

# Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Turizm Sisteminin Değerlendirilmesi

\*Seval KURT<sup>a</sup>, Kurban ÜNLÜÖNEN<sup>a</sup>,

<sup>a</sup>Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

---

## Anahtar Kelimeler

## Özet

Paylaşım Ekonomisi, Ortak Kullanım Ağları, Turizm Sistemi, Turist Gönderen Bölge, Geçiş Bölgesi, Destinasyon Bölgesi

Sosyal, ekonomik ve çevresel değeri olan ancak kullanılmayan ve boşta kalan varlıkların teknoloji platformları vasıtasıyla el değiştirerek yeniden dağıtılması yoluyla paylaşım ekonomisi, kaynakların ihtiyaç duyulan yere yönlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Ekonomi alanında yaşanan ekonomik krizler, kapitalizm ve tüketim çılgınlığı konularına sürdürülebilirlik doğrultusunda alternatif çözüm arayışlarına cevaben ortaya çıkan paylaşım ekonomisi var olan sistemin onarılması ve geliştirilmesinde dikkat çekici bir alan olarak değerlendirilmektedir. Özellikle turizm sistemindeki atıl kaynakların değerlendirilmesi sorunlarına yönelik olarak önem arz etmektedir. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi kapsamında turizm sistemi ve turizm sistemini oluşturan unsurlar değerlendirilmeye çalışılmıştır.

# The Evaluation of Tourism System Within the Scope of the Sharing Economy

## Keywords

## Abstract

Sharing Economy, Collaborative Consumption Networks, Tourism System, Traveller Generating Region, Transit Route Region, Destination Region

The sharing economy contributes to directing social, economic and environmental value but unused and idle resources where needed by the way of redistribution and transaction via technology platforms. To search of alternative and sustainable solutions to problems in the field of economy such as economic crises, capitalism and consumerism emerging sharing economy is evaluated as a remarkable area in the troubleshooting and development of existing system. Especially sharing economy plays a significant role in the evaluation of idle resources in the tourism system. In this context, the tourism system and the elements constituting tourism system are aimed to evaluate within the scope of sharing economy.

---

\*Sorumlu Yazar: Seval KURT, sevalkurt@gazi.edu.tr

## **GİRİŞ**

Maruz kalınan küresel ekonomik krizler, kapitalizm ve tüketim çılgınlığı konularına alternatif çözüm arayışları ile var olan sistemin onarılması ve geliştirilmesine yönelik ortaya çıkan paylaşım ekonomisi dikkat çekici bir alan olarak değerlendirilmektedir. Paylaşım ekonomisi, sürdürülebilir bir toplum oluşturmada dijital pazar istihbaratının işbirlikçi tüketim ile yeniden şekillendirilmiş şekli olarak web tabanlı paylaşım ağları vasıtasıyla geniş bir faaliyet yelpazesine sahiptir (Heinrichs, 2013). Birçok doğal kaynağın yetersiz olması ve tükenme riski ile karşı karşıya kalması, nüfus ve kentleşmenin artması, yaşam süresinin uzaması ile sosyal, ekonomik ve çevresel değeri olan ancak kullanılmayan ve boşa kalan varlıkların teknoloji platformları vasıtasıyla el değiştirerek yeniden dağıtılması ticarete yeni bir yön vermektedir (World Economic Forum, 2013). Pek çok farklı alanda kullanılan ve mübadele sürecini farklı bir boyuta taşıyan paylaşım ekonomisi uygulamalarının dikkat çekici hale gelmesinden kaynaklı olarak akademik çalışmalara da konu olmaktadır.

Turizm geleneksel bir endüstri olarak rekabeti, tüketici bilincini artırma ve büyümeye yönelme amacıyla piyasalara serbestlik tanıyan neoliberal politikalara cevap verecek şekilde geliştirilmiştir (Dredge ve Jenkins, 2007; Halkier, 2010). Bununla birlikte çevresel etkiler ve kaynak tükenmesi, iklim değişikliği, yoksulluk ve sürekli hale gelen finansal krizler üzerine artan kaygılar ile turizmin sürdürülebilir kalkınmayı daha etkili bir biçimde ele alabileceği alternatif sosyo-politik turizm modelleri arayışı başlamıştır (Burns ve Bibbings, 2009; Mosedale, 2012).

Paylaşım ekonomisinin turizmdeki yansımaları, geleneksel turizm sektörü sistemindeki atıl kaynakların değerlendirilmesi sorunlarına bir cevap olarak ortaya çıkmıştır (Botsman, 2014; Koopman, Mitchell ve Thiere, 2015). Boşa çalışan kaynakların doğrudan kullanılmasına izin veren ve işlem maliyetlerini en aza indiren paylaşım ekonomisi dijital şeffaflık ile fiyat karşılaştırma olanağı sağlayarak turistik tüketime alternatif çözümler getirmektedir (Yannopoulou, Moufahim ve Bian, 2013). Söz konusu alternatif çözümler turizmde paylaşım ekonomisinin kar amacı güden ve gütmeyen teşebbüsler eliyle yapılmasından doğan ilişkilerin turizm sisteminin bozulmasına neden olduğu yönünde tartışılan bir gündem haline gelmiştir (Intercontinental Hotels Group, 2012; Zervas, Proserpio ve Byers, 2013).

Tüketim çılgınlığına alternatif çözüm arayışının ve sürdürülebilir yaklaşımın ekonomik yansımaları olarak paylaşım ekonomisinin turizmin geleneksel yapısını ve sistemini bozduğu iddialarını değerlendirebilmek için turistik hareketlilikler ve etkinliklerden doğan paylaşım ekonomisi uygulamalarının incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi ve turizm arasındaki ilişki turizm sistemi ve turizm sistemi içerisinde var olan paylaşım ekonomisi platformlarının belirlenerek literatür taraması yoluyla değerlendirilmeye çalışılacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Paylaşım Ekonomisi

