolarında sabitleyebildiği paylaşım platformudur. Bu tür platformlar Etsy satıcılarına tasarımlarını yaparken tüketicilerin zevklerini tahmin etmesi açısından büyük ölçüde yardımcı olmaktadır.

Yatay tedarik zincirleri, paylaşım ekonomisine katılmayan ancak katılmayı düşünen işletmeler için yenilikçi iş modelleri geliştirebilmektedir. Örneğin, araba satışına odaklanan BMW; araba paylaşım sağlayıcıları olan car2go ve Drivenow ile birleşerek müşteri tabanını genişletmiştir. Bu tarz yatay bütünleşme biçimlerinin etki alanlarını artırmak için, araba paylaşım platformlarını sosyal ağlara yerleştirerek pazarlama sistemleri oluşturulmalıdır (Reuschl ve diğerleri, 2022: 94).

Üçüncü dalga; internet tabanlı teknolojiler, küresel ekonomik krizler, kentleşme eğilimi ve sürdürülebilir tüketime yönelik artan endişeler gibi bir dizi eş zamanlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan paylaşım ekonomisi modelidir (Kathan ve diğerleri, 2016: 2). Mevcut sektörlere yeni bir soluk getiren bu iş modelinin tüketiciden tüketiciye (consumer to consumer C2C), işletmeden işletmeye (business to business B2B) ve işletmeden tüketiciye (business to consumer B2C) şeklinde farklı türleri bulunmaktadır. Konaklama, ulaşım, giyim, tüketim malları, gıda gibi fiziksel ürünleri ve medya, bilgi ve beceri gibi hizmetleri kapsayan geniş uygulama alanlarına sahiptir (Lim, 2020: 5).

1.3. Paylaşım Ekonomisinin Gelişmesini Sağlayan Faktörler

Geleneksel ekonomi karşısında yeni bir güç olan paylaşım ekonomisinin meydana gelmesinde etkili olan birçok etken vardır. Baro ve diğerleri (2022), paylaşım ekonomisinin asıl mantığının kaynakların tükenmesini önlemek ve sürdürülebilir tüketimin artırılması gibi ekolojik ve özgecil hedefleri vurgulayarak sürdürülebilir stratejilerin benimsenmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Paylaşım ekonomisinin gelişmesini sağlayan faktörlerden bazıları aşağıdaki gibi belirtilebilir. (Sundararajan, 2014: 3-4).

2008 ekonomik krizi: Küresel ekonomi, 2008 krizinden sonra büyük bir belirsizlikle karşı karşıya kalmıştır. Krizden etkilenen bireyler artan işsizlikle birlikte

yeterince kullanılmayan varlıklarını bir platform üzerinde diğer bireylere bir ücret karşılığında erişim hizmeti sağlayarak yeni bir iş modeli ortaya çıkardılar (Benoit ve diğerleri, 2014:5) Buna ek olarak internetin kullanım oranının yükselmeye başlaması da düşük işlem maliyeti sayesinde bilgi hızlıca, anında kişiler arasında paylaşılabilir hale gelmiştir. Böylece online paylaşım platformları daha kullanışlı hale gelmiştir (Ulu, 2020: 5).

Dijital platformların gelişmesi: Dijital ekonomi; mobil teknoloji ve nesnelerin interneti (IoT) yardımıyla insanlar, işletmeler, cihazlar, makineler, veriler ve süreçler arasındaki milyarlarca günlük çevrimiçi bağlantıdan kaynaklanan ekonomik aktivite anlamına gelmektedir (Boar, 2020: 2). Artan teknoloji tabanlı aktivite gücü, daha fazla katılımcıyı dahil etmeyi, daha büyük paylaşılabilir kaynak havuzları yaratmayı ve çeşitli kaynakları dahil etmeyi mümkün kılmaktadır (Pouri ve Hilty, 2020: 128). Özellikle girişimcilerin, teknolojiyi etkin bir şekilde kullanarak inovasyon yapma fırsatı buldukları ve bu bağlamda sürdürülebilir iş modellerinin tüketicilerin bilincine yerleştirebildikleri takdirde paylaşım ekonomisinin iş ekosisteminde önemli bir aktör olmasını sağlamaktadır. İnsan etkileşiminin ve değişiminin giderek artan bir bölümü dijital teknolojiler tarafından aracılılık edildiği için birtakım farklı "dijital kurumlar" ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda alıcıların, satıcıların sağladığı ürün ve hizmet işlemleri hakkında geri bildirim sağlamalarına olanak sağlayan "dijital bir itibar" sistemi olan sosyal ağlar kurulmuştur (Sundararajan, 2014: 4). Örneğin; dijital müzik, video ve kitap paylaşım platformu Amazon, çevrimiçi bilgi paylaşımı sağlayan Wikipedia, araç paylaşımı yapan Uber, otel endüstrisine meydan okuyan Airbnb, içerik paylaşımı yapan Youtube, Instagram gibi sosyal medya uygulamaları aracılığıyla işletmeler, teknolojinin gelişmesine paralel olarak üretim süreçlerine bireyleri de dahil ederek ürün veya hizmet sunmaktadır.

Kentleşme ve küreselleşme: Kentleşme ve küreselleşmenin giderek artması, paylaşım ekonomisinin gelişmesine yardımcı olan gelişmelerden biridir. Dünyada ve özellikle gelişmiş ülkelerde kentleşme ve yoğun nüfus giderek artmakta olduğu için, kent sakinleri varlıklarının paylaşımını giderek artırmıştır. Yenilikçi ağ teknolojileri ve sosyal araçlar; ödünç vermeyi, satmayı ve kiralamayı her zamankinden daha ucuz ve daha kolay hale getirmiş ve bu nedenle paylaşım olgusunu çok daha büyük bir ölçekte mümkün kılmıştır (Tiryakioğlu, 2019: 23). Bu doğrultuda artan nüfusun ihtiyaçlarını sürdürülebilir bir şekilde karşılamak adına ikinci el paylaşım platformları, e-ticaret şirketleri giderek

yaygın hale gelmiştir. Padmavathy ve diğerleri. (2019), kentleşmenin meydana getirdiği hızlı tüketim ile birlikte tüketicilerin yüksek kalitedeki ürünleri daha ucuza alabildiğini ve herhangi bir günde bilgi arama ve sipariş verme konusunda zamandan ve emekten tasarruf sağladığı için geleneksel mağazacılığa göre çevrimiçi kanalların daha avantajlı olduğunu belirtmektedir.

Üreten tüketicilerin yaygınlaşması: Paylaşım ekonomisi işlemlerinde hizmet sağlayıcı ve kullanıcıları verimli bir şekilde eşleştirerek paylaşım etkinliğinin ölçeklenmesini sağlayan teknoloji platformları aracılık etmektedir. Ayrıca mevcut araştırmalar genellikle paylaşım ekonomisinde müşterileri söz konusu kaynakların hem sağlayıcıları hem de kullanıcıları olarak gelişmiş roller üstlendiği bir sistem olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu müşteriler, literatürde "üreten tüketiciler" olarak tanımlanmaktadır (Eckhardt ve diğerleri, 2019: 7).

Çevresel sürdürülebilirliği sağlama: Çoğu paylaşım odaklı iş modeli, doğal ve fiziksel kaynakların daha verimli kullanılmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak büyük yeni kentsel altyapı yaratmaya yönelik küresel baskı, şehir planlamacılarını fiziksel kaynaklara daha az bağımlı "paylaşım ekonomisi" yaklaşımlarını benimsemeye yöneltmiştir (Sundararajan, 2014: 4). Paylaşım ekonomisi, mutlak mülkiyet yerine varlıkların yeniden kullanımına vurgu yapması açısından çevre ve altyapıya fayda sağlamaktadır. Örneğin ulaşım platformları ile insanlar daha az araç sahibi olmakta ve bu sayede çevreye verilen karbondioksit emisyon zararı azalırken, fazla araçtan kaynaklanan altyapı yenileme süreçlerinde tasarruf edilmektedir (Gülden, 2022: 16-17).

1.4. Paylaşım Ekonomisinin Özellikleri

Paylaşım ekonomisinin özellikleri farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde belirtilmektedir. Eckhardt ve diğerleri (2019) paylaşım ekonomisinin beş temel özelliğe sahip olan sosyoekonomik bir sistem olduğunu belirtmektedir. Bunlar (1) geçici erişim, (2) ekonomik değer aktarımı, (3) platform aracı, (4) genişletilmiş tüketici faktörü ve (5) kitle kaynaklı tedariktir.

1. **Geçici erişim:** Paylaşım ekonomisi, yeterince kullanılmayan varlıkların değiştirilmesine dayanan veya söz konusu ürün ve hizmetlere geçici olarak erişim sağlayan bir sistemdir (Fang ve Li, 2022: 3). Örneğin; ulaşım (Uber, Zipcar), konaklama (Airbnb), ofis alanları (WeWork), giyim (Dolap, Gardrops) gibi birçok sektörde paylaşımın tüketicilere sağladığı hizmetler olarak belirtilmektedir.

2. **Ekonomik değer aktarımı:** Hizmetler karşılığı sağlanan ekonomik kazançlardır. Ayrıca, paylaşım ekonomisi hem az sıklıkla kullanılabilecek ürün ve hizmetlere sahipliği ortadan kaldırıp ihtiyaç duyulduğunda erişimine olanak tanımasından hem de topluluktaki kişi sayısının artması sonucu erişim maliyetlerinin azalmasından ötürü ekonomik fayda sağlamaktadır (Alarçin, 2021: 14). Buna ek olarak ürün sahibi paylaşım fiyatıyla orantılı olan (platformun ücreti) ve paylaşım fiyatından bağımsız olan (teslim etme ve alma maliyeti) olmak üzere iki tür işlem maliyetine katlanmaktadır (Jiang ve Tian, 2016: 2).

3. **Platform aracı:** Paylaşım ekonomisinin sağlayıcılar ve kullanıcılar sarasında uygun eşleşmeleri belirleyen ve bunların değişimini kolaylaştıran (genellikle internet tabanlı) bir platforma ihtiyaç duymasıdır.

4. **Genişletilmiş tüketici faktörü:** Paylaşım ekonomisi platformunda tüketiciler ekonomik bir denklemin "talep" edilen kısımda ve "arz" tarafında olmak üzere iki farklı rolde yer aldıkları görülmektedir. Örneğin, araç paylaşımı sağlayan Uber platform kullanıcılarının aynı zamanda Uber şoförü de olmasına imkan vermektedir. Böylece kullanıcılar şoför tarafında olarak arz eden kesime dahil olmaktadır.

5. **Kitle kaynaklı tedarik:** Paylaşım odaklı iş modelleri ürün ve hizmetleri bireysel satıcılar tarafından sunulan kitle kaynaklı bir sistemdir (Eckhardt ve diğerleri, 2019: 7).

Hamari ve diğerleri (2016) ise paylaşım ekonomisini dört temel bileşende incelemişlerdir.

Çevrimiçi iş birliği: Dijital çağda giderek artan bilgi teknolojilerinin kullanımı, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin miktarını ve dahası bilginin çevrimiçi olarak oluşturulma ve tüketilme şeklini artırmıştır. Eşler arası platformlar özellikle bilgi oluşturma ve yayma amaçları için önemli bir araç haline gelmiştir (Hamari ve diğerleri, 2016: 2050). Çevrimiçi ortamlar, iletişim medyasının özellikleri, dijital okuryazarlık gibi faktörler çevrimiçi sosyal varlık algısını etkileyebilmektedir (Beldad, 2010: 865). Bu yüzden kullanıcı ile hizmet sağlayıcı arasında çevrimiçi bir güvenin oluşması gerekli olmaktadır. Bu doğrultuda geniş arşivleri olan, çevrimiçi bilgilere erişmeyi kolaylaştıran Google, ücretsiz ve internet tabanlı bilgi kaynağı olan Vikipedia dijital platformlara örnek teşkil etmektedir (Belk, 2014: 1596).

Sosyal ticaret: Çevrimiçi sosyal ticaret sosyal medyanın aracılık ettiği bir ticaret biçimi olan ve sosyal medyayı ürün ve hizmetlerin çevrimiçi ticari faaliyetlerine yardımcı olmak ve kullanıcıları iş sürecine dahil ederek sosyal etkileşimi sağlaması olarak ifade edilmektedir (Wang ve diğerleri, 2022: 2). Bu doğrultuda sosyal ticaret eşler arası etkileşime dayanmaktadır. Kullanıcıların sosyal ağ sitelerini kullanmaya ve etkileşim kurmaya devam etmeleri için motive olması gerekmektedir. Kozinets (1999) tüketicilerin ürünler hakkındaki bilgileri geleneksel ticari kanallar yerine sosyal ağlar aracılığıyla aldıklarını savunmaktadır. Böylece pazarlamacıların rolü azalırken kullanıcılar ise hem üretici hem de tüketici olmaya yöneltildiklerini ifade etmektedir.

Çevrimiçi paylaşım: sosyal ağ siteleri bağlamında durum güncellemeleri, linkler ve fotoğraflar gibi bilgilerin paylaşılmasını ifade etmektedir. Bilgi teknolojileri tabanlı e-ticaret sistemlerine olan güvenin artması ile birlikte işbirlikçi tüketim platformlarında bilgi teknolojisi yoluyla mal ve hizmetlerin paylaşımı da kolaylaşmıştır (Ulu, 2020: 10).

İdeolojik düşünceler: Paylaşımın altında yatan fikrin bilgi teknolojisi ile desteklenmesidir. Yeşil tüketim ve sürdürülebilirlik bağlamında yapılan davranışlar örnek olarak verilebilir.

Palgan ve diğerleri (2021), paylaşım ekonomisinin şehirler üzerindeki dönüştürücü etkisine odaklanılarak bir belediye yönetişim mekanizmaları üzerine bir yaklaşımda bulunmaktadır. Bu kapsamda paylaşım ekonomisinin (1) düzenleyici, (2) sağlayıcı, (3)etkileşim kurma, (4) kendi kendini yönetme ve (5) iş birliği yapma olmak üzere beş mekanizması olduğunu ifade etmektedirler. Hem düzenleyici hem sağlayıcı olan belediyeler paylaşım ekonomisi girişimlerini desteklemek veya kısıtlamak için vergiler, yasaklar ve diğer politika araçlarını kullanmalıdır. Bu doğrultuda belediyeler, bilgi sağlayarak, eğitim sunarak veya gönüllü sertifika programları sunarak paylaşım platformları ile etkileşime girmelidir. Ayrıca belediyeler kendi işleyiş ve faaliyetlerinde paylaşım çözümlerine yer vererek bu alandaki girişimcilerle iş birliği içerisinde bulunmalıdır (Palgan ve diğerleri, 2021: 4).

1.5. Paylaşım Ekonomisinin Faydaları

Paylaşım ekonomisini tercih eden bireylere ve üreticilere sunmuş olduğu faydalar günümüzde büyük bir öneme sahiptir. Özellikle yeni jenerasyonlar tarafından kullanılan sosyal medya araçlarının neredeyse her alanda kullanılması, beraberinde birtakım olumlu ve olumsuz özellikleri getirmektedir.

Paylaşım ekonomisi, mevcut ekonomiler üzerinde yıkıcı bir etki göstererek, aşırı tüketimi yok etmesi, sosyal uyumu artırması ve kaynak kullanımını düşürerek sürdürülebilir bir yaşama destek olması bakımından önem arz etmektedir. Bununla beraber, teknolojik gelişmelerle bağlantılı olarak ortaya çıkan internet platformları, bir ürüne veya hizmete erişmenin maliyetlerini düşürmektedir. Çevrimiçi ödeme sistemleri sayesinde, tüketiciler ürün ve hizmetlere daha düşük fiyatlarla daha kolay biçimde erişebilmektedir (Tiryakioğlu, 2019: 7).

Paylaşım odaklı iş platformlarının oluşturulması üretkenliği artırarak bireylerin yaratıcılığını artırmakta ve mikro- girişimcilik denilen yeni bir iş alanı oluşturmaktadır (Sundararajan, 2014: 5). Öte yandan araç, ev, kullanılmayan varlıkların ya da bilgi, beceri gibi hizmetlerin paylaşılması fazla maliyet gerektirmediği için orta sınıf için istihdam sağlamada oldukça olumlu bir etkiye sahip olmaktadır. Aşırı tüketimin yol açtığı yıkıcı etkileri önemli ölçüde azaltması açısından da alternatif olarak görülmektedir (Franssen ve diğerleri, 2017: 247).

Wang ve diğerleri (2022), paylaşım uygulamalarını tercih eden kullanıcıların sahiplik ücreti ödemeden ürün ve hizmetleri daha düşük maliyet ve riskle elde edebilirken; hizmet sağlayıcıların ise sahip oldukları atıl ürün ve hizmetlerin kullanım değerini paraya çevirerek gelirlerini artırabildiklerini belirtmektedir. Ayrıca paylaşım ekonomisinin özellikle yoğun nüfuslu kentsel alanlarda tercih edilmesinin çevre ve toplum açısından daha verimli olduğunu savunmaktadır.

Paylaşım ekonomisinde bulut bilişim veri, yapay zeka, teknolojik inovasyon gibi faktörler karbon emisyonunu azaltmakta ve enerji verimliliği sağlamaktadır (Gu, 2022: 4). Bisiklet ve araba paylaşımı gibi ulaşım alanında hizmet veren sektörlerin tercih edilmesi hava kirliliğini azaltmakta ve trafik sıkışıklığını önlemektedir. Bir başka açıdan konaklama alanında fiyat şeffaflığı, değerlendirme mekanizmasının olması ve sosyal açıdan misafirperverliği teşvik etmesi açısından değer sağlamaktadır.

Sahip oldukları ama kullanmadıkları varlıkları nerede değerlendireceğini bilemeyen bireyleri için değer yaratılmış olmaktadır. Paylaşım ekonomisi, ürün ve hizmete erişmek için kullanılan aracı faktörünü ortadan kaldırır. Böylece insanlar ürün ve hizmetlere daha uygun fiyatla ve daha kısa sürede sahip olmaktadır. Diğer taraftan eğitim sektöründe paylaşım platformları özellikle akademik eğitimde kaynaklara daha hızlı ve etkin bir erişim imkanı sağlamaktadır (Kacar ve Yakın, 2018: 726). Bu yeni platformlar

tarafından kolaylaştırılan eşler arası alışverişin genişlemesinin birtakım düşük piyasa işlem maliyetlerinden kaynaklanan ekonomik faydaları olmaktadır. Aynı sermayeden daha fazla çıktı üreten, düşük piyasa işlem maliyetleri ile daha fazla çıktı sağlayan paylaşım platformları bireylere mikro-girişimcilik fırsatları yaratarak yeni üretim ve tüketim fırsatları sağlamaktadır (Sundararajan, 2014: 5).

Paylaşım ekonomisinin bireylere ve topluma sağladığı yararları iş alanları sağlama, sosyal dinamizm, kaynak verimliliği, yeteneklerin geliştirilmesi, kolaylık, şeffaflık ve hesap verilebilirlik, dijital okuryazarlık, ekolojik verimlilik şeklinde 8 başlıkta incelenmektedir (Gülden, 2022: 15). Bu başlıkların bir bütün şeklinde incelenmesi sürdürülebilir kalkınma açısından değer yaratan sinerjik bir süreç sağlaması bakımından önemli olmaktadır. Değerin birlikte yaratılması işbirlikçi bir faaliyettir ve bu nedenle birden fazla tarafın (örneğin üretici ve tüketiciler) ortaklaşa birbirleri için daha sürdürülebilir tüketim, güvene dayalı bir ekosistem, kaynak kıtlığının önlemesi ve kaynakların yetersiz kullanımının azaltılması gibi birçok fayda sağlamaktadır (Tham ve diğerleri, 2022: 16).

Geniş bir çerçevede incelendiğinde paylaşım ekonomisi tüketiciler ve üreticiler arasındaki davranışsal ilişki, sadakat ve bunları etkileyen güven, ekonomik, sosyal, çevresel, yasal ve teknolojik anlamda fayda sağlayan geniş bir çerçeveyi kapsamaktadır (Tham ve diğerleri, 2022: 1). Belk (2014), paylaşım ekonomisinin esas olarak kar etmekle motivasyon sağladığını, oysa paylaşımın daha fazla topluluk yönünü ve ilgili tarafların karşılıklılığını içerdiğini belirterek farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında Belk paylaşım ekonomisinin sağladığı faydaları ekonomik etkiden ziyade sosyal etkiye dayandırmaktadır.

Demir ve Baykal (2020), paylaşım ekonomisinin kırsal alanda büyümesinin özellikle turizme sağladığı yararlar konusunda farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Bu doğrultuda, çok sayıda atıl durumdaki yapıların yeni işlevlere kavuşması, iş ve gelir sağlaması, yerel mirasların sahiplenilmesi, dezavantajlı bölgelerde yaşayanların sosyalleşmesi, kırsaldan kentlere göçlerin azalması gibi birçok sosyal ve ekonomik fırsat sağlamaktadır. Öte yandan doğal kaynakların sürdürülebilirliğinin korunarak çevresel anlamda yarar sağlamaktadır.

1.6. Paylaşım Ekonomisine Yönelik Engeller

İnsanları paylaşım ekonomisini tercih etme konusunda engelleyen sebepler; güven eksikliğinden, paylaşım ekipmanının nasıl kullanılacağına ilişkin bilgi eksikliğinden ve tüketiciden tüketiciye iş modelleri için kurumsal destek eksikliğinden kaynaklanmaktadır (Mont ve diğerleri, 2020: 7). Lim (2020), paylaşım platformlarının uygulanmasına yönelik engellerin başında güven esasından bahsetmektedir. Ürün veya hizmetlerin şeffaf bir biçimde sunulmaması müşterilerin paylaşılan platforma güven duymamasına yol açmaktadır. Ayrıca teknolojik altyapıya sahip olmayan ülkelerde kritik kütle olarak adlandırılan müşterilere ürün/hizmetleri ulaştırma konusunda da birtakım engellerle karşılaşılabileceğini eklemektedir.

Spindeldreher ve diğerleri (2019), paylaşım ekonomisine yönelik engelleri dokuz kategoride incelemektedir. Bunlar; çaba beklentisi, sömürü, esnek olmama, güven eksikliği, performans riski, fiziksel risk, mahremiyet riski ve istenmeyen sosyal etkileşimdir. Bu dokuz faktörün tüketicileri ve hizmet sağlayıcıları birbirine bağlayan ve işlemleri kolaylaştıran aracı olarak adlandırılan platform, hizmet sağlayıcılar tarafından sağlanan kaynaklar ve paylaşım odak noktası olan tüketiciler olmak üzere üç unsur ile ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. Bu faktörler aşağıda detaylı biçimde açıklanmıştır:

Çaba beklentisi: Paylaşım ekonomisine katılmanın çok fazla çaba gerektirdiği endişesi şeklinde ifade edilmektedir. Bu durum hizmet sağlayıcılar ve tüketicileri etkilemektedir. Örneğin; bazı platformların web sitelerine kayıtların uzun zaman aldığı veya öngörülmeyen durumlarla karşılaşma riski olduğu için tüketiciler tarafından tercih edilmediği öne sürülmektedir.

Sömürü: Paylaşılan alanların bireyler tarafından aşırı kullanılması ve bunun sonucu sosyal açıdan toplumu negatif yönde etkileme durumudur. Örneğin; Airbnb'nin ana amacı, bir odanın veya dairenin bir bölümünü diğer bireylere kiralamaktır. Ancak çoğu zaman dairelerin tamamı kiralandığından ve burada kalıcı olarak ikamet eden kimse olmadığından asıl ihtiyacı olan bireyler için daha yüksek yaşam maliyetlerine yol açmaktadır.

Esneklik: Kaynakları paylaşmanın esnekliği ve bağımsızlığı azaltabileceği endişesidir. Hizmet sağlayıcısı açısından bakıldığında; örneğin bir arabasını paylaşıyorsa kendisi kullanmak istediğinde arabaya sahip olduğu dönemdeki erişim konusunda zorluklar yaşayabilmektedir. Tüketici açısından bakıldığında ise; diğer kişiler ile

paylaşmak zorunda olduğu bir zaman çizelgesi olması bakımından sorun teşkil etmektedir.

Güven eksikliği: Bu faktör hizmet sağlayıcı, tüketici ve platform ile ilgilidir. Platform açısından incelendiğinde, platformda sağlanan çevrimiçi incelemelerin ve derecelendirme sistemlerinin güvenilirliği bakımından problemler yaşanmaktadır. Hizmet sağlayıcı açısından tedarik konusundaki riskler, sahte profiller, platform hakkında yanlış bilgi verme ihtimali gibi güven eksikliği yaşanmaktadır. Tüketici açısından ise, kişilerin geçmişini, yaşam biçimini ve tutumunu bilmemekten kaynaklı güven problemleri meydana gelmektedir.

Performans riski: Bir hizmeti oluşturan kaynağın beklenen kalitede karşılanamayacağı endişesini ifade etmektedir. Dijital okuryazarlığını gerektirdiği konularda yaşlı sınıf veya internete erişimi olmayan bireyler paylaşım ekonomisinin sağladığı hizmetlerden faydalanamayabilir.

Fiziksel risk: Paylaşılan ürün/hizmetlerin tüketiciler açısından güvenli olup olmadığını ifade etmektedir. Örneğin, konaklama platformlarında müşterilerin kişisel bilgilerinin yanlış bir şekilde kullanılması ciddi güvenlik sorunları yaratabilmektedir. Bu risk, tüketici ve hizmet sağlayıcının kaynaklara katılımını etkiler.

Süreç riski: Paylaşım ekonomisi faaliyetlerinin ekonomik ve yasal riskler taşımasıdır. Süreç riski sağlanan kaynak ve platform ile ilgilidir.

İstenmeyen sosyal etkileşim: Paylaşım ekonomisine katılımın tüketici ve hizmet sağlayıcıların kişilik tiplerine bağlı olan sosyal yönü ağır basan bir engeldir. Örneğin; araç paylaşımına katılan birey yaklaşık bir saatlik yolculukta sürekli bir yabancı ile konuşmak zorunda kalacağını düşündüğü için paylaşım platformunu kullanırken arkadaşlarını tercih edebilir. Bir başka açıdan araçtaki diğer bireylerin sigara içmesinden rahatsız olması da bu platformu tercih etmeme sebebi olmaktadır.

Paylaşım odaklı iş modelini yürüten işletmelerin diğer şirketler üzerinde haksız avantaj sağlamasıyla alakalı endişeler olabilmektedir. Konaklama endüstrisindeki paylaşım ekonomisi platformları sayesinde, otellerin tersine sabit giderler, vergiler gibi oteller için mecburi giderlerden Airbnb gibi uygulamalarda muaf olunması, haksız rekabet oluşturmaktadır (Tiryakioğlu, 2019: 25). Bu tarz konaklama ve ulaşım gibi

platformların hızla yükselmesi ve her alanda kullanılması için bazı ülkelerdeki hükümetlerin vergi düzenlemelerini yasal çerçevede düzenlemesi gerekmektedir.

1.7. Paylaşım Ekonomisinin Sınıflandırılması

Bireyler, topluluklar ve kuruluşlar arasında bir ağ oluşumunu ve atıl kaynakların entegre edilerek sistem içerisinde yer alan aktörleri rollerini değiştiren paylaşım ekonomisi platformları, piyasaların genişleyerek çevrimiçi etkileşimin artmasına ve birlikte eşler arası tüketim kanalının çoğalmasının yolunu açmıştır. Topluluk temelli çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen mal ve hizmet paylaşımını ifade eden paylaşım ekonomisi iş yapma şekillerinin dönüştürülmesinde girişimcilere önemli fırsatlar sunmaktadır (Sesliokuyucu, 2021: 501).

Paylaşım ekonomisi platformları farklı amaçlar barındıran geniş bir sistem olduğu için araştırmacılar tarafından farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. Frenken (2017), paylaşım ekonomisi uygulamalarını dört sınıfta analiz etmektedir. Bunlar:

- Az kullanılan varlıkların geçici erişimine izin verildiği uygulamalar (Airbnb)
- İşletmeden tüketiciye (B2C) hizmet sunan kiralama platformları (Uber ve BlaBlacar).
- İkinci el eşyaların satıldığı platformlar (Dolap, Letgo).
- Talebe bağlı olarak bireylerin birbirine kişisel hizmet sunduğu platformlardır (TaskRabbit).

Frenken ve Schor (2017), internetin yaygınlaşmasından önce insanlar arasında bilinen ve internetle birlikte efektif hale getirilen ekonomi modellerini sınıflandıran çalışmalarında farklı bir bakış açısı sunarak paylaşımı merkeze alan ancak paylaşım ekonomisi kapsamına girmeyen üç kategoride incelemişlerdir:

– **Talep üzerine ekonomi**: Kentleşmenin artmasıyla birlikte tüketicilerin ihtiyaçlarını daha hızlı bir şekilde karşılandığı bir sistemdir. Bireyler bu ürünlere sahip olduğu için paylaşım ekonomisi kapsamına girmemektedir. Tesisat ve temizlik gibi işlerde yardımcı olan Armut ve market ihtiyaçlarını karşılayan Getir uygulamaları örnek olarak verilebilir.

– **İkinci el ekonomi:** Daha önce kullanılmış ve geçmişi olan eşyaların satış, hediye ve bağış yoluyla tekrar kullanılmasıdır (Çakır ve Dedeoğlu, 2019: 56). Bu

tür işlemlere aracılık eden platformlar Ebay ve Facebook gibi dijital platformlardır.

– **Ürün-hizmet ekonomisi:** Ürün ve hizmetlerin başka bir tüketiciden değil de mülkiyete sahip şirketlerden kiralandığı sistemdir. Tüketici ürünleri kullanıp iade ettikten sonra başka biri için ürünler tekrar kullanılabilir hale gelmektedir. Hertz gibi araba kiralama platformları örnek olarak gösterilebilir.

Lamberton ve Rose (2012), paylaşım ekonomisini ürün veya hizmetin rekabet ölçüsü ve kişiye özgü olması kriterlerine göre yapılarına ayırmış ve bu bağlamda dörtlü bir matris üzerinde incelemişlerdir (Şekil 2).



Şekil 2: Paylaşım Ekonomisi Tipolojisi

Kaynak: Lamberton ve Rose, 2012: 110

Şekil 2'de birinci bölgede bulunan kamu malları paylaşımı olarak ifade edilen ürünlere vatandaşlık konumu gereği herkese açıktır. Bu bölgedeki ürünler genellikle tükenmez olmakla birlikte bir kullanıcının tüketimi diğerinin eş zamanlı tüketimini dışlamamaktadır. Bu kategoriye örnek olarak kamu yolları, parkları, televizyon yayınları, devlet okulları ve açık kaynak yazılımları gösterilmektedir.

