

**TURİZM ENDÜSTRİSİ PERSPEKTİFİNDEN PAYLAŞIM EKONOMİSİ  
DEĞERLENDİRMESİ**

*SHARING ECONOMY ASSESSMENT FROM THE TOURISM INDUSTRY PERSPECTIVE*

**Dr. Akın ERDEMİR**

Süleyman Demirel Üniversitesi, [akinerdemir@sdu.edu.tr](mailto:akinerdemir@sdu.edu.tr),

ORCID: 0000-0001-9884-6135

**Dr. Merve PAÇACI**

[mervesdu@gmail.com](mailto:mervesdu@gmail.com), ORCID: 0000-0001-8423-5920

**ÖZET**

Bu araştırmayla paylaşım ekonomisi kavramının analizini yapmak, hakkındaki tartışmaları incelemek ve turizm endüstrisi üzerindeki olası etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Literatür taraması ve içerik analizi şeklinde yapılan araştırmayla Tüketiciden Tüketicieye (C2C) ve Eşten Eşe (P2P) gibi platformlardaki Türk katılımcıları inceleyerek konuya ilişkin bir takım değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Paylaşım ekonomisi, turizm endüstrisi, tüketiciden tüketicieye/C2C, peer-to-peer/P2P

**ABSTRACT**

With this research it is aimed to analyze the concept of sharing economy to examine the discussions about it and to examine its possible effects on the tourism industry. With the research conducted in the form of literature review and content analysis, Turkish participants on platforms such as consumer-to-consumer (C2C) and peer-to-peer (P2P) were examined and some evaluations and suggestions were made on the subject.

**Keywords:** Sharing economy, tourism industry, consumer-to-consumer/C2C, peer-to-peer platform/P2P

**1. GİRİŞ**

Paylaşım ekonomisi son dönemin popüler terimlerindedir. Teknolojik gelişmelerin sonuçlarından birisi olarak ortaya çıkan paylaşım ekonomisi kavramı her ne kadar yeni olsa da kavramın özü sayılabilecek “paylaşma” eylemi insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanoğlu tarih boyunca ekonomik değeri olan ya da olmayan pek çok unsuru paylaşmıştır. Paylaşım ekonomisi teknolojiye endeksli olarak birçok ekonomik alanda olduğu gibi turizm sektöründe de hızla büyüyüp gelişmektedir. Paylaşma eyleminin temel motivasyonuna sosyal ve kültürel nedenlere ek olarak ekonomik nedenlerin de eklendiği, söz konusu kavramla daha belirgin görülmektedir. Kıt kaynakların etkin ve verimli kullanımı bağlamında düşünüldüğünde paylaşım ekonomisinin, ekonominin temel ilkeleriyle çelişmediğini söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra teknolojik gelişmelerin de körüklemesiyle paylaşım ekonomisi önünde durulamaz hız ve büyüklükte bir ivme hareketi kazanmıştır. Dolayısıyla (Borg et al., 2017) ekonominin ve sosyal hayatın pek çok noktasına etki eden paylaşım ekonomisinin etkin olduğu sektörler listesinin başında turizm sektörü yer almaktadır. Literatürde yer alan bilgilere göre (Leung et al., 2018: 44) paylaşım ekonomisi 2008 yılından bu yana ekonominin son dönem başat olaylarından ve paylaşım ekonomisinin yükselişi de 2008 yılındaki finansal krizle ilişkilidir. Finansal sıkıntılarla karşılaşan insanlar (Böcker and Meelen, 2017: 29) tüketim biçimlerini ve sahiplenmeye verdikleri değeri tekrar gözden geçirmişler ve ekonomik durgunluk nedeniyle harcamaları konusunda daha dikkatli olmaya ve sürekli yeni bir şey

ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu bilgiler doğrultusunda (Tussyadiah and Pesonen, 2016: 1022) paylaşım ekonomisinin ortaya çıkışının temelinde teknolojik gelişmelerle birlikte ekonomik ve toplumsal baskıların da olduğuna inanılmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL İNCELEME

### 2.1. Paylaşım Ekonomisinin Tanımı

Paylaşım eylemi (Belk, 2014) aslında ticari olmayan amaçlarla kullanılmaktadır. Paylaşım ekonomisi ise (Psarros et al., 2014) ekonomik, sosyal ve çevresel fayda yönünden yetersiz kapasitede kullanılan varlıkların paylaşılması olarak tanımlanabilir. Başka bir tanıma göre paylaşım ekonomisi (Kalaycı Oflaz, 2019) taraflar arasında varlıklar ya da hizmetlerin ortaklaşa tüketilmesine olanak tanıyan ekonomik ilişkileri ifade etmektedir. Sundararajan (2016: 26) paylaşım ekonomisini kitle temelli kapitalizm olarak değerlendirmektedir. Paylaşım ekonomisi kavramını güncel anlam yüküyle ilk kez kullanan (Ivanova, 2015) Rachel Botsman'dır. Botsman ve Rogers (2010a) ortak kullanım ağları olarak adlandırılan paylaşım ekonomisini mal/hizmetlerin kiralanması ya da paralı/parasız takas edilmesini sağlayan sistemler olarak tanımlamaktadır. Paylaşım Ekonomisi alanında başka bir önemli çalışma Rifkin (2000) tarafından yapılmıştır. Lessig (2008: 152) paylaşım ekonomisini ince ve kalın paylaşım ekonomileri şeklinde ikili bir ayrıma tabi tutmuştur. Hamari ve diğerleri (2015) paylaşım ekonomisini bilgi iletişim teknolojileri aracılığı ile ortaklaşa tüketime olanak sağlayan bir kavram olarak değerlendirmektedir. Paylaşım ekonomisi (Nica and Potcovaru, 2015: 70) insanların mülkiyetlerinde bulunan araçları, mülk, eşya ve hatta yemeklerini başka tüketicilerin kullanımına sunmalarından dolayı oluşan ekonomik hareketlerdir. Paylaşım ekonomisi kavramının literatürde standart bir tanımının olmayışı ve kapsamının sağlam bir zemine oturtulamaması söz konusu kavramın literatürde yeni oluşuyla açıklanabilir. Söz konusu kavrama ilişkin yakın tanımlamalar yapılmasına rağmen (Vaughan and Hawksworth, 2014) kapsadıkları aktiviteler yönünden keskin bir tasnif yapılamamaktadır. Paylaşım ekonomisi kavramının literatürde yer alan bazı tanımları şunlardır;

