



Received: 2 December 2023 | Revised: 13 December 2023 | Accepted: 16 December 2023

KISA SÜRELİ KONUT KİRALAMALARININ PROFESYONELLEŞMESİ VE ETKİLERİ: MUĞLA'DA AIRBNB ÖRNEĞİ¹

Professionalisation and Impacts of Short-Term Rentals: The Case of Airbnb in Muğla

Volkan ZOĞAL*

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi,
Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü
Tokat-Türkiye
volkan.zogal@gop.edu.tr

Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi,
Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü
İzmir-Türkiye
gozde.emekli@ege.edu.tr

Abstract

Airbnb, the largest of the platforms offering short-term accommodation to tourists on a global scale, is becoming increasingly commercialised and professionalised all over the world. This has led to further debates about the impact of short-term rentals and anti-Airbnb social movements in different cities worldwide. In order to mitigate the negative effects of Airbnb, governments are adopting legal regulations to control short-term rentals and may even choose to ban such activities altogether. Introducing new regulations on this topic in Türkiye in 2023 reflects these efforts.

This study focuses on the professionalisation and impact of short-term rental activities in Muğla, which has the highest number of Airbnb listings relative to its population in Türkiye. In this context, secondary data on Airbnb listings in Muğla were analysed and in-depth interviews were conducted with a total of 35 people, including Airbnb hosts, accommodation facilities, local agencies and local residents. The findings show that Airbnb activities in Muğla are becoming increasingly professionalised. While the positive effects of Airbnb activities are seen as creating economic vitality, providing an accommodation alternative, meeting a need during the pandemic period and strengthening social ties, the main negative effects of the platform are seen as the increasing in rental and sale housing prices and increasing housing problems.

Keywords: Short-Term Rentals, Professionalisation of Airbnb, Impacts of Airbnb, Housing Problem, Muğla

Öz

Küresel ölçekte turistlere kısa süreli konaklama imkânı sağlayan platformların en büyüğü olan Airbnb, tüm dünyada giderek daha fazla ticarileşmekte ve profesyonelleşmektedir. Bu durum, Airbnb platformu aracılığıyla gerçekleşen kısa süreli konut kiralamalarının etkilerinin daha fazla tartışılmasına ve dünyanın farklı şehirlerinde Airbnb karşıtı toplumsal hareketlere yol açmaktadır. Bu problemleri önlemek adına yönetimler hazırlanan düzenlemelerle önlemler almakta bazen de bu faaliyetleri tamamen yasaklayabilmektedir. Nitekim Türkiye'de de konuya ilişkin 2023 yılında yeni bir yasal düzenlemenin yayımlanması bu çabaların bir yansımasıdır.

Bu çalışma, Türkiye'de nüfusuna oranla en fazla Airbnb ilanına sahip olan Muğla'da kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin profesyonelleşmesine ve etkilerine odaklanmaktadır. Bu kapsamda Muğla'daki Airbnb ilanlarına ilişkin ikincil veriler analiz edilmiş ayrıca Airbnb ilan sahiplerinden, konaklama tesislerinden, yerel acentelerden ve yerel halktan oluşan toplam 35 kişiyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları, Muğla'da Airbnb faaliyetlerinin giderek daha fazla profesyonel bir yapı kazandığını göstermiştir. Airbnb faaliyetlerinin ekonomik bir canlılık yaratması, özel konaklama tercihleri olan kitleler için bir alternatif sunması, pandemi döneminde bir ihtiyaca yanıt vermesi ve sosyal bağları kuvvetlendirmesi sistemin olumlu etkileri olarak görülürken, kiralık ve satılık konut fiyatlarını artırması ve barınma sorunlarını büyütmesi sistemin başlıca olumsuz etkileri olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kısa Süreli Konut Kiralamaları, Airbnb'nin Profesyonelleşmesi, Airbnb'nin Etkileri, Barınma Sorunu, Muğla

¹ Bu çalışma sorumlu yazarın Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beşeri ve İktisadi Coğrafya programında tamamladığı "Kısa Süreli Konut Kiralamalarının Mekânsal Özellikleri ve Etkileri: Muğla'da Airbnb Örneği" başlıklı doktora tezinden yararlanarak üretilmiştir. Çalışma Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından (SGA-2021-22657 nolu proje) desteklenmiştir.

* Sorumlu Yazar/ Corresponding author

1. GİRİŞ

İnternetin yaygın kullanımı ve paylaşım ekonomisinin yükselişi, geleneksel konaklama olanaklarının karşısına birçok alternatif konaklama olanağı getirmiş ve turistlere turizm faaliyetleri süresince konaklama imkânı sağlayan internet tabanlı platformlar ortaya çıkmıştır. Büyük ölçüde oteller, moteller, pansiyonlar ve tatil köyleri tarafından karşılanan konaklama ihtiyacı günümüzde paylaşım ekonomisi platformları aracılığıyla gelir düzeyi birbirine yakın bireyler tarafından da karşılanabilir olmuştur.

Turist profilindeki ve beklentilerindeki değişiklik, konaklama sektöründeki bu değişimde temel bir role sahiptir. Yeni turist profilinin konaklama ücretinden tasarruf sağlamak, yerel kültürün ve toplumun içerisine girmek, bağımsızlık, macera ve esneklik tutkuları, yaşadığı evden uzakta bir eve sahip olma, otantik ilişkiler ve turist imajından kaçma istekleri alternatif konaklamalara olan ilgiyi günden günde artırmıştır. Teknolojiyle ilişkisi yüksek olan Y ve Z kuşağı bireyleri, geleneksel konaklama sektörünün mekânsal olarak kapalı, izole ve standart konaklama tesislerinin aksine, ev sahibinin yaşamının bir parçası olan yeni konaklama platformlarını ve evleri daha çok tercih etme eğilimindedir.

Paylaşım ekonomisindeki alternatif konaklamalar dijital platformlar aracılığıyla temelde iki şekilde gerçekleşmektedir: “Konut/oda paylaşımı” ve “konut değiş-tokuşu”. Günümüzde, küresel ölçekte turistlere kısa süreli konaklama imkânı sağlayan platformların en büyüğü **Airbnb**’dir. Airbnb, faaliyetlerine 2007 yılında ABD’nin San Francisco şehrinde yaşayan iki arkadaşın, şehirde düzenlenen uluslararası tasarım kongresi sırasında kalacak yer arayan üç turisti evlerinde şişme yer yataklarında ağırlamasıyla başlamıştır. Şişme yatak ve basit bir ücretsiz kahvaltıyla başlayan bu süreç, günümüzde 191 ülkede 100.000’den fazla şehirde 6 milyondan fazla aktif liste içeren devasa bir yapıya bürünmüştür. Kurulduğu tarihten günümüze 1 milyardan fazla konaklama paylaşımına ev sahipliği yapmıştır (Airbnb, 2021).

Airbnb’nin hikâyesini anlattığı kitabında Gallagher (2020, s. 90), şirketin kısa sürede bu başarıyı yakalamasını birkaç faktörün bir araya gelmesine bağlamaktadır. Bunlardan ilki şirketin, 2008 Ekonomik Krizi’nin (Büyük Durgunluk) derinleşme döneminde kurulmuş olması ve insanlara standart bir otelden çok daha uygun fiyatlarda konaklama imkânı sağlıyor olmasıdır. Diğer neden, büyük otel zincirlerinin toplu olarak metalaşması, aynışması ve insanları memnuniyetsizliğe sürüklemesidir. Çünkü gezginlerin konaklama deneyimlerinden istedikleri ve beklentileri zamanla değişmektedir. Konaklanan odanın ya da evin, bulunduğu ülke ve şehirden esintiler barındırması, farklı, gerçek ve benzersiz olması beklenmektedir. Airbnb bu noktada önemli bir alternatif sunmuş, şehir merkezlerine ve turizm bölgelerine kilitli kalan otellerin aksine, şehrin turistik olmayan ya da yeni popülerleşen bir noktada, yerel kültürden, ev sahibinin yaşamından izler taşıyan konaklama imkânı sunmuş ve tüm bu olanakları çok başarılı bir platformda-uygulamada bir araya getirmiştir.

Airbnb’yi destekleyenler, platformun atıl durumda mal varlığına sahip olan kişilere ek gelir sağladığını, turizmin yeni yerlere yayılmasını kolaylaştırdığını ve bu alanlarda ekonomik bir canlılık yarattığını aynı zamanda turistlere de bütçelerine uygun bir konaklama olanağı tanıyarak geleneksel konaklama tesislerine bağımlılığı ortadan kaldırdığını vurgulamaktadır. Airbnb karşıtları ise, platformun paylaşım kültürünün ruhuna uygun hareket etmediğini, emlak piyasasında bir ranta, özellikle turistikleştirilen alanlarda kiraların artmasına ve beraberinde burada yaşayan yerel insanların yerinden edilmesi gibi sosyo-mekânsal problemlere neden olduğunu savunmaktadır. Bu nedenle Airbnb kiralama kimisi zaman “sahte paylaşım” olarak ifade edilmektedir (Belk, 2014). Literatürde iki grubun da söylemlerinin karşılık bulduğu araştırmalar mevcuttur. Dolayısıyla Airbnb’nin etkileri destinasyona ve kiralama alanına göre değişiklik gösterebilmektedir.

1.1. Airbnb’nin Profesyonelleşmesi ve Ticarileşmesi

Airbnb’nin ortaya çıkışındaki asıl amaç, insanları atıl durumdaki evlerini ya da odalarını paylaşmaya teşvik etmek olsa da bugün birçok kullanıcı Airbnb’yi kârını artırmak için uygun bir araç olarak görmektedir. Wachsmuth & Weisler (2018), Airbnb’yi konutların finansallaştırılması için yeni bir mekanizma ve konut piyasalarında kârı maksimize etmenin yeni ve esnek bir yolu olarak görürken, Cocola-Gant & Gago (2019, s. 4), “platformun kiralık konutların küresel sermaye döngülerine dâhil edilmesini hızlandıran esnek bir iş modeli yarattığını” iddia etmektedir. Profesyonel-kurumsal ev sahiplerinin, emlakçıların ya da şirketlerin kâr amaçlı gerçekleştirdikleri bu faaliyet literatürde “Airbnb’nin profesyonelleşmesi – Airbnb 2.0” (Doğru vd. 2020a) bu amaca hizmet eden Airbnb ilanları “ticari listeler” (Grisdale, 2019) ve bu ilanlara sahip kişiler ya da şirketler de “profesyonel-kurumsal ev sahipleri” (Hardy & Dolnicar, 2017; Dolnicar & Zare 2020) olarak adlandırılmaktadır.

