



GAZIANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Boş Zaman Seyahatleri Temelinde Airbnb Deneyimlerine Netnografik Bir Bakış

A Netnographic Look at Airbnb Experiences Based on Leisure Travels

Gözde YETİM^{a*} Mehmet Tahir DURSUN^b Metin ARGAN^c

^a Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Muş / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0002-4345-4251

^b Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO, Denizli / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0003-3907-2469

^c Prof. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Eskişehir / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0002-9570-0469

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 23 Ocak 2021

Kabul tarihi: 25 Mayıs 2021

Anahtar Kelimeler:

Airbnb,
Konaklama,
Netnografi,
Boş zaman

ARTICLE INFO

Article History:

Received January 23, 2021

Accepted May 25, 2021

Keywords:

Airbnb,
Accommodation,
Netnography,
Leisure

ÖZ

Boş zamanlarını farklı destinasyonlara seyahat ederek geçirmeyi amaçlayan bireyler, konaklama ihtiyaçları için pansiyon, otel, apart, hostel ve rezidans gibi farklı konaklama tesislerini tercih etmektedir. Airbnb platformu bu bireyler için hem özel hem de işletme bazında konaklama hizmeti sağlayan kullanıcıları e-ticaret odaklı bir iş modeliyle bir araya getirmektedir. Platformun ve tesislerin bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi açısından kullanıcıların yorumları önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Airbnb kullanıcılarının tesis, destinasyon ve tesis sahiplerine ilişkin görüşlerini içeren yorumların incelenmesi amaçlanmıştır. Airbnb platformu üzerinden konaklama tesislerini kiralayan bireylerin hizmet sonrası mekâna ilişkin yaptıkları yorumlar araştırma kapsamında netnografi yöntemiyle incelenmiştir. Netnografi yöntemi, geleneksel olarak bilinen etnografi yönteminin bilgisayar aracılı ortamda uygulanan halidir. Araştırmaya Airbnb kullanımının yoğun olduğu İstanbul, New York ve Paris olmak üzere üç önemli destinasyon dahil edilmiştir. Bu kapsamda kullanıcı yorumları incelenmiş ve veriler temalar halinde değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Airbnb kullanıcılarının kiraladıkları destinasyonlarda konum, güven, fiyat, hijyen, oda olanakları, çevre ve ev sahipleri şeklinde tespit edilen temalara odaklandığı ortaya çıkmıştır. Kullanıcı yorumları olumlu ve olumsuz olarak iki şekilde ayrıca incelenmiş ve olumsuz yorumların çoğunlukla hijyen ve güven olduğu ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

Individuals who aim to spend their leisure traveling to different destinations prefer different accommodation facilities such as hostels, hotels, apartments and residences for their accommodation needs. The Airbnb platform brings together users who provide both private and business accommodation services for these individuals with an e-commerce-oriented business model. Users' comments are important for the holistic evaluation of the platform and facilities. In this study, it is aimed to examine the comments of Airbnb users regarding the facility, destination and facility owners. The comments made by individuals who rented accommodation facilities on the Airbnb platform regarding the post-service space were analyzed using netnography method. Three important destinations, namely Istanbul, New York and Paris, where Airbnb usage is intense, were included in the study. In this context, user comments were examined, and the data were evaluated as themes. According to the findings, it has been revealed that Airbnb users focus on the themes identified as location, trust, price, hygiene, room facilities, environment and hosts in their rented destinations. User comments were examined in two ways, positive and negative, and it was revealed that negative comments were mostly hygiene and trust.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: g.yetim@alparslan.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Nowadays, stressful, monotonous and boring environments caused by intense and tiring business and city life people wear out (Can, 2015), therefore, they can feel free and the leisure time they can use has become an important need in today's life conditions. This needs different lifestyles for leisure time activities in developed and developing countries takes out. In addition to recreational activities such as games and entertainment, people have started to travel to visit other regions and countries in order to get to know other regions and countries in terms of cultural and social aspects. This situation makes people spend their free time different. allowed them to travel to destinations and evaluate them. With the increase of leisure time, tourism and travel awareness has emerged. According to the changing understanding of tourism, it is more likely to travel individually or in small groups the potential tourists in the young and middle age group in recent years, they have turned to alternative accommodation types such as small-scale hotels, hostels or camping areas rather than tourism businesses. In addition, intensive use of the internet and websites with internet-based applications, users' transportation and accommodation platforms such as Blablacar, Exchangehome, Couchsurfing and Airbnb have emerged where they can meet their needs (Ritzer, 2015). How is the perception of service in these systems that take a significant share from the tourism sector to determine the positive and negative aspects of the platforms, so, it enables a better understanding of new accommodation approaches. Despite this, Airbnb in the national literature on the positive and negative experiences of those who stay on the platform. The number of studies is very few. Therefore, for what reasons users travel professional prefer the Airbnb system as an alternative accommodation method instead of businesses providing accommodation services. It appears that it is important to investigate them.

In this study, those who become a member of the Airbnb site to travel to different cities of the world and, it is aimed to examine the comments made by users on the site by netnography method. The netnography method, first used by Kozinets, is the traditional method of ethnography. It is applied in a computer-mediated environment (Kozinets, 2015a). Users who rent houses from Istanbul, Paris and New York on the Airbnb site using the netnography method were included in the study. It was preferred to examine these three cities because they are the most crowded cities of the relevant countries. In the study, only the comments of the users who are staying were evaluated. While collecting the data, no filtering process was performed regarding the whole or partial sharing status of the dwelling provided on the system, gender, number of residential users or points-based evaluations. Survey data includes evaluations between February-August 2019. The comments made in English among the collected data were translated into Turkish by two different researchers and evaluated. Thus, an objective and reliable coding was provided (Lune and Berg, 2016).

At the stage of separation into codes, the A mixed approach was applied in line with the studies and data obtained within the scope of the research (Fereday and Muir-Cochrane, 2006).

28 accommodations in Istanbul, 30 in Paris, 30 in New York were included in the study, as approximately 300 comments were examined for each city. As a result of the reviewed comments, For Istanbul, Paris and New York; location, trust, price, hygiene, room amenities, environment and hosts themes have emerged. Some positive and negative posts regarding the categories emerging for each city were analyzed.

According to the results of the research, the location of the rented place for platform users is environment of trust, rental and accommodation price (price), features and facilities of the house, their behavior and hygiene factors were the most remarkable opinions. Also, the host's behavior and its hospitality provide a guide for foreigners coming to the region. Providing a good service by the landlord and expanding the possibilities of the place within the scope of the equipment allows more users to receive service. The positive and negative experiences and evaluations of Airbnb users after the service are conveyed to other users through the comments made on the Airbnb platform. This shows that the next users can be directed by these comments. The reviews, which were examined both positively and negatively in the research, were both related to the house where the accommodation was made, and It contains various information about the landlord as well as transportation and social facilities in the area where the house is located. Thus, the accommodation experience is transferred to potential users in a holistic way. In previous studies, which are similar to the results obtained from this research, it is stated that the home-related facilities are among the factors that prefer Airbnb platform (Konak, 2020), and the location and environmental features of the place are an important factor for the users (Aydın Ogel and Aydın, 2019); It has been determined that general trust in system usage and trust in the landlord are also important (Aslan and Akbiyik, 2019). In addition, the fact that the price factor is lower compared to hotel businesses has been examined in similar studies that provide economic advantages to users (Gul, Dincer and Cetin, 2018).

In this study, when the negative evaluations of the Airbnb system and its users are examined, attention is drawn to various issues. Accordingly, negativities such as the location and facilities of the house shown on the site not reflecting the reality, transportation difficulties, heating problems in the context of equipment, cleaning and hygiene and the lack of a standard service understanding have emerged. The absence of a controlling mechanism can be considered as a different problem. The membership policies to be followed by the Airbnb site should be reviewed, a standard service process should be designed and both hosts and users should be trusted with a more qualified sharing environment. However, another point to be considered here is that the situation of other commercial enterprises should not be ignored while this process is being designed. Organizing local administrations and sector representatives and cooperating in coordination can contribute to the quality and image of tourism activities in the region.

Giriş

Turizm endüstrisinin ortaya çıkışı ve gelişimine ilişkin ilk kitlesel hareketler 19. yy'da başlamıştır. Bu dönemde, bir yerden başka bir yere yolculuk ve konaklama gibi turizm pratikleri çoğunlukla din, eğitim ve iş amaçlı olmuştur (Yıldız, 2011). Dünya genelinde yaşanan belirsizliklerin sürdüğü İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sosyo-ekonomik sistemler oturmuş; çalışanlara tanınan ücretli tatil hakkı, çalışma saatlerindeki azalma gibi düzenlemeler getirilmiştir (Zengin, 2010). Bu düzenlemeler sonrasında sınıfsal farklılıklar ortadan kalkarak insanların dinlenme ve eğlenme odaklı faaliyetlerle geçirebilecekleri boş zamanları doğmuştur. İnsanlar, boş zamanlarını oyun, eğlence gibi rekreasyonel aktivitelerin yanı sıra buldukları yerden başka bölge ve ülkeleri kültürel ve sosyal yönden tanımak amacıyla ziyaret etme odaklı seyahatler de gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu durum, insanların boş zamanlarını farklı destinasyonlara seyahat ederek değerlendirmelerine imkân tanımıştır. Boş zamanın artmasıyla turizm ve seyahat bilinci ortaya çıkmıştır. Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç (2015) turizmin, boş zaman kullanımında ortaya çıkmış bir gelişme olduğunu belirtmektedir. Böylece, tatil ve turizm planları birer boş zaman değerlendirme biçimi olarak kabul edilmiştir.

