

## Yeni Nesil Ev Pansiyonculuğu Sistemi Airbnb'nin Değerlendirilmesi: Swot Analizi\*

Arzu Ünal<sup>1\*\*</sup>  Şehnaz Demirkol<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu, aavci@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6505-5385

<sup>2</sup> İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, sdemirkol@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2122-4551

### Öz

Turistik potansiyeli olan ülkelerde konaklamaya olan talebin her geçen gün artmasıyla çevrimiçi rezervasyon kanalları daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Ev pansiyonculuğu sisteminin dijital platforma taşınmış şekli olan Airbnb sistemi de son yıllarda tercih edilen alternatif konaklama seçeneklerindedir. Küresel düzeyde gelişen standartlar ve yaşanan pandemi süreci tüketici beklentilerini değiştirmiştir. Bu durum tüm işletmelerin rekabet ortamını arttırmıştır. Yaşanan yoğun rekabet ortamında işletmeler daha stratejik düşünmeli ve gerekli planlamaları yapmalıdır. Bu bağlamda SWOT analizi işletmeler için geleceğe yönelik hedeflere ulaşabilmek adına uygulanan stratejik bir yöntemdir. Çalışma kapsamında, Airbnb işletmesinin SWOT analizi yapılmış ve farklı araştırmalar için literatüre katkı sağlaması amaçlanmıştır. Analiz sonucunda sistemin konaklama sektörüne yeni bir boyut kazandırdığı ancak yasal ve güvenlik boşluklarının olduğu belirlenmiştir. Ayrıca uygulanan çevrimiçi platform, kopyalanabilen ve yeni iş fırsatları için potansiyel yaratan bir sistem olduğundan, sürekli güncellenmesi gerekliliği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ev Pansiyonculuğu, Airbnb, Swot Analizi

## Evaluation of The New Generation Home Boarding System Airbnb: Swot Analysis

### Abstract

With the increasing demand for accommodation in countries with touristic potential, online reservation channels have started to be preferred more and more. The Airbnb system, which is the digital form of the home boarding system, is one of the alternative accommodation options preferred in recent years. Bringing a new understanding of the Airbnb system to the accommodation market may have positive results, as well as negative consequences due to legal loopholes and security problems. Globally developing standards and the pandemic process have changed consumer expectations. This situation has increased the competitive environment of all enterprises. In an intensely competitive environment, businesses need to think more strategically and make the necessary planning. In this context, SWOT analysis is a strategic method for businesses to achieve their future goals. Within the scope of the study, SWOT analysis of Airbnb business was made and it was aimed to contribute to the literature for different researches. As a result of the analysis, it was determined that the system brought a new dimension to the accommodation sector, but it had legal and security gaps. In addition, since the implemented online platform is a system that can be copied as well as creating potential for new business opportunities, the necessity of continuous updating has been revealed.

**Keywords:** Homestay, Airbnb, Swot Analysis

### Önerilen Atıf/Suggested Citation

Şehnaz D. ve Ünal, A. (2022). Yeni Nesil Ev Pansiyonculuğu Sistemi Airbnb'nin Değerlendirilmesi: Swot Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(Ek.2), 77-93.

\* Bu çalışma, 15-17 Ekim 2021 tarihlerinde gerçekleştirilen 21. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulmuştur.

\*\*Sorumlu yazar e-posta: aavci@gelisim.edu.tr

### Literatür Araştırması

Cilt 6, Sayı Ek.2, 2022  
ss. 77-93

Gönderim : 20.11.2021  
1. Düzeltme: 27.02.2022  
2. Düzeltme: 07.03.2022  
3. Düzeltme: 14.03.2022  
Kabul Tarihi: 22.05.2022

### Literature Review

Vol 6, Additional 2, 2022  
pp. 77-93

Received : 20.11.2021  
Revision1: 27.02.2022  
Revision2: 07.03.2022  
Revision3: 14.03.2022  
Accepted: 22.05.2022

## GİRİŞ

Turizm; yaşanan pandemi sürecinden en çok etkilenen, seyahat ve konaklama güvenliği açısından önlemlerin alınması elzem olan sektörlerin başında gelmektedir. Pandemi sürecinin en yoğun yaşandığı dönemlerde zorunlu olarak getirilen yasaklar nedeniyle seyahatler büyük oranda kısıtlanmış ancak yasakların kalkması ile birlikte gerekli önlemlerin alınması koşuluyla turizm etkinliklerine katılım başlamıştır. Dolayısıyla ülkeler, bölgeler ve işletmeler sürecin yönetimi açısından daha fazla turist ağılayabilmek için rekabet içindedir. Rekabetin yoğun yaşandığı bu dönemde tüm işletmeler uluslararası alanda bilinirliklerini arttırmak, iyi bir imaja ve marka değerine sahip olmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Bir işletmenin güçlü taraflarını vurgulaması, zayıf yönlerini gidermeye çalışması, mevcut tehditlerin farkına varması ve sahip olduğu fırsatları da iyi değerlendirmesi gerekmektedir.

Airbnb tüm dünyada tercih edilen alternatif konaklama türüdür. Ayrıca her kesimin aracıya gerek kalmadan rahatlıkla ulaşabileceği çevrimiçi bir platformdur. Buna ek olarak paylaşım ekonomisi kapsamında âtil durumda olan konutların değerlendirilerek yerel düzeyde girişimcilerin konaklama pazarında yer almasına imkân sunmaktadır. Airbnb sisteminin konaklama pazarına yeni bir anlayış getirmesi olumlu sonuçlar doğurabildiği gibi hukuki boşluklardan dolayı ve güvenlik sorunları nedeniyle olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir. Bu çalışmada, yeni nesil ev pansiyonculuğu Airbnb sisteminin GZFT (SWOT) analizi yapılmış ve farklı araştırmalar için literatüre katkı sağlaması amaçlanmıştır. Airbnb sistemine ilişkin bilgi düzeyinin artırılması bu alanda yapılacak bilimsel çalışmalar için potansiyel oluşturabilir.

### Kavramsal Çerçeve

Teknolojinin gelişmesi, her alanda olduğu gibi turizmde de yeni alternatiflerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu alternatiflerin başında internet vasıtasıyla günlük ev kiralama ve değiş tokuşu yapılan web siteleri yer almaktadır (Kişi, 2018, 340). Açılımı "Airbed & Breakfast" (yumuşak yatak ve kahvaltı) olan Airbnb, kavramına özellikle son dönemlerde sıkça rastlanmaktadır. Ev pansiyonculuğu sisteminin çevrimiçi platforma taşınmış şekli olan bu kavram; ev sahipleri ile kısa süreli konaklama yapmak isteyen kişileri bir araya getiren bir modeldir. Bu kullanımı kolay çevrimiçi model, dünyanın en büyük otel gruplarından daha fazla ve daha ucuz konaklama imkânı sağlamaktadır (missafir.com,2019). Ayrıca teknolojiyi yakından takip eden turistlerin dikkatini çekerek (Quartz, 2015; Airbnb & Hotel Performance, 2017), zamandan ve paradan tasarruf sağlamaktadır (Buhalis ve Law, 2008).