Airbnb’nin profesyonelleşmesini ve ticarileşmesini kanıtlayan en önemli göstergelerden biri, aynı mekânda hatta kimi zaman aynı binada birden çok kısa süreli kiralık konut ilanına sahip olan ev sahiplerinin (*multi-unit hosts*) oranındaki hızlı artıştır (Demir & Emekli, 2021). Nitekim Adamiak (2019), birden fazla ilana sahip olan

kişilerin/şirketlerin, platformdaki tüm ilanların %62'sini yönettiği bulgusuna ulaşmıştır. Diğer bir kanıt, üçüncü kişiler için mülkleri yöneten ticari-kurumsal araçların varlığı ve sayılarının giderek artmasıdır (Cocola-Gant & Gago, 2019; Cocola-Gant vd. 2021). “Çoğu zaman kendi yazılımlarını geliştirerek web sitesi de açan yerel ve uluslararası kurumsal araçlar, ziyaretçilere oteller ve kısa süreli kiralamalar arasındaki sınırların bulanıklaştığı özel bir ürün sunmaktadır” (Cocola-Gant vd. 2021, s. 2).

Başlangıçta Airbnb ilanlarının büyük bölümü özel mülkiyet iken, artan talep nedeniyle, birden fazla mülk sahibi gayrimenkul şirketleri Airbnb aracılığıyla mülklerini kiralamaya başlamıştır (Önder vd. 2019). Bunun en büyük sebeplerinden biri, Airbnb gibi dijital platformların, kiralama faaliyetlerini küresel ölçekte erişilebilir kılması ve üretim maliyetlerini önemli ölçüde azaltmasıdır. Diğer bir sebep, platformların uzun vadeli kiralama sektörüne kıyasla mülk sahiplerine ya da şirketlere sağladığı esnekliktir. Yatırımcılar konutlarını Airbnb aracılığıyla diledikleri sürelerde kiraya verebilmektedir; ancak kiracılarla uzun süreli sözleşmeler yapılmadığından diledikleri zaman bu konutları satma esnekliğine de sahiptirler (Cocola-Gant & Gago, 2019). Airbnb'nin konut sahiplerine gelir elde etme konusunda sağladığı bu esneklik, özellikle ikinci konut sahiplerinin konutlarını kullanmadıkları dönemlerde kiraya verme eğilimlerinin artışıyla sonuçlanmaktadır (Montezuma & McGarrigle, 2019). Bu noktada kısa süreli kiralama işinde uzmanlaşmış profesyonel aktörler bu süreci daha da kolaylaştırarak airbnbleşmenin (*airbnbisation*) tetikleyicisi konumundadır.

Platformun butik oteller gibi ticari konaklama sağlayıcılarına da açılmasını teşvik etmesi, Airbnb'nin profesyonelleşmesinin göstergelerinden bir diğeridir. Aynı şekilde Airbnb tarafından başlatılan “süper ev sahibi”, “süper konuk rozeti” veya “Airbnb Plus” ve “Airbnb Luxe” gibi girişimler, profesyonelleşme çabasının göstergeleri olarak kabul edilmektedir (Farmaki vd. 2020; Farmaki & Kaniadakis, 2020).

Farklı ülkelerde ve şehirlerde yürütülen araştırmalarda ticari ilanların artışı ve Airbnb'nin profesyonelleşmesini kanıtlayan bulgular vardır. Örneğin ABD'deki toplam ilanların %63,5'i birden fazla ilana sahip profillerden oluşmaktadır (Doğru vd. 2020a). Güney Kore'nin başkenti Seul şehrinde çoklu ilana sahip profillerin oranı %39,2'dur ve bu profiller şehirdeki toplam Airbnb pazarının %75,2'sine sahiptir (Ki & Lee, 2019). Cocola-Gant & Gago (2019), Portekiz'in başkenti Lizbon'da “kiralamak için satın al” (*buy-to-let investment*) yatırımının çok yaygın olduğunu ve Lizbon'daki Airbnb ilanlarının %78'inin hem bireysel hem de kurumsal yatırımcılardan oluştuğunu belirtmiştir. Gil & Sequera (2020) Madrid'de, birden çok ilana sahip profillerin Airbnb pazarının %59,8'ini kontrol ettiğini belirtmiştir. Madrid kent merkezinde ise bu oran %68,85'e yükselmektedir. Airbnb'nin ticarileşmesi yalnızca kent merkezlerinde değil, birçok kıyı ve kırsal alanda da hâkimiyetini artırmaktadır. Örneğin İspanya'nın Katalonya bölgesinde (Barselona dışındaki) Airbnb faaliyetleri genel olarak birkaç aktörün kontrolündedir (Morales-Pérez vd. 2020).

Turistikleşen ve ticari amaçlı kiralamalarda artış yaşayan destinasyonlarda gözlenen emlak piyasasındaki çatışmalar ve konut satın alma gücünde düşüş, soylulaştırma ve yerel halkın yerinden edilmesi gibi ekonomik ve sosyo-mekânsal sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yerel yönetimler bu problemleri önlemek adına hazırlanan mevzuat düzenlemeleriyle önlemler almakta ya da bu faaliyetleri tamamen yasaklayabilmektedir (Furukawa & Onuki; 2019; Nieuwland & van Melik, 2020). Nitekim Türkiye'de de 2023 yılında kısa süreli kiralamalarla ilgili yeni bir yasal düzenleme yayımlanmıştır (Resmi Gazete, 2023). Bu düzenlemenin Airbnb faaliyetlerine nasıl etkileyeceği önümüzdeki süreçte daha net gözlenebilecektir.

1.2. Airbnb'nin Etkileri

Başta Airbnb olmak üzere, kısa süreli konaklamalara imkân veren dijital platformların birçok ülkede hızla büyümesi, etkilerinin de aynı oranda büyümesine ve bu etkilerin çeşitlenmesine neden olmuştur. Günden güne etki alanını genişleten ekonomik, sosyo-kültürel ve mekânsal etkiler, yalnızca akademisyenler tarafından değil toplumun farklı kesimlerince de daha fazla tartışılmaya başlanmış ve bu etkilere çözümler aranmıştır. Örneğin; 2020 yılı mart ayında farklı ülkelerden 22 Avrupa şehri², kısa süreli kiralamaların konut piyasasında yarattığı baskıya ve neden olduğu diğer sosyo-mekânsal problemlere karşı ortak hareket edeceklerini beyan eden bir bildiriye imza atmıştır (European Cities Call for Action, 2020). Bu bildiriye kısa süreli kiralamalarla ilgili temel sorunun, platformların kiralamalarla ilgili verileri şehrin yöneticileriyle açıkça paylaşmaması olarak belirtilmiştir. Bu veriler olmadan kiralamaların sınırlandırılması, vergi tahsilatı ve güvenlik gibi konularda yerel yöneticilerin düzenleme yapmasının ya da mevcut düzenlemeleri uygulamasının neredeyse imkânsız olduğu aktarılmıştır.

² Bildiriye imza atan şehirler şunlardır: Amsterdam, Atina, Barselona, Berlin, Bologna, Bordeaux, Brüksel, Köln, Floransa, Frankfurt, Helsinki, Krakow, Londra, Milano, Münih, Paris, Porto, Prag, Utrecht, Valensiya, Viyana ve Varşova

Kısa süreli konut kiralama konusunda faaliyet gösteren platformların etkilerine odaklanan araştırmaların bir bölümü, ekonomik etkiler konusuna yoğunlaşmıştır. Frenken & Schor (2017), platformların doğrudan ekonomik etkisinin olumlu olduğunu; ancak bu ekonomik etkilere bütüncül bakıldığında daha karmaşık bir yapının olduğunu aktarmaktadır. Airbnb'nin ev sahiplerine evlerini/odalarını kiralarak ek gelir elde etme fırsatı sağladığı bir gerçektir (Farronato & Fradkin, 2018). Airbnb şirketi de şehir halkını ve yerel işletmeleri destekleyerek ve kültürel alışverişi teşvik ederek tüm dünyada yerel ekonomilere fayda sağladıklarını savunmaktadır. Fakat bu ekonomik faydanın paydaşlar arasında ne kadar adil bir şekilde dağıldığı tartışma konusudur. Frenken & Schor'a (2017) göre, Airbnb'nin sağladığı ekonomik pastadan en büyük payı Airbnb'nin kendisi ve ticari listeleri yöneten kişiler ya da şirketler almaktadır.

Airbnb'nin geleneksel konaklama tesislerinin doluluk oranlarında ve gelirlerinde yarattığı etkiler, destinasyonlara göre farklılaşabilmektedir. Örneğin, Teksas'da (Zervas vd. 2016) ve kuzey Avrupa ülkelerinde (Neeser, 2015) Airbnb'nin büyümesiyle otellerin gelirlerinin azaldığı belirlenmişken, San Francisco'da (Blal vd. 2018) ya da Güney Kore'de (Choi vd. 2015) Airbnb ilanlarından sağlanan gelirle otellerin gelirleri arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Doğru vd. (2020b), Airbnb'nin otellere olan etkilerini ABD genelinde incelemiş ve Airbnb'nin otellerin odabaşına gelirlerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Airbnb ile artan rekabet nedeniyle oteller fiyatlarını düşürmektedir. Bu ekonomik etkinin boyutuysa otellerin yapısına göre farklılaşmaktadır. Örneğin, zincir yönetimli oteller daha az etkilenirken, Airbnb'nin varlığından en çok etkilenenler franchise ve bağımsız oteller olmuştur. Bu durumun muhtemel nedeni, zincir yönetimli otellerin genellikle güçlü sadakat programlarına sahip olması ve aynı misafirlerin tekrar tekrar bu otellere gelmesi olarak açıklanmıştır.