Son yıllarda genç ve orta yaş grubuna dahil olan potansiyel turistler değişen turizm anlayışına göre, daha çok bireysel ya da küçük gruplarla seyahat etmeye ve geleneksel turizm işletmelerinden ziyade küçük ölçekli oteller, pansiyon veya kamp alanları gibi alternatif konaklama çeşitlerine yönelmiştir. Bunun yanı sıra, internetin ve kullanıcı içerikli web sitelerinin yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla tüketiciler kendilerine ait araç, ev, yazlık ve oda gibi malları ücret karşılığında ya da ücretsiz olarak diğer tüketicilerin kullanımına açmıştır. Bu sistem paylaşım ekonomisi modelini ortaya çıkarmıştır. Böylece, tarafların satış ve kiralama yönelik anlaşmalarını yönetecekleri ve internet tabanlı uygulamalar üzerinden kullanıcıların ulaşım ve konaklama ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri blablacar, exchangehome, couchsurfing ve Airbnb gibi platformlar ortaya çıkmıştır (Ritzer, 2015). Turizm sisteminde yer alan yerli halk, çalışan ve turistler arasındaki sınırlar bu platformların kullanılmasıyla ortadan kalkmaktadır. Yeni bir turizm sistemi olarak şekillenen bu platformlarda yönetici, yardımcı çalışan, ticaret odası, hizmetin yürütüleceği bina veya tesis gibi bir mekanizmanın olmayışı yeni ve daha ucuz bir konaklama alanını oluşturmaktadır (Picard ve Buchberger, 2013). Seyahat acentalarının ve konaklama işletmelerinin yürüttüğü endüstriyel faaliyetler ev sahipleri ve kullanıcılar arasındaki benzer ilişkiyi internet tabanlı bu platformlar üzerinden yürütmelerine imkân tanımaktadır. Platform üzerinden kullanıcılar ve ev sahipleri birbirleriyle iletişime geçmekte, oda veya konutun tanıtımını yapmakta ve bir kayıt süreci sonrasında ağırlama işlemini gerçekleştirmektedir. Bu iş modelinde, mal sahipleri ve kullanıcılar arasında geçen deneyimin yine bu platformlarla paylaşılması, tatmin, hizmet algısı, kullanıcı deneyimi gibi bazı unsurların sorgulanması ve sistemin değerlendirilmesine yönelik birtakım bilgilerin elde edilmesine yardımcı olmaktadır. Turizm sektöründen önemli ölçüde pay alan bu sistemlerde hizmet algısının nasıl geliştiği, kullanıcı deneyimlerin ne yönde şekillendiği, platformların olumlu ve olumsuz yanlarının tespiti, yeni konaklama anlayışlarının daha iyi anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Hizmet ve tatmin unsurlarının incelenmesi, kullanıcıların platform üzerinden konaklama sonrası yaptıkları yorumlarla açıklanabilir. Ek olarak, kurumsal bir yapıya sahip olmayan ev sahiplerinin sunduğu hizmet standardı ve kalitesi açısından farklılıklar gösteren bu sistemde ne tür sorunlar ortaya çıktığı önemli hale gelmektedir. Bu çalışmada, paylaşım ekonomisi kapsamında kullanıcıların boş zaman temelli gerçekleştirdikleri seyahatlerde konaklama ihtiyaçlarını karşılamak için konutların tamamını veya bir bölümünü kiralayabildikleri Airbnb platformundaki yorumlar incelenmiştir. Araştırmada tek bir destinasyona bağlı kalmayarak mega kentler kapsamında değerlendirilen ve dünyanın en çok turist çeken kentleri arasında yer alan New York, Paris ve İstanbul kentlerindeki Airbnb

kullanıcı yorumları incelenmiştir. Airbnb platformunda konaklayanların yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimlere ilişkin ulusal literatürdeki çalışmaların sayısı oldukça azdır. Dolayısıyla, kullanıcıların seyahatlerinde hangi sebeplerle profesyonel konaklama hizmeti veren işletmeler yerine alternatif konaklama yöntemi olarak Airbnb sistemini tercih etmelerinin araştırılmasının önemli olduğu görülmektedir.

Boş Zaman Temelli Seyahatler

Günümüzde yoğun ve yorucu iş ve şehir yaşantısının ortaya çıkardığı stresli, monoton ve sıkıcı ortamlar insanları yıpratmakta (Can, 2015) dolayısıyla, kendilerini özgür hissedebilecekleri ve isteklerince kullanabilecekleri boş zaman, günümüz yaşam şartlarında önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu ihtiyaç, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde boş zaman faaliyetleri adına farklı yaşam biçimlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu yaşam biçimlerinin başında boş zamanlarda yapılan seyahatler gelmektedir. İnsanlar, sayıları milyonlara ulaşan kitleler halinde, çalışma dışındaki zamanlarda, bilmedikleri yerleri, toplulukları, görmek ve tanımak yoluyla dinlenmeyi ve eğlenmeyi tercih ederler (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2015).

İnsanları seyahat etmek için harekete geçiren çeşitli motivasyonlar bulunmaktadır. Bu motivasyonlar dinlenme, fiziksel ve ruhsal olarak kendini yenileme, her zaman yaşadığı çevreden kısa bir süre için uzaklaşma, tarihi ve kültürel bölgeleri ziyaret etme, doğaya yakın olma, eğlence, farklı insanlar ile tanışma, macera arama ve spor gibi nedenler olabilmektedir (İçöz ve Kozak, 2002). Bunun yanında, günümüzde turizme olan talep geleneksel deniz-kum-güneş ve eğlence ürünlerinin yanı sıra farklı turizm kaynaklarının kullanımı doğrultusunda şekillenmektedir (Can, 2015). Bu doğrultuda, insanlar kısa süreli olarak farklı destinasyonlara seyahat etme eğilimi göstermektedir. Bu eğilim doğrultusunda insanlar, internet aracılığı ile blablacar, exchangehome, couchsurfing ve Airbnb gibi çeşitli uygulamaları kullanarak farklı ülkelere seyahat gerçekleştirmektedirler.

Gelişen iletişim ve ulaşım teknolojileri boş zamanlarda seyahat etme eğilimini gerçekleştirme fırsatı sunarken, destinasyonlar arası rekabetin yoğunluğu da her geçen gün artmaktadır (Can, 2015). Söz konusu bu rekabet, Airbnb kullanıcılarının konut tercihlerinde de ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde Rice ve Khanin (2019)'de şehir merkezi, turistik alanlar, alışveriş ve sosyal olanakların turistler için konut tercihinde etkili özellikler olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca yapılan farklı çalışmalarda da (Doğru, Mody, Suess, Line ve Bonn, 2020; Kurt ve Ünlüönen, 2017; Zhang, Cui, Cheng, Zhang, ve Li, 2020) turistlerin, her şey dâhil sistemle hizmet veren lüks oteller yerine şehir merkezine yakın, eğlence ve alışveriş gibi boş zaman temelli sosyal faaliyetlere de zaman ayırabilecekleri tesislerde kalmayı tercih ettikleri belirtilmektedir.

Paylaşım Ekonomisi

Paylaşım, en genel haliyle bireylerin sahip olduğu herhangi bir olguyu başkalarının kullanımına açmak olarak ifade edilmektedir (Sacks, 2011). Paylaşım, karşılıksız olabileceği gibi, para, başka bir ürün kullanımı, takas etme gibi yöntemlerle de gerçekleşebilmektedir. Paylaşım, bir şeye sahip olmaktan ziyade ona erişebilme ve kullanabilme arzusu yatmaktadır. Bireylerin ekonomik, sosyal ve kültürel amaçlarla paylaşımlarından bir alışveriş ortamı sağlanmakta ve bu ortam ile taraflar arasında ekonomik bir model olarak kabul edilen paylaşım ekonomisi ortaya çıkmaktadır. Paylaşım ekonomisi kavramını Geron (2013) paraya çevrilemeyen mal veya hizmet pazarının oluşturulması şeklinde tanımlamaktadır. Bu kavram, 2015 yılında Oxford sözlüğüne dahil olarak "internet aracılığıyla belli bir ücret karşılığında ya da ücretsiz olarak bireyler arasında paylaşılan hizmetler veya varlıkları barındıran ekonomik sistem" olarak tanımlanmaktadır (Oxford, 2020). İnterneti de içeren başka bir tanımlamaya göre ise, paylaşım ekonomisi, topluma yönelik sunulan ve çevrimiçi hizmetler aracılığıyla mal

veya hizmetlerin sunulması, paylaşılması, arkadaş, akran, eş, akraba gibi bireylerin ortak yarar sağlamasıdır (Hamari, Sjöklint ve Ukkonen, 2015).