- Bardhi ve Eckhardt (2012); Belk (2014): Erişim temelli tüketim.
- Fitzsimmons (1985): Tüketici katılımı.
- Postigo (2003): Çevirim içi gönüllülük.
- Dubois ve diğerleri (2014); Schor ve Fitzmaurice (2015): Çevirim içi tüketim.
- Botsman ve Rogers (2010a; 2010b): Paylaşım.
- Gansky (2010): Ağ.
- Lamberton ve Rose (2012): Ticari paylaşım sistemleri.
- Humphreys ve Grayson (2008): Ortak üretim.
- Lanier ve Schau (2007); Prahalad ve Ramaswamy (2004): Ortak yaratım.
- Mont (2002): Ürün hizmet sistemleri.
- HOTREC (2015): Gölge (kayıt dışı) ekonomi, talep üzerine ekonomi, erişim ekonomisi, işbirlikçi ekonomi, denklemler arası ekonomi ve elden ele ekonomi olarak da tanımlanmaktadır. Paylaşım ekonomisi kapsamında gerçekleşen ekonomik hareketliliğin temelinde internet olanaklarıyla gelişen elektronik (sanal) platformlar yer almaktadır. Bu sanal platformlar mikro

düzye çok sayıda girişimci doğmasını mümkün kılmıştır. Paylaşım ekonomisinde faaliyet gösterecek bireyler evinin âtil durumdaki odasını, gün boyu park halindeki arabasını, okumadığı bir kitabı ücretsiz veya ücretli olarak paylaşma imkânı bulmuştur. Bu şekilde işlemeye başlayan paylaşım ekonomisi yaptığı büyük bir devinimle yeni dev ekonomik aktörleri (Airbnb, Uber, Couchsurfing Ebay, iTunes, Napster, BitTorrent ve benzeri) ortaya çıkarmıştır.

### **2.2. Paylaşım Ekonomisinin İşleme Mekanizması**

Paylaşım ekonomisinin (Frenken and Schor, 2017: 5) üç karakteristiği vardır. Bunlar; müşteriden müşteriye etkileşim sağlaması, mal/ürünlere geçici ve fiziksel olarak erişim sağlaması olarak özetlenebilir. Sundararajan (2016: 27) ise paylaşım ekonomisinin karakteristiğini beş grupta incelemiştir. Bu karakteristikler;

- 1) Büyük ölçüde piyasa tabanlı olması,
- 2) Sermayenin etkisinin yüksek olması,
- 3) Aktivitelerin kimler arasında yürüdüğü belirsiz olması,
- 4) Büyük sosyal ağlardan faydalanması,
- 5) Çalışma ve eğlence arasında yer alan bir çalışma biçimi olmasıdır.

Paylaşımın (Chasin et al., 2018: 186) Eşten Eşe (P2P) ya da İşbirlikçi Tüketim (SCC) gibi farklı şekillerde gerçekleşebildiği bu ekonomik işlemler internet teknolojileri tarafından sağlanan, mülkiyet devri olan ya da olmayan, fiziksel varlığı olan ya da olmayan, ücretli ya da ücretsiz olarak paylaşılan çok çeşitli paylaşım şeklini açığa çıkarmaktadır. Srnicek (2017: 27-28) faaliyet alanlarına göre paylaşım ekonomisinin beş farklı platform alanından söz etmektedir. Bu platformlar; reklam platformları (Google, Facebook), bulut platformları (AWS, Salesforce), endüstriyel platformlar (GE, Siemens), ürün platformları (Rolls Royce, Spotify) ve yalın platformlardır (Uber, Airbnb). Paylaşım ekonomisi ile farklı platformlarda açığa çıkan ekonomik ilişkilerin, ticari bir ilişkiye dayanabileceği gibi herhangi bir ticari ilişkiye dayanmaksızın da ortaya çıkabileceğini söylemek mümkündür.

### **2.3. Paylaşım Ekonomisinin Doğma ve Yükselme Nedenleri**

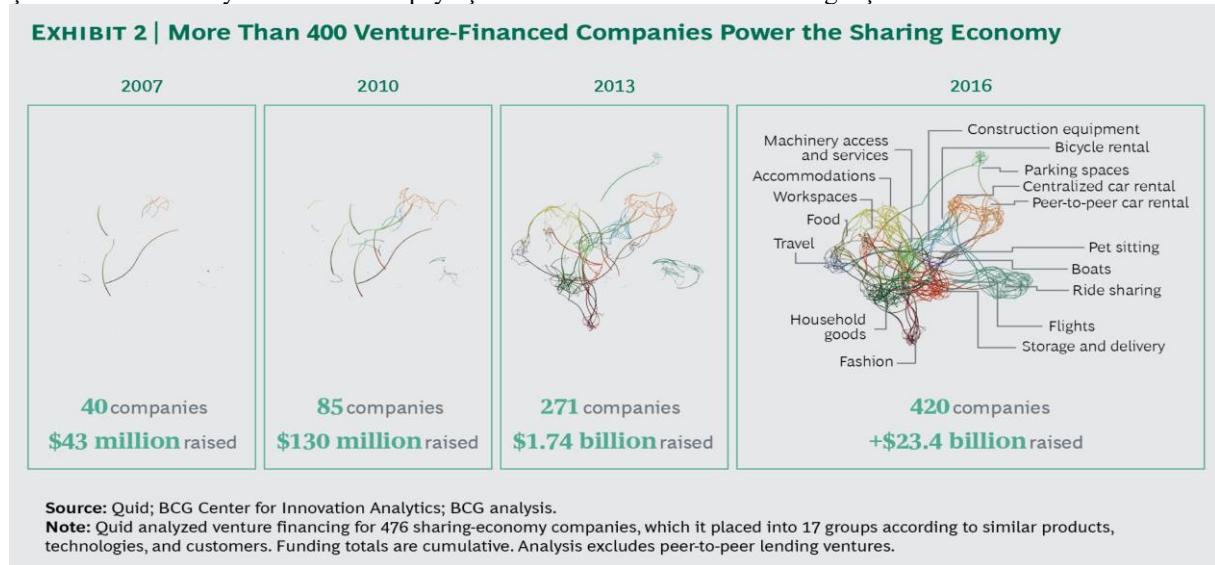
Literatürde paylaşım ekonomisinin doğuş ve yükseliş nedenleriyle ilgili tam bir fikir birliği olmadığı ve araştırmacıların farklı noktalara temas ettikleri görülmektedir. Gelişen teknolojiye bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya kullanımı ve yaygınlaşan sanal platformlar paylaşım ekonomisinin temelini oluşturmaktadır. Paylaşım ekonomisindeki konaklama yerlerinin (Molz, 2013) standartlaştırılmış otel tesislerinin aksine, farklı tasarımlarının paylaşım ekonomisinin doğması ve yükselmesinde önemli etkisi olduğu görülmektedir. Molz (2013) araştırmasında seyahat sırasında ev sahipleri ve misafirler arasındaki etkileşim nedeniyle gelişmiş deneyimlerin (sosyalleşme odaklı nedenlerin) de paylaşım ekonomisinin doğması ve büyümesinde önemli bir faktör olduğundan bahsetmektedir. Sosyal medya ve ağlar aracılığıyla artan iletişim farklı kültürlere ve geleneklere büyük ilgi uyanmasını sağlamıştır. Sanal platformlarda konaklama ve seyahat bilgilerini paylaşmak, kültürler arası etkileşim kurmak için yeni bir dönem başlatmıştır. Stors ve Kagermeier (2015) parasal boyut veya daha ucuz ve düşük maliyetli ürün arayışını paylaşım ekonomisinin doğuşu ve yükselişinde temel neden olarak görmektedir. Paylaşım ekonomisindeki parlama (Psarros et al., 2014) yolcuları daha uygun fiyatlı hizmetlere yönelmeye teşvik eden 2008 ekonomik kriziyle veya her zamankinden daha fazla ekonomi için değerli deneyim arayan Y Kuşağı'yla