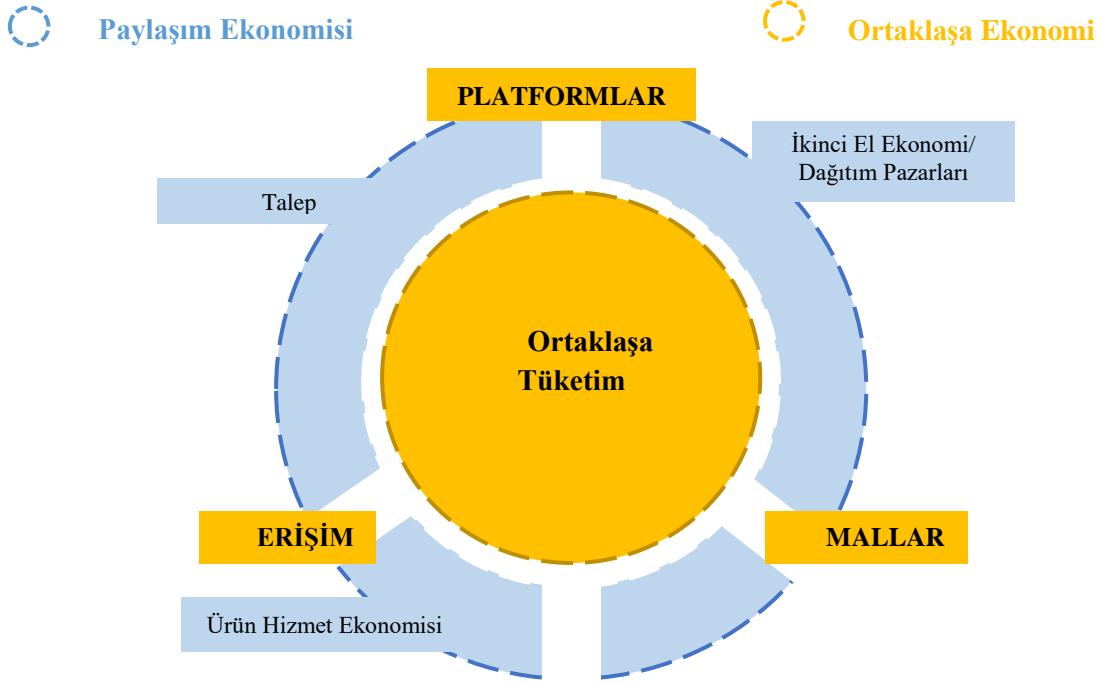
Güncel tüketici araştırmaları, paylaşım adı verilen ticaret ve tüketim ile ilgili bir dizi uygulamaya yoğunlaşmaktadır (Belk, 2010). Paylaşım ekonomisi bazen bedelsiz, bazen belirli bir bedel karşılığında bireysel malların paylaşılmasına dayanan uygulamaları tanımlamak için kullanılmaktadır (HOTREC, 2015a). Bedelli ve ya bedelsiz mal ve hizmetlere sahip olmaktan ziyade kullanımına erişmeyi ifade eden paylaşım ekonomisi *mülkiyet devri* (bağışlanma, takas etme ve kullanılmış ürünlerin satın alınmasını içeren) ve *kullanım hakkı* (kiralama ve ödünç vermeyi içeren) olarak farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir (Hamari, Sjöklint ve Ukkonen, 2015). Bu sebeple paylaşım ekonomisi tanımlaması ve adlandırması uygulamaların çeşitliliği sebebiyle oldukça zor bir kavram olarak literatürde ele alınmıştır.

İlgili alanyazında ‘paylaşım’ın hangi faaliyetleri içerdiği hususunda bir fikir birliği bulunmamakla ve paylaşım ekonomisi yaygın olarak ‘paylaşım’ adı altında incelenmekle birlikte, ‘ortak kullanım’ (Botsman ve Rogers, 2010a; 2010b), ‘ağ (the mesh)’ (Gansky, 2010), ‘ticari paylaşım sistemleri’ (Lamberton ve Rose, 2012), ‘ortak üretim’ (Humphreys ve Grayson, 2008), ‘ortak yaratım’ (Lanier ve Schau, 2007; Prahalad ve Ramaswamy, 2004), ‘ürün hizmet sistemleri’ (Mont, 2002), ‘erişim temelli tüketim’ (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Belk, 2014), ‘tüketici katılımı’ (Fitzsimmons, 1985) ve ‘çevrimiçi gönüllülük’ (Postigo, 2003), ‘çevrimiçi tüketim’ (Dubois, Schor ve Carfagna, 2014; Schor, 2014, 2015; Schor ve Fitzmaurice, 2015) gibi farklı adlandırmalarla çalışmalara konu olmuştur. Ayrıca ‘gölge (kayıtdışı) ekonomi’, ‘talep üzerine ekonomi’, ‘erişim ekonomisi’, ‘işbirlikçi ekonomi’, ‘denklerarası ekonomi’ ve ‘elden ele ekonomi’ olarak da adlandırılmaktadır (HOTREC, 2015a). Tüm bu farklı

adlandırmalara rağmen yakın tanımlamaları bulunmakla birlikte içerdikleri aktiviteler bakımından net bir ayırım yapılamamaktadır (Vaughan ve Hawksworth, 2014; WEF, 2013, 2014). Ayırımın yapılamaması paylaşımın ne olduğu sorununu beraberinde getirmektedir.

Paylaşım ekonomisi alanında yapılan ilk önemli çalışma Rachel Botsman ve Roo Rogers (2010a) tarafından kaleme alınan ‘What’s Mine is Yours/Benim Olan Senindir’ adlı kitapta “ortak kullanım ağları” olarak ifade edilen paylaşım ekonomisi mal ve hizmetlerin kiralanması ya da paralı veya parasız takas edilmesini sağlayan sistemler olarak ele alınmıştır. Bu sebeple paylaşım ekonomisi *ürün ve hizmet sistemleri, yeniden dağıtım pazarları ve ortaklaşa yaşam tarzı* ile gerçekleştirilmekte olup, bireylerin sosyal medya platformları ve ticari kuruluşlar tarafından organize edilen bilgi, mal, hizmet ve yeteneklerin değişimi, dağıtımı, kiralanması, paylaşılması veya bağışlanmasını içermektedir. Paylaşım ekonomisi ve ortaklaşa tüketimin temel prensipleri olarak *ürün hizmet sistemleri* bir ürünün sahibi olmadan kullanım hakkının bedelinin ödenmesini sağlayan platformlar iken; *yeniden dağıtım pazarları* ihtiyaç duyulmadıkları yerden ihtiyaç duyuldukları yere yeniden dağıtım; *ortaklaşa yaşam tarzı* ise zaman, beceri, para, deneyim ve alan gibi daha az maddi varlıkların paylaşımı ve değişimidir (World Economic Forum, 2013).

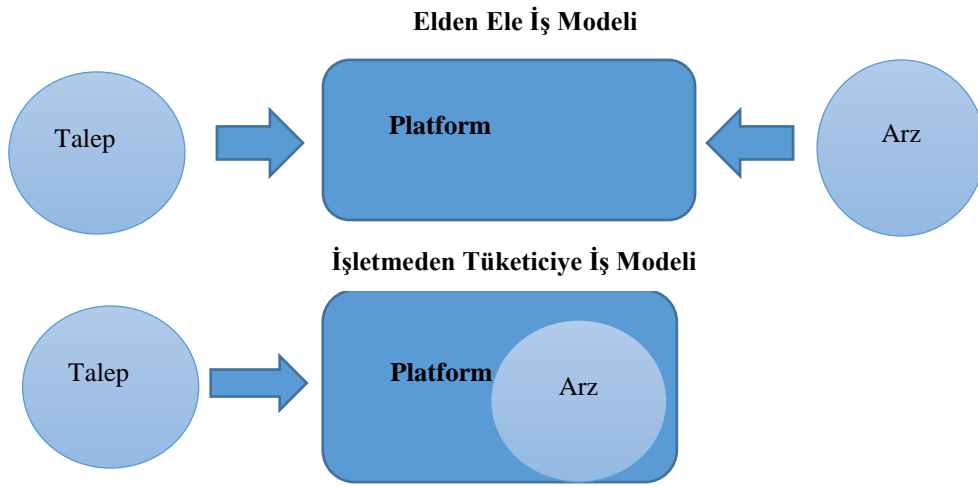
Bardhi ve Eckhardt (2012) ‘erişim tabanlı tüketim’ adlandırmasıyla ‘sahiplik devri söz konusu olmayan paylaşımlardan doğan işlemler’ olarak tanımlamaktadır. Frenken vd. (2015) ‘paylaşım ekonomisi’ni ‘muhtemelen para karşılığında kullanılmayan fiziksel varlıkların (atıl kapasite) geçici olarak erişimine izin veren tüketiciler veya firmalar’ olarak tanımlamaktadır. Hamari vd. (2015) ‘ortaklaşa tüketim’i ‘topluluk tabanlı çevrimiçi hizmetler aracılığıyla koordine edilen mal ve hizmetlere erişim elde etme ve paylaşmayı sağlayan denkler arası bir faaliyet’ olarak tanımlanmıştır. Belk (2014) ‘gerçek’ ve ‘sahte’ paylaşım arasında bir ayırım yaparak, işbirlikçi tüketimi ‘bir ücret karşılığında bir kaynağın edinilmesi veya dağıtımının koordine edilmesi’ olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda ‘gerçek paylaşım’, hiçbir ücret veya tazminat talep edilmeden mülkiyetten ziyade geçici erişim sağlayan dijital platformların kullanımı olarak ticari amaçlı platformların paylaşım ekonomisine dahil kabul edilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır (Belk, 2014).