Airbnb'nin geleneksel konaklama tesisleri üzerindeki bu etkilerin yanısıra, kiralık ve satılık konut piyasasındaki etkileri de literatürde sıklıkla tartışılmakta ve genellikle de eleştirilmektedir. Birçok evin platformlar aracılığıyla kısa süreli kiralanmaya başlaması, uzun süreli kiralık ev bulmayı zorlaştırmakta ve barınma sorunlarına neden olmaktadır. Arz-talep arasındaki dengeyi bozan bu durum, talebin yüksekliğine bağlı olarak uzun süreli kiralama ücretlerini artırmaktadır. Airbnb, düşük gelirli hane halkı için ek gelir elde etme olanağı sunmakla birlikte, emlak yatırımcılarının ve şirketlerin de ilgisini çekerek arazi ve emlak spekülasyonlarını da beraberinde getirmektedir. Daha az vergi ödeyerek ya da hiç ödemeyerek daha fazla gelir elde etme düşüncesi bu spekülasyonları büyütmektedir (Balamanidis vd. 2019).

Konutun finansallaşması süreci genellikle "metalaşma" kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu süreçte konut, barınma ihtiyacını karşılayan bir ev olma işlevinden giderek uzaklaşmakta, ekonomik yatırım ve kâr aracı hâline gelerek gayrimenkule dönüşmektedir (Geniş, 2018). Madden & Marcuse (2021), en temel haklardan biri olan barınma hakkı konusunda problemlere neden olan bu konut sorununun, sosyo-politik bir arka plana sahip olduğunu ve bir meta olarak daha fazla konut üretilmesinin bu sorunu çözmeyeceğini belirtmektedir. Airbnb ise konutun evden gayrimenkule dönüşmesini tetikleyen küresel bir aktör görevi görmektedir (Uzgören, 2022).

Bu konuda Amerika'nın Los Angeles (Lee, 2016), Avustralya'nın Sidney (Gurran & Phibbs, 2017), Yunanistan'ın Atina (Balamanidis vd. 2019) ve Almanya'nın Berlin (Schäfer & Braun, 2016) şehirlerinde yapılan araştırmalarda benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Dört araştırmada da Airbnb'nin mevcut ve sınırlı konut stoklarını bünyesine katarak turistik amaçlı kısa süreli olarak kiralanmaya başlaması, geleneksel konut piyasası ve kiralamaları üzerinde baskı oluşturmakta, bu alanlarda kira ücretlerinin artmasından dolayı kent sakinlerinin zorunlu olarak mahallelerini terk etmesine neden olmaktadır.

Lizbon'da Airbnb'nin konutların finansallaştırılmasında önemli bir etken olduğunu aktaran Cocola-Gant & Gago (2019), Airbnb'nin kârını gören ev sahiplerinin ilk etapta evlerini satmaktan kaçınınsalar da profesyonel şirketlere daha fazla dayanamadıklarını ve evlerini satmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Turistikleştirmenin ve aşırı turizm olgusunun neden olduğu sorunlar, Airbnb'nin neden olduğu sorunlarla birleşince, mahalleler yaşanabilir yerler olma özelliklerini kaybetmekte ve yerel halkın önemli bir bölümü istemeyerek de olsa mahallelerinden taşınmak zorunda kalmaktadır.

Crommelin vd. (2018) de, Londra, New York, Paris, Sidney ve Hong Kong gibi farklı şehirlerde, ticari listelerin artmasıyla daha önce uzun vadeli kira stokunda bulunan konutların Airbnb evlerine dönüştüğünü, bu durumun mekânsal kutuplaşma ve kentsel eşitsizlik süreçlerini tetiklediğine vurgu yapmıştır. Airbnb'nin haksız rekabete neden olarak konut fiyatlarının artmasına neden olduğu İzlanda'nın Reykjavik (Mermet, 2017) ve Hollanda'nın Utrecht şehrinde (Ioannides vd. 2019) yapılan araştırmalarda da ortaya konulmuştur. Bu etkiler yalnızca kent merkezlerinde değil, İspanya'nın Endülüs kıyıları örneğinde olduğu gibi (Rodríguez-Pérez de Arenaza, vd. 2019) deniz-kum-güneş turizmiyle öne çıkan kıyılarda da görülmektedir.

Kısa süreli kiralamaların ekonomik etkilerine odaklanan çalışmaların bir bölümü, coğrafyacı Smith'in (1979) geliştirdiği "kira değeri farkı-rant açığı" (*rent-gap*) teorisi çerçevesinde şekillenmiştir. Bu teori, soylulaştırma sürecinin ekonomik bir açıklaması olarak geliştirilmiştir ve özetle bir mülkün mevcut kira getirisi ile yeniledikten sonraki potansiyel kira getirisi arasındaki farkı/açığı ifade eder. Bu farkın fazla olduğu destinasyonlarda yatırımcıların ilgisi artabilir ve artan ilgi kira/konut fiyatlarının yükselmesiyle sonuçlanır. Kira bedeli farkının birçok destinasyonda ortaya çıkabileceği öngörülse de yatırımcılar yatırımlarının karşılığını alabilecekleri mekânlara yönelmek ister. Bu noktada "turizmin yaratacağı talep önemli bir garantör rolünü üstlenir" (Cocola-Gant, 2018b, s. 203). Airbnb'nin varlığı ise diğer bir etkidir.

Wachsmuth & Weisler (2018), kısa süreli kiralamaların ortaya çıkardığı rantın, Smith'in klasik kira değeri farkı-rant açığı teorisiyle benzer şekilde işlese de birtakım farklılıkların da olduğunu belirtmektedir. Bu farklılıklardan biri, Airbnb'de kiralanacak bir evin klasik teoride olduğu gibi bütünüyle yenilenmesine gerek yoktur. Uzun vadeli kiralama piyasasından çıkarılması ve mevcut hâliyle Airbnb evine dönüştürülmesi yeterlidir.

Bu teori çerçevesinde Yrigoy (2019), Airbnb üzerinden gerçekleştirilen kiralamaların konut ve kira piyasası üzerine etkisini İspanya'nın Mayorka adası örneğinde incelemiştir. Yazar, Mayorka adasının eski kent merkezinde, Airbnb'de listelenen ilanların sayısındaki artışı, kısa süreli turistik kiralamaların daha kârlı olmasına bağlamaktadır. Bu nedenle araştırma alanında kısa süreli turistik kiralamaların yeni bir kira değeri açığına neden olduğunu belirtmektedir. Robertson vd. (2020), New Orleans genelinde kısa süreli kiralamaların kira değeri farkına neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada, uzun vadeli kiralık stokların yaklaşık %10'unun, çoğu büyük şirketler tarafından işletilen kısa vadeli konaklamalara dönüştürüldüğü görülmüştür. Yazarlar bu evleri, "ev oteli" (*home hotel*) olarak adlandırmıştır. Airbnb, herhangi bir yenileme yatırımı olmadan bu sürece yol açmaktadır.

Airbnb'de paylaşım kültürü ruhuna uygun olarak gerçekleşen oda paylaşımları kimi zaman olumlu etkilere yol açsa da platformun giderek daha fazla profesyonelleşmesi sosyo-kültürel ve mekânsal problemlerin ortaya çıkmasına ve çoğalmasına neden olmaktadır. Yukarıda açıklanan Airbnb'nin geleneksel emlak piyasasındaki ekonomik etkileri, sosyo-kültürel ve mekânsal problemlerle yakından ilişkilidir ve çoğu mekânda iç içe geçmiş durumdadır.

Kiralamaların olumlu etkileri konusunda Frenken & Schor (2017), internet üzerinden gerçekleşen kiralamaların daha sonra yüz yüze tanışma ile sonuçlandığını ve yeni sosyal bağların ortaya çıktığını aktarmaktadır. Başka bir çalışmada Schor (2015), yeni sosyal bağlar yaratma konusunda en başarılı platformun Airbnb olduğunu belirterek, evlerini kiraya veren ev sahiplerinin yarısına yakını için en temel motivasyon kaynağının sosyal etkileşim olduğunu, ev sahiplerinin genellikle misafirleriyle sosyalleştığını bazı durumlarda da çok iyi arkadaş olduklarını eklemektedir.

Molz (2012; 2013), konut paylaşımının yalnızca bir yatak kiralama süreci olmadığını, aynı zamanda birçok kültürel fırsatlar ve otantik deneyimler sunduğunu aktarmaktadır. Heo (2016), insanların ev sahibi ile etkileşim kurarak değer alışverişinde bulunmak için paylaşım ekonomisine katılmak istediğini çünkü bugünün tüketicilerinin değer yaratmada aktif ortaklar olmaktan keyif aldıklarını belirtirken, Sigala (2015), turizmde paylaşım ekonomisinin büyümesinin, kültürel değerlerin daha iyi anlaşılmasını ve paylaşılmasını sağladığını, aynı zamanda geleneksel turizm faaliyetlerine erişemeyecek olan insanlara yardımcı olarak seyahatin demokratikleşmesini sağladığını belirtmektedir.

Airbnb kiralamaları son yıllarda daha çok olumsuz etkileriyle ön plana çıkmaktadır. Kiralamaların neden olduğu ayrımcılık, gürültü/güvenlik problemi ve kentlerdeki sosyo-mekânsal dönüşüm sıklıkla eleştirilere konu olmaktadır. Bu eleştirilere odaklanan çalışmaların büyük bir bölümü "soylulaştırma" (*gentrification*) ve "yerinden edilme" (*displacement*) kavramları çerçevesinde şekillenmiştir (Celata & Romano, 2020; Cocola-Gant 2016, 2018a, 2019; Cocola-Gant & Lopez-Gay, 2020; Cocola-Gant vd. 2020; González-Pérez, 2020; Gravari-Barbas & Guinand, 2017; Renau, 2018; Uzgören & Türkün, 2018; Wachsmuth & Weisler, 2018).

