



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Turizmin Dönüştürücü Gücü: Airbnb Deneyimi*

Ayşe DELİORMANLI**^a, Cansev ÖZDEMİR^b, Ebru DÜŞMEZKALENDER^c

^a İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, İstanbul, E-mail: aysedeliormanli@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2264-5347

^b Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, E-mail: caozdemir@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6836-9002

^c Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, E-mail: earslaner@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6197-1394

Öz

Bu araştırmanın amacı, ev paylaşım sürecinde ev sahibi-misafir ve misafirlerin kendi aralarında oluşan karşılıklı ilişkilerin Airbnb kullanıcılarında bıraktığı etkileri ve bu deneyimin dönüştürücü gücünü anlamaya çalışmaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırma, nitel yöntemle tasarlanmış, hem yurtiçi hem de yurtdışında Airbnb platformunu kullanarak konaklayan 20 kişi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüzyüze ve çevrimiçi şekilde gerçekleştirilmiştir. Ocak 2021-Nisan 2021 tarihleri arasında yapılan görüşmeler içerik analizi ile incelenmiştir. Görüşmeler neticesinde katılımcıların; ucuzluk, yerel tavsiye alma, yerel kültürü yaşama, ev sıcaklığı, merkezi konumdan faydalanma gibi nedenlerle Airbnb'yi tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ev sahibi-misafir arasında gerçekleşen hizmet sunumunun kişiselleştirilmiş olması da misafirler için tercih sebebidir. Airbnb konaklamalarında farklı birçok kişiyle aynı ortamı paylaşmanın ve etkileşim halinde olmanın katılımcılar için farklılıkları kabul etme ve kendine güven duygusunun gelişimi noktasında dönüştürücü bir deneyim olduğu da araştırmadan elde edilen diğer sonuçlardandır.

Anahtar Kelimeler: Airbnb, Paylaşım Ekonomisi, Dönüşüm, Turizm.

The Transformative Power of Tourism: Airbnb Experience

Abstract

The purpose of this research is to understand the transformative power of Airbnb experience and the effects of the mutual relationships between the host-guest and the guests in the home sharing process on Airbnb users. In line with this purpose, the research was designed with a qualitative method and 20 people who stayed on the Airbnb platform both in Turkey and abroad were interviewed. Interviews were conducted face-to-face and online using a semi-structured interview form. The interviews conducted between January 2021 and April 2021 were analyzed through thematic analysis. As a result of the interviews, it was concluded that the participants preferred Airbnb for reasons such as cheapness, getting local advice, experiencing local culture, home warmth, and benefiting from the central location. In addition, the personalized service delivery between the host and the guest is also preferred by the guests. Another result of the research is that sharing the same environment and interacting with many different people during Airbnb stays is a transformative experience for the participants in terms of accepting differences and developing a sense of self-confidence.

Keywords: Airbnb, Sharing Economy, Transformation, Tourism.

JEL CODE: Z3

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 25. 04.2023

Birinci Düzeltme : 05. 05. 2023

İkinci Düzeltme : 25. 05. 2023

Kabul : 30. 05. 2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Deliormanlı, A. & Özdemir, C. & Düşmezkalender, E. (2023). Turizmin Dönüştürücü Gücü: Airbnb Deneyimi, Turizm Akademik Dergisi, 10 (1), 85-100.

* Bu çalışma için Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 12.03.2021 tarih ve 2021-05 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

** Sorumlu yazar e-posta: aysedeliormanli@beykent.edu.tr

GİRİŞ

Küreselleşmeye bağlı yaşanan gelişmelerle birlikte geleneksel konaklama tercihleri de değişikliğe uğramış, günümüz şartlarına uygun yeni konaklama türleri ortaya çıkmıştır. Bu alternatif konaklamalar çoğunlukla kullanılmayan mal ve hizmetlerin paylaşım yolu ile ekonomiye kazandırılması olarak bilinen paylaşım ekonomisi temelinde gerçekleşmektedir (Avunduk & Akpınar, 2021). Paylaşım ekonomisi, profesyonel ve yerleşik otel işletmelerinin aksine, özel şahıslar veya girişimciler tarafından kısa süreli kiralama şekline tanımlanmaktadır (Oskam & Boswijk, 2016: 22). Airbnb, Couchsurfing, Zipcar, Blablacar, HomeAway, Eatwith, Uber gibi platform ve işletmeler paylaşım ekonomisinin öncüleri olarak kabul edilmektedir. Hiç şüphesiz bu platformların en çok kullanılanı ve pazar payına sahip olanı Airbnb'dir.

Airbnb, bireylere turistik konaklama imkânı sunan, günlük, haftalık, aylık olarak evlerin kiralanması için hazırlanmış çevrimiçi bir uygulamadır. Airbnb, çevrimiçi bir platform olmasının ötesinde ev sahibi ile misafirin ve misafirlerin birbirleri ile etkileşimini sağlayan bir özelliğe de sahiptir. Müşterilere kayıtlı bir apartman dairesinde, evde veya özel odada yerel halk gibi yaşama fırsatı vermektedir. Airbnb kullanıcıları gidecekleri evin ve ev sahibinin özellikleri hakkında direkt olarak bilgi sahibi olabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerin korunduğu, hem ev sahibinin hem de misafirin güvenliğinin ve haklarının korunduğu bir sistem şeklinde hizmet vermekte (Airbnb, 2020) ve yerel bir özgünlük sunmaktadır (Bucher, Fieseler, Fleck & Lutz, 2018).

Airbnb tartışmasız küresel çapta turizm sektöründeki en önemli ve dönüştürücü gelişmelerden biridir. Airbnb'nin ortaya çıkışının üzerinden çok uzun bir süre geçmemiş olmasına rağmen platform beklenenin üzerinde bir büyüme kaydetmiştir (Guttentag, 2019). Paylaşım üzerine kurulu olan bu platformun temelleri, 2007 yılında San Francisco'da yapılan konferans için otellere yüksek ücretler vermek istemeyen katılımcılara yönelik iki üniversite öğrencisinin dairelerini "Air-Bed & Breakfast" olarak tanıtmak için basit bir web sitesi kullanmasıyla atılmıştır. Bu fikir daha sonra iş amaçlı olarak kullanılmış ve herkesin erişim sağlayabileceği şekilde tasarlanarak 2009 yılında Airbnb.com olarak yenilenmiştir (Guttentag, 2015). Şu an en büyük konaklama hizmeti olan Airbnb, yatak sayısı ve pazar payı olarak büyük otel zincirlerini geride bırakmıştır. Yeni bir oluşum olmasına rağmen hızlı büyümekte, bu durum konaklama işletmeleri açısından Airbnb'yi ciddi bir rakip haline getirmektedir (Oskam & Boswijk, 2016). Sahip olduğu pazar payının etkisini 2021 yılında elde ettiği gelir artışı da ispatlamaktadır. 2020 yılında etkisini devam ettiren pandemi sürecinde Airbnb ol-

dukça etkilenmiş olmasına rağmen, 2021 yılında gelinde yaşanan %280,2'lik artışla yaşanan kayıplar telafi edilmiştir. 2022 yılının ikinci çeyreğinde misafirlerin toplamda 103,7 milyon konaklama rezervasyonu yapmasıyla Airbnb kendi rezervasyon rekorunu da kırmıştır. Airbnb üzerinden konaklama yapan kişilerin en az bir hafta kalma olasılığı 2019 yılına kıyasla 2021 yılında %18,4 daha fazla olmuştur. Tercih edenlerin profiline bakıldığında kadınların tüm istatistikler içerisinde Airbnb'yi tercih etme oranı %54'dür. Dünya çapında Airbnb evi olan 4 milyon insan olup, bu kişilerin çoğunluğu kadındır. İstatistiklerden de anlaşılacağı üzere Airbnb diğer konaklama türleri arasında tercih edilme oranları ile farkını ve gelişimini ortaya koymaktadır (İproperty Management, 2022).

Son dönemlerde kullanım sıklığı giderek artan Airbnb platformu ile ilgili araştırmaların da aynı paralellikte yaygınlaştığı görülmektedir. Airbnb'nin tercih edilme nedenleri ve paylaşım ekonomisine olan katkısı (Cheng & Jin, 2019), otel endüstrisi üzerinde yaratabileceği etki (Oskam & Boswijk, 2016), diğer konaklama sektörlerine verebileceği potansiyel zarar (Guttentag, 2015; Zhu, Cheng, Wang, Ma & Jiang, 2019), fiyat stratejisi (Wang & Nicolau, 2017) gibi konular bu kapsamda yapılan araştırmalardan bazılarıdır. Ayrıca çalışmaların bir kısmı Airbnb'nin olumlu etkileri üzerinde dururken (istihdamı arttırması, otantik konaklama imkânı sunması, kültürel kaynaşma sağlama, ucuz konaklama imkânı vb.) (Alyakoob & Rahman, 2018; Doğru, Hanks, Mody, Suess & Sirakaya-Turk, 2020; Fang, Ye & Law, 2016; Farmaki & Stergiou, 2019;) bir kısmı da olumsuz etkileri (otel endüstrisine vereceği potansiyel zarar, konut fiyatlarındaki artış, ev sahibinin komşularına yaşatacağı gürültü ve güvenlik endişesi) olabileceğini belirtmektedir (Guttentag, 2015; Oskam & Boswijk, 2016; Zhu ve ark. 2019).