bağlantılıdır. Müşterilerin sınırlı bütçesi olması parasal boyut ve ucuz maliyet faktörünün temel dayanağıdır. Psarros ve diğerleri (2014) araştırmalarında düşük maliyetli havayollarının ve diğer düşük maliyetli hizmet türlerinin paylaşılan ürünlere paralel olarak gelişmesinin tesadüf eseri olmadığını söyleyerek paylaşım ekonomisinin doğuş ve yükselişini açıklamaktadır. Büyüyen çevre bilinci (Cohen ve Kietzmann, 2014) paylaşım ekonomisinin doğması ve büyümesindeki bir başka faktör olarak görülmektedir. Bu faktörü dünyanın daha az kirlenmesi, kaynakların ve hizmetlerin daha verimli kullanılması, yalnızca bireyin değil tüm toplumun refahına odaklanması gibi gerekçelerle açıklamak mümkündür. Paylaşım ekonomisi (Molz, 2013) kitle turizmine alternatif olarak algılanmakta ve turistlerin yerel lezzetleri keşfetmesini mümkün kılmaktadır. Paylaşım ekonomisinin doğma ve yükselme nedenlerinin şu şekilde özetlemek mümkündür;

- Teknolojik gelişmelere bağlı gelişen sosyal medya ve sanal platform kullanımları,
- Paylaşım ekonomisindeki konaklama yerlerinin farklı tasarımları,
- Seyahat sırasında ev sahipleri ve misafirler arasındaki kültürel etkileşim (sosyalleşme odaklı nedenler),
- Parasal boyut veya daha ucuz ve düşük maliyetli ürün arayışı,
- Büyüyen çevre bilinci,
- Kitle turizmine alternatif olma ve yerel lezzetlerin keşfedilmesidir.

2007-2016 yılları arasında (Wallenstein and Shelat, 2017-c) büyük miktarda girişim fonu alan 17 farklı sektördeki 400'den fazla paylaşım şirketine ait veriler (Şekil 1) aşağıda yer almaktadır. Şekil 1, paylaşım ekonomisinin doğuş ve yükseliş trendini kesitsel olarak net bir şekilde yansıtmaktadır.

Şekil 1- 2007-2016 yılları arasındaki paylaşım ekonomisinin sektörel bazda gelişimsel trend verileri.



Kaynak: <https://www.bcg.com/publications/2017/strategy-technology-digital-whats-next-for-sharing-economy>  
(Erişim tarihi: 11.09.2020)

## 2.4. Paylaşım Ekonomisiyle İlgili Tartışmalar

### 2.4.1. Literatürde Paylaşım Ekonomisinin Olumlu Etkileri:



Paylaşım ekonomisindeki (Heo, 2016: 169) konaklama yerleri otellere göre ucuz konaklama sağlayabilirler. Konaklanacak yer sahipleri kullanılmayan evlerini ve odalarını kiraya vererek gelir elde ederler. Bu sistem sayesinde düşük maliyetle konaklayan bireyler, gittikleri turizm noktalarında konaklama sürelerini uzatabilirler ve/veya konaklama dışındaki harcamalarını artırabilirler. Tüketici maliyetlerinin (Frenken and Schor, 2017: 7) düşmesi sayesinde gerçekleşen tüketim artışı etkisi “sekme etkisi” kavramı ile ifade edilmektedir. OECD raporlarına göre (2016: 99) turistler sistemin büyümesi ile ortaya çıkan rekabet ve yenilikçi mal/hizmetlerden tatmin edici faydalar elde etmektedirler. Teknoloji merkezli paylaşım ekonomisi tedarikçileri müşterilerine geleneksel tedarikçilerden daha düşük maliyetlerle ve çok daha fazla opsiyonel tercihler sunarak turizm endüstrisindeki güçlerini sürekli artırmaktadır. Turizm müşterileri (Guttentag, 2013: 1205) ekonomik fayda sağlamanın yanı sıra paylaşım ekonomisinin sunduğu yeni ve özgün turizm deneyimleri için de oldukça istekli ve gönüllü davranmaktadırlar. Paylaşım ekonomisi (Skift Report, 2013: 3) sadece tatillerini daha ekonomik yapmak isteyen düşük ve orta gelirli için değil, tatilini yerli halktan biri gibi geçirmek isteyen üst düzey gelirli için de popüler hale gelmiştir. Bilişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak artan dijital imkânlar güvenlikle ve iletişimle ilgili kaygıları giderme hususunda kolaylıklar sağlamaktadır. Dolayısıyla bilişim teknolojileri (Forno and Garibaldi, 2015: 208) paylaşım ekonomisi taraflarının endişelerini gidererek paylaşımları artırma imkânı sağlamaktadır. Ortaya çıkan sekme etkisiyle (Frenken and Schor, 2017: 7) paylaşım ekonomisinin hacmi artmaktadır. Martínez-Garcia ve Raya (2008) da paylaşım ekonomisindeki tercihlerin, sağladığı düşük maliyetli konaklama avantajlarıyla turistleri uzun süreli konaklamalara teşvik ettiğinden söz etmektedir. Benzer şekilde Mason ve Alamdari (2007) düşük maliyetli hava taşımacılığının seyahat etme sıklığını artırabileceğini ileri sürmektedir. Yannopoulou ve diğerleri (2013) geleneksel turizm endüstrisindeki yüksek işlem maliyetlerinin ve asimetrik bilginin turistlerin güven ve memnuniyetini azalttığından, maliyetleri artırdığından ve tekrar ziyareti engellediğinden bahsetmektedir. Diğer yandan Yannopoulou ve diğerleri (2013) paylaşım ekonomisinin olanakların doğrudan kullanıma izin verdiğinden, işlem maliyetlerini en aza indirdiğinden ve dijital şeffaflık ile fiyat karşılaştırma olanağı sağladığından dolayı turistik tüketime alternatif çözüm olduğundan söz etmektedir. Konaklama alanında (Karlsson ve Dolnicar, 2016) paylaşım ağları aracılığıyla konaklama endüstrisinde daha düşük fiyatlar, yerel halkla etkileşim fırsatı ile uzak ve çok bilinmeyen yerleri keşfetme olanaklarını sunulmasının turizm endüstrisinde radikal değişikliklere neden olduğuna dair literatürde çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Paylaşım ekonomisi ziyaretçilerin daha uygun bir fiyatla daha geniş bir ürün ve hizmete daha kolay erişim sağlamasına yardımcı olur. Yerli halk (Cheng, 2016: 112) turistler ve diğer turizm hizmet sağlayıcıları için değer oluşturma rolünü şüphesiz herkesten iyi bilir ve bu sayede bölgesel gelire ve istihdama katkıda bulunur. Paylaşım ekonomisi, turizm arz seçeneklerini genişletir. Ayrıca alternatif turizm hareketleri sunarak yüksek talebe daha iyi yanıt verir. Turistler, otantik turizm deneyimi için her zaman daha iyisini arama peşinde olurlar. Paylaşım ekonomisinin savunucuları (Juul; 2017: 1) bu sayede turistlerin geleneksel ticari emsallerinden çok daha kaliteli ve ekonomik bir mal/hizmet yelpazesine erişim sağlayabildiğini belirtmektedirler. Paylaşım ekonomisinde (Mathis et al., 2016) turistlerin ürün/hizmetin organizasyonu aşamasından itibaren sürece dâhil olmaları hizmet sağlayıcılarına sadâkatlerini ve tatil