İkinci bölgedeki paylaşım sistemine erişim belirli statüye sahip ayrıcalıklı kişilere özgü olan sistemlerdir. Ürünlere erişim kişilerin diğer paylaşımcılarla olan ilişkisine

bağlıdır. Bununla birlikte sürdürülebilirlik gereği tüketimin de sınırlandırılmasından dolayı söz konusu ürünlerin tükenmesi yok denecek kadar azdır. Bu kategoriye kitap, restoran, spor kulüpleri, dinlenme tesisleri gibi ürün ve hizmetler dahildir.

Üçüncü bölgedeki açık ticari ürünlerin paylaşımına ise giriş ücretini ödeyebilen herkese açıktır. Ancak bir ürün veya hizmetten iki kişinin aynı anda kullanamaması gibi birtakım sınırlandırmalar mevcuttur. Örnek olarak; bisiklet, araba, gıda paylaşım platformları verilebilmektedir.

Son olarak dördüncü bölgede ise paylaşım sistemine erişim belirli statü özelliklerine ve paylaşıma dahil olan bireylerle kişisel ilişkiler gerektirmektedir. Birinci kategoriden ayrılan özelliği paylaşılan bir ürün veya hizmetin kullanılması onu diğer tüketici için kullanılamaz hale getirmektedir. Taşıyıcı annelik bankaları, çok sık yolculuk eden kişiler için mil paylaşımı, sağlık bakım kuruluşları gibi örnekler gösterilmektedir.

1.8. Paylaşım Odaklı İş Modelleri

Günümüzde çok sayıda girişime sahne olan paylaşım temelli ekonomik sistemde, birbirinden farklı iş modelleri göze çarpmaktadır (Kişi, 2018: 59). İş modelleri, bir işletmenin çevresel unsurlarını ele alarak oluşturulan ve özünde o işletmenin neden var olduğunu tanımlayan unsurlar olarak kabul edilmektedir. Ağırlıklı olarak 1990'lı yılların sonunda ortaya çıkmaya başlayan ihtiyaçlara çözüm üretebilmek için tüm teknolojik altyapıyı kullanan ve araştırma geliştirme sistemleri geliştiren girişimler olarak adlandırılan internet tabanlı start-up' lar için kullanılan bir kavram olmakla birlikte kapsamının çok geniş bir alana sahiptir. İyi bir iş modelinin cevap aradığı üç soru bulunmaktadır. Bu sorular: (a) müşteri değeri nedir? (b) Firma nasıl gelir elde eder? (c) Müşteri kimdir? Tüketici davranışlarının sürdürülebilirliğe önem vermesi ile birlikte müşteri için yaratılan değerlerin ön planda olduğu iş modellerinin değer temelli pazarlama ile doğrudan ilişkili olmaktadır. (Kacar ve Yakın, 2018: 728). Günümüzde paylaşıma dayalı tüketimin yaygınlaştığı göz önüne alınırsa yöneticilerin değer yaratma konusunda paylaşım odaklı iş modellerinin iyi bir şekilde sınıflandırması gerekmektedir.

Munoz ve Cohen (2017) paylaşım ekonomisine sosyolojik ve yönetim perspektifine odaklanarak bu ekonomik yapıyı (1) iş birliği platformları, (2) yeterince kullanılmayan kaynaklar, (3) eşler arası etkileşimler, (4) misyon odaklı yönetim, (5) alternatif finansman ve (6) teknolojik altyapı olmak üzere altı kategoride incelemiştir. Bu kombinasyonda yer alan yeterince kullanılmayan kaynakların işletmeler tarafından

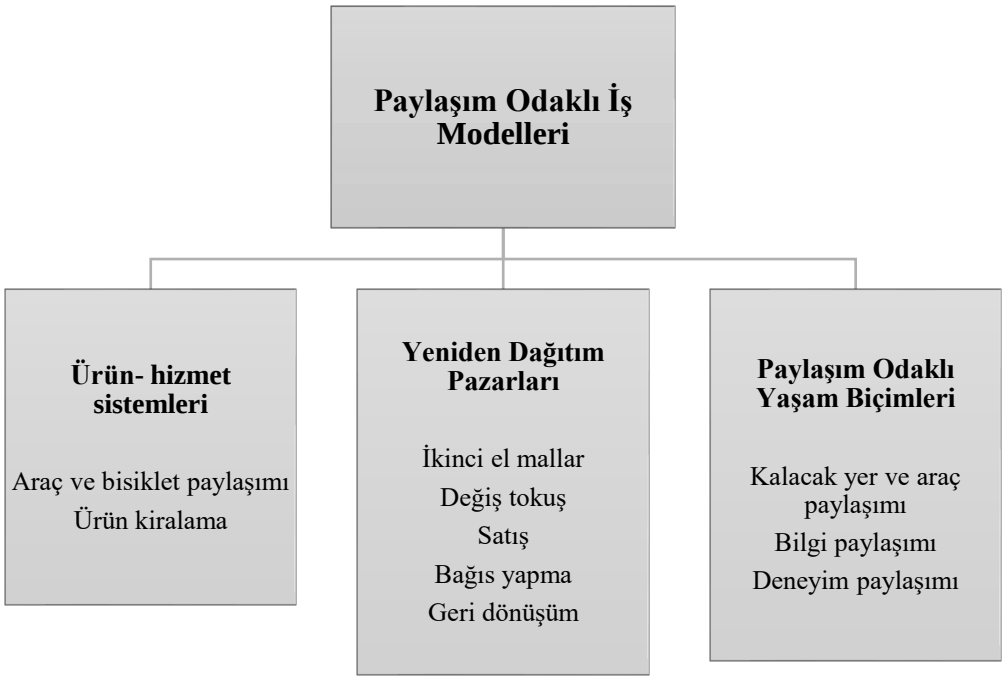
sağlanan değer açısından paylaşım odaklı iş modellerinin merkezinde yer aldığını savunmaktadır.

Paylaşım ekonomisinin temeli, çok eskiden beri bilinen "paylaşım" olgusuna dayanmaktadır. Teknolojik gelişmelerden önce bireylerin yakın çevresi ile takas usulüne dayanan ürün/ hizmet paylaşımı merkezi olmayan dağınık bir alışveriş sistemi çerçevesinde gerçekleşmekteydi. İnternetin yaygınlaşmasıyla çevrimiçi ve çevrimdışı ağlar vasıtasıyla paylaşılmak istenen ürün/hizmetler farklı iş modelleri bünyesinde ortaya çıkmaya başlamıştır. Bunlar; Airbnb gibi merkezi olmayan üretim, dağıtım ve ürün ya da hizmet alışverişini organize etmek için dağıtılmış büyük ölçekli dijital ağlar aracılığıyla eşleri birbirine bağlayan platformlardır. Bazı girişimler ise merkezi bir kaynak havuzu oluşturup bu havuza erişim sağlayarak değer oluşturur. ZipCar gibi kısa süreli kiralama amaçlı kurulan işletmeler erişilebilir, merkezi bir altyapı oluşturduğu için "erişim odaklı iş modelleri" veya "ürün- hizmet sistemleri" ne karşılık gelmektedir. Bunun yanı sıra iş birliğine dayalı üretim girişimleri verileri ve malzemeleri (tesis, makineler, uzmanlık vb.) bir araya getirerek üretim kaynaklarına erişim sağlamayı amaçlamaktadır. Günümüzde birçok girişim kişisel etkileşimler yoluyla öğrenmeyi ve alışverişi kolaylaştırmak için merkezi olmayan paylaşım ağları oluşturmaktadır. Paylaşıma dayalı platformların iş hayatı ve toplum üzerindeki etkisini yakalayan işletmelerin, üretimlerini merkezi bir altyapı oluşturarak sürdürmeleri gerekmektedir (Acquier ve diğerleri, 2019: 6).

Sürdürülebilir üretim ile ilgili yeni gelişmeler, özellikle ürün hizmet sistemleri, yeniden dağıtım pazarları ve iş birliğine dayalı tüketim üzerine odaklanmaktadır. Bu bakış açısına göre ürün ve hizmetler son tüketici ile sınırlı olmamalı; işletmeler, sivil toplum örgütleri ve devlet kurumları paylaşıma dayalı sistemler geliştirmelidir. Paylaşım odaklı iş modelleri bu anlamda yeni ekonomik uygulamaların, toplumsal aktörlerin etkileşimi ve kurumsallaşmasına yardımcı olmaktadır (Heinrichs, 2013: 229).

Kaynakların birden fazla kullanıcı arasında dolaşımını sağlayan paylaşım odaklı iş modellerinde, Botsman ve Rogers'ın (2010) yapısal incelemesine göre üç ayrı sistem gözlenmektedir (Şekil 3). Bunlar; (1) ürünlerin mülkiyetinin el değiştirmeden bireylerin kullanımına açıldığı ürün-hizmet sistemleri (product service systems), (2) kullanılmış veya atıl ürünlerin yeni kullanıcılar ile buluştuğu yeniden dağıtım pazarları (redistribution markets) ve (3) ürün kategorisinin dışında kalan varlık ve hizmetlerin pazara sunulduğu

paylaşım odaklı yaşam biçimleri (collaborative lifestyles) olarak tanımlanmıştır (Soyak, 2019: 133).



Şekil 3: Paylaşım Odaklı İş Modelleri

Kaynak: Alkevli, 2020: 4

1.8.1. Ürün-Hizmet Sistemleri

Ürün-hizmet sistemleri, bir şirketin sahip olduğu birden fazla ürünün paylaşıldığı hizmetleri; paylaşmak veya kiralamak üzere özel olarak sahip olunan ürünleri kapsar. Bu sistemlerin çevresel anlamdaki en büyük avantajı; bireysel olarak sahip olunan ürünlerin sınırlı kullanımları yerine paylaşım servislerinin gelmesiyle faydanın maksimize edilmesidir, ayrıca bir ürünün ömrünün de onarım hizmetleriyle uzatabilmektedir (Gülçay, 2019: 19). Başka bir deyişle bir ürüne sahip olmak yerine o ürünün sunduğu hizmetten yararlanmak amaçlanmaktadır. Ürün servis sistemleri aynı zamanda ekonomide kullanılmayan kalemlerin harekete geçirilmesini sağlayarak kaynak verimliliği, sürdürülebilirlik ve yeni iş fırsatları da sağlamaktadır (Schwanholz ve Leipold, 2020: 10).

Ürün hizmet sistemlerine, B2C (işletmeden tüketiciye) veya C2C (kullanıcılar arası) modellerinde rastlanmaktadır. Ürün-hizmet sistemlerinin B2C kiralama modelinde üyeler, perakendeci firmaların mülkiyetinde bulunan ürünleri, koleksiyonlarından

ihtiyaçlarına uygun ürünleri seçerek belirli bir süreliğine kiralamaktadır. Örneğin; bebek ve çocuk giysilerinden oluşan Danimarka merkezli Vigga mağazası kataloglarında farklı beden ölçülerinde ürünler sunmaktadır. Ayrıca platform kullanıcılara bebek ve çocuk giyim ürünlerini kiraya verme ve aynı zamanda satın alma imkanı da sunmaktadır. Kullanıcılar arası (C2C) kiralama işlemleri ise, işletmelerin ürün sahiplerinin ve potansiyel kiracıların kullanıma sundukları platformlar üzerinden gerçekleşmektedir. Bilgisayar ve akıllı telefonlardan ulaşılabilen internet siteleri veya sosyal medya uygulamaları aracılığıyla sağlanan çoğu platforma erişim ücretsizdir. Örneğin; 2016'da ülkemizde ikinci el mağazası olarak kurulan Dolap uygulaması kullanıcıların kullanmadığı ya da giymediği kıyafetleri diğer kullanıcılarla buluşturan sistemdir. Bu sistemde kullanıcılar da tedarikçi konumundadır (Soyak, 2019: 136-147). Ürün-servis sistemleri için Kaygısız ve Demirtaş (2016) Tablo 2'de yaygın olarak kullanılan ürün servis sistemleri yer almaktadır.

Tablo 2: Yaygın Kullanılan Ürün Servis Sistemleri

Kullanıma Dayalı Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim Biçimi	Uygulama Şekli	Örnek Uygulamalar
Araba	Kişiden kişiye kiralama	RelayRides
	Firmadan kişiye kiralama	CarShare, ZipCar, car2go
	Yolculuk paylaşımı	Ucuza gidelim
Bisiklet	Kişiden kişiye kiralama	Spinlister
	Ortak kullanım	Bixi
Oyuncak	Kişiden kişiye kiralama	Toy Rental Club
Kıyafet	Kişiden kişiye kiralama	Rent the Run Way
Kitap	Kişiden kişiye kiralama	BookRenter, Campus Book
	Firmadan kişiye kiralama	Netflix, iTunes
Çeşitli Eşyalar	Kişiden kişiye kiralama	Zilox
Çeşitli Eşyalar	Komşuluk ilişkilerine dayalı	NeighbourGoods
Ürünün Kullanım Süresine Dayalı Ürün Servis Sistemleri		
İşbirlikçi Tüketim	Uygulama Şekli	Örnek Uygulamalar
Ürün	Ürünlerin kullanım süresi boyunca verilen hizmetler	AT&T, Xerox, IBM
	Ürünlerin bakım onarımı ile ilgili paylaşım	Mechanical Turk, Steelcase

Kaynak: Kaygısız ve Demirtaş, 2016: 5

1.8.2. Yeniden Dağıtım Pazarları

Yeniden dağıtım pazarları, tüketicilerin karşılıklı olarak diğer tüketiciler ile ürün alışverişi yapabilmelerine olanak sağlayan bir sistemi işaret etmektedir. Ticaretin sürdürülebilir şekli olan bu yeni türdeki paylaşım odaklı iş modeli, ürünlerin geri dönüşümüne katkıda bulunmaktadır. Bu durum ürün kullanımını azaltma, ürünlerin geri dönüşümü, ürünlerin yeniden kullanılması, ürünlerin onarımı ve yeniden dağıtımı eylemlerinin gerçekleşmesi ile ortaya çıkmaktadır (Alkevli, 2020: 47).

Yeniden dağıtım modelleri önceden beri aile ve arkadaşlar arasında yaygın olan bir sistem olmakla birlikte internetin gelişmesi ve paylaşıma dayalı sistemlerin dijitalleşmesi sonucu Ebay, Freecycle ve Leboncoin gibi çevrimiçi uygulamalar aracılığıyla tüketicilere hizmet sağlamaktadır (Demailly ve Novel, 2014: 7). Tamamen ücretsiz olan paylaşımlar (freecycle, askıdanevar), takas karşılığı paylaşım (takasyolu, Barterquist) ve para karşılığı paylaşımlar (Gittigidiyor, Ebay) şeklinde farklı türleri bulunmaktadır (Yakın, 2018: 31). Yeniden dağıtım pazarlarının örnekleri Tablo 3' de gösterilmektedir (Kaygısız ve Demirtaş, 2016: 6).

Tablo 3: Yeniden Dağıtım Pazarları

İşbirlikçi Tüketim Biçimi	Uygulama Şekli	Örnek Uygulamalar
Konut	Bireyler Arası Takas	Home exhange, love home swap, Exchange zones
Araba	Kurumdan Bireye Takas Bireyler arası Takas	Otoekspres Swapz
Kitap Takası	Bireyler Arası Takas	BookMooch, Booksfreewap
Giyim Takası	Bireyler Arası Takas	Kizoodle, MakeupAlley
DVD, Video, Oyun Takası	Bireyler Arası Takas	SwapDVD, SplitGames
Oyuncak Takası	Bireyler Arası Takas	ToysToTrade
Çeşitli Ürünler	Bireyler Arası Takas	Swap.com

Kaynak: Kaygısız ve Demirtaş, 2016: 6

1.8.3. Paylaşım Odaklı ve İşbirlikçi Yaşam Biçimleri

Paylaşım odaklı yaşam biçimleri kategorisinde yer alan iş modelleri, diğer iki kategoriden farklı olarak fiziksel ürünlerin paylaşımının yanı sıra hizmet, zaman, finansman gibi fiziksel olmayan kaynakların paylaşımına odaklanmaktadır. Örneğin; bireylerin yine bireyler tarafından sağlanan birçok hizmete ulaşımını mümkün kılan hizmet platformlarından TaskRabbit; mobilya monte edilmesi, ev içi tamiratlar, alışveriş ve ürün teslimatı gibi çeşitli işlere yönelik talep ve arz ilanlarını içermektedir (Soyak, 2019: 154).

İşbirlikçi tüketim, paylaşım ekonomisi kavramıyla örtüşen teknoloji temelli yeni bir iş modelidir. Ancak işbirlikçi tüketim, paylaşım ekonomisinde bulunmayan üç özelliğe sahiptir. Bunlar finansman, sahiplik ve platformdur. Finansman boyutu; kar odaklı ve kar amacı gütmeyen sistemler olarak ikiye ayrılmaktadır. Finansman, aktörler arasındaki kaynak değişiminin sonucudur. Paylaşım ekonomisine dayalı faaliyetlerini sürdüren işletmelerde mülkiyet devri ya da kiralama ücreti ödenmektedir. Sahiplik boyutu erişim tabanlı ve değişim tabanlı olarak ikiye ayrılmaktadır. İnternet ağlarının ve sosyal medyanın yaygınlaşması paylaşımın gelenekselden dijitalleşmeye doğru gelişimini sağlamıştır. Ekonomik kriz, salgın ve küresel ısınma gibi olağanüstü durumlar insanları ürün satın almaktan ve sahip olmaktan ziyade kaynakları paylaşmaya yönlendirmiştir. Paylaşım ekonomisinde amaç, kaynaklara sahip olmak yerine değiştirmeye yönelik sistemler geliştirmektir. Ancak işbirlikçi tüketim, erişim temelli sahiplik aktarımını içermektedir. İşbirliğine dayalı tüketimde; ürün veya hizmetler bir ücret karşılığında kaynak edinimi ya da dağıtımını organize eden bir sistem oluşturulmaktadır. Platform ise; platform tabanlı olan ve olmayan şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Platform, bir bilgisayar ya da mobil cihaz üzerinden erişilebilen internet tabanlı bir iş modelidir. İşbirlikçi tüketim,

platformu sanal bir uygulamada kullanıcılar arasında etkileşim ve işlem yapmak için bir aracı olarak kullanmaktadır. İşbirlikçi tüketim uygulaması aynı zamanda çevrimdışı da faaliyet gösterebilmektedir. İşletmeler platform adı verilen sosyal medya ağları, bloglar ve siteler aracılığıyla fotoğraf ve video paylaşma fırsatı sağlayan web araçlarını kullanarak sosyal ticareti ve paylaşıma dayalı iş modellerini geliştirmektedir (Octavia ve diğerleri, 2020: 94-108).

Bilgi teknolojilerinin ilerlemesi sayesinde birçok sektörde yöneticiler, inovasyon teknolojisi alanında meydana gelen yeniliklere uyum sağlamaya başlamışlardır. Özellikle COVID-19 salgının sonucunda mevcut şirketler, bilgi teknolojileri sürecini daha üst seviyeye taşıyarak önemli değişiklikler yapmışlardır. Bu değişiklikler tüketicilere sunulan platform ile ilgili deneyimlerini paylaşmaları, ortak kullanıma ilişkin tüketim bilincini artırarak kullanıcıların bu tür platformlara erişimini mümkün kılmaktadır (Dabija, 2022: 14). Kaygısız ve Demirtaş (2016) tarafından paylaşım odaklı iş modelleri örnekleri Tablo 4'te listelenmiştir.

Tablo 4: Paylaşım Odaklı İş Modelleri

İşbirlikçi Tüketim Biçimi	**Uygulama Örnekleri**
Konut Paylaşımı	Airbnb, Couchsurfing, VRBO, HomeAway
Çalışma Alanı Paylaşımı	Citizan Space, Hub Culture
Bahçe Paylaşımı	Shared Earth, Landshare, Urban Gardenshare
Park Alanı Paylaşımı	Parkatmyhouse
Zaman, İş Paylaşımı	BlaBlaCar, Uber, LYft
Beceri Paylaşımı	Brooklyn Skillshare, Neeboz
Yemek Paylaşımı	Neighbourhood, Thuisafge haal, Foodsharing, Doughbies, Suppershare
Komşuculuk Paylaşımı	Thuisafge haald, Casserole Club
Finansal Paylaşım	Lending Vlub, Lending Tree, Lendin Memo, Zopa, Prosper

Kaynak: Kaygısız ve Demirtaş, 2016: 6

1.9. Türkiye'de ve Dünyada Paylaşım Ekonomisi Uygulamaları

Tüketici alışkanlıklarını radikal bir şekilde değiştiren paylaşım ekonomisi geleneksel işletmeler karşısında söz sahibi olmaya başlamıştır. Paylaşım ekonomisinin en büyük oyuncuları araç ve konaklama sektöründe hizmet veren Airbnb ve Uber uygulamalarıdır. Konaklama platformunda öne çıkan ve 2008 yılında hayata geçen Airbnb, 2011 yılında 500 bin kişilik iken günümüzde ise 6 milyondan fazla kişiye ulaşmaktadır.

PwC'nin[1] (Price Water House) 2015 yılında yaptığı "Paylaşım Ekonomisinin Büyümesi" adlı çalışmaya göre, 2013 yılında talep üzerine istihdam, kitle fonlaması, çevrimiçi uzaktan çalışma, ev paylaşımı, araç paylaşımı ve çevrimiçi müzik-video paylaşımı olmak üzere beş sektörde 15 milyar dolar elde ederken bu rakamların 2025 yılına kadar 335 milyar dolara yükseleceği öngörülmektedir (PwC, 2015). Yine PwC'nin 2017'de Avusturya, Belçika, Almanya, Hollanda, İsviçre ve Türkiye'de yürüttüğü "Paylaşım Ekonomisi 2017: Yeni İş Modeli" çalışmasında o yıl için katılımcılar arasında en fazla paylaşımın %33 ile medya ve eğlence araçları için yapıldığı, sonrasına ise %9,5 ile otomobil paylaşımı hizmetleri için yapıldığı görülmektedir (Alarçin, 2021: 7).

Türkiye'de ING Bank tarafından 2015 yılında paylaşım ekonomisine yönelik kapsamlı bir araştırma yapılmıştır. ING Uluslararası Araştırmalar tarafından paylaşım ekonomisi yaklaşımına yönelik Avrupa, Amerika ve Avusturalya'da yer alan 15 ülkede 15.000 tüketiciyi kapsayan araştırmada 2015 yılı için Avrupa genelinde her üç kişiden birinin, Türkiye'de ise her iki kişiden birinin "paylaşım ekonomisi" kavramına aşina olduğunu ortaya koymaktadır (ING, 2015). Avrupa'da tüketicilerin %27'si paylaşım ekonomisinden haberdar olsa da paylaşıma dahil olmadıklarını belirtmektedir. Ayrıca %5'lik kesim ise paylaşım ekonomisine aktif bir şekilde katılmaktadır. Türkiye ise 15 ülke arasında %9'luk oranla paylaşım ekonomisine katılımın en yüksek oranda gerçekleştiği ülke olarak görülmektedir. Türkiye ile aynı oranı yakalayan ülkenin ABD olması da dikkat çekici bir faktör olmaktadır. Ayrıca tüketicilerin paylaşıma en yatkın oldukları ürünlerin özellikle tatil için tercih edilen konaklama sektörü olduğu görülmektedir. Konaklamanın ardından en fazla paylaşılan ürünleri ulaşım, ev aletleri, çocuklara ait eşyalar, spor ekipmanları, bisiklet, elektronik ürünler ve kıyafetler takip etmektedir.

PwC (2018) raporuna göre tüketicilerin paylaşım ekonomisine katılımında en önem verdiği konu verilen hizmet için fiyat ve paylaşılan ürün/hizmetlerin kullanıcılar tarafından rahat erişiminin sağlanması şeklinde belirtilmektedir. Paylaşım ekonomisinin dezavantajları ile ilgili olarak ise en fazla, paylaşılan ürün hakkındaki sorular karşısında ne olmayan sorumluluk durumu ortaya çıkmakta ve bunu kalite standartları ve güvenlik problemleri izlemektedir. PwC (2018)'nin Türkiye, Almanya, Avusturya ve İsviçre ülkelerindeki tüketiciler üzerinde yapılan anket araştırmasına dayanarak bu faktörler

[1] PwC: Farklı sektörlerdeki işletmelere ve yöneticilere profesyonel uzmanlık hizmetleri sunan uluslararası yönetim danışmanlığı şirketidir.

gözlemlenmiştir. PwC (2018)'nin Avusturya, Belçika, Almanya, Hollanda, İsviçre ve Türkiye olmak üzere altı Avrupa ülkesinde yaşayan tüketiciler üzerinde uyguladığı paylaşım ekonomisinin kabulü konulu anket sonucunda 2018 yılı için elde edilen verilerde, beş Avrupa ülkesinin gelecek yıl için paylaşıma dayalı hizmetleri kullanma oranı ortalama %44 iken, Türkiye'de ise bu oran %76 olarak belirtilmiştir. Bu rapora göre Türkiye'de paylaşım ekonomisinin en yaygın kullanıldığı sektörler; medya ve eğlence (%49), perakende ve tüketim malları (%44), otomotiv ve toplu taşıma (%40) ve otel/konaklama (%33) olarak raporlanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM

Bu bölümde öncelikle sürdürülebilirlik kavramının tanımı yapılarak sürdürülebilir üretimin temeli açıklanmıştır. Daha sonra sürdürülebilir üretimin ortaya çıkmasına neden olan faktörler, sürdürülebilir üretimin ilkeleri, faydaları ve uygulanması konusundaki engeller sürdürülebilir üretimin beş göstergesi ele alınmıştır. Ardından sürdürülebilir üretim; çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla incelenmiştir.

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Endüstrinin hızla gelişmesi ve artan tüketim sonucunda doğal kaynakların gittikçe tükenmeye başlaması sürdürülebilirlik kavramının göz önünde bulundurulması gereğini doğurmuştur. 16 Haziran 1972 tarihinde Stockholm Konferansı'nda dünya genelinde kaynakların hızlı bir şekilde tükenmekte olduğu ve önlem alınmadığı takdirde ciddi sorunlara neden olacağı ilk kez rakamlarla gösterilmiştir. Burada, birbirinden farklı sosyoekonomik yapılara ve gelişmişlik düzeylerine sahip olan pek çok ülkenin çevre ile ilgili ilk küresel çapta değerlendirmesi "Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Bildirgesi" onaylanması ile gerçekleştirilmiştir (Asar, 2022: 15).

Literatürde sürdürülebilirliğin en genel tanımı, 1987 yılında BM Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan Brundland raporunun "Ortak Geleceğimiz" adlı çalışmasında öne çıkmaktadır. Bu rapora göre sürdürülebilirlik kavramı, gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılayabilme yeteneğinden ödün vermeden günümüzün ihtiyaçlarını sağlamaktır. Böylece doğa ve toplum arasındaki ilişki dengede tutularak bugün ve gelecek kuşaklar arasında bir köprü kurulmaktadır.

Genel anlamda sürdürülebilirliğin birincil hedefi; kaynakların tükenmesini, çevresel bozulmayı ve sosyal istikrarsızlığı en aza indiren kalıcı ve güvenli geçim kaynakları sağlayarak yaşam standardını yükselterek sürdürülebilir kalkınmayı sağlamaktır (Barbier, 1987: 106).

Sürdürülebilirlik konusu, enerji, ekonomi ve çevre üçgeninin tam merkezinde bulunmakta, bu nedenle sosyal bilimlerden fen ve doğa bilimlerine, yerel ve uluslararası çevre örgütlerine kadar uzanan çok geniş bir yelpazede tartışılmaktadır (Yeni, 2014: 183). Chapin ve diğerleri (1996), sürdürülebilirliği çevresel açıdan ele almakta ve ürün yaşam döngüsü boyunca ana fonksiyonel grupların karakteristik çeşitliliğini, üretkenliğini,

toprak verimliliğini ve biyokimyasal döngü oranlarını koruyan bir ekosistem olarak tanımlamaktadır.

Larson ve Pierce (1994), sürdürülebilirliğin çevresel ve sosyal bileşenleri ile ilgili olduğunu, kaynakların ikame edilerek atıkların azaltılabileceği ve sosyal refahı sağlayabileceğini ifade etmektedir.

Sheht ve diğerleri (2011), ise sürdürülebilirlik eylemlerinin sağlanmasında yöneticiler, kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki girişimciler, medya gibi paydaşların yanı sıra müşterilere önemli görevler düştüğünü belirtmektedir. Tüketici konumundaki müşterilerin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğe olan yaklaşımı işletme-tüketici bağlılığını güçlendirmekte ve bilinçli bir tüketim ortamı oluşturmaktadır.

2.2. Sürdürülebilir Üretim

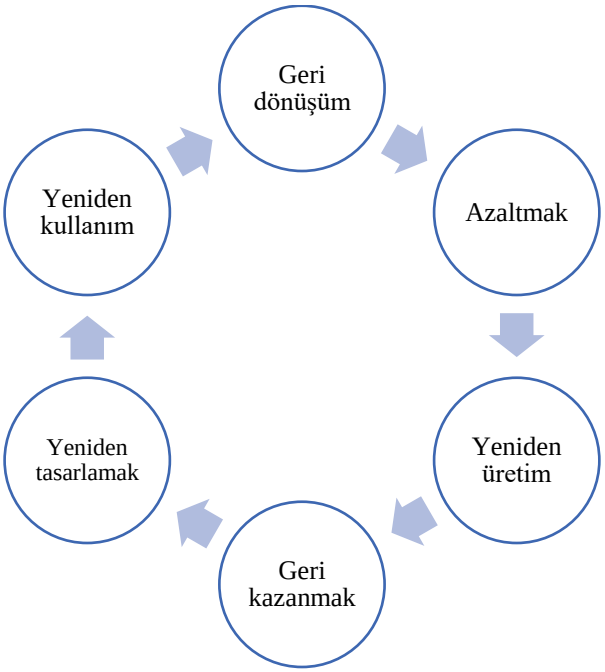
İngiltere'de ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılan Sanayi Devrimi, beraberinde birtakım çevre sorunlarını da getirmiştir. Bu sorunların üstesinden gelmek için 1811'de Massachusetts'te Francis Cobot Lowell'ın oluşturduğu bir emek üretim modeli olan "Lowell sistemi" kuruldu. Üretimi daha hızlı ve verimli bir şekilde yapmayı amaçlayan Lowell sistemi ham pamuğu bitmiş kumaşa işleyen ilk sistemdir. 1890'larda teknolojik yenilikler ile birlikte pamuğun yerel olarak yetiştirildiği ve tekstil üretiminin teknolojiyle uyumlu hale gelmesiyle Lowell sistemi üretim faaliyetlerini ve işletme politikalarını geleneksel üretimden teknolojik yeniliklere uygun hale getirmeye başlamıştır. İngiltere'de bulunan Lowell Sürdürülebilir Üretim Merkezi'ne göre sürdürülebilir üretim "Kirletici olmayan, enerji ve doğal kaynakları koruyan ekonomik olarak uygulanabilir; çalışanlar, tüketiciler ve toplumlar için sağlıklı ve güvenli; bütün çalışanları sosyal ve yaratıcı olarak ödüllendiren; ürün ve hizmet üretmek için kullanılan süreç ve sistemler" olarak tanımlanmıştır (Akkoyun, 2016: 6).