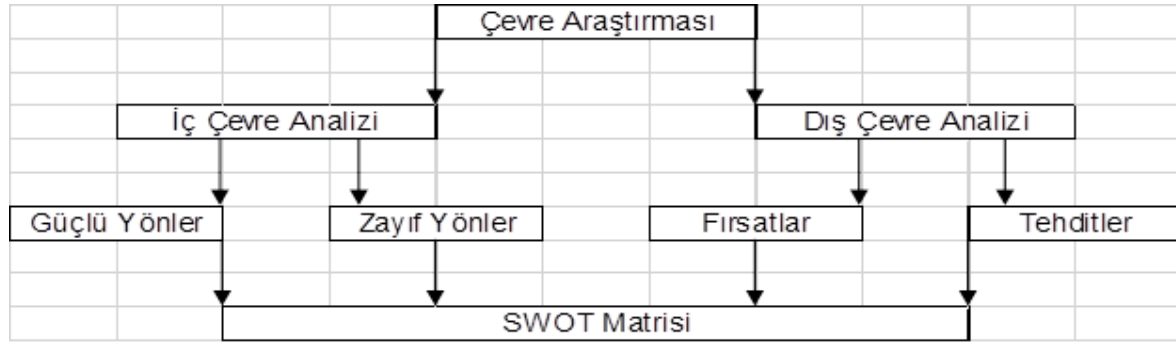
Çalışma kapsamında SWOT analizi ve Airbnb kavramlarına değinilerek, Airbnb sisteminin güçlü ve zayıf yönleri irdelenmiş, fırsat ve tehditleri üzerinde durulmuştur. Konuya ilişkin literatür incelenmiş ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

### SWOT Analizinin Kavramsal Olarak İncelemesi

Bir ülkenin, bölgenin, sektörün, faaliyetin, işletmenin, sistemin yani organize bir yapının mevcut durumunu belirlemenin ve amaçlarını ortaya koymanın en etkili

tekniklerinden biri SWOT analizidir (Akça, 2005:516). SWOT analizi, organize bir yapının iç ve dış çevre incelenmesi yapılarak detaylı bir şekilde değerlendirilmesini sağlayan ve geleceğe yönelik planlamaya olanak sunan durum analizidir (Janov, 1994; 69) (Aktaran: Aktan; 2008).

SWOT kelimesi; avantajlar (Strengths), dezavantajlar (Weakness), fırsatlar (Opportunities) ve tehditler (Threats) – olmak üzere dört İngilizce kelimenin baş harflerinden oluşmaktadır (Avcıkurt, Köroğlu ve Doğdubay, 2003: 2). Analiz; ülkelerin, bölgelerin, sektörlerin, kurumların ve hatta sistemlerin iç ve dış çevresinin incelenmesi neticesinde başarı stratejilerinin belirlenmesi sağlar. Ayrıca bu analiz rakiplere göre avantaj ve dezavantajların belirlenerek karşılaşılabilecek fırsat ve tehditlerin önceden tespit edilip, ileriye dönük hedeflerin planlanmasını sağlamaktadır (Karadeniz, Kandır ve Önal, 2007: 197).



Şekil 1. SWOT Analizi Yapısı

Kaynak: Kahraman vd., (2007)

Şekilde de belirtildiği üzere SWOT Analizini; bir kurumun, sektörün, yatırımın, ülkenin ya da bölgenin özelliklerinden kaynaklanan güçlü ya da zayıf yönlerinin tespit edilerek geleceğe yönelik beklenen veya beklenmeyen durumlardan kaynaklanan fırsat ve tehditlerin saptanması için uygulanan bir analiz yöntemi olarak tanımlamaktadır. Analizin gerçekleştirilebilmesi için SWOT matrisinin oluşturulması neticesinde iç unsurlar olan; güçlü ve zayıf yönler ile dış unsurlar olan; fırsat ve tehditler belirlenmelidir (Polat vd., 2014:148).

SWOT analizi ile iç çevre unsuru olan üstün yönler, sistemi geliştirebilecek göstergelerdir. Zayıf yönler ise, sistemin yaşam döngüsünde karşılaştığı zorluklar ve bu zorluklar karşısındaki tepkilerdir. Dış çevre unsuru olan fırsatlar, sistemi geliştiren ve bulunduğu konumdan daha iyi bir pozisyona gelmesini sağlayan göstergeler iken tehditler, sistemin gelişimini yavaşlatacak, durduracak hatta sonlandırabilecek etkenlerdir (Ülgen ve Mirze, 2004:65).

Yapılan tanımlar itibariyle SWOT analizinin dört adımdan meydana geldiğini söylemek mümkündür. Analizin ilk adımı, organize yapının öz değerlendirme unsuru olan güçlü yönlerinin belirlenmesidir. Bu analizin ilk adımı için; hangi avantajlara sahip olduğu, rakiplere oranla hangi konularda daha başarılı olduğu, maliyeti

düşürmek adına nasıl bir yol izlendiği, insan kaynağı gücünün nasıl değerlendirildiği, geleceğe yönelik hangi stratejilerinin geliştirildiği tespit edilmelidir.

İkinci adım olarak zayıf yönlerin belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için; hangi iş konularında başarısız olunduğu, rakiplere oranla hangi konularda daha zayıf olunduğu, yönetim sistemindeki sorunların neler olduğu, işleyişte verimin ve kalitenin düşmesinde nelerin etkili olduğu, yönetimin ve çalışanların bilgi düzeylerinin yapının gelişimi için yeterli olup olmadığı araştırılmalıdır.

Üçüncü adım olarak dış çevre unsuru olan fırsatların belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için; yapılan işi kolaylaştıracak yeni teknolojilerin neler olduğu, tedarikçiler ve müşteriler ile bağlantıların ne düzeyde olduğu, sektörde meydana gelebilecek yeni trendlere ne düzeyde tepki verilebileceği, rakiplerin zorlandığı konularda durumun nasıl avantaja çevrilebileceğinin tespit edilmesi önemlidir.

Dördüncü ve son adım olan dış çevre unsuru tehditlerdir. Tehditlerin belirlenmesi için; hangi engeller ile karşılaşıldığı ve hangi zorlukların meydana geldiği ya da gelebileceği, mevcut ve gelecekte potansiyel rakiplerin kimler olduğu, gelişen yeni durumlar karşısında nasıl bir değişime gidilebileceği ve hangi risklerin alınabileceği belirlenmesi gerekmektedir (btm.istanbul, 2020).

### **Airbnb Sisteminin Kavramsal Olarak İncelenmesi**

Son yıllarda turistlerin tatil anlayışı değişmiş ve farklı turizm etkinliklerine yönelmişlerdir. Özellikle yaşanan süreç turizm anlayışını tamamen değiştirmiş ve kalabalık konaklama mekânlarından ziyade butik konaklama anlayışı tercih edilmeye başlanmıştır (turizmgunlugu.com, 2020). Bu doğrultuda turistik hareketliliğin oldukça yoğun olduğu destinasyonlardaki konaklama talebinin karşılanabilmesi için alternatif çözümler geliştirilmiştir. Airbnb gibi ev pansiyonculuğu modeli de diğer konaklama tesislerine göre daha uygun olan ve izole bir ortamın oluşmasına imkân sağlayan alternatif girişimdir.

Airbnb sistemi, ev pansiyonculuğu modelinin çevrimiçi platforma taşınmış şeklidir. Bu sistem turizm sektörüne ilk adım attığında, yalnızca gezginlerin otel konaklamalarına alternatif olarak görülmüş ancak büyük otellere rakip olabileceği öngörülememiştir. Zamanla hızla büyüyen sistem, kendine ait hiç odası olamamasına rağmen yaklaşık 192 ülkede 500 milyondan fazla turiste konaklama hizmeti vermektedir (Yıldız, 2020:58).