Soylulaştırma süreciyle ilgili çalışmaların ilk örnekleri (1970-2000'li yıllar arasında) Anglosakson dünyanın küresel kentlerindeki klasik soylulaştırma sürecine odaklansa da günümüzde soylulaştırmanın coğrafyası değişmiş, başka şehirlere, banliyölere, kırsal bölgelere, kıyılarına ve hatta gecekondu bölgelerine de yayılmıştır (Cocola-Gant, 2019; Shah, 2011). Dolayısıyla birçok yeni soylulaştırma biçimi ortaya çıkmıştır ve bunlardan biri de "turizme dayalı soylulaştırmadır". Bu süreç, yerleşim alanlarının ziyaretçiler için boş zaman aktivitesi alanlarına dönüştürülmesini ve yerel halkın bu alanlarda yaşamasının gittikçe zorlaşmasını ifade eder. Mekân, turistler ve yerel halk arasında bir mücadele alanına dönüşmüştür (Cocola-Gant vd. 2020). Soylulaştırma, genellikle olumsuz etkileri ile ön planda olmakla birlikte, önemini yitiren kıyı kentlerini ve kırsal alanları yeniden

popüler hâle getirmek için hükümetler tarafından bir araç olarak da kullanılabilir. Dolayısıyla, Airbnb'nin neden olduğu etkiler, her ne kadar eski kent merkezleriyle özdeşleştirilmiş olsa da kırsal alanları ve özellikle kıyıları da etkilemektedir (Freeman & Cheyn, 2008; Gurran vd. 2020; Hof & Blázquez-Salom, 2013; Moreno-Izquierdo vd. 2019; Solana-Solana, 2010).

Cocola-Gant (2018a) turizme bağlı soylulaştırmanın birbiriyle ilişkili üç yerinden edilme türüne neden olduğunu öne sürmektedir. Bunlar; konutlara bağlı yerinden edilme, ticari yerinden edilme ve mekânsal aidiyete bağlı yerinden edilmedir. Konutlara bağlı yerinden edilme; bir mekânda turizmin büyümesine bağlı olarak konut/kira fiyatlarının yükselmesi, bunun sonucunda da özellikle düşük gelirli insanların ilgili alanlarda bütçelerine uygun ev bulmalarının gittikçe zorlaşması sürecini ifade eder. Birçok konutun ev statüsünden turistik konaklama tesisine dönüşmesi, bu yerinden edilme sürecini hızlandırmaktadır.

Ticari yerinden edilme; turistlerin talepleri sonucunda, turistlerin kullanımına yönelik birçok turistik tesisin açılması ve bu durumun neden olduğu fiyat artışları, yerel işletmelerin maliyetleri karşılamakta zorlanmalarına neden olmaktadır. Genellikle yerel halkın kullandığı yerel ve küçük ölçekli işletmeler kepenk kapatmakta ve yerlerinden edilmektedir. Onların yerlerine ise küresel şirketlerin yeni mağazaları, restoranları açılmaktadır. Bu durum diğer iki yerinden edilme türüyle ilişkili olarak ele alınmaktadır.

Mekânsal aidiyete bağlı yerinden edilme ise; yaşamın sürdürüldüğü mekânın turistler tarafından işgal edilmesinin, diğer bir deyişle yerlerin turistlerin tüketim mekânlarına dönüşmesinin, yerel halkın mekâna ilişkin aidiyet duygusunun azalmasına neden olabileceği görüşüne odaklanmaktadır. Bu görüş, yerinden edilmenin yalnızca ekonomik gerekçelerle ve konut sıkıntısıyla açıklanamayacağını savunur (Cocola-Gant, 2023). Yere bağlılığın, yer duygusunun ve mekânsal aidiyetin azalması, yerinden edilmenin önemli sosyo-kültürel gerekçeleridir. İnsanların mahallem olarak tanımladıkları yerler, artık bağlılık ve aidiyet hissetmedikleri mekânlar hâline gelmektedir. Özellikle kamusal alanların yavaş yavaş ortadan kalkarak, turistik niteliklere bürünmesi, yerel halkın günlük aktivitelerini kısıtlamakta ve mahallelerinde yaşam git gide daha zorlu hâle gelmektedir. Turizme ve turistlere uygun olarak üretilen ve turistikleştirilen mekânlarda, soylulaştırma ve yerinden edilme sürecini tetikleyen/hızlandıran en önemli nedenlerden biri de konut paylaşımları ve kısa süreli kiralama olarak görülmektedir.

Literatürden örneklerle anlatılan aşırı turizmin, airbnbleşmenin ve turistik soylulaştırmanın neden olduğu sosyo-kültürel ve mekânsal problemler-adaletsizlikler, birçok şehirde turizm ve Airbnb karşıtı toplumsal hareketlere de yol açmıştır. Başlangıçta daha çok aşırı turizm karşıtlığı olarak şekillenen bu tepkiler, zamanla Airbnb karşıtlığı merkezli bir yapıya dönüşmüştür. Amsterdam, Barselona, Berlin, Venedik, New York ve Paris gibi turistik şehirlerde mahalle sakinlerinin konut kiralamalarının daha da artmasını engellemeye çalıştıkları ve protestolar yaptıkları görülmektedir (Frenken & Schor, 2017; Hughes, 2018). Bu toplumsal hareketler, Lefebvre'nin (2006), 1968 yılında ortaya attığı tüm şehir sakinlerinin şehirlerinin birlikte yaratılmasına ve ilerlemesine katılma hakkına odaklanan "şehir hakkı" fikriyle ortak hareket etmektedir.

2. VERİ VE YÖNTEM

Bu kavramsal arka plan çerçevesinde çalışmanın temel amacı, Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Muğla ilinde, Airbnb özelinde kısa süreli kiralama olgusunun ne derece profesyonel bir yapı kazandığını ortaya koymak ve bu durumun mevcut-muhtemel etkilerini tartışmaktır. Bu amaç çerçevesinde öncelikle AirDNA şirketi aracılığıyla sağlanan Muğla'daki Airbnb ilanlarına ilişkin ikincil veriler analiz edilmiştir. Veriler, 2021 yılı Eylül ayına kadar olan dönemi kapsamaktadır. Airbnb platformunda listelenen ilanların her biri için bir ilan numarası (*Airbnb Property ID*) ve ilan sahipleri için kullanıcı kimlik numarası (*Host-ID*) verilmektedir. Dolayısıyla, ilan sahiplerine verilen kimlik numarası sayesinde, herhangi bir kullanıcının, platformda kaç ilana sahip olduğu bulunabilmektedir. Tek bir ilana sahip kullanıcılar, tek ilan sahibi (*single-host*), iki ve daha fazla ilana sahip kullanıcılar ise çoklu ilan sahibi (*multi-host*) olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca ilan sahiplerinin süper ev sahibi (*superhost*) olup olmadıklarına dair bilgiler de mevcuttur. Bu veri, Airbnb faaliyetlerinin ne derece profesyonelleştiğini ve ticarileştiğini ortaya koyabilmek adına önemlidir. Bu çalışmada Airbnb ilanlarına ilişkin hazırlanan tablo ve şekiller, AirDNA'nın Muğla iline ait verileri dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Airbnb verilerinin analizinin yanısıra, farklı paydaşlar tarafından kısa süreli konut kiralama olgusunun nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini, bu olgunun çok boyutlu etkileri konusunda nasıl bir görüş birliği ya da farklılıklarının olduğunu anlayabilmek adına nitel araştırma yönteminden yararlanılmış ve araştırma alanında görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Muğla'da Airbnb ilan sahipleri, kısa süreli konut kiralama

hizmeti sağlayan yerel acenteler (aracı şirketler), farklı niteliklerdeki resmi konaklama tesisleri ve olguya ilgili bilgi sahibi olan yerel halktan kişiler oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı olarak toplam 5 bölümden oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşmelerin büyük bir kısmı 2021 yılı Ekim ayında ve 2022 yılı Eylül ayında araştırma alanı Muğla'ya gidilerek yüz yüze yapılmış, görüşmeleri çevrimiçi olarak yapmak isteyen katılımcılarla ise görüşmeler telefon aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesinde her katılımcıya araştırmanın amacı ve araştırma soruları konusunda ön bilgilendirme yapılmıştır. İzin veren katılımcılarla yapılan görüşmeler ses kaydına alınmış, izin vermeyen katılımcılarla yapılan görüşmeler ise not alınarak tamamlanmıştır.

Araştırmada, toplam 35 kişiyle görüşme gerçekleştirilmiştir ve görüşme süreleri 15 dakika ile 1 saat arasında değişmektedir. Görüşmelerin 21 tanesi Airbnb ilan sahiplerinden (Fethiye (9), Bodrum (7), Datça (2), Marmaris (1), Ula (1), Menteşe (1)); 8'i farklı özelliklerdeki konaklama tesislerden (apart otel, hostel, 3 yıldızlı otel, 5 yıldızlı otel); 4'ü kısa süreli kiralama hizmeti sunan yerel acentelerden ve 2'si de yerel halktan oluşmaktadır (Tablo 1). Verilerin çözümlenmesi amacıyla betimsel analiz gerçekleştirilmiş, ayrıca Airbnb verilerinden elde edilen bulguların desteklenmesi adına görüşmelerden doğrudan alıntılara da yer verilmiştir.