Bu tanım, firmaların faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik yönlerini vurguladığı için mevcut sürdürülebilir kalkınma anlayışı ile tutarlıdır. Aynı zamanda sürdürülebilir üretimin beş ana yönünü vurguladığı için daha işlevseldir. Günlük uygulamalarında daha sürdürülebilir olmak isteyen işletmeler, bu beş yönün her birini ele almayı hedeflemelidir (Veleva ve Ellenbecker, 2001: 520).

- Enerji ve malzeme kullanımı (kaynaklar)
- Doğal çevre
- Sosyal adalet ve toplum gelişimi

- Ekonomik performans
- İşçiler ve ürün

Sürdürülebilir üretim; üretim sürecinin her aşamasında uygulanabilen, değişen teknoloji ile uyumlu çalışan bu sayede doğaya verilen zararı minimumda tutan bir sistemdir. Genel olarak sürdürülebilir üretim yaklaşımı; bir süreci ifade etmekte ve ürün tasarımı, üretim süreci, tedarik zincirindeki bütünsellikten atık sonrası yeniden kullanımına kadar tüm faaliyetleri kapsayan döngüsel bir sistemi içermektedir. Literatürde sürdürülebilir üretimi sağlayan 3-R kuralı olarak da bilinen kapalı bir döngüden bahsedilmektedir. Bunlar; geri dönüşüm (recycling), yeniden kullanım (reusing) ve azaltmak (reducing) olarak ifade edilmektedir. Üretim esnasında kullanılan ürünlerin yeniden döngüye dahil edilerek sürdürülebilirliğini sağlamak amaçlanmaktadır. Böylece çevrim süresini tamamlayan bir ürün; üretilecek yeni bir ürün için hammadde olabilmektedir. Sürdürülebilir üretimi sağlama ve kaynakları yeniden kullanma konusundaki değişimlerle birlikte 3-R olarak tanımlanan kapalı döngü günümüzde yeniden üretim (re-manifacturing), geri kazanmak (recover) ve yeniden tasarlamak (redesing) faaliyetlerinin de eklenmesiyle 6-R şeklinde ifade edilerek daha büyük bir döngüye dönüşmüştür.



Şekil 4: 6-R Sürdürülebilir Üretim Döngüsü

Sürdürülebilir üretim yaklaşımının temelleri Sanayi Devrimi'ne dayanmaktadır. 18. Yüzyılın başlarında yaşanan Sanayi Devrimi'nden sonra üretim sistemlerinde köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Makineleşmeye dayalı seri üretimin artması, zamanla doğal kaynakların tükenmesine yol açmıştır. 1990'lı yıllarda üretim sürecinde ortaya çıkan atıkları azaltmak amacıyla yalın üretim anlayışı geliştirilmiştir. Daha sonra teknolojinin çevresel odaklı çalışmalara entegre edilmesiyle yeşil üretim ve son olarak sürdürülebilir üretim sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilir üretimin tarihi gelişimi Tablo 5'te detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 5: Sürdürülebilir Üretimin Tarihi Gelişimi

Paradigma	Zanaatkarlığa Dayalı Üretim	Kitlesel Üretim	Esnek Üretim	Kitlesel Kişiye Özgü Üretim	Sürdürülebilir Üretim
Paradigmanın Başlangıcı	1850	1913	1980	2000	2020-…
Toplum İhtiyaçları	Kişiselleştirilmiş ürünler	Düşük maliyetli ürünler	Ürün çeşitliliği	Kişiselleştirilmiş Ürünler	Temiz ürünler
Pazar	Ürün başına düşük miktarlar	Talep> arz Sürekli talep	Arz>talep Ürün başına düşük miktarlar	Küreselleşme Değişken Talep	Çevre
İş Modeli	Çekme Sat-Tasarla-Üret- Monte Et	İtme Tasarla-Üret-Monte Et-Sat	İtme-çekme Tasarla-üret-sat-monte et	Çekme Tasarla-sat-üret-monte et	Çekme Çevre için tasarla-sat-üret-monte et
Teknolojiyi Mümkün Kılan	Elektrik	Değiştirilebilir parçalar	Bilgisayarlar	Bilgi teknolojileri	Nano/bio/madde teknolojileri
Süreci Mümkün Kılan	İmalat tezgâhları	Hareketli montaj parçaları	FMS robotlar	Yeniden ayarlanabilir üretim sistemleri	Üretim artışı

Kaynak: Aracıoğlu, 2020: 148.

Günümüzde yaşanan gelişmeler göz önüne alındığında; COVID-19 kaynaklı salgın nedeniyle işletmeler üretim faaliyetlerini dijital üretime kaydırmakta ve işgücü sayısını azaltmaktadır. Salgından dolayı ulaşım ağları ciddi zarar görmüş ve bu nedenle işletmeler daha fazla üretim tesisine hizmet vermek için optimize bir tedarik zinciri ağı oluşturmaya çalışmaktadır. Salgın durumu, küresel karbon emisyonlarını azaltmış ve çevresel sürdürülebilirliği iyileştirmiştir; ancak aynı zamanda, dünyanın her yerindeki işletmeler ve insanlar işsizlik, işçi güvenliği ve ruh sağlığı sorunları ve üretim kayıpları ve tesislerin kapatılmasından kaynaklanan mali yükler açısından mücadele etmektedir. Bu düşünceler ışığında; işletmeler COVID-19 bağlamında ürün ve hizmetlerinin

sürdürülebilir üretim ve tüketiminin kritik yönlerini değerlendirerek üretim faaliyetlerini iyileştirmeye çalışmaktadır (Kumar ve diğerleri, 2020: 6).

Modern teknoloji ile birlikte işletmeler, üretim süreçlerini verimli bir şekilde sürdürmek için yeni yollar keşfetmektedir. Sürdürülebilirlik 4.0 kavramı, sürdürülebilir kalkınmayı hızlandırarak toplum refahını sağlama konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. Sürdürülebilirlik 4.0; nesnelerin interneti, üç boyutlu üretim, gelişmiş üretim ile akıllı dijital ortamlar gibi fiziksel ve dijital dünyaları birleştiren yeni teknolojilerle karakterize edilen Sanayi Devrimi'nin dördüncü dalgası olan Endüstri 4.0'a dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik 4.0, atıkları azaltarak geri dönüşümü sağlamayı ve doğal kaynak kullanımını en aza indirerek olumsuz çevresel etkileri azaltmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Sürdürülebilirlik 4.0 yaklaşımını etkin bir şekilde kullanmak için ürün tasarımı süreci, üretim ekipmanları, iş süreçleri, tedarik zinciri ve inovasyondan yararlanılmalıdır. Örneğin, üç boyutlu üretim teknikleri ile üretim aşamasındaki enerji tüketimi azaltılarak ürünler verimli bir şekilde üretilmektedir (Javaid ve diğerleri, 2022: 84).

2.3. Sürdürülebilir Üretimin İlkeleri

Sürdürülebilir üretimin temel ilkeleri genel anlamda, kirlilik kontrolü için temizleyici ve düzeltici değil, önleyici yaklaşımları esas almak, hammadde ve enerjinin daha az tüketilmesi ile atıkların azaltılmasını sağlamak, doğal kaynakların optimum kullanımını sağlayacak şekilde teknolojik süreçlerin iyileştirilmesi ve yeni süreçlerin geliştirilmesini kapsamaktadır.

İşletmeler Lowell Sürdürülebilir Üretim Merkezi'nin belirlediği dokuz ilkeye göre politikalarını oluşturmalıdır (Veleva ve Ellenbaker, 2001: 521). Bunlar;

1. Ürünler ve ambalajlar, kullanım ömürleri boyunca güvenli ve ekolojik olarak sağlam olacak şekilde tasarlanmalıdır.
2. Atık ve ekolojik olarak uyumlu olmayan ürünler sürekli olarak azaltılmalı, ortadan kaldırılmalı ve geri dönüştürülmelidir
3. Enerji ve malzemeler istenen amaçlara en uygun biçimde kullanılmalıdır.
4. İnsan sağlığına veya çevreye zarar veren kimyasal maddeler, fiziksel etkenler, teknolojiler ve iş uygulamaları sürekli olarak azaltılmalıdır.
5. İş yerleri fiziksel, kimyasal, biyolojik ve ergonomik tehlikeleri en aza indirecek veya ortadan kaldıracak şekilde tasarlanmalıdır.

6. Yönetim, uzun vadeye odaklanan açık, katılımcı bir sürekli değerlendirme ve iyileşme sürecine bağlı olmalıdır.
7. Çalışanların verimliliğini ve yaratıcılığını koruyacak ve geliştirecek şekilde düzenlenmelidir.
8. Yetenek ve kapasitelerin sürekli gelişimi kadar tüm çalışanların güvenliği ve refahı da bir önceliktir.
9. İş yerlerinin etrafındaki topluluklara ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel olarak saygı duyulmalı ve güçlendirilmeli; eşitlik ve adalet desteklenmelidir.

Üretim işletmelerinin ciddi miktarda sera gazı salınımı, enerji ve hammadde tüketimi gerçekleştirmesi sonucu üreticiler için yukarıda bahsedilen sürdürülebilir üretim yöntemlerini uygulamaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Sürdürülebilir verimlilik hedeflerine modern üretim yöntemi yaklaşımları ile ulaşılmaktadır. Bir üretim tesisinde yöneticiler sürdürülebilirlik hedefini makine parkurunu yenileyerek, ürün üzerinde çalışarak veya üretim yöntemini yeniden tasarlayarak gerçekleştirebilir. Sürdürülebilir üretimin ürün ve makine seviyesinde gerçekleştirilmek istendiğinde ilk olarak yatırım maliyetleri ve zaman gerekmektedir. Ancak geri dönüşüm, tekrar kullanım, döngüsel üretim gibi üretim tekniklerinin uygulanması ile bu maliyetler en aza indirilerek optimum verimlilik sağlanmaktadır (Koç ve diğerleri, 2021: 131).

Sürdürülebilir üretimin işletmelerde başarılı bir şekilde uygulanması için çevre bilincinin organizasyon kültürüne yerleştirilmeli, ürün ve süreç tasarımı sürdürülebilirlik üzerine inşa edilmeli, yeniden yapılanma ve değişim mühendisliği uygulamaları sürdürülebilir konular üzerinde yapılmalı, işletmenin performans ölçümleri sürdürülebilir göstergelerle ifade edilmeli ve üretim süreçlerinde temiz ve çevre dostu teknolojiler kullanılmalıdır (Özgüner, 2022: 42-43).

Bhanot ve diğerleri (2016) tarafından sürdürülebilirliğin uygulanması için on kritik ilke belirlenmiştir. Bu ilkelerin ürün tasarımından tedarik sürecine kadar bütün bir süreci kapsadığını savunmuşlardır.

1. Piyasa baskısı: Ticari uygulamalar, rakipler, müşteri memnuniyeti gibi faktörlerin iş dünyasında rekabet edebilmelerini sağlayan göstergedir. Son zamanlarda sürdürülebilirlik bilincinin artmasıyla işletmeler proaktif çevre uygulamalarına yönelik çalışmalar yapmaktadır.

2. Devlet teşvikleri: Çevresel performansı artırmak için çeşitli kuruluşların çalışmalarıyla yasal sorumluluk, atık ve emisyonların kontrol altına alınması, müşteri ve işletme uyumunun sağlandığı politikaların devlet tarafından sağlanmasıdır.

3. Ekonomik faydalar: Üretim operasyonları açısından kuruluşlar tarafından benimsenen politikaların uzun vadede finansal getiriler sağladığını ve kurumsal imajın ve pazar rekabetini artırdığını ifade etmektedir.

4. İnovasyon ve teknolojik yatırım: Üretkenliği artırma konusunda önemli olan inovasyon ileri teknolojik girişimlerin uygulanması ile etkin bir üretim sistemi oluşturmaktadır.

5. Üretim maliyetlerini düşürme: Ekonomide iç talebi artırmak ve sanayinin payını artırmak için üretim süreçlerinin kalitelerinin iyileştirilmesi, sürdürülebilirliğin ve döngüsel üretimin bu sürece entegre edilmesini ifade etmektedir.

6. Kaliteyi artırma: Özellikle operasyonların ölçeğini büyütmek ve ürünlerin küresel kalite seviyesine getirmek gerektiğini ifade etmektedir.

7. Eğitim sistemini geliştirme: Bu faktör sanayi ve üniversite iş birliğinin sağlanması ile gerçekleşmektedir. Donanımlı mühendis ve girişimcilerin yetişmesi için bu alanda eğitim gören kişilere yönelik konferans ve eğitimlerin sağlanması gereklidir.

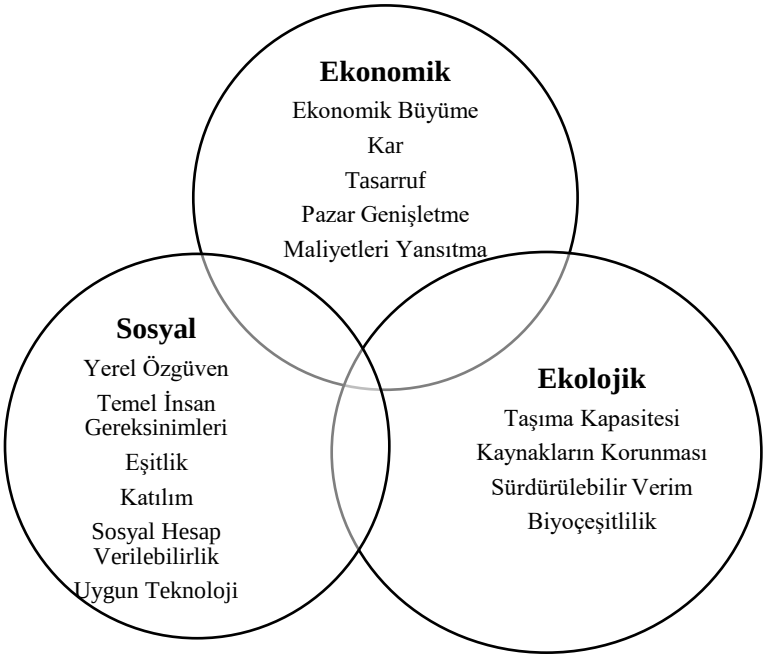
8. Doğrudan yabancı yatırımcıları çekmek: Evrensel bağları güçlendiren bu ilke yöneticiler, pazarlamacılar ve girişimciler arasında sürdürülebilirliğe yönelik rekabet sağlamaktadır.

9. Ulaştırma sektörü: Üretim sürecinin sağlanması konusunda önemli bir faktör olan tedarik zincirinin önemini ifade etmektedir.

10. E-ticaretteki gelişim: Ürün ve hizmetlerin tüketiciler ile online olarak bir araya geldiği bir sistem olan e-ticaret satış, ödeme, tedarik ve geribildirim gibi süreçlerin dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirildiği bir sistemin gelişmesi gerektiğini ifade etmektedir

İşletmelerin uzun vadede sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşması ve sürdürülebilirliğin iş süreçlerine entegrasyonunun sağlanması için kurumsal stratejiler geliştirilmelidir. Asif ve diğerleri (2011), sürdürülebilirlik faaliyetlerin eş zamanlı sağlanması için çevresel, sosyal ve ekonomik faaliyetlerin yer aldığı bir döngü oluşturmuşlardır (Şekil 5). İşletmeler bu döngüyü mevcut iş organizasyonlarına entegre ederek planla- uygula- kontrol et- önlem al şeklinde adımlarını izlemelidir. Döngü

içindeki faaliyetlerin uygulanması için bu adımlardaki kilit faktörlerin paydaşlar tarafından belirlenmesi gerekmektedir.



Şekil 5: Sürdürülebilir Üretimin Boyutları

Kaynak: Kayıkçı ve diğerleri, 2019: 80

2.4. Sürdürülebilir Üretimin Faydaları

Sürdürülebilirlik kavramı günümüzde işletmeler açısından ekonomik, sosyal ve çevresel konularda devamlılığı sağlayabilmek için kullanılmaktadır. İşletmeler sadece ekonomik olarak değil aynı zamanda sosyal ve çevresel unsurları da dikkate alarak kendilerini rakiplerinden üstün kılabilmektedir. Sürdürülebilir üretimin tüm işletmeler açsından somut olarak uygulanması birçok faydayı beraberinde getirmektedir. İşletmeler ekonomik anlamda maliyetlerini azaltırken, sosyal açıdan işletme çalışanlarına verdiği önemle birlikte artan verimlilik ve kalite elde ederken, çevresel açıdan ise iklim krizi etkenlerini ortadan kaldırmaya yardımcı olmaktadır (Özkan, 2022: 4).

Çevresel anlamda olumlu katkıları olan, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılmasını sağlayan, bireylere güvenli bir çalışma ortamı sağlayan ve bu yönde yönetmelikler geliştiren ve bilinçli bir tüketici davranışı oluşturan sürdürülebilir üretim işletmeler açısından önemli bir değer oluşturmaktadır. Bu bağlamda üreticilerin gösterdiği özen kadar tüketicilerin de bu tür özelliklere dikkat etmesi ve çevre dostu ürünleri tercih etmesi gerekmektedir. Ayrıca; belediyelerin atık toplama, depolama ve

işleme konusunda daha çok çalışma yapması, hükümet tarafından sürdürülebilir üretimin her aşamasında kontrol edilmesi ve en önemlisi de gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakma konusunda herkesin kararlı olması gerekmektedir.

Sürdürülebilir üretimin amacı yalnızca temiz bir çevre oluşturmak değil, aynı zamanda sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı destekleyecek şekilde bir strateji geliştirmek olmalıdır (Aracıoğlu, 2010: 150). Bir şirketin bakış açısına göre bu strateji, ürün tasarımı, ürün oluşturma süreci ve malzemelerin geri dönüşümü gibi üretim süreçlerinin eş zamanlı mühendislik teknikleri, verimlilik, kalite ve esneklik faktörleri dikkate alınarak yapılması gerektiği anlamına gelmektedir (Ron, 1998: 99). Ayrıca kaynakların etkin bir şekilde kullanılması üretim maliyetlerini azaltarak işletmelerin kar sağlamasına yardımcı olmaktadır.

Sürdürülebilir üretim; bireylerin geleceğinden ödün vermeden istek ve ihtiyaçlarının karşılanması, maliyet ve zaman verimliliği, ürün ve süreç kalitesi, hammadde ve enerji kaynaklarının doğru kullanımı gibi faaliyetlerle ile işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Ron (1998), sürdürülebilir üretimin tam manasıyla gerçekleştirilmesi için bu faaliyetlerin ürün tasarımı, ürün oluşturma süreci ve geri dönüşüm şeklinde üç kategorinin optimize edilmesi gerektiğini belirtmektedir.

İşletmelerin sürdürülebilirlik bağlamında, sadece ekonomik performansa değil aynı zamanda çevre ve toplum sorunlarına odaklı anlayış ve uygulamalarda bulunmaları önem arz etmektedir. Sürdürülebilir işletme oluşturma çabaları; kaynakları yeniden dağıtımı, örgüt kültürü değişimi, teknolojilerin yenilenmesi, üretim süreç ve faaliyetlerin yenilenmesi ve çalışanların güçlendirilmesi gibi radikal değişimleri gerekli kılmaktadır. Bunların sağlanması için işletmelerin sistem değişikliği çabalarını ortaya koymaları, yeni bir örgüt yapısı oluşturmaları, çevreye ve topluma duyarlı bir ortam oluşturmaları, iç ve dış çevre unsurları ile sürdürülebilir ilişkiler kurmaları gerekmektedir. Tüm bu süreçlerin sağlanması için içselleştirilmiş liderlik anlayışına sahip yöneticilerin olması işletmelere pozitif yönde katkı sağlamaktadır (Tüyen, 2020: 92-97).

Sürdürülebilir üretimin işletmelerin yanı sıra çalışanların bakış açısından da birçok önemli faydalar sağlamaktadır. Çalışanların motivasyonu artmakta, işletme içinde kendini daha değerli hissetmekte, fikir üretme ve uygulamada çalışanların katılımı aktif olarak sağlanmaktadır. Yüksek motivasyonun da etkisiyle işletmeye güven sağlanmakta ve kaza riski düşmektedir (Ekşi, 2019: 21). İşletme içinde çalışanların aynı zamanda

tüketici olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu kazanımlar kendisi ve çevresindeki bireylere sürdürülebilir bir ortam sağlamaktadır.

2.5. Sürdürülebilir Üretimin Önündeki Engeller

Sürdürülebilir üretimin uygulanması esnasında işletmeler birtakım güçlüklerle karşılaşmaktadır. Bu güçlükler üretim sistemleri için kullanılan sürdürülebilirlik göstergelerin net bir şekilde belirtilmemesinden kaynaklanmaktadır. Standartlaştırılmış ekonomik ve temel üretim organizasyonları net bir şekilde gösterilmektedir. Ancak çalışanların eğitimi, kültürel faaliyetlere katılımı gibi sosyal faktörler ve yenilenebilir enerji, yeşil ürünlerin kullanılması gibi çevresel faktörleri bazı işletmeler fazla maliyetli bulduğu için üretim süreçlerinde dahil etmemektedir.

İşletmeler zorlu rekabet ve pazar baskısı nedeniyle sürekli olarak üretim süreçlerini mümkün olduğunca düşük maliyet ve yüksek kalitede üretme durumundadır ve bu durum düşük kar marjları nedeniyle sürdürülebilir üretime ekonomik olarak önemli ölçüde zarar vermektedir (Bhanot ve diğerleri, 2016: 26).

Gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelerde teknoloji ve ekonomik anlamda yetersiz olmasından dolayı çevre politikalarını uygulamada zorluklar yaşanmaktadır. Sürdürülebilir üretim konusunda bilgi, kaynak ve motivasyon eksikliği; bazı işletmelerde standartlaşmış ölçütlerin, çevre mevzuatlarının bulunmaması engelleyici bir faktör olmaktadır. İnsan kaynakları ve ar-ge departmanları kurularak tüm çalışanlar sürdürülebilir üretim hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

Gürül (2019), sürdürülebilir üretime engel olan faktörleri üç ana başlıkta incelemektedir:

Mali kaynak yetersizliği; işletmelerin daha sürdürülebilir olmasını engelleyebilmektedir. İşletmelere genellikle çevresel ve sosyal anlamda sürdürülebilirlik faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için yüksek fiyatlı standartlar sunulmaktadır. Bununla birlikte maliyetleri azaltmak için ucuz ve kalitesiz seçenekleri tercih edilmesi sonucu zaman ve para kaybı gibi sistemsel sorunlarla karşılaşılabilmektedir. Bir başka açıdan yeşil projeler için (çevre dostu projeler) fon, kredi eksikliği ve sürdürülebilir teknolojinin uygulanması için başlangıçta uygulanan yüksek maliyet ekonomik anlamda zorluklar çıkarabilmektedir.

Teknik: Bilgi ağlarının azlığını ifade etmektedir. Sürdürülebilir üretime yönelik olarak mevcut teknolojilerle gerçekleştirilen uygulamalar, teknolojik trendler,

ürün piyasası ve tedarikçiler arasında iyi işleyen bilgi ağı sağlanırken zorluk yaşanmaktadır.

Davranışsal: Toplumsal bakış açısından bakıldığında üretim sektörünü yeniden şekillendirmek için ve sürdürülebilir üretim ve tüketim alışkanlıklarını benimsemek için paydaşların istekli olmamasını ifade etmektedir. Eğitimli personel yetersizliği de bu gruba girmektedir. Sürdürülebilir üretim ve bu konudaki teknolojiler hakkındaki bilgileri değerlendirmek, benimsemek, uyarlamak, geliştirmek ve yaygınlaştırmak için gerekli olan insan kaynağı yetersizdir. Aynı zamanda sürdürülebilir üretimi anlatabilecek eğitimci sayısı çok azdır (Gürül, 2019: 109).

Özgüner (2022) sürdürülebilir üretim önündeki engelleri sekiz kategoride toplamaktadır. Bunlar;

1. Yetersiz yasal çevre: Sürdürülebilir üretim ile ilgili yasaların uygulanması noktasında mevzuat eksikliklerinin bulunması işletmelerin bu konuda bir yasal baskı hissetmelerine neden olmaktadır.
2. Sürdürülebilir atık yönetimi eksikliği: Üretim süreci esnasında oluşan atık bertaraf sistemlerinin yüksek maliyeti ve çevre dostu ürünlerin ambalaj maliyetlerini içermektedir (Malek ve Desai, 2019: 594).
3. Sınırlı Teknik Bilgi: İşletmelerin sürdürülebilirlik kavramına ilişkin farkındalık eksikliğini ve teknolojik yetersizliği ifade etmektedir. Yeniden kullanım ve geri dönüşüm işlemlerinin üretim süreçlerine uygulanması karmaşık olarak algılanmaktadır. Üretim kuruluşları, paydaşlar, çevresel ve sosyal konulara ilişkin farkındalık yaratmak için sivil toplum kuruluşları ve diğer kurumlarla iş birliği yaparak bu engelin üstesinden gelebilir (Malek ve Desai, 2019: 596).
4. Paydaşlar arasındaki düşük farkındalık: Yöneticileri, çalışanları, tasarımcıları girişimcileri ve tüketicileri kapsayan paydaşların kurumsal sosyal ve çevresel sorumluluğa sahip olmamasıdır.
5. Üst yönetim yetersizliği: Sürdürülebilir üretimin gerçekleştirilmesi için yöneticilerin gerekli fonları sağlamamasıdır.
6. Finansal kısıtlamalar: Özellikle gelişmekte olan ülkeler bu sorunla daha çok karşılaşmaktadır. Temiz teknolojinin teşvik edilmesi için bankalardan yeterli miktarda fon alınamaması, laboratuar ve kontrol ekipmanlarının eksikliği, enerji

tasarrufunun sağlanmasının yüksek maliyet gerektirdiği durumlar finansal kısıtlamalar kategorisindedir (Bhandari ve diğerleri, 2019: 158).

7. Proaktif planların yetersizliği: Proje öncesi hazırlık eksikliği ve profesyonel bir iş modelinin oluşturulamamasını ifade etmektedir.

8. Eğitimsiz personel: Çalışanların sürdürülebilir üretime ilişkin örgütsel farkındalık eksikliği sürdürülebilir üretimin önündeki önemli bir engeldir.

2.6. Sürdürülebilir Üretim Göstergeleri

Sürdürülebilir üretimin her bir aşaması için çeşitli göstergeler mevcuttur. Literatürde sürdürülebilir bir kalkınma için fikir birliğine ulaşılamamıştır. Gelişen teknoloji ile zaman içinde yeni sürdürülebilir üretim göstergeleri eklenmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nin metot ve standartlarını yayımladığı standart enstitüsü olan Amerikan Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (NIST) tarafından beş adet sürdürülebilir üretim göstergesi belirlenmiştir. Bunlar; (1) ekonomik büyüme, (2) çevre yönetimi, (3) sosyal refah, (4) teknolojik ilerleme ve (5) performans yönetimidir. NIST bu sınıflandırma çerçevesinde işletmelerin üretimle ilgili ürünlerinin, süreçlerinin ve araştırma yaklaşımlarının organize edilmesini hedeflemektedir (Zarte ve diğerleri, 2019: 339).

Göstergeler; fiziksel, sosyal ve ekonomik sistem hakkında bilgi sağlayan nümerik ölçümlerdir. Trendleri veya sebep sonuç ilişkilerini gösterecek basit verilerin ötesinde bilgi sağlarlar ve saptanmış hedeflere doğru ilerlemelerini ölçmektedir. Farklı aşamalardaki göstergeler (ulusal, bölgesel, yerel ve işletme/fabrika düzeyinde) sürdürülebilir kalkınmaya doğru ilerlemeyi ölçmek için bir araç olarak kullanılabilmektedir (Akkoyun, 2016: 11).

Lowell Sürdürülebilir Üretim Merkezi işletmelerin uyması gereken kuralları yukarı doğru gelişen beş düzeyde sınıflandırmıştır. Göstergeler hakkında şu şekilde yorum yapılabilir; tüm basamaklar bir önceki için bir ön koşuldur ve hiçbir düzeyi atlamadan düzenli bir şekilde ilerlemek gerekir. Düzey 1 her işletmenin uyması gereken zorunlu kurallardır, düzey 5'e doğru bu kurallar tercihe bağlı olarak değişebilmektedir. Bahsedilen sürdürülebilir üretim göstergeleri Şekil 6'da detaylı olarak sınıflandırılmıştır.



Şekil 6: Sürdürülebilir Üretim Göstergelerinin Sınıflandırılması

Kaynak: Veleva ve Ellenbaker, 2001: 523

Birinci seviyedeki göstergeler**: İşletmenin uyum/uygunluk göstergeleri;** tesislerin yasal düzenlemelere ve belirli standartlara uygunluğunu (ihlallerin uyarı sayısı, çevresel yükümlülükler, işçi hakları vb.) ölçer. İşletme içerisindeki etkinlikler incelenir (Akkoyun, 2016: 12). Her işletmede bulunması gereken zorunlu olan temel kuralları kapsamaktadır.

İkinci seviyedeki göstergeler: **İşletmenin malzeme kullanım ve performans göstergeleri;** tesis girdi ve çıktıları, emisyonlar, yan ürünler, eğitim ve sağlık harcamaları gibi performans etkinliklerini içeren rekabet avantajı sağlayan ölçüttür. İkinci seviye göstergeler, sınırlı kaynaklara ve uzmanlığa sahip küçük işletmeler için zor olabilmektedir. Bu işletmeler önce birkaç temel ölçütleri kullanmaya başlayıp ardından standartlarını artırabilir (Veleva ve Ellenbaker, 2001: 524-527).

Üçüncü seviye göstergeler: **İşletmenin etkinlik göstergeleri;** işletmelerin sürdürülebilirliği sağlamak için yönetim araçlarını toplumu dikkate alarak proaktif bir şekilde kullanmalarını ifade etmektedir. Bu bağlamda yönetim sistemleri (ISO standartları), belirli yönetim araçları (çevre muhasebesi ve raporlaması, eko-pazarlama), çalışanlarla ilgili faaliyetler (sosyal güvenlik, yan haklar, çalışanların çocuklarının bakımı) ve toplumsal düzeyde faaliyetler (ekolojik sorumluluk, imaj) şeklindeki performans ölçüm araçlarını hem işletmeyi hem de dış çevreyi kapsayacak şekilde analiz edilmelidir (Hahn ve Scheermesser, 2006: 152-161).