Airbnb ev sahibini ve kalmak isteyen misafirleri birbirine bağlamaktadır. Misafirlerin bulunduğu evde sadece kendilerinin olması ve Airbnb evini kendi evleri gibi görmeleri buna gerekçe olarak gösterilmiş ve bu durum güven duygusuyla açıklanmıştır (Aruan & Felicia, 2019). Farklı bir bakış açısıyla, deneyimlerin hatırlanabilir olmasının da Airbnb'yi tercih etme nedenleri arasında yer aldığı öne sürülmüştür. Bu düşüncüyü ileri süren Mody, Hanks & Dogru (2019), hatırlanabilirliğin yenilenmiş bir benlik duygusunun sonucu olduğuna vurgu yapmışlardır. Türker & Acar (2021) da yaptıkları çalışmada bireyin alışılmadık yerlere seyahat etmesi ve farklı konaklama biçimlerini deneyimlemesi ile bir dönüşüm yaşayabileceğine dikkat çekmektedirler. Farklı konaklama türleri ve Airbnb'nin önemini vurgulayan çalışmalar ışığında Airbnb konaklamalarının, kişilerde dönüşüm meydana getirebileceği varsayımı doğmaktadır. Bunun için öncelikle literatür taraması yapılmış

ve literatürde yer alan bilgiler ışığında çalışmaya yön verilmiştir. Bu çalışmada yapılan vurgunun dışında literatürde turizmin dönüştürücü özelliği ve standart konaklama işletmesi dışında olan Airbnb konaklamalarını bir arada inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu alanda yapılan çalışmaya rastlanmaması çalışmanın özgünlüğü açısından önemli görülmektedir. Tüm bu araştırmalar kapsamında çalışmanın amacı, ev paylaşım sürecinde ev sahibi-misafir arasında karşılıklı oluşan ilişkilerin Airbnb kullanıcılarında bıraktığı etkiler ve bu etkiler sonucunda meydana gelen deneyimin dönüştürücü gücünü anlamaya çalışmaktır. Bu doğrultuda oluşturulan çalışma soruları, Airbnb deneyimi esnasındaki hisler, ev sahibi ve yerel halk ile oluşturulan ilişkilerin ve etkileşimlerin misafirlerde bıraktığı izler ile ilgilidir. Ayrıca Airbnb deneyimi sonrası kişilerin hayatlarında değişim ve dönüşüm olup olmadığına dair görüşme soruları da bulunmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Paylaşım Ekonomisi

İşbirlikçi ekonomi olarak da ifade edilen paylaşım ekonomisi son yıllarda oldukça yaygın hale gelmiştir (Novikova, 2021). Paylaşım ekonomisi; insanların mal ve hizmetlerinin genellikle internet aracılığıyla paylaşabildiği ekonomik bir sistemdir (Oxford Dictionary, 2023). Başka bir ifadeyle paylaşım ekonomisi; çeşitli çevrimiçi platformlar aracılığıyla, kâr amacıyla ya da kâr amacı olmaksızın çeşitli faaliyetleri kapsayan, paylaşma adı altında yeterince kullanılmayan kaynaklara erişimi amaçlayan değişim biçimleridir (Richardson, 2015). İşletmelerin ve bireylerin sahip olduğu ancak yeterince kullanılmayan varlıkların kısa vadeli kiralamaya yoluyla paraya çevrilmesi olarak da ifade edilmektedir (Kumar, Lahiri & Doğan, 2018: 148).

Paylaşım ekonomisinde kişiler kullanılmayan ya da az kullanılan varlıklarını bir başkasının kullanımına sunarak, başka insanlarla seyahat edebilir ya da birinin evini paylaşabilirler (Benoit, Baker, Bolton, Gruber & Kandampully 2017). Ancak paylaşım ekonomisinde paylaşım konusunu olan varlıklar araç ya da ev ile sınırlı değildir. Bunlar çok çeşitli, ücretli ya da ücretsiz kaynaklar olabilmektedir. Daha açık ifadeyle ulaştırma, konaklama, ev eşyası, eğitim, sağlık gibi alanlarda da paylaşımlar yapılabilmektedir. Ulaşım alanında, Uber ve Blablacar; konaklama alanında, Couchsurfing bilinen bazı platformlardır. Tamamen deneyim odaklı olan ve gidilen yerde yapılan yardım karşılığında konaklama ve yeme içme imkânı sunan HomeAway ise daha çok gönüllülük merkezinde gerçekleştirilen paylaşım ekonomisi platformları arasında yer almakta olup, sıra dışı konaklama deneyimi yaşatan platformlardan birisidir. Bunun yanında başka bir paylaşım ekonomi-

si platformu olarak Eatwith'den bahsedilebilir. Eatwith birbirini hiç tanımayan ama sosyalleşmek isteyen insanların yemeklerini paylaşarak beraber yemek yemelerine olanak sağlayan sosyal yemek ağları olarak bilinmektedir (<https://www.eatwith.com/>). Fransa merkezli olan ve Türkiye'de de kullanıma açılan VizEat'de yiyecek alanında önde gelen paylaşım sitelerindedir. Paylaşım ekonomisine konu olan ve farklı alanlarda faaliyet gösteren işletmelere/platformlara gösterilebilecek örnekler aşağıdaki gibidir (Gül, Dinçer & Çetin, 2018; Sundararajan, 2016):

Konaklama: Couchsurfing, Airbnb, OneFineStay, HomeExchange, Pivotdesk

Finansman: Kickstarter, Kiva, Funding Circle, AngelList, Bitcoin

Hizmet: Trade School, TimesFree, TaskRabbit, Handy

Seyahat: Uber, Bla Bla Car, Lyft, Scoot, Zipcar

Beslenme: EatWith, BlueApron, Mealsharing

Mallar: Ebay, Quirky, Etsy, Shop it to me

Paylaşım ekonomisinin turizm alanındaki temsilcisi ve en bilineni Airbnb'dir (Lee & Kim, 2018). Alternatif bir konaklama şekli olarak görülen bu tüketim modeli, hem kişisel mülklerini kiralayanlar hem de bu mülkleri rezerve edenler açısından çekici bir sistemdir (Moon, Miao, Hanks & Line 2019). Özellikle klasik konaklama anlayışına karşı oluşturulan ev paylaşım ya da oda paylaşım imkânları Airbnb'nin aracılığı ile ciddi rakamlara ulaşmış ve paylaşım ekonomisi içerisinde yerini almıştır. Airbnb bugüne kadar 900 milyondan fazla misafir ağırlayan ve 4 milyondan fazla ev sahibine ulaşan bir şirket konumuna gelmiştir (Airbnb, 2021) ve her geçen gün büyümeye devam etmektedir.

Turizmin Dönüştürücü Gücü

İlk kez Jack Mezirow tarafından 1978 yılında ortaya atılan dönüşüm kavramı, öğrenenlerin bildiği anlam yapılarının değişmesi anlamını taşımaktadır (Türker & Acar, 2021). Dönüşüm kişinin anlamlandırma, görüş ve zihniyetiyle alakalı varsayım ve beklentilerini daha kapsayıcı, ayrıntılı ve duygusal yönden değiştirebilir hale getirme sürecidir (Mezirow, 2008). Turizm özelinde dönüşüm konusuna bakıldığında, öncelikle seyahatin bireylerde içsel bir gelişme ortaya çıkardığını ifade etmek gerekir. Turistler bir taraftan doğal güzellikleri görmek için hareket ederken, gelişmenin ve dönüşümsel deneyimlerin bir öznesi olmaktadır (Türker & Aydın, 2021). Bu yargılar Morgan'ın (2010) ifade etmiş olduğu seyahatin dönüşüme katkısı olduğu, Reisinger'in (2013) yurtdışına seyahat etmenin kişisel dönüşümü şekillendireceği düşüncesi ile örtüşmekte-

dir. Gidilen destinasyonda tanıdık olmayan kişilerle karşılaşmaların giriştikleri bu içsel yolculuk turizmde dönüşüm olarak tanımlanmaktadır. Özellikle genç gezginler yerel halkla sosyal temas kurabilecekleri ve bilgilerini geliştirebilecekleri benzersiz ve sürükleyici deneyimler aramaktadırlar. Bu konuda Desforges (2000) uluslararası konaklamaların, kimliklerini sorgulayan genç gezginlere bir cevap oluşturacağına dikkat çekmektedir. Pung, Yung, Khoo-Lattimore & Del Chiappa (2020) gençlerin seyahatlerinde dönüşüm yaşamasını gönüllü turizm gibi turizm türleri, uluslararası konaklama imkânları, sırt çantalı gezgin olmaları gibi kriterlere bağlamıştır. İlaveten farklı kültürel geçmişe sahip, daha önceden tanışılmayan bir ortama katıldıklarında içine girdikleri kültürden öğrendikleri ile görüşlerinin farklılaştıklarını ve öğrendiklerinin kendileri için birer fırsat olduğunu da ifade etmektedir. Bu düşünce çerçevesinde öğrenilen ya da keşfedilen bilgilerin, kişinin dünya görüşünü zenginleştirdiği ve farklı bir yaşam biçimini yakından deneyimlenmesini sağlayan fırsatlardır. İlaveten yaşanan dönüşüm sürecinde davranışlardaki değişiklikleri ile ilgili varsayımlarda bulunan Pung ve ark. (2020) katılımcılarının turizm deneyimlerinden sonra hayatlarını değiştiren seçimlerinde etkili olan uzun süreli dostluklar geliştirdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Paylaşım ekonomisi içinde turizm, küresel konseptte dayalı yerel uygulanan bir modeli ifade etmektedir. Geleneksel bir turizm faaliyeti, destinasyon çekiciliğiyle ilgilidir ve konaklama, ulaşım, yeme içme gibi bir dizi hizmetle açıklanır. Paylaşım ekonomisindeki turizm anlayışı ise turist akışını hızlandıran ortak hizmetlerin geliştirilmesi ile mümkündür. Günümüzde geleneksel turistik destinasyonlar paylaşım ekonomisinin gelişimini sağlayan bazı faktörlerle turist çekmekte, turist davranışlarını şekillendirmekte ve rekabet gücü yakalamaktadır. Bu yeni paradigma paylaşım ekonomisinde güven, birliktelik, teknoloji, dönüşüm (Trust, Togetherness, Technology and Transformation) çerçevesinde gerçekleşmektedir (Cesarani & Nechita, 2017). Bahsi geçen 4T, paylaşım ekonomisinin güven temelli, teknoloji tabanlı, karşılıklı ilişkilere dayalı, üretici-tüketici arasındaki ilişkide dönüşüm yaratma gücünün yüksek olduğu bir sistem olmasıyla açıklanabilir. Bu durumda paylaşım ekonomisi kapsamında değerlendirilen ve nispeten yeni olan platformların, deneyimleyen misafirler üzerinde dönüştürücü etkisinden bahsedilebilir.