Web tabanlı bir platform olan Airbnb, evini kiralamak isteyen ev sahipleri ile belirli süre dâhilinde konaklama talebinde bulunan kişileri bir araya getirmektedir (Martin, 2016;149). Açılımı "Airbed & Breakfast" olan şirket 2008 yılında San Francisco' da kurulmuştur. Airbnb web sitesi (airbnb.com) basit bir içeriğe sahiptir ve kullanıcı işlemini kolaylıkla gerçekleştirebilmektedir. Şirketin amacı; sitelerinden veya mobil uygulamalarından gerçekleşen rezervasyonlardan %3-5 oranında, ev sahibinden %6-12 oranında konaklayacak kişiden komisyon olarak pazarda sistemin devamlılığını sağlamaktır (Guttentag, 2013). Ayrıca şirketin önceliği temel rekabet gücü olan sosyal deneyimle daha ucuz konaklama imkânı sunmaktır (Gahramanov ve Türkay, 2019).

Tablo 1. Airbnb'nin Tarihsel Gelişimi

2007 yılında Briab Chesky ve Joe Gebbia, Airbedandbreakfast.com web sitesini kurmuş ve bu sayede gelen ilk ziyaretçilerini ağırlamıştır.
2008 yılında Airbed and Breakfast resmi olarak kurulmuş ve iki rezervasyon almıştır. Daha sonra Demokratik Ulusal Komite (Democratic National Convantion) için otel odası bulmakta yaşanan sıkıntıları çözmek adına ilk resmî sitesi açılmış ve 80 adet rezervasyon almıştır.
2009 yılında, şirketin Airbed & Breakfast olan adı değişerek Airbnb olmuştur. Ayrıca sistem üzerinden oda kiralama işi büyümüş, apartman daireleri, evler ve yazlık daireler de kiralanmaya başlanmıştır. Aynı yıl Paris'te ilk uluslararası toplantı gerçekleştirilmiştir.
2010 yılında, Airbnb iPhone uygulaması kurulmuş ve rezervasyon özelliği geliştirilmiştir.
2011 yılında Airbnb Almanya'da şube açarak uluslararası boyut kazanmıştır.
2012 yılında Airbnb şirketi bir milyon dolarlık ev sahibi garantisi sunmaya başlamıştır. Daha sonra şirket Wish Lists özelliğini geliştirmiştir. Aynı yıl ABD' de Sandy Kasırgası gerçekleştiğinde Airbnb New York halkı ile birlikte hareket etmiş ve insanların site üzerinden evlerini ücretsiz olarak afetzedeler ile paylaşmasına imkân sunmuştur. Disaster Relief aracı resmi olarak kurulmuştur.
2013 yılında ana merkezini 888 Branan St., San Francisco adresine taşımıştır.
2014 yılında Airbnb Rio Dünya Kupası süresince 100,000'i aşkın misafire hizmet sağlamış, yeni markalar üretmiş ve Belo' yu tanıtmıştır. Aynı yıl Airbnb Open'e San Francisco'da 1,500 ev sahibi üyelik almıştır.
2015 yılında Airbnb 2016 Rio Olimpik Oyunları için konaklama hizmetler sunmada resmi bir alternatif haline gelmiştir. Aynı yıl Airbnb Küba'da açılmış, Beyaz Saray Brian Chesky'yi başkanlığa bağlı küresel girişimcilik elçisi olarak atamıştır.
2016 yılında Los Angeles' taki Airbnb Open'da Airbnb Trips kurulmuş ve 100'ü aşkın ülkede 7000 katılımcıya ulaşmıştır.
2017 yılında Airbnb, mültecilerin ülkeye girişi yasağına karşı #weaccept (biz kabul ediyoruz) kampanyasını başlatmıştır. Aynı yıl Airbnb yöneticileri, ev sahipleri ve dünya liderleri ile toplantılar gerçekleştirilerek Trips' e 20 şehir daha katılmıştır. Daha sonra Çin'de Aibiying kurulmuştur.
2018 yılında Airbnb Plus ve Airbnb Concerts gibi yeni kategoriler eklenerek sektörde 10. yılını tamamlamıştır.
2019 yılında Airbnb taşımacılığın lideri Fred Reid ile birleşmiş ve HotelTonight'ı almak üzere anlaşma imzalamıştır.
2020 Dünya Sağlık Örgütü ve ABD Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri gibi uzmanların bilgilerine dayanarak Airbnb kayıtlarında ev sahipleri ve misafirlerin uymakla yükümlü olduğu bir dizi COVID-19 güvenlik kuralları oluşturulmuştur.

**Kaynak:** Koçan, Gültekin ve Baştuğ, (2019), <https://www.airbnb.com.tr/resources/hosting-homes/a/answers-for-travelers-about-covid-19-153>, Erişim tarihi:14.09.2021

Tabloda görüldüğü üzere, konaklama ihtiyacından doğan Airbed & Breakfast yani bir yatak ve kahvaltı felsefesiyle 2007 yılında ortaya çıkan web sitesi ve 2008 yılında resmi olarak kurulan şirket her yıl portföyünü genişleterek kendisini güncellemeye ve geliştirmeye devam etmiştir. Airbnb özellikle yıldız aramayan, ev konforunda konaklama yapmak isteyen bireylerin sıklıkla tercih ettiği bir sistemdir. Ayrıca otellere kıyasla daha ekonomik bir konaklama seçeneği sunmaktadır (Üzğören ve Türkün, 2018).

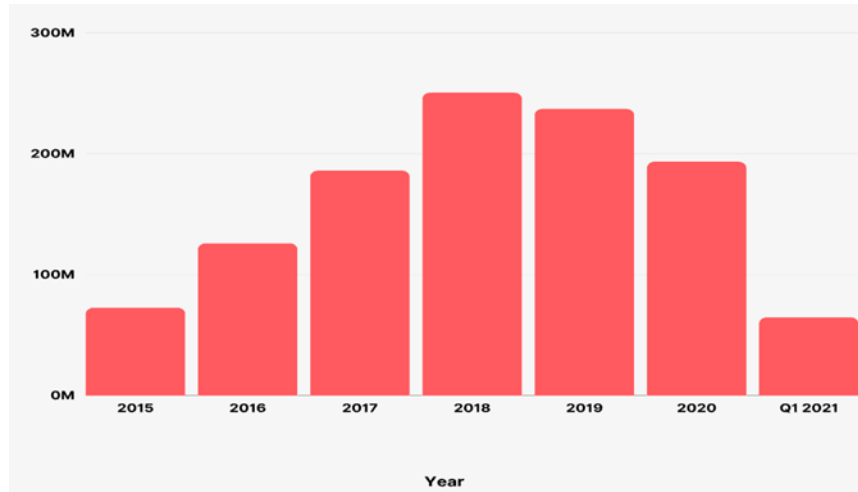
Sistem ev sahibi ile kiracı arasında güven teşkil eden aracı bir kurumdur (Rochet ve Tirole, 2004). Ayrıca ekonomik anlamda milyonlarca insanı yarı zamanlı girişimcilere dönüştürmektedir (Geron, 2013.) Molz'sun (2011) tanımladığı üzere Airbnb; 'ağ misafirperverliği' yani yeni nesil gezginlerin konaklamak ve ev sahibi ile samimi

ilişkiler kurabilmek için tercih ettiği bir uygulamadır. Başka bir ifadeyle turistlerin kişiye özgü ve otantik seyahat şeklidir.