Dördüncü seviye göstergeler: **Tedarik zinciri ve ürün yaşam döngüsü ile ilgili göstergeler;** tedarik zinciri, ürün dağıtımı, kullanımı ve en son atıkların elden çıkarılması gibi konular ile ilgilidir. Bu göstergeler, başından sonuna kadar ürün yaşam döngüsünün etkilerini ölçer ve ürünün yeniden kullanımı ve geri dönüşümüne kolaylık sağlayabilecek şekilde tasarlanmış ürünler ile ilgilenir (Gürül, 2019: 62).

Beşinci seviye göstergeler: **Sürdürülebilir sistemler ile ilgili göstergeler**: bir işletmenin üretim sürecinin uzun vadeli yaşam kalitesi ve insani gelişme üzerindeki etkilerini ölçmektedir. Bu aşama, çalışanların ve yöneticilerin geniş katılımını gerektiren önemli bir adımdır. Sürdürülebilir bir sistem oluştururken; verileri yönetmek için hangi bilgi sistemlerinin kullanılması gerektiği, verileri raporlamak için ne tür bilgisayar yazılımlarının kullanılacağı, verilerin toplanması için personelin nasıl eğitilmesi gerektiği ve verilerin güvenilir şekilde nasıl doğrulanacağı soruları açıklığa kavuşturulmalıdır (Veleva ve Ellenbaker, 2001: 531).

Sürdürülebilirlik konusunda bir başka gösterge ise; Sustainable Asset Management (SAM) Grup tarafından düzenlenen, 1999 yılında kurulmuş olan kurumsal sürdürülebilirlik performans değerlendirilmesinde kullanılan Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'dir. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nin ana fikri, sürdürülebilirlik uygulamalarının işletmelere uzun vadede değer sağlaması ve bu uygulamaların değerlendirilmesinde ekonomik, çevresel ve sosyal kriterlerin kullanılmasıdır (Lopez ve diğerleri, 2007: 289).

Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksine göre, işletme stratejisinin kalitesi ve yönetiminin yanı sıra ekonomik, çevresel ve sosyal kalkınmanın getirdiği fırsatlara ve risklerle mücadele konusunda performansının ölçülmektedir. Ayrıca yatırım için önde gelen şirketleri belirleme ve seçme konusunda kullanılabilmektedir (Özkan, 2022: 46).

Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde sürdürülebilirliğin ölçmek için en sık kullanılan kılavuz Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative- GRI)'dir. Raporların başlıca değerlendirme kriterleri; insan sermayesinin gelişimi ve insan hakları, yatırımcı ilişkileri, iş güvenliği gibi sosyal unsurlar, yenilenebilir enerji, biyoçeşitlilik, çevresel raporlama ve eko-verimlilik gibi çevresel unsurlar ve kurumsal yönetim, bilgi teknolojileri, vergi sistemleri ve risk yönetimi gibi ekonomik unsurları kapsamaktadır (Lopez ve diğerleri, 2007: 286-289).

2.7. Sürdürülebilir Üretimin Boyutları

Sürdürülebilirlik; kaynakların doğru kullanımının sağlanması ile topluma uzun vadede fayda sağlamaktadır. Sürdürülebilir bir büyüme hedefi olan işletmeler küresel bir düşünme sistemi benimsemeli ve gelecekteki nesillerin haklarını ve menfaatlerini de dikkate alarak işletme stratejilerini tespit etmelidir (Asar, 2022: 26). Sürdürülebilir üretim kavramı ilk olarak çevre biliminden doğmuştur. İnsanlar ihtiyaçlarını karşılayabilmek için doğal çevrenin kaynaklarından faydalanmaktadır. Gelecek nesiller boyunca kaynaklardan sağlanan fayda durumunun devam etmesi için stratejilerin dikkatli bir şekilde oluşturulması gerekmektedir (Ceran, 2017: 61).

Sürdürülebilir üretim ekonomik, sosyal ve çevresel olarak üç başlık altında ifade edilmektedir. Fakat tarih boyunca sürdürülebilirliğin sağlanması açısından hangi boyutun baskın olduğu tartışma konusu olmuştur. Geçmişte bu üç boyutun Şekil 7'de görüldüğü gibi birbirinden bağımsız bir şekilde ayrı ayrı hareket ettiği savunulmuştur.

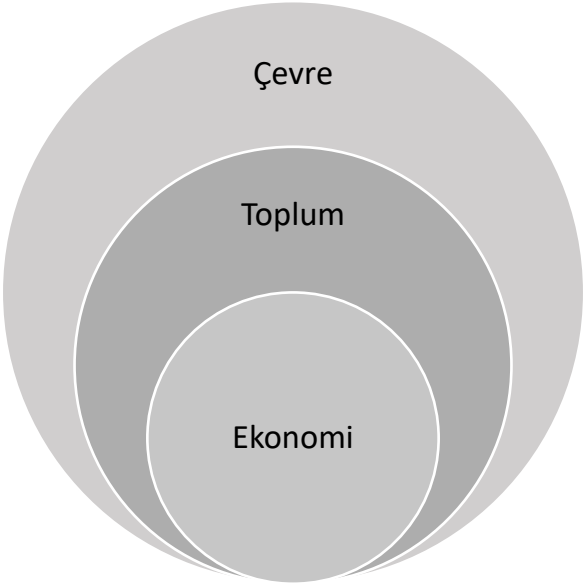


Şekil 7: Birbirinden Bağımsız Eş Zamanlı Süreçler

Kaynak: Akgül, 2010: 152

Daha sonra küresel anlamda büyük ses getiren Bruntland raporu yayımlandığında üç boyutun birlikte ele alınması gerektiği savunulmuştur. Sürdürülebilir kalkınma anlayışının gelişmesiyle ortaya çıkan çevrenin ekonomik ve sosyal unsurları kapsadığı bir yaklaşım ele alınmıştır. Shrivastava ve Hart (1995); sanayileşme ortamı içerisinde işletmelerin ekonomik yapının ve toplumun çevreye duyarlı hale gelmesiyle sürdürülebilir kalkınmanın sağlanacağını savunmaktadır. Diğer bir ifadeyle; ekonomi, sürdürülebilirliğin ana çekirdeği olmakla birlikte çevrenin toplumu, toplumun da ekonomiyi kapsadığı bir iç içe geçmiş bir sistem ortaya çıkmaktadır.

Şekil 8 görülen yapıda; ekonomi odak noktası gibi görünmesine rağmen aslında temiz bir ekosistem olmadan ekonomik ve sosyal refahın sağlanamayacağı vurgulanmaktadır.

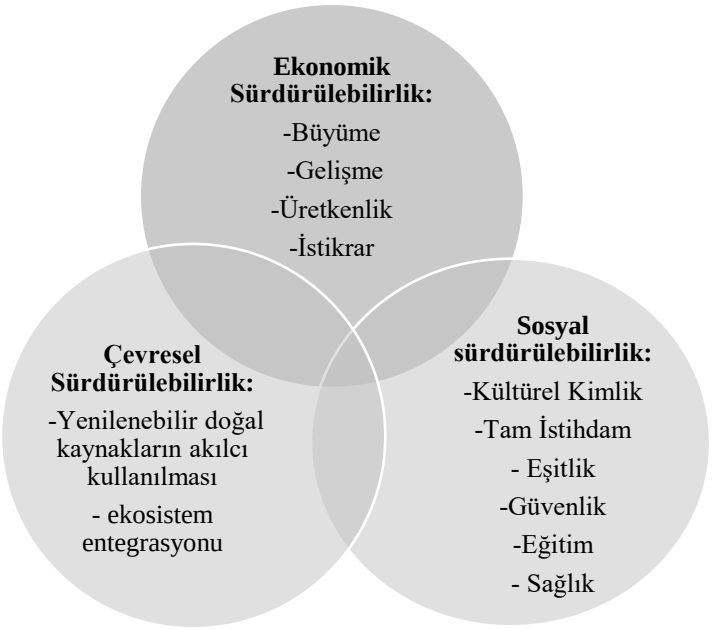


Şekil 8: Çevre Kapsamlı Sürdürülebilir Kalkınma Modeli

Kaynak: Akgül, 2010: 153

Bir diğer yaklaşım; ekonomi, çevre ve sosyal unsurların sürdürülebilirlik üzerinde eşit bir etkiye sahip olması gerektiği görüşüdür (Şekil 8). Sürdürülebilirliğin sağlanması için adil ve dengeli bir ortam oluşturulmalıdır. Yani gelişimin süreklilik kazanabilmesi için, farklı insan gruplarının çıkarlarının dengelenmesi ve birbiriyle ilişkili bir şekilde ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği sağlaması gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik doğal çevreyi ve sosyal eşitliği koruyan ve geliştiren ekonomik ve sosyal kalkınma türlerini içermektedir. Bu geniş içerik sürdürülebilirliğin ekolojik, ekonomik ve sosyal olmak üzere üç temel yönünün olduğunu, ekolojik unsurun ve sosyal eşitliğin öncelikli olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, ekolojik iktisatçı Herman Daly sürdürülebilirliğin çevre ve sosyal eşitlik yönünü vurgulayarak özellikle insan potansiyelinin ortaya çıkarılması gerektiğini öne sürmektedir (Diesendorf, 1999: 21-23).



Şekil 9: Sürdürülebilir Üretim Hedefleri

Kaynak: Soubbotina, 2000: 10

Şekil 9'da ifade edildiği gibi ekonomik, ekolojik ve toplumsal unsurlar birbirlerinden farklı süreçlerde işlerler, ancak birbiriyle bağlantılı bir rota içinde çalışırlar ve bunun sonucunda bireyler için ortak değer yaratırlar. Yaratılan ortak değer, yukarıdaki şekilde üç boyutun kesişimi ile temsil edilmektedir (Eneş, 2022: 12).

Sürdürülebilir üretimi sağlayan çevresel, sosyal ve ekonomik unsurlar birbiri arasında denge kurmak zorundadır. Üç unsuru bütünsel bir şekilde ele alan sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi için, her boyutun kendi içerisinde görevlerini yerine getirmesi ve etkileşimlerinin dengeli olması gerekmektedir.

2.7.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomi doğal kaynakları tüketmeden, topluma katkı sağlayan ürün ve hizmetler üretirken karlı olmayı hedefleyen işletmelerin sürdürülebilirliği sağlama çabasıdır.

Ekonomik sürdürülebilirlik, ekolojik açıdan bakıldığında çevresel yararlarla ekonomik maliyetler arasında denge durumunu ifade etmektedir. Esasen bu denge durumu tüm ekonomi faaliyetlerin süreçlerinde, doğal kaynakların idareli kullanımında sınırlamaya gidilmesini ifade etmektedir. Buradan hareketler ekonomik sürdürülebilirlik; ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sürecinde sosyal ve çevresel unsur arayışı olarak da tanımlanmaktadır. İşletmeler açısından bakıldığında ise; fayda-maliyet ile ilişkili olduğu ve öz sermaye, yabancı kaynaklar ve know-how sermayenin yönetilmesini

ifade ettiği görülmektedir. İşletmeler ekonomik, çevresel ve sosyal faktörleri göz önünde bulundurarak fırsatları ve riskleri değerlendirip paydaşlar için uzun dönemde değer yaratmayı amaçlamaktadır (Kiremitçi, 2019: 20).

Ekonomik sürdürülebilirlik; finansal sermayenin iki başlığı olan maddi sermaye (makine, arazi, stoklar) ve maddi olmayan sermaye (işletmenin itibarı, icatlar, bilgi birikimi) şeklindeki ekonomik faaliyetleri içermektedir (Dyllick ve Hockerts, 2002: 133). Dyllick ve Hockerts (2002), ekonomik sürdürülebilirliğin tek başına işletmelere fayda sağlamasının uzun vadede yeterli olamayacağını belirtmekte, ayrıca doğal sermaye ve sosyal sermaye olmak üzere iki türünün de olduğunu eklemektedir. Doğal sermaye; yenilebilir ve yenilenemez kaynakları kapsayan, işletmelerin üretimlerini gerçekleştirirken dikkat etmesi gereken enerji, doğal kaynak, malzeme, su gibi kaynakların israfını engellenmesine odaklanmaktadır. Sosyal sermaye ise; öncelikle çalışanların ve iş ortaklarının becerilerini, motivasyonunu ve işe bağlılığı gibi unsurlarla ilgilenmektedir. Toplumsal sermaye, iyi bir eğitim sistemi, altyapı ve girişimcilik kültürü desteği gibi faktörleri içermektedir.

Baumgartner ve Ebner (2010), ekonomik sürdürülebilirliğin altı yönü olduğunu ifade etmektedir. Bunlar;

1. İnovasyon ve teknoloji: Yeni ürün ve iş faaliyetlerinde çevresel etkileri azaltmak için Ar-ge ve temiz bilgi teknolojilerini etkili bir şekilde kullanılması gerektiğini ifade eder. İnovasyon sürdürülebilirlik açısından işletmelere pazarda yeniden konumlanma avantajı sağlamaktadır. Bir başka açıdan inovasyonun yalnızca teknik araçlarla stratejik avantajlar elde edilemeyeceği, paydaşların ve çalışanların motivasyonlarını yükselten sosyal yönlerin de dikkate alınması gerektiği öne sürülmektedir (Engert ve diğerleri, 2016: 2840).
2. İş birliği: Tedarikçiler, ar-ge kurumları, üniversiteler gibi çeşitli iş ortaklarıyla aktif iş birliği içinde olunması ve yenilikçi ürün ve teknolojiler konusunda ortak bir şekilde stratejik hedefler kurulması gerektiğini ifade etmektedir (Baumgartner ve Ebner, 2010: 79).
3. Bilgi yönetimi: Sürdürülebilirlik ile ilgili bilgilerin; işletme içerisinde organize edilmesi, kullanılması ve çalışanlar ile paylaşılmasını ifade etmektedir.
4. Süreçler: İşletmelerin üretim sürecinde meydana gelebilecek iç ve dış etkilerini yönetmesini ifade eder. Bu aşamada başlıca yapılması gerekenler; finansal performansı ölçmek, sosyal ve çevresel etkileri dikkate almak ve maddi olmayan

duran varlıkların yönetimidir (Doane ve MacGillivray, 2001: 20). Aynı zamanda işletmelerin üretim sürecinde meydana gelebilecek çevre sorunları, ahlaki kurallar, insan hakları, iş kazaları, tedarikten kaynaklanan sorunlar gibi iş risklerini de etkin bir şekilde yönetmesi gerekmektedir (Gürül, 2019: 231).

5. Satın alma: Satın alınırken sürdürülebilirlik konularının dikkate alınmasıdır. Sürdürülebilirlik bilinci ve düşüncesinin hem organizasyonda hem de tedarik zinciriyle ilgili konularda sağlanmasını, tedarikçilerin de sürdürülebilirliğe odaklanmasını ifade etmektedir (Asar, 2022: 26).

6. Sürdürülebilirlik raporlaması: Kuruluşların ekonomik, çevresel, sosyal ve yönetişim performanslarını ölçmelerine, anlamalarına ve iletmelerine yardımcı olan ve bu doğrultuda hedefler belirleyen ve etkin bir şekilde yöneten raporlardır. Sürdürülebilirlik raporu, olumlu ve olumsuz sürdürülebilirlik performansını ve etkilerini ifade etmek için işletmelere yol gösterici bir sistemdir (Zozik ve Doğan, 2022: 7).

Genel olarak ekonomik sürdürülebilirlik; kıt kaynakları israf etmemeye dayanan çevre ve kaynak ekonomisi ile ilgili "eko-verimlilik" stratejileri ve çalışanların motivasyonu ve bireylerin istek ve ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik olan "sosyal adalet" ilişkisine dayanmaktadır (Baumgärtner ve Quaas, 2009: 447).

2.7.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirliğin sosyal yönü; gelişme ve kalkınmayı kapsayan ilerleme ile toplumun din, hukuk sistemi, eğitim, gelenekler, iletişim gibi ekonomiden bağımsız bir temel üzerinde şekillenen değerler sistemi ve sosyal normları arasındaki dengeye odaklanmaktadır. Toplumun her bireyi için sağlanan sağlık, eğitim, uygun barınma ve çalışma koşulları, adalet ve ücret dağıtımı, uygun koşullarda iletişim ve ulaşım gibi hizmetler sosyal dengenin bozulmasına meydan verilmeden sürdürülmesi, sosyal sürdürülebilirliğin dayanağını oluşturmaktadır (Akgül, 2010: 157).

İşletmelerin sosyal sürdürülebilirliği sağlama konusunda insan kaynaklarına önemli görevler düşmektedir. Buna göre, yöneticiler tarafından çalışanın refahı, iş tatmini ve personel hakları gibi kritik faktörlerin sağlanmasının yanı sıra; insan kaynakları departmanlarının yapılan iş hakkındaki eğitim süreçlerini içeren "yetenek artırıcı" uygulamalar ve çalışan katılımın sağlandığı "fırsat artırıcı" uygulamaları geliştirmesi gerekmektedir (Guerci ve diğerleri, 2014: 123).

Sosyal sürdürülebilirlik; gelecek nesiller için sağlıklı ve yaşanabilir bir toplum oluşturma kapasitesini içermektedir. Sosyal anlamda gelişmiş olan toplumlar eşitlikçi, demokratik ve adil bir yaşam kalitesine sahip olmaktadır. Sosyal anlamda sürdürülebilirlik üç şekilde sağlanabilmektedir (Mckenzie, 2004: 14-21).

- Toplumların güçlü ve zayıf yönlerinin objektif biçimde belirlenmesi
- Toplumun istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasının kurumsal sorumluluk olması gerektiği
- İstek ve ihtiyaçların karşılanması için siyasi mekanizmaların devreye girmesi ve bireylerin de fikirlerinin değer gördüğü etkileşimli bir ortam oluşturulması

Harris (2000), sosyal sürdürülebilirliğin gerçekleştirilmesinde sosyal ve kültürel farklılıkların yanı sıra gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki eşitsizliğe dikkat çekmektedir. Gelişmiş ülkeler, sosyal eşitlik, katılımcı demokrasi gibi konularda daha ileri olduğu için sürdürülebilirliğe dahil olma konusunda bilinçli davranmaktadır.

Walker ve diğerleri (2021), döngüsel ekonomi ve sürdürülebilirlik ilişkisi üzerine yaptığı araştırmada; kaynakların yeniden üretim sürecine dahil edildiği döngüsel ekonominin zararlı çevresel etkileri azaltabileceğini, ekonomik büyümeyi teşvik edeceğini gözlemlemiştir. Çevresel sürdürülebilirlik konusunda değeri koruma, döngüyü kapatma, atıkları önleme, ölçülü malzeme kullanımı unsurları dile getirilmiştir. Malzemelerin yeniden kullanımının aynı zamanda daha yüksek fiyat ve dolayısıyla daha iyi finansal performans sağladığını savunmaktadır. Öte yandan, sosyal boyutun işletmelerin odak noktasının dışında olduğunu ancak son zamanlarda olumlu etkiler yaratabileceğini öne sürmektedir. Sosyal olarak etkin bir sürdürülebilirlik faaliyetlerinin sağlanması için "topluluk", "sosyal refah", "iş yaratma", "çalışanlar" ve "eğitim" kavramlarına dikkat edilmesi gerektiğine dikkat çekmektedirler.

2.7.3. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel açıdan sürdürülebilir bir sistem, yenilenebilen kaynakları ön planda tutmakta, yatırımlar aracılığıyla yenilenemeyen kaynakları da tüketmemeye odaklanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirliğin olumlu sonuçlanabilmesi için doğal kaynak tüketiminde minimum düzeye inilmesi ve malzeme kullanımında yenilenebilir ürünler tercih edilmesi gerekmektedir. Uygulanan yönetim stratejileri, üretimde kullanılan hammadde, doğal kaynak kullanımı işletmelerin çevre konusunda

sürdürülebilir bir politika izleyip izlemediği konusunda belirlilik sağlamaktadır (Duran, 2018: 17).

Çevresel sürdürülebilirlik terim ilk olarak Dünya Bankasındaki bilim insanları tarafından kullanıldığı düşünülmektedir. Başlangıçta "çevreye duyarlı kalkınma" şeklinde, daha sonra "çevresel olarak sürdürülebilir kalkınma" ve son olarak "çevresel sürdürülebilirlik" kavramı geliştirilmiştir (Moldan ve diğerleri, 2012: 6).

Goodland (1995) çevresel sürdürülebilirliği, insan ihtiyaçlarının karşılanması için ürün ve hizmetlerin üretim sürecinde kirlilik ve atık simülasyonlarının kontrolünün yapılması ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanıldığı bir ekosistem olarak ifade etmektedir.

Çevresel boyut, bir işletmenin ekosistemler, toprak, hava ve su dahil olmak üzere canlı ve cansız doğal sistemler üzerine odaklanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik sorumluluğu, geri dönüşüm ve enerji verimliliğine uymaktan fazlasını içermektedir. Üretim süreci ve işletme faaliyetlerinin değerlendirilmesine yönelik kapsamlı bir yaklaşımı ifade etmektedir. Üretim sonucu oluşan atık ve emisyonların kaldırılması hatta öncesinde engellemeye yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi, kaynak verimliliğinin ve üretkenliğinin en üst düzeye çıkarılması, çevresel raporlamaların düzgün bir çerçevede işlenmesini hedeflenmektedir (Jamali, 2006: 812-813).

Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için bir başka bakış açısı ise yalın üretim tekniklerinin ve yalın düşüncenin uygulanmasıdır (Singh, 2018: 2). Yalın olma anlayışı gerçekten ihtiyaç duyulmayan her şeyden arındırılmış olmak anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda; işletmeler daha az zamanda, daha az enerjiyle, daha az bir alanda, daha az bir insan gücü ile üretim yapmaları sayesinde gecikme, bürokrasi, israf ve iletişim bozuklukları gibi problemler ortadan kalkmaktadır. Örgütler açısından bu faydaların yanı sıra yalın yaklaşımın benimsenmesi değer katmayan tüm unsurların elimine edilmesinden öte, hayatta kalma ve rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Yalın düşünce yalın bir üretim sistemine ulaşma düşüncesi ile organizasyon içerisinde israf (atık) ve değer arasında ayrım yapan faaliyetlerdir (Türkmen, 2017: 48-53).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PAYLAŞIM EKONOMİSİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bireyleri sürekli olarak çevrimiçi hale getirmiştir. "Sosyal devrim" olarak da adlandırılan Web 2.0 teknolojisi ile sosyal etkileşim kavramı öne çıkmaya başlamıştır. Web 2.0 teknolojisinde kullanıcılar artık pasif bir tüketici değil, içerik hakkında söz sahibi olan, içeriğe katkı sağlayan, geliştiren ve paylaşan aktif tüketicilerdir. Web 2.0, internetin gelecek kuşaklar için temelini oluşturan bir dizi ekonomik, sosyal ve teknoloji trendidir ve en önemli özelliklerinden birisi kullanıcı katılımını içermesidir. İnternet, akıllı telefonlar ve sosyal medya siteleriyle ilgili gelişmeler, yeni tüketici türlerinin ve tüketim alışkanlıklarının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Öztürk, 2022: 242).

Değişen ekonomik ortam ve tüketici alışkanlıkları, kuruluşların yenilikçi çözümler geliştirmesinde kritik rol oynamıştır. Bu bağlamda dijital platformlar aracılığıyla tüketicileri ve üreticileri bir araya getiren paylaşım ekonomisi modeli ortaya çıkmıştır. Paylaşım ekonomisi kavramı kuruluşları yalnızca müşteri ihtiyaçlarını analiz etme konusunda değil aynı zamanda yeni ürün ve hizmetleri daha sürdürülebilir bir şekilde sunarak değer elde edilmesi konusunda da katkıda bulunmaktadır.

Günümüzde sürdürülebilir üretim ve paylaşım ekonomisi kendi alanlarında en çok araştırılan kavramlardır. Youtube, Instagram, Pinterest gibi sosyal medya uygulamaları aracılığıyla paylaşım düşüncesi yaygınlaşmakta ve bireyler üretimlerini gerçekleştirip dijital platformlarda gelir kazanmaktadır. Bireylerin paylaşım ekonomisini tercih etme sebeplerinin başında gelir kazanma amacı gelmektedir. Paylaşım ekonomisi sayesinde bireyler sosyal ilişkilerini güçlendirmektedir. Ayrıca kaynakların yaşam döngüsünün uzaması sayesinde temiz bir çevre sağlanmaktadır. Güncel bir örnek olan Covıd-19 kaynaklı salgın nedeniyle tüm dünyanın evlerinde yaşamlarını sürdürmeye başlaması sonucunda işletmelerin faaliyetlerini dijital üretimine kaydırmasının yanı sıra bazı bireyler ürün ve hizmetlerini sosyal medya aracılığıyla sunarak kazanç elde etmiş böylece yeni iş alanları oluşmaya başlamıştır.

Bu bölümde öncelikle paylaşım ekonomisinin tarafları olan işletmelerin ve tüketicilerin perspektifinden incelenmiştir. Bu kapsamda işletmeleri paylaşım

ekonomisine yönlendiren sebepler araştırılmıştır. Ayrıca gelecekte paylaşım ekonomisini benimseyen işletmeleri neler beklediğine değinilmiştir. Daha sonra paylaşım ekonomisi; sürdürülebilir üretimin üç boyutu olan çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirliğe olan etkilerine yer veren literatürde yapılan çalışmalar ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir.

3.1. Paylaşım Ekonomisinde Tüketicilerin ve İşletmelerin Rolü

Günümüzde tüketiciler her zamankinden daha fazla ürün ve hizmet seçeneğine sahiptir. Değerin anlamı ve değer oluşturma süreci, ürün ve firma merkezli bir bakış açısından hızla kişiselleştirilmiş tüketici deneyimlerine kaymaktadır. Değer, deneyimlere doğru kayarken pazar; tüketiciler, tüketici toplulukları ve firmalar arasında sohbet ve etkileşimler için bir forum haline gelmektedir. Tüketiciler artık nüfuzlarını iş sisteminin her bölümünde kullanmaya çalışmaktadır. Yeni araçlarla donanmış ve mevcut seçeneklerden memnun olmayan tüketiciler, işletmelerle etkileşimde bulunmak ve dolayısıyla "birlikte değer oluşturmak" istemektedir. Değerin birlikte oluşturulması günümüzde tüketici-işletme etkileşiminin değişen doğası açısından önem arz etmektedir (Prahalad ve Ramaswamy, 2004: 5-6). Bu açıdan değerlendirildiğinde tüketiciler değer zincirinin sonunda yer alan "son kullanıcı" olmayıp değer oluşturma ve değer transferi ağlarında birbirlerine ve işletmelere bağlanmış üreticiler olarak görülmektedir (Dedeoğlu, 2017: 26).

Bendapudi ve Leone (2003), müşteri konumundaki bireylerin üretim sürecinde yer almasının müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir rol oynadığını savunmaktadır. Ürün ve hizmetlerin tamamen işletme çalışanları tarafından yapıldığı "firma üretimi" ve müşteri ile işletmelerin etkileşimli olarak üretimin belli aşamalarına katıldığı "müşteri katılımlı üretim" arasındaki farka dikkat çekerek müşterilerin iş sürecine dahil olmasının işletmeler için değer sağladığını gözlemlemişlerdir.

Tüketicilerin üretim sürecine katkıda bulunması ile giderek üretici-tüketici ilişkisine dayalı ortaklaşa faaliyette bulunduğu "ortak üretim (co-production)" (Pongsakornrungsilp ve Schroeder, 2011) ve Toffler (1981)'ın kullandığı "tüketici-üretici (prosumer)" şeklinde iki farklı kavram benimsenmiştir. Aslında bu kavramlar geçmişten beri bilinen unsurlar olmasına rağmen Web 2.0 ile birlikte internet ve sosyal ağların gelişmesi sonucu gelişen paylaşım ekonomisi sistemi ile daha da gelişmiştir. Örneğin; Web 2.0'daki Facebook, Amazon, Wikipedia gibi platformlarda kullanıcıların içeriklerini

paylaşması, bireylerin ürettikleri ürünleri bu platformlar aracılığıyla satması ya da işletmelerin ürün ve hizmetlerinin reklamlarını tüketicilere duyurması gibi faaliyetler tüketici-üretici (prosumer) başlığına dahil olmaktadır (Ritzer ve Jurgenson, 2010: 26-29).

Teknolojinin neredeyse her alanda yaygınlaşmasıyla ticari faaliyetlere yani ürün ve hizmetlerin üretimine tüketici konumundaki bireyler de katılmaktadır. Kullanmadıkları ürünleri ya da birtakım hizmetleri dijital platformlar aracılığıyla paylaşarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

İşletmelerin odak noktası olan müşterilerin tercihlerinin paylaşım odaklı platformlara yönelmesiyle işletmeler de stratejilerini bu yönde geliştirmektedir. Farklı kuruluşlar ve müşteriler arasında malların ve hizmetlerin paylaşılması günümüz ekonomik ortamında önemli rol oynamaya başlamıştır. Geleneksel piyasada işletmeler, bir ürünün sahipliğini kazanma amacına sahipken; paylaşım ekonomisi çerçevesinde politikalarını gerçekleştiren işletmeler geçici erişim haklarıyla değer elde etme avantajı elde etmektedir. Daunoriene ve diğerleri (2015), değişen ekonomik ortam ve paylaşım ekonomisine artan ilginin işletmelerin yalnızca müşteri ihtiyaçlarını analiz etmek için değil aynı zamanda yeni ürün ve hizmetleri daha sürdürülebilir bir şekilde sunarak değer elde etmesi gerektiğini savunmuşlardır. Paylaşım kavramının bu anlamda işletmelere yenilikçi çözümler bulmasına yardımcı olmasını sağlayacağını ve ekonomik, sosyal, çevresel konular arasında denge kurulması gerektiğini benimsemişlerdir.

3.1.1. Tüketici- Üretici ve Ortak Üretim Kavramı

Tüketici-üretici (prosumer) kavramını ilk kez Toffler 1981 yılında kullanmıştır. Toffler tüketicinin üretim sürecine dahil olduğunu ancak sürecin belli aşamalarını kapsadığını belirtmiştir. Satın aldığı bir ürünün kurulumunu kişinin kendisinin yapması örnek olarak gösterilebilir. Teknolojik gelişmelerle tüketici-üretici oluşumları yaygınlık kazanmaktadır. Toffler'ın çizdiği tablo günümüzde büyük ölçüde benimsenmektedir. İnsanlar Youtube'dan bozulan bir aletin tamirini, kırılan telefonun camlarının değişiminin nasıl yapılacağını izleyerek uygulayabilme imkanına sahiptir. Aynı zamanda Pinterest'te tasarım ürünleri görebilmekte, hoşlarına giden bir şeyi bilgisi ve imkanı varsa 3B yazıcılarla bastırabilmektedir (Gülçay, 2019: 41).