Farklı konaklama türlerini deneyimlemek, yeni arkadaşlıklar edinmek ve farklı kültürleri keşfetmek de dönüştürücü bir deneyim olarak değerlendirilir. Geleneksel konaklamalarla ve hizmetle kıyaslandığında, bir paylaşım ekonomisi platformu olan Airbnb deneyiminin bu anlamda bir farklılık oluşturduğundan

bahsedilebilir. Alternatif bir konaklama çeşidi olarak ortaya çıkan Airbnb düşük fiyat, farklı dekorasyon stilleri, donanımlı tesisler, yerel deneyim ve ev ortamı gibi avantajlarla kullanıcıları cezbetmektedir (Yang, Tan & Li, 2019). Yerel halkla daha anlamlı etkileşimler içeren otantik, deneyim odaklı fırsatlar giderek daha fazla talep görmektedir (Pine & Gilmore, 1998). Airbnb'de misafirler, ev sahiplerinin evinde sosyal bir atmosfer yaşar, hatta ev sahibinin yardımları ile yerel kazanımlar elde ederler (Kim, Yoon & Zo, 2015). Airbnb tanıtım kampanyalarında da yerel bir sakinin evini paylaşma ve otantik bir deneyim yaşama fırsatı vurgulanmaktadır (Ferreri & Sanyal, 2018). Turistler otantik bir konaklama deneyimi arama eğilimi ile Airbnb evlerini sık sık ziyaret ederek, yerel ev sahipleriyle bağlantı kurmayı tercih etmektedirler (Liang, Choi & Joppe, 2018). Airbnb ev sahipleri konuklarına bisiklet, bir şişe şarap, yapılacaklar listesi gibi özelleştirilmiş hizmetler sunarak, küçük dokunuşlarla büyük memnuniyet yaratmaktadır. Ayrıca ev sahiplerinin konuklarına yapacağı rehberlikle, konukların yerel kültürü öğrenme şansı oluşur. Bu faktörlerin dışında, sosyal etkileşimlerin rolü veya sosyal etkileşimlerden elde edilen faydalar da katılımcıların memnuniyetindeki rolü geniş çapta etkilemektedir (Ruan, 2020).

Airbnb üzerinden evini kullanıma açan ev sahipleri, evlerinde yaptıkları hobileri, gezdikleri ve gördükleri yerlerin resimlerini ve videolarını ve kültürel lezzetlerini anlatan resim ya da video içeriği üreterek “yerelden öğrenin”, “yerel ile deneyimleyin” ifadeleri ile farklı deneyim imkânları sunmaktadır. Yerel gibi yaşamak, ziyaretçileri yerel topluluklara entegre etme girişimi olarak değil, her ikisinin de otantik benliklerini ortaya çıkarmanın bir yolu olarak düşünülmesi ve inşa edilmelidir (Oskam, 2019). Airbnb kullanıcılarının %93'ünün “yerel gibi yaşamak” istedikleri ve bu nedenle otantik deneyimler aradıkları, %80'ninin “alışılmamış” deneyimler tercih etmek istemeleri nedeniyle belirli bir mahalleyi keşfetmek için Airbnb'yi kullandığı yapılan istatistiksel araştırmalar ile ortaya konulmuştur (Airbnb, 2013). Yapılan bu değerlendirmeler neticesinde Airbnb konaklaması ile kurulan etkileşimler ve yaşanan kişisel deneyimlerin, katılımcıların başkalarıyla sosyal bağlantılar oluşturduğu ve sürdürdüğü (Tussyadiah & Pesonen, 2018), yeni arkadaşlar edindiği ve bağlantılar kurma fırsatı sağladığı ifade edilebilir. Kısacası Airbnb gibi paylaşım ekonomisi platformları, kişisel deneyimlerin paylaşılmasıyla ev sahipleri ve misafirler arasında doğrudan etkileşimi teşvik eder, turistlerin yerel topluluklarla bağlantı kurmasına olanak tanır. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi platformlarıyla, geleneksel konaklamalarda görülen otel işletmesinde alınan hizmet ve otel çalışması-müşteri diyalogunun ötesine geçilerek, yerel halkın da bu hizmete dâhil edilmesi anlamında birtakım değişiklikler gerçekleşir. Bu durum turistlerin

yerel halk ile iletişimi ve etkileşimini güçlendirmekte, yaşanan kültür alışverişi, kazanılan güven duygusu ile birleşince kişisel dönüşümler gerçekleşebilmektedir. Bunun yanında Airbnb konaklamalarında bazı sınırlamalar ve olumsuz durumlarda söz konusu olabilmektedir. Örneğin misafirler ev sahibinin kurallarına göre hareket etmek durumundadır. Evcil hayvan kabul edilmez, sigara içilmez, parti yapılmaz, belirlenmiş saatten sonra girilmez gibi örnekler bu sınırlamalardan bazılarıdır (Aydın & Aydın, 2019). Ayrıca gürültü, kirlilik, yabancı dil eksikliği, kötü iletişim gibi durumlarda misafirler için Airbnb'nin olumsuzlukları olarak yorumlanmaktadır (Karasakal, Doğan & Yücesoy, 2022).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada kişisel deneyimleri derinlemesine ortaya çıkarmak ve dönüşüm sürecinin analizini yapılabilmesi için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında deneyime odaklanılması nedeniyle nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan “fenomenoloji” yaklaşımı benimsenmiştir. Bir fenomen ile ilgili deneyimlerin katılımcılar tarafından nasıl deneyimlendiğini tespit etmek için kullanılan fenomenoloji yaklaşımı, yaşanmış deneyimlerin ortak amacını tanımlamaktadır. Fenomenoloji sadece bir fenomene değil, aynı zamanda yaşanmış deneyimlerin anlamlarına da odaklanır (Creswell, 2016). Araştırmada veri toplama tekniği olarak görüşme (mülakat) tekniği seçilmiştir. Görüşme tekniği, bir fenomene dayalı görüşlerin ortaya çıkarılmasında etkili bir tekniktir. Bu nedenle alan yazınında Airbnb deneyimi konusunda yapılan çalışmaların incelenmesi paralelinde görüşmede kullanılacak olan görüşme rehberi (formu) hazırlanmıştır. Formda yer alan görüşme soruları; Airbnb kullanım motivasyonları, Airbnb deneyimlerinden beklentiler, deneyimlerden elde edilen kazanımlar ve bu kazanımların bireyin hayatında nasıl etkiler yarattığı üzerine odaklanılarak hazırlanmıştır. Görüşme rehberinde yer alan sorular uzman görüşleri önerilerine sadık kalarak yarı yapılandırılmış bir şekilde hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme rehberi diğer araştırmacılar ve alanında uzman kişiler tarafından kontrol edilerek son haline getirilmiştir. Çalışma sorularının uzman görüşleri doğrultusunda literatüre dayandırılarak şekillendirilmesi ve aynı zamanda çalışmanın analiz aşamasının alanında uzman araştırmacı kontrolünde gerçekleştirilmesi çalışmanın geçerliliğini ortaya koymaktadır. Görüşmeler esnasında ilgili notlar alınmış, veri kaybı yaşamamak adına görüşmeler yüksek kaliteli ses cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Gerek alınan görüşme notları, gerekse görüşmelerin tarafsız bir şekilde yazıya dökümü verileri değerlendirirken şeffaflık ilkesine başvurulduğunu gösterir niteliktedir. Görüşme verilerinin betimlenmesi ve tarafsız bir şekilde olduğu gibi aktarılması araştırma verilerinin özgünlüğü açısından

önemlidir. Araştırmanın özgünlüğünün korunması açısından katılımcı kimlikleri gizli tutulmuş ve her bir katılımcı görüşleri doğrudan aktarılmıştır. Katılımcıların tespit edilmek istenen konu ile ilgili deneyim ve bilgiye sahip kişiler olarak seçilmesi çalışmanın geçerliliğini desteklemektedir. Analiz aşamasında veri setlerinin farklı araştırmacılar tarafından kodlanması ve kod süreci sonucunda kodlayıcılar arası görüş birliğine varılması araştırmanın güvenilirliğine katkı sağlamıştır.