Airbnb tatil veya iş seyahatlerinde bir yatak, bir oda ya da bütün evin kiralanması şeklinde hizmet vermektedir (Boz ve Yıldırım Saçılık, 2018). Ayrıca, günümüzde en büyük zincir otelden daha fazla konaklama listesine sahiptir (Hogan,2018). Airbnb sistemi son dönemde yaptığı önemli gelişmeyle yalnızca konaklama rezervasyonları yapılan bir web sitesinden her konuda hizmet sunan seyahat acentesine dönüşmüştür (Boz ve Yıldırım Saçılık, 2018). Yakın gelecekte araç kiralama, uçakla ulaşım gibi farklı alternatifleri portföyüne eklemeyi planlamaktadır (Airbnb, 2020). Ayrıca Airbnb dünya nüfusu içerisinde daha ucuz alternatiflere yönelme isteği (Horwath HTL, 2015) ile hareket eden turistlerin katılımıyla 2009'da 1,8 milyar iken bu sayının, 2030'da 4,9 milyar kişiye ulaşması tahmin edilmektedir (Kharas, 2017:20).

Airbnb sosyal medyayı aktif olarak değerlendirmektedir. Instagram, Facebook, Twitter gibi milyonlarca takipçisi olan sayfaları reklam aracı olarak kullanmakta blog mesajlar ve sıra dışı listeleri tanıtılmaktadır (Boz ve Yıldırım Saçılık, 2018). Ayrıca YouTube, Yeni Televizyon spotu, "Airbnb'de Staj" ve "Airbnb iPhone Uygulaması" gibi küresel içerikleri dâhil ederek sistem kendini sürekli güncellemektedir (Wegert, 20014; Davis, 2017).

Yeni girişimcilik potansiyeline sahip Airbnb sayesinde dünya çapında yüz binlerce ev sahibi evlerini gezginlerle paylaşmıştır. Bu bağlamda Airbnb yerel halkı ve işletmeleri destekleyerek ve kültürel alışverişi teşvik ederek tüm dünyada yerel ekonomilere fayda sağlamaktadır (economic impact,airbnb.com,t.y.).



Şekil.2 Airbnb Kullanıcı Sayılarının 2015 -2021 Yılı Arasındaki Değişimi

**Kaynak:** [www.affde.com/tr/airbnb-stats.html](http://www.affde.com/tr/airbnb-stats.html), <https://ipropertymanagement.com>, 14.09.2021.

Tablo 2. Airbnb Üzerinden Yapılan Rezervasyon Sayısı

Yıl	Rezervasyon sayısı
2015	72,4 milyon
2016	125,7 milyon
2017	185,8 milyon
2018	250,3 milyon
2019	326,9 milyon
2020	193,2 milyon
2121 yılı ilk çeyreği	6534 milyon

Kaynak: [www.affde.com/tr/airbnb-stats.html](http://www.affde.com/tr/airbnb-stats.html), <https://ipropertymanagement.com>, 14.09.2021.

Her yıl düzenli olarak artan konaklama oranı yaşanan pandemi dolayısıyla azalsa da normalleşme süreciyle birlikte yeniden artmaya başlayacağı öngörülebilir. Airbnb sisteminin sağladığı ekonomik ve kültürel açıdan faydalar dikkate alındığında; ziyaretçilerin %91'nin geldiği şehri, sakini gibi gezmek istediği, %79'unun belirli bir semti keşfetmek istemediği, kiralanan konutların %74' ünün otel bölgelerinin dışında yer aldığı görülmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin kültürel açıdan zengin olan semtlerde 2,1 kat daha uzun süre konakladığı, 2,1 kat daha fazla harcama yaptığı ve yapılan harcamaların %42' sinin kalınan semtlerde olduğu belirtilmektedir (airbnb.com, t.y.).

## YÖNTEM

SWOT Analizi bir organizasyonun iç ve dış çevresi ile etkileşim içinde sistematik olarak incelendiği bir yöntemdir (Aygün, 2007). Bu yöntem ile sistemsel yapının durumuna ilişkin güçlü ve zayıf yönler belirlenerek geleceğe yönelik planlamalarda fırsat ve tehditlerin neler olabileceği üzerinde durulur. Çalışma kapsamında Airbnb şirketinin ve oluşturduğu konaklama sisteminin SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Özdemir vd., 2009). Bu analizin gerçekleştirilebilmesi için Airbnb sisteminin web sitesi incelenmiş ve beyan ettiği bilgiler değerlendirilmiştir. Ayrıca konu hakkında yapılan güncel çalışmalar literatür çerçevesinde taranmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda da sistemin geleceğine yönelik değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur. Konuya ilişkin ulusal kaynakların kısıtlı olmasından dolayı uluslararası literatür de taranmıştır.

### Airbnb Sisteminin SWOT Analizi

Airbnb teknolojinin insanlığa sunmuş olduğu önemli bir dijital platformdur. İnsanların bilgisayar, cep telefonu ya da tablet gibi teknolojik ürünler vasıtasıyla internet üzerinden dünya genelindeki konaklama alternatiflerini keşfetmesine ve rezervasyon yapmasına imkân sunan bir sistemdir (Airbnb 2016; Demir ve Emekli, 2019). Paylaşım ekonomisi, kültürel etkileşim, yerel halkın turizme kazandırılması, bölgesel ekonomik dengesizliğin giderilmesi, butik ve izole bir konaklama imkânı sunması gibi olumlu yönlerinin yanı sıra, uygulamadan kaynaklı, güvenlik, hijyen ve temizlik ihlalinin beklenmedik sonuçlar doğurabilmesi ile kültürel özellikleri dejenere etmesi gibi olumsuz yönleri de mevcuttur. Sistemin faaliyetleri farklı şehirlerde ve

ülkelerde yoğunlaşmaktadır. Yaklaşık 192 ülkede 34000'den fazla şehirde faaliyet gösteren ve hızla yayılmakta olan Airbnb şirketinin güçlü yanlarının, zayıf yönlerinin, fırsatlarının ve tehditlerinin tespit edilmesi, sistemin gelecekteki başarılarını artırmak için fayda sağlayabilir (Airbnb, 2017; Benner, 2017; Brasted, 2017).

## BULGULAR

Turizm endüstrisinde alternatif konaklama seçenekleri son dönemlerde artmaya başlamıştır. Özellikle Airbnb gibi paylaşım platformu kapsamında faaliyet gösteren girişimlere artan talep konaklama sektöründeki rekabeti yoğunlaştırmıştır. Bu kapsamda SWOT analizi ile değerlendirilen Airbnb şirketinin rekabet ortamında ayakta kalabilmesi için; güçlü yönleri belirlemek, zayıf yönlerin farkında olmak, geleceğe yönelik fırsatları belirlemek ve olası tehditleri önlemek adına önemli bir adımdır. Çalışma kapsamında yapılan araştırma sonucunda Airbnb sisteminin SWOT analizine ilişkin bulgular listelenmiştir.