Auh ve diğerleri (2007), ürün ve hizmetlerin ortak üretiminin (co-production) müşteri değeri üzerinde olumlu değer sağladığını vurgulamaktadır. Ortak üretimi benimsemenin işletmelere iki yönden faydası bulunmaktadır. Birincisi, müşteriyi ortak

üretime dahil etmek, kuruluşlar için ürünlerin (örneğin, IKEA' dan mobilya montajı) veya hizmetlerin (örneğin, internet üzerinden uçak biletlerinin satın alınması) maliyetlerini azaltmaktadır. Bu ekonomik mantık emek yoğun üretim süreçlerine sahip ve stok yapamayan hizmet kuruluşları için önem arz etmektedir. İkinci olarak, kuruluşların tekliflerinin tüketicilerin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmesi özelliğidir. Bu durum, işletme ile müşteri arasında karşılıklı bağlılık ve taraflar arasında aktarılan bilgi alışverişini ifade etmektedir. Tüketiciler ek seçim yapma gibi fırsatlardan yararlandığı için müşteri sadakati durumu ortaya çıkmaktadır (Auh ve diğerleri, 2007: 359-361).

Wei ve diğerleri (2021), ortak üretim (co-production) ve ortak tüketim (co-consumption) arasındaki farklara ilişkin yaptığı araştırmada faaliyetlerin giderek paylaşıma yönelik yapıldığına dikkat çekmiştir. Ortak tüketim, araç kiralama platformları gibi tüketicilerin paylaşılan bir kaynağın kullanımını koordine etmesine dayanmaktadır. Ortak üretim ise, üretici rolündeki sürücülerin hizmet sağlayıcı olduğu ve hizmeti "üretmek" için yolcularla yaptığı paylaşım sistemidir.

İşletmelerin yalnızca üretim sürecinde değil ürün ya da hizmetlerin tasarım, fikir üretme ve diğer faaliyetlerine de tüketicilerin dahil edilerek ortak tüketime tüm aşamalarda aktif katılımın sağlanması gerekmektedir. Bu noktada, pazarlama yöneticilerine birlikte değer sağlama konusundaki farkındalıkların artırılmasında önemli görevler düşmektedir. Tüketicilerin bu tür faaliyetlere aktif katılımı, kuruluşların iş ortamını iyileştiren değerlerin birlikte sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca ortak tüketimin sağladığı birtakım avantajlar bulunmaktadır. Bunlar (Chatterjee ve diğerleri, 2021: 4-15);

- Tüketici deneyimi: Deneyim, bir işletmenin sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgili içsel değer taşıyan, akılda kalıcı, duygusal etkileşim kavramıyla yakından ilişkili olan bilişsel ve fiziksel tepkilerdir (Chatterjee ve diğerleri, 2021: 5). Ortak üretim sistemi sonucu meydana gelen ürün ve hizmet sistemleri olumlu ya da olumsuz bir müşteri deneyimi ile sonuçlanabilir (Edvarsson ve diğerleri, 2011: 542).
- Gelecekteki katılım niyeti: İşletmelerin ortak tüketime katılan tüketicilere promosyon gibi teşvik edici fırsatlar sunarak proaktif etkileşimi sağlayarak tüketiciler gelecekteki katılım için motive edilmelidir (Xiao ve diğerleri, 2019: 49).
- Sosyal iş birliği: Tüketicilerin üretim sürecine aktif katılımı bütünleştirici toplumsal dayanışmayı sağlamaktadır. Aynı zamanda sürdürülebilirliğin

sağlanması, iş süreci hakkında bilgi sahibi olma gibi motive edici faktörler de bulunmaktadır (Rashid ve diğerleri, 2020: 224).

– Birlikte değer yaratma: Sosyal medya, tüketiciler ve işletmeler arasında iş birliğine dayanan birlikte değer yaratma ürün tasarımından geri dönüşümüne kadar olan ürün geliştirme sürecine sürekli katılımını ifade etmektedir (Rathore ve diğerleri, 2015: 10).

– İş avantajları: İşletmelerin ticari faaliyetlerini artırmakla birlikte yeni istihdam alanları oluşturmayı ve dijital okuryazarlığı teşvik etmektedir.

3.1.2. Paylaşım Ekonomisinde Bireysel Üreticiler

Paylaşım odaklı iş modellerinde bireysel üreticiler genellikle mikro girişimci olarak adlandırılmaktadır. İçinde bulunduğumu dijital çağda tüketiciler de artık çeşitli alanlarda ürün, hizmet ve değer üreterek pazarda bir anlamda imaj yaratmaktadır.

Bu iş modelinin genişlemesiyle, bazı araştırmacılar geleneksel işlerin sona ereceğini düşünmektedir. Bazıları bu gelişmeyi memnuniyetle karşılarken, diğerleri bu gelişmenin istikrarı ve kalitesiyle ilgili sonuçlarından endişe duymaktadır. Ancak birçok kişi paylaşım odaklı iş modellerinin özellikle teknoloji tarafından yönlendirildiğini ve bu nedenle büyük ölçüde kaçınılmaz olduğunu düşünmektedir. Geleneksel olmayan çalışma düzenlemelerine olan ilginin son zamanlarda artması ve yeni teknolojinin iş organizasyonunda hızlandırılmış bir değişim hızı ürettiği algısı, bu tür değişikliklerin hem çalışanları hem de işletmeleri nasıl etkileyebileceğine dair ilginin yeniden canlanmasına yol açmıştır (Abraham ve diğerleri, 2020: 32).

Bireysel üreticileri ve işletmeleri paylaşım ekonomisine yönlendiren öncelikli motivasyon aracı gelir elde etmeleridir. Bireysel üreticiler ve işletmeler yaptıkları işten kazanç sağladıkça işe bağlılıkları artmakta ve kariyerlerinde daha güçlü ilerlemektedir. Tüketicilerin taleplerine göre satış yapan bazı işlerde bağımsız bir şekilde çalışması sonucunda üretim yapan bireyler daha fazla boş zamana sahip oldukça yaratıcılıklarını artırabilmektedir. Genellikle eğitim oranı ve devam etme niyeti paralel bir şekilde artmaktadır. Yaş grubu daha genç olan ve eğitim durumu yüksek olan bireyler paylaşım odaklı iş modellerini tercih etmektedir. Ayrıca el emeği isteyen Etsy gibi platformlarda boş zamanlarını değerlendirmek isteyen kişilere yeteneklerini sergileme fırsatı sunmaktadır. Bir başka açıdan sosyalleşmeyi ve yeni insanlar tanımayı sağladığı görüşleri de bulunmaktadır. Paylaşım odaklı iş modelini benimseyen girişimciler pazarda belli bir

noktaya geldiğinde kurumsallaşmış markalar ile çalışmaktadır. Örneğin; küçük bir girişimcilik örneği olan Dolap uygulaması zamanla yükselmesi sonucunda Trendyol ile ortak çalışmaya başlamıştır.

Hirschi (2017), sanayinin dijitalleşmesiyle oluşan dördüncü sanayi devriminin kişilerin kariyerlerini yeniden yapılandırdığını ele almıştır. Bu yaklaşımdan yola çıkarak yalnızca bir üretim sürecini değil işletmelerin ve paylaşım ekonomisini benimseyen üreticilerin içinde barındığı tüm faktörlerin değişime uğradığı görülmektedir. Aynı zamanda bireysel üreticiler de bu değişimi kendi kariyerlerine uygulamaktadır. Örneğin; paylaşım odaklı iş modeli sayesinde gelir kazanan bireysel üreticiler endüstri 4.0 ile gelişen teknolojilerden biri olan üç boyutlu yazıcılar ile tasarımlarını yapıp üretimlerini gerçekleştirebilmektedir.

Endüstri 4.0'ın getirdiği yeniliklerden biri de Fab laboratuvarları (fabrikasyon laboratuvarları) girişimleridir. Fab laboratuvarları, MIT'de (Massachusetts Institute of Technology) profesör olan Neil Gershenfeld tarafından geliştirilmiştir. Gershenfeld, dijital üretim araçlarının insanların neredeyse her şeyi imal etmeleri için yaygın olarak kullanılabilir hale getirmeyi hedeflemiştir. Günümüzde fabrika laboratuvarları, özellikle üç boyutlu yazıcılar gibi fiziksel nesnelerin tasarımı ve üretimini gerçekleştirilmesini sağlayan dijital üretim için araçlara erişim sağlayarak buluşları mümkün kılan küresel bir sistem içerisinde üretimlerini gerçekleştirmektedir. Bu sayede zaman, enerji ve fiziksel güç gerektiren becerileri oluşturan operasyonel maliyetler azalmaktadır (Acquier ve diğerleri, 2019: 13).

3.1.3. İşletmelerin ve Bireysel Üreticilerin Paylaşım Ekonomisini Tercih Etme Nedenleri

Paylaşım ekonomisi birçok işletme ve girişimci tarafından tercih edilmektedir. Paylaşım ekonomisi; teknolojiyi, inovasyonu, pazarlamayı ve niş hizmetleri içermektedir. Aynı zamanda aracı kurumları ortadan kaldırır, maliyetleri düşürür ve insanları birbirine bağlar. Çevrimiçi platformlar sayesinde tüketiciler daha uygun fiyatlı, yüksek standartlara sahip çok çeşitli ürün ve hizmetlere erişebilirler. Bu platformların hızlı şekilde büyümesinin sebebi, teknolojik yenilikler ve arzın esnekliğidir. Teknolojinin beraberinde getirdiği yenilikler, tedarikçiler ve tüketiciler için pazara giriş sürecini kolaylaştırmış ve maliyetleri düşürmüştür. Arz tarafı mevcut uygulamalara daha çabuk adapte edilmektedir. Paylaşım ekonomisi kaynaklara saygı duyularak sürdürülebilirlik sağlayan

ve gelecekteki kaynaklardan ödün vermeyen bir sistemdir. Günümüzde daha dayanıklı ürünler kullanmaya ve daha aktif bir şekilde geri dönüşüme ilgi duymaya çalışan iş modellerinin meydana geldiği gözlenmektedir. Ayrıca ürünlerin daha verimli kullanılması, üretim için ihtiyaç duyulmayan kıt kaynakları koruyabilmektedir (Akyol, 2020: 626).

Soyak (2019) giyim üzerine yaptığı bir çalışmada; paylaşım odaklı tüketim çerçevesinde arz ve talep tarafında oluşan yeni dinamiklerin, giyim ürünlerinin tasarımı açısından mevcut malzeme ve yöntemler ile kaynakların verimliliğini artırdığını, uzun ömürlü ürünlerin tasarlanmasını ve üretilmesini desteklendiğini; döngüsel nitelikli yeni malzeme, ürün ve üretim yöntemlerinin geliştirilmesini teşvik ettiğine değinmektedir. Ayrıca yakın dönemde sürdürülebilirlik alanındaki çalışmaların; üretim faaliyetlerinin teknolojik ilerlemeler ile daha verimli hale getirilmesinin yanı sıra, önemli bir kısmının üretim ve tüketim mekanizmalarında yer alan süreçlerin kaynakların sürekli kullanımını destekleyecek şekilde yeniden yapılandırılmasına odaklandığı yaklaşımında bulunmaktadır.

Chen ve diğerleri (2020), paylaşım ekonomisi ile birlikte gelişen bisiklet paylaşım sistemlerinin kısa mesafeli ulaşımlar üzerindeki baskıyı azaltmada ve çevresel anlamda sürdürülebilirliği sağlamada etkin bir rol oynadığını savunmaktadır. Bu alanda hizmet veren işletmelerin belediyeler gibi yerel yöneticileri ile iş birliği içinde bulunması gerektiğini de ifade etmektedir.

Paylaşım ekonomisi platformları, kullanılmayan ürünlerin takas edilmesi sonucu tüketimi azaltmasının yanı sıra bireylerin kısa vadeli işler bulmasına yardımcı olmaktadır. Eski usul komşu dayanışmasını içeren tamirat, bahçe bakımı gibi ev işlerine yardımcı olacak kişilerin dijital platformlar aracılığıyla bulunmasını sağlayan TaskRabbit uygulaması yeni bir iş modeli olarak pazarda yerini almıştır. Ancak bu alanda hizmet veren işletmelerin güvenlik anlamında önlemler almasına ve sigorta sistemlerinin sağlanmasına dikkat etmesi gerekmektedir (Felländer ve diğerleri, 2015: 29).

Rosenblat ve Hwang (2016), tarafından yürütülen çalışmada önde gelen paylaşım platformlarından Uber ve Lyft'nin Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'daki hizmet sağlayıcılar üzerindeki motivasyonları ve bu platformu tercih etme nedenleri konusunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Kariyer: Daha iyi bir yaşam kalitesi sağlamıştır.

– Hobi: Sürücülerin daha fazla boş zamanı olduğu için kendisine ve ailesine daha fazla vakit ayırma imkanı bulmuştur.

– Esneklik ve kendi işinin patronu olma: Sürücülerin yoğun çalışma temposundan uzak bir ortamda çalışmasını ifade etmektedir. Özellikle sosyal ve ekonomik anlamda fayda sağlamaktadır.

– Diğer küçük işletmeleri destekleme: Sürücüler müşterilerine yerel turistik yerler, restoranlar gibi mekanlar hakkında bilgi vererek farklı sektörlerdeki işletmelere katkı sağlamaktadır.

– Yeni bir dil öğrenmek: Sürücülerin yeni bir dil öğrenerek kendilerini geliştirdiği gözlemlenmiştir. Uber ve Lyft'nin uygulamalarının evrensel bir dil olan İngilizce olarak yürütülmektedir. Anadili İngilizce olmayan farklı ülkelerdeki kullanıcıların ve hizmet sağlayıcıların bu konuda zorluk yaşayabileceği belirtilmiştir.

3.2. Paylaşım Ekonomisinin Sürdürülebilir Üretim Boyutları Açısından Değerlendirilmesi

Sürdürülebilir üretim; genel çerçevede sosyal, ekonomik ve çevresel şeklinde üç kategoride incelenmektedir. İşletme perspektifinden bakıldığında, ekonomik değerin gerçekleştirilmesi birincil amaç olmaktadır. Sürdürülebilir iş modellerinde, ekonomik değer yaratımı, artan maliyet etkinliğiyle bağlantılıdır. İşletmeler üretimlerini, daha düşük maliyetlerle malzeme ve enerji verimliliğini artırmak ve karlılığı artırmak için tasarlayabilmektedir. Ayrıca paylaşım ekonomisini benimseyen işletmeler yeni gelir kaynakları yaratmakta, yeni pazarlar açmakta ve firmaların rekabet gücünü artırmaktadır. Ekonomik değer, genel ekonomik refahı artırarak toplum düzeyinde de tam istihdamı artırmaktadır. Sürdürülebilirliği bir kuruluşun uzun vadeli stratejisine, değerlerine ve iş modellerinin tasarımına dahil etmek, çevresel riskleri ve gelecekteki belirsizliği azaltmaktadır. Sürdürülebilir iş modelleri kamusal itibar ve imaj faydaları sağlamaktadır. Bununla birlikte son zamanlarda odak noktası giderek artan bir şekilde çevresel ve sosyal değer unsurlarına doğru kaymakta ve değer yaratma kavramı çeşitli paydaş gruplarının psikolojik, duygusal, bilişsel faktörler ve deneyimleri (faydalar ve iş tatmini) gibi somut olmayan değer unsurlarını da kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Paylaşım odaklı iş modelleri, bir kuruluşun değeri nasıl yarattığı, sunduğu ve yakaladığı kapsamında değer kavramıyla yakından bağlantılıdır.

Sürdürülebilirlik üzerine yapılan çalışmalar; üretim faaliyetlerinin teknolojik gelişmeler ile uyumlu bir şekilde revize edilmesi ve insan kaynaklarının yeniden kullanılmasını destekleyecek paylaşım odaklı iş modellerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, paylaşım odaklı tüketimin bireylerin alım gücünü artırması ve daha fazla ürüne, daha pratik ve hızlı biçimde erişimini sağlamasıyla aşırı tüketim dinamikleri oluşturma, toplamda bakıldığında tüketimde artışı tetikleme potansiyelinin bulunduğu yönündedir. Bu anlamda şirketlerin ekonomik ve çevresel getiriler çerçevesinde doğru konumlandırılmaları gerekmektedir (Soyak, 2019: 164).

Paylaşım odaklı iş modelleri, sürdürülebilir üretim bağlamında değerlendirilirken, özellikle ürün veya hizmetlerin sahiplikten ziyade değiş tokuşa odaklanması gerektiğini göz önünde bulundurmalıdır. Burada önemli olan paylaşım ekonomisinin sahiplik olgusunu nasıl temsil ettiğidir. Sürdürülebilir üretim ve paylaşım ekonomisi kaynakların kullanımının azalması noktasında ortak paydada toplanmaktadır. (Geissinger ve diğerleri, 2019: 421). Geissinger, giyim sektörünün paylaşıma dayalı stratejiler geliştirmesinin sürdürülebilirliğe daha fazla katkı sağlayacağını savunmaktadır. Kullanıcılar sahip olma ve tüketmenin aksine giysilerini dijital platformlarda paylaşması sonucunda ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. İşletmeler geri dönüştürülebilir ürün ve hizmetler geliştirerek kaynak kullanımını azalmaya yönelik politikalar geliştirmektedir.

Sürdürülebilirlik hedefi olan işletmeler yeni malzemeler ile üretimin yanı sıra çevreye duyarlı üretim stratejileri çerçevesinde temiz ve yenilenebilir enerji kaynaklarına odaklanmaktadır. Ancak halihazırda faaliyet gösteren sektörler ile aynı amaca sahip Uber gibi araç paylaşım platformlarının faaliyetlerini sürdürülebilirlik ile ilişkilendirmemektedirler. Daha az araç kullanımının karbon emisyonunu azalttığı bilinmektedir. Ancak Uber gibi faaliyet gösteren sektörlerin çevresel sürdürülebilirliğe katkısı henüz ölçümlenmemiştir. Ayrıca ekonomik sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde vergi sorunları ile karşılaştığı için giyim sektörüne göre nispeten geliştirilmesi gereken bir alandır.

Daunoriene ve diğerleri (2015) tarafından yapılan bir araştırmada; ekonomi, çevresel, sosyal ve teknolojik alanlarda olmak üzere dört farklı paylaşıma dayalı iş modellerinin performansını ölçmek üzere paylaşım ekonomisi sürdürülebilir kalkınma

perspektifi belirlenmiştir. Belirlenen paylaşım ekonomisi sürdürülebilir kalkınma hedefleri Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Paylaşım Ekonomisi Sürdürülebilir Kalkınma Perspektifleri

Sürdürülebilirlik alan	**Tanım**	**Perspektif**
Ekonomik	Ekonomik alan; kaynakların üretimi, kullanımı ve yönetimi ile ilgili uygulamaları ve maddi ifadeleri vurgulayan örgütsel bir alan olarak tanımlanır.	Üretim ve kaynak sağlama Takas ve değişim Muhasebe Tüketim ve kullanmak
Çevre	Ekolojik, örgütsel ve doğal çevre arasındaki kesişme noktasında ortaya çıkan uygulamaları vurgulayan örgütsel bir alan olarak tanımlanır.	Malzemeler ve enerji Su ve hava Emisyon ve atık
Sosyal	Sosyal süreçlerle ilişkili söylemleri vurgulayan örgütsel bir alan olarak tanımlanır. Sistemler, yapılar ve ilişkilerin mevcut/gelecek nesillerin sağlıklı ve yaşanabilir topluluklar oluşturma hedefini aktif olarak desteklemektedir.	Sosyal eşitlik ve adalet Sağlık eşitliği Topluluk gelişimi İnsan ve işçi hakları Sosyal sorumluluk Kültürel eşitlik
Teknolojik	Dünyanın ekosisteminden veya sonraki nesillerin beklentilerinden ödün vermeden tüm çalışanları, müşterileri ve toplum için "iyi bir yaşamı" destekleyen ve geliştiren bir organizasyonel alan olarak tanımlanır.	Yerli Emek yoğun Düşük maliyet

Kaynak: Daunoriene ve diğerleri, 2015: 839

3.2.1. Paylaşım Ekonomisinin Çevresel Sürdürülebilirliğe Etkileri

Paylaşım odaklı iş modellerinin çevresel değeri genellikle kaynak verimliliğini sağlama ve enerjinin sürdürülebilirliği ile ilgilidir. İşletmeler ürün ve hizmetleri yeniden kullanma, dönüştürme veya atıkları ortadan kaldırmaya yönelik sistemler geliştirmesi sonucu çevresel sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Aynı zamanda Uber gibi araba paylaşım platformları tercih edildiği zaman çevreye ve insanlara zarar verebilecek sera gazı gibi zararlı çevresel etkiler ve emisyonlar azalmaktadır (Laukkanen ve Tura, 2020: 3). Ancak paylaşım ekonomisi nispeten yeni bir yaklaşım olduğundan dolayı çevresel etkileri kesin bir şekilde ölçümlenememiştir. Bu duruma kısmi denge analizi adı verilmektedir. Kısmi denge analizi Marshall'ın oluşturduğu bir yaklaşımdır. Ekonomik sistemler durmadan değişmekte, yeni arz ve talepler meydana gelmektedir. Paylaşım ekonomisi, bu anlamda yeni bir ekonomik model olduğundan dolayı ekonomik ve sosyal etkileri gözlenirken çevresel etkilerinin uzun vadede etki sağlaması için piyasaya tam olarak yerleşmesi gerekmektedir.

Paylaşım odaklı iş modellerine katılmaya yönelik davranışsal motivasyonlar, çevresel anlamda sürdürülebilirlik güdüsü yerine temelde ekonomik kazanımlar şeklinde

“kar amaçlı” olarak tercih edildiğinde sözde paylaşım faaliyetlerine girebilirler. Bu durumda gereğinden fazla üretime neden olmakta ve çevresel anlamda sürdürülebilirlik tespit edilememektedir (Gupta ve Chauhan, 2021: 358).

Paylaşım odaklı iş modelleri ürün veya hizmetin türüne bağlı olarak değişmektedir. Bu modeller daha sürdürülebilir bir tüketim sağlamakta ve ürün yaşam sürelerini uzatarak kaynak döngülerini yavaşlatmaktadır. Özellikle malların atıl kapasitesinden yararlanmak, kullanım yoğunluğunu artırarak yeni mallar üretme ihtiyacında bir azalma sağlamaktadır (Curtis ve Lehner, 2019: 10).

Tüketici davranışlarındaki değişim sonucunda, kullanılmayan eşyaların paylaşılarak ürünün yaşam süresini uzatırken; tüketicilerin daha az satın alıp daha çok kiralama ya da ödünç yöntemlerini tercih ederek çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Paylaşım ekonomisinin özellikle belediyeler tarafından da hızla büyüdüğü gözlemlenmektedir. Giysi paylaşım kutuları ya da geri dönüştürülebilir ürünlerin işletmelere tekrar gönderilerek üretime kazandırılması sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Birçok paylaşım odaklı iş modeli, doğal ve diğer fiziksel kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlamaktadır. İnsanlar daha az kaynak kullanılan ve ekolojik ayak izleri[2]ni azaltan yaşam biçimlerine yönelmektedir (Tiryakioğlu, 2019: 9).

Genellikle paylaşım uygulamaları, kaynak verimliliği ve kaynak tasarrufu potansiyeli taşıdıkları için erken bir aşamadan itibaren döngüsel ekonomi tartışmalarının bir parçası olmuştur. Döngüsel ekonomi; ürünlerin, malzemelerin ve kaynakların değerinin ekonomide mümkün olduğu kadar uzun süre korunduğu sistemleri içermektedir ve dijital paylaşım platformları, ürünlerin kullanım ömrünü ve faydasını uzatarak bu sisteme katkıda bulunmaktadır (Öztürk ve Arıkan, 2022: 244).

Demailly ve Novel (2014) paylaşılan ürünlerin sürdürülebilirliği konusunda yaptıkları çalışmada, kiralanan ürünlerin çok daha yavaş yıpranması sonucu üretilen ürün sayısının azaldığını belirtmektedir. Ayrıca ürünlerin kısa mesafede nakliye koşulları sayesinde tedarik konusunda optimizasyon sağlandığını öne sürmektedir.

Paylaşım ekonomisi oluşumları atıl kapasitenin daha potansiyelli kullanılmasını sağlayarak gereksiz üretimin ve çevresel kirliliğin azaltılmasına önemli katkılar turizm

[2] Ekolojik Ayak İzi: İnsan faaliyetleri olan üretim/tüketim sonucu bozulan biyolojik kapasitenin (toprak, su, bitki örtüsü gibi) dengesini hesaplamak ve ekosisteme geri kazandırılması gereken miktarı belirleyebilmek için geliştirilmiş bir yöntemdir.

alanına da yansımaktadır. Örneğin; artan turist sayısı nedeniyle ortaya çıkan yeni konaklama tesisi ihtiyacı ve bu tesislerin ısıtılması/soğutulması esnasında karbon salınımlarının oluşturduğu zararlı çevresel etkiler, mevcut konutların paylaşıma açılmasıyla büyük ölçüde azaltılabilmektedir (Kacar ve Yakın, 2018: 727). Konaklamadan kaynaklanan en büyük çevresel etkinin otellerin inşası ve hizmet olanaklarının giderlerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak, konaklama paylaşım platformları halihazırda var olan mülkleri kullanarak ekstra enerji kullanımını azaltmaktadır. (Zvolska, 2015: 33).

Caspersen ve Navrud (2021), tüketicilerin giysi kiralamak için paylaşım platformlarını kullanırken "son mil teslimat" seçeneğini tercih etmelerine ilişkin tutumlarını inceleyen makalelerinde, teslimat süresindeki gecikmelerin azaldığını gözlemlemektedir. Son mil teslimat; tedarik zincirinin son halkasını oluşturan bir bölümdür. Son tüketicinin ürünleri evde veya toplama noktasında teslim aldığı işletmeden tüketiciye (B2C) paket teslimatının son aşaması olarak tanımlanmaktadır (Dündar, 2021: 512). Ayrıca sıfır emisyon teknolojisi sağlayan elektrikli kamyonetler ve bisikletler gibi araçlar kullanılarak hem hızlı teslimat hem de emisyon azaltımı sağlanabilmektedir (Caspersen ve Navrud, 2021: 12).

Piscicelli ve diğerleri (2014), çevreye duyarlı sürdürülebilir ürünler satan bir mağaza olan Birleşik Krallık merkezli Ecomodo platformu katılımcılarının platformu kullanmaya yönelik motivasyonlarını ölçen araştırmalarında; katılımcıların %32'si paylaşım platformuna katılmanın birinci nedeni olarak "yeşil ve çevreci olması" özelliğinden dolayı tercih ettiğini ortaya koymuşlardır. Aksine, Mölhman (2015) konaklama ve araç paylaşım platformlarının tekrar kullanma niyetine yönelik yaptığı karşılaştırmalı analizinde, çevresel faktörlerin bu platformları tekrar kullanma niyeti üzerinde bir etkisi bulunmadığını gözlemlemiştir.

Santos (2018), araç paylaşım platformlarının bekleme süresinin az olması, konforlu bir yolculuk sağlamasının yanı sıra karbondioksit (CO2) salımının azalttığı, yakıt tasarrufu sağladığı ve trafik sıkışıklıklarını önlediği için çevresel sürdürülebilirliğe önemli ölçüde katkı sağladığını ifade etmektedir. Tüm bunların yanında paylaşım ekonomisinin çevresel sürdürülebilirliğe negatif etkileri de söz konusudur. Öte yandan Caspersen ve Navrud (2021), doğrudan tüketicilere yapılan teslimatlarda özel yerleşim

bölgelerine sürekli bir akış olduğundan dolayı daha fazla emisyona neden olacağını öne sürmektedir.

Verboven ve Vanherck (2016), yeni sürdürülebilir iş modellerinden biri olan paylaşım ekonomisinin, sürdürülebilir ekonominin hedefleriyle çelişen beklenmedik dışsallıklar ortaya çıkardığını öne sürmektedir. Bu çelişki "sürdürülebilirlik paradoksu" olarak ifade edilmiştir. Sürdürülebilirlik paradoksu, tüketimde azalmanın aksine daha fazla pazar rekabeti ve ekonomik sistemler üzerinde baskıya neden olduğu gerekçesiyle çevresel etkilerin tam olarak ölçümlenememesi durumudur. Bu tanım göz önünde bulundurulduğunda paylaşım ekonomisinin ürün ve hizmetlere erişimin ucuz ve hızlı olması sebebiyle daha fazla tüketime yol açacağı savunulmaktadır.

Paylaşım ekonomisinin çevresel sürdürülebilirliğe etkileri farklı başlıklar altında incelenmektedir. Bunlar; çevreye duyarlı tüketiciler (Cherrier ve diğerleri, 2010; Tussyadiah, 2015), verimli kaynak kullanımı (Barnes ve Mattson, 2016; Chuah ve diğerleri, 2021; Tussyadiah, 2015), karbon emisyonları (Palgan ve diğerleri, 2017; Murillo ve diğerleri, 2017; Fan ve diğerleri, 2019; Gu, 2022) şeklindedir.

3.2.1.1. Çevreye Duyarlı Tüketiciler

Sürdürülebilirlik, çoğunlukla tüketicilerin çevre dostu ürünler seçmesine yöneltilerek bilinçli bir ortam sağlanmasına odaklanmaktadır. Bir başka açıdan tüketiciler çevreye zarar veren ürünleri/markaları tüketmemeyi tercih edebilir. Bu tüketmeme eğiliminin altında yatan ana fikir tüketicilerin bir satın alma işlemi gerçekleştirdiğinde tüm ekosistemi etkilemesidir.

Tüketmeme üç ana başlık altında sınıflandırılan geniş bir olgudur. Bunlar bir ürünü tüketmeme kararından oluşan "kasıtlı tüketmeme", tercih edilen bir alternatife yönelik seçimden kaynaklanan "rastgele tüketmeme" ve bir kişinin belirli bir ürün için tüketici olarak hareket edemediğinde ortaya çıkan "uygun olmayan tüketim" şeklindedir (Cherrier ve diğerleri, 2011: 1758). Paylaşıma dayalı olan ürün/hizmet sistemleri, kasıtlı tüketmeme yaklaşımına uygun bir yöntemdir. Ürün satışından çok ürün/ hizmetin ulaşılabilirliğine vurgu yapan bu paylaşıma dayalı sistem, çevreye duyarlı tüketiciler için oldukça tatmin edici yöntem olmaktadır.