deneyim algularını olumlu etkilemektedir. Öte yandan, Teksas otel endüstrisi ve Airbnb listelerine ilişkin kapsamlı bir çalışmada Zervas ve diğerleri (2013) Airbnb rezervasyonlarının gerçek payının tahmin edilenden çok daha küçük olduğunu ve bu rezervasyonların ağırlıklı olarak alt düzey otelleri etkilediğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle (Zervas et al., 2013) paylaşım ekonomisindeki ekonomik hareketliliğin turizm endüstrisinin diğer aktörlerine düşünüldüğü kadar zarar vermediğine dair literatürde araştırmalar bulunmaktadır. Demir ve Emekli (2019) yaptıkları nitel araştırmalarında paylaşım ekonomisi tercihlerini kullanan bireylerin kendilerini daha özgür ve yaratıcı hissettiği ve seyahatlerinden daha fazla zevk aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bunlara ek olarak paylaşım ekonomisinin (Martin, 2016) âtil kaynakların kullanılmasına imkân tanıyarak hem ek gelir oluşmasına katkı sağladığı hem de yenilenemeyen kaynakların kullanımı açısından çevreye katkı sağladığı için sürdürülebilirlik hedefinde yeni bir yol olarak da değerlendirilmektedir. Bazı araştırmacılar (Shankland, 2013) paylaşım ekonomisindeki ekonomik kazancın eski pastanın bir dilimi olmadığı tam tersine yeni bir pasta olduğunu savunmaktadır. Dolayısıyla (Stors ve Kagermeier, 2013) paylaşım ekonomisinin platformları otelcilik-ürün-inovasyon döngüsünde geleneksel tedarikçilerin alternatifi değil, geleneksel sistem seviyesinden bir sonraki seviyedir, yani bir anlamda rakip değil sistemin tamamlayıcısıdır. Turizmde paylaşım ekonomisinin (Koopman et al., 2015: 531; ITB World Travel Trends Report; 2014: 26-27); âtil kaynakların değerlendirilmesi, yerel halkın aktifleştirilmesi, daha sürdürülebilir bir sistem kurulması, geleneksel turizm endüstrisi içerisindeki yüksek işlem maliyetini düşürmesi, bilgi paylaşım güçlüklerini azaltması, ziyaretçi güven ve memnuniyetinin artırarak tekrar ziyaret edilme oranını yükseltmesi, sistem içerisindeki uyumsuzluklardan kaynaklı pazara yeni girişleri kolaylaştırması, hâli hazırdaki işletmelerin haksız faydalar elde etmesini önlemesi, destinasyon rekabetçiliğinin ve inovatif yaklaşımların sermaye ve finans zorluklarını engellemesi, âtil olan kaynakların ihtiyaç duyulan yere yönlendirilmesi, bedelsiz veya erişim bedeli talep edilerek gerçekleşmesi, insanlar arasındaki ilişkileri göreceli olarak güçlendirmesi gibi avantajları vardır. Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda turizm endüstrisindeki paylaşım ekonomisinin literatürde söz edilen olumlu yönleri şu şekilde özetlenebilir;

- Ekonomik olması,
- Yerel halk için (gizli istihdama dayalı da olsa da) gelir artışı sağlaması,
- Sekme etkisi (konaklama maliyetini düşüren turistlerin diğer harcamalarında artış) sağlaması,
- Ekonomikliğin sonucu olarak ziyaret sıklıkları ya da seyahat sürelerinde artış sağlaması,
- Oluşan rekabetin, yenilikçi mal ve hizmetlerle tatmin edici faydalar sağlaması,
- Daha fazla opsiyonel tercihler sunması,
- Daha fazla yeni ve özgün deneyimler sunması,
- Asimetrik bilgileri azaltması,
- Dijital şeffaflık ile fiyat karşılaştırma olanağı sağlaması,
- Yerel halkla etkileşim ve çok bilinmeyen yerleri keşfetme olanağı sunması,
- Turizm endüstrisinde radikal değişikliklere neden olması,
- Ziyaretçilere daha uygun fiyatla daha geniş ürün ve hizmet yelpazesi sunması,
- Bölgesel istihdama katkı sağlaması,

- Tüm turizm ürün ve hizmetlerinde arz seçeneklerini artırması,
- Yüksek talebe olumlu yanıt vermeyi sağlaması,
- Turistlerin hizmet sağlayıcılarına sadâkatlerini ve tatil deneyim algılarını olumlu etkilemesi,
- Kendine mahsus arz oluşturup diğer aktörleri kapsam ve miktarca çok az etkilemesi,
- Turistlerin kendilerini daha özgür ve yaratıcı hissetmelerini sağlaması,
- Görünenin aksine geleneksel tedarikçilerin alternatifi değil tamamlayıcısı olması,
- Otelcilik-ürün-inovasyon döngüsünde bir üst seviyeye evrilme sağlaması,
- Âtıl kaynakların değerlendirilmesine ve ihtiyaç olan yere sevk edilmesine imkân tanınması,
- Yenilenemeyen kaynak kullanımını açısından çevreye katkı sağlaması,
- Özellikle yerel halkın aktifleştirilmesine katkı sağlaması,
- Sistem içerisindeki uyumsuzluklardan kaynaklı pazara yeni girişleri kolaylaştırması,
- Hâli hazırdaki işletmelerin haksız faydalar elde etmesini önlemesi,
- Destinasyon rekabetçiliği ve inovatif yaklaşımların sermaye ve finans zorluklarını engellemesi,
- İnsanlar arasındaki ilişkileri göreceli olarak güçlendirmesi,
- Turistlerin pek çok seyahat alışkanlıklarını değiştirmesidir.

#### **2.4.2. Literatürde Paylaşım Ekonomisinin Olumsuz Etkileri:**

Paylaşım ekonomisindeki şirketler (Fang et al., 2016; Cheng, 2016) uzun vadeli kiracıların yerinden edilmesine ve konut arzında darlığa neden olabilir. Paylaşım ekonomisindeki şirketler (Kagermeier and Stors, 2015) düşük kaliteli otel rolü üstlendiğinden düşük kaliteli otellerin kapatılmasına ve dolayısıyla işsizliğe neden olabilir. Özellikle paylaşım ekonomisi platformları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin kayıt dışı olması geleneksel turizm işletmeleri karşısında haksız rekabete yol açtığı sebebiyle eleştirilmektedir. Paylaşım ekonomisinde (Acuner ve Acuner, 2017) var olan şirketlerin (vergilendirme başta olmak üzere) yasallığını mevcut yasalarla ve politikalarla belirlemek güçtür. Dolayısıyla paylaşım ekonomisinin turizm sektörünü nasıl değiştireceği tam olarak bilinmemektedir. Paylaşım ekonomisinin (Psarros et al., 2014; Guttentag, 2013; Acuner ve Acuner, 2017) vergilendirilmesi, düzenlenmesi ve kontrolü ve güvenlik gibi çok daha kritik sorunlar ortaya çıkmaktadır bu durum ise haksız rekabete yol açabilir. Ayrıca (Pizam, 2014) paylaşım ekonomisi iş modelinin uzun vadede başarılı ve istikrarlı olmadığı ifade edilmektedir. Paylaşılan hizmetler sunan web sitelerinin (Pizam, 2014) bir yıl sonra yapılan basit bir kontrolü bunların yarısından fazlasının artık bulunmadığını veya en azından aynı alan adında olmadığını göstermektedir. Bu ise paylaşım ekonomisinin gerçekten istikrarlı bir trend mi? yoksa sadece geçici bir trend mi? olduğu haklı sorusunu gündeme getirmektedir. Paylaşım ekonomisine karşı çıkanlar (Juul, 2017: 1) genel olarak sistemin; haksız rekabet, iş güvenliği, vergi kaybı, güvenlik, sağlık ve engelli erişilebilirlik standartları için tehdit oluşturduğunu savunmaktadırlar. Paylaşım ekonomisinin (Heo, 2016: 168) tüketiciler ve mal/hizmet sağlayıcıları arasındaki farkları ve aynı zamanda turizm noktalarındaki ticari işletmeler ile yerel halk arasındaki farkları bulanıklaştırdığı iddia edilmektedir. Velikova (2014) araştırmasında paylaşım ekonomisinin geleneksel otelcilik endüstrisine yönelik bir tehdit mi yoksa otel-ürün-yaşam döngüsünün daha ileri bir adımı mı? sorusuna cevap aramıştır. Elde

ettiği sonuçlara göre rakamlar ve olgular son yıllarda paylaşım ekonomisindeki rakamların ezici bir yükselişini göstermekte ve otel zincirleri, araba kiralama ve seyahat acenteleri gibi geleneksel turizm şirketlerini geride bırakmaktadır. 2015'te yapılan bir araştırmada (Conrady, 2015) son 1 yılda özel bir platform aracılığıyla özel konaklama rezervasyonu yaptırmış turist katılımcıların %73,8'i gelecekteki bir seyahatte yine aynı platformu kullanacaklarını belirtmiştir. Geleneksel turizm tedarikçilerinin çoğu (Psarros et al., 2014) paylaşım ekonomisindeki aktörleri uzmanlık lisansının olmaması nedeniyle haksız rekabetten sorumlu tutmaktadır. Dolayısıyla (OECD, 2016: 99) ortaya çıkan haksız rekabete yönelik riskler ve turizm deneyimlerinin kalitesinde oluşabilecek olumsuz etki konusunda endişelidirler. Bu konuyla ilgili tartışmalarda (OECD, 2016: 99) en ön planda olan kesimin geleneksel turizm endüstrisi işletmeleri olduğu özellikle dikkat çekmektedir. Özellikle kısa süreli kiralama ile popülerliği artan paylaşım ekonomisi kayıt dışı olması, kalite ve hijyen koşullarının göz ardı edilmesi, haksız rekabet oluşturması, turizm işletmelerinin yükümlülüklerini yerine getirmeden ticari kazanç sağlanması, kullanıcılarının tespit edilmesinin zorluğu sebebiyle risk ve güvensizlik oluşturması gibi pek çok sorunu beraberinde getirmektedir. Kayıt dışılık sorunu ve yol açtığı haksız rekabet şartları turizm sistemi içerisinde oldukça tartışılan bir konu haline gelmiştir. Ekonomik boyutları kayıt dışılık sebebiyle tahmin edilmesi ve değerlendirilmesini güçleştirmektedir. Turizm sistemindeki pek çok alanda aktif rol oynayan paylaşım ekonomisi platformları geleneksel turizm işletmelerinin faaliyet alanlarına girerek yeni bir rekabet alanı oluşturmakta ve sistemi çevirim içi olmaya yönlendirmektedir. Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda turizm endüstrisindeki paylaşım ekonomisinin literatürde söz edilen olumsuz yönleri şu şekilde özetlenebilir;

- Faaliyetlerinin kayıt dışı olması,
- Vergilendirilme, düzenlenme, kontrol ve güvenlik gibi konularda çok kritik sorunlar ortaya çıkarması,
- Faaliyetlerini mevcut yasalarla ve politikalarla belirlemenin güç olması,
- Kayıt dışılıktan dolayı her konuda haksız rekabete açık olması,
- İş güvenliği, tüketici hakları, tedarikçi/müşteri güvenliği ve engelli erişim standart sorunları,
- Ticari işletmeler ile yerel halk arasındaki farkları bulanıklaştırması,
- Aktörlerin uzmanlık lisansının olmamasına bağlı gelişen hijyen ve kalite sorunları,
- Hukukî ve malî yükümlülükleri yerine getirmeden ticari kazanç sağlanması,
- Ekonomik boyutlarının tahmin edilmesi ve değerlendirilmesinin güç olması,
- Sistemi çevirim içi olmaya yönlendirmesi,
- İşsizliğe neden olması,
- Turizm sektörünü nasıl değiştireceği tam olarak bilinmemesi,
- Uzun vadede başarılı ve istikrarlı olmaması,
- Kullanıcılarının tespit edilmesinin zorluğu sebebiyle risk ve güvensizlik oluşturması,
- Uzun vadeli kiracıların yerinden edilmesine bağlı konut arzında darlığa neden olması,
- Turizmin geleneksel yapısını ve sistemini bozmasıdır.



### 3. TURİZM ENDÜSTRİSİ PERSPEKTİFİNDEN PAYLAŞIM EKONOMİSİ

Bireylerin (Ogilvie, 1933) ikamet ettikleri yere geri dönmek şartıyla sürekli kalışa dönüşmeksizin ve gelir sağlama amacı olmaksızın gerçekleştirdikleri yolculuk ve konaklamasından doğan olay ve ilişkilerin tümü turizm alanının konusuna girmektedir. Paylaşım ekonomisinin (Ert et al., 2016: 62) turizm endüstrisinde özellikle de konaklama alanında yaygınlaşması, ekonomik ve sosyal sebeplerin itici gücüyle gerçekleştiği düşünülmektedir. Poon (2003) eski turizm anlayışı olarak adlandırdığı kitle turizminin standart paket turlarından esnek ve kişiselleştirilmiş yeni turizm dönemine geçişin sıradan kitle turisti yani eski turist tipolojisi ile karşılaştırıldığında esnek, bireysel ve farkındalığı yüksek yeni turist tipolojisini beraberinde getirdiğini ileri sürmektedir. Turistler için geleneksel turizm tedarikçisini tercih etmek ya da paylaşım ekonomisi tercihlerine yönelmek kritik bir seçimdir. Çünkü tedarikçi seçimi ya da varılacak (Hyde, 2008: 74) bir turizm noktasının tercih edilmesi ulaşım, konaklama, tatil süresi, tatil bütçesi gibi birbirinden kolay etkilenen diğer pek çok bağımlı değişkeni belirleyecektir. Turistlerin (Woodside and MacDonald, 1994) tatil öğelerini seçtiği sıralamaya bağlı olarak birinci düzey kararlar (varılacak turizm noktası seçimi), ikinci düzey kararlar (konaklama yeri, seyahat şekli ve güzergâh seçimi) ve tatil süresince tüketime konu olan üçüncü düzey kararlar bulunmaktadır. Son dönemde turistler daha düşük maliyetlerle turizm faaliyeti yapma imkânı sağlayan paylaşım ekonomisi platformlarına yönelmektedir. Turizm sektöründe bir internet girişimciliği örneği olan, ev değiş tokuşu ve günlük kiralama yapıldığı web siteleri alternatif konaklama sektöründe bir niş pazar oluşturmaktadır. Turistlerin (Gokovali et al., 2007) seyahat deneyimlerini seçme yöntemleri üzerinde konaklama birimleri maliyetlerinin ve katlanılacak maliyetlerin, kalış süreleri ve sıklığı üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu sebeple otelcilik sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmeleri paylaşım ekonomisi platformlarının sağladığı avantajlar karşısında rekabet edebilmek adına fiyat politikalarında ve mal/hizmet sunumunda farklılaşmak ya da paylaşım ekonomisi platformlarıyla işbirliği yapmak zorunda kalmaktadır. Bununla birlikte Paylaşım ekonomisinin etkisiyle geleneksel turizm endüstrisi işletmeleri gelişen trend ve uygulamaları takip ederek müşterilerine kolaylık sağlayacak cazip alternatifler ile farklılaşma yolunu tercih etmeye yönelmek zorunda kalmaktadır. Karmaşık (Shankland, 2013) bir sistem ve olgu olarak gerçekleşen turistik satın alma motivasyonu dünya nüfus yapısının önemli bir çoğunluğu haline gelen orta sınıf başta olmak üzere turistler için daha düşük maliyet ile gerçekleşen turistik faaliyet ve konaklama noktası seçimi en önemli belirleyicilerden biri haline gelmektedir. Konaklama sektörü açısından çok önemli boyutlara gelen paylaşım ekonomisi platformları sadece turizmin konaklama boyutu ile sınırlı kalmayarak ulaşım, seyahat, yeme içme, rekreasyonel faaliyetler gibi turizmin pek çok aktivitesinde faaliyet göstermektedir.

### 4. SONUÇ

Paylaşım ekonomisi teknolojiyle olan sıkı ilişkisinden dolayı ekonomideki bütün sektörleri farklı düzeylerde etkilemiştir. Baş döndürücü bir hızla gelişmekte olan teknolojinin sunduğu sosyal ağlar ve farklı sanal platformlar nedeniyle turizm endüstrisi özellikle yapısı gereği bu etkinin en fazla görüldüğü sektör olmuştur. Paylaşım ekonomisinin olumlu ve olumsuz

yönleriyle ilgili literatürde pek çok tartışmaya rastlamak mümkündür<sup>1</sup>. Turizm endüstrisi perspektifinden paylaşım ekonomisi, literatürdeki araştırmalar üzerinden incelendiğinde iki önemli değerlendirme yapılabilir.

**Birinci değerlendirme;** özellikle turizmde paylaşım ekonomisinin sunduğu imkânlarla ilgili eleştiriler konusunda en ön plandaki eleştirilenlerin geleneksel turizm endüstrisi işletmeleri olduğu görülmektedir. Bu tespit turizm endüstrisindeki paydaşlar tarafından önemli kabul edilen raporlarda da (OECD, 2016: 99) dile getirilmektedir. Söz konusu eleştirileri turizm endüstrisindeki pazar ve kâr kaybı kaygısıyla açıklamak mümkün olduğu gibi, pratikte yaşanan sorunlara sahada tanık olmak şeklinde de açıklamak mümkündür. Bazı araştırmacıların (Shankland, 2013) “paylaşım ekonomisindeki kazancın eski pastanın bir dilimi olmadığı tam tersine yeni bir pasta olduğu” savunmasının geleneksel turizm tedarikçilerinin eleştirilerini bir nebze de olsa dindirmediği görülmektedir. Çünkü (Kagermeier and Stors, 2015) geleneksel endüstri işletmeleri kendileriyle aynı kurallara tabi olmayan ya da kendi sistemleri ile uyumlaştırılmamış paylaşım ekonomisi rakiplerinin haksız rekabet ettiklerine inanmaktadır. Paylaşım ekonomisiyle ilgili iddiaları değerlendirebilmek için turistik hareketlilikler ve etkinliklerden doğan paylaşım ekonomisi uygulamalarının kayıt altına alınarak elde edilecek verilerle ve bilimsel yöntemlerle konunun incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Ancak turizm sektöründe paylaşım ekonomisi tercihlerini eleştiren ağırlıklı grubun “karşıt grup” konumundaki geleneksel turizm tedarikçileri olması, bilimsel değerlendirme yapma gayretlerini zorlaştırarak (pastadan alınacak dilim metaforu) yapılan tespitleri bulanıklaştırmaktadır. Her durumda turizmdeki paylaşım ekonomisinin etkisini ve gelecekteki gelişimini tahmin etmek için daha fazla bilgiye ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Aşağıda yer alan ikinci değerlendirmenin bu alanın da berraklaşmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**İkinci değerlendirme;** literatürde yer alan, paylaşım ekonomisinin olumsuzluklarına dair tüm eleştirilerin kökeninde “kayıt dışılık” problemi olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu problematik giderilmeksizin paylaşım ekonomisinin yoğun olarak aldığı ve kısmen haklılık payı olduğu düşünülen eleştirileri dindirmek mümkün görünmemektedir. Çünkü söz konusu eleştirilerin her birisi kritik (tedarikçi/müşteri/toplum güvenliği, başta vergi olmak üzere mâli yükümlülüklerden kaçınmak, çalışanların ve tüketicilerin hakkını korumak, haksız rekabet, kalite ve hijyen sorunu ve benzer) önemi hâizdir. HOTREC'in (2015) paylaşım ekonomisi hakkında yayınladığı raporda değindiği temel problemlerin de ortak paydasının “kayıt dışılık” problemi olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle kayıt dışı probleminin çözülmesiyle, paylaşım ekonomisinin makro düzeydeki olumsuzluklarının doğrudan ya da dolaylı olarak giderileceği düşünülmektedir.

Yukarıda yapılan iki değerlendirme doğrultusunda şu sonuca varılmıştır. Global çapta ve yaygın şekilde talep gören paylaşım ekonomisi tercihlerini önleme çabalarının sonuçsuz kalacağı düşünülmektedir. Paylaşım ekonomisi tercihlerini önlemek yerine, gerekli teknik ve yasal düzenlemelerle küresel çapta veri tabanı oluşumu ve paylaşımını mümkün kılan web tabanlı bir sistem ağı kurulması gerektiği düşünülmektedir. Yapay zekâ, artırılmış sanal gerçeklik ve nesnelerin interneti gibi yüksek seviyelerde teknolojik ivmenin yaşandığı

<sup>1</sup> Paylaşım ekonomisiyle ilgili literatürdeki tartışmalara (1.4.1 ve 1.4.2 başlıklarıyla) ayrıntılı şekilde değinilmiştir.

teknolojik bir dünyada, aynı ekolojide yer alan tüm tedarikçileri küresel bir sistem ağıyla entegre ve adapte etmenin mümkün ve elzem olduğu düşünülmektedir. Anılan önlemlerle paylaşım ekonomisi tercihlerinin güvenli, kontrol edilebilir, sosyal/mâli açılardan denetlenebilir, istatistiksel olarak şeffaf bir forma evrileceği düşünülmektedir. Son tahlilde, küresel çapta kurulacak dijital bir ağ sistemiyle kayıt altına alınmış paylaşım ekonomisi tercihlerinin olumsuzluklarının giderileceği ve olumlu yönlerinin tüm paydaşlar yararına geliştirileceği düşünülmektedir. Konunun farklı boyutları hakkında yapılacak multi disiplinler nicel ve nitel araştırmaların literatüre ve ekonomik döngüye olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Acuner, S., & Acuner, E. (2017). Turizmde Paylaşım Ekonomisi ve Vergilendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 77, 188-212.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. (2012). Access Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39, 881–898.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 62, 1585-1600.
- Borg, V., Camatti, N., Bertocchi, D., & Albarea, A. (2017). The rise of sharing economy in tourism: Exploring airbnb attributes for the veneto region. *Ca' Foscari University of Venice Department of Economics Research*, 5.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010a). *What's Mine Is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption*. Harper Collins: New York.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010b). Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. *Harvard Business Review*, 88(8), 30.
- Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Chasin, F., Hoffen, M., Hoffmeister, B., & Becker, J. (2018). Reasons for Failures of Sharing Economy Businesses. *MIS Quarterly Executive*, Vol. 17(3).
- Cheng, M. (2016). Current sharing economy media discourse in tourism. *Annals of Tourism Research*, 60, 111-114.

- Demir, E., & Emekli, G. (2019). Tesisten Konuta Turistten Misafire: Couchsurfing Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 28(1), 51-68 .
- Dubois, E., Schor, J., & Carfagna, L. (2014). *New Cultures of Connection in a Boston Time Bank*. In J. Schor & C. Thompson (Eds.), *Practicing Plenitude*. New Haven: Yale University Press.
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.
- Fang , B., Ye, Q., & Law , R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57, 234-278.
- Fitzsimmons, J. A. (1985). Consumer Participation and Productivity in Service Operations. *Interfaces*, 15(3). 60-67.
- Forno, F., & Garibaldi, R. (2015). Sharing economy in travel and tourism: The case of home-swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(2), 202-220.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23 (2017), 3-10.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why The Future of Business is Sharing*. New York: Portfolio Penguin.
- Gokovali, U., Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Determinants of Length of Stay: A Practical Use of Survival Analysis. . *Tourism Management*, 28(3). 736-746.
- Guttentag, D. (2013, Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2013.827159.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Colloborative Consumption. *Journal of The Association for Information Science and Technology*, 67 (9):2047-2059.
- Heo, Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals Of Tourism Research*, 58, 166-170.



HOTREC. (2015). *Levelling The Playing Field: Policy Paper on The “Sharing” Economy*. Belgium: Toposophy-Destination Marketing Agency.

HOTREC. (2015a). *Levelling The Playing Field: Policy Paper on The “Sharing” Economy*. Belgium: Toposophy-Destination Marketing Agency.

Humphreys, A., & Grayson, K. (2008). The Intersecting Roles of Consumer and Producer: A Critical Perspective on Co-production, Co-creation and Prosumption. *Sociological Compass*, 2. 963–980.

Hyde, K. F. (2008). *Independent Traveler Decision-Making*. (Edited by G. Woodside). In *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research Book Series*. (2). Bingley, England.: JAI Press.

ITB. (2014 December). *ITB World Travel Trends Report 2014/2015*. Berlin: ITB Academy.

Ivanova, M. (2015). Sharing economy: Bulgarian Tourism Industry Perspective. *Proceedings of International Conference “Tourism in the age of transformation”, 05-07 Kasım 2015* (s. 479-488). Varna: University of Economics-Varna. (pp. 479-488).

Juul, M. (2017, January). *Tourism and the sharing economy*. September 17, 2020 tarihinde European Parliamentary Research Service:  
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS\\_BRI\(2017\)595897\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf) adresinden alındı

Kagermeier, A., & Stors, N. (2015). Share Economy in Metropolitan Tourism: The Role of Authenticity-Seeking. *Proceedings of the RSA-Tourism Research Network Workshop*, 28. 30.

Kalaycı Oflaz, N. (2019). Paylaşım Ekonomisi ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme . *International Social Sciences Studies Journal*, 5(32): 1692-1705.

Karlsson, L., & Dolnicar, S. (2016). Someone’s been sleeping in my bed. . *Research Notes and Reports / Annals of Tourism Research*, 58, 159-170.

Koopman, C., Mitchell, M., & Thierer, A. (2015). The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & The Law*, 8(2), 529-545.

- Lamberton, C., & Rose, R. (2012). When is Ours Better Thanmine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems. *Journal of Marketing*, 76. 109–125.
- Lanier, C., & Schau, H. (2007). *Culture and Co-creation: Exploring Consumers' Inspirations and Aspirations for Writing and Posting on-line Fan Fiction*. (Edited by R. Belk, and J. Sherry Jr.), *Consumer Culture Theory: Research in Consumer Behavior*. Amsterdam: (11). 321–342. .
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, . New York: Penguin Press.
- Leung, Y., Xue , L., & Wen, H. (2018). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem. *Tourism Management*, 44-53.
- Martin, C. (2016). The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? . *Ecological Economics*, Vol 121, 149-159.
- Martínez-García, E., & Raya, J. (2008). Length of Stay for Low-Cost Tourism. *Tourism Management*, 29(6). 1064–75.
- Mason, K., & Alamdari, F. (2007). EU Network Carriers, Low Cost Carriers and Consumer Behaviours: A Delphi Study of Future Trends. *Journal of Air Transport Management*, 13(5). 299–310.
- Mathis, E. F., Kim, H., Uysal, M., Sirgy, J. M., & Prebensen, N. K. (2016). The effect of co-creation experience on outcome variable. *Annals of Tourism Research*, 57, 62–75.
- Mont, O. (2002). Clarifying The Concept Of Product-Service System. *Journal of Cleaner Production*, 10. 237–245.
- Nica, E., & Potcovaru, A. (2015). The Social Sustainability Of the Sharing Economy. *Economics, Management, and Financial Markets*, 69-75.
- OECD. (2016). *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, . Paris: OECD Publishing.
- Ogilvie, F. W. (1933). The Tourist Movement. *Journal of the Royal Statistical Society*, 96(4)I. 686-688.
- Pesonen , J., & Tussyadiah, I. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use On travel patterns. *Journal of Travel Research*, 55, 1022-1040.

Pizam, A. (2014). Peer-to-peer travel: Blessing or blight? *International Journal of Hospitality Management*, 38, 118-119.

Poon, A. (2003). *Competitive strategies for a new tourism*. In Cooper, C. (eds.) *Classic Reviews in Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.

Postigo, H. (2003). Emerging Sources of Labor on The Internet: The Case of America Online Volunteers . *International Review of Social History*, 48. 205–223.

Prahalad, C., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences The Net Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18. 5–14.

Psarros, M., Rinne, A., Jordan, P., & Pastras, P. (2014). Hellenic Chamber of Hotels. *Sharing economy and the tourism and hospitality sector in Greece*.

Rifkin, J. (2000). *The Age of Access: The new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*. New York: Penguin Putnam Inc.

Schor, J., & Fitzmaurice, J. (2015). *Collaborating And Connecting: The Emergence of The Sharing Economy*. (Edited by Lucia Reisch and John Thøgersen) In *Handbook on Research on Sustainable Consumption*. Cheltenham: Edward Elgar.

Shankland, S. (2013, Haziran 5). (2013, 5 Haziran). *Airbnb kurucusu: Özel kiralamaları, arabaları yasaklamak kadar aptalca yasaklamak*. CNET . [http://news.cnet.com/8301-1023\\_3-57587754-93/airbnb-founder-banning-private-rentals-as-silly-as-banning-cars/](http://news.cnet.com/8301-1023_3-57587754-93/airbnb-founder-banning-private-rentals-as-silly-as-banning-cars/) adresinden erişildi. [ 9 14, 2020 tarihinde C/NET: <https://www.cnet.com/news/airbnb-founder-banning-private-rentals-as-silly-as-banning-cars/> adresinden alındı

Srnicek, N. (2017). *Platform kapitalizmi*. Cambridge, İngiltere: Malden, MA: Polity Press.

Stors, N., & Kagermeier, A. (2015). Share economy in Metropolitan tourism. The role of auth Metropolitan Tourism Experience Development: Diversion and Connectivity. *Conference Proceedings of the RSA-Tourism Research*. Budapest, 28-30 Ocak 2015.

Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press.

Vaughan, R., & Hawksworth, J. (2014). *The Sharing Economy: How Will it Disrupt Your Business? Megatrends: The Collisions*. London: PriceWaterhouse&Cooper.

Wallenstein, J., & Shelat, U. (2017). What's Next for The Sharing Economy. *The Boston Consulting Group*, 10; 1-5.

Woodside, A., & MacDonald, R. (1994). *General System Framework of Customer Choice Processes of Tourism Services*. (Edited by R. Gasser and K. Weiermair). In *Spoilt for Choice: Decision Making Processes and Preference Changes of Tourists – Intertemporal and Intercountry Perspectives*. Thaur, Austria: Kulturverlag.

Zervas, G., Prosperio, D., & Byers, J. (2013). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Boston University School of Management Research Paper*, 16.