Paylaşım ekonomisi, temelde antik çağlardan bu yana aile üyelerinin veya arkadaşların birbirleriyle olan ortak mal kullanımlarına dayanmaktadır (Belk, 2014). Ancak, artan tüketim, kıt kaynakların oluşumuna neden olmuş ve sürdürülebilir tüketim kapsamında paylaşım ekonomisi özellikle genç bireylerin ve arkadaş gruplarının çokça tercih ettiği bir sosyo-ekonomik model haline gelmiştir (Cheng, 2016). Sosyo-ekonomik bir model olarak nitelendirilmesinin sebebi, paylaşım sonucuyla hem sosyal ilişkiler hem de ekonomik faydaya yönelik bir deneyim elde edilmesine yordandır. Paylaşım ekonomisi önceleri bireylerin otel, oda, yatak, koltuk vb. unsurları karşılıksız olarak couchsurfing ve Freecycle gibi uygulamalarla gerçekleştirmesine rağmen (Belk, 2007), blablacar, Airbnb ve uber gibi faaliyetlerin büyük oranda kullanımları sonucu önemli bir ekonomik model olarak ortaya çıkmıştır (Codagnone ve Martens, 2016). Bu model, tedarik süreç açısından tüketiciden tüketiciye (P2P-peer to peer) ve işletmeden tüketiciye (B2P- business to peer) paylaşım şeklinde iki yöntemle gerçekleşmektedir (Lee ve Kim, 2019).

Hizmet odaklı sektörlerin en büyüğü sayılan turizm sektöründe paylaşım ekonomisi turistlerin değişen tatil anlayışlarından etkilenmektedir. Son yıllarda tüketicilerin turistik faaliyetlere daha çok bireysel veya küçük gruplar halinde farklı destinasyonlara yönelerek katılım sağladıkları anlaşılmaktadır. Bu nedenle kitle turizmi kapsamında değerlendirilen deniz-kum-güneş turizminden ziyade turistler, kültürel, doğal ve macera odaklı boş zaman temelli turizm etkinliklerine yönelmektedirler. Küçük gruplar veya bireysel turistler büyük ölçekli oteller yerine Airbnb, couchsurfing, matfind, homeaway, EatWith gibi internet tabanlı otel, yatak, yiyecek-içecek veya ulaşım için paylaşım sağlanan platformlardan yararlanmaktadırlar. Böylece turistler, hem gidilen bölgeyi tanıyan yerli halk ile iletişim kurmakta hem de maliyet açısından daha düşük bütçelerle otantik seyahat deneyimleri yaşamaktadır (Chen ve Chang, 2018). Konaklama ve yeme-içme paylaşımının yanı sıra bireyler ulaşım ve ulaştırma hizmetlerinde de paylaşım yoluna giderek daha düşük maliyetlerle fayda sağlamaktadır. Turistler, başkalarının mallarını kiralayarak veya paylaşarak ortak kullanım sonucu kaynakların sınırlılığına duyarlı, sosyal ve kültürel etkileşimi yüksek ve ekonomik anlamda daha ucuz hizmetler sağlamaktadır. Paylaşımların getirdiği ekonomik model kapsamında tüketim çeşitliliği, verimlilik kazancı, girişimcilik ve yenilik, sosyal etkileşim, sürdürülebilirlik ve varlık pazarında değişim gibi etkenler yer almaktadır (Kaçar ve Yakın, 2018). Paylaşım ekonomisi modeliyle belirli fayda ve avantajların yanı sıra güvenlik, paylaşılan konutun tam veya kısmi kullanımı, önceki deneyimlere güvensizlik ve mahremiyet gibi sorunları da barındırmaktadır (Barnes, 2021; Cannon ve Summers, 2014; Özata, Er, Öztürk ve Ağlargöz, 2015; Phua, 2019).

Paylaşım ekonomisi modelleri bağlamında, otel, restoran ve eğlence merkezlerine ilişkin değerlendirmeleri içeren araştırmalar 1990 yılından sonra artarken, 2000'li yıllarda kullanıcı içeriklerinin dahil edildiği online platformlara ilişkin araştırmalar hız kazanmıştır. Konu ile ilgili yapılan bir araştırmada, booking.com web sitesinden alınan 18 milyon yorum incelenmiş ve otel sınıflandırılmasının misafir değerlendirmeleri, fiyat ve site üzerinden verilen puanlamaya göre ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Oda fiyatları, hijyen ve konum, otel kategorisine yönelik tahmin sağlayan en önemli özellikler olarak bulunmuştur (Martin-Fuentes, vd., 2018). Başka bir platform olan Airbnb.com sitesine yönelik bir araştırmada, Sthapit ve Jimenez-Barreto (2018)'ya göre, Airbnb kullanıcıları için konut tercihinde, ev sahibi ile sosyal etkileşim, ev sahibinin davranışları ve konum en önemli özelliklerdir. Buna göre, Airbnb kullanıcılarının ev sahibine yönelik görüşleri, düşük hizmet anlayışı ve ev sahibinin anlayışsız tavırları gibi faktörler, sistemin güvenilirliğini düşürmektedir. Bununla ilgili olarak Airbnb,

kullanıcılar ve ev sahipleri arasındaki etkileşimi olumlu düzeyde tutmak için birtakım düzenlemeler yapmaktadır. Bunlar, ev sahiplerine yönelik düşük değerlendirmelerde kendilerine uyarı, kısa zamanlı pasif üyelik veya üyelikten çıkarılma şeklinde farklılaşmaktadır. Ev sahipleri, kullanıcılardan özür dileme, hatayı tazmin etme ve olumlu tavırlarla şikâyetlere karşılık vermeleri sonucunda, kullanıcıların olumsuz yorumlarını olumlu yönde değiştirmelerine imkân vermektedir (Sthapit ve Björk, 2019).

Konut Paylaşımı

Ev, pansiyon, daire veya oda gibi mülklerin paylaşım fikrinin benimsenmesi, bu paylaşımların gerçekleştiği platformların artışı ve kullanılabilirliği özellikle post modern tüketim anlayışını bir fenomen haline getirmektedir. Konut paylaşımıyla klasik turizm pratikleri ortadan kalkmaktadır. Standart oda ve yeme-içme hizmeti sağlayan oteller gibi ticari işletmelerden ziyade konut paylaşımı, turistlere yerli halkın tam anlamıyla destinasyonun her bir özelliğini deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. Bu deneyim ile turistler hem bölgenin otantik değerlerine maruz kalmakta hem de halkla iç içe daha keyifli bir tatil geçirmektedir. Turistlerin paylaşım ekonomisini benimsemeleri ve konut paylaşımını tercih etme nedenleri eşit olmayan gelir dağılımı ile ilgili sosyo-ekonomik durumlar, turistik destinasyondaki ekolojik değişimler, teknoloji gelişimi ve artan sosyal medya kullanımı ile birlikte değişen tüketim anlayışı şeklinde açıklanabilir (Gansky, 2010; Schor, Fitzmaurice, Carfagna, Attwood- Charles ve Poteat, 2016).

Post modern turizm hareketi olarak konut ve oda paylaşımıyla hem turist ve konaklama türü değişmekte hem de modern turizm anlayışındaki mekân, yerli halk ve turist üzerindeki sınırlar ortadan kalkmaktadır (Demir ve Emekli, 2019). Tüketiciler genellikle satın aldıkları mal ve hizmetlerde üretim, tüketim ve dağıtım olmak üzere her aşamada belirleyici role sahip olmak amacını taşımaktadır. Bu durum turizm hareketlerine de yansımakta ve tek kişilik ya da küçük gruplar halinde gidilen bölgenin yerli halkı ile birlikte üretilen ve tüketilen bir turizm anlayışını ortaya çıkarmaktadır. Turistlerin ve yerli halkın eşgüdümsel eğilimiyle kitlesel tüketim kalıplarından çok bireysel tüketim sağlanmakta ve en hızlı iletişim unsuru olarak internet kullanılmaktadır (Botsman ve Rogers, 2010). Konutların paylaşımıyla, turistler ve yerli halk, konaklama ve turistik destinasyon tercihlerinde özgür bırakılarak paylaşım kültürünün ağırlıklı olduğu bir yapıda turizm deneyimi sunmaktadır. Son yıllarda sayısı hızla artan Airbnb, couchsurfing, homeaway, sharehouse, exchangehome gibi konut ve oda paylaşımı ya da değiş tokuş için kullanıcıları ve ev sahiplerini bir araya getiren araçlar önemli rezervasyon ve paylaşım ekonomisinin başlıca ortamları haline gelmektedir. Bunlar arasında yer alan Airbnb, konaklama ve konut paylaşımı için paylaşım ekonomisi kapsamında dünyanın birçok bölgesinde en çok kullanılan internet tabanlı platformlardan biri olarak kabul edilmektedir (Jiao ve Bai, 2020).