**Şekil 1: Paylaşım Ekonomisinin Yapısı** (Kaynak: Botsman ve Rogers, 2010a; Frenken vd., 2015; Schiel, 2015.)

Paylaşım ekonomisinin en geniş bölümü olan ortaklaşa tüketim paylaşım ekonomisinin merkezinde yer almakta ve çoğunlukla paylaşım ekonomisi ile birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak paylaşım ekonomisine konu olan mübadelenin bedelli olarak gerçekleştirilmesi ortaklaşa tüketim olarak ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle paylaşım ekonomisi kapsamında üzerinden para kazanma amacı olan faaliyetleri ifade eden ortaklaşa tüketim paylaşım ekonomisiyle birbirinin yerine kullanılabilir. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi maddi menfaat söz konusu olmasına rağmen, maddi menfaatlerin ötesinde etik ve ekonomik değerleri bir arada barındıran, parasal olmayan hizmetleri ve ortaklaşa tüketimi de içeren değerler sistemi olarak incelenmektedir (Bauwens, Mendoza ve Iacomella, 2012; Botsman ve Rogers, 2010a; Frenken vd., 2015; Schiel, 2015). Ortak kullanımın dayandığı en temel prensip bir ürünün satın alınıp ona sahip olunması yerine, o ürüne erişebilme ve onu kullanabilme prensibinin öne çıkmasıdır. Erişim ve kullanım mülkiyetten daha değerli ve önemli görülmektedir (Sack, 2011).

Paylaşım ekonomisinin yükselişi ile birlikte paylaşım ekonomisi finansal kaynakların daha verimli kullanımının sağlanmasıyla *ekonomik*; doğal kaynakların daha verimli, sürdürülebilir ve yenilikçi kullanımının sağlanmasıyla *çevresel*; insanlar arasındaki ilişkilerin daha derin ve sosyal hale gelmesiyle *toplumsal faydalar* sağlamaktadır (Botsman ve Rogers, 2010a). Söz konusu bilgiler ışığında paylaşım ekonomisi talebi oluşturan tüketicilerin karşısında arzı oluşturan veya yönlendiren platformlar aracılığıyla mal ve hizmetlere erişimin bedelli veya bedelsiz sağlanmasından doğan ilişkileri kapsamaktadır.



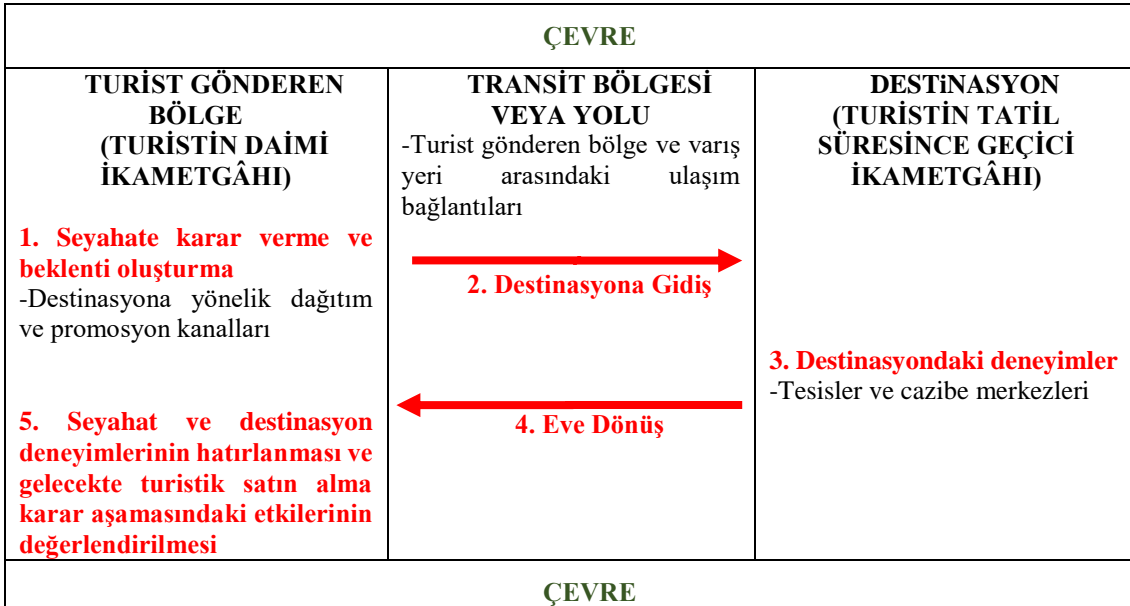
**Şekil 2: Paylaşım Ekonomisi İş Modelleri** (Kaynak: Demary, 2014).

Paylaşım ekonomisi elden ele iş modeli ve işletmeden tüketiciye modeli olmak üzere başlıca iki iş modeli kullanılmaktadır. Elden ele iş modeli en çok kullanılan iş modeli olarak, talep ve arz arasında arabulucu görevi yapan web tabanlı bir platformun merkezde bulunması ile oluşmaktadır. İşletmeden tüketiciye iş modeli ise geleneksel iş modellerine benzer şekilde mal ya da hizmete ihtiyaç duymaktadır. Farkı ise tüketicilerin sahipliğinin söz konusu olmaması ve etkileşimlerin temel olarak güncel iletişim teknolojileri aracılığıyla yüz yüze görüşme ve etkileşime girmeden yapılması ve çoğunlukla mal ve hizmetlerin kiralanmasında kullanılmasıdır. Bu iş modellerine ek olarak paylaşım ekonomisinin özellikle kullanıcıya yönelik olmasından dolayı göz ardı edilen diğer iş modeli ise işletmeden işletmeye iş modelidir. Diğer işletmelerden yarı mamul veya hizmet tedarik etmek amacıyla varlıkların paylaşımının sağlanmasıdır (Demary, 2014:5-7).

## Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Turizm Sistemi

Bireylerin ikamet ettikleri yere geri dönmek şartıyla sürekli kalıya dönüşmeksizin ve gelir sağlama amacı olmaksızın gerçekleştirdikleri yolculuk ve konaklamasından doğan olay ve ilişkilerin tümü turizm alanının konusunu oluşturmaktadır (Ogilvie, 1933; Hunziker ve Krapf, 1942; Leiper, 1979; Holloway, 1989; Gilbert, 1990: 47; Hunt and Layne, 1991; Medlik, 2003: vii; Theobald, 2005: 9; Jayapalan, 2001; Tribe, 2009). UNWTO (1995, 2017)'ya göre turizm 'boş zamanın değerlendirilmesi, iş ve diğer amaçlarla bir yılı aşmayan süre zarfında ikamet edilen doğal ortamın dışındaki geçici seyahat ve konaklamaları kapsayan aktivitelerin bileşimi' olarak tanımlanmaktadır. Turizmin tanımlanmasında sürekli kalıya dönüşmeyen geçici yerdeğişimi vurgusu ayırt edici bir niteliğe sahip olduğundan turizmin özellikle coğrafik bir sistem üzerine kurulu olması gerekliliğini işaret etmektedir.

Sistem yaklaşımı doğrultusunda farklı ana unsurların etkileşiminden oluşan (Govers, Van Hecke and Cabus, 2008; Hall 2005; Hall and Müller, 2004; Leiper, 1979) turizm sistemi turist gönderen bölge ile varış yeri olan destinasyon arasındaki bağlantının önemini vurgulama açısından önemli kabul edilmekte olup; turist gönderen bölge, geçiş bölgesi, destinasyon bölgesi ve söz konusu bu bölgeleri kapsayan çevre ile dört ana unsurdan oluşmaktadır (Leiper, 1979; Cooper and Hall, 2008: 6).



**Şekil 3: Turizm Sistemi** (Kaynak: Leiper, 1979; Cooper and Hall, 2008:6 Kılıçlar, Küçükergin, Kurt, Adıgüzel, Özkan ve Aktuna, 2017).

Turizme konu olan yer değişikliği turistlerin sürekli ikamet ettikleri yer olan olağan çevre veya ikametgâh olarak bilinen turist gönderen bölgede başlamakta ve bitmektedir. Bu sebeple turist seyahate karar verme, seyahate çıkma ve seyahati tamamlama noktasında ikametgâhında bulunmaktadır. Destinasyona gidiş ve dönüş için kullanılan yol programı ise geçiş bölgesi olup ulaştırma hizmetlerinin önem kazandığı aşamayı oluşturmaktadır. Destinasyon ise konaklama, yeme-içme, rekreasyon, yerel ulaştırma ve diğer turizm hizmetleri ile çekicilik unsurlarını barındıran seyahatin geçirileceği ulaşılmak istenilen yer olarak turistik faaliyetlerin önemli bir bölümünün gerçekleştirileceği aşamadır. Turizm faaliyetlerine konu olan geçici yer değiştirme *seyahate karar verme ve beklenti oluşturma* aşaması ile başlar ve sırasıyla *destinasyona gidiş, destinasyonda geçici konaklama, eve dönüş ve seyahat ve destinasyon deneyimlerinin değerlendirildiği eve varış* aşamasıyla tamamlanır. Tüm bu aşamalar boyunca turistik üretim çok farklı unsurlardan meydana gelmektedir.

#### **Çizelge 1. Turizm Coğrafi Sisteminin Farklı Bileşenlerinde Turizm Üretiminin Temel Unsurları**

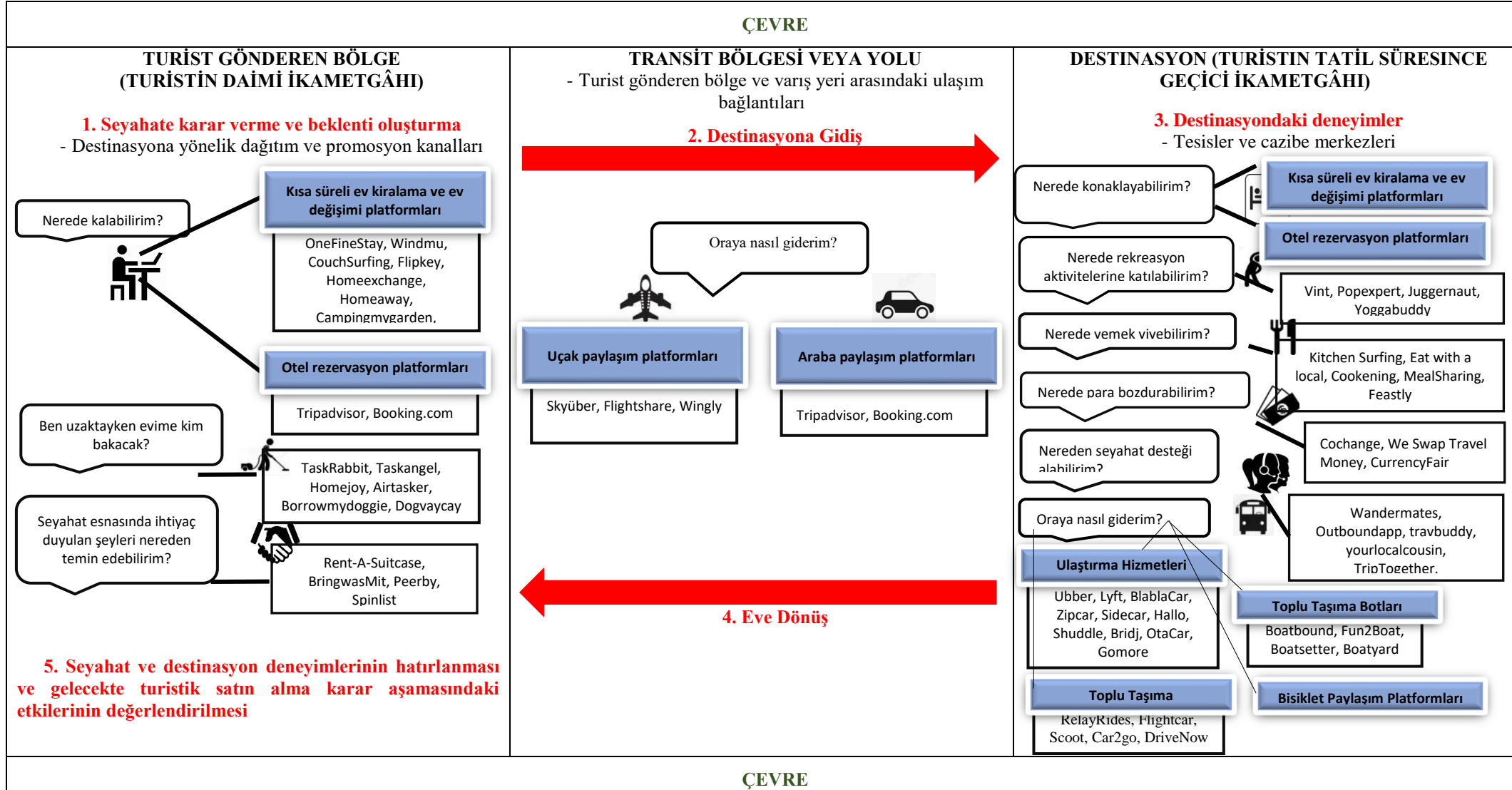
<b>Turist Gönderen Bölge</b>	<b>Transit Bölgesi</b>	<b>Destinasyon Bölgesi</b>
-Seyahat acentaları -Tur operatörleri -Çevrimiçi perakendeciler -Çevrimiçi distribütörler	- Havacılık hizmetleri - Otobüs ve tren hizmetleri - Seyir ve feribot hizmetleri - Özel ve kiralık otomobiller	-Konaklama -Toplantılar ve sergiler -Tema parklar -Kasinolar -Ziyaretçi merkezleri -Ulusal parklar -Restoranlar -Etkinlikler -Tesisler -Yerel ulaşım araçları

(Kaynak: Cooper ve Hall, 2008: 8)

Turizm sistemi ve üretiminin temel unsurları değerlendirildiğinde paylaşım ekonomisi platformları aracılığıyla söz konusu unsurların karşılıklarını tespit ederek incelemek doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu bağlamda Leiper (1979)'ın turizm sistemi üzerinde Hall ve Cooper (2008)'in turizm üretiminin temel unsurları açısından paylaşım ekonomisinin mevcut durumu ele alındığında karşımıza çıkan durumun şu şekilde ifade edilmesi mümkündür:

**Şekil 4: Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Turizm Sisteminin Yapısı** (Kaynak: Leiper, N. (1979)'ın *The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry* ve Cooper, C. ve Hall, C., M. (2008)'un *Contemporary Tourism: An International Approach* adlı çalışmalarından esinlenilerek hazırlanmıştır)





Turistik ürün satın alma karar süreci farklı faktörler etkisiyle turistleri farklı motivasyonlara yönelttiğinden karmaşık bir süreçtir. Bir destinasyonun tercih edilmesi ulaşım, konaklama, tatil süresi, tatil bütçesi gibi diğer pek çok değişkeni etkileyeceğinden turistlerin satın almayla ilgili verecekleri tek bir karar diğer kararlarını da etkilemektedir (Hyde, 2008: 74). Bu bağlamda söz konusu değişkenler arasında bir dereceye kadar birbirine bağımlılık söz konusu olup, bir değişkenin satın alınması sonraki öğelerin satın alınmasına neden olduğundan bir satın alma tüketim sistemi oluşmaktadır. Turistlerin tatil öğelerini seçtiği zamansal sıralamaya bağlı olarak birinci seviye kararlar (destinasyon seçimi), ikinci seviye kararlar (konaklanacak yer, seyahat türü ve güzergah seçimi) ve tatil süresince destinasyondaki turistik tüketime konu olan (yeme-içme, yerel ulaşım vb. gibi) üçüncü seviye kararlar bulunmaktadır (Woodside ve MacDonald, 1994; Woodside ve King, R, 2001; Bargeman, Joh ve Timmermans, 2002; Woodside, MacDonald ve Burford, 2004). Jeng ve Fesenmaier (2002) benzer şekilde turistik satın alma sürecini birincil, ikincil ve üçüncül kararın oluşturduğunu ancak birincil kararlar alındıktan sonra ikincil ve üçüncül kararların seçiminin daha esnek olarak yapıldığını belirtmektedir. Bu bağlamda destinasyon seçimi diğer tüm değişkenler üzerinde göreceli olarak önemli bir etkiye sahip olabilmektedir.

Destinasyon seçimini gerçekleştiren turist *kısıtlı bütçe*, *mevcut tatil zamanı* ve *tatile çıktıkları kişileri* (aile, arkadaş ve yabancılar) göz önünde bulundurarak (Alegre ve Pou, 2006; Fesenmaier ve Jeng, 2000) daha düşük maliyetlerle turizm faaliyetine katılmayı sağlayan paylaşım ekonomisi platformlarına yönelmektedir. Turizm sektöründe bir internet girişimciliği örneği olan, ev değiş tokuşu ve günlük kiralama yapıldığı web siteleri, alanyazında dünyanın en büyük otel gruplarından daha fazla ve daha ucuz oda sunmaya başlayarak *yıkıcı yenilik* olarak adlandırılmaktadır (Christensen ve Raynor 2003; Quartz, 2015; Airbnb & Hotel Performance, 2017). Bu siteler alternatif konaklama sektöründe bir niş pazar yaratmakta ve bunu “büyük bir pasta yapmak” yerine “pastadan bir dilim alarak” gerçekleştirmektedir (Shankland, 2013).

Turistlerin seyahat deneyimlerini seçme yöntemleri üzerinde konaklama birimleri maliyetlerinin ve katlanılacak maliyetlerin kalış süreleri ve sıklığı üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir (Gokovali, Bahar ve Kozak, 2007; Martinez ve Raya, 2008). Kozak (2002) destinasyonların özellikle harcama miktarıyla doğrudan ilişkisi kalış sürelerinin

tahmin edilmesi ve değerlendirilmesinde önem taşımaktadır. Göreceli olarak daha uzun süre tatile çıkan turistler, daha konforlu yerlerde kalma, daha fazla olanaktan yararlanma ve daha fazla şey keşfetme eğilimindedir. Bu sebeple daha uzun süre konaklama eğiliminde turistler kamp ve oda kahvaltı gibi seçenekleri otellere oranla daha fazla tercih etmektedir (Nicolau ve Más, 2009). Martínez-Garcia and Raya (2008) paylaşım ekonomisinin sunduğu düşük maliyetli konaklama birimlerinin benzer avantajlarla turistleri uzun süreli konaklamalara teşvik ettiğini belirtmektedir. Ayrıca paylaşım ekonomisinin sunduğu düşük maliyetli konaklamaların tasarruf artışına sebep olarak seyahat artışları oluşturabileceği düşünülmektedir. Mason ve Alamdari (2007) düşük maliyetli hava taşımacılığının daha fazla seyahate teşvik ettiği gibi seyahat etme sıklığını artırdığını ileri sürmektedir. Ancak daha fazla seyahat etme isteğinin kalış sürelerini kısaltabileceğini belirtilmektedir.

Turistleri seyahate iten başlıca itici gücün psikoloji olması (Mayo ve Jarvis, 1981; Jamrozy ve Uysal, 1994) sebebiyle, turistleri paylaşım ekonomisine yönlendiren psikolojik faktörler arasında fiyat kısıtlamaları, kullanım amacı ve otantik seyahat deneyimlerine sahip olma arzusu olduğu belirlenmiştir (Gumbs, Dodds ve Griffin, 2016). Paylaşım ekonomisiyle sağlanan fiyat rekabeti ile *satın alınabilirlik* (Guttentag, 2013), bürokratik işlemlerin azalmasından kaynaklı esnekleşme ile *pratiklik* (Kagermeier ve Stors, 2015), kitle turizminin ötesinde modern turist davranışlarının kişiselleşme talebi ve yaşam alanı olan evlerde konaklama imkanı ile *özgünlük* (Weeks, 2012; Guttentag, 2013), farklı bölgelere ulaşım ile *erişilebilirlik* (Gumbs, Dodds ve Griffin, 2016) turizm faaliyetlerine yeni özellikler ekleyerek turist davranışlarını etkilemektedir. Bilhassa Dünya nüfusu içerisinde 2009'da 1.8 milyar iken, 2020'de 3.2. milyara, 2030'da 4.9 milyar kişiye ulaşan (Kharas, 2017:20) ve paranın değeri ile daha ucuz alternatiflere yönelme isteği (Horwath HTL, 2015) doğrultusunda hareket eden orta sınıfın özellikle Asya ülkeleri başta olmak üzere seyahat trendlerinde paylaşım ekonomisine olan turistik talebin şekillenmesinde önemli bir role sahip olacağı beklenmektedir (Airbnb, 2015).

Ayrıca geleneksel turizm endüstrisinde piyasa aktörleri arasındaki yüksek işlem maliyetleri ve asimetric bilgi turistlerin güven ve memnuniyetini azaltmakta, maliyetleri arttırmakta ve tekrar ziyaret etmeyi engellemektedir. Boşta çalışan kaynakların doğrudan kullanılmasına izin veren ve işlem maliyetlerini en aza indiren paylaşım ekonomisi dijital

şeffaflık ile fiyat karşılaştırma olanağı sağlayarak turistik tüketime alternatif çözümler getirmektedir (Yannopoulou vd. 2013).

Özellikle paylaşım ekonomisi platformları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin kayıt dışı olması geleneksel turizm işletmeleri karşısında haksız rekabete yol açtığı sebebiyle eleştirilmektedir (Kagermeier ve Stors, 2015). Bu sebeple otelcilik sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmeleri paylaşım ekonomisi platformlarının sağladığı avantajlar karşısında rekabet edebilmek adına fiyat politikalarında ve turistik ürün sunumunda farklılaşmak ya da paylaşım ekonomisi platformlarıyla işbirliği yapmak zorunda kalmaktadır. Örneğin Hilton ve Uber uygulamalarını birleştirerek, otel check-inlerinde misafirlerinin otele ulaştırılmasında kolaylık sağlamaktadır (Hospitality On, 2016). Hava yolu taşımacılığında sınırlı bagaj hakkı kullanımında AirDeal aynı varış noktasına giden diğer yolcuların bagaj hakkından yararlanma ve varış noktasında şehir merkezine ulaşmada ortak taksi paylaşımı sağlama açısından paylaşım ekonomisinde seyahat kolaylıklarında yeni bir girişim olarak görülmektedir (Erdoğan, 2016). Turizm işletmeleri gelişen trend ve uygulamaları takip ederek, müşterilerine kolaylık sağlayacak alternatifler ile farklılaşma yolunu tercih etmeye yönelmek zorunda kalmaktadır. Seyahat acentesiyle seyahat edenlerin paylaşım ekonomisinden yararlanma oranının az olması (Çakmak, 2016) turizm sektöründe seyahat acentalarının önemine atıfla üzerinde durulması gereken bir diğer husus olarak değerlendirilmelidir. Bu sebeple seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin bir destinasyonun pazarlanmasında önemli bir yere sahip olduğu yadsınamaz bir şekilde değerlendirilerek, turistleri bu doğrultuda seyahat etmeye itecek faaliyetler ve kampanyalar düzenlenmelidir.

## **SONUÇ**

Paylaşım ekonomisinin kayıtdışı ekonomi olarak adlandırılması politik açıdan önündeki en büyük engellerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak dünya çapında yaygın bir şekilde talep görmesi yasal düzenlemeleri zorunlu kılmakta ve paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirlik doğrultusunda sağladığı faydaları geliştirebilmek adına oluşturduğu fırsatları politikacılar ve ilgili tüm sektör paydaşlarınca ele alınması gerekmektedir. Fırsatların yanı sıra, tüketicinin korunmasına yönelik olarak riskler taşıyan paylaşım ekonomisi, işletmeler için de haksız rekabete yol açmaktadır. Bu sebeple hukuki düzenlemeler hayati önem taşımaktadır.

Kapitalizm ve tüketim çılgınlığı konularına alternatif çözüm arayışları ile var olan sistemin onarılması ve geliştirilmesi amacıyla ortaya çıktığı savunulan paylaşım ekonomisi özellikle kayıtdışı özelliği ve haksız rekabet koşullarının artışı sebebiyle farklı sorunlara sebep olmaktadır. Erişilebilirlik, pratiklik ve esneklik sebebiyle tüketicilerin taleplerindeki artış tüketimi de arttırmaktadır. Serbest piyasa toplumu sürekli olarak ihtiyaçların doyuma ulaşması ya da onların yeteri kadar uyandırılmamasının tehdidi altında (Slater, 1997; Sahlins, 1974) bulunduğundan, ihtiyaçların farklılaştığı ya da sınırsız hale gelmeye başladığı düşüncesiyle bireyin tüketici olarak sosyalleşmesinin internet ortamında daha hızlı, daha aktif hale gelmesi ve işlem maliyetlerinin daha az olması üretim ve tüketim arasında uyumlu bir denkleğin elde edilmesinde tüketicileri var olan kaynakların el değiştirmesi yoluyla kısmen sürdürülebilir bir ekonomik sistemin içerisine sürüklemektedir.

Sermayeye hâkim olan bir azınlık karşısında şimdiye dek dünyada var olan mal ve hizmetlerin sürdürülebilirlik sebebiyle el değiştirmesi için çoğunluğun bu ilişkiden faydalanması olarak paylaşım ekonomisi bedelsiz uygulamalar dışında kapitalizm ile benzerlik taşımaktadır. Literatür incelendiğinde bedelsiz faaliyetleri içeren mevcut ekonomi literatürü oluşturulmuş bulunmakla birlikte, paylaşım ekonomisi adı altında yürütülen faaliyetlerin çeşitlilik göstermesi tanımlanmasını ve uygulayıcıların faaliyetlerinin belirlenmesi güçleştirmektedir. Bu sebeple paylaşım ekonomisi uygulama itibari ile mal ve hizmetlerin bedelli veya bedelsiz el değiştirmesine dayanan, hedef kitlesini dünyanın nüfus yapısında önemli bir orana sahip düşük ve orta gelir grupları olarak belirlemiş, pazarlama tekniklerini iyi kullanan ve tüketici algısında farklılaşan platform sahiplerini zenginleştiren ve insani yönü vurgulanmış yumuşatılmış bir kapitalizm olarak evrim geçirmektedir.

Özellikle geleneksel turizm sisteminden daha düşük maliyetlerle benzer turistik faaliyetleri deneyimleme fırsatı sunan paylaşım ekonomisi turizm pastasını büyütürken bir niş pazar oluşturmakta ancak büyüyen pasta diliminden sadece paylaşım ekonomisi platformları yararlanabilmektedir. Karmaşık 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 destinasyon seçimi en önemli belirleyicilerden biri haline gelmektedir (Shankland, 2013).

Konaklama sektörü açısından çok önemli boyutlara gelen paylaşım ekonomisi platformları sadece turizmin konaklama boyutu ile sınırlı kalmayarak ulaştırmadan seyahat acentalığı hizmetlerine; yeme içme hizmetlerinden rekreasyonel faaliyetlere kadar turizmin pek çok aktivitesinde faaliyet göstermektedir. Turizm alanında özellikle günlük ve kısa süreli ev kiralama ve ev değişimi ile popülerliği artan paylaşım ekonomisi kayıtdışı olması, turizm işletmelerinin sağladığı kalite ve hijyen koşullarını göz ardı etmesi, turizm işletmelerine karşı 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. Atıl olan kaynakların ihtiyaç duyulan yere yönlendirilmesi, bedelsiz veya erişim bedeli talep edilerek gerçekleşmesi ve insanlar arasındaki ilişkileri göreceli olarak güçlendirmesi gibi avantajlarının yanı sıra, kayıtdışılık sorunu ve yol açtığı haksız rekabet şartları turizm sistemi içerisinde oldukça tartışılan bir konu haline gelmiştir. Ekonomik boyutları kayıtdışılık sebebiyle tahmin edilmesi ve değerlendirilmesini güçleştirmektedir. Turizm sistemine konu alan pek çok alanda aktif rol oynayan paylaşım ekonomisi platformları geleneksel turizm işletmelerinin faaliyet alanlarına girerek yeni bir rekabet alanı oluşturmakta ve sistemi çevirimiçi olmaya yönlendirmektedir.

## KAYNAKÇA

- Airbnb & Hotel Performance. (2017). *An Analysis of Proprietary Data in 13 Global Markets*. STR. USA.
- Airbnb. (2015). *Airbnb Summer Travel Report 2015*. Airbnb.
- Alegre, J. and Pou, L. (2006). The length of Stay in The Demand for Tourism. *Tourism Management*. 27(6). 1343-1355.
- Bardhi, F. and Eckhardt, G. (2012). Access Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*. 39. 881–898.
- Bargeman, B., Joh, C. H. and Timmermans, H. (2002). Vacation Behavior Using A Sequence Alignment Method. *Annals of Tourism Research*. 29. 320–337.
- Bauwens, M., Mendoza, N. and Iacomella, F. (2012). Synthetic Overview of The Collaborative Economy. *P2P Foundation. Chiang Mai*.
- Belk, R. (1988). Possessions and The Extended Self. *Journal of Consumer Research*. 15. 139–168.
- Belk, R. (2007). Why not Share Rather Than Own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 611. 126–140.

- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*. 36. 715–734.
- Belk, R. (2014). You Are What You Can Access: Sharing And Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research*. 67(8). 1596-1600.
- Botsman, R. (2014). Sharing is not Just for Startups. *Harvard Business Review*. 92(3). 23-26.
- Botsman, R. and Rogers, R. (2010a). *What's Mine Is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption*. Harper Collins. New York.
- Botsman, R. and Rogers, R. (2010b). Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. *Harvard Business Review*. 88(8). 30.
- Burns, P. M. and Bibbings, L. J. (2009). The End of Tourism? Climate Change and Societal Changes. *Twenty-First Century Society*. 4(1). 31-51.
- Christensen, C. M. and Raynor, M. E. (2003). The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth. *Harvard Business School*. Boston, MA.
- Cooper, C. and Hall, C., M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Çakmak, K. (2016). *Seyahat Acentesiyle Çalışanlar Paylaşım Ekonomisini Kullanmıyor* [URL: <https://www.uzakrota.com/seyahat-acentesiyle-calisanlar-paylasim-ekonomisini-kullanmiyor/>] (Erişim 10 Mayıs 2017)
- Demary, V. (2014). *Competition in the Sharing Economy*. Institut der Deutschen Wirtschaft Köln. Cologne Institute for Economic Research. Köln.
- Dredge, D. and Jenkins, J. (2007). *Tourism Planning and Policy*. John Wiley & Sons, Milton.
- Dubois, E., Schor, J. and Carfagna, L. (2014). New Cultures of Connection in a Boston Time Bank. In J. Schor & C. Thompson (Eds.), *Practicing Plenitude*. Yale University Press. New Haven.
- Erdoğan, G. (2016). *Paylaşım Ekonomisi Artık Havaalanlarında, AirDeal* [URL: <https://www.uzakrota.com/paylasim-ekonomisi-artik-havaalanlarinda-airdeal/>] (Erişim 20 Mayıs 2017)
- Fesenmaier, D. R. and Jeng, J. M. (2000). Assessing Structure in The Pleasure Trip Planning Process. *Tourism Analysis*. 5(1). 13-27.
- Fitzsimmons, J. A. (1985). Consumer Participation and Productivity in Service Operations. *Interfaces*. 15(3). 60-67.
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M. and van de Glind, P. (2015). Smarter Regulation for The Sharing Economy, *The Guardian*. [URL: <http://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>] (Erişim 03 Şubat 2017)
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why The Future of Business is Sharing*. Portfolio Penguin. New York.
- Gilbert, D. C. (1990). The Nature and Structure of Tourism. (Edited by S. Williams). *Tourism, Critical Concepts in the Social Sciences*. Taylor & Francis. New York.

- Gokovali, U., Bahar, O. and Kozak, M. (2007). Determinants of Length of Stay: A Practical Use of Survival Analysis. *Tourism Management*. 28(3). 736-746.
- Govers, R., Van Hecke, E. and Cabus, P. (2008). Delineating Tourism: Defining the Usual Environment. *Annals of Tourism Research*. 35(4). 1053-1073.
- Gumbs, Q., Dodds, R. and Griffin, T. (2016). *The Secret Under The Sheets: The Truth Behind Your Next Booking with Airbnb*. Retrieved from the Ted Rogers Institute for Hospitality and Tourism Research, Ryerson University. Canada. [URL: <http://www.ryerson.ca/content/dam/tedrogersschool/htm/documents/ResearchInstitute/Airbnb%20Report.pdf>] (Erişim 15 Nisan 2017)
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive Innovation And The Rise of An Informal Tourism Accommodation Sector, *Current Issues in Tourism*. 18 (12). 1192-1217.
- Halkier, H. (2010). EU and Tourism Development: Bark or Bite? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 10(2). 92–106.
- Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Prentice-Hall. Harlow.
- Hall, C. M. and Müller, D. (2004). *Tourism, Mobility and Second Homes: Between Elite Landscape and Common Ground*. (Edited by C. Michael Hall, Dieter K. Müller). Channelview Publications. Clevedon.
- Hamari, J., Sjöklint, M. and Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 67(9). 2047–2059.
- Heinrichs, H. (2013). Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*. 22(4). 228-231.
- Holloway, J. C. (1989). *The Business of Tourism*, Third Edition. Pitman Publishing. London.
- Horwath H. T. L. (2015). Tourism Megatrends 10 Things You Need to Know About The Future of Tourism. [URL: <http://horwathhtl.com/>] (Erişim 22 Mayıs 2017)
- Hospitality On. (2015). Record Valuation for AirBnB. [URL: <http://hospitality-on.com/en/news/2015/06/29/record-valuation-for-airbnb/>] (Erişim 22 Mayıs 2017)
- Hospitality On. (2016). Hilton and Uber Link Their Applications. [URL: <http://hospitality-on.com/en/news/2016/03/31/hilton-and-uber-link-their-applications/>] (Erişim 22 Mayıs 2017)
- HOTREC (2015a). *Levelling The Playing Field: Policy Paper on The “Sharing” Economy*. Toposophy-Destination Marketing Agency, Hotrec, Belgium.
- HOTREC. (2015b). HOTREC Proposes 10 Steps Towards A Sustainable and Responsible “Sharing Economy” in Tourism Accommodation. Belgium.
- Humphreys, A. and 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.
- Hunt, J. D. and Layne, D. (1991). Evolution of Travel and Tourism Terminology and Definitions. *Journal of Travel Research*. 29(4). 7-11.



- Hunziker, W. and Krapf, K. (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Zurich.
- Hyde, K. F. (2008). Independent Traveler Decision-Making. (Edited by G. Woodside). In *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research Book Series*. (2). JAI Press. Bingley. England.
- Intercontinental Hotels Group. (2012). *The New Kinship Economy: From Travel Experiences to Travel Relationships Contents*. [URL: <https://www.traveldailynews.com/post/the-new-kinship-economy%3A-from-travel-experiences-to-travel-relationships-50924>] (Erişim 08 Mayıs 2017)
- Jamrozy, U. and Uysal, M. (1994). Travel Motivation Variation of Overseas German Visitors. *Journal of International Consumer Marketing*. 6(3/4). 135-60.
- Jayapalan, N. 2001. *An Introduction to Tourism*. Atlantic Publishers and Distributors. New Delhi.
- Jeng, J. and Fesenmaier, D. (2002). Conceptualizing The Travel Decision-Making Hierarchy: A Review of Recent Developments. *Tourism Analysis*. 7. 15–32.
- Kagermeier, A. and Stors, N. (2015). Share Economy in Metropolitan Tourism. The Role of Authenticity-Seeking. *Proceedings of the RSA-Tourism Research Network Workshop*, 28. 30. Budapest.
- Kharas, H. (2017). *The Unprecedented Expansion of The Global Middle Class An Update, Global Economy & Development Working Paper 100*. The Brookings Institution. Washington, DC. USA.
- Kılıçlar, A., Küçükergin, F. D., Kurt, S., Adıgüzel, B., Özkan, B. İ., Aktuna, H. C. (2017). One Way Ticket-Route To Death: How Right Is To Promote As A Commercial Initiative?. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 9(4). 84-105.
- Koopman, C., Mitchell, M. D. and Thierer, A. D. (2015). The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*. 8(2). 528-545
- Kozak, M. (2002). Destination Benchmarking. *Annals of Tourism Research*. 29(2). 497-519.
- Lamberton, C. and 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. Jr. and 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*. (11). 321–342. Amsterdam.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*. VI(4). 390- 407.
- Martínez-García, E. and Raya, J. M. (2008). Length of Stay for Low-Cost Tourism. *Tourism Management*. 29(6). 1064–75.
- Mason, K. J. and 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.

- Mayo, E. J. and Jarvis, L. P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Service*. CBI. Boston.
- Medlik, S. (2003). Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Mont, O. (2002). Clarifying The Concept Of Product-Service System. *Journal of Cleaner Production*. 10. 237–245.
- Mosedale, J. (2012). Diverse Economies and Alternative Economic Practices in Tourism. Atelvecic, (Edited by I., Morgan, N. and Pritchard) *The Critical Turn in Tourism Studies: Creating an Academy of Hope*. Routledge: Abingdon.
- Nicolau, J. L. and Más, F. J. (2009). Simultaneous Analysis of Whether and How Long To Go on Holidays. *The Service Industries Journal*. 29(8). 1077–92.
- Ogilvie, F. W. (1933). The Tourist Movement, *Journal of the Royal Statistical Society*. 96(4)I. 686-688.
- 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. K. and Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences The Net Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*. 18. 5–14.
- Quartz. (2015). Airbnb Will Soon Be Booking More Rooms Than The Largest Hotel Chains. [<https://qz.com/329735/airbnb-will-soon-be-booking-more-rooms-than-the-worlds-largest-hotel-chains/>] (ET:23.04.2017)
- Sacks, D. (2011). The Sharing Economy. *Fast Company*. 155. 88-93. [<http://www.fastcompany.com/1747551/sharing-economy>] (ET:22.03.2017)
- Sahlins, M. (1974). Stone Age Economics. Tavistock. Londra.
- Schiel, F. (2015). *The Phenomenon of the Sharing Economy in Germany Consumer Motivations for Participating in Collaborative Consumption Schemes*. Master Thesis to Reach The Degrees of M.Sc. Business Administration. M.Sc. Innovation Management and Entrepreneurship. University of Twente. Dresden.
- Schor J. and Fitzmaurice, (2015). Collaborating And Connecting: The Emergence of The Sharing Economy. (Edited by Lucia Reisch and John Thøgersen) In *Handbook on Research on Sustainable Consumption*. Edward Elgar. Cheltenham, UK.
- Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy: Great Transformation Initiative. [URL: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>] (Erişim 23 Mart 2017)
- Schor, J. (2015). Getting Sharing Right. *Context*. 14(1). 14-15.
- Shankland, S. (2013). Airbnb Founder: Banning Private Rentals As Silly As Banning Cars. CNET, [URL: [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/)] (Erişim 22 Mart 2017)
- Slater, D. (1997). Consumer Culture And Modernity. Polity Press. Cambridge.
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann Publications. Amsterdam.

- Theobald, W. F. (2005). *Global Tourism*. Third Edition. Elsevier Science. USA.
- Tribe, J. (2009). *Philosophical Issues in Tourism*. Channel View Publications. USA.
- United Nations World Tourism Organization. (2016). *Compilation of UNWTO Recommendations, 1975-2015*. Madrid. Spain.
- Vaughan, R. and Hawksworth, J. (2014). The Sharing Economy: How Will it Disrupt Your Business? Megatrends: The Collisions. PriceWaterhouse&Cooper. London.
- Weeks, L. (2012). I Am Not A Tourist: Aims And Implications Of “Traveling”. *Tourist Studies*. 12(2). 186-203.
- WEF. (2013). Young Global Leaders Sharing Economy Dialogue Position Paper World Economic Forum (WEF). [URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_YGL\\_CircularEconomyInnovation\\_PositionPaper\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_YGL_CircularEconomyInnovation_PositionPaper_2013.pdf)] (Erişim 12 Şubat 2017)
- WEF. (2014). Towards The Circular Economy: Accelerating The Scale-Up Across Global Supply Chains: World Economic Forum (WEF). [URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_ENV\\_TowardsCircularEconomy\\_Report\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_ENV_TowardsCircularEconomy_Report_2014.pdf)] (Erişim 12 Şubat 2017)
- Woodside, A. G. and King, R. (2001). An Updated Model of Travel and Tourism Purchase Consumption Systems. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 10(1). 3–27.
- Woodside, A. G. and 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*. Kulturverlag. Thaur. Austria.
- Woodside, A. G. Caldwell, M. and Spurr, R. (2006). Advancing Ecological Systems Theory in Lifestyle, Leisure, and Travel Research. *Journal of Travel Research*. 44(3). 259–272.
- Woodside, A. G. MacDonald, R. and Burford, M. (2004). Grounded Theory of Leisure Travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 17(1). 7–39.
- World Economic Forum. (2013). *Young Global Leaders Circular Economy Innovation and New Business Models Dialogue*. Young Global Leaders Sharing Economy Dialogue Position Paper 2013. Switzerland.
- World Tourism Organisation (WTO). (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics* (Technical Manual No: 2). Madrid. Spain.
- Yannopoulou, N., Moufahim, M., Bian, X. (2013). User-Generated Brands and Social Media: Couchsurfing and AirBnb. *Contemporary Management Research*. 9(1). 85-90.
- Zervas, G., Prosperio, D. and Byers, J. (2014). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Boston University School of Management Research Paper* No. 2013-16.

### **Extended Abstract**

The sharing economy contributes to directing social, economic and environmental value but unused and idle resources where needed by the way of redistribution and transaction via technology platforms. To search of alternative and sustainable solutions to problems in the field of economy such as economic crises, capitalism and consumerism emerging sharing economy is evaluated as a remarkable area in the troubleshooting and development of existing system. Especially sharing economy plays a significant role in the evaluation of idle resources in the tourism system. In this context, the tourism system and the elements constituting tourism system are aimed to evaluate within the scope of sharing economy. Sharing economy is evaluated and named as collaborative consumption, the mesh, commercial sharing systems, co-production, co-creation, prosumption, product-service, Peer-to-Peer (P2P) economy, collaborative economy, access economy, and on-demand economy.

Tourism comprises all of the activities of persons temporal traveling to and staying in places outside their usual environment for leisure, business and other purposes without earning activity and transforming permanent residence for destination. In the definition of tourism temporal mobility has a distinctive character, indicating that tourism should be built on a geographical system in particular.

In the direction of system approach, tourism system includes four basic elements as follows: generating or source region (which is the permanent residence of the tourist), transit route (which is the path between generating or source region and destination), destination region (the place which the tourist chooses to visit), The environment (that surrounds all regions.). The tourism geographical system comprises different components of tourism production such as travel agents, tour operators, online retailers and distributors in the generating or source region, aviation services, bus and train services, cruise and ferry services, private and hire cars etc. at the transit route, accommodation, meetings and exhibitions, theme parks, casinos, retail, visitor centres, national parks, restaurants, activities, amenity resources, and local transport etc. in the destination region.

Sharing economy platforms offer opportunities to experience similar tourist activities at a lower cost than the traditional tourism system and creates a niche market. Sharing economy platforms that serve the same function to tourism enterprises, operate from accommodation, travel agency, food and beverage service, transportation to recreational activities.

The sharing economy, which is becoming increasingly popular with short term home rentals and exchanges in the field of tourism, creates risk and insecurity and unfair competition against tourism enterprises because of shadow economy; ignores the quality and hygiene conditions. It is possible to encounter many sharing economy platforms that substitute for tourism enterprises.