### Airbnb'nin SWOT Analizindeki Güçlü Yönleri

- Airbnb köklü bir markadır ve iyi bir imajı vardır. Şirketin iş modeli, otel gibi konaklama sağlayan işletmelerle kıyaslandığında düşük fiyatlarla pazarda rekabet etmektedir.
- Airbnb konaklama alanını genişleterek uçtan uca bir seyahat platformu oluşturmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda rehberli turlar; yemek pişirme dersleri ve buluşmalar gibi rehberlerle misafirlerin etkinlik yapmalarını sağlayarak faaliyetlerini genişletmekte ve bu faaliyetleri çeşitlendirmektedir.
- Turist için Airbnb, otellere göre daha ucuz bir alternatif olarak değerlendirmektedir. Katılımcılara, bütçelerine uygun ev konforunda konaklama imkânı sağlamaktadır.
- Din, dil, ırk ayrımı yapmaksızın farklı ülkelerden, farklı kültürlere sahip bireyler bir araya getirilerek kültürel etkileşim sağlanmaktadır.
- Airbnb küresel düzeyde tanınmış uluslararası düzeyde bilinirliği artmıştır. Airbnb sistemi birçok ev sahibi ve konut kiralamak isteyen kullanıcıyı içeren büyük bir platform halini almıştır. Kullanıcı sayıları artarak büyümeye devam etmektedir.
- Airbnb Plus, Airbnb tarafından 2018 yılında piyasaya sunulan bir özelliktir. Airbnb Plus altındaki çeşitli seçenekler vasıtasıyla konaklamayla birlikte ilave edilecek ek hizmetleri kapsamaktadır.
- Airbnb tarafından 2018 yılında başlatılan Airbnb koleksiyonları, belirli durumlar için ideal olan evler sunmaktadır. Airbnb koleksiyonları altındaki çeşitli seçenekler arasında işe yönelik Airbnb evleri, ailelere yönelik Airbnb evleri ve akşam yemeği partileri için evler, toplantılar ve düğün mekânları yer almaktadır.
- Airbnb, müşteriler arasında maksimum görünürlük elde etme noktasında birçok sosyal medya platformunda varlığını sürdürmektedir.



- Airbnb kullanıcıları, yerel halkla direkt etkileşimde bulunduğu için kişisel ve otantik bir seyahat deneyimi yaşayabilmektedir (Tuttle, 2015).
- Airbnb sisteminin, Konuk Para İadesi Politikası mevcuttur. Misafirin seyahatini iptal etmesine neden olan sorunlar yaşanabilir. Bu durumda haklı gerekçe sunan misafirlere ücretlerinin iadesi mümkündür.
- Airbnb, kullanıcılarına güvenlik önerileri sunmaktadır. Katılımcıların telefon numarası, e-posta adresi ve kimlik bilgilerini sistemde kayıtlı tutarak olası bir güvenlik ihlali durumunda hızlı bir şekilde harekete geçer.
- Airbnb, Deneyim Koruma Sigortası sağlamaktadır. Konukların ya da ev sahibinin bedenen zarar görmesi veya mülke yönelik hasar nedeniyle dava açması durumunda Airbnb, sağladığı ev sahibi koruma sigortasına erişim hakkına sahiptir. Herhangi bir olumsuz durum için 1 milyon Amerikan Dolarına kadar maddi destek sağlayabilmektedir.
- Airbnb, yaşanan pandemi süreci dolayısıyla katılımcıları korumak adına temizlik protokolünü sisteme dâhil etmiştir. Ev sahibi bu protokole uymayı taahhüt ederek prosedürleri yerine getirmektedir. Konaklayan turist de kendi sosyal izolasyonunu sağlamakla yükümlüdür. Bu protokol, yaşanan kriz ortamında sisteme olan güveni arttırmak adına önemli bir özelliktir.
- Ayrıca Airbnb, 7 gün 24 saat müşteri hizmeti sunmaktadır. Bu durum şirket için daha fazla kullanıcı sayısı demektir.

### **Airbnb'nin SWOT Analizindeki Zayıf Yönleri**

- Airbnb, çeşitli konut yasalarını ve düzenlemelerini ihlal etmekten kaynaklanan sorunlarla karşı karşıyadır.
- Airbnb güvenli bir platformdur. Ancak kayıtlı kullanıcılar için herkesi kontrol etme şansına sahip olmadığından kişilerin güvenli olup olmadığını garanti edemez. Daha önceki deneyimler ve değerlendirme puanları üzerinden temasa geçilen kullanıcının güvenilirliği noktasında kişinin kendisinin karar vermesini bekler. Bu durumda yapılan kişisel yorumlar ve değerlendirmeler yanıltıcı olabileceğinden dolayı hem konuk hem de ev sahibi için bir tehdit unsuru oluşabilir.
- Airbnb uygulaması konaklama esnasında taciz, hırsızlık gibi güvenlik açısından bazı riskli durumlar da içerebilmektedir (Nicholls, 2015; Folger, 2015; Lehr, 2015).
- Ev sahibi ile yaşanabilecek bir sorun veya kötü bir konaklama deneyimi, ev sahibinden ziyade şirketin itibarına zarar verebilmektedir. Herhangi bir durumda ev sahibi sosyal medyada zayıf derecelendirmeler ve tepkiler olduğunda, şirketin mevcut iş dünyasındaki kazancını direkt olarak etkilemektedir.
- Airbnb iş modelinin kopyalanması oldukça kolaydır ve başarının devamlılığı noktasında büyük bir risktir.
- Airbnb, misafirlerin ve ev sahiplerinin konaklama sonrası birbirlerini değerlendirebilecekleri bir inceleme sistemi yapılandırmıştır. Her ikisi de bir inceleme verdiğinde, konuklar yorumları görememektedir. Daha iyi bir

konaklama deneyimi yaşamak isteyen bireyler için bu özellik zayıftır ve geliştirmesi noktasında değerlendirilebilir.

- Airbnb, konaklama için belirli destinasyonlarda yüksek fiyatlı evler sunduğu için eleştirilmektedir. Bunun nedeni, bazı bölgelerdeki ev sahiplerinin mülklerini uzun vadeli kiralamak yerine Airbnb aracılığıyla kısa vadeli konaklamalar için daha yüksek kiralar talep etmesidir.
- Yaşanan pandemi süreci dolayısıyla konaklama esnasında; hijyen kurallarına uyulması ve sosyal mesafenin korunması büyük önem taşımaktadır. Konaklanacak olan mekânın bu standartları taşıdığına dair bir denetim mekanizmasının olmayışı ve sadece ev sahibinin inisiyatifine bırakılması tercih edilebilirlik boyutunda önemli bir tehdit unsurudur.

### **Airbnb'nin SWOT Analizindeki Fırsatları**

- Airbnb, daha az rekabete sahip, gelişmekte olan pazarlara da yönelebilir. Bu durum, konaklama sektöründe olduğu gibi diğer gelişmekte olan pazarlarda da büyük bir iş fırsatı sağlayabilir.
- Airbnb, ürün yelpazesini ve tekliflerini genişletebilir. Ayrıca Airbnb Plus faaliyetlerini normal Airbnb kullanıcılarına da sunabilir. Bu şekilde, kullanıcıların ayrı bir siteye gitmeden tüm işlemleri tek bir kanaldan oluşturmasına olanak sağlanabilir.
- Günümüzde mobil uygulamanın kullanımı oldukça fazladır. Kullanım arttıkça, Airbnb'nin daha çok kişiye ulaşabileceği öngörülmektedir.
- Airbnb'nin düşük fiyat politikası ve kişisel dokunuşları, rakiplerine nazaran görünürlüğünü artırmakta ve daha fazla gelir elde etmelerini sağlamaktadır. Tüm dünyayı etkilemiş olan pandemi dolayısıyla seyahat ve konaklama tercihleri değişime uğramış ve butik mekânlar daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Bu noktada Airbnb kullanıcılar için kalabalık ortamlara girmeden sosyal mesafeyi koruyarak konaklama imkânı sunmaktadır. Airbnb sistemi internet üzerinden gerçekleştirildiği ve yüz yüze etkileşimi azalttığı için, seyahat anlayışının değişime uğradığı günümüzde, tercih edilirlilik boyutunda önemli bir fırsat elde etmiştir.
- Her geçen gün kullanıcı sayısı artan Airbnb sistemi, otel endüstrisi için olumsuz sonuçlar doğurmuştur (Oskam ve Boswijk, 2018). Bu durum Airbnb için konaklama sektörüne yön vermek adına önemli bir fırsattır.