Araştırmanın Örneklemi

Çalışmanın örneklemi hem yurtiçi hem de yurtdışında en az bir kez Airbnb deneyimi yaşamış katılımcılar oluşturmaktadır. Çalışmaya dâhil edilecek kişiler amaçlı örneklemeden ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Örneklem dâhilinde belirlenen kriterlere uygun katılımcı bulmak için sosyal medya hesapları incelenmiş ve sosyal çevrede bu özelliklere sahip biri/birileri olup olmadığı araştırılmıştır. Sosyal çevreden bulunan ilk iki kişi ile pilot çalışma yapılmıştır. Ayrıca sosyal medya aracılığı ile gezgin gruplar olarak oluşturulan hesaplar üzerinden katılımcı tespit edilmeye çalışılmıştır. Uygun görülen ve katılımcı olma özellikleri bulunan kişilere mesaj atılmıştır. Alınan olumlu geri dönüşler neticesinde görüşmeler yapılmıştır. Araştırma pilot bir çalışma ile başlamış, bu yolla mülakat sorularının çalışma amacına uygun olup olmadığı tespit edilmiştir. Pilot çalışmaya katılacak bireyler amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Pilot görüşmeler, Kasım-Aralık 2020 tarihleri arasında 2 kişi ile yapılmıştır. Pilot çalışma sonrasında görüşme rehberinde herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Araştırmaya dâhil edilecek diğer katılımcılara amaçlı (ölçüt) örnekleme yöntemi ile ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerin doyum noktasına ulaşılması sonucunda görüşmeler sonlandırılmıştır.

Veri Toplama Süreci

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler, nitel araştırmalar için en yaygın kullanılan görüşme biçimidir ve bir bireyle veya gruplar halinde gerçekleştirilebilir. Görüşmeler Ocak 2021-Nisan 2021 tarihleri arasında toplam 20 katılımcı ile yapılmıştır. Görüşme rehberi, görüşmelerde demografik özelliklerin yer aldığı bir bölüm ve deneyimlere odaklanan ikinci bir bölüm olmak üzere toplamda iki bölüm olarak hazırlanmıştır. Görüşme rehberi oluşturulurken araştırma soruları dikkate alınmış ve ana amaç ve alt amaçlar doğrultusunda sorulara yer verilerek, deneyimlerin tüm detaylarına ulaşılması hedeflenmiştir. Görüşme rehberi aşağıdaki gibi sorulardan oluşmaktadır:

- Airbnb ile konaklamaya nasıl karar verdiniz?
- Airbnb konaklama sürecinizden bahseder misiniz? Sizi teşvik eden neydi?

- c) İlk Airbnb deneyiminizden bahseder misiniz?
- d) Airbnb'nin pozitif ve negatif yönleri nelerdir?
- e) Airbnb konaklamasını nasıl tanımlarsınız?
- f) Airbnb konaklamanızda ev sahibi ile birlikte vakit geçirmek, yeni tanışılan bir gruba girmek veya yeni bağlar kurmak fikri hakkında neler düşünüyorsunuz?
- g) Yerel halkla olan iletişiminizden bahseder misiniz?
- h) Airbnb kullanım öncesi ve sonrasındaki düşüncelerinizden bahseder misiniz?

Her bir katılımcıdan randevu alınmış, belirlenen gün ve saatte görüşmeler yapılmıştır. Yüz yüze görüşmeler olmakla birlikte, pandemi sürecine denk geldiği için zoom üzerinden ve telefon aracılığı ile de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan alınan onay doğrultusunda görüşme esnasında herhangi bir veri kaybı yaşanmaması için ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Görüşmeler yaklaşık olarak 20 dakika ila 50 dakikalık süreler içerisinde gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma için Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 12.03.2021 tarih ve 2021-05 sayılı ile "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Bulgular kısmında katılımcı düşüncelerine yer verilirken her bir katılımcıya "K" olarak kodlama yapılmıştır. Örneğin, "**Katılımcı 1**" için "**K1**" şeklinde gösterim yapılmıştır. Görüşmeye katılan katılımcılara dair bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Veri Analizi

İçerik analizinde Strauss ve Corbin'in (1990) önerdiği 3 aşamalı açık kodlama, eksen kodlama ve seçici kodlama analiz süreci takip edilmiştir. İlk olarak veriyeye yakınlık sağlanmak için metinler birkaç defa okunup notlar alınmış, benzerlikler ve farklılıklar hakkında bir içgörü sağlanmaya çalışılmıştır. Ardından analize açık kodlama ile başlanmıştır. Kodlama; bazen bir kelime, bazen de bir cümle veya paragraf olacak şekilde kavram-sallaştırma sürecidir (Corbin & Strauss, 2007). İzleyen süreçte eksen kodlamada elde edilen kavramlardan kategorilere ulaşılmıştır. Bunlar Airbnb deneyiminin bileşenlerini oluşturmaktadır. Verilerin bazı bölümlerini bütünleştirerek anlamlı bir çerçeve oluşturmak veya ana temalara ulaşmak için seçici kodlama benimsenmiştir.

Tablo 1. Katılımcı Profili

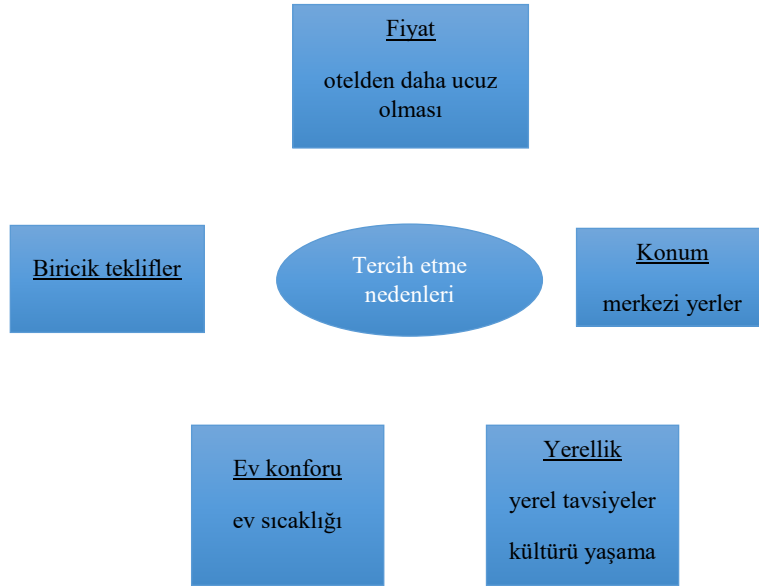
Katılımcı Kodu	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek
K1	35	Yüksek Lisans	Pazarlamacı
K2	30	Yüksek Lisans Devam	Öğrenci
K3	44	Lisans	Bürokrat
K4	35	Lisans	Çalışmıyor
K5	36	Doktora	Akademisyen
K6	24	Lisans	Sosyal Medya Tasarımcısı
K7	27	Lisans	İş geliştirici
K8	37	Doktora	Akademisyen
K9	31	Doktora	Akademisyen
K10	31	Lisans	Avukat/Youtuber
K11	37	Doktora	Akademisyen
K12	58	Lisans	Emekli Edebiyat Öğretmeni
K13	29	Doktora Öğrencisi	Akademisyen
K14	30	Lisans	Kabin Memuru
K15	50	Lise	Emekli
K16	46	Doktora	Akademisyen
K17	57	Lise	Emekli
K18	45	Lisans	Turizm
K19	28	Doktora öğrencisi	Akademisyen
K20	32	Lisans	Öğretmen

BULGULAR

Katılımcıların Airbnb deneyimlerini anlamak adına yapılan derinlemesine görüşmelerin analizi sonucunda 3 tema, 6 kategori ve 18 alt kategoriye ulaşılmıştır. İlk tema olan Airbnb'yi tercih etme nedenlerinde katılımcıların anlatılarından yola çıkarak, Airbnb'nin fonksiyonel faydalarından bahsedilmiştir. İkinci tema olan Airbnb deneyimleme motivasyonunda bireyleri bu tarz bir konaklamaya iten motivasyonlardan bahsedilmiştir. Üçüncü temada ise Airbnb ev sahibi, diğer konaklayanlar ve yerellerle yaşanan temasın kişilerde yarattığı dönüşümler yer almaktadır. Deneyime ilişkin anlamların arasında keskin çizgiler çizmek zor olduğu için temalar altındaki bazı kategoriler birden fazla tema altında ele alınmıştır. Bazı kategoriler arasında kurulan ilişkiler çeşitli örüntülerle aktarılmaya çalışılmıştır.

Airbnb'yi Tercih Etme Nedenleri

Katılımcıların Airbnb'yi tercih etme sebeplerinin başında en belirgin unsurlar olarak fiyat ve lokasyon olsa da bunların yanında etkili olan yerel tavsiyeler, ev sıcaklığı ve konforu gibi başka faktörler de bulunmaktadır. Şekil 1'de Airbnb'yi tercih etme nedenleri görülmektedir.



Şekil 1. Airbnb'yi tercih etme nedenleri

Fiyat, Airbnb tercihinde en önemli unsur olarak gözüktüğü de, bu tercih sebebi belli şartlar altında gerçekleşmektedir. Katılımcılar çoğunlukla otellerden daha ucuz olan evleri tercih etmektedirler. Bunun yanında fiyat performans dengesinin bu konaklama çeşidinde iyi olduğunu belirtmektedirler. Örneğin K7, Paris'te kaldığı bir eve ilişkin şöyle bir yorum yapmaktadır:

“Mesela ben Pariste Eyfel kulesinin dibinde, eyfel manzarasında kaldım. Asla bir otelde o kaldığım evdeki fiyat skalasında kalamazdım” (K7).

Evin konumu da tercih etmedeki en önemli unsurların başında yer almaktadır. Bunun sebebi ise merkezi yerlerde konaklama imkânından kaynaklanmaktadır. Bir diğer ilgi çekici unsur ise lokâl tavsiyelerdir. Neredeyse tüm katılımcılar yerel tavsiyelerin alınabileceği bir konaklama çeşidi olarak Airbnb'den bahsetmektedirler. Airbnb'de konaklamanın daha fazla yerelle iletişim olanağı sağlayarak, o kültürü daha yakından tanıma ve o şehre özgü tavsiyelere daha rahat ulaşma imkânı sunduğundan da söz edilmektedir. Çünkü katılımcılara göre oraya gitmek sadece orayı görmek değildir. O şehirdeki insanların neler yaptığını, neleri deneyimlediğini de öğrenmektir. Bu nedenle Airbnb şehrin sakinleriyle iletişim içinde olan konaklayanlara yerel tavsiyeler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Örneğin şehir hakkında alacağı tavsiyelerden K1 şu şekilde bahsetmektedir:

“Tamam TripAdvisor'a her şey yazılıyor ama turist olmayan yerelin bildiği çok kenarda köşede kalmış çok fazla ortada görünmeyen lokantaların tavsiyeleri yerelden ya da ev sahiplerinden öğreniliyor” (K1).

Katılımcıların bu konaklama türünde ön plana çıktığı unsurlardan biri de Airbnb'nin ev sıcaklığı ve konforu sağlamasıdır. Konaklayanlar kendilerini otel soğukluğundan daha uzakta hissetmektedirler. Kişilerin bahsettiği biricik teklifler ise otellerin sunmayacağı teklifleri kapsamaktadır. Bunlar örneğin evin sahip olduğu tv ses sistemi ve kalabalık seyahate elverişli olma gibi sunulan özel tekliflerdir.

Airbnb Deneyimleme Motivasyonu

Görüşmelerde Airbnb'yi tercih etmenin ötesinde katılımcıların, Airbnb deneyimlerini anlatmaya başladıklarında onları bu tercihe götüren nedenlerin onların bireysel özelliklerinden kaynaklandığı görülmektedir. Airbnb sadece sunduğu fırsatlar bakımından daha tercih edilebilir bir konaklama çeşidi değil, diğer yandan katılım sağlayan bireylerin içsel motivasyonları ile ilgilidir. Burada öne çıkan *farklı bir deneyim yaşama, kimlik ifadesi, ortak yaşam isteği* gibi unsurlar aslında dönüştürücü bir deneyim yaşamalarının da altyapısını oluşturmaktadır. Kişiler burada unutulmaz deneyimler yaşayacaklarına inandıkları için -ki anlatılanlar doğrultusunda bunları yaşadıkları gözlemlenmektedir- Airbnb'de konaklama isteği içerisindeledir. Kimliğin tüketimi şekillendirmesi bağlamında tüketime nesne olan her bir unsurda kimliğin yansımaları olduğu gibi, bu durum burada da görülmektedir. Katılımcılarla görüşmelerde sık sık gözlemlenen durum, onların sıradanlığın dışına çıkmak isteyen, varolan kalıplardan hoşlanmayan, değişik alternatifleri denemeyi ilgi çekici bulan, dışa dönük, paylaşımı değerli bulan kişiler olduğudur. Buna bağlı olarak da bu kişiler için aslında beklentilerini karşılama noktasında Airbnb oldukça iyi bir fırsat sunmaktadır. Kişiler sıklıkla ortak yaşam alanlarında başlarına gelen komik anıları keyifle anlatma

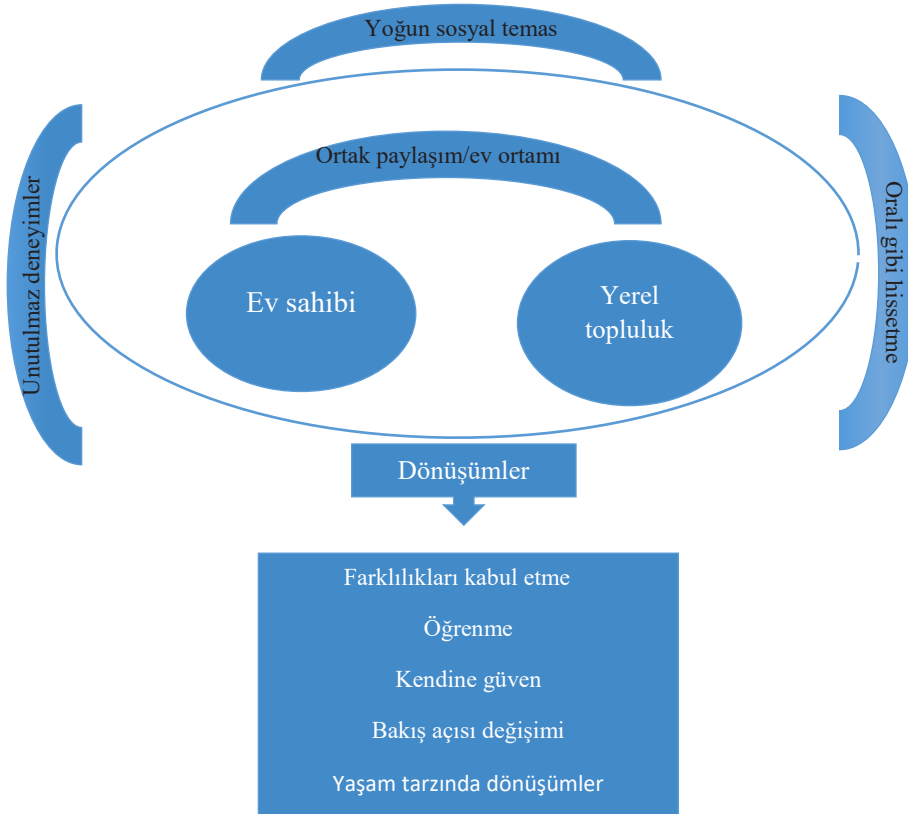
eğilimindedirler. Farklılıkları sevdiğini, farklı bir şey yapmanın onun için anlamlı olduğunu söyleyen K19 ve K5'e göre Airbnb'de konaklamak şöyledir:

“Ek olarak en azından farklı bir şey yaptım bunu da denedim diyebilmek için bile Airbnb'de konaklanabilir. Bilinen sınırların dışına çıkmak” (K19).

“Bana özgü, kişiselleştirilmişlik biraz daha kıymetli hissettiriyor. Ayrıca geçirdiğiniz zamanı da böyle karakteristik geçirmişsin gibi oluyor. Çünkü, oteller birbirine benziyor. Öyle bir yerde kaldığımızda kişiselleştirilmiş değil de sanki kitlenin bir parçası olduğunuzu hissediyorsunuz” (K5).

Dönüştürücü Bir Deneyim olarak Airbnb

Katılımcıların anlatıları değerlendirildiğinde, Airbnb konaklamalarındaki yoğun sosyal temastan doğan kültürel etkileşim, yaşanan unutulmaz deneyimler ve orali gibi hissetmeleri sonucu yaşanan bir takım dönüşümler göze çarpmaktadır (bkz. Şekil 2). Yaşanan bu dönüşümler yoğunlukla ev sahibi ile ortak paylaşımlardan ve çevredeki yerellerle kurulan iletişimden kaynaklanmaktadır. Buldukları bölgede yerelle daha fazla iletişime girmeleri de onların Airbnb evlerinde konaklamaları sonucu o bölgeye ait hissetmelerinden kaynaklanmaktadır.



Şekil 2. Dönüştürücü Airbnb Deneyimi

Araştırmada yoğun sosyal temasın Airbnb deneyiminin önemli bir bileşeni olduğu görülmektedir. Kişiler konaklamalarında özellikle ev sahibinin yaşadığı bir evde kaldıklarında bu durumdan sıklıkla bahsetmektedirler. Gündelik konuşmalar, tavsiyeler, kültür paylaşımı gibi unsurlar bu sosyal temasın ana unsurlarını oluşturur. Paylaşımlı konaklama hizmeti sunan benzersiz bir platform ve kültürel etkileşimin en yoğun olduğu konaklama çeşidi olarak Airbnb, misafirlerinin farklı gruplarla farklı türden etkileşimlere katılmalarını da sağlamaktadır. Bunlardan ilki, misafir-ev sahibi temasıdır. Bu noktada özellikle ev sahibinin de evde bulunduğu evleri tercih edenler genellikle ev sahiplerinin özelliklerini iletişime açık, hoşgörülü, samimi, eğlenceli, nazik, girişken, yardımsever ve arkadaş canlısı olarak tanımlamışlardır. Örneğin K14, kaldığı evin sahibini şöyle değerlendirmektedir:

“Çok misafirperverdi bence ve iletişime açıktı. Gayet de yardımseverlerdi. Yardımseverleri, arkadaş yanlısı olanları seçiyorum ben de genellikle. Teknik bir sorun ya da arıza olduğunda bile iyi bir insansa eğer arkadaş ve misafir gibi bakar ve çözüm üretmeye çalışmazsa benim ona bakış açım olumsuz olur” (K14).

Ev sahibi ile yaşanan bu yoğun ve iyi temas kişilerin deneyimlerinin oluşmasında önemli bir faktördür. K11 örneğin, Romanya’da kaldığı ev sahibi ile hala görüştüğünü belirtmektedir:

“Biz hala daha görüşürüz. Onlar sayesinde Romanya denilince mutlu oluyorum. Çünkü güzel olumlu anlamda bir deneyim kazanmamı sağladılar” (K11).

Katılımcılar, ev sahibi dışında konaklayan diğer kişilerle olan etkileşimden sıklıkla bahsetmektedirler. Airbnb ile konaklamanın rahatlığı göz önünde bulundurulduğunda farklı birçok kişi aynı evde bir araya gelmektedir. Katılımcılar, bu kadar rahat bir şekilde diğer turistlerle bir araya gelmeyi başka bir yerde bulamayacakları muhteşem bir deneyim olarak değerlendirmişlerdir. Üçüncüsü, yerelle kurulan iletişimdir. Airbnb misafirleri bilgi istemek, yerel kültürü ve yaşam tarzını keşfetmek, sohbet etmek, seyahat deneyimlerini paylaşmak veya herhangi bir sorunu çözmek için yerel halkla iletişime geçmektedir. Tüm bu unsurlar bir arada değerlendirildiğinde, kişilerin iletişim süreçlerini yaşarken ev ve yerellik olgularının birleşimi ile kendilerini “oralı gibi hissetme”leridir. K16 bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“Evde yemek yapma, yerel halkla görüşme, ne bileyim çevreyi daha iyi tanımak olarak yani turist gibi değil yerel oluyorsunuz. Yaşadığımız yerin içine giriyorsunuz” (K16).

Çalışmada elde edilen temalardan biri de kişilerin Airbnb deneyimi temelinde yaşadıkları dönüşümlerdir. Ev sahibi ile gerçekleşen iletişim ve paylaşım, evlerdeki ortak paylaşım alanlarında diğer konaklayanlar ile elde edilen deneyimler, yerel insanlara daha yakından temas edilmesi ile oluşan birtakım durumlar kişilerin dönüşüm hikâyelerinin temellerini oluşturmaktadır. Ev sahiplerinin karakterleri veya zevkleri, ev sahipleriyle ve diğerleriyle bir evi paylaşmak, etkileşim, ilgi çekici sohbetler, potansiyel iş fırsatları ve ortak bir şeyler yapma deneyimi bu konudaki belirleyicilerdir.

Farklılıkları kabul etmek

Kişiler konaklama tercihlerinden doğan bu etkileşimin kültürel bir değiş tokuş olduğundan bahsetmektedirler. Hemen hemen herkes, başka bir kültüre bu kadar yakından tanık olmadığını ifade etmektedir. Airbnb, alternatifleri arasında diğer tüm konaklama seçeneklerinden daha fazla yoğun kültürel etkileşime sahip bir ortam sunmaktadır. Katılımcılar, bu yoğun temasla beraber içinde yaşadığı kültüre dışarıdan bakıp sorgulama eğilimindedirler ve böylece diğer olasılıklara daha açık hale gelmektedirler. K12’nin hikâyesindeki durum buna örnektir:

“Beni en çok etkileyen ne oldu biliyor musunuz, Giritte bir erkekle aynı evde kaldım ben. Odalarımız dip dibeydi. Çok korkmuştum çok da ürkmüştüm. Ama sonra kendime çok kızdım. Bunu neden yaptım ben? Yettiğimiz kültür böyleydi çünkü bize göre bu yanlıştır. Hayatımda bu gezi boyunca şunu fark ettim cinsiyetinden önce insanlığım geliyordu ilk. İnsan olarak bakıldı bana hep kadın olarak değil ve bu beni o kadar mutlu etti ki.” (K12).

Bununla beraber, bu durum beraberinde başka kültürlerle yönelik önyargıların giderilmesini, kişilerin hayata bakış açılarının değişimini de sağlamaktadır. Dolayısıyla farklılıkları kabul olgusu sıklıkla bahsedilen bir durum olarak belirtilmektedir. Bu durum diğer taraftan katılımcıların tıpkı bir kültür elçisi gibi pozisyon almalarını sağlamaktadır. Örneğin K17, bu alışveriş esnasında karşıya hoşgörüyü sağlarken kendisinde Türk kültürünü tanıtmaya sorumluluğu hissetmiştir:

“Türk kültürümüzdeki misafirperverliği oraya taşıdım. Bunu anaçlık olarak değil de kültürel bir tanım amacıyla düşündüm. Biz gittiğimiz yerde farklı bir kültür öğreniyoruz, onlara da bizim kültürü öğretilim diye düşünüyorum” (K17).

Başkalarından öğrenme

Katılımcılar, kaldıkları evlerdeki deneyimlerinden sonra farklı insanlarla bir arada yaşamanın onlar için öğretici yanlarından bahsetmişlerdir. Bu öğrenme hayata bakışla ilgili olabilmekte, bir kültürü öğrenmek-

le ilgili olabilmekte veya yeni iş fikirleri konularında olabilmektedir. Buradaki öğrenme teması yine Airbnb konaklaması sayesinde yaşanan yoğun sosyal temastan ileri gelmektedir. Öğrenme vurgusu katılımcıların sıklıkla bahsettiği bir durum olarak görülmektedir:

“Açıkçası farklı bir deneyim kazanıyorsun ya onlardan bire bir öğreniyorsun. O da iyi oluyor. Sana bir şeyler öğretmiş oluyorlar” (K11).

“Düşünsenize hiç tanımadığımız kişilerden bir şeyler öğreniyorsunuz. Dediğim gibi kaldığımız yerde birden fazla kültürün yer aldığını düşünüsenize” (K15)

Örneğin K17, Airbnb deneyimlerinden sonra kendi evini de aynı şekilde misafirlere açmak istemektedir:

“Kendi evimi bile Airbnb açmayı düşünüyorum. Ama şimdi çevreden de çekiniyorum açıkçası. Couchsurfing'i açtık mesela evimizi, yani gidemeseniz bile farklı kültürler size gelebiliyor (K17).

Kendine güven

Öne çıkan baskın kavramlardan biri de cesaret olgusudur. Yabancı bir ortamda samimi bir konaklama biçimi ile yerel mahallelerde, tıpkı oralılar gibi yaşarken kurulan iletişim kişilere başarıma hissi yaşatmaktadır. Katılımcılar özellikle İngilizce konuşurlarken ve iletişim kurarlarken kendilerini daha cesaretli hissetmektedirler. İhtiyaç karşılamaktan öte, sohbet ve hikâyelerle kurulan iletişim dil becerilerini daha fazla geliştirmektedir. Bunun özgüveni arttırıcı yanı kişiler tarafından sıklıkla bahsedilmektedir. Örneğin K12; uzun süren Airbnb konaklamasında birçok farklı kişi ile yaşadığı deneyimi anlatırken şu ifadeleri kullanmıştır:

“Kafamda pek çok şey değişti, özgüvenim ve cesaretim arttı. Ufkum değişti. Döndükten sonra rutin yaşama adapte olamadım bu da bende mutsuzluk yarattı” (K12).

Yaşam tarzına tanık olma

Yaşam tarzına tanıklık sıklıkla ev sahibi ile ilişkilerde ön plana çıkmaktadır. Birinin gündelik yaşam pratiklerine tanık olmak, nasıl alışveriş yaptığını görmek, evinde neler kullandığını, yoğunlukla katılımcılar dekorasyonunu beğendikleri evlerin onlar için daha çekici olduğunun da altını çizmektedirler. Dahası, tasarıma ilişkin bu detayların birçok katılımcıda daha derin anlamlara da sahip olduğu görülmektedir. Kişilerin vizyonunda bir takım değişikliklere olanak sağlamaktadır:

“... Yurt dışında kaldığımız yerlerde neyi nasıl kullanmışlar, küçük alanlar vardı mesela küçük olmasına rağmen o kadar güzel tasarlanmışlar ki, bunu ben de evime uyarlayabilir miyim ya da nasıl kurgulayabil-

rim gibi fikirler oluşuyor. Ama çoğunlukla zaten ikea ürünleri bağlamında tasarım ürünleri yurt dışında çok sık kullanılıyor ben de zaten çok sık kullanıyorum ama yurt dışında farklı vizyonlar var. Hmm burada böyleymiş dediğim şeyler oldu mesela.” (K5).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Turizm dönüştürücü bir deneyim aracılığıyla uzunca bir süre devam ederek değişiklik meydana getirmede bir araç olarak görülür (Zhao & Agyeiwaah, 2023). Bu noktada turizmde farklı deneyimler yaşatmak ve yaşamak giderek önemli hale gelmektedir. Farklı turizm deneyimleri kişisel dönüşüme teşvik ederek, büyük oranda hatırlanabilir bir deneyim halinde gerçekleşir. Unutulmaz turizm deneyimi hakkındaki tartışmalar hızlı büyüyen ve kısa vade kiralama imkanı sağlayan, dünyanın en büyük ve önde gelen şirketlerinden biri olarak değerlendirilen Airbnb ile de açıklanmaktadır. Airbnb konaklaması, standart bir otel odasında kalma yerine, bir mahallede kalma, bir yerleşim bölgesinde bulunma ve yerel bir ev sahibi ile etkileşim kurma imkânı sunmakta (Guttengat, 2019), geleneksel bir turizm deneyiminden farklı olduğundan misafirler için hatırlanabilir ve dönüştürücü gücü yüksek bir deneyim olarak akılda kalmaktadır.

Araştırma bulguları, katılımcıların özellikle ev sahibiyle birlikte konaklayabilecekleri Airbnb evlerini tercih ettiklerini göstermektedir. Ev sahiplerinin çevreye hakim olması, gerektiğinde ayrıntılı bilgi vermesi bu yönde verilen kararları destekleyen durumlardır. Ayrıca ev sahibi misafir arasında gerçekleşen kültür alışverişi de birçok katılımcı için cezbedicidir. Bu durum katılımcılar için farklı türden insanlarla etkileşim ve iletişim imkânı sağlamaktadır. Birçok katılımcıya göre Airbnb evlerindeki ortak kullanım farklı kültürden insanların kaynaşması için de bir fırsat sağlamaktadır. Airbnb üzerine yapılan çalışmalarda, Airbnb'nin akılda kalıcı ve otantik deneyim yaratma özelliği olduğundan bahsedilmektedir (Guttengat, 2019). Dönüştürücü öğrenme kuramı da; turistlerin çevreleri üzerine düşüncelerine ve kültürlerarası farkındalık yaratmaya ilişkin kazanılan yeni beceri ve değerleri tanımlamak için kullanılır (Pung ve ark., 2020). Bu bağlamdan hareketle, araştırmanın bu bulgusu Airbnb deneyiminin birçok katılımcı için kültürel temasla ilişkili olarak dönüştürücü bir özelliğe sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcılar; ucuzluk, kültürel etkileşim, yerel tavsiye alabilme, merkeze yakınlık gibi hususları Airbnb'yi tercih etme nedeni olarak göstermektedir. Merkezi bir konuma sahip konaklama işletmesinde kalmak birçok turist için mümkün olmazken, merkezi konumda bulunan bir Airbnb evinde kalmak birçok kişi için cazip görülmektedir. Bu yargıyı destekler nitelikte Guttengat

& Smith (2017) de Airbnb evlerinin, geleneksel konaklama tesislerine göre temizlik ve güvenlik açısından düşük performansa sahip olsa da nispeten daha ucuz ve daha otantik bir deneyim sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca birçok katılımcıya göre, Airbnb deneyimi geleneksel konaklamaya göre daha fazla iletişim ortamı sağlamak ve yalnızlığı azaltmaktadır. Yapılan bir çalışmada yalnızlık ve etkileşim kavramları Airbnb ev sahipleri ve misafirleri bağlamında ele alınmış, sosyal izolasyon yaşayan misafirler için Airbnb'nin ev sahipleri ile kurulan iletişimin iyi bir uyum ortamı oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır (Farmaki & Stergiou, 2019). Çalışma sonuçlarının bu çalışma ile benzerlik gösterdiği ifade edilebilir. Buradan hareketle geleneksel konaklamaların aksine Airbnb konaklamasının misafirlerin kişisel gelişimine ve dönüşümüne katkı sağladığı ifade edilebilir.

Araştırmadan elde edilen diğer bulguya göre; katılımcılar özellikle ev sahibinin de yaşadığı bir evde konakladıklarında etkileşimin daha yoğun olduğundan bahsetmedirler. Ev sahibi-misafir arasında kurulan sosyal temasın yoğunluğu Airbnb'nin önemli bir bileşenidir. Belirli konularda ev sahibinden tavsiye alma, evde kaldıkları süre içinde ev sahibiyle gerçekleştirilen muhabbetler bu yoğun teması artırmaktadır. Bu durumu destekler nitelikte Aydın & Aydın (2019) yaptıkları çalışmada Airbnb kullanıcı yorumlarını incelemiş, ev sahibi ile ilgili öne çıkan yorumların yardımseverlik noktasında yoğunlaştığını ve Airbnb'nin sosyal etkileşimi güçlendirdiğini ifade etmiştir. Diğer taraftan Airbnb de bir kişi hiç tanımadığı bir kişiden ev veya oda kiralamakta bu nedenle temel olarak birbirini hiç tanımayan kişiler arasında güven oluşumu gerekli olmaktadır (Lee & Kim, 2018). Bu bağlamda ortaya çıkan sonuçlardan biri araştırma katılımcılarının cesaret konusundan sıkça bahsetmesidir. Daha önce hiç karşılaşmadığı birinin evinde kalmak katılımcılar için bir başarıma hissi olarak açıklanmaktadır. Bu durum uzun dönemde kişilerin birçoğu için kendine güven ve iletişimin güçlenmesi şeklinde bir geridönüş sağlayarak, kişisel bir dönüşüm meydana getirebilir.

Araştırma bulgularının geneline bakıldığında; Airbnb konaklamalarında güven, ucuzluk, ulaşılabilirlik konularının da öne çıktığı görülmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda bu değişkenlerin dikkate alınarak araştırma sorusu geliştirilmesi araştırmacılara bir öneridir. Her çalışmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Araştırma genişletilerek daha geniş bir örnekleme yapılabilir. Farklı değişkenlerin eklenmesiyle nicel yöntemler kullanılabilir veya veri çeşitlendirilerek de çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Airbnb. (2013, June 8). New study: Airbnb community contributes €185 million to Parisian economy. Retrieved from <https://www.airbnb.nl/press/news/new-study-airbnb-community-contributes-185-million-to-parisian-economy>.
- Airbnb. (2021, April 13). Airbnb 2021 Release: 100+ innovations and upgrades across our entire service. Retrieved from <https://news.airbnb.com/2021-release/>.
- Alyakoob, M. & Rahman, M. (2018). Airbnb: Is it a Curse or a Blessing for Restaurant Employment. Thirty Ninth International Conference on Information Systems, San Francisco, 1-15.
- Aruan, D. T. H. & Felicia, F. (2019). Factors Influencing Travelers' Behavioral Intentions to Use P2P Accommodation Based on Trading Activity: Airbnb vs Couchsurfing, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13 (4), 487-504.
- Avunduk, H. & Akpınar, A. (2021). Seyahat ve Turizmde Paylaşım Ekonomisi: Airbnb Türkiye Örneği, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Özel Sayı, 135-149.
- Aydın, S. Ö. & Aydın, S. (2019). Airbnb Kullanıcı Yorumları: Eskişehir Örneği, *Journal of Academic Value Studies*, 5 (3), 344-351.
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N. Gruber, T. & Kandampully, J. (2017). A Triadic Framework for Collaborative Consumption (CC): Motives, Activities and Resources & Capabilities of Actors, *Journal of Business Research*, 79, 219-227.
- Bucher, E., Fieseler, C., Fleck, M. & Lutz, C. (2018). Authenticity and The Sharing Economy, *Academy of Management Discoveries*, 4 (3), 294-313.
- Cheng, M. & Jin, X. (2019). What do Airbnb Users Care About? An Analysis of Online Review Comments, *International Journal of Hospitality Management*, 76, 58-70.
- Cesarani, M. & Nechita, F. (2017). Tourism and the Sharing Economy. An Evidence from Airbnb Usage in Italy and Romania, *Emerging Issues in Management*, 3, 32-47.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2007). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Sage Publications, USA.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Desforges, L. (2000). Traveling The World: Identity and Travel Biography, *Annals of Tourism Research*, 27 (4), 926-945.
- Doğru, T., Hanks, L., Mody, M., Suess, C. & Sirakaya-Turk, E. (2020). The Effects of Airbnb on Hotel Performance: Evidence From Cities Beyond The United States, *Tourism Management*, 79, 104090.
- EatWith (2022 May 15). Retrieved from <https://www.eatwith.com/>
- Fang, B., Ye, Q. & Law, R. (2016). Effect of Sharing Economy on Tourism Industry Employment, *Annals of Tourism Research*, 57, 264-267.
- Farmaki, A. & Stergiou, D. P. (2019). Escaping Loneliness Through Airbnb Host-Guest Interactions, *Tourism Management*, 74, 331-333.
- Fellander, A., Ingram, C. & Teigland, R. (2015, 3 March). The Sharing Economy Embracing Change With Caution. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/THE-SHARING-ECONOMY-EMBRACING-C-HANGE-WITH-CAUTION-Fell%3%A4nder-Ingram/4740d0c80c6a4a623f5d73d8a1a30d5896bbc628>.
- Ferreri, M. & Sanyal, R. (2018). Platform Economies and Urban Planning: Airbnb and Regulated Deregulation in London, *Urban Studies*, 55 (15), 3353-3368.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive Innovation and The Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector, *Current issues in Tourism*, 18 (12), 1192-1217.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. (2017). Assessing Airbnb as a Disruptive Innovation Relative to Hotels: Substitution and Comparative Performance Expectations, *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10.
- Guttentag, D. (2019). Transformative Experiences Via Airbnb: Is It The Guests or The Host Communities That Will Be Transformed?, *Journal of Tourism Futures*, 5 (2), 179-184.
- Gül, İ., Dinçer, M. Z. & Çetin, G. (2018). Paylaşım Ekonomisi ve Turizm Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 7-16.
- İperty Management (2022, May 13). Airbnb Statistics. Retrieved from <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics>.
- Karasakal, S., Doğan, O. & Yücesoy, S. (2022). Airbnb Yorumları Üzerine Bir Araştırma: Antalya Örneği, 22. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı (Ed. Yeşiltaş, M.), 417-430, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kim, J., Yoon, Y. & Zo, H. (2015). Why People Participate in the Sharing Economy: A Social Exchange Perspective, *PACIS*, 76.
- Kumar, V., Lahiri, A. & Doğan, O. B. (2018). A Strategic Framework for a Profitable Business Model In The Sharing Economy, *Industrial Marketing Management*, 69, 147-160.

- Lee, S. & Kim, D. (2018). Brand Personality of Airbnb: Application of User Involvement and Gender Differences, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (1), 32-45.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & 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.
- Mezirow, J. (2008). An Overview on Transformative Learning, *Lifelong Learning*, 40-54.
- Mody, M., Hanks, L., & Dogru, T. (2019). Parallel Pathways to Brand Loyalty: Mapping The Consequences of Authentic Consumption Experiences for Hotels and Airbnb, *Tourism Management*, 74, 65-80.
- Moon, H., Miao, L. Hanks, L. & Line, N. D. (2019). Peer-to-Peer Interactions: Perspectives of Airbnb Guests and Hosts, *International Journal of Hospitality Management*, 77, 405-414.
- Morgan, A. D. (2010). Journeys into Transformation: Travel to an "Other" Place as a Vehicle for Transformative Learning, *Journal of Transformative Education*, 8 (4), 246-268.
- Novikova, O. (2021). Business Model Transformation of a Service Provider on a Sharing Economy Platform, *Journal of Business Models*, 9 (1), 35-42.
- Oskam, J. & Boswijk, A. (2016). Airbnb: The Future of Networked Hospitality Businesses, *Journal of Tourism Futures*, 2 (1), 22-42.
- Oskam, J. A. (2019). The Future of Airbnb and the 'Sharing Economy': The Collaborative Consumption of our Cities, *Journal of Tourism Futures*, 5 (3), 285-286.
- Oxford Dictionary (2023, March 4). Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sharing-economy?q=sharing+economy>.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1998, February 2). Welcome to the Experience Economy. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>.
- Pung, J. M., Yung, R., Khoo-Lattimore, C. & Del Chiappa, G. (2020). Transformative Travel Experiences and Gender: A Double Duoethnography Approach, *Current Issues in Tourism*, 23 (5), 538-558.
- Reisinger, Y. (Ed.). (2013). *Transformational Tourism: Tourist Perspectives*. CABI.
- Richardson, L. (2015). Performing the Sharing Economy, *Geoforum*, 67, 121-129.
- Ruan, Y. (2020). Perceived Host-Guest Sociability Similarity and Participants' Satisfaction: Perspectives of Airbnb Guests and Hosts, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 419-428.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage Publications, USA.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy*, The MIT Press, London.
- Tussyadiah, I. P. & Pesonen, J. (2018). Drivers and Barriers of Peer-to-Peer Accommodation Stay-An Exploratory Study with American and Finnish Travellers, *Current Issues in Tourism*, 21 (6), 703-720.
- Türker, N., & Acar, A. (2021). Dönüşümsel Turizm (256-268). İçinde Aydın, Ş. ve Boz, M. (Ed.). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Wang, D., & 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, Y., Tan, K. P. S. & Li, X. R. (2019). Antecedents and Consequences of Home-Sharing Stays: Evidence From a Nationwide Household Tourism Survey, *Tourism Management*, 70, 15-28.
- Zhao, Y. & Agyeiwaah, E. (2023). Understanding tourists' transformative experience: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 188-199.
- Zhu, Y., Cheng, M., Wang, J., Ma, L. & Jiang, R. (2019). The Construction of Home Feeling By Airbnb Guests in The Sharing Economy: A Semantics Perspective. *Annals of Tourism Research*, 75, 308-321.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

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

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmanın etik kurul onayı Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 21.10.2021 tarihli ve 2021-05 sayılı kararı ile alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Her yazar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

EXTENSIVE SUMMARY

The Transformative Power of Tourism: Airbnb Experience

Ayşe DELİORMANLI*, Cansev ÖZDEMİR,
Ebru DÜŞMEZKALENDER

Introduction

The sharing economy is defined as short-term rentals by private individuals or entrepreneurs, as opposed to professional and established hotel businesses (Oskam & Boswijk, 2016: 22). Platforms and businesses such as Airbnb, Couchsurfing, Zipcar, Blablacar, HomeAway, Eatwith, Uber are considered the pioneers of the sharing economy. Airbnb is undoubtedly the most used of these platforms and has the largest market share. Currently the largest accommodation service, Airbnb has surpassed major hotel chains in terms of number of beds and market share. Despite being a new phenomenon, it is growing fast, making Airbnb a serious competitor for hospitality businesses (Oskam & Boswijk, 2016).

Airbnb connects the host and the guests who want to stay. The fact that the guests are the only ones in the house where they stay and that they see the Airbnb house as their own home is justified and explained with a sense of trust (Aruan & Felicia, 2019). From a different perspective, it has been suggested that the memorability of experiences is also among the reasons for choosing Airbnb. Mody, Hanks & Dogru (2019), who put forward this idea, emphasized that memorability is the result of a renewed sense of self. Christie & Mason (2003), who believe that people who gain experience by participating in tourism activities have a positive impact on their attitudes and behaviors, defined this change as "tourism transformation" in their study. In support of these views, Guttentag (2015) states that tourists prefer Airbnb not only for its economic benefits but also because it creates experiential values. Considering the results of all these studies, it is assumed that the reasons for preferring Airbnb may be different, Airbnb experience may result in different experiences for individuals, and Airbnb may have a transformational effect on people's experiences. The starting point of this study is to support these views with empirical evidence and to contribute to the gap in the literature on this subject. When the literature is analyzed, it is thought that this study will contribute to the literature since there is no study on the transformative power of Airbnb use on tourists.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

Sharing economy is a system that mobilizes the unused value of all kinds of assets with more easily accessible models (Fellander, Ingram & Teigland, 2015), where people can share goods and services, usually through the internet (Oxford Dictionary, 2023). Airbnb is the most well-known representative of the sharing economy in tourism (Lee & Kim, 2018). This consumption model, which is seen as an alternative form of accommodation, is an attractive system for both those who rent their personal properties and those who book these properties (Moon, Miao, Hanks & Line 2019). In particular, home-sharing or room-sharing opportunities created against the classical understanding of accommodation have reached significant figures through Airbnb and have taken their place in the sharing economy.

Tourism in the sharing economy refers to a locally implemented model based on a global concept. A traditional tourism activity is related to destination attractiveness and is explained by a set of services such as accommodation, transportation, food and beverages. Tourism in the sharing economy is characterized by the development of shared services that accelerate the flow of tourists. Today, traditional tourist destinations are attracting tourists, shaping tourist behavior and gaining competitive power with some factors that enable the development of the sharing economy. This new paradigm is realized within the framework of trust, togetherness, technology and transformation (Trust, Togetherness, Technology and Transformation) of the sharing economy (Cesarani & Nechita, 2017). The aforementioned 4Ts can be explained by the fact that the sharing economy is a system that is trust-based, technology-based, based on mutual relations, and has a high power to create transformation in the relationship between producer and consumer. In this case, it is possible to talk about the transformative effect of relatively new platforms, which are evaluated within the scope of the sharing economy, on the guests who experience them.

METHODOLOGY

Phenomenology, one of the qualitative research approaches, was adopted in the study. The sample of the study consists of participants who have experienced Airbnb at least once both in Turkey and abroad. Participants were tried to be reached through the pages created on their social media accounts, and interviews were conducted as a result of the positive feedback received. After the interviews, the remaining participants were reached by snowball sampling. The data were obtained through a semi-structured interview

* Corresponding author at: İstanbul Beykent University, Vocational High School ayseделиormanli@beykent.edu.tr

form prepared in accordance with the purpose of the study. Semi-structured in-depth interviews are the most commonly used interview format for qualitative research and can be conducted with an individual or in groups. In this study, individual in-depth interviews were preferred. Interviews were conducted with a total of 20 participants between January 2021 and April 2021.

Data Analysis

In the analysis of the data, the 3-stage open coding, axis coding and selective coding analysis process proposed by Strauss and Corbin (1990) was followed. First, the texts were read several times and notes were taken to ensure closeness to the data, and an insight into similarities and differences was tried to be provided. Then the analysis started with open coding. Coding is the process of conceptualization, sometimes a word, sometimes a sentence or a paragraph (Corbin & Strauss, 2007). In the following process, categories were reached from the concepts obtained in axis coding. These constitute the components of the Airbnb experience. Selective coding was adopted to integrate parts of the data to create a meaningful framework or to reach main themes.

DISCUSSION AND CONCLUSION

As a result of the analysis of the in-depth interviews conducted to understand the Airbnb experiences of the participants, 3 themes, 6 categories and 18 sub-categories were reached. In the first theme, the reasons for choosing Airbnb, the functional benefits of Airbnb were mentioned based on the narratives of the participants. In the second theme, the motivation to experience Airbnb, the motivations that push individuals to this type of accommodation were mentioned. The third theme is the transformations created by the contact with Airbnb hosts, other hosts and locals. Since it is difficult to draw sharp lines between the meanings of the experience, some of the categories under the themes are discussed under more than one theme. The relationships established between some categories are tried to be conveyed through various patterns.

The findings of the research show that participants especially prefer houses where they can stay with the host. The fact that the hosts have a good command of the environment and provide detailed information when necessary supports these decisions. In addition, the cultural exchange between the host and the guest is also attractive for many participants. This provides the opportunity to interact and communicate with different types of people. According to many

participants, the common use of Airbnb homes also provides an opportunity for people from different cultures to mingle. In studies on Airbnb, it is mentioned that Airbnb has the ability to create memorable and authentic experiences (Guttengat, 2019). Transformative learning theory is also used to describe the new skills and values that tourists acquire in reflecting on their environment and creating intercultural awareness (Pung et al., 2020). Based on this context, this finding of the study can be interpreted that the Airbnb experience has a transformative feature for many participants in relation to cultural contact.

According to the other finding of the research, the participants mentioned that the interaction is more intense, especially when they stay in a house where the host also lives. The intensity of social contact between host and guest is an important component of Airbnb. Getting advice from the host on certain issues and conversations with the host during their stay increase this intense contact. On the other hand, in Airbnb, a person rents a house or a room from a person they do not know at all, so it is necessary to build trust between people who basically do not know each other at all (Lee & Kim, 2018: 34). One of the most frequently mentioned issues in the research is courage. Staying in the home of someone they have never met before is explained as a sense of accomplishment for the participants. In the long term, this situation may lead to a personal transformation for many of the participants by providing feedback in the form of self-confidence and strengthening communication.