Airbnb

Airbnb, kullanıcılarına alternatif olarak kısa süreli konaklama tercihi sağlayan bir çevrimiçi kiralama pazarıdır (Mao ve Lyu, 2017). Turistik bölgelerde yerli halk ve turistler arasındaki bir değişim ekonomisi modeli olarak 2008 yılında faaliyete başlayan Airbnb, yaklaşık üç milyon konaklama tesisine sahiptir. Konaklama hizmet sağlayıcısı olarak toplamda 191 ülke ve 30 bin şehirde hizmet vermekte ve 200 milyon kullanıcısıyla turizm endüstrisinde önemli bir rol oynamaktadır (Airbnb, 2020). Ekonomik olarak daha ucuz konaklama sağlayan Airbnb uygulamasıyla ev sahipleri, evlerinin bir bölümünü veya tamamını turistlerin kullanımına açarak ekonomik gelir elde etmektedir (Fang, Ye ve Law, 2016). Airbnb ile konaklamanın avantajları, zaman ve mekân açısından daha esnek ve düşük maliyetli olması, kişi başı fiyat bazında bir otel işletmesinde konaklama yapmaktan daha uygun olması ve kısa süreli seyahatlerde daha kullanışlı ve otelden daha konforlu, rahat bir konaklama ortamı

sağlaması şeklinde ele alınabilir (Farronato ve Fradkin, 2018; Li, Chen, Yi, Mao, ve Liao, 2019).

Airbnb sistemi üzerinden bir oda veya mülk kiralamak isteyen turistler seyahat etmeyi planladığı turistik bölgeyi ve tarihleri girebilir, ardından mülk türü (oda, evin tamamı veya yatak) genel konum, diğer mülk özellikleri, fiyat ve müsaitlik durumu gibi seçenekleri görüntüleyebilmektedir. Sistem üzerinde yayınlanan ilanlarda, ev sahibinin ve evin resimleri, daha önce konaklama yapan kullanıcıların paylaştıkları deneyimler ve yorumlar, ödeme seçenekleri ve vergi tutarları yer almaktadır. Airbnb ile konaklama hizmeti satın alım süreci, kullanıcının ev sahibine uygunluk durumunu ve kullanım şartlarını sorgulaması ve daha sonra vergi ile birlikte ödeme tutarını Airbnb sisteminde gerçekleştirilmesi ile tamamlanmaktadır. Konaklama sonrasında turistler, sistem üzerinden konaklama değerlendirmelerini girer ve ücretin tamamı ev sahibine ödenir. Sistem bu şekilde işlemektedir (Edelman ve Luca, 2014).

Airbnb, şirket olarak “yerli gibi yaşa” sloganıyla turistlere daha düşük bütçeli konaklama sağlayan, turisti ve ev sahibini bir arada güvenli bir ortamda buluşturan hatta sosyalleşmelerine imkân sağlayan konaklama hizmeti sunmaktadır (İsmail, Malone, Van Geest ve Diamandis, 2014). Diğer yandan, sağladığı faydaların yanında turizm sektörüne olumsuz etkilerle birtakım eleştiriler barındırmaktadır. Bunlardan en önemlisi yoğun turistik destinasyonlarda faaliyet gösteren büyük ölçekli otel ve konaklama işletmelerinde potansiyel kayıplardır. Özellikle sisteme kayıtlı ve her geçen gün paylaşımı artan ev sahipleri otel, pansiyon gibi geleneksel turizm işletmelerinin geleceği için bir endişe ortaya çıkarmaktadır (Haywood, Mayock, Freitag, Owoo ve Fiorilla, 2017). Ek olarak, Airbnb kullanıcıları, ev sahiplerinden ücretsiz bir şekilde rehberlik hizmeti alma imkânı da bulmaktadır. Son yıllarda özellikle butik otel, pansiyon, rezidans ve özel odalı konaklama hizmeti veren küçük ölçekli işletmeler de oda+kahvaltı veya sadece oda hizmetlerini Airbnb platformu aracılığıyla satışa sunmaktadır.

Airbnb sisteminin ortaya çıkmasıyla hem turizm hem de yerli halk ile turist arasında geçen etkileşimlere yönelik konular üzerine uluslararası literatürde çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Airbnb platformu ile ilgili literatür incelendiğinde, paylaşım ekonomisi (Li ve Srinivasan, 2019) konut ve oda paylaşımında güven (Yang, Lee, Lee ve Koo, 2018), konaklama deneyimleri (Liang, Choi ve Joppe, 2018; Sthapit ve Jimenez-Barreto, 2018) ev sahiplerinin davranışları (Lalicic ve Weismayer, 2018) ve konut paylaşımında fiyat belirleyicileri (Wang ve Nicolau, 2017; Paulauskaite, Powell, Coca-Stefaniak ve Morrison, 2017) gibi konulara ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Zervas, Proserpio ve Byers (2017) yaptığı çalışmada Texas'ta Airbnb sisteminde listelenen konaklama sayısında her %10'luk artış sonucu, otel oda satışlarında aylık %35 azalmaya neden olduğu saptanmıştır. Airbnb ile konaklama seçimine yönelik yapılan bir çalışmada, kullanıcıların en çok fiyat, hizmet kalitesi, geçmiş deneyimlerine göre konut ve oda kiraladıkları tespit edilmiştir (Varma, Jukic, Pestek, Shultz ve Nestorov, 2016). Amerika'da 40 farklı eyalette yapılan Airbnb konaklamalarına dair yorumların incelendiği bir çalışmada (Jiao ve Bai, 2020), kullanıcıların tercihleri sınıflandırılmış ve incelenen yorumlara göre konaklama ücreti, oda veya mülk konumunun şehir merkezine yakınlığı, ulaşım kolaylığı, iyi komşular, temiz mobilya ve ev aletleri en önemli özellikler olarak ortaya çıkmıştır. Son olarak, kullanıcıların memnuniyetlerini etkileyen faktörleri belirleyen bir çalışmada, konaklama tesisinin konumu, ev sahibinin davranışları ve oda ya da mülk içindeki olanaklar, memnuniyeti etkileyen en önemli unsurlar olarak saptanmıştır (Alrawadieh, Dinçer ve Dinçer, 2020).

Alanyazın incelendiğinde, akademik araştırmaların paylaşım ekonomisi kapsamında değerlendirilen internet tabanlı platformların araştırma sahası olarak kullanıldığı görülmektedir. Kullanıcı yorumları, puanlamalar, ev sahibi değerlendirmeleri, destinasyon olanakları ve

konum gibi unsurların konut paylaşımında en önemli unsurlar olduğu akademik araştırmaların bulgularında sıklıkla karşılaşılmaktadır. Paylaşım ekonomisinin getirdiği avantajlar ve internet üzerinden yapılan kullanıcı anlaşmaları konaklama ve seyahat endüstrisinin iş modelini değiştirmiştir. Özellikle genç yaş gruplarından endüstriye bir hizmetten ziyade oda ve konut paylaşımı sağlayan içeriklere yöneldikleri anlaşılmaktadır. Bu durum, endüstri işletmeleri için olumsuz bir senaryonun habercisi olurken seyahat eden bireylerin daha ucuz bir alternatif konaklama fırsatını ortaya çıkarmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada, dünyanın farklı şehirlerine seyahat etmek amacıyla Airbnb sitesine üye olup, ev kiralayan kullanıcıların site üzerinden yaptıkları yorumları netnografi yöntemiyle incelemek amaçlanmıştır. İlk olarak Kozinets tarafından kullanılan netnografi yöntemi, geleneksel olarak bilinen etnografi yönteminin bilgisayar aracılı ortamda uygulanan halidir (Kozinets, 2015a). Bir diğer ifade ile netnografi, bilgisayar aracılı iletişim yoluyla ortaya çıkan kültürleri ve toplulukları incelemek için gözlem gibi etnografik araştırma tekniklerini uyarlar (Belz ve Baumbach, 2010). Kozinets (1998) netnografiyi, hem saha çalışmasının hem de metin yorumunun metodolojik olarak kültür-antropolojinin gelenekleri ve teknikleri tarafından bilgilendirildiği, internet tabanlı iletişimden ortaya çıkan kültür ve toplulukları inceleyen bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Çağdaş netnografinin doğası, sanal ortamda verilerin önemli bir kısmının son derece hümanist bir katılımcı-gözlemsel araştırma anlayışıyla toplandığı, belirli bir veri toplama, analiz, etik ve temsili araştırma uygulamalarıdır (Kozinets, 2015b). Bu yöntem, etnografiye kıyasla daha hızlı, daha basit ve daha ucuz olması sebebiyle sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılmaktadır (Kozinets, 2006). İnternet kullanımındaki hızlı büyüme, kolay erişim ve zengin veriler sayesinde, çevrimiçi topluluklar da netnografi araştırmaları yapmak giderek daha önemli hale gelmektedir (Belz ve Baumbach, 2010). Turistlerin tatilleri hakkında açıkça düşüncelerini belirtebildikleri ve seyahat bilgileri arayabildikleri, sayısı sürekli artan kullanıcılar tarafından oluşturulan sanal ortamlarda netnografi yöntemi kullanımı araştırmacılara turist deneyimlerini daha iyi anlamak için eşsiz bir fırsat sunmakta olup, verileri elde etmek ve üzerinde çalışmak için sistematik bir yaklaşım sağlar (Mkono ve Markwell, 2014).