Çevresel baskı konusunda artan farkındalık, insanları daha sürdürülebilir bir topluma sahip olmak için kaynakları daha verimli kullanmanın yollarını bulmaya itmektedir. Nitekim, doğal ve insan kaynaklarının verimsiz kullanılması çevresel zararlara neden olduğundan, kaynakların kapasitesini verimli bir şekilde kullanarak

sürdürülebilirliği artıran ekonomik ve sosyal çerçeve sunmak için kaynakların yeniden dağıtılması yaklaşımı doğmuştur. Paylaşım ekonomisinin, hammadde tüketimini azaltması ve bilinçli tüketicilerin yaygınlaşmasını sağladığı için çevre üzerindeki olumsuz etkilerin azaltılmasına yardımcı olduğu öne sürülmektedir. Ayrıca paylaşım ekonomisi konaklama platformu açısından değerlendirildiğinde; daha bilinçli gezgin olma, seyahatin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltma, kaynakları daha sorumlu kullanma ve yerel ekonomiyi destekleme motivasyonları bulunmaktadır (Tussyadiah, 2015: 5-10). Çevreci tüketim davranışı sergileyen tüketiciler toplumsal açıdan bakıldığında daha sorumlu bir vatandaş olmaktadır.

Boruisak ve diğerleri (2020) tarafından yapılan bir araştırmada, ikinci el alışveriş yapan bireylerin tutumları, niyetleri ve davranışları arasındaki nedensel ilişkinin sürdürülebilir bir tüketim sağlayıp sağlamadığını analiz edilmektedir. Toplumun sosyal normlarının, kültürel değerlerinin, yeşil çevre bilinciyle yetişen insanların varlığının satın alma niyeti ile pozitif ilişkili olduğu çıkarımına ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmacılar, gençlerin çevresel sürdürülebilirlik konusunda daha bilinçli davrandığını ve ikinci el satın alma konusunda kadınların daha aktif olduğunu gözlemlemişlerdir.

3.2.1.2. Verimli Kaynak Kullanımı

Paylaşım ekonomisi, bireylerin ürün/hizmetlere bireysel olarak sahip olmak yerine paylaşmayı tercih ettiği için tüketimin neden olduğu kaynak tüketimini azaltarak sürdürülebilir bir toplum sağlamaktadır (Lai ve Ho, 2020: 3). Verimli kaynak yönetimi ile çevreye duyarlı bir üretim/tüketim ortamı sağlanarak atıkların ve kirliliğin azaltılabileceği öne sürülmektedir (Geissinger ve diğerleri, 2018; Pouri ve Hilty, 2018)

Uygun fiyatlı erişilebilir paylaşım platformları, tüketimi sahiplik alışkanlığından ziyade erişime dayalı uygulamalara odaklanmaktadır. Bu bakımdan mevcut varlıkların artan kullanımı ve kaynak açısından verimli alternatiflerin teşvik edilmesi (örneğin, şehirlerde bisiklet paylaşımı) nedeniyle doğal kaynakları korumak ve bunların kullanımına bağlı emisyonları ve atıkları engellemek için önemli potansiyele sahiptir. Öte yandan, verimlilik kazanımları, talep düzeyini artırabilir. Verimlilik kazanımlarına bağlı olarak artan talep, ürün/ hizmetlerin erişiminin daha kolay olması sebebiyle daha fazla tüketime yol açmaktadır. Bu duruma geri tepme etkisi (rebound effect) adı verilmektedir (Pouri ve Hilty, 2018: 2).

Barness ve Mattson (2016) tarafından yapılan araştırmada işbirlikçi tüketim ya da paylaşım ekonomisinin gelişmesinde finansal faydaların ve daha ucuz işlem maliyetlerinin ön sıralarda olduğunu gözlemlemişlerdir. Ayrıca "verimli kaynak kullanımı" ve "çevresel sürdürülebilirlik" faktörlerinin en son sıralarda olduğu sonucuna varmaktadır. Bu faktörlerin sıralamada en alt sıralarda yer almasının nedeninin, bilgi teknolojileri bakımından gelişmemiş toplumlarda ekonomik kazanç düşüncesiyle bilinçsiz üretim/ tüketim yapılmasından dolayı çevreye olan etkilerinin yeteri kadar analiz edilememesi olarak öne sürülmektedir.

3.2.1.3. Karbon Emisyonları

Paylaşım ekonomisinin, kaynak tüketimi ve emisyon seviyelerine ilişkin etkileri farklı üretim ve tüketim sektörlerine göre değişebileceğini öne süren birçok varsayım bulunmaktadır. Örneğin, araç paylaşımının sera gazı emisyonlarını ve araba satın alımını azalttığını gözlemlenmiştir (Martin ve Shaheen, 2011; Bardhi ve Eckhardt, 2012). Ayrıca trafik sıkışıklığını azalttığı gibi mevcut park yeri alanları da artmaktadır. Ayrıca elektrikli araç paylaşımının yaygınlaştırılması ile, çevresel kentsel sürdürülebilirlik sağlanabilmektedir. Wang ve diğerleri (2022), araç paylaşımının etkilerinin farklı ülkelerin nüfus özelliklerine göre değişebileceğini öne sürmektedir. Örneğin; Çin gibi nüfus yoğunluğu çok olan bir ülkede daha fazla trafik sıkışıklığına yol açarak bumerang etkisine benzer şekilde daha fazla karbon emisyonu yayılabilmektedir. Bu argümanı Murillo ve diğerleri (2017) araç paylaşımının kolaylığı, rahatlığı ve maliyet tasarrufu tüketicilerin toplu taşımayı tercih etmek yerine paylaşım platformlarını tercih ederek daha fazla elektrik tüketimine ve trafik sıkışıklığına neden olduğunu iddia ederek desteklemektedir.

Konaklama paylaşımı alanında hizmet veren Airbnb ve Couchsurfing gibi şirketleri analiz eden çalışmalarda (Zvolska, 2015) mevcut evlerin kiralanarak atıl kapasitenin azaltıldığını savunmaktadır. Palgan ve diğerleri (2017) paylaşım platformları aracılığıyla konaklanan yerler oteller ile kıyaslandığında daha az su, enerji tüketimi ve daha az sera gazı salınımını sağladığını savunmaktadır. Öte yandan konaklama paylaşımının ekonomik açıdan uygun olması bakımından daha fazla kullanıcı tarafından tercih edilmesi nedeniyle enerji tüketiminde artışa neden olabilmektedir (Ciulli ve Kolk, 2019: 1005).

3.2.2 Paylaşım Ekonomisinin Ekonomik Sürdürülebilirliğe Etkileri

Paylaşım odaklı iş modellerinin ekonomik etkileri; varlıkların (ürün, hizmet gibi) değerini (veya karlarını), yani kullanım değerinin gerçekleştirmesini içermektedir. Bir başka deyişle, işletmeler tarafından benimsenen işlevsellik, kolaylık ve müşteri tarafından algılanan fayda gibi müşteri kullanım değerlerinin sosyoekonomik refahı oluşturması anlamına gelmektedir (Laukkanen ve Tura, 2020: 2). Bunun yanı sıra Geissinger ve diğerleri (2018) paylaşım odaklı iş modellerinin, web tabanlı çözümlere dayalı bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde kullanıcıların daha fazla ürün/hizmete ulaşmasına olanak sağladığını belirtmektedir.

Abraham ve diğerlerinin (2020) paylaşım ekonomisi modelleri üzerine yaptıkları çalışmada çevrimiçi platform çalışanlarının iş gücünün küçük ama hızla büyüyen sektörü olduğunu ve devletin bu iş platformlarındaki vergi konularını desteklemesi gerektiği sonucuna varmışlardır. Aynı zamanda çoğu hane için ikincil gelir kaynağı ya da kariyerlerinin başlangıcı olan bir işe sahip olduklarını belirtmektedirler. Paylaşıma dayalı iş modellerinde düzenli gelir bulunmamaktadır. Bu anlamda geleneksel olarak faaliyetlerini sürdüren işletmelerin, paylaşıma dayalı iş modellerini benimseyerek yeni bir istihdam alanı ortaya çıkarması gerekmektedir. Böylece kaynaklar tekrar değerlendirilerek ürün veya hizmetlerin kullanım alanları artmakta ve ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Ye ve diğerleri (2023), sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın yalnızca ekonomik veya finansal hedeflere ulaşmak için değil, aynı zamanda doğal çevreyi koruyarak ve enerji verimliliğini artırarak sağlanabileceğini savunmaktadır. Bu bağlamda, paylaşım ekonomisi kullanıcılarının sayısındaki artış ile birlikte gelen verimli kaynak kullanımının daha düşük enerji tüketimi sağladığını ve ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunduğunu öne sürmektedirler.

Paylaşım ekonomisinin dijital teknoloji ile ilişkili olarak gelişmesi ürün ve hizmetlere erişim sağlanarak geleneksel işletmelerin katlanmak zorunda olduğu birtakım maliyetler önemli ölçüde azalmıştır. Ayrıca çevrimiçi ödeme sistemleri ile ürün ve hizmetlere daha kolay ve hızlı erişilebilmektedir. Mölhman (2015), çalışmasında B2C (işletmeden tüketiciye) platformu araç paylaşım hizmeti olan car2go ve C2C (tüketiciden tüketiciye) platformu ve konaklama alanında hizmet veren Airbnb arasındaki ilişkileri değerlendirdiği çalışmasında özellikle maliyet tasarrufu ve fiyat konusunda önemli

sonuçlar elde etmiştir. Bu çalışmanın odak noktası maliyet tasarrufu, aşinalık, hizmet kalitesi, güven ve fayda değişkenlerinin paylaşım ekonomisi modelinden duyulan memnuniyeti ve paylaşım seçeneğini tekrar kullanma olasılığını belirlemektedir. Ankete katılanların verdikleri cevaplar doğrultusunda; car2go araç paylaşım platformunda güvenin, Airbnb konaklama platformunda ise maliyet tasarrufunun paylaşım seçeneğinden duyulan memnuniyetin en güçlü belirleyicileri olduğuna ulaşılmıştır.

Paylaşım ekonomisi sektör bazında incelendiğinde en çok turizmde olduğu gözlemlenmektedir. Ülkelerin gelir elde etmelerine büyük katkı sağlayan turistler konaklama tercihlerini paylaşım platformlarından yana kullanabilmektedir. Turist hakları üzerindeki etik olmayan ve yasa dışı davranışların önüne geçecek düzenlemeler yapılarak, yerel halkın ve turistlerin güvenliğini ve faydalarını güvence altına alarak özellikle ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlanmalıdır. Değer oluşturma sürecinin paylaşılması sayesinde yerel halk ve turistler arasında verimli bir sinerji sağlanmaktadır. Böylece paylaşım platformlarından elde edilen gelirler hem kullanıcılara ve hizmet sağlayıcılara hem de ülke ekonomisine katkıda bulunur (Zhang ve diğerleri, 2020: 428). Bir başka açıdan, turizm sektörü ele alındığında turizm işçiliğinin geçici olması, geleneksel işletmeler ile haksız rekabet ve vergi konusundaki birtakım boşluklar paylaşım odaklı iş modellerinin ekonomik anlamda dezavantajlarından biridir (Leung ve diğerleri, 2019: 46).

Sundararajan (2014), paylaşım ekonomisinin ekonomik sürdürülebilirliğe etkilerini dört başlıkta özetlemektedir (Sundararajan, 2014: 4-5):

1. Varlık piyasalarında değişim: Kişiler arası kiralama fırsatlarının sağlanması sonucu insanları ürün ve hizmetleri satın alma fikrinin değişmesiyle daha az tüketimi teşvik etmesidir.
2. "Görünmez iş" fırsatı: Kişiler arası işlerin artması sonucu devlet tarafından tam olarak ölçülemeyen işlere görünmez iş olarak adlandırılmaktadır. Yeni iş fırsatları sağlaması açısından bu iş alanının "geleneksel istihdam" olarak güncellenmesi gerekmektedir
3. Verimlilik kazanımları: Bu yeni platformların sağladığı eşler arası işletmeler, gayrimenkul ve otomobil gibi tam olarak kullanılmayan varlıklardan yararlanılarak fiziksel sermayenin daha verimli kullanılmasına yol açabilir. Ayrıca yeterince kullanılmayan insan sermayesinden de yararlanılmaktadır. Bu

tür üretkenliği artıran paylaşıma dayalı iş modelleri teknolojik değişime uyum sağlayarak uzun vadede ekonomik büyümeyi beraberinde getirmektedir.

4. Tüketimde genişleme: Eşler arası hizmet veren paylaşım platformları, daha kaliteli ve çeşitli tüketici deneyimleri sağlamaktadır.

Paylaşım ekonomisi yaklaşımı tasarım, araştırma, üretim, tüketim ve reklam olmak üzere hemen hemen her türlü ekonomik faaliyeti kapsamakta ve daha düşük maliyetle tüketimi artırmadan daha iyi yaşam standartlarına ulaşmayı hedeflemektedir. Bu bakımdan en büyük zorluklar ise teknik, kalite ve güvenlik standartlarının uygulanması ile ekonomik alanda ortaya çıkmaktadır. Standartların uygulanması hem paylaşım ekonomisi sağlayıcıları hem de kullanıcıları ilgilendirmektedir. Hizmet sağlayıcılar için asıl konu, ürün ve hizmet paylaşımından kaynaklanabilecek olası kaza veya zararlara karşı yapılacak olan sigortadır. Bahsedilen durum, kullanıcıların kiralanan bir odaya veya satın aldığı bir ürüne verdiği zarar karşısında alınması gereken önlemlerdir. Aynı zamanda kullanıcılar açısından asıl mesele, paylaşılan ürün/hizmetlerin kullanımına ilişkin güvenlik koşulları ve paylaşım sürecinde ortaya çıkan kaza veya zarar durumlarında uygulanacak çözüm mekanizmalarıdır (Bonciu ve Balgar, 2016: 44).

Asgari ücret standartlarının, düzenlemelerinin ve işsizlik yardımlarının olmadığı bir ekonomide, düşük ücretli olarak nitelendirilen “kötü işler” meydana gelmektedir. İnsanlar dışarıda bir seçenek olmadığı için düşük ücretli işleri kabul etmeye başlarsa yüksek ücretli olarak nitelendirilen “iyi işlerin” oluşturulması üzerinde olumsuz bir etkisi olacaktır (Acemoğlu, 2011: 2). Bu bakımdan esnek bir çalışma ortamı sunan paylaşım platformlarının ekonomide bir yer edinmesi mevcut iş standartlarının yeniden düzenlenmesini gerektirmektedir.

Schor (2016), paylaşım ekonomisine katılımın itici gücünün güven değil çaresizlik olduğunu savunur. Çünkü bu yeni ekonomik kazanç fırsatları, ekonomik krizlerin sonucu olan yüksek işsizlik ve hızlı işgücü piyasasının yeniden yapılanması döneminde ortaya çıkmıştır. Bu nedenle paylaşım ekonomisinin ilk çıkış dönemlerinde kullanıcı/hizmet sağlayıcılara yönelik güvenlik riskleri, gelir istikrarsızlığı ve sermaye yatırımlarına yönelik ekonomik anlamda olumsuzluklarla karşılaşılmıştır.

Paylaşım ekonomisi piyasalarında yer alan çalışanları etkileyen ekonomik olumsuzluklardan biri gelir istikrarsızlığı ile birlikte emekli maaşı ve sigortanın olmamasıdır. Ayrıca bu yetersiz düzenlenmiş ve düşük ücretli çalışma koşullarının hızla

yaygınlaşması, geleneksel çalışma piyasalarını da etkilemektedir. Daha az güvenlik ve daha fazla esneklik özelliği çalışma koşullarının düşmesine neden olmaktadır (Andreoni, 2020: 8). Bu perspektiften incelendiğinde, "esneklik" işveren ve çalışanlara yeni iş olanakları sağlama bakımından fırsat olarak görülse de "aşırı esneklik" sabit bir gelirin, tatilin olmaması, iş güvencesinin olmaması gibi faktörlerin olmaması çalışanların emeğinin sömürülmesine yol açabilmektedir.

Literatürde farklı araştırmacılar tarafından paylaşım ekonomisinin ekonomik sürdürülebilirliğe olan etkilerine ilişkin birçok araştırma; maliyet tasarrufu (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Hamari ve diğerleri, 2016), istihdam olanakları (Sundararajan, 2014; Ciulli ve Kolk, 2019; Leung ve diğerleri, 2019), erişim kolaylığı (Verboven ve Vanherck, 2016; Pouri ve Hilty, 2018) faktörlerine odaklanmaktadır.

3.2.2.1. Maliyet Tasarrufu

Paylaşım ekonomisine katılım konusunda bireyler için mali faydaların başında, daha ucuz alternatiflere duyulan ihtiyaç ve daha az parayla daha fazla ürün/hizmetten faydalanma gibi teşvik edici faktörler yer almaktadır (Barnes ve Mattsson, 2016: 205). Ayrıca paylaşım ekonomisine genellikle ekonomik kriz zamanlarında başvurulmakta ve genel olarak topluma fayda sağlayan sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı işletmelerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Paylaşım odaklı iş modellerinin eğitim alanında da ön plana çıkmaktadır. Örneğin; farklı bir şehirde eğitim gören üniversite öğrencileri konaklama konusunda birtakım zorluklar yaşamaktadır. Paylaşım platformları aracılığıyla evlerini üniversite öğrencilerine açan hizmet sağlayıcılar, öğrencilere büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Benzer şekilde Bardhi ve Eckhardt (2012) araştırmalarında, ailesinden uzakta eğitim gören bir öğrencinin düşük ücretler nedeniyle paylaşım ekonomisini tercih ettiğini ve bu hizmetlere erişimin sağladığı fayda ile maliyet tasarrufu edebileceğini gözlemlemiştir. Paylaşım ekonomisinin tercih edilmesiyle kullanılmayan varlıkların depolama maliyetlerinin azaltılmasıyla birlikte ürünlerin yaşam ömürlerinin uzamasına katkıda bulunmaktadır (Kathan ve diğerleri, 2016: 668).

Paylaşım ekonomisinin mevcut işletmelerin de benimsemesi bu platformun pazarda büyümesini ve yeni iş fırsatlarının oluşmasını sağlayacaktır. Halihazırda faaliyetlerini sürdüren işletmeler, paylaşım platformlarının belli ölçüde müşteri hacmine erişmesini sağlayarak büyümesini kolaylaştırabilmekte ve maliyet tasarrufu sağlayabilmektedir. Örneğin, McDonald's ile ortaklık kuran çevrimiçi yemek dağıtımı

hizmeti veren paylaşım uygulaması olan Uber East'in serbest şekilde çalışan kuryeler için merkezi bir iş ortamı oluşturmaktadır (Ciulli ve Kolk, 2019: 1002).

3.2.2.2. İstihdam Olanakları

Dijitalleşmenin gelişmesi, istihdam ilişkilerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Paylaşım ekonomisine dayalı ve tüketicileri doğrudan bireysel hizmet sağlayıcılarına bağlamaya yönlendiren yeni iş modelleri serbest meslek kategorisini yeniden tanımlamıştır. Çevrim içi veya çevrim dışı platformlar aracılığıyla çalışan kişilerin program ve çalışma saatleri dengesiz bir hale gelmektedir. Bu nedenle paylaşım ekonomisinin sağladığı iş fırsatlarının etkin bir şekilde kullanılabilmesi için bu belirsizliklerin önüne geçebilecek yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Leung ve diğerleri (2019), bireylerin paylaşım ekonomisine hizmet sağlayıcı olarak katılımını sağlayan "istihdam" ile ilgili konuyu üç çerçevede incelemektedir. Bunlar; gelir, girişimcilik ve kimliktir.

- **Gelir:** Ek gelir elde etmek paylaşım ekonomisine katılımın birincil motivasyonudur.
- **Girişimcilik:** Paylaşım odaklı iş modellerini benimseyen bireyler aynı zamanda esnek iş ortamından dolayı daha fazla bu işlere yönelmektedir. Böylece yeni iş tanımları ortaya çıkmaktadır.
- **Kimlik:** Paylaşım ekonomisini yükselişi ile birlikte bireyler iş sahibi olmakta ve "mikro girişimci" denilen yeni bir kimlik kazanmaktadır.

Paylaşım ekonomisini tercih eden bireylerin ve işletmelerin ekonomik kaygıların etik kaygılardan daha ağır bastığı gözlemlenmektedir (Bardhi ve Eckhardt, 2012: 889). Bu açıdan bu platform aracılığıyla gelir elde eden bireylerin istihdam yasalarına dikkat etmeleri gerekmektedir. Todoli-Signes (2017), paylaşım ekonomisi iş modeli ile birlikte ortaya çıkan çalışma düzenine ilişkin yaptığı çalışmasında birtakım yasal çözümler sunmaktadır (Todoli-Signes, 2017: 200):

- Program ve çalışma saatleri özgürlüğü: Yönetmeliklerin paylaşım platformlarında çalışan bireyler için maksimum çalışma saatleri belirlemesi gerekmektedir. Böylece, iş paylaşımı teşvik edilmekte işe bağlılık artmaktadır
- Çalışanların tazminat yükümlülüğü: Bu yükümlülük işçiler ve işletmeler için daha fazla sorumluluk anlamına gelmektedir.

– Asgari ücret: Paylaşım ekonomisi alanında çalışanların emeklerinin karşılığı olarak gıda, giyim, sağlık, ulaşım ve kültür gibi temel ihtiyaçlarını giderebileceği bir ücretin işletmeler tarafından ödenmesi gerektiğini ifade etmektedir.

– Masraflar: İşletmelerin paylaşım platformları aracılığıyla çalışabilmesi için gerekli olan telefon, araba, bilgisayar gibi malzemeler hakkında düzenlemelerin olması gerekmektedir. Bu anlamda işletme maliyetleri (sigorta) ve sabit maliyetler (işçiler tarafından ödenen) arasında ayrım olmalıdır.

3.2.2.3. Erişim Kolaylığı

Çevrimiçi ödeme sistemleri sayesinde bireyler birçok ürün ve hizmete kolay bir şekilde erişim sağlamaktadır. (Frenken ve Schor, 2017: 6). Aynı zamanda paylaşım ekonomisi; para ve zaman tasarrufu (Hamari ve diğerleri, 2016: 2048), ürün/hizmetlere ekonomik fiyatlarla erişmenin bireylere finansal özgürlük sağlaması (Bardhi ve Eckhardt, 2012: 894) şeklinde bireysel ekonomik motivasyonlar sağladığı gibi bisiklet, araba gibi paylaşım uygulamalarının kentsel yoğunluğu azaltması (Mont ve diğerleri, 2020: 3) şeklinde toplumsal motivasyonlar da sağlamaktadır.

Mölhman (2015), araç ve konaklama paylaşımı platformlarını kullanıcılarını araştırdığı makalesinde "maliyet tasarrufunun" satın alma gücünü artırdığını ancak bu hizmetlerin tekrar kullanma niyetini etkilemediği sonucuna varmıştır. Ayrıca, Bardhi ve Eckhardt (2012), araç paylaşım platformu olan Zipcar uygulamasının tüketicilerin motivasyonlarına ilişkin yaptıkları çalışmada ise öncelikli katılım nedeninin para tasarrufu olduğunu gözlemlemişlerdir.

3.2.3. Paylaşım Ekonomisinin Sosyal Sürdürülebilirliğe Etkileri

Paylaşım ekonomisinin sosyal açıdan değerlendirilmesi, toplumun ve bireyin refahı ile ilgilidir. Bunlar genellikle sosyo- psikolojik unsurlardan oluşmaktadır. Ancak bazı modellerde, paylaşılan ürünler yeni ürünlerin alınmasının yerini almayabilir ve bu nedenle daha fazla tüketime yol açabilmektedir.

Paylaşım ekonomisinin istihdamı artırıp artırmadığı ve çalışma saatlerine etkileri konusunda farklı argümanlar öne sürülmektedir. Zwickl ve diğerleri (2016), çalışma saatlerinin ve işlerin eşitsiz dağılımının bazı çalışanlar için eksik istihdam ve eşit olmayan ücret dağılımı gibi olumsuz sosyal ve ekonomik sonuçları olduğunu savunmaktadır. Öte yandan Dominguez ve diğerleri (2011), iş paylaşımının yapılması ile çalışma saatlerinde azalma sağlandığını ve istihdam seviyesinin arttığını iddia etmektedir. Ancak günlük

çalışma süresinin azalması günlük ücretlerin de düşmesine neden olmaktadır (Dominguez ve diğerleri, 2011: 685). Ayrıca çalışma süresinin azaltılmasının istihdam üzerindeki etkileri faklı ekonomik yapıdaki ülkelerin işgücü piyasasına göre değişiklik göstermektedir. Örneğin; çalışan sayısını azaltan bir ülke politikası açısından değerlendirildiğinde mevcut istihdam edilenler daha uzun saatler çalışmakta ve daha yüksek ücretler kazanmaktadır (Marimon ve Zilibotti, 2000: 1318).

İnsanlar paylaşarak sosyal ilişkilerini güçlendirmektedir ve diğer insanları paylaşıma teşvik etmektedir. Mal ve hizmetlerden yoksun bırakılmış insanların ürün ve hizmetlere erişimi kolaylaşmaktadır. İnsanlar dayanışma ve toplumun refahı için mal ve hizmet alışverişinde bulunmaktadır. Çevrimiçi topluluklar; paylaşım, yorum, öneri ve izlenimler bırakarak tüketicilerin bir topluluğa ait olma duygusunu artırır. İnternet, kullanıcılara kişilerarası ilişkiler ve sosyal onay alma imkanı sunmaktadır. Paylaşım odaklı iş platformları, kullanıcıların yeni arkadaş edinmelerine ve yeni insanlar tanımalarına imkan vermektedir. Yiyecek paylaşımı (SoupSharing), ücretsiz konaklama (CouchSurfing), yabancı dil paylaşımı (Tandem), ticari ürün ve hizmet değişiminin sosyal bağlantı kurmasına verilen örneklerdendir (Akyol, 2020: 627).

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre, bireylerin sosyal aidiyet ihtiyacı bulunmaktadır. Hizmet sağlayıcılar ve kullanıcılar arasındaki sosyal etkileşim, onların sosyal bağlantılar kurmasına yardımcı olmaktadır (Boateng ve diğerleri, 2018: 723). Airbnb ve Couchsurfing gibi konaklama uygulamalarını, yabancı destinasyon bölgelerinde yerel insanlarla tanışmak, gezginleri evde ağırlayarak yeni arkadaşlar edinmek ve yabancı dillerini geliştirmek için kullanan kişiler de bulunmaktadır (Gülden, 2022: 19).

Boateng ve diğerleri (2018), paylaşım odaklı iş modeli olan Uber platformunu kullanan tüketicilerin, bu hizmete katılma motivasyonlarını incelemiştir. Bu doğrultuda sosyo-duygusal boyut olarak; sosyal bağlantı, tüketicilerin prestij ihtiyacı ve güven şeklinde üç sonuca varmışlardır (Boateng ve diğerleri, 2018: 722-725).

1. **Sosyal bağlantı:** Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre bireylerin sosyal aidiyet ihtiyacı bulunmaktadır. Buna göre tüketicilerin hizmet sağlayıcı seçimi verilen hizmetten elde ettikleri sosyal faydalardan etkilenir. Örneğin; hizmet sağlayıcı olan Uber sürücüleri ile müşteriler arasında kurulan pozitif ilişki bu platforma sadakati artırmaktadır.

2. **Prestij:** Ürün ve hizmetlerde bir markanın prestijli olarak değerlendirilmesi için temel kriter, ürünün belli bir niteliği veya genel kalitesi ve hizmetin performansı ile ilgilidir. Uber örneği üzerinden incelendiğinde, bu araçların dış görüntüsünün diğer taksilere göre ilgi çekici olması müşterilerin kendilerini ayrıcalıklı hissetmesini sağlamaktadır.
3. **Güven:** Uber uygulamasının bir özelliği olarak müşterilerin seçtikleri araçları takip etmelerini sağlayan seçeneklerin olması bu platforma duyulan güveni artırmaktadır.

Esnek üretim yapan işletmeler, paylaşıma dayalı platformların ticari değerini göz önünde bulundurarak faaliyetlerini paylaşıma yönelik değiştirmektedir. Paylaşım platformları, pazara derinlemesine girdiğinden dolayı işletme, mühendislik ve tasarım okullarının bu yönde eğitim vermesi gerekmektedir. Bu tür platformlar büyük oranda çevresel ve sosyal yenilikler sunma potansiyeline sahiptir. Ancak paylaşıma dayalı gelir modelleri büyük oranda toplum bilinci, bilgi sistemi ve finansal altyapı gerektirmektedir.

Hartl ve diğerleri (2018), tüketicilerin bakış açısından B2C ve P2P araba paylaşım platformlarında sürdürülebilirliğin rolünü araştırdığı çalışmalarında, zaman tasarrufu ve benzer ilgi alanlarına sahip bir grubun parçası olmasını sağlayarak bireylere sosyal bir kimlik kazandırdığını savunmaktadır.

Paylaşım ekonomisi eşler arası iş birliği ve birlikte değer oluşturmaya yönelik çok paydaşlı bir yaklaşımdır. Devlet güvenilir, erişilebilir bir teknolojik altyapı sistemi sağlayarak paylaşım ekonomisi platformunu güvenli, destekleyici çalışma ortamı oluşturmaya yönelik stratejiler geliştirmelidir. Böylece sosyal sermayenin artmasına katkıda bulunan yeni sosyal ilişkiler paradigması meydana gelmektedir. Değerin birlikte oluşturulmasına yönelik çok paydaşlı yaklaşım doğal sermayeyi koruyarak geliştirmektedir. Bu bağlamda tüm paydaşlar değerin oluşturulmasına yönelik katkıları birlikte gerçekleştirmesi sayesinde sürdürülebilir bir sistem oluşturmaktadır (Zhang ve diğerleri, 2020: 430).

Cherry ve Pidgeon (2018), paylaşım ekonomisinin sosyal etkilerine yönelik, bireyleri sosyal bağlantılar aracılığıyla sosyal katılıma teşvik edilmesinde internetin kullanılması konusunda farklı yaş gruplarına göre değişiklik gösterdiğini öne sürmektedir. Örneğin, bazı yaşlı bireylerin internetin getirdiği yeniliklere adapte olamamakta, bu nedenle paylaşıma dayalı ürün ve hizmetlere erişme konusunda birtakım

sıkıntılarla karşılaşabilmektedir. Ayrıca, paylaşıma konu olan ürünlerin rahatlık, güvenlik, satın alınabilirlik ve hijyenin bu platforma katılma isteği konusunda önemli koşullar olarak ifade edilmektedir. Örneğin, kıyafet gibi kişisel eşyalarda "hijyen" ve elektronik ürünlerin paylaşımında ise "güvenlik" bireylerin paylaşım ekonomisini tercih etmeleri konusunda önemli bir husus olarak görülmektedir (Cherry ve Pidgeon, 2018: 946).

Dreyer ve diğerleri (2017), paylaşım odaklı iş modellerinin paydaş değeri sağlama ve bazı sosyal gruplar üzerinde istenmeyen olumsuz etkilerden kaçınmak için karar vericilere önemli görevler düştüğünü ifade etmektedir. Farklı yapıdaki ülkelerin sosyoekonomik ve teknolojik özellikleri iyi bir şekilde analiz edilmelidir. Paylaşım ekonomisinin kullanıcılar arası sosyal etkileri coğrafi bağlamda erişimi de göz ardı edilmemelidir. Örneğin; akıllı telefonlar ile dijital haritaları kullanarak ev temizliği uygulaması olan SweepSouth platformunda, temizlik hizmeti veren kişiler konumu yanlış vermekten kaynaklı hatalar ile karşılaşmaktadır. Ayrıca, öne çıkan diğer bir zorluk ise temizlik hizmeti veren kişilerin müşterilerin evlerine zamanında ulaşmasını sağlayan güvenilir bir toplu taşıma aracının bulunmamasıdır (Dreyer ve diğerleri, 2017: 96).

Paylaşım ekonomisinin sosyal sürdürülebilirliğe etkileri sektörlere göre farklılık göstermektedir. Örneğin, bisiklet paylaşımında bisiklet istasyonlarının yerleşiminin düzenlenmesi sayesinde katılımcıların seyahat süresi ile verimliliğini etkilemekte ve nihayetinde kentsel sürdürülebilirlik sağlanmaktadır. Başka bir karşıt örnek olarak konaklama sektörleri değerlendirildiğinde, gelirleri ve eşitliği artırmaktan ziyade gelir ayrımcılığına neden olduğu için Piketty'nin "servet biriktirme"[3] yaklaşımına benzer bir şekilde eşit olmayan bir gelir dağılımı yaratabileceği savunulmaktadır. Ayrıca, ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre paylaşım odaklı iş modellerinin sosyal boyuta ilişkin tutumları farklılık göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde istikrarsız istihdam koşullarının daha yaygın olması nedeniyle yanlış politikaların uygulanması yüksek işsizlik ile karşılaşma olasılığını artırmaktadır (Wang ve diğerleri, 2022: 18-19).

Zvolska (2015), paylaşım ekonomisinin sosyal anlamda etkilerini dört başlıkta genellemektedir.

[3] Piketty servet biriktirme yaklaşımı; uzun dönem sermayenin ortalama yıllık getirisi ile büyüme hızı arasındaki farkın önemli bir büyüklüğe ulaşması ile zaman içinde birikmiş servetin gelirden daha hızlı büyümesi, dolayısıyla birikmiş servetin ekonomide giderek daha egemen hale gelmesidir (Özen ve Voyvoda, 2014: 668).

1. **Paylaşım ekonomisinden herkes yararlanabilir:** Paylaşım ekonomisinde hemen herkes yer alabilse de yalnızca uygun evi olan kişiler maddi kazanç sağlayabilmektedir. Bu nedenle, kiralama platformları en büyük ekonomik kazancı elde edecek olanların varlıklı ev sahipleri olacağı için servet eşitsizliğine yol açabilmektedir.
2. **Paylaşım ekonomisi kullanıcılar arasında bir topluluk ve güven duygusu sağlar:** Paylaşım ekonomisinde güven mekanizması koordinasyon (istediğim ürün/hizmeti bulmak) ve güven (hizmet sağlayıcı ve kullanıcıların karşılıklı iletişimi) şeklinde iki faktör olarak ifade edilmektedir (Slee, 2013: 1).
3. **Paylaşım ekonomisi bireylerin çalışma şeklini değiştirir**: Paylaşım ekonomisi birçok kişinin beceri ve yeteneklerinin değerini ortaya çıkarak yeni bir iş alanı sağlayarak para kazanmalarına yardımcı olmaktadır.
4. **Paylaşım ekonomisi "mikro girişimciler" denilen yeni bir iş alanı ortaya çıkarmaktadır:** Gelir getiren paylaşım platformlarının üyeleri için "mikro girişimci" terimi kullanılmaktadır. Ayrıca bazı paylaşım platformlarında tam zamanlı iş yerine ilgi alanlarını sürdürmelerini sağlayan ek gelir sağlamak için kullanılmaktadır (Zvolska, 2015: 61)

Paylaşım ekonomisinin sosyal sürdürülebilirliğe etkileri farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunlar; yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi sosyo-demografik özelliklerin rolü (Baro ve diğerleri, 2022; Hellwig ve diğerleri, 2015; Konrad ve Wittowsky, 2017), prestij/itibar (Boateng ve diğerleri, 2018; Benoit ve diğerleri, 2017), toplumsal güven (Mölhman, 2015; Hamari ve diğerleri, 2016), kırsal turizm için fırsatlar (Demir ve Baykal, 2020; Dredge ve Gyimothy, 2015; Mahadevan, 2020), etkileşim ve sosyalleşme (Piscicelli ve diğerleri, 2014; Gülden, 2022; Frenken ve Schor, 2019) olarak beş farklı grupta sınıflandırılabilmektedir.

3.2.3.1. Sosyo-demografik Özelliklerin Rolü

Paylaşım ekonomisine katılım konusunda yapılan araştırmalar, kadınların erkeklerden daha fazla paylaşım ekonomisine dahil olduğunu belirtmektedir. Sürdürülebilirlik ve paylaşım ekonomisi arasındaki bağlantı göz önüne alındığında, kadınların iletişim yetenekleri ve daha güçlü sosyal davranışlar sergilemesi ile bağlantılı olabileceği savunulmaktadır (Baro ve diğerleri, 2022). Öte yandan bazı geleneksel toplumlarda, kadınlara sunulan iş imkanları daha az olmakta ve ev kadınların mekanı olarak görülmektedir. Paylaşım ekonomisi kapsamında gerçekleştirilen; ev yemeği, örgü

işleri, kırsal kesimde yaşayan kadınların doğal içerikli ürünler veya tohum paylaşımı gibi kadınların yeteneklerine göre iş imkanlarının sunulması girişimcilik ruhunun gelişmesini sağlamaktadır.

Paylaşım ekonomisin sosyal etkileri yaş gruplarına göre değişiklik göstermektedir. Dijital teknoloji çağında büyüyen genç kuşaklar internet, akıllı telefonlar ve bilgisayar gibi bilgi işlem teknolojilerine daha kolay adapte olmaktadır. Konrad ve Wittowsky (2017), yaptıkları çalışmada Batı ülkelerindeki gençlerin bisiklet, toplu taşıma veya araç paylaşım platformları gibi sürdürülebilir ve alternatif hareketlilik sistemlerini giderek daha fazla kullandıklarını iddia etmektedir. Paylaşım ekonomisinin kırsal kesimde gençler tarafından kullanılması sayesinde kırsal alanlardan kentsel bölgelere genç nüfus göçünün engellenebilme potansiyeli doğmaktadır (Demir ve Baykal, 2020: 170).

Paylaşım ekonomisinin sunduğu güvencesiz işleri, eğitimli kişiler çok fazla tercih etmemektedir. Ancak yeni iş kurmayı hedefleyen mikro girişimciler için oldukça cazip bir seçenek olarak görülmektedir. Başka bir açıdan, paylaşım ekonomisi hizmetlerinin sunduğu hizmetleri kullanmaya yönelik olan talep, eğitim seviyesi yüksek kişiler tarafından daha sürdürülebilir tüketim düşüncesi gerekçesiyle fazla olmaktadır.

3.2.3.2. Prestij/İtibar

Müşteriler ile birincil temasa sahip olan sağlayıcılar olduğu için, paylaşım platform sağlayıcıların itibarı pozitif etkileşim kurma açısından önemlidir. Örneğin, Airbnb, hem ev sahipleri hem de misafirler ile birlikte etkileşimli bir şekilde katılım sağlamak için yıldız derecelendirmesine dayalı olarak performans değerlendirmesi yapabilecekleri çevrimiçi platform sunmaktadır (Benoit ve diğerleri, 2017: 6). Böylece değerlendirmeler sonucunda pozitif ya da negatif yorumlar somutlaştırılarak paylaşım platformu sağlayıcıları pazarda prestij kazanmaktadır.

Boateng ve diğerleri (2018), itibarın insanların çevrimiçi iş birliği yapmalarında belirleyici bir faktör olduğunu savunmakta ve daha yüksek statü kazanmanın insanların paylaşım ekonomisine katılma nedenlerinden biri olduğunu öne sürmektedir. Valkenburg ve diğerleri (2006), çalışmalarında birçok insanın özgüvenlerini artırmak için sosyal ağ siteleri gibi teknolojileri kullandıklarını belirtmektedir. Bu bakış açısı doğrultusunda paylaşım platformlarını kullanan bireyler daha özgüvenli ve girişimci olmaktadır. Özellikle benzer düşünceler paylaşan insanlar arasında itibar kazanmak, paylaşım

platformlarını kullanmaya motive etmektedir. Hamari ve diğerlerinin (2016) makalesinde bireylerin statülerini geliştirmek için paylaşım platformlarını tercih etmesi bu görüşü desteklemektedir.

3.2.3.3. Toplumsal Güven

Güven, insanlar arasında köprü kuran toplumun en önemli yapı taşıdır. Bu sebeple paylaşım ekonomisi platformlarının hizmetlerini sunarken güvenlik ve mahremiyete önemli ölçüde dikkat etmesi gerekmektedir. Güven yalnızca hizmet sağlayıcılar için değil müşteriler tarafından da sağlanmalıdır. Boateng ve diğerleri (2018), Uber gibi uygulamaların kullanıcıların seçtikleri sürücüleri takip etme özelliğinin daha güvenli ve emniyetli olduğu gerekçesi ile paylaşım platformları üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu savunmaktadır.

Özellikle internet, mobil veri ve akıllı telefonların yaygınlaşması, dijital platformların puanlama, referans ve çevrimiçi ödeme sistemleriyle güvenli ve çekici hale gelmesi, atıl ürün/hizmetlerin yoğun mevcudiyeti, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik konusunda artan bilinç ve değişen tüketici alışkanlıkları, ekonomik durgunluk ve kriz ortamları gibi faktörler tüketicilerin mevcut ürün/hizmetlere daha ucuz, kolay ve hızlı erişimine olanak sağlayan paylaşım ekonomisi platformlarına katılım konusunda güveni artırmaktadır (Demir ve Baykal, 2020: 166). Ayrıca, kullanıcılar arasındaki güven, dijital teknolojiler aracılığıyla çevrimiçi itibar sistemleri (derecelendirme sistemleri) ile kurulmaktadır (Martin, 2016: 154). Bu bakımdan sosyal sürdürülebilirliği sağlama konusunda itibar ve güven birbiriyle ilişkilidir.

Paylaşım ekonomisi hakkında yapılan bazı çalışmalarda güvenlik faktörü dezavantaj olarak da görülmektedir. Konaklama platformunda hizmet veren Airbnb karşılaştıkları sorunların başında vergilendirme, belediye ve asayiş sebepleri ile yapılması zorunlu olan yasal bildirimleri yapmaması gibi durumları gelmektedir. Airbnb kullanıcılarının Airbnb'ye ve ev sahibine karşı güvensizlikleri üç başlıkta toplanmaktadır (Bilgin, 2021: 234).

- **Ev sahibinden kaynaklı sorunlar:** Airbnb konutunun adresinin yanlış verilmesi, konutla ilgili gerçekçi olmayan fotoğraflar yüklenmesi, evin içinde olmayan özelliklerin varmış gibi gösterilmesi, hijyen ve temizlik standardının sağlanamaması, ev sahiplerinin paylaşım felsefesini anlamaması

–**Airbnb'den kaynaklı sorunlar:** Konaklama ünitelerinin fiyatlandırılmasında belirli limitlerin verilememesi, sorun durumunda sürecin uzaması, şehir vergileri, konaklama vergileri gibi faktörlerin ülkeler arası değişkenlik göstermesi

–**Destinasyon kaynaklı sorunlar:** Airbnb konutunun bulunduğu lokasyonun suç oranının yüksek olduğu güvenli bölge olarak kabul edilmeyen lokasyonda bulunması

3.2.3.4. Kırsal Turizm İçin Fırsatlar

Paylaşım ekonomisinin kırsal bölgelerde kullanılması tarihi yapıların korunması, yerel mirası zenginleşmesi, o bölgelerde yaşayanların sosyalleşmesi ve turizm değerlerinin tüm dünyaya tanıtılması gibi sosyal sürdürülebilirliğe katkıları bulunmaktadır. Demir ve Emekli (2019), paylaşıma dayalı konaklama hizmeti alanında yaptıkları çalışmada geleneksel yapıda emek-yoğun ve ucuz iş gücünü oluşturan yerel halkın turizmde yeni eğilimler ile birlikte turizm arzını sağlayan bir yapıya evrildiğini ifade etmektedir. Böylece yerel halk, paylaşım platformlarını kullanarak modern yapı içerisindeki pasif konumdan sıyrılmış ve turizm faaliyetlerine yön vermeye başlamıştır. Bu durum yerel halk ve turist arasında çalışan-müşteri ilişkisini değiştirerek akranlar arasında derinlemesine iletişim, etkileşim ve paylaşımı ön plana çıkartmaktadır. Ayrıca, müşterilerin yerel halkla iç içe yaşaması, otantik bir seyahat algısı deneyimi sağlamaktadır.

Mahedevan (2020), bireylerin kentsel ve kırsal paylaşım platformlarını tercih etmelerine yönelik nedenleri incelediği çalışmasında, yerel deneyimlerin önemli bir faktör olduğunu gözlemlemiştir. Büyük şehirlerde internetten veya ziyaretçi danışma merkezlerinden bilgi almak daha kolay olabilirken, kırsal alanda bilgi edinmek için o bölgenin sakinleri ile konuşmanın daha sağlıklı ve bilgilendirici olabileceğini öne sürmektedir. Ayrıca tüketiciler son zamanlarda geçmişlerini özlemekte ve köklerine dönmeyi talep etmektedirler. Bu geri dönüşü, doğadaki sessizlik ve dinginlikte aramaktadır. Bugünün kırsalında yaşayan ve onu var eden insanlarla buluşmak ve sosyalleşmek de kırsal turizme katılım için önemli bir motivasyon kaynağıdır (Demir ve Baykal, 2020: 169).

3.2.3.5. Sosyalleşme ve Etkileşim

Paylaşım ekonomisi doğası gereği kullanıcılar arası sosyal bağlantılara ve etkileşimlere dayanmaktadır. Sosyal platformalar aracılığıyla kurulan bağlantılar, sosyal yeniliği teşvik ederek daha güçlü topluluklar oluşturmaya katkıda bulunmaktadır

(Piscicelli ve diğerleri, 2014: 7). Kullanıcılar arasındaki etkileşimlere değinen Tussyadiah (2015) konaklama platformu üzerine yaptığı çalışmasında, yerel halkı tanıma ve onlarla etkileşim kurma şeklindeki sosyal motivasyonlarının önemli katılım faktörleri olduğunu ifade etmektedir. Benzer bakış açısını farklı sektördeki paylaşım uygulamalarında kullanan Böcker ve Meelen (2016) ise kişisel etkileşim bileşeni yüksek olan yemek paylaşımı hizmetlerinin sosyal motivasyonlar için büyük bir uyarıcı olduğunu öne sürmektedir.

İnsanlarla sosyal etkileşimde bulunan ve eşsiz deneyimlere yatkın dışa dönük kişilerin çevrimiçi ikinci el alışveriş veya paylaşım platformlarına yönelik tutumların pozitif olacağı ileri sürülmektedir (Gülden, 2022: 63). Öte yandan Frenken ve Schor (2019) ise ekonomik nedenlerle paylaşım platformlarına daha fazla insan katıldıkça sosyal etkileşimin azalacağını ifade etmektedir. Ayrıca platform sağlayıcıları hakkındaki değerlendirmelerin kalitesi sosyal bağlantıların öneminin azalmasına neden olduğunu belirtmektedir. Katılımcılar zaman içinde daha fazla puan aldıkça güven kodlanır ve yüz yüze etkileşime daha az ihtiyaç duyulmasına yol açmaktadır. Örneğin, konaklama hizmeti veren ev sahipleri, kiracılara telefon aracılığıyla geçici pin kodu göndererek yüz yüze etkileşime gerek kalmadan kiracıların eve girişini sağlayabilmektedir.

SONUÇ

Küresel ısınmadan kaynaklanan olumsuzluklar, endüstriyel işletmeleri çevresel açıdan sürdürülebilir üretim stratejilerine odaklanması gerektiğini göstermiştir. Günümüzdeki gelişmeler dikkate alındığında COVID-19 kaynaklı salgın nedeniyle üretim ve hizmet kuruluşları, mevcut durumun üstesinden gelmek için faaliyetlerini dijital üretime doğru yöneltmektedir. Üç boyutlu baskılar, robotlar, siber fiziksel nesneler gibi dijital teknolojiler sürdürülebilir üretime entegre edilerek uygulanmaktadır. COVID-19 dönemi sosyal medyanın kullanımını da artırmıştır. Teknoloji ve sosyal medya platformlarının bilinçli kullanım beraberinde üretim ve tüketim olgularını değiştirmiştir. Tüketici davranışlarının değişmesi ile beraber bireyler ürün ve hizmetlere sahip olmanın sürdürülebilir bir tüketim anlayışı sağlamayacağı düşüncesiyle "paylaşım ekonomisi" kavramı ortaya çıkmıştır. Tüketici ve işletmelerin paylaşım ekonomisini tercih etmesinin farklı sebepleri bulunmaktadır. Genel olarak ürün ve hizmetlere sahip olmanın getirdiği maliyetlere daha ekonomik olması açısından pozitif etkileri vardır. Ürün ve hizmetlere geçici erişim ile kaynakların tükenmesinin önüne geçilerek çevresel anlamda sürdürülebilir bir çevre sağladığı düşüncesiyle tercih edilmektedir.

Paylaşım ekonomisi konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde, sürdürülebilir üretimin üç boyutuna ilişkin teorik çalışmaların daha az olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, bu yöndeki boşluğu gidermeye yönelik olarak paylaşım ekonomisinin sürdürülebilir üretimin üç boyutu olan ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri konusundaki alan yazının durumunu ortaya koymaktır.

Sürdürülebilir üretimi sağlama konusundaki stratejilerin temelinde ekonomik ve sosyal olgular yer almaktadır. Paylaşım odaklı iş modeli yeni bir yaklaşım olduğundan çevresel etkileri henüz tam olarak ölçümlenememiştir. Sosyoekonomik anlamda değişimler, teknolojinin kullanım alanlarının artması ve müşteri tercihlerinin değişmesi sonucunda mevcut sistemi geliştirmek için birtakım fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Küresel olarak farklılaşan demografik değişiklikler ile ilgili sosyoekonomik değişimlere karşı sosyal eşitsizlik, sürdürülebilir iş ihtiyacı, bireylerin de üretime katılması ve çevre bilincinin artması sonucunda mevcut ekonomi modellerinin yeniden yapılandırıldığı çıkarımına varılmaktadır. Paylaşım ekonomisi bu anlamda sürdürülebilir üretime yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Paylaşım ekonomisi cinsiyet tercihleri açısından değerlendirildiğinde Neunhoeffer ve Teubner (2018), araba ve konaklama platformlarını erkeklerin kadınlara

göre daha fazla tercih ettiğini ifade etmektedir. Bu tercih farklılığının nedeni "güven" faktörü olarak belirtmektedir. Bu bağlamda paylaşım ekonomisinin sosyal etkileri cinsiyet ayrımı gözetmeksizin daha eşitlikçi, erişilebilir ve şeffaf bir ortamda değerlendirilmelidir. Ayrıca konaklama alanında paylaşıma dayalı hizmet veren işletmelerde kalma süresi, olumlu/olumsuz anlamda güveni etkilemektedir. Bir yerde konaklama gün sayısı arttıkça hizmet sağlayıcılar ile kullanıcılar arasında ilişkiler gelişmektedir. Böylece arkadaşlık ilişkileri gibi sosyal deneyimler toplumsal refahı geliştirmektedir (Neunhoeffer ve Teubner, 2018: 229). Alarçin (2021) ise güvenin tutum ve niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını savunarak "güven" faktörüne farklı bir bakış getirmektedir. Tutum ve niyet üzerinde anlamlı etkiye sahip olmayan faktörler incelendiğinde, sürdürülebilirliğin ekonomik göstergelerinin ön planda olduğu, kurumsal bağımlılıkların sürdüğü ve gelişimi devam eden pazarlarda anlamlı olmayabileceği vurgulanmaktadır. Bunu bir araç paylaşım hizmetleri üzerinden örneklendirmektedir. Bu durumun nedeni, tüketicilerin günlük hayatın bir parçası olarak sıklıkla araç paylaşım hizmetlerini kullanamamalarından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin bir hizmet sağlayıcıya yönelik güven problemi yaşamalarının aslında araç paylaşım hizmetlerini tamamen bırakmalarına değil, farklı bir hizmet sağlayıcıya gitmelerine sebep olacağı ve böylelikle hizmet kullanım niyeti sürdürülebilmektedir. (Alarçin, 2021: 122).

Paylaşım platformları aracılığıyla ikinci el ürün alım satımı, geri dönüştürülebilir yöntemlerin geliştirilmesi gibi üretim faaliyetlerinin ülke ekonomisine ve yeni istihdam alanlarının oluşmasını sağlamaktadır. Müşterilerin tüketim eğilimleri kişisel tecrübelere doğru yönelmiş ve müşteriler de bireysel üreticiler olarak üretim faaliyetlerine katılmaya başlamıştır. Bireysel üreticilerin küçük üretimler gerçekleştirerek zamanla bir marka olduğu gözlenmektedir. Bu durum ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Ayrıca işletmeleri ve bireyleri paylaşım odaklı iş modellerine yönlendiren sebeplerin başında maliyet tasarrufu, kolaylık, çevresel sürdürülebilirlik, güven gibi faktörler yer almaktadır.

Sürdürülebilir üretim alanında yeni bir yaklaşım ve dijitalleşmeyle yakından ilgili Sürdürülebilirlik 4.0 yaklaşımı, paylaşım ekonomisinin bir özelliği olan "birlikte değer sağlama" konusunda yardımcı olmaktadır. Akıllı şehirler, sıfır atık, araç paylaşımı, ortak çalışma gibi paylaşım hizmetlerinin, ekonomik ve sosyal dönüşümü yeniden şekillendirmek için nesnelerin interneti, yapay zeka, veri analitiği gibi Sürdürülebilir 4.0 tekniklerinden yararlanması gerekmektir (Javaid ve diğerleri, 2022: 86).

Günümüzde paylaşım ekonomisi ürün/hizmet paylaşımından çok deneyime doğru kaymaktadır. Örneğin, konaklama alanında hizmet alan bir birey, hizmet sağlayıcılardan o lokasyon bölgesindeki tarihi yapıları, kültürel dokuyu öğrenmek istemektedir. Bir başka açıdan paylaşım platformları arasında iş birliği de söz konusu olmaktadır. Örneğin, Airbnb platformunu kullanarak bir ev kiralayan bireyler Airbnb platformu üzerinden bisiklet paylaşımı yapan hizmet sağlayıcılar ile bir araya getirilerek bireylerin şehri daha aktif keşfetmesine olanak sağlayarak sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Sınırlı kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılması için sürdürülebilir üretim ve tüketim ortamının oluşturulması konusunda özel sektörün yanı sıra hükümetler ve sivil toplum örgütlerinin de paylaşım ekonomisine katılımı sağlanmalıdır. Bu bağlamda kayıt dışı istihdam ve üretimin önüne geçilmesi için hukuki anlamda düzenlemeler yapılmalıdır. Bunun yanı sıra paylaşım platformlarındaki kişisel bilgilerin güvenliği ve işletmelerin denetimi gibi önemli konularda güvenlik önlemleri alınması gerekmektedir. Ayrıca, paylaşım ekonomisinin sunduğu ürün ve hizmetleri tanıtma açısından pazarlama alanında kullanılması önem arz etmektedir. Bu nedenle, paylaşım platformları aracılığıyla faaliyetlerini sürdüren işletmelerin pazarlama tekniklerini kullanarak ürün ve hizmetlere ait görsel unsurlara da dikkat etmesi gerekmektedir.

Paylaşım ekonomisinin ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe etkileri şu şekilde genellenebilmektedir:

- Paylaşım ekonomisi, ürün ve hizmetlere erişimin sahip olmaya göre daha az maliyetli olması açısından ekonomik sürdürülebilirliğe pozitif etkileri vardır.
- Yeni iş fırsatları ile istihdam sağlanarak ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır.
- Bireysel üreticiler zamanla büyüyerek bir marka olmaktadır. Bu durumda ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.
- Başta gençler ve girişimciler olmak üzere birçok insanın her anlamda bağımsız olmasında önemli rol oynamaktadır.
- Toplumun orta yaş üzeri kesiminin paylaşım ekonomisi kültürüne hızlıca adapte olamadığı gözlemlenmektedir. İnternet çağında doğan yeni nesil adaptasyon süreci daha hızlıdır.
- Cinsiyet tercihleri açısından değerlendirildiğinde, araba ve konaklama platformlarını erkekler kadınlara göre daha fazla tercih etmektedir. Bu tercih farklılığının nedeni olarak “güven” faktörüdür.

- Arkadaşlık ilişkileri gibi sosyal deneyimler toplumsal refahı geliştirir.
- Dijitalleşmenin her alanda yaygınlaşması nedeniyle yeni iş alanları sağlama açısından ekonomiye tehdit olmaktan ziyade bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.
- Paylaşım platformları aracılığıyla kullanılmış olan ürünlerin takas edilmesi ile yeni ürünler satın alındığında daha fazla tüketime neden olmaktadır. Bu yönüyle çevresel etkileri daha kapsamlı araştırılmalıdır.
- Konaklama paylaşım uygulamalarında, farklı ülkelerin yerel insanları ile etkileşim halinde olmasından dolayı kültürler arası diyalog oluşması açısından sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Paylaşım ekonomisinin ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik arasındaki ilişkide eleştirel alanlarda mevcuttur. Bunlar:

- Hizmet sağlayıcı ve kullanıcılar açısından güvenlik önde gelen endişeler arasındadır. Depozito ve garanti gibi unsurları açık bir şekilde belirtilmemektedir.
- Paylaşım ekonomisine erişimin hızlı ve ucuz olması sebebiyle özellikle nüfusu fazla olan bölgelerde kullanılması daha fazla hava kirliliğine neden olabilmektedir.
- Gelişmemiş toplumlarda güvencesiz işler, dengesiz istihdam ortaya çıkarmaktadır.
- Mevcut faaliyetlerini sürdüren benzer sektörlerde yıkıcı bir rekabet oluşturabilmektedir.

Gelecek çalışmalar için öneriler

- Paylaşım ekonomisi iş modelinin sürdürülebilir üretim boyutları (ekonomik, sosyal ve çevresel) üzerindeki olumsuz etkileri incelenebilir.
- Paylaşım ekonomisi iş modelinin gelişmiş ve gelişmemiş ülkelerdeki etki alanlarını daha iyi gözlemlemek için karşılaştırmalı çalışmalar yapılarak, paylaşım uygulamalarının kullanımını etkileyen faktörler karşılaştırılabilir.
- Kadın girişimciler, gençler gibi farklı sosyal kesimlerin paylaşım ekonomisine yönlendiren motivasyonları araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Abraham, G.K., Haltiwanger, J.C., Spletzer, J.R. (2020). "Measuring the Gig Economy: Current Knowledge and Open Issues", *National Bureu of Economic Research,* s. 1-44.

Acemoğlu, D. (2001). "Good Jobs versus Bad Jobs", *Journal of Labor Economics, Volume 19, Issue 1,* s. 1-21.

Acquier, A., Carbone, V. Ve Massé, D. (2019, Şubat). "How to Create Value(s) in the Sharing Economy: Business Models Scalability and Sustainability", *Technology Innovation Management Review, Volume 9, Issue 2,* s. 5-24.

Acquier, A., Daudigeos, T. ve Pinkse, J. (2017). "Promises and paradoxes of the sharing economy: An Organizing framework", *Technological Forecasting & Social Change,* s. 1-10.

Akgül, U. (2010). "Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı", Antropoloji, Sayı 24, s. 133-164.

Akkoyun, Y. (2016). *Sürdürülebilir Üretimi Engelleyen Faktörlerin Bulanık KFY Yöntemi ile Analizi,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Alarçin, M. (2021). *Paylaşım Ekonomisinde Otomobil Paylaşım Niyetini Etkileyen Faktörler Üzerine Araştırma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Alkevli, A. (2020). *Tüketicilerin İşbirlikçi Tüketime Yönelik Niyetini Etkileyen Faktörler: Kuşaklar Arası Bir Çalışma*, (Basılmamış Doktora Tezi), Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Osmaniye.

Andreoni, V. (2020). "The Trap of Success: A Paradox of Scale for Sharing Economy and Degrowth", *Sustainability, Volume 12, Issue 8,* s. 1-17.

Aracıoğlu, B. (2010). "Üretim/ İşlemler Yönetimi Alanında Yaşanan Paradigmal Değişimler Kapsamında Sürdürülebilir Üretim", *Ege Akademik Bakış, Cilt 10, Sayı 1,* s. 141-156.

Asar, C. (2022). *BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'ndeki Endüstri 4.0'ı Benimsemiş Enerji Firmalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılmalı Değerlendirilmesi,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.

Asif, M., Searcy, C., Zutshi A. Ve Ahmad, N. (2011). "An Integrated Management Systems Approach to Corporate Sustainability", *European Business Review, Volume 23, Issue 4,* s. 353-367.

Auh, S., Bell, S. J., Mcleod, C. S. ve Shih, E. (2007). "Co-Production and Customer Loyalty in Financial Services", *Journal of Retailing,* s. 359-370.

Barbier, E. B. (1987). "The Concept of Sustainable Economic Development", *Environmental Conversation, Volume 14,* s. 101-110.

Bardhi, F. ve Eckhardt, G.M. (2012). "Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing", *Journal of Consumer Research, Volume 39,* s.881-898.

Barnes, S.J. ve Mattsson, J. (2016). "Understanding Current and Future Issues in Collaborative Consumption: A Four-Stage Delphi Study", *Technological Forecasting and Social Change, Volume104,* s. 200-211.

Bäro, A., Toepler, F., Meynhardt, T. ve Velamuri, V. K. (2022, Nisan). "Participating in the Sharing Economy: The Role of Individual Characteristics", *Managerial and Decision Economics,* s.1-21.

Baumgartner, R.J. ve Ebner, D. (2010). "Corporate Sustainability Strategies: Sustainability Profiles and Maturity Levels", *Sustainable Development, Volume 18,* s. 76-89.

Baumgartner, S. ve Quaas, M. (2010). "What is Sustainability Economics?", *Ecological Economics, Volume 69,* s.445-450.

Beldad, A., Jong, M. Ve Steehouder, M. (2010, Nisan). "How Shall I the Faceless and the Intangible? A Literature Review on the Antecedents of Online Trust", *Computers in Humans Behavior, Volume 26,* s. 857-869.

Belk, R. (2007). "Why Not Share Rather Than Own", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, Volume 611, Issue 1,* s. 127-140

Belk, R. (2014). "You are What Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online", *Journal of Business Research, Volume 67,* Issue 8, s. 1595-1600.

Bendapudi, N. ve Leone R.P. (2003). "Psychological Implications of Customer Participation in Co-Production", *Journal of Marketing, Volume 67,* s. 14-28.

Benoit, S., Baker, T.L. Bolton R.N. Gruber, T. ve Kandampully, J. (2017). "A Triadic Framework for Collaborative Consumption (CC): Motives, Activities and Resources & Capabilities of Actors", *Journal of Business Research,* s. 1-9.

Bhandari, D., Singh, R. ve Garg, S.K. (2019). " Prioritisation ve Evaluation of Barriers Intensity for Implementation of Cleaner Technologies: Framework for Sustainable Production", *Resources, Conservation & Recycling, Volume 146,* s. 156-167.

Bhanot, N., Rao, P.V. ve Deshmukh, S.G. (2016). "An Integrated Approach for Analysing the Enablers and Barriers of Sustainable Manufacturing", *Journal of Cleaner Production,* s. 1-56.

Bilgin, K. Y. (2021). *Türk Turistlerin Paylaşım Ekonomisine Katılma Nedenleri ve Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Airbnb Örneği Üzerine Bir Karma Yöntem Araştırması,* (Basılmamış Doktora Tezi), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.

Boar, A., Bastida, R. ve Marimon, F. (2020). "A Systematic Literature Review. Relationships Between the Sharing Economy, Sustainable Development Goals", *Sustainability*, s. 2-14.

Boateng, H., Kosiba, J.P.B. ve Okoe, A.F. (2018). "Determinants of Consumers' Participation in the Sharing Economy a Social Exchange Perspective within an Emerging Economy Context", *International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 31, Issue 2*, s. 718-733.

Bonciu, F. ve Balgar, A. C. (2016). "Sharing Economy as a Contributor to Sustainable Growth: An a EU Perspective", *Romanian Journal of European Affairs, Volume 16, Issue 2,* s. 36-45.

Böcker, L. ve Meelen, T. (2017). "Sharing for People, Planet or Profit? Analysing Motivations for Intended Sharing Economy Participation", *Environmental Innovation and Societal Transitions, s*. 28-39.

Breidbach, C.F. ve Brodie, R.J. (2017). "Engagement Platforms in the Sharing Economy Conceptual Foundations and Research Directions", *Journal of Service Theory and Practice, Volume 27, Issue 4*, s. 761-777.

Caspersen, E. ve Navrud, S. (2021). "The Sharing Economy and Consumer Preferences for Environmentally Sustainable Last Mile Deliveries", *Transportation Research Volume 95,* s. 1-18.

Ceran, E.B., (2017). "Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı ve Ölçümüne İlişkin Bir Ön Çalışma", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 46*, s. 59-70.

Chapin, F.S., Torn, M.S. ve Tateno, M. (1996). "Principles of Ecosystem Sustainability*", American Naturalist, Volume 48, Issue 6,* s. 1016-1037.

Chatterjee, S., Rana, N.P. ve Dwivedi, Y.K. (2021). "Assessing Consumers' Co-production and Future Participation On Value Co-creation and Business Benefit: An F-P-C-B Model Perspective", *Information System Frontiers,* s.1-20.

Chen, H., Zhu, T., Huo, J. ve Andre, H. (2020). "Sustainable Co-Governance of Smart Bike-Sharing Schemes Based on Customers' Perspective", *Journal of Cleaner Production, Volume 260,* s. 1-8.

Cherrier, H., Black, I. ve Lee, M. (2010). "Intentional Non-Consumption for Sustainability", *European Journal of Marketing, Volume 45, Issue 11*, s. 1757-1767.

Cherry, C. E. ve Pidgeon, N. F. (2018). "Is Sharing the Solution? Exploring Public Acceptability of the Sharing Economy", *Journal of Cleaner Production, Volume 195,* s. 939-948.

Chuah, S. H., Tseng, M. L., Wu, K. J. ve Cheng, C. F. (2021). "Factors Influencing the Adoption of Sharing Economy in B2B Context in China: Findins from PLS-SEM and fsQCA", *Resources, Conservation and Recycling, Volume 175*, s. 1-16.

Ciulli, F. ve Kolk, A. (2019). "Incumbents and Business Model Innovation for the Sharing Economy: Implications for Sustainability", *Journal of Cleaner Production, Volume 214,* s. 995-1010.

Cockayne, D.G. (2016). "Sharing and Neoliberal Discourse: The Economic Function of Sharing in the Digital On-Demand Economy", *Geoforum, Volume 77*, s. 83-82.

Curtis, S.K. ve Lebner M. (2019). "Defining the Sharing Economy for Sustainability", *The International Institute for Industrial Environmental Tegnérsplatsen, Volume 4*, s. 2-25.

Çakır, İ. ve Dedeoğlu, A.Ö. (2019) "İkinci El Giyim Sitelerinde Algılanan Risklerin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Cilt 27*, s. 55-72.

Çevik, O. ve Uyar, E. (2021). "Ekonomide Yeni Trend: Paylaşım Ekonomisi ve Tüketicilerin Bakış Açısı", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt 8, Sayı 2,* s. 16-37.

Dabija, D.C., Csorba, L.M., Isaec, F.L. ve Rusu, S. (2022). "Building Trust Sharing Economy Platforms Beyond the COVID-19 Pandemic", *Electronics, Volume, 11,* s. 1-19.

Daunoriene, A., Draksaite, A., Snieska, V. Ve Valodkiene, G. (2015). "Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models", *Procedia, Social and Behavioral Sciences, Volume 213*, s. 836-841.

Dedeoğlu, A.Ö. (2015). "Değişen Pazaryerinde Tüketici ve Tüketimin Rolüne İlişkin Yeni Yaklaşımlar: Ortak Tüketim (co-production) ve Ortak yaratma (co-creation)", *Ege Strategic Research Journal, Cilt 6, Sayı 2,* s. 17-29.

Demailly, D. ve Novel, A.S. (2014). "The Sharing Economy: Make It Sustainable", *Institut Du Développement Durable Et Des Relations Internationals, Volume 27,* s. 1-30.

Demir, E. ve Baykal, F. (2020). "Paylaşım Ekonomisinin Kırsalda Yükselişi: Kırsal Turizm için Fırsatlar ve Riskler", *Uluslararası Çağdaş Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 2,* s. 163-178.

Demir, E. ve Emekli, G. (2019). "Tesisten Konuta Turistten Misafire: Couchsurfing Örneği", *Ege Coğrafya Dergisi, Cilt 28, Sayı 2*, s. 51-68.

Denning, S. (2014). "An Economy of Access is Opening for Business: Five Strategies for Succes", *Strategy & Leadership, Volume 42, Issue 4*, s. 14-21.

Diesendorf, M. (2000). "Sustainable and Sustainable Development", *In Dunphy*, s. 1-13.

Doane, D. ve MacGillivray, A. (2001). "Economic Sustainability the Business of Staying in Business", *New Economic Foundation*, s. 1-53.

Dominguez, E., Ullibari, M. ve Zabelata, I. (2000). "Reduction of Working Hours as a Policy of Work Sharing in the Face of an Economic Crisis", *Applied Economic Letters, Volume 18, Issue 7*, s. 683-686.

Dredge, D. ve Gyimóthy, S. (2015). "The Collaborative Economy and Tourism: Critical Perspectives, Questionable Claims and Silenced Voices", *Tourism Recreation Research, Volume 40, Issue 3*, s. 286-302.

Dreyer, B., Lüdege-Freund, F., Hamann, R. ve Faccer, K. (2017). "Upsides and Downsides of the Sharing Economy: Collaborative Consumption Business Models' Stakeholder Value Impacts and Their Relationship to Context", *Technological Forecasting and Social Change, Volume 125,* s. 87-104.

Duran, B. (2018). *Sürdürülebilirlik Kavramının Önemi, Karşılaşılan Sorunlar ve Şirketlerin Sürdürülebilirlik Raporlarının İncelenmesi,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Dündar, A.O. (2021). "Kitle Kaynak Lojistiğin Son Adım Teslimatlarda Uygulanması Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt 24, Sayı 2,* s. 511-527.

Dyllick, T. ve Hockerts, K. (2002). "Beyond the Business Case for Corporate Sustainability", *Business Strategy and the Environment, Volume 11,* s. 130-141.

Eckhardt, G.M., Houston, M.B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A. ve Zevas, G. (2019). "Marketing in the Sharing Economy", *Journal of Marketing, Volume 83, Issue 5,* s. 5-27.

Edvardson, Bo, Ng G., Min C.Z., Firth R. ve Yi (2011). "Does Service-Dominant Design Result in a Better Service System*?", Journal of Service Management, Volume 22, Issue 4,* s. 540-556.

Ekşi, G. (2019). *Temiz Üretim Uygulamaları: Antalya Organize Sanayi Bölgesi'nde ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Uygulayan Firmalar Üzerine Bir Araştırma,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Eneş, E. (2022). *İşletmelerin Sürdürülebilirlik Stratejileri ile Sürdürülebilir Tedarik Zinciri ve Lojistik Performanslarındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Engert, S., Rauter, R. ve Baumgartner, R.J. (2016). "Exploring the Integration of Corporate Sustainability into Strategic Management: A Literature Review", *Journal of Cleaner Production, Volume 112,* s. 2833-2850.

Fan, Y., Xia, M. Zhang, Y. ve Chen, Y. (2019). "The Influence of Social Embeddedness on Organizational Legitimacy and the Sustainability of the Globalization of the Sharing Economic Platform: Evidence from Uber", *Resources, Conservation and Recycling, Volume 151,* s. 1-14.

Fang, Y.H.ve Li, C.L. (2022). "Does the Sharing Economy Change Conventional Consumption Modes?", *International Journal of Information Management,* Volume 67, s. 1-17.

Felländer, A., Ingram, C. ve Teigland, R. (2015). "The Sharing Economy Embracing Change with Caution", *Entreprenörskapsforum,* s. 1-71.

Frenken, K. (2017). "Political Economies and Environmental Futures for the Sharing Economy", Philosophical Transactions of the *The Royal Society: A Mathematical, Physical and Engineering Sciences, Volume 375, Issue 2095,* s. 1-15.

Frenken, K. ve Schor, J. (2019). "Putting the Sharing Economy into Perspective", *Environmental Innovation and Societal Transitions, Volume 23, s. 3-10.*

Frenssen, V., Bonne, K., Malfliet, N., Maeyer, C. ve Michels, M. (2017). "The Sharing Economy: About Micro-Entrepreneurship and Givers' (Financial) Motives", *Management International Conference,* s. 233-249.

Friedman, G. (2014). "Workers without Employers: Shadow Corporations and the Rise of the Gig Economy", *Review of Keynesian Economics, Volume 2, No 2,* s. 171-188.

Geissinger, A., Laurell, C., Öberg, C. ve Sandström, C. (2019). "How Sustainable is the Sharing Economy? On the Sustainability Connotations of Sharing Economy Platforms", *Journal of Cleaner Production, Volume 206,* s. 419-429.

Goodland, R. (1995). "The Concept of Environmental Sustainability", *Annual Review of Ecology and Systematics, Volume 26,* s. 1-24.

Göçer, İ. (2013). "Küresel Ekonomik Krizin Etkileri: Panel Veri Analizi", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 29*, s. 163-188.

Gu, J. (2022). "Sharing Economy, Technological Innovation and Carbon Emission: Evidence from Chinese Cities*", Journal of Innovation & Knowledge, Volume 7, Issue 3,* s. 1-11.

Guerci, M., Radaelli, G., Siletti, E., Cirella, S. ve Shani, R. (2013). "The Impact of Human Resource Management Practices and Corporate Sustainability on Organizational Ethical Climates: An Employee Perspective", *Journal of Business Ethics, Volume 126,* s. 325-342.

Gupta, P. ve Chauhan, S. (2021). "Mapping Intellectual Structure and Sustainability Claims of Sharing Economy Research- A Literature Review", *Sustainable Production and Consumption, Volume 25, Issue 5,* s. 347-362.

Gülçay, C. (2019). *Sanal Paylaşım Ekonomisi Platformlarında İçsel ve Dışsal Güdüleyicilerin İşbirlikçi Tüketim Uygulamalarına Etkisi,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Gülden, Ç. G. (2022). *Çevrimiçi İkinci El Paylaşım Ekonomisine Katılma Niyetinin Kişilik Özellikleri ve Tutum Çerçevesinde İncelenmesi,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Gürül, B. (2019). *Sürdürülebilir Üretim Göstergelerinin Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansına Etkisinin Araştırılması*, (Basılmamış Doktora Tezi), Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hahn, T. ve Scheermesser, M. (2006). "Approaches to Corporate Sustainability among German Companies", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Volume 13,* s. 150-165.

Hamari, J., Sjöklint, M. ve Ukkonen, A. (2016). "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption", *Journal of the Association for Information Science and Technology, Volume 67, Issue 9,* s. 2047-2059.

Harris, J. M. (2000). "Basic Principles of Sustainable Development", *Global Development and Environment Institute,* s. 1-26.

Hartl, B., Sabitzer, T., Hofmann, E. ve Penz, E. (2018). "Sustainability is a Nice Bonus the Role of Sustainability in Carsharing from a Consumer Perspective", *Journal of Cleaner Production, Volume 202,* s. 88-100.

Heinrichs, H. (2013). "Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability", *GAIA- Ecological Perspectives for Science and Society, Volume 22, Issue 4,* s. 228-231.

Hellwig, K., Morhart, F. ve Girardin, F. (2015). "Exploring Different Types of Sharing: A Proposed Segmentation of the Market for Sharing Business", *Psychology &Marketing, Volume 32, Issue 9,* s. 891-906.

Hirschi, A. (2017). "The Fourth Industrial Revolution: Issues and Implications for Career Research and Practice", *The Career Development Quarterly, Volume 66,* s. 192-204.

ING (2015). Paylaşım Ekonomisi Uluslararası Raporu, https://www.ing.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2015/ingbank_IIS_paylasim_ekonomisi_21122015.pdf , (12.11.2022).

Jamali, D. (2006). "Insights into Triple Bottom Line Integration from a Learning Organization Perspective", *Business Process Management Journal, Volume 12, No 6,* s. 809-821.

Javaid, M., Haleem, A., Singh, R.P., Khan, S. ve Suman, J. (2022). "Sustainability 4.0 and its Applications in this Field of Manufacturing", *Internet of Things and Cyber-Physical System, Volume 2,* s. 82-90.

Jiang, B. ve Tian, L. (2016). "Collaborative Consumption: Strategic and Economic Implications of Product Sharing", *Management Science,* s. 1-19.

Kacar, İ. ve Yakın, V. (2018). "Paylaşım Ekonomisi ve Değer Yaratmak: Kanvas İş Modeli Örneği", *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, Cilt 53, Sayı 3,* s. 724-739.

Kapsız, F. (2021). *Sürdürülebilirlik Kapsamında Yavaş Moda ve Tüketicilerin Davranış Eğilimleri*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.

Kathan, W., Matzler, K. ve Veider, V. (2016). "The Sharing Economy: Your Business Model's Friend or Foe?", *Business Horizons, Volume 59, Issue 6,* s. 663-672.

Kayıkçı, P., Armağan, K. ve Dal, N. E. (2019) "Sürdürülebilir Pazarlama: Kavramsal bir Çalışma", Bucak İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 2, Sayı 1, s. 77-93.

Kiremitçi, G. (2019). *Sürdürülebilirlik ve Marka İlişkisi Bağlamında Sürdürülebilir Marka Kavramı: Pınar Markasının Sürdürülebilirlik Çalışmaları Üzerine Nitel Bir Araştırma,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kişi, N. (2018). "Paylaşım Ekonomisinin Ulaşım Sektörüne Yansımaları: Uber Örneği", *Ulusal Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 5, Sayı 10*, s. 57-68.

Koç, M. Z., Sel, Ç. ve Keskinkılıç, F. (2021). "Sürdürülebilir Üretim Çizelgeleme Problemlerinde İnsan Faktörü", *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi, Cilt 13, Sayı 3*, s. 130-136.

Konrad, K. ve Wittowsky, D. (2017). "Virtual Mobility and Travel Behavior of Young People- Connections of Two Dimensions of Mobility", *Research in Transportation Economic, Volume 68*, s. 11-17.

Kozinets, R. (1999). "E-Tribalized Marketing? The Strategic Implications of Virtual Communities of Consumption", *European Management Journal, Volume 17, Issue 3*, s. 252-264.

Kumar, A., Luthra, S., Mangla, S. ve Kazançoğlu, Y. (2020). "COVID-19 Impact on Sustainable Production and Operations Management", *Sustainable Operations and Computers,* Volume 1, s. 1-7.

Lai, M.K.W. ve Ho, A.P.Y. (2020). "Unravelling Potentials and Limitations of Sharing Economy in Reducing Unnecessary Consumption: A Social Science Perspective", *Resources, Conservation and Recycling, Volume 153*, s. 1-10.

Lamberton, C. P. ve Rose, R. L. (2012). "When is Ours Better than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing System", *Journal of Marketing, Volume 76, Issue 4* s. 109-125.

Larson, W. E. ve Pierce, F. J. (1994). "The Dynamics of Soil Quality as a Measure of Sustainable Management", *Soil Science Society of America, Volume 35*, s. 37-51.

Laukkanen, M. ve Tuna, N. (2020). "The Potential of Sharing Economy Business Models for Sustainable Value Creation*", Journal of Cleaner Production, Volume 253,* s. 1-20.

Leung, X. Y., Xue, L. ve Wen, H. (2019). Framing the Sharing Economy: Toward a Sustainable System", *Tourism Management, Volume 71*, s. 44-53.

Lim, W. M. (2020). "Sharing Economy: A Marketing Perspective", *Australasian Marketing Journal, Volume 28, Issue 3*, s. 4-13.

Lopez, V., Garcia, A. ve Rodriguez, L. (2007). "Sustainable Development and Corporate Performance: A Study Based on the Dow Jones Sustainability Index", *Journal of Business Ethics, Volume 75, Issue 3*, s. 285-300.

Mahadevan, R. (2020). "Is There an Urban- Rural Divide in the Demand for Peer-to-peer Accommodation Sharing?", *Current Issues in Tourism, Volume 25, Issue 19*, 3098-3105.

Malek, J. ve Desai, T. N. (2019). "Prioritization of Sustainable Manufacturing Barriers Using Best Worst Method", *Journal of Cleaner Production, Volume 226*, s. 589-600.

Marimon, R. ve Zilibotti, F. (2000). "Employment and Distributional Effects of Restricting Working Time", *European Economic Review, Volume 44, Issue 7*, s. 1291-1326.

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

McKenzie, S. (2004) "Social Sustainability: Towards Some Definitions", *Hawke Research Institute Working Paper Series,* s. 1-31.

Moldan, B., Janouskova, S. ve Hak, T. (2012). "How to Understand and Measure Environmental Sustainability: Indicators and Targets", *Ecological Indicators, Volume 17,* s. 4-13.

Mont, O., Palgan Y., Bradley, K., Zvolska, L. (2020). "A Decade of the Sharing Economy: Concepts, Users, Business and Governance Perspectives", *Journal of Cleaner Production, Volume 269,* s. 1-13.

Möhlmann, M. (2015). "Collaborative Consumption: Determinants of Satisfaction and the Likelihood of Using a Sharing Economy Option Again", *Journal of Consumer Behaviour, Volume 14*, s. 193-207.

Munoz, P. ve Cohen, B. (2017). "Mapping out the Sharing Economy: A Configurational Approach to Sharing Business Modeling", *Technological Forecasting and Social Change, Volume 125,* s. 21-37.

Murillo, D., Buckland, H. ve Val, E. (2017). "When the Sharing Economy Becomes Neoliberalism on Steroids: Unravelling the Controversies", *Technological Forecasting and Social Change, Volume 125,* s. 66-76.

Neunhoeffer, F. ve Teubner, T. (2017). "Between Enthusiasm and Refusal: A Cluster Analysis on Consumer Types and Attitudes Towards Peer-To-Peer Sharing", *Journal of Consumer Behaviour, Volume 17, Issue 7,* s. 221-236.

Octavia, D., Yudoko, G. and Nasution, R.A. (2020). "A Positioning Map and Future Research Agenda of Collabotative Consumption", *Jurnal Sosial Humaniora*, s. 94-108.

Özden, A. T. (2022). "1.0'dan 5.0'a Dünya: Web, Pazarlama, Endüstri ve Toplum", *Dijital Çağda İşletme Dergisi, Cilt 5, Sayı 1*, s. 29-44.

Özen, İ. ve Voyvoda, E. (2014). "Kitap İncelemesi: Geçmişin Aynasında Geleceği Görmek: Thomas Piketty' den Üç Asırlık Sistemik Eşitsizlik Analizi", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 69, Sayı3,* s. 665-686.

Özgüner, Z. (2022). "Sürdürülebilir Üretimin Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri", *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, Cilt 8, Sayı 8,* s. 41-63.

Özkan, M. (2022). *Sürdürülebilirlik Raporlaması ve Enerji Sektöründe Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının TOPSİS Yöntemiyle Ölçülmesi*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Öztürk, E. ve Arıkan, Ö. U. (2022). "Dijital Paylaşım Ekonomisi Platformlarının Sürdürülebilirlik Bağlamında İncelenmesi", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Cilt 14, Sayı 26,* s. 241-258.

Öztürk, G. (2022). "Paylaşım Ekonomisi Konulu Makalelere Yönelik Bibliyometrik Analiz", s. 1-7.

Padvamaty, C., Swapana, M. ve Paul, J. (2019). "Online Second-hand Shopping Motivation Conceptualization, Scale Development and Validation", *Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 51,* s. 19-32.

Palgan, V., Mont, O. ve Sulkakoski, S. (2021). "Governing the Sharing Economy: Towards a Comprehensive Analytical Framework of Municipal Governance", *Journal of Cities, Volume 108*, s. 1-13.

Palgan, Y.V., Zvolska, L. ve Mont, O. (2017). "Sustainability Framings of Accommodation Sharing", *Environmental Innovation and Societal Transitions, Volume 23,* s. 70-83.

Piscicelli, L., Cooper, T. ve Fisher, T. (2014). "The Role of Values in Collaborative Consumption: Insights from a Product-Service System for Lending and Borrowing in the UK.", *Journal of Cleaner Production, Volume 97,* s. 21-29.

Pongsakornrungsilp, S. ve Schroeder, J. (2011). "Understanding Value Co-creation in a Co-consuming brand Community", *Marketing Theory, Volume 11, Issue 3,* s. 303-324.

Pouri, M. J. ve Hilty, L. M. (2021). "The Digital Sharing Economy: A Confluence of Technical and Social Sharing", *Environmental Innovation and Social Transition, Volume 38,* s. 127-139.

Prahalad, C. K. ve Ramaswamy, V. (2004). "*Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation", Journal o*f Interactive Marketing, Volume 18, s. 5-13.

Price, J. (1975). "Sharing: The Integration of Intimate Economies", *Anthropological New Series, Volume 17,* s. 3-27.

PwC (2015). Sharing or Paring Growth of the Sharing Economy, https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf , (13.11.2022).

PwC (2018). Sharing Economy The New Business Model, https://www.pwc.at/de/publikationen/branchen-und-wirtschaftsstudien/share-economy-report-2017.pdf , (13.11. 2022).

Rashid, Y., Tanveer, A., Shaukad, Z. Ve Sadiq, I. (2020). "Value Co-creation Features: An Emprical Case Study of B2B Collaboration and Interactions in New Zeland", *Digital Library Perspectives,* Volume 36, Issue 3, s. 219-229.

Rathore, A., Ilavarasan, V. Ve Dwivedi, Y. (2016), "Social Media Content and Product Co-creation: An Emerging Paradigm", *Journal of Enterprise Information Management", Volume 29, Issue 1,* s. 7-18.

Reschl, A., Tiberius, V., Filser, M. ve Qiu, Y. (2022). "Value Confgurations in Sharing Economy Business Models", *Review of Managerial Science, Volume 16*, s. 89-112.

Reuter, E. (2021). "Hybrid Business Models in the Sharing Economy: The Role of Business Model in Design for Managing the Environmental Paradox", *Special Issue Article*, s. 603-618.

Richardson, L. (2015). "Performing the Sharing Economy", *Geoforum, Volume 67*, s. 121-129.

Ritzer, G. ve Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption", *Journal of Consumer Culture, Volume 10, Issue 1*, s. 13-36.

Ron, J. (1998). "Sustainable Production: The Ultimate Result of a Continuous Improvement*", International Journal of Production Economics, Volume 56-57*, s. 99-110.

Rosenblant, A. ve Hwang, T. (2016). "Regional Diversity in Autonomy and Work: A Case Study from Uber and Lyft Drivers", *Intelligence & Autonomy*, s. 1-15.

Santos, G. (2018). "Sustainability and Shared Mobility Models*", Sustainability, Volume 10*, s. 1-13.

Schor, J. (2016). "Debating the Sharing Economy", *Journal of Self-Governance &Management Economics, Volume 4, Issue 3*, s. 7-22.

Schwanholz, J. ve Leipold, S. (2020). "Sharing for a Circular Economy? An Analysis of Digital Sharing Platforms' Principles and Business Models*", Journal of Cleaner Production, Volume 269*, s. 1-27.

Sesliokuyucu, O. S. (2021). "Pandemi Sürecinde Paylaşım Ekonomisi Platformları Kullanımında Süreklilik Niyeti", *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 8, Sayı 4,* s. 500-519.

Sheht, J., Sethia, N. Ve Srinivas, S. (2010). "Mindful Consumption: A Customer- centric Approach to Sustainability", *Journal of the Academy Marketing Science, Volume 39*, s. 21-39.

Shrivastava, P. Ve Hart, S. (1999). "Creating Sustainable Corporations", *Business Strategy and the Environment, Volume 4*, s. 154-165.

Singh, P. (2019). "Lean in Healthcare Organization: An Opportunity for Environmental Sustainability", *Benchmarking: An International Journal*, s. 1-17.

Slee, T. (2013). Some Obvious Things About Internet Reputation System, https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=410091be5c14ba4b17dcbd74f7e594f0c22782b5 , (20.01.2023).

Soyak, İ. (2019). *Giysi Tasarımı Açısından Döngüsel Ekonomi ve Paylaşım Odaklı Tüketim Modelleri*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

Spindeldreher, K., Fröhlich, J., Ak, E. ve Schlagwein, D. (2019). "Why Won't You Share? Barrier to Participation in the Sharing Economy", *Twenty-fifth Americas Conference on Information System,* s. 1-11.

Sundararajan, A. (2014). "Peer-to-peer Business and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues*", In Writtten Testimony for the Hearing Titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses,* s. 1-7.

Tham, W. K., Lim, W. M. ve Vieceli, J. (2022). "Foundations of Consumption and Production in the Sharing Economy", *Electronic Commerce Research,* s. 1-24.

Tiryakioğlu, C. (2019). *Tüketicilerin Paylaşım Ekonomisini Kullanma Motivasyonları Üzerine Türkiye'de Bir Araştırma*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Todoli-Signes, A. (2017). "The Gig Economy: Employee, Self-Employed, or the Need for a Special Employment Regulation?", *Transfer: European Review of Labour and Research, Volume 23, Issue 2, s*. 193-205.

Tusyadiah, I. (2015). "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative in Travel" Information and Communication Technology in Tourism, s. 817-830.

Türkmen, M. A. (2017). *Üretimde Paradigmal Yaklaşımlar*, Kriter Yayınları, İstanbul.

Tüyen, Z. (2020). "İşletmelerde Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirliği Etkileyen Etmenler", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 37,* s. 91-117.

Ulu, E. Ö. (2020). *Türkiye'de Paylaşım Ekonomisi İş Modellerini Kullananların Memnuniyeti Üzerine Bir İnceleme Airbnb Örneği*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Valkenburg, P.M., Peter, J. ve Schouten, A. (2006). "Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-being and Social Self-Esteem, *Cyberpsychology& Behavior, Volume 9, Issue 5,* s. 584-590.

Veleva, V. ve Ellenbecker, M. (2001). "Indicators of Sustainable Production: Framework and Methodology", *Journal of Cleaner Production, Volume 9,* s. 519-549.

Verboven, H. ve Vanherck, L. (2016). "The Sustainability Paradox of Sharing Economy", *Sustainability Management Forum, Volume 24, Issue 4,* s. 303-314.

Walker, A., Opferkuch, K., Lindgreen, E. R., Raggi, A., Simboli, A., Vermeulen, J. V., Caeiro, S. ve Salomone, R. (2021). "What ıs the Relation between Circular Economy and Sustainability? Answers from Frontrunner Companies Engaged with Circular Economy Practice", *Circular Economy and Sustainability, Volume 2,* s. 731-758.

Wang, D., Yan, L., Ruan, F. Ve Zeng, X. (2022). "An Abductive Analtive of Debates on the Impact of the Sharing Economy: A Systematic Review in a Sustainable Framework", *Sustainability, Volume 14,* s. 1-28.

Wei, X., Lo, C., Jung, S. Choi ve T. M. (2021). "From Co-consumption to Co-production: A Systematic Review and Research Synthesis of Collaborative Consumption Practices", *Journal of Business Research, Volume 129, s*. 282-294.

Xiao, M., Ma, Q. Ve Li, M. (2019). "The Impact of Customer Resources on Customer Value in Co-creation: The Multiple Mediating Effect", *Journal of Contemporary, Volume 3,* s. 33-56.

Yakın, V., Ay, C. ve Kacar, İ. (2018). Paylaşım Ekonomisi A'dan Z'ye Tüm Boyutlarıyla, Akademisyen Kitabevi, Ankara.

Ye, F., Li, Y. ve Liu, P. (2023). "Impact of Energy Efficiency and Sharing Economy on the Achievement of Sustainable Economic Development: New Evidences from China", Journal of Innovation & Knowledge, Volume 8, Issue 1, s. 1-10.

Yeni, O. (2014). "Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 16, Sayı 3*, s. 181-208.

Zarte, M., Pechmann, A. ve Nunes, I. (2019). "Decision Support System for Sustainable Manufacturing Surrounding the Product and Production Life Cycle a Literature Review", *Journal of Cleaner Production, Volume 219,* s. 336-349.

Zhang, H., Leung, X. ve Bai, B. (2020). "A Conceptual Framework of Destination Sustainability in Sharing Economy", Information and Communication Technnologies in Tourism, s. 426-432.

Zhu, G., So, K. ve Hudson, S. (2017). "Inside the Sharing Economy: Understanding Consumer Motivations Behind the Adoption of Mobile Applications", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume 29, Issue 9 s. 2218-2239.

Zvolzka, L. (2015). *Sustainable Potentials of the Sharing Economy The Case of Accommodation Sharing Platforms,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Lund Üniversitesi, The International Institute for Industrial Environmental Economics, İsveç.

Zwickl, K., Disslbacker, F. Ve Stagl, S. (2016). "Work-sharing for a Sustainable Economy", *Ecological Economics, Volume 121,* s. 246-253.