### **Airbnb'nin SWOT Analizindeki Tehditler**

- Airbnb hizmetleri, yaklaşık 192 ülkede mevcuttur. Her eyalet ve ülkenin uyması gereken kanun ve yönetmelikleri vardır. Şirket, yerel yasalara uymaları için konukları ve ev sahiplerini özenle seçmelidir.
- Şirket hali hazırda dünya genelinde bazı davalar ve para cezaları ile karşı karşıyadır. Örneğin Barselona yetkilileri, Airbnb şirketine turizm yasalarını ihlal ettiği için yaklaşık 30.000 Euro para cezası uygulamıştır. New York yetkilileri ise yasadışı otelleri işlettiği için Airbnb'ye para cezası vermiştir.

- Airbnb'nin VRBO, tripping.com gibi birçok rakibi mevcuttur. Bu, Airbnb'nin kendini güncellememesi durumunda sistemde oluşabilecek sorunlar nedeniyle rakiplerine karşı risk oluşturabilir.
- Airbnb ile kiralanan konutların gün sayısının kısıtlanmaması, vergilendirmeyi güçleştirmektedir. Ayrıca kayıt dışı gelire olanak sağlamaktadır.
- Airbnb sisteminin uygulandığı bazı bölgelerdeki aşırı yoğunluk turist baskısını arttırmakta ve yerel halk tarafından protesto edilebilmektedir (Kagermeier vd., 2015).
- Airbnb sisteminin belirli bölgelerde yoğunlaşması beklenenin aksine bölgeler arasındaki dengesizliği arttırabilir. Ayrıca destinasyona ait öz kültürün bozulmasına neden olabilir.
- Konut kiralamaalarının yasadışı kabul edilmesinin yaygınlaşması Airbnb'nin uzun vadeli büyüme hedefleri içerisinde ciddi bir risk oluşturmaktadır (Guttentag, 2015).
- Dünya gündemini değiştiren ve yaşanan kriz ortamları seyahat ve konaklama anlayışını değiştirebilmektedir. Günümüzde yaşanan süreç de bu kriz durumuna bir örnektir. Yaşanan süreç insanları seyahate katılım konusunda kısıtlamaktadır. Bu nedenle gerek ülke gerekse ülke dışı seyahatlerin kısıtlanması konaklama sektörünü de sekteye uğratmaktadır. Bu durum tüm konaklama işletmeleri gibi Airbnb şirketi içinde bir tehdit unsurudur.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Çalışma kapsamında Airbnb sisteminin sunduğu hizmetler ve uygulandığı bölgelere etkileri incelenmiştir. SWOT analizi sonucunda sistemin avantaj ve dezavantajlarının neler olduğu, gelecekte ne gibi fırsat ve tehditlerle karşılaşabileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda sistemin sürdürülebilirliği için olası öneriler sunulmuştur. Airbnb sisteminin güçlü yönleri değerlendirildiğinde, iyi bir imaja ve rakiplerine göre güçlü bir marka değerine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca kültürler arası etkileşim sağlamakta ve yerel halkın âtil durumdaki konutlarından gelir elde etmesine olanak sunmaktadır. Şirketin geliştirdiği ve katılımcılarına sunduğu yeni alternatifler ile konaklama sektöründe oldukça iddialı bir konuma gelebileceği ve sektöre yön verebilecek güce sahip olabileceği öngörülmektedir.

Airbnb sisteminin zayıf yönleri değerlendirildiğinde, sistem kolay bir şekilde kopyalanabilir ve rakip bir işletme için ilham kaynağı olabilir. Ayrıca hukuki yönden bazı riskli durumlar içerdiğini söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra güvenlik sorunu ve hijyen gibi konular için faaliyet gösterdiği bölgelerde iyi bir denetim mekanizmasına ihtiyacı vardır. Şirketin amacı, hem turiste ucuz bir konaklama imkânı hem de ev sahibine girişimci olma fırsatı sunmaktır. Ancak bazı bölgelerdeki kiralara fazlasıyla artması düşünülenin aksine hem turistini seçimini zorlaştırmakta hem de bölgeler arası ekonomik dengesizliği arttırmaktadır.

Airbnb'nin fırsatları değerlendirildiğinde, farklı sektörlerde yeni ürün yelpazesi ile alternatif pazarlama olanakları oluşturabilir ve büyük iş imkânları elde edebilir. Teknolojinin etkin kullanılması ile daha fazla katılımcıya ulaşmak mümkün olabilir. Bu sayede hem iyi bir gelir düzeyi elde edilir hem de güçlü bir müşteri portföyü oluşturulabilir. Yaşanan pandemi süreci kriz ortamı yaratmış ve birçok sektörde köklü bir değişime neden olmuştur. Bu sürecin avantaja dönüştürülmesi iyi bir stratejiyle mümkündür. Sistemin kendini sürekli güncellemesi rakipleri karşısında iyi bir avantaj elde etmesini sağlayabilir.

Airbnb sisteminin karşılaşılabileceği tehditler değerlendirildiğinde, internet ortamında oluşabilecek bazı riskli durumlar nedeniyle gizli kalması gereken mevcut müşteri bilgileri rakiplerin eline geçebilir. Sistemin internet erişimi olan her noktada kullanılabilir olması farklı kalıtımcıların sisteme dahil olmasını sağlamaktadır. Bu durum aynı zamanda farklı hukuk kurallarının da uyulması zorunluluğunu getirir. Şirketin birçok bölgede kanunları ihlali etmesi nedeniyle davalık olması hem markanın imajını zedelemekte hem de rakiplerine bu noktada fırsat sunmaktadır. Yaşanan pandemi süreci birçok sektörde olduğu gibi konaklama sektöründe de önemli bir krize neden olmuştur. Getirilen kısıtlamalar, insanların seyahat etmesini zorlaştırmıştır. Dolayısıyla seyahatte yaşanan bu kısıtlama durumu tüm sektörler gibi konaklama sektörünü de olumsuz etkilemiştir. Airbnb şirketi de tüm konaklama işletmeleri gibi bu durumdan olumsuz etkilenmiştir.

Turizm, belirli kurgulara dayalı seyahatler nedeniyle turistleri günlük yaşamdan soyutlayarak, yerel halk ile iletişim kurmasını zorlaştırmıştır (Smith, 1977; Cohen, 1972; Cohen, 1979). Bu durum sınırlı zamanda ve kısıtlı mekânlarda seyahatlere neden olmuş ve turistleri pasif bir izleyici kitlesine dönüştürmüştür (Demir ve Emekli, 2019). Ancak günümüzdeki turistler, ziyaret ettiği destinasyonlardaki yerel kültüre ilgi duymakta ve dışarıdan izleyici gibi değil orada yaşayan sakini gibi yaşadığı ortamı keşfetmeyi istemektedir (Gnevosa, 2011). Ayrıca duyuşsal anlamda yerel kültürün özelliklerini koklayarak, duyarak ve tadarak deneyimlemektedir (Koszewska, 2008). Bu durum paylaşım platformlarının etkisiyle turiste yerel kültürü doğrudan yaşama imkânı sunmaktadır (Andriotisa ve Agiomirgianakis, 2013).

Günümüzde Y ve Z kuşağındaki turistler, konaklama, yeme-içme, ulaşım vb. ihtiyaçlarını, yeni bir anlayışla karşılamaya yönelmiştir (Toposophy, 2016: 4). Geleneksel araçlara gerek kalmadan, teknolojiyi kullanarak beklenti ve ihtiyaçların karşılanması hayatı oldukça kolaylaştırmaktadır (Francesca ve Roberta, 2015:203, Donovan vd., 2016: 2). Bu durum, turist davranışlarını değiştirmekte ve paylaşım platformlarının gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda Airbnb alternatif konaklama sektöründe rekabet yaratan bir platform haline dönüşmüştür (Shankland, 2013).