Tablo 1- Katılımcı bilgi tablosu

Table 1- Participant information

| K. | CİNSİYET | YAŞ | EĞİTİM | İLÇE | NİTELİK | İLAN SAYISI* |
|----|----------|-----|---------------|----------|--------------------|--------------|
| 1 | Erkek | 37 | Lise | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 5 |
| 2 | Erkek | 25 | Lisans | Fethiye | Hostel | |
| 3 | Kadın | 28 | Lisans | Fethiye | Yerel Acente | |
| 4 | Kadın | 28 | Yüksek Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 6 |
| 5 | Erkek | 54 | Lisans | Fethiye | Apart Otel | |
| 6 | Erkek | 31 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 4 |
| 7 | Erkek | 29 | - | Fethiye | Yerel Acente | |
| 8 | Kadın | 30 | Lisans | Fethiye | Yerel Acente | |
| 9 | Kadın | 28 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 7 |
| 10 | Erkek | 30 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 1 |
| 11 | Erkek | 33 | Yüksek Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 4 |
| 12 | Erkek | 40 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 1 |
| 13 | Erkek | 39 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 10 |
| 14 | Erkek | 41 | Lisans | Fethiye | Airbnb İlan Sahibi | 26 |
| 15 | Erkek | 36 | Yüksek Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 1 |
| 16 | Erkek | 40 | Yüksek Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 7 |
| 17 | Erkek | 42 | Lisans | Fethiye | Apart Otel | |
| 18 | Erkek | 58 | Lise | Fethiye | Yerel Halk | |
| 19 | Erkek | 42 | Lise | Datça | Airbnb İlan Sahibi | 3 |
| 20 | Erkek | 43 | Yüksek Lisans | Marmaris | Airbnb İlan Sahibi | 8 |
| 21 | Kadın | 50 | Lisans | Fethiye | Yerel Halk | |
| 22 | Erkek | 33 | Lisans | Fethiye | Yerel Acente | |
| 23 | Kadın | 48 | Lisans | Marmaris | 3 Yıldızlı Otel | |
| 24 | Erkek | 38 | - | Marmaris | 5 Yıldızlı Otel | |
| 25 | Erkek | 54 | - | Marmaris | 5 Yıldızlı Otel | |
| 26 | Erkek | 36 | Lisans | Marmaris | 3 Yıldızlı Otel | |
| 27 | Erkek | 46 | - | Bodrum | 3 Yıldızlı Otel | |
| 28 | Erkek | 28 | Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 5 |
| 29 | Erkek | 25 | Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 1 |
| 30 | Erkek | 25 | Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 1 |
| 31 | Erkek | 28 | Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 15 |
| 32 | Erkek | 49 | Lisans | Bodrum | Airbnb İlan Sahibi | 2 |
| 33 | Erkek | 28 | Lisans | Datça | Airbnb İlan Sahibi | 3 |
| 34 | Kadın | 54 | Lisans | Ula | Airbnb İlan Sahibi | 3 |
| 35 | Kadın | 49 | Yüksek Lisans | Menteşe | Airbnb İlan Sahibi | 2 |

*Görüşme yapılan Airbnb ilan sahiplerinin platformda listeledikleri toplam konut sayısını göstermektedir

3. BULGULAR

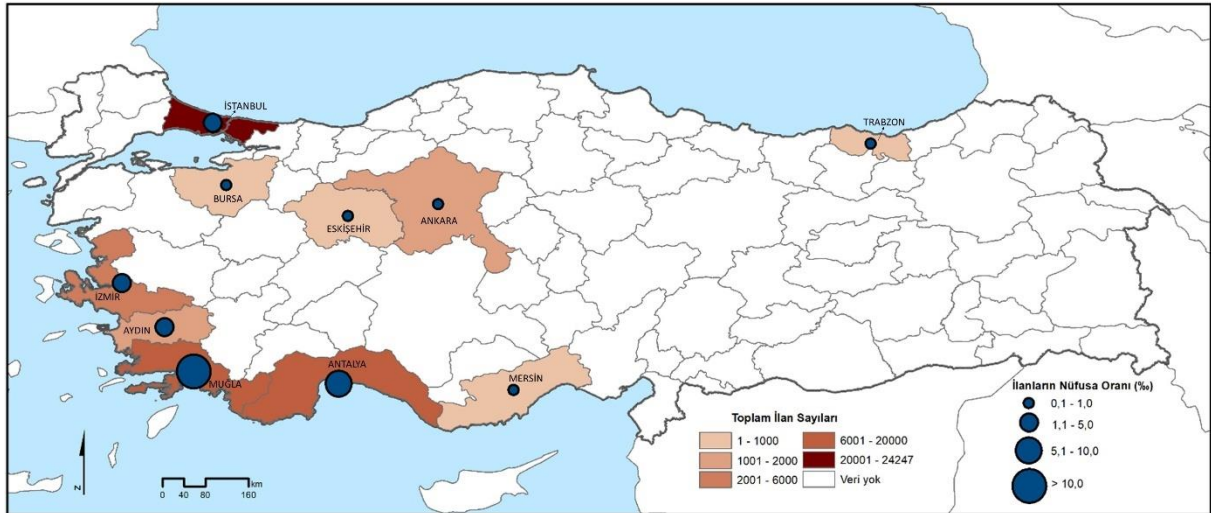
3.1. Muğla'da Airbnb Faaliyetlerinin Profesyonelleşmesi

Airbnb ilanlarının Türkiye'deki güncel durumuyla ilgili veriler sınırlıdır. Dünyanın farklı şehirlerinde Airbnb ilanlarına ilişkin veri paylaşımı yapan InsideAirbnb platformunda Türkiye'den yalnızca İstanbul'a ait veriler mevcuttur, AirDNA şirketinde ise daha fazla şehre ait veri mevcuttur. AirDNA'deki verilerin ayrıntılarına erişmek için ücret ödemek gerekse de şehirlerdeki toplam ilan sayısı gibi temel verilere erişim ücretsizdir ve şehirlerdeki toplam ilan sayıları yıl bazında dört çeyrek olarak paylaşılmaktadır. Bu kapsamda Tablo 2, Türkiye'de Airbnb ilanlarına ilişkin veriye sahip olan 10 şehirdeki ilan sayılarının 2022 yılı ilk çeyrek (Ocak-Şubat-Mart) ortalaması dikkate alınarak hazırlanmıştır. Ayrıca şehirlerdeki toplam Airbnb ilanları, şehirlerin 1000 kişilik nüfusuna oranlanarak, ilanların yoğunluğuyla ilgili farklı bir bakış açısı sunulmuştur. Buna göre Türkiye'de 2022 yılı ilk çeyreği itibarıyla en fazla Airbnb ilanının olduğu şehir 24.247 ile İstanbul'dur. Onu 16.777 ilanla Antalya ve 14.374 ilanla Muğla izlemektedir. Toplam ilanları, şehirlerin 1000 kişilik nüfusuna oranladığımızda ise Muğla'nın %13,7 ile liderliği görülmektedir. Muğla'nın ardından %6,2 ile Antalya ve %1,5 ile İstanbul gelmektedir (Şekil 1).

Tablo 2- Türkiye'de toplam aktif Airbnb ilanlarının en fazla olduğu şehirler (2022)

Table 2- Cities with the highest total active Airbnb listings in Türkiye (2022)

| Şehirler | Toplam Airbnb İlanları | Toplam Nüfus | İlanların 1000 kişilik Nüfusa Oranı |
|---------------------|------------------------|------------------|-------------------------------------|
| 1-İstanbul | 24.247 | 15.907.951 | 1,5 |
| 2-Antalya | 16.777 | 2.688.004 | 6,2 |
| 3-Muğla | 14.374 | 1.048.185 | 13,7 |
| 4-İzmir | 5.930 | 4.462.056 | 1,3 |
| 5-Ankara | 1.704 | 5.782.285 | 0,3 |
| 6-Aydın | 1.284 | 1.148.241 | 1,1 |
| 7-Trabzon | 847 | 818.023 | 1,0 |
| 8-Bursa | 793 | 3.194.720 | 0,2 |
| 9-Mersin | 432 | 1.916.432 | 0,2 |
| 10-Eskişehir | 331 | 906.617 | 0,4 |



Şekil 1- Türkiye'de toplam aktif Airbnb ilanlarının ve bu ilanların nüfusa oranlarının genel görünümü

Figure 1- Total number of active Airbnb listings in Türkiye and the ratio of these listings to the city's population

Airbnb'nin profesyonelleşmesini ve ticarileşmesini kanıtlayan en önemli göstergelerden biri, platformda birden çok kiralık konut ilanına sahip olan kullanıcıların (*multi-unit hosts*) oranının yüksek olmasıdır. Bu forma sahip ilanlar literatürde çoklu-ticari ilanlar (*multi-listings*), bu ilanların sahipleri ise profesyonel-ticari ev sahipleri (*professional-commercial hosts*) olarak adlandırılmaktadır. Platformdaki kimi kullanıcılar ise 10 ve üzeri ilanı

yönetmekte, bu kişiler ya da şirketler de genellikle kurumsal ev sahipleri (*corporate hosts*) olarak adlandırılmaktadır (Cocola-Gant vd. 2021).

Bu bağlamda, Muğla'da Airbnb platformunda listelenmiş toplam 31 bin 882 ilanı incelediğimizde, bu ilanların %29,3'ü tek bir kişi tarafından yönetilen ilan formuna sahipken, %70,7'si çoklu-ticari ilan formuna sahiptir (Tablo 3). İlan formundaki bu yapının, zamansal değişimine baktığımızda, 2017 yılındaki aktif ilanların %62,3'ü çoklu ilan formuna sahipken bu oranın 2021 yılına gelindiğinde %66,9'a yükseldiği görülmektedir. Günümüzde aktif ya da pasif olan tüm ilanları değerlendirdiğimizde ise çok ilan oranı %70,7 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Muğla'daki çoklu-ticari ilan formuna sahip aktif ilanların mekânsal görünümüne baktığımızda Fethiye, 2017 yılında %73,8 ve 2021'de de %76 ile çoklu ilanın en fazla olduğu ilçedir. Ardından %68,5 ile Ula, %68,3 ile Ortaca ve %68 ile Marmaris gelmektedir. Dikkat çeken diğer bir önemli bulgu, Muğla'da ilçelerin büyük çoğunluğunda çoklu ilanların oranının 2017-2021 yılları arasında artış eğiliminde olmasıdır. Bu da Muğla'daki Airbnb faaliyetlerinin zamanla daha fazla profesyonelleştiğinin bir göstergesidir (Tablo 4).