Çalışma için, Muş Alparslan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 2 sayılı toplantısında alınan 6 numaralı kararı ile gerekli etik kurul izinleri alınmıştır. Netnografi yöntemi kullanılarak Airbnb sitesi üzerinden İstanbul, Paris ve New York şehirlerinden ev kiralayan kullanıcılar çalışmaya dâhil edilmiştir. İlgili ülkelere ait en kalabalık şehirler olması sebebiyle bu üç şehir üzerinde inceleme yapılması tercih edilmiştir. Airbnb sitesinde yer alan hem ev sahipleri hem de konaklama hizmetini alan kullanıcılar kiralık evler ve seyahat deneyimleri hakkında yorum yapabilmekte ve değerlendirmede bulunabilmektedir. Bu çalışmada yalnızca konaklama yapan kullanıcıların yorumları değerlendirilmeye alınmış olup, kullanıcıların kişisel bilgileri kullanılmamıştır. Veriler toplanırken, sistem üzerinde sağlanan konutun tamamı ya da kısmi paylaşım durumu, cinsiyet, konut kullanıcı sayısı, puan vb. kriterler üzerinde bir filtreleme işlemi yapılmadan en güncel yorumlardan başlanarak geriye dönük olarak araştırmaya dâhil edilen her bir şehir için 300'er yorum incelenmiştir. Araştırma verileri Şubat-Ağustos 2019 tarihleri arasındaki değerlendirmeleri kapsamaktadır. Toplanan veriler içerisinde İngilizce olarak yapılan yorumlar iki farklı araştırmacı tarafından Türkçeye çevrilip kodlanarak değerlendirilmiştir. Böylelikle objektif ve güvenilir bir kodlama sağlanmıştır (Lune ve Berg, 2016). Kodlara ayırma aşamasında, konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar ve araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrutusunda karma bir yaklaşım uygulanmıştır (Fereday ve Muir-Cochrane, 2006). Dolayısıyla bu çalışmada, dünyanın birçok yerinden Airbnb sitesi üzerinden ev kiralayan kullanıcıların memnuniyet veya

memnuniyetsizliklerini, yaşadıkları olumlu ya da olumsuz deneyimleri yaptıkları yorumlar üzerinden netnografi yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır.

Bulgular

İstanbul ile ilgili 28 konaklama, Paris ile ilgili 30, New York ile ilgili 30 konaklama çalışmaya dahil edilmiş olup, her bir şehir için yaklaşık 300'er tane yorum incelenmiştir. İncelenen yorumlar neticesinde, İstanbul, Paris ve New York için; konum, güven, fiyat, hijyen, oda olanakları, çevre ve ev sahipleri temaları ortaya çıkmıştır. Her bir şehir için ortaya çıkan kategorilere ilişkin yapılan birtakım olumlu ve olumsuz yöndeki paylaşımlar aşağıda tablolar halinde gösterilmektedir.

Tablo 1: İstanbul'da Yapılan Konaklamalara İlişkin Temalar

Temalar	Olumlu Örnekler	Olumsuz Örnekler
Konum	“Konum harika. Taksime çok yakın ancak dik bayırlar arasında yer almaktadır. Oda sokağa baktığından geceleri oldukça gürültülü olabilir. Uykusu hafif olanlar için pekiyi değil, bunun dışında harika!” “Dairenin konumu iyi, Taksim meydanına ve İstiklal caddesine çok yakın.”	“Daire dağlık bir alanda yer almaktadır.” “Ev Taksim Meydanı'nın hemen yanında olmasına rağmen, eve ulaşımında biraz zor tırmanış gerekmektedir.”
Güven	“Her şey tarif edildiği gibi” “Tarif edildiği gibi, ev sahibinin yaşadığı ve diğer misafirlerin aynı dönemde ağırlanabileceği bir apartman dairesinde bir odadır.”	“Rezervasyonu yaptırdık parayı yatırdığımız halde buluşma noktasına gelmediler telefonlarımızı açmadılar bizi mağdur ettiler para iadesi istedik bize dönüş dahi yapmadılar sakın tercih etmeyin.” “Resimde ev oldukça geniş, gerçek ev küçük ve mutfak sıhhi değil gibi görünüyor.” “Sitedeki fotoğraflar bilgi verici değil ve arzu ettiğiniz her şeyi bırakın, duş ve tuvalette sadece dört ayak üzerinde hareket edebilirsiniz.”
Fiyat	“Güvenli bir alanda büyük daire ve iyi fiyat, evdeymişim gibi hissettim.” “Fiyat için daha iyi bir şey isteyemezsiniz.”	“Balkonlu bir çatı katı, fiyat nispeten yüksek.”
Hijyen	“Oda temiz ve rahattı. Bir dahaki sefere İstanbul'da olduğumuzda kesinlikle tekrar rezervasyon yapacağız.” “Daire temiz ve rahattı. Kesinlikle tavsiye ederim.”	“Girişte havlu yoktu. Kiracılar arasında temizlik yapılmamaktadır. Oda yatağın altında toz doluydu. Mutfak kirliydi. Eski kiracıların tüm çöp kutuları mutfakta kalıyor.” “Kaldığımız oda duvarlarda biraz rutubet gösterdi ve havalandırma kötüydü.”
Oda olanakları	“Oda iyi donanımlıydı. Klima ve ısıyı soğutmak için ek fan vardı.” “Yatak rahattı; Klimayı çok beğendik ve çamaşır makinesini kullandık.”	“Karşılaştığımız en büyük sorun sıcaklığı. Evde klima veya fan bile yok. Yazın seyahat ettik ve oda dışarıdan daha sıcaktı.” “Mutfakta ekipman eksik olduğu için yemek pişirmek biraz zor oldu. Bıçak, tabak, çatak eksikti, en basitinden yumurta pişirmek isteseniz bir sürü eksik vardı.”
Çevre	“Çevre oldukça güvenli ve çok sayıda kafe ve restoran var.” “Sadece 10 dakikalık yürüme mesafesindeki bu harika mahallede yemek ve içmek için çok güzel yerler var.”	“Komşular gürültüye karşı gerçekten çok hassastır. Bir sandalyeyi hareket ettirmek veya odada yürümek gibi çok küçük sesler için, komşular ev sahibine şikâyet ediyor ve sessiz olması için mesajlar gönderiyor.” “Sabahın erken saatlerinde başlayan işler nedeniyle (çekiç sesi, öğütücü ...) çok iyi uyuyamadık.”

Ev sahipleri	<p>“Ev sahipleri beni gerçekten evde hissettirdi. Konaklamaya yardımcı olmak için ekstra çaba sarf ettiler, lezzetli Türk yemekleri sundular ve nereye gideceğiniz ve ne yiyeceğiniz konusunda şaşırtıcı ipuçları verdiler.”</p> <p>“Kendini rahat hissetmeni sağlıyor ve kaybolduğumda ve metro ve adresleri kullanma konusunda yardıma ihtiyacım olduğunda mesajlarımla onu rahatsız ettiğimde bana cevap verdi.”</p> <p>“Ev sahibi gerçekten iyi ve yardımcı oldu, her zaman bir mesaj uzaktaydı ve ona istediğiniz zaman ulaşabilirsiniz.”</p>	<p>“Ev sahibi ile iletişimde bazı sorunlar yaşadım. Varıştan iki gün önce, check-in hakkında daha fazla bilgi almak için onunla iletişime geçmekte bazı sorunlar yaşadım.”</p>
---------------------	--	--

Tablo 1 incelendiğinde ortaya çıkan tüm kategorilerde, İstanbul'daki konaklamalara yönelik olumlu ve olumsuz yönde yapılan paylaşımların olduğu görülmektedir. Konum teması içerisinde, Airbnb site kullanıcılarının konakladıkları evlerin daha çok merkezi yerlerde olduklarına yönelik yorumlar yer almaktadır. Güven temasına bakıldığında, her ne kadar olumlu yorumlar olsa da daha çok İstanbul'da konakladıkları evlerin Airbnb sitesindeki fotoğraflarda daha farklı yansıtıldığı yönünde paylaşımlar bulunmaktadır. Fiyat temasında, site kullanıcılarının konaklama fiyatlarını genel olarak uygun olduğu yorumlar yapılmaktadır. Hijyen temasında ise kullanıcıların çoğunlukla kiraladıkları evlerin banyo, mutfak gibi bölümlerinin temizliğinden sıkıntı yaşadıkları görülmektedir. Oda olanakları teması incelendiğinde, bu tema içerisinde klima, mutfak araç-gereçleri ve yatak gibi konular üzerinde olumlu ve olumsuz yorumlar yer almaktadır. Çevre temasında kiraladıkları evlerin çevrelerinde oldukça çok kafe, restoran gibi mekânların olması gibi olumlu yorumlar yapılırken, çeşitli sebeplerden kaynaklanan gürültüler ise bu temanın olumsuz yönde yapılan yorumları içerisinde yer almaktadır. Ev sahipleri temasında ise genellikle ev sahiplerinin yardımseverliği, ulaşılabilir olmaları ve iletişimleriyle ilgili yorumlar yapıldığı görülmektedir.

Tablo 2: Paris'te Yapılan Konaklamalara İlişkin Temalar

Temalar	Olumlu Örnekler	Olumsuz Örnekler
Konum	<p>“Harika bir konum, şehrin yanı sıra Eyfel Kulesi'nin mükemmel manzarasına sahip güzel bir yer.”</p> <p>“Güzel ve şık daire. Çok merkezi.”</p>	<p>“Şehir merkezine biraz uzak ama metro istasyonuna yakın.”</p>
Güven	<p>“Her şey sitede tarif edildiği gibidir, ancak aşırı sıcakta tavan arasında yaşamak hoş değil.”</p> <p>“Tam olarak tarif edildiği gibi: Bir dolabın içinde yürümek kadar küçük.”</p> <p>“Yeri tam olarak tarif edildiği gibiydi.”</p>	<p>“Mekân, fotoğraflarda gösterildiği gibi değil.”</p> <p>“Konaklamadan önce yaklaşık bir ay boyunca iletişim sorunları yaşadık.”</p> <p>“Yeri fena değil ama resimleri pek doğru bulmadım.”</p> <p>“Daire fotoğraflardan oldukça farklı görünüyor ve küçük.”</p>
Fiyat	<p>“Paris için büyük bir değer. Kompakt ama yönetilebilir. Tren ve metro istasyonları ve makul fiyatlı restoranlar için çok kullanışlı.”</p> <p>“Harika bir yerde para biriktirmek istiyorsanız, o yer burası.”</p>	<p>“Sıkı bir bütçeniz olmadıkça başka bir yerde kalmanızı tavsiye ederim.”</p>
Hijyen	<p>“Her şey temiz ve düzenliydi.”</p> <p>“Daire son derece temizdi.”</p>	<p>“Burayı kiralamayın. Korkunç ve kirli.”</p> <p>“Buzdolabının içindeki gıdalarda küf oluşuyordu, tüm alan çok tozlu ve dumanlıydı.”</p> <p>“Burada fareler var.”</p>
Oda olanakları	<p>“Odada wifi, televizyon, buzdolabı, mikrodalga, kahve makinesi dâhil olmak üzere ihtiyacınız olan her şey vardı.”</p>	<p>“Duş sorunları vardı ve çok rahatsızdı.”</p> <p>“Sadece bir tuvalet var. Ve apartmandaki herkes paylaşıyor.”</p>

	“Mutfakta ihtiyacımız olan her şey var.”	“Kablosuz ağa giremiyorduk ve gezi detayları için buna ihtiyacımız vardı. Bu bizi üzdü.” “Duş yoktu.”
Çevre	“Tüm müzelere ve en gözde mekânlara çok yakın.” “Güzel bir mahallede güzel oda. Metro ile ulaşım kolay” “Yakınlarda çok sayıda süpermarket ve uygun mağaza bulunmaktadır.”	“Birkaç önemli nokta yürüme mesafesinde değildi.” “Konumu iyi, ancak çevre, özellikle sokak korkutucu. Geceleri gerçekten tehlikeli.” “Geceleri cadde oldukça gürültülü.” “Mahalle tehlikeli bir gece eve giderken sarhoş bir kişi tarafından vuruldum.” “Mahalle gündüzleri iyi ancak binanın hemen dışındaki köşede geceleri bazı kaba insanlar için bir toplanma yeridir.”
Ev sahipleri	“Onlar harika ev sahipleri ve beni çok hoş karşıladılar, beni kontrol ettiler, işlerin nasıl yürüdüğünü açıkladılar ve bir şeye ihtiyacım olursa onlara ulaştım” “Ziyaretimiz sırasında her açıdan çok yardımcı oldu. Konakladığımız süre boyunca harika iletişim vardı.”	“Çöp için plastiği nereden alacağımı sorduğumda bana bağırdı ve uyuduğumuzda duvar resminin kendiliğinden düştüğünü dürüstçe anlattığımda bana üstü kapalı bir şekilde yalancı dedi (hala bunun konuşma kopyası var).” “Davranış olarak hiç de arkadaş canlısı değil.” “Çıkış saatini kontrol etmek için geç kalmamız bizim hatamızdı ama bizimle konuşma şekli kabul edilemezdi.”

Tablo 2’de Paris’teki konaklamalara yönelik olumlu ve olumsuz yönde yapılan paylaşımlar yer almaktadır. Konum temasında Paris’te kiraladıkları evlerin merkezi oluşu ve metro istasyonuna yakınlığı ile ilgili olumlu ve olumsuz yorumlar yer almaktadır. Güven temasında ise kiralanan evlerin Airbnb sitesinde tarif edildiği ve fotoğraflarda gösterilen yerlerin farklılığı üzerine yorumlar bulunmaktadır. Fiyat temasına bakıldığında, genel olarak fiyatların makul olduğu yorumları yapılsa da fiyatlardan memnun olmayan yorumlar da bulunmaktadır. Hijyen temasında kiralanan evin genel olarak temizliği ile ilgili yorumlar yapılmakta olup, bunların en dikkat çekici olanı evin içinde fare gördüklerini belirten yorumlardır. Oda olanakları temasına bakıldığında, internet bağlantısı, banyo ve tuvalet gibi bölümlerde eksikliklerin olduğu yönünde paylaşımlar yapılmaktadır. Çevre temasında kiraladıkları evin müze, metro istasyonu gibi yerlere yakın oluşunun yanı sıra gürültülü ve gece olduğunda tehlikeli olduğu yönünde olumsuz yorumlar da yer almaktadır. Ev sahipleri temasında ise ev sahiplerinin kiracılara yönelik davranışlarına ilişkin olumlu ve olumsuz yorumlar bulunmaktadır.

Tablo 3: New York’ta Yapılan Konaklamalara İlişkin Temalar

Temalar	Olumlu Örnekler	Olumsuz Örnekler
Konum	“Metroya yakın harika bir konum.” “Central Park'a 7 dakikalık yürüme mesafesindedir.” “Konumu şaşırtıcı: kelimenin tam anlamıyla bir kafenin bitişiğinde ve hayal edebileceğiniz her şey caddenin aşağısında.”	“Metro istasyonundan biraz uzakta.”
Güven	“Daire tam olarak tarif edildiği ve resmedildiği gibi ve oldukça temizdi.” “Daire tam olarak sitede sunulduğu gibi.”	“Resimlerinde gösterdiği gibi bir yer değildi.” “İlan kendi özel odası olduğunu söylüyor ama yanlış yönlendiriyor.” “Özel oda olarak listelenmiştir, ancak mahremiyeti çok azdır veya hiç yoktur.”
Fiyat	“Mükemmel bir yer ve çok iyi bir fiyata.” “Kesinlikle fiyatına değer.” “Son derece fiyatını hak ediyor.”	“Karşılığında aldığımız şey için biraz fazla pahalı.” “İyi konum ancak bu fiyata otelde kalabilirsiniz.”

Hijyen	<p>“Yer çok temiz ve düzenli.”</p> <p>“Daire her zaman gerçekten güzel kokuyor ve her şey mükemmel temizdi.”</p> <p>“Oda ve özel banyo çok temizdi.”</p>	<p>“Çarşafklar geldiğimde temiz değildi, ayrıca klimada kalın bir toz tabakası vardı.”</p> <p>“Banyo kıllarla doluydu, duş perdeleri küfle doluydu, zeminde güvercin pisliği vardı, duvarlar dış macunu ve şampuan lekeleriyle kaplıydı, tuvalet her yer toz, saç ve lekeleriyle doluydu. Berbat kokuyordu.”</p> <p>“Bizim yatak çarşaflarımızda yastıkların yanı sıra üzerlerinde lekeler ve iğrenç bir koku vardı. Mutfak kirli tabaklar, çöpler ve içinde birine yer bırakmayan bitkilerle doluydu.”</p>
Oda olanakları	<p>“Büyük bir yatak ve özel bir banyo ile iyi büyüklükte bir oda vardı.”</p> <p>“Sırtım kötü, bu yüzden tüm yataklar benim için uygun değil, ama yatak gerçekten rahattı.”</p> <p>“Banyoda duş bol sıcak su ile gayet iyi.”</p>	<p>“Dürüst olmak gerekirse, çarşafklar/battaniyeler çok ince ve banyo küçük.”</p> <p>“Oda çok küçük, yatak kırılmış ve ses çıkarıyor.”</p> <p>“Odayı kilitlemek için anahtarlar çalışmıyor ve şehri keşfetmek için dışarı çıktığımızda kapıyı açık bırakmak zorunda kaldık.”</p>
Çevre	<p>“Mahallede yemek ve içmek için çok güzel yerler var.”</p> <p>“Çevre sakin, yerleşim yeri iyi ve yakındaki metro ile her yere kolayca ulaşabilirsiniz.”</p>	<p>“Geceleri mahallede dikkatli olun.”</p> <p>“Evin çevresi geceleri güvensiz ve loş.”</p> <p>“Sorunlar sabah erken saatlerde başladı. Penceremizin yanında büyük bir inşaat alanı vardı ve bizi defalarca uyandırdı, hafif uyuyanlar için ideal değil.”</p>
Ev sahipleri	<p>“Bize restoranlar, otobüs ve metro için birkaç ipucu verdi.”</p> <p>“Ev sahibi süper uzlaşmacı ve arkadaş canlısıydı.”</p> <p>“Çok sıcak ve cömert bir ev sahibi, çıkıştan sonra çantaları alma konusunda esnek, soru veya öneriler için her zaman hazır ve harika sohbetlerimiz oldu.”</p> <p>“Ev sahibi çok misafirperver ve konuklara yardımcı olmak için uğraşiyor.”</p>	<p>“Kocama karşı çok kaba davrandı çünkü ona ütüyü sordu ve yorgun görünüyordu.”</p> <p>“Ev sahibi mesajlarımın cevabı vermedi.”</p> <p>“Ev sahibi yanımıza bile gelmedi ve kendilerine gönderilen mesajların hiçbirine cevap vermedi.”</p>

Tablo 3’te katılımcıların New York konaklamalarına yönelik olumlu ve olumsuz yönde yapılan paylaşımları yer almaktadır. Konum temasında kiraladıkları evlerin daha çok merkezi oluşu ile ilgili yorumlar yer almaktadır. Güven temasında Airbnb sitesinde tarif edildiği gibi olması yönünde hem olumlu hem de olumsuz yorumlar bulunmaktadır. Fiyat temasına bakıldığında, ev kiralarının makul oluşunun yanı sıra yüksek olduğunu belirten yorumlar da yer almaktadır. Hijyen temasında ise daha çok yatak odası, banyo gibi bölümlerin temiz olmayışı ile ilgili yorumlar dikkat çekmektedir. Oda olanakları temasında banyo, yatak, kapı kilidi gibi farklı konularda olumlu ve olumsuz yorumlar yaptıkları görülmektedir. Çevre temasında ise eve yakın yerlerde yeme-içme mekânları olduğuna ilişkin yorumlar olsa da evin bulunduğu çevrenin güvenli olmayışı yönünde yorumlar da bulunmaktadır. Ev sahipleri teması incelendiğinde, ev sahiplerinin yardımsever olduğundan bahsedilirken aynı zamanda kendilerine ulaşılmayan ve kaba davranış sergileyen ev sahiplerinin olduğu yönünde yorumlar da yer almaktadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Günümüzde iletişim araçları, bilgisayar teknolojisi ve ulaştırma gibi birçok alandaki hızlı gelişmeler insanların boş zamanlarında farklı destinasyonlara seyahat edebilmesini kolaylaştırmaktadır. İnternetteki çeşitli platformlardan dünyanın farklı ülkelerinde ev veya oda kiralarak turistik geziler yapma imkânı sağlanmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmada Airbnb platformu üzerinden yapılan konaklama sırasında memnuniyet veya memnuniyetsizliklerine yönelik yaşadıkları deneyimlerin netnografi yöntemi ile incelenmesi amaçlanmıştır.

Airbnb kullanıcılarının aldıkları hizmet sonrası edindikleri olumlu ve olumsuz deneyim ve değerlendirmeleri, Airbnb platformunda yapılan yorumlarla diğer kullanıcılara aktarılmaktadır. Bu durum bir sonraki kullanıcıların bu yorumlarla yönlendirilebileceğini göstermektedir. Araştırmada olumlu ve olumsuz şekilde iki yönlü incelenen yorumlar, hem konaklamanın yapıldığı eve ve ev sahibine hem de evin bulunduğu bölgedeki ulaşım ve sosyal olanaklara yönelik çeşitli bilgileri içermektedir. Böylece, konaklama deneyimi potansiyel kullanıcılara bütüncül bir şekilde aktarılmaktadır.

Araştırmada en fazla turist çeken destinasyonlar arasından New York, İstanbul ve Paris kentlerindeki Airbnb konaklamaları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, platform kullanıcılarının kiralanan mekânın konumu, yer aldığı bölgedeki güven ortamı, kiralama ve konaklama bedeli (fiyat), evin özellikleri ve olanakları, ev sahibinin davranışları ve hijyen faktörleri en çok dikkat çeken görüşler olmuştur. Ayrıca, ev sahibinin davranışları ve misafirperverliği bölgeye gelen yabancılar için bir rehber görevi sağlamaktadır. Ev sahibinin iyi bir hizmet sağlaması ve ekipman kapsamında mekânın olanaklarını genişletmesi daha fazla kullanıcının hizmet almasına imkân tanımaktadır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile benzerlik gösteren önceki araştırmalarda, ev ile ilgili olanakların Airbnb platformunu tercih edilen etmenlerin arasında yer aldığı (Konak, 2020), mekânın konumu ve çevresel özelliklerinin kullanıcılar için önemli bir etken olduğu (Aydın Ögel ve Aydın, 2019); sistem kullanımına genel güvenin ve ev sahibine olan güvenin de önem taşıdığı saptanmıştır (Aslan ve Akbıyık, 2019). Ayrıca, fiyat unsurunun da otel işletmelerine kıyasla daha düşük olması, kullanıcılara ekonomik anlamda avantaj sağladığı benzer çalışmalarda da incelenmiştir (Gül, Dinçer ve Çetin, 2018; Yang vd., 2018). Guttentag (2019) Airbnb platformunun, turizm sektöründeki en önemli yeniliklerden biri olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca literatürdeki çeşitli araştırmaları derleyen çalışmada, Airbnb konusunda yapılan araştırmaların içerik açısından ev sahipleri, kullanıcılar, destinasyona katkı, düzenlemeler, sektöre ve Airbnb şirketine katkısı şeklinde altı farklı kategoriye ayrıldığını belirtmektedir. Ek olarak, Airbnb platformunun yıl bazlı gelişimlerini içeren araştırmalar da (Prayag ve Ozanne, 2018; Vranica, 2016) literatürde yer almaktadır. Bu araştırmada da Airbnb kullanıcılarının üç farklı destinasyonda deneyimlerini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin bilgilere odaklanılmıştır.

Paylaşım ekonomisi kapsamında konaklama ve ulaştırma işletmelerinde uygulamaların ortaya çıkmasıyla, hem ilgili alanda faaliyet gösteren ticari işletmeler hem de uygulamaların kullanıldığı destinasyon imajı için olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle, güvenlik, kayıtsız işletmelerin artması, vergi zorunluluğunun ortadan kalkması, standart hizmet sorunu, temizlik, hijyen ve sağlık sorunları gibi olumsuz sonuçlar belirmektedir (Koçak ve Ulema, 2020). Bu çalışmada, Airbnb sisteminin ve kullanıcılarının yaşadığı olumsuz değerlendirmeler incelendiğinde, çeşitli konular üzerine dikkat çekilmektedir. Buna göre, sitede gösterilen evin konumu ve olanaklarının gerçeği yansıtmaması, ulaşım zorlukları, ekipman bağlamında ısınma problemleri, temizlik ve hijyen ile birlikte standart bir hizmet anlayışının olmayışı gibi olumsuzluklar ortaya çıkmıştır. Bu durumu denetleyici bir mekanizmanın olmayışı farklı bir sorun olarak ele alınabilir. Yapılan kullanıcı yorumlarının ve geçmiş deneyimlerin paylaşılmasıyla olumsuzlukların giderilmesi ve ev sahibi ile kullanıcılar arasında karşılıklı güven oluşturulabilir (Abrahamo, Parigi, Gupta ve Cook, 2017). Airbnb sitesinin izleyeceği üyelik politikaları gözden geçirilerek standart bir hizmet sürecinin tasarlanması ve hem ev sahipleri hem de kullanıcıların daha nitelikli paylaşım ortamıyla güven duymaları sağlanmalıdır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da bu süreç tasarlanırken diğer ticari işletmelerin durumunun göz ardı edilmemesidir. Yerel idarelerin ve sektör temsilcilerinin organize olması ve bu konuda eşgüdümsel olarak iş birliği yapması bölgede turizm faaliyetlerinin niteliğine ve imajına katkı sağlayabilir.

Bu araştırmada, ilgili kent merkezlerini konaklama amacıyla tercih eden kullanıcıların yalnızca Airbnb platformunda bulunan yorumları incelenmiş olup, ilgili konuda çalışmak isteyen araştırmacılara aynı ya da farklı destinasyonlarda kullanılan exchangehome ve couchsurfing gibi diğer paylaşım modellerinin incelenmesi ve karşılaştırılması önerilebilir. Bu bağlamda hangi platform kullanıcılarının daha iyi hizmet aldığı olumlu ve olumsuz yorumlar doğrultusunda ortaya konulabilir. Ayrıca araştırmada kullanılan veriler belirli bir zaman aralığını kapsamaktadır. İleride yapılacak benzer araştırmalarda veriler daha geniş zaman aralığında toplanarak, daha fazla yorum incelenebilir. Son olarak, Airbnb platformunun dünyanın birçok turistik destinasyonunda aktif olarak kullanılan bir konaklama aracı olarak düşünöldüğünde turizm sektörüne olumlu ve olumsuz etkileri incelenerek hem kullanıcı hem ev sahipleri hem de Airbnb işletmesi görüşleri, hizmet beklentileri ve motivasyonları doğrultusunda daha nitelikli bir turizm ortamı ortaya çıkarılabilir. Bu çalışmanın sonuçları, Airbnb platformunda hizmet sağlayan işletmeler ve özel mülk sahiplerinin hizmet anlayışlarında iyileştirmelere ve daha nitelikli ortamlar sunarak yerli ve yabancı kullanıcıların daha çok tercih etmesine imkân sağlayabilir.

Kaynakça

- Abrahao, B., Parigi, P., Gupta, A. ve Cook, K.S. (2017), Reputation offsets trust judgments based on social biases among Airbnb users, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(37) 9848-9853.
- Airbnb. (2020). <https://www.Airbnb.com/about/about-us>. (Erişim tarihi: 03.11.2020).
- Alrawadieh, D. D., Dinçer, M. Z. ve Dinçer, F. İ. (2020). Airbnb aracılığıyla konaklama yapan misafirlerin memnuniyet düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik netnografik bir araştırma. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-14.
- Aslan, T. ve Akbıyık, A. (2019). Paylaşım ekonomisinde mülk paylaşma hizmetlerine duyulan güvenin rolünü tüketici perspektifinden inceleme: Airbnb örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2322-2332.
- Aydın Ögel, S. ve Aydın S. (2019). Airbnb kullanıcı yorumları: Eskişehir örneği. *Journal of Academic Value Studies*, 5(3), 344-351.
- Barnes, S. J. (2021). Understanding the overvaluation of facial trustworthiness in Airbnb host images. *International Journal of Information Management*, 56, 102265.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 6(11), 126-140.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Belz, F. M. ve Baumbach, W. (2010). Netnography as a method of lead user identification. *Creativity and Innovation Management*, 19(3), 304-313.
- Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). *What's mine is yours. The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business.
- Can, E. (2015). Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1-17.
- Cannon, S. ve Summers, L. H. (2014). How uber and the sharing economy can win over regulators. *Harvard Business Review*, 13(10), 24-28.
- Chen, C. C. ve Chang, Y. C. (2018). What drives purchase intention on Airbnb? Perspectives of consumer reviews, information quality, and media richness. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1512-1523.
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.
- Codagnone, C. ve Martens, B. (2016). *Scoping the sharing economy: Origins. In: Definitions, impact and regulatory issues*. Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies.

- Demir, E. ve Emekli, G. (2019). Tesisten konuta, turistten misafire: Couchsurfing örneği. *Aegean Geographical Journal*, 28(1), 51-68.
- Doğru, T., Mody, M., Suess, C., Line, N. ve Bonn, M. (2020). Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? *Tourism Management*, 78, 104049.
- Edelman, B. G. ve Luca, M. (2014). *Digital discrimination: The case of Airbnb.com*. Harvard Business School NOM Unit Working Paper, (14-054).
- Fang, B., Ye, Q. ve Law, R. (2016). Effect of Sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57, 264-267.
- Farronato, C. & Fradkin, A. (2018). *The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of Airbnb*. National Bureau of Economic Research.
- Fereday, J. ve Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92.
- Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.
- Geron, T. (2013). *Airbnb and unstoppable rise of the share economy*, Forbes (11 Şubat), <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/Airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#25238ca2aae3>, (Erişim tarihi: 04.11.2020).
- Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: A literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 814-844.
- Gül, İ., Dinçer, M.Z. ve Çetin, G. (2018). Paylaşım ekonomisi ve turizme etkileri üzerine bir değerlendirme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 7-16.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2015). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hamari, J., Sjöklint, M. ve 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.
- Haywood, J., Mayock, P., Freitag, J., Owoo, K. A. ve Fiorilla, B. (2017). *Airbnb & hotel performance: An analysis of proprietary data in 13 global markets*. http://www.str.com/Media/Default/Research/STR_AirbnbHotelPerformance.pdf, (Erişim tarihi: 03.11.2020).
- İçöz, O. ve Kozak, N. (2002). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İsmail, S., Malone, M., Van Geest, Y. ve Diamandis, P. (2014), *Exponential organizations: Why new organizations are ten times better, faster and cheaper than yours, diversion books*, New York, NY.
- Jiao, J. ve Bai, S. (2020). An empirical analysis of Airbnb listings in forty American cities. *Cities*, 99, 102618.
- Kaçar, A. I. ve Yakın, V. (2018). Paylaşım ekonomisi ve değer yaratmak: Kanvas iş modeli örneği. *Third Sector Social Economic Review*, 53(3), 724-739.
- Koçak, Y. ve Ulema, Ş. (2020). Paylaşım ekonomisinde yasal sorunlar ve çözüm önerileri: Airbnb örneği (Legal). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3021-3038.
- Konak, S. (2020). İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin Airbnb uygulamasını tercih etme nedenleri. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 79-90.
- Kozinets, R. V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25(1), 366-371.
- Kozinets, R.V. (2006). Click to connect: Netnography and tribal advertising. *Journal of Advertising Research*, 46(3), 279-288.
- Kozinets, R. V. (2015a). *Netnography. The international encyclopedia of digital communication and society*, 1-8. New York: John Wiley & Sons.
- Kozinets, R. V. (2015b), *Netnography: Redefined*, London: Sage.

- Kurt, S. ve Ünlüönen, K. (2017). Paylaşım ekonomisi kapsamında turizm sisteminin değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 1-21.
- Lalicic, L. ve Weismayer, C. (2018). A model of tourists' loyalty: The case of Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 78-90.
- Lee, K. H. ve Kim, D. (2019). A peer-to-peer (P2P) platform business model: The case of Airbnb. *Service Business*, 13(4), 647-669.
- Liang, L. J., Choi, H. C. ve Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 41-48.
- Li, J., Chen, L., Yi, J., Mao, J. ve Liao, J. (2019). Ecosystem-specific advantages in international digital commerce. *Journal of International Business Studies*, 50(9), 1448-1463.
- Li, H. ve Srinivasan, K. (2019). Competitive dynamics in the sharing economy: An analysis in the context of Airbnb and hotels. *Marketing Science*, 38(3), 365-391.
- Lune, H. ve Berg, B. L. (2016). *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson Higher Ed.
- Mao, Z. ve Lyu, J. (2017). Why travelers use Airbnb again? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2464-2482.
- Martin-Fuentes, E., Fernandez, C., Mateu, C. ve Marine-Roig, E. (2018). Modelling a grading scheme for peer-to-peer accommodation: Stars for Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 75-83.
- Mkono, M. ve Markwell, K. (2014). The application of netnography in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 48, 289-291.
- Oxford. (2020). https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy, (Erişim tarihi: 07.11.2020).
- Özata, F. Z., Er, İ., Öztürk, S.A. ve Ağlargöz, F. (2015). *Ortak tüketmemek: Paylaşma davranışını engelleyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma*. 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, (Haziran 10-13). Eskişehir, Türkiye.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A. ve Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628.
- Phua, V. C. (2019). Perceiving Airbnb as sharing economy: The issue of trust in using Airbnb. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2051-2055.
- Picard, D. ve Buchberger, S. (2013) *Couchsurfing cosmopolitanisms: Can tourism make a better world?* Bielefeld: Transcript Verlag.
- Prayag, G. ve Ozanne, L.K. (2018), A systematic review of peer-to-peer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: Progress and prospects from the multi-level perspective, *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(6), 649-678.
- Rice, J. ve Khanin, D. (2019). Why do they keep coming back? The effect of push motives vs. pull motives, and attribute satisfaction on repeat visitation of tourist destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 20(4), 445-469.
- Ritzer, G. (2015). Prosumer capitalism. *The Sociological Quarterly*, 56(3), 413-445.
- Sacks, D. (2011). *The sharing economy*, <https://www.fastcompany.com/1747551/sharingeconomy>, (Erişim tarihi: 10.11.2020).
- Schor, J.B., Fitzmaurice, C., Carfagna, L.B., Attwood-Charles, W. ve Poteat, E.D. (2016), Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy, *Poetics*, 54, 66-81.
- Sthapit, E. ve Björk, P. (2019). Sources of distrust: Airbnb guests' perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 31, 245-253.
- Sthapit, E. ve Jiménez-Barreto, J. (2018). Exploring tourists' memorable hospitality

- experiences: An Airbnb perspective. *Tourism Management Perspectives*, 28, 83-92.
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C. J. ve Nestorov, S. (2016). Airbnb: Exciting innovation or passing fad? *Tourism Management Perspectives*, 20, 228-237.
- Vranica, S. (2016). HomeAway mocks Airbnb sharing economy in new ad. *The Wall Street Journal*, 18.
- Wang, D. ve Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.
- Yang, S.B., Lee, H., Lee, K. ve Koo, C. (2018). The application of Aristotle's Rhetorical Theory to the sharing economy: An empirical study of Airbnb. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(7), 938-957.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Zengin, B. (2010). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine reel ve moneter etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), 102-126.
- Zervas, G., Proserpio, D. ve Byers, J.W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.
- Zhang, G., Cui, R., Cheng, M., Zhang, Q. ve Li, Z. (2020). A comparison of key attributes between peer-to-peer accommodations and hotels using online reviews. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 530-537.
-