Kitle turizminin sunduğu klasik paket turlara alternatif olarak geliştirilen yeni turizm platformunda otantik, kişiselleştirilmiş ve paket turlara oranla daha ekonomik tatil olanakları mevcuttur (Poon, 2003). Gelişen teknoloji ve online paylaşım platformları

ile modern kültürün getirileri, bireylerin bilinçlenmesini ve seyahatlerinde daha ekonomik olanaklardan yararlanmasını sağlamaktadır.

İnternet, mobil uygulamalar ve dolayısıyla sosyal medya her alanda inovatif bir dönüşüm yaratmıştır. Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü de bu dönüşümden oldukça etkilenmiştir. Hem turizm işletmeleri hem de turistler interneti ve sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu bağlamında ortaya çıkan Bed & Breakfast ya da ev pansiyonculuğu modelinin web tabanlı çevrimiçi platforma taşınmış şekli olan Airbnb sisteminin gelecek yıllarda da güncelliğini korumaya devam edeceği öngörülmektedir. Sistemin çok yönlü etkileri mevcuttur. Paylaşım platformu çerçevesinde değerlendirilen Airbnb sistemi, kişilerin karşılıklı iletişimine dayanır. Sosyal ve kültürel anlamda olumlu etkileşimin yanı sıra uygulandığı bölgelerde öz kültürün yozlaşmasına neden olabilir.

Paylaşım platformları aracılığıyla yerel halk ve turistler arasındaki etkileşim sayesinde otantik deneyimler yaşanmakta (Molz, 2013:224; Tussyadiah ve Pesonen, 2015:1032) ve yerel halka ekonomik katkı sağlanabilmektedir (Fang vd., 2016; 264). Bu tür girişimlerin en güzel örneği olan Airbnb sistemi; uygun fiyatlı konaklama seçenekleri ile turistlere ve boşta kalan konutlarını gelir kaynağına çeviren ev sahiplerine alternatif fırsatlar sunmaktadır. Faydalarının yanında sakıncaları da olan Airbnb yasal bir zemine oturtularak uygulandığı takdirde her kesime yarar sağlayan bir sistem olabilir.

Airbnb sistemi konaklama pazarında etkinliğini giderek artırarak, otel işletmeleri için öngörülemeyen bir risk durumuna gelmiştir. Bu sistemleri reddedenlerin yanı sıra, sisteme dâhil olmaya çalışan bir kesim de mevcuttur. Değişen turist profiline reaksiyon almak adına otellerin de bu sisteme dâhil olması tavsiye edilebilir.

Kitle turizminin getirdiği ve büyük turizm şirketlerinin hâkim olduğu turistlerin izleyici pozisyonundan üretici konumuna geçtiği, yerel gibi yaşamak fikrinin hâkim olduğu günümüzde Airbnb gibi paylaşım ekonomisini destekleyen dijital platformların varlıklarını sürdüreceği ve yeni girişimcilik örneklerinin ortaya çıkabileceği ön görülebilir. Bu bağlamda çalışmada Airbnb sistemi irdelenmiş, SWOT analizi ile uygulamanın güçlü ve zayıf yönlerine değinilerek, rakiplerine göre fırsatları üzerinde durulmuş ve yaşanabilecek tehditlerin önlenmesi adına öneriler sunulmuştur.

Airbnb paylaşım modeli, küresel düzeyde önemli bir alternatif konaklama sistemidir. Ayrıca din, dil ya da ırk ayırımı yapmaksızın her kesimin rahatlıkla erişim sağlayabileceği bir platform özelliği taşımaktadır. Bu noktada Airbnb sisteminin varlığını sürdürebilmesi ve stratejik hedeflerine ulaşabilmesi için gerekli araştırmalar yapılmalıdır. Yapılan araştırmaların gerekli mecralarda paylaşılması ve bilgi düzeyinin artırılması ileride yapılacak bilimsel çalışmalar için önemli bir adım olabilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Teşekkür:** Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin

hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma derleme bir araştırma olduğu için etik kurul onayı alınması gerekmeyen çalışmalar grubunda yer almaktadır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**Veri Kullanılabilirlik Beyanı:** Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

## KAYNAKÇA

- Airbnb & Hotel Performance (2017). An Analysis of Proprietary Data in 13 Global Markets. STR. USA.
- Airbnb 2021 Gelir ve Rezervasyon İstatistikleri (2021). [www.affde.com/tr/airbnb-stats.html](http://www.affde.com/tr/airbnb-stats.html), [ipropertymanagement.com](http://ipropertymanagement.com)] (Erişim Tarihi: 14.09.2021).
- Airbnb Covid-19 Önlemleri (2021). [URL:[www.airbnb.com.tr/resources/hosting-homes/a/answers-for-travelers-about-covid-19-153](http://www.airbnb.com.tr/resources/hosting-homes/a/answers-for-travelers-about-covid-19-153)] (Erişim Tarihi: 14.09.2021).
- Airbnb Ekonomik Etkiler (2020). [URL: <https://www.airbnb.com.tr/economic-impact>] (Erişim Tarihi: 16.03.2021).
- Airbnb Kullanıcı Sayılarının 2015 -2021 Yılı Arasındaki Değişimi (2021). [URL:<https://www.affde.com/tr/airbnb-stats.html>, <https://ipropertymanagement.com>] (Erişim Tarihi: 14.09.2021).
- Airbnb Kullanıcı Yorumları (2020). [URL:<https://www.airbnb.com.tr/help/article/13/konaklamalar-i%C3%A7in-yap%C4%B1lan-de%C4%9Ferlendirmeler>] (Erişim Tarihi: 01.03.2021).
- Airbnb Nedir (2019). [URL: [https://www.missafir.com/airbnb/#Airbnb\\_Nedir\\_Nasil\\_Kuruldu](https://www.missafir.com/airbnb/#Airbnb_Nedir_Nasil_Kuruldu)] (Erişim Tarihi: 16.09.2021).
- Airbnb Temel bilgiler (2020). [URL: <https://www.airbnb.com.tr/help/topic/1377/temel-bilgiler>] (Erişim Tarihi: 01.03.2021).
- Akça, H. (2005). Burdur ilinin kırsal turizm potansiyeli ve değerlendirilmesi, 1. Burdur Sempozyumu, Bildiriler Cilt I, 16- 19 Kasım, Burdur, 515-517.
- Aktan, C. C. (2008). Stratejik yönetim ve stratejik planlama. Çimento İşveren Dergisi, 4 (22). 4-21.
- Andriotisa, K., ve Agiomirgianakis, G. (2013). Market escape through exchange home swap as a form of noncommercial hospitality. Current Issues in Tourism, 17(7), 576-579.
- Avcıkurt C., Köroğlu A., ve Doğdubay M., (2003). Alternatif Turizmin Planlanmasında Swot Analizinin Uygulanması, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003 Çankırı.