Tablo 3- Muğla'da aktif Airbnb ilanlarının ilan formuna göre dağılımları (2017-2021)

Table 3- Active Airbnb listings in Muğla according to listing form (2017-2021)

| Yıllar* | Toplam İlan Sayısı | İlan Formu | | | |
|---------------------|--------------------|------------|------|---------------|------|
| | | Tek İlan | | Çoklu İlanlar | |
| | | N | % | N | % |
| 2017 | 7.323 | 2.764 | 37,3 | 4.559 | 62,3 |
| 2018 | 8.975 | 3.430 | 38,2 | 5.545 | 61,8 |
| 2019 | 12.985 | 4.476 | 34,5 | 8.509 | 65,5 |
| 2020 | 14.368 | 4.607 | 32,1 | 9.761 | 67,9 |
| 2021 | 16.180 | 5.348 | 33,1 | 10.832 | 66,9 |
| Tüm Zamanlar | 31.882 | 9.347 | 29,3 | 22.535 | 70,7 |

*Tüm zamanlar satırındaki veriler, Muğla'da Airbnb faaliyetlerinin başladığı tarihten, 2021 yılı Eylül ayına kadar olan dönemde platformda yer almış, günümüzde aktif ya da pasif olan tüm ilanlara ait verileri kapsamaktadır. Yıllık veriler ise, ilgili yılda aktif olan ilan sayılarını göstermektedir.

Tablo 4- Muğla'daki çoklu-ticari ilan formundaki aktif ilanların ilçelere göre dağılımları (2017-2021)

Table 4- Active multi-listings in Muğla by districts (2017-2021)

| İlçeler | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | | 2021 | |
|--------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|-------------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Bodrum | 1.869 | 59,9 | 1.956 | 55,4 | 3.070 | 60,2 | 3.490 | 64,5 | 3.696 | 62,9 |
| Fethiye | 1.506 | 73,8 | 2.136 | 76,6 | 3.099 | 77,8 | 3.386 | 77,9 | 3.625 | 76,0 |
| Marmaris | 285 | 52,7 | 385 | 54,5 | 734 | 64,4 | 932 | 65,4 | 1.218 | 68,0 |
| Milas | 308 | 58,3 | 276 | 50,7 | 362 | 52,9 | 365 | 55,2 | 351 | 51,0 |
| Ortaca | 221 | 58,6 | 261 | 58,5 | 383 | 64,8 | 446 | 66,6 | 489 | 68,3 |
| Datça | 152 | 46,5 | 220 | 52,8 | 415 | 59,0 | 562 | 60,6 | 745 | 61,8 |
| Ula | 112 | 60,2 | 172 | 63,5 | 216 | 61,9 | 290 | 67,9 | 348 | 68,5 |
| Menteşe | 13 | 31,0 | 34 | 43,6 | 87 | 50,6 | 105 | 62,1 | 132 | 61,7 |
| Dalaman | 34 | 50,7 | 44 | 47,3 | 70 | 52,2 | 82 | 52,9 | 85 | 50,6 |
| Köyceğiz | 21 | 44,7 | 25 | 47,2 | 33 | 42,9 | 69 | 54,3 | 102 | 56,0 |
| Seydikemer | 38 | 82,6 | 36 | 80,0 | 40 | 75,5 | 33 | 76,7 | 40 | 67,8 |
| Yatağan | - | - | - | - | - | - | 1 | 25,0 | 1 | 50,0 |
| Kavaklıdere | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOPLAM* | 4.559 | 62,3 | 5.545 | 61,8 | 8.509 | 65,5 | 9.761 | 67,9 | 10.832 | 66,9 |

* Toplam satırı, çoklu ilanların ilgili yıldaki sayılarını ve oranlarını göstermektedir. İlçelerin yüzdeleri ise, çoklu ilanların ilçelerdeki toplam ilanlara oranını göstermektedir.

Görüşme yapılan katılımcılardan 21'i Airbnb ilan sahibidir ve bu kişiler toplamda 115 konutu yönetmektedir. Bu katılımcılardan yalnızca 4'ü tek bir konutu yönetirken, diğer tüm katılımcılar iki ve daha fazla konutu yönetmektedir. İki ve daha fazla konutu yöneten bu katılımcıların bir bölümü ise sadece kendi konutlarını değil, başkalarına ait konutları da kendi profillerinde ilana koymakta, bir nevi aracı bir şirket görevi görmektedir.

Literatürün profesyonel ev sahibi olarak tanımladığı bu kişilerin temel amacı, başkalarına ait konutların kiralanma sürecini de yöneterek komisyon almaları ve ek kazanç sağlamalarıdır. Nitekim iki katılımcının yönettiği ilanlar içinde kendilerine ait hiç konut yoktur, konutların tamamı başkalarına aittir.

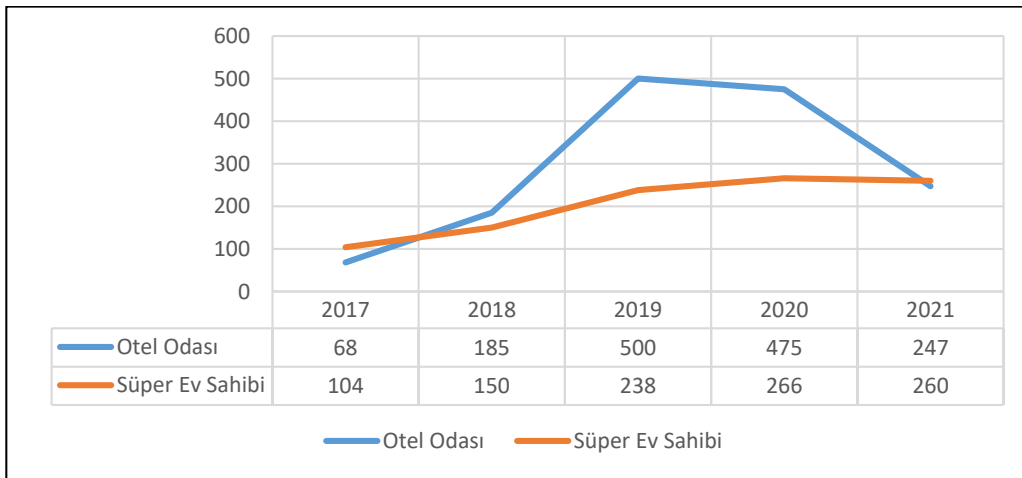
Başkalarına ait konutları yöneten katılımcıların söylemlerinde bu aracılık görevinin temelde iki şekilde gerçekleştiği görülmektedir. İlan sahipleri kimi zaman kendilerine ait olmayan bu konutları uzun süreliğine kiralayıp gerekli tadilatları yapmakta ve Airbnb aracılığıyla kısa süreli olarak üçüncü kişilere kiraya vermektedir. Böylelikle konutların gerçek sahipleri konutların uzun süreli kiralanmasından kazanç sağlamakta, bu süreci yöneten ilan sahipleri ise kısa süreli kiralamalardan gelir elde etmektedir. Bu katılımcıların diğer bölümü ise, kısa süreli kiralama süreciyle ilgilenen zamanı olmayan, yurt dışında yaşayan ya da konutlarını belirli dönemlerde (genelde yazlık olarak) kullanan kişilerin konutlarını yönetmekte ve komisyon almaktadır. Bu sistem diğerine kıyasla daha az riskli olarak görülmektedir.

Toplam kiraya verdiğim konut sayısı şu an 26 tane. Bunların hepsi benim değil. Başkalarına ait olanlar var. Akraba eş dostların evleri genellikle. 26 taneden 4 konut kendimin geri kalanlar da tanıdıkların. Diğer evlerin sahipleri olan arkadaşların kimileri şehir dışında olduğu için, kimileri de mesleklerinden dolayı ilgilenemiyorlar, bu yüzden onları da (konutları) ben yönetiyorum... (K14, Fethiye).

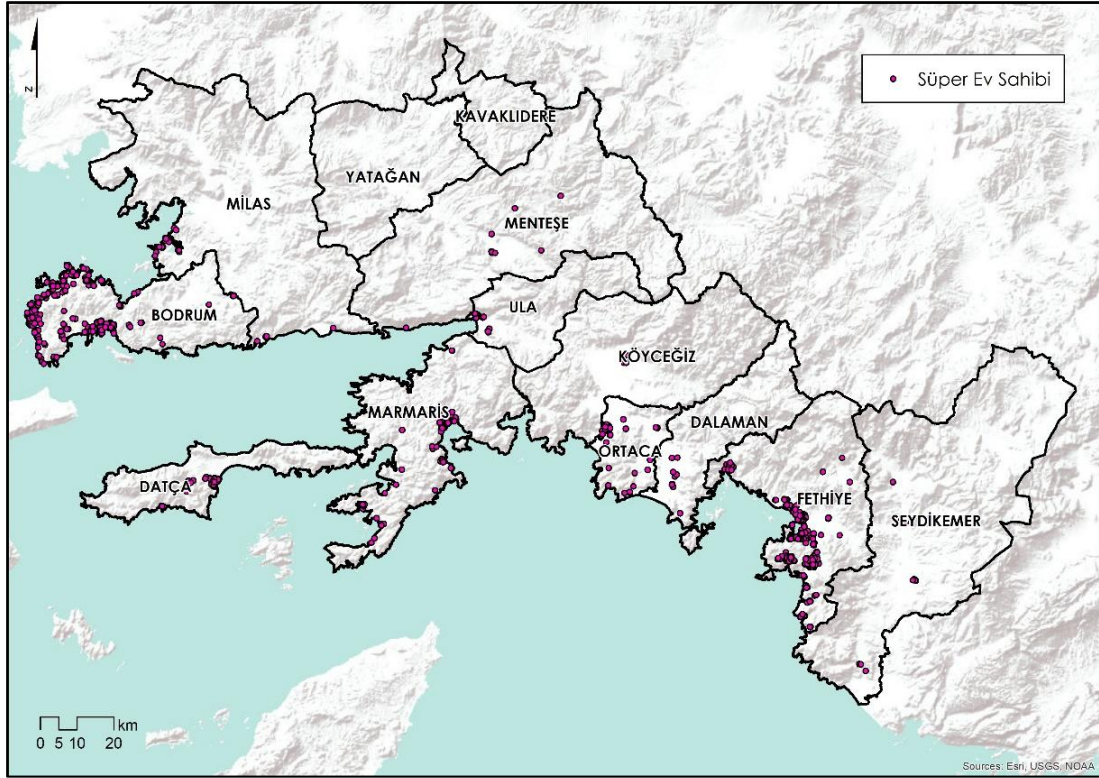
Kiraya verdiğim 8 konut var, hepsi kiralık, ben kiralıyorum ve kısa süreli kiraya veriyorum. Yıllık kiraladım, hepsini yeniledim, uzun süreli kiraladığım için ona göre kontrat yaptım. Konutların sahipleriyle genelde rastgele tanıştım, 1-2 tanesiyle emlakçı vasıtasıyla tanıştım. Birkaç evi yenilediğim zaman zaten başka evler de gelmeye başladı. 44 tane ev gezdim geçen sene Söğüt'te (K20, Marmaris).

Literatürde butik oteller gibi ticari konaklama sağlayıcılarının da platform aracılığıyla kiralama faaliyetlerine başlaması, ayrıca platform tarafından başlatılan “süper ev sahibi”, “süper konuk rozeti”, “Airbnb Plus” ve “Airbnb Luxe” gibi girişimler de profesyonelleşmenin göstergeleri olarak kabul edildiği daha önce aktarılmıştı. Verilerde süper ev sahibi unvanına sahip olan kullanıcılar ve otel odası olarak listelenen ilanlarla ilgili bilgiler yer almaktadır. Muğla’da süper ev sahibi olan kullanıcıların sayısı 293’tür ve bu ev sahiplerinin yönettiği ilan sayısı toplam 1.115’tir. Bu ilanların 469’u Fethiye’de, 301’i Bodrum’da, 112’si ise Marmaris’tedir. Süper ev sahibi sayılarının yıllar içinde değişimine baktığımızda, 2017’de 104 olan süper ev sahibi sayısı, 2018’de 150’ye, 2019’da 238’e, 2020 yılında 266’ya, 2021 yılında ise 260’a yükselmiştir.

Ticarileşmenin diğer bir göstergesi olarak kabul edilen otel odası formundaki ilanların sayılarının ve oranlarının da özellikle pandemi öncesi dönemde artma eğiliminde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Şekil 2 ve 3). 2017 yılında Muğla’da faaliyet gösteren 7.323 aktif ilanın yalnızca 68’i otel odası olarak listelenmişken, bu sayı 2018’de 185’e, 2019’da 500’e yükselmiş, pandeminin etkisiyle 2020 yılında 475’e ve 2021 yılında ise 247’ye gerilemiştir.



Şekil 2- Otel odası ilanlarının ve süper ev sahibi sayılarının değişimi (2017-2021)
Figure 2- Change in the number of hotel room listings and superhosts (2017-2021)



Şekil 3- Süper ev sahiplerinin yönettiği ilanların noktasal olarak dağılımları

Figure 3- Distribution of listings managed by superhosts

Süper ev sahipliğinin getirmiş olduğu avantajların başında herhangi bir lokasyonda yapılan kiralık konut aramasında bu ev sahiplerine ait ilanların diğer ilanlara göre daha fazla görünür olması gelmektedir. Süper ev sahipliğinin avantajlarından bir diğeri ise, bu unvana sahip kişilerin evlerinde gerçekleşecek olan konaklamalarda, problem yaşama riskinin daha az olacağına dair algıdır. Bir başka deyişle bu unvana sahip kişilerin puanlarının yüksek olması, diğer ilanlara oranla daha fazla rezervasyon ve yorum almaları ve konutların tasarımı-donanımı konusundaki avantajlar, platformdaki süper ev sahiplerini daha güvenilir yapmaktadır.

Katılımcılardan 18'i süper ev sahibi unvanına sahiptir ve katılımcıların profesyonelleşmenin bir göstergesi olarak kabul edilen bu konuda özel çabaları olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bunlardan en fazla öne çıkanı, ilan sahiplerinin müşterilerle özel olarak ilgilenmesi ve çeşitli ikramlarda bulunmasıdır. Bunun yanı sıra konutların iç tasarımı ve fotoğraflanması konusunda profesyonel hizmet aldığını belirten katılımcılar da olmuştur. Gelen konaklama taleplerine hızlı yanıt vermek ve konaklama yapan kişilerin konaklama deneyimleri sonrasında yapmış olduğu yorumlar ve puanlamalar süper ev sahipliğindeki en önemli ölçütlerdendir. Bu noktada kimi zaman sahte rezervasyonlarla ve yorumlarla gerekli ölçütlerin tamamlanmaya çalışıldığı katılımcıların bir kısmının söylemlerine de yansımıştır.

Süper ev sahibi unvanına sahibim. Bunun için araya iki tane sahte yorum soktum, çünkü geçtiğimiz yaz süper ev sahibi değilken (kiralamalar) çok yavaş gitti. O değerlendirme döneminde süper ev sahibi olabilmek için sayı yetersiz kalıyordu, iki arkadaşımdan rica ettim (K11, Fethiye).

Süper ev sahibi kategorisinde değilim. Orada da birtakım işler dönüyor süper ev sahibi olabilmek için sahte rezervasyonla ev tutanlar falan oluyor. Özellikle ticari amaçlı kullananların çoğu yapıyor bunu. Kendisi rezervasyon yapıyor, kabul ediyor. Daha sonra yorum yazıyor vs. Bir de Airbnb'de şöyle bir şey var, fiyata göre sıralama yok, filtreleme yok. Öyle olunca süper hostlar üste çıkıyor. Bundan dolayı para vererek süper host kalmaya çalışıyorlar (K4, Fethiye).

Daha önce vurgulandığı üzere, mülkleri yöneten ticari-kurumsal araçların varlığı ve sayılarının giderek artması profesyonelleşmenin diğer bir göstergesi olarak görülmektedir. Nitekim araştırma alanında ağırlıklı olarak villa kiralama hizmeti sağlayan birçok yerel acente ve aracı şirket vardır (Fotoğraf 1). Genellikle Ege ve Akdeniz kıyılarındaki sayfiye alanlarında hizmet sağlayan bu acentelerden görüşme yapılan 4 tanesinin 2021 yılı itibarıyla yönettikleri villa sayısı yaklaşık 3.500 civarıdır, bunların da büyük çoğunluğu Muğla'ya bağlı

ilçelerdedir. Konutlarını kiraya vermek isteyen ev sahiplerine hem acentelerin kendi internet sitelerinde hem de ulusal ve uluslararası platformlarda komisyon karşılığında hizmet sağlayan bu acentelerin birçoğu faaliyetlerine pandemi öncesi dönemde başlamıştır. Ancak yapılan görüşmelerde özellikle pandemi döneminde ilan sayılarını ve faaliyetlerini hiç olmadığı kadar artırdıkları vurgulanmıştır. Özellikle kapanma kararlarının alındığı dönemlerde, insanların kalabalık şehirlerdeki apartman dairesi yerine, özel havuzlu-korunaklı villalara yöneldiklerini, uzaktan eğitim ve çalışma koşullarına bağlı olarak da kiralama sürelerinin uzadığını ve bu kiralamaların kış aylarına da sarktığını belirtmişlerdir.



Fotoğraf 1- Araştırma alanında kısa süreli konut kiralama hizmeti sunan yerel acentelerin bir bölümü

Photo 1- Local agencies offering short-term rental services in Muğla

3.2. Profesyonel İlan Sahiplerinin Etkinliği

Muğla'da Airbnb faaliyetlerinin profesyonelleşmesi ve giderek daha fazla ticarileşmesi ile ilgili ortaya konulan bu genel durumun ardından, bu ilanların ve ilan sahiplerinin kısa süreli konut kiralamalarındaki etkinliğine de bakmak gerekmektedir. Ev sahiplerinin, farklı ilan sayılarına/gruplarına göre toplam içindeki paylarına ve yatak kapasitelerine baktığımızda, Muğla genelinde tek bir ilanı yöneten ev sahiplerinin oranı %68,7 iken, bu kişiler Muğla'daki Airbnb yatak arzının yalnızca %28,9'unu oluşturmaktadır. Çoklu ilan formuna sahip ilanları yöneten ev sahiplerinin oranı ise %31,3 iken, bu kişilerin yönettiği ilanlar toplam yatak kapasitesinin 71,1'ine sahiptir (Tablo 5). Dikkat çeken bir başka bulgu, 51 ve üzeri ilanı yöneten ev sahiplerinin oranı yalnızca %0,3 iken, bu kurumsal ev sahiplerinin yönettiği ilanlar, Muğla'daki toplam yatak kapasitesinin %16,7'sine sahiptir. Bu da Muğla'da kısa süreli kiralamaların profesyonelleşmesinin ve kurumsallaşmasının önemli göstergelerinden biridir (Tablo 5 ve Şekil 4)

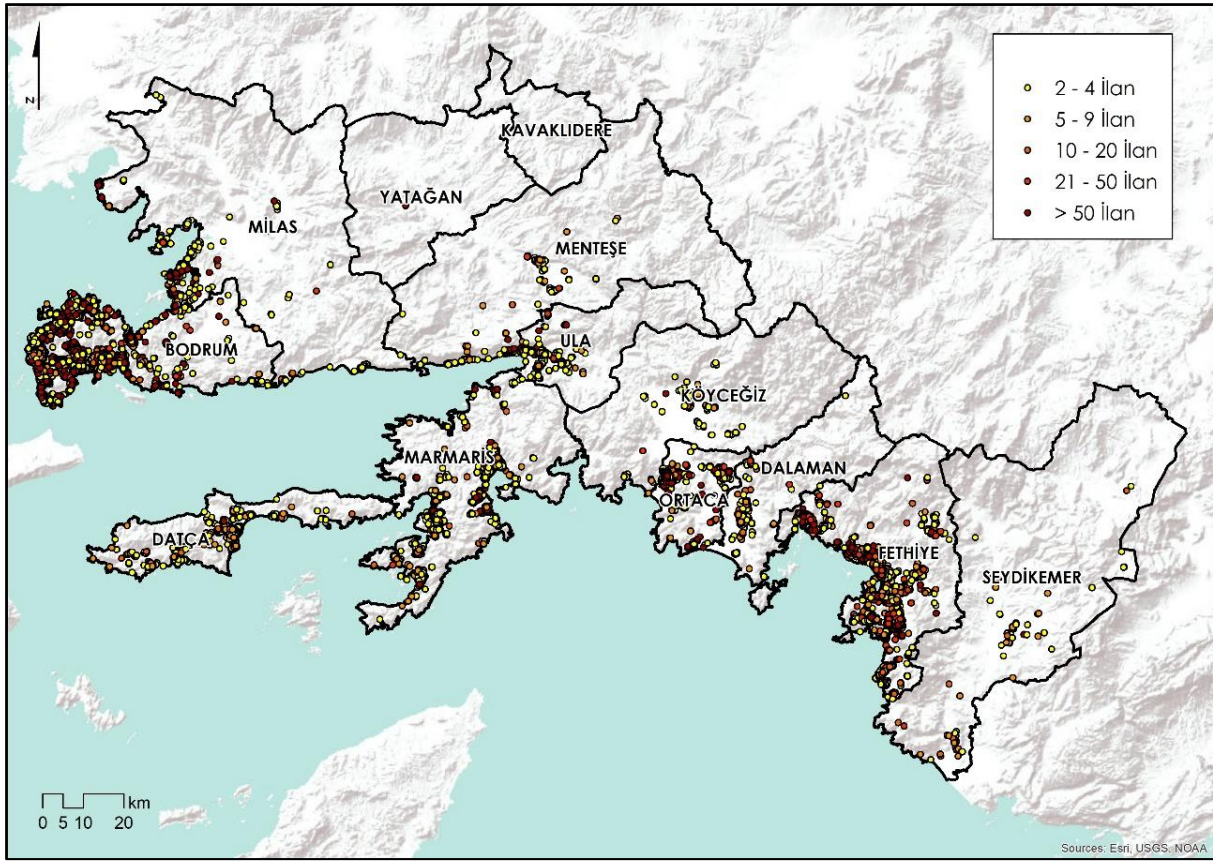
Muğla'da en çok ilana sahip olan üç ilçeye yakından baktığımızda benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin Bodrum'da tek bir ilanı yöneten ev sahibi oranı %72,8 ile en büyük grubu oluştururken, bu ilanların ilçedeki Airbnb yatak kapasitesi yalnızca %32,5'dir. Tam tersine 2 ve daha fazla ilanı yöneten ev sahiplerinin oranı %27,2 iken, bu ev sahipleri Bodrum'daki Airbnb yatak kapasitesinin toplam %67,5'ine sahiptir. Bu oranın %18,9'unu ise, 51 ve üzeri ilanı yöneten 17 kişi oluşturmaktadır. Fethiye'de 51 ve üzeri ilanı yöneten kurumsal ev sahibi sayısı 14'tür ve bu kişiler ilçedeki toplam Airbnb yatak arzının %15,9'unu oluştururken, Marmaris'te bu oran %9,4'tür (Tablo 5; Şekil 4).

Çoklu ilan formundaki ilanların, oda ve yatak kapasitelerindeki bu üstünlüğü, ilanların aldıkları rezervasyonlarda da benzer şekildedir. 2019-2021 yıllarının verilerine baktığımızda, 2019'da ilanların aldıkları

rezervasyonların %68'ini çoklu ilan formundaki listeler-ilanlar almıştır. Bu oran 2020 yılında %67'ye gerilese de 2021 yılında %72'ye yükselmiştir. Benzer sonuçlar bu rezervasyonların toplam gün sayılarında da karşımıza çıkmaktadır. 2019'daki rezervasyonların toplam günlerine baktığımızda %67'sini çoklu ilan formundaki listeler almıştır. Bu oran 2020'de %66'ya gerilemiş, 2021'de ise %70'e yükselmiştir.

Tablo 5- Farklı ilan aralığına göre çoklu-ticari ilanların oda sayısı ve yatak kapasiteleri
 Table 5- Number of rooms and bed capacities of multi-listings according to the listing range

| MUĞLA | Ev Sahibi Sayısı | | Toplam İlan Sayısı | | Oda Sayısı | | Yatak Kapasitesi | |
|---------------------|------------------|------|--------------------|------|------------|------|------------------|------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % |
| İlan Aralığı | | | | | | | | |
| Tek ilan | 9.347 | 68,7 | 9.347 | 29,3 | 21.269 | 29,3 | 47.462 | 28,9 |
| 2 – 4 ilan | 3.251 | 23,9 | 8.166 | 25,7 | 17.164 | 23,6 | 39.548 | 24,1 |
| 5 – 9 ilan | 683 | 5,0 | 4.313 | 13,5 | 8.687 | 12,0 | 20.507 | 12,5 |
| 10 – 20 ilan | 215 | 1,6 | 2.869 | 9,0 | 6.485 | 8,9 | 15.146 | 9,2 |
| 21 – 50 ilan | 74 | 0,5 | 2.399 | 7,5 | 6.390 | 8,8 | 14.086 | 8,6 |
| 51 ve üzeri | 37 | 0,3 | 4.788 | 15,0 | 12.686 | 17,5 | 27.450 | 16,7 |
| TOPLAM | 13.607 | 100 | 31.882 | 100 | 72.681 | 100 | 164.199 | 100 |
| BODRUM | | | | | | | | |
| Tek ilan | 4.151 | 72,8 | 4.151 | 33,2 | 9.329 | 32,3 | 20.695 | 32,5 |
| 2 – 4 ilan | 1.230 | 21,6 | 3.063 | 24,5 | 6.677 | 23,1 | 14.602 | 22,9 |
| 5 – 9 ilan | 211 | 3,7 | 1.354 | 10,8 | 2.775 | 9,6 | 6.365 | 10,0 |
| 10 – 20 ilan | 63 | 1,1 | 829 | 6,6 | 1.837 | 6,4 | 4.068 | 6,4 |
| 21 – 50 ilan | 31 | 0,5 | 1.009 | 8,1 | 2.714 | 9,4 | 5.888 | 9,2 |
| 51 ve üzeri | 17 | 0,3 | 2.100 | 16,8 | 5.561 | 19,2 | 12.057 | 18,9 |
| TOPLAM | 5.703 | 100 | 12.506 | 100 | 28.893 | 100 | 63.675 | 100 |
| FETHİYE | | | | | | | | |
| Tek ilan | 1.930 | 61,9 | 1.930 | 20,3 | 4.692 | 20,4 | 10.490 | 20,4 |
| 2 – 4 ilan | 813 | 26,1 | 2.108 | 22,2 | 4.471 | 19,5 | 10.437 | 20,3 |
| 5 – 9 ilan | 217 | 7,0 | 1.361 | 14,3 | 3.193 | 13,9 | 6.868 | 13,4 |
| 10 – 20 ilan | 107 | 3,4 | 1.452 | 15,3 | 3.484 | 15,2 | 8.222 | 16,0 |
| 21 – 50 ilan | 37 | 1,2 | 1.164 | 12,2 | 3.286 | 14,3 | 7.155 | 13,9 |
| 51 ve üzeri | 14 | 0,4 | 1.490 | 15,7 | 3.820 | 16,6 | 8.174 | 15,9 |
| TOPLAM | 3.118 | 100 | 9.505 | 100 | 22.946 | 100 | 51.346 | 100 |
| MARMARİS | | | | | | | | |
| Tek ilan | 1.041 | 68,0 | 1.041 | 33,7 | 2.471 | 39,6 | 4.978 | 35,2 |
| 2 – 4 ilan | 375 | 24,5 | 920 | 29,8 | 1.816 | 29,1 | 4.267 | 30,2 |
| 5 – 9 ilan | 98 | 6,4 | 618 | 20,0 | 1.020 | 16,4 | 2.697 | 19,1 |
| 10 – 20 ilan | 14 | 0,9 | 160 | 5,2 | 278 | 4,5 | 666 | 4,7 |
| 21 – 50 ilan | 2 | 0,1 | 61 | 2,0 | 41 | 0,7 | 187 | 1,3 |
| 51 ve üzeri | 2 | 0,1 | 285 | 9,2 | 609 | 9,8 | 1.330 | 9,4 |
| TOPLAM | 1.532 | 100 | 3.085 | 100 | 6.235 | 100 | 14.125 | 100 |



Şekil 4- Çoklu ilan formundaki ilanların ilan aralığına göre noktasal olarak dağılımları

Figure 4- Distribution of multi-listings according to the listing range

3.3. Kısa Süreli Konut Kiralamalarının Etkilerine Dair Bulgular

Katılımcıların Airbnb'nin etkileri konusunda vurguladığı konuların başında turizme getirmiş olduğu yenilik ve yarattığı ekonomik canlılık gelmektedir. Özellikle özel konaklama tercihleri olan kitleler için bir alternatif sunması ve pandemi döneminde bir ihtiyaca yanıt vermesi, platformun kullanımını artıran bir unsur olarak vurgulanmıştır. İnsanların aileleriyle birlikte, arkadaş gruplarıyla ya da bireysel olarak ev konforunda, ekonomik bir konaklama yapabilmelerine imkân tanımıştır. Bu sayede Airbnb'de ilan sahibi olan kişiler kolaylıkla büyük kitlelere ulaşabilirken, turistler de dünyanın her yerinde diledikleri niteliklerde bir konaklama olanağına kavuşmuştur. Nitekim katılımcıların bir bölümü, Muğla'ya ilk kez gelip Airbnb evlerinde konaklayan birçok yerli ve yabancı müşterileri olduğunu belirtmiştir. Katılımcılara göre Muğla'ya ilk kez gelen bu kişiler, yaşadıkları farklı ve olumlu konaklama deneyimi sonrasında çevrelerine de önerilerde bulunarak Muğla'nın tanıtımına da katkı sağlamaktadır.

Tabii ki etkisi var... Hatta bazen soruyorum, Muğla'ya ilk kez gelen ve platformu kullananlar oluyor. Sonuçta ilk kez gelmesindeki sebep belki de Airbnb. Geçenlerde denk gelmiştim, 45-50 tane yorumu var. Baktım dünyanın her yerine gitmiş ve Türkiye'ye ilk kez geliyor, Türkiye'den hiