

Tatlıyı Yemek mi Yoksa Paylaşmak mı Tatlı? Paylaşım ve Ortak Tüketim Davranışı Üzerine Kuramsal Bir İnceleme

Which is more Pleasant: Eating or Sharing the Dessert - A Theoretical Research on Sharing and Collaborative Consumption Behavior

Hakan KİRACI

Muğla Üniversitesi
Fethiye İşletme Fakültesi
Fethiye, Türkiye
hakan.kiraci@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada; paylaşım, ürün paylaşımı ve ortak tüketim davranışı açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla, İnternet tabanlı teknolojilerin gelişimiyle hız kazanan paylaşım ekonomisinin tüketiciler ve işletmecilerin dünyasında yarattığı değişimler incelenmekte ve paylaşım modelleri, paylaşım konusunda yapılan sınıflandırmalar ve ampirik çalışmaların bulguları derlenmektedir. Paylaşım konusunda yapılan temel çalışmaların model ve sınıflandırmaları ve ampirik çalışmaların bulguları esas alınarak, tüketicileri paylaşım davranışına iten ve tüketicilerin paylaşımından kaçınmasına neden olan etkenler gözler önüne serilmektedir. Ayrıca, başarıyla uygulanan girişimlerden örnekler sunularak; paylaşım ekonomisinin paydaşları olan işletmeler, tüketiciler ve kamu kuruluşlarına çeşitli öneriler getirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Paylaşım, Ürün Paylaşımı, Ortak Tüketim, Paylaşım Ekonomisi, Tüketim Karşıtlığı

Abstract

In this study, it was studied that sharing, product sharing and collaborative consumption behavior. In this aim, it was examined that sharing economy which it was accelerated by helping development of Internet-based technologies; effects of this economy on cluster of consumers and businesses; theoretical sharing models; classifications related to sharing and findings of previous studies. By being based on models and classifications of fundamental and original studies, it was compiled that impediments, drivers and motives of consumers' sharing behavior. However, it was presented the enterprises examples practiced in success and offered some proposals related to businesses, consumers and of course public authority, of course.

Keywords: Sharing, Product Sharing, Collaborative Consumption, Sharing Economy, Anti-consumerism