- Aygün, M.S., (2007). Akarsu Havzalarında Stratejik Yönetim Planlarının Oluşturulması: Gediz Havzası Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
- Benner, K. (2017). Airbnb Raises \$1 Billion More in a Funding Round. <https://www.nytimes.com/2017/03/09/technology/airbnb-1-billionfunding.html?mcubz=1>
- Birkan, İ (2001). Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişmenin Önemi ve Koşulları. I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı, Kızılcahamam, Ankara, 17- 18.
- Boz, M. ve Yıldırım Saçılık M (2018). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya: Airbnb Örneği, Conference: International Conference on Empirical Economics Social Sciences, Bandırma, 27-28 Mayıs Balıkesir.
- Brasted, C. (2017). Dozens of illegal Airbnb listings remain available in New Orleans. [http://www.nola.com/business/index.ssf/2017/06/airbnb\\_illegal\\_listings\\_new\\_or.html](http://www.nola.com/business/index.ssf/2017/06/airbnb_illegal_listings_new_or.html)
- BTM, İstanbul (2020). [URL:<https://btm.istanbul/blog/swot-analizi-nedir-nasil-yapilir>] (Erişim Tarihi: 19.11.2021).
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet the state of e-tourism, *Tourism Management*, 609-623.
- Butik Otel Nedir (2020). Butik Otel Nedir? <https://www.turizmgunlugu.com/2020/10/03/butik-otel-nedir-butik-otel-standartlari>.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 164-182.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13, 179-201.
- Davis, E. (2017). Airbnb Social Media Strategy, [https://www.slideshare.net/ElisaDavis5/airbnb-social-media-strategy?next\\_slideshow=1](https://www.slideshare.net/ElisaDavis5/airbnb-social-media-strategy?next_slideshow=1)
- Demir, E. ve Emekli, G. (2019). Tesisten konuta, turistten misafire: Couchsurfing örneği, *Ege Coğrafya Dergisi*, 26/2 (2017), 1-19, İzmir
- Doğru, T. ve Pekin, O. (2017). What do guests value most in Airbnb accommodations? An application of the hedonic pricing approach. *Boston Hospitality Review*, 5(2), 1-13.
- Donovan, S.A., Bradlay, D.H., ve Shimabukuru, J.O. (2016). What Does the Gig Economy Mean for Workers? Washington, DC: Congressional Research Service, CRS Report R44365.
- Fang, B., Ye, Q., ve Law, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57, 264–267.
- Folger, J. (2015). The pros and cons of using Airbnb”, [www.investopedia.com/articles/personalfinance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp](http://www.investopedia.com/articles/personalfinance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp)
- Gahramanov, V. ve Türkay, O. (2019). Hostel İşletmeciliğinde Rekabet Belirleyicisi: İşletmeci ve Turist Görüşlerinin Analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*. 7(1), 33-63.
- Molz, J. G. (2011). Couchsurfing and network hospitality: ‘It’s not just about the furniture.’ *Hospitality & Society* 1 (3), 215–225.

- Geron, T. (2013) Airbnb and the unstoppable rise of the share economy. <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy>,
- Gnevosa, S. (2011). Phenomenon of Couch Surfing as alternative tourism. Master Thesis, Toulouse University.
- Guttentag, D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*, (ahead of print).
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192- 1217.
- Hogan, M. (2018). How to Use Social Media: Airbnb Highlight, <https://www.stunningstrategy.com/social-media-highlight-airbnb/> (10.05.2018).
- Horwath H. T. L. (2015). Tourism Megatrends 10 Things You Need to Know About The Future of Tourism. <http://horwathhtl.com/> (12.03.2018)
- Kagermeier, A., Köller, J., ve Stors, N. (2015). Airbnb als share economy-Herausforderung für Berlin und die Reaktionen der Hotelbranche, *Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung*.
- Kahraman, C., Çetin Demirel, N., ve Demirel, T., (2007). Prioritization of e-Government strategies using a SWOT-AHP analysis: the case of Turkey. *European Journal of Information Systems*, 16, 284-298.
- Karadeniz, E., Kandır, Y. S. ve Önal, B. Y. (2007). Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
- 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.
- Kiş, N. (2018). Dijital Çağda Yeni Bir Girişimcilik Yaklaşımı: Dijital yaklaşımı: Dijital girişimcilik. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 389-399.
- Koçan, A., Gültekin, D., Baştuğ, M., (2019). Yeni Ekonomi ve İş Modelleri: Döngüsel Ekonomi ve Paylaşım Ekosistemleri. *Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi 7-11.2019, Gaziantep*.
- Koszevska, J. M. (2008). *Gift, exchange and trust information in modern society on the example of free hospitality networks*. Master Thesis, University of Warsaw.
- Lehr, D.D. (2015). An analysis of the changing competitive landscape in the hotel industry regarding Airbnb, master thesis, Dominican University of California, San Rafael, CA.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish from of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- Nicholls, R. (2015). Who bears the cost when your Uber or Airbnb turns bad?“, <https://theconversation.com/who-bears-the-cost-when-your-uber-or-airbnb-turns-bad-39699>
- Oskam, J., ve Boswijk, A. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.



- Özdemir, Y., Demirel, T., ve Çetin Demirel, N., (2009). Türkiye turizm sektörü için SWOT Analizi ve strateji belirleme. 10. Ulusal Turizm Kongresi, Mersin, 21-24 Ekim 2009.
- Polat, E. Özdemir, S. S. ve Özdemir, M. (2014). Kırsal turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi: Balıkesir örneği, Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 4-6 Haziran, Muğla.
- Poon, A. (2003). Competitive strategies for a new tourism. In Cooper, C. (eds.) Classic Reviews in Tourism, Channel View Publications, Clevedon.
- 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/>
- Roberta, G. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 202-220
- Rochet, J.-C. ve Tirole, J. (2004). Two-sided markets: an overview, IDEI Working Paper No. 258, Institut d'Économie Industrielle, Toulouse.
- Shankland, S. (2013). Airbnb Founder: Banning Private Rentals As Silly As Banning Cars. [http://news.cnet.com/8301-1023\\_3-57587754-93/airbnb-founderbanningprivate-rentals-as-silly-as-banning-cars](http://news.cnet.com/8301-1023_3-57587754-93/airbnb-founderbanningprivate-rentals-as-silly-as-banning-cars)
- Smith, V. L. (1977). Recent research on tourism and cultural change. *Annals of Tourism Research* 4(3):129-134.
- Stabrowski, F. (2017). People as businesses: Airbnb and urban micro-entrepreneurialism in New York City. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10, 327-347.
- Statista (2018). Airbnb- Statistics & Facts, <https://www.statista.com/topics/2273/airbnb>.
- Stacey, D. R. (2007). *Strategic Management and Organisational Dynamics 6 Th Edition*. Prentice Hall.
- Toposophy, (2016). Dmos and the Sharing Economy: Taking the Leap Creating a Vision for the Benefit of all Destination Stakeholders, Toposophy.
- Tuttle, B. (2015). Marriott's CEO just made a pretty good sales pitch for...Airbnb? <http://time.com/money/2964290/marriottairbnbarnesonneighborhoods/>
- Ülgen, H. ve Mirze S. K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Üzgören, G. ve Türkün, A. (2018). Airbnb'nin Soylulaşma Sürecine Etkisi: Kadıköy Rasimpaşa Mahallesi Örneği. *Planlama*, 28(2), 154-170.
- Wegert, T. (2014). How AirBnb is Using Content Marketing to Stay on Top. <https://contently.com/strategist/2014/12/05/how-airbnb-is-using-content-marketing-to-stay-on-top/>
- Yıldız, S. (2020). Turizm Endüstrisinde Paylaşım Ekonomisi Platformları Kullanım Motivasyonlarının Belirlenmesi ve Paylaşım Ekonomisi Kabul Modeli Önerisi: Konaklama ve Ulaştırma Hizmetleri Üzerine Bir Araştırma, (Yayınlanmamış doktora tezi.) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yrigoy, I. (2018). Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*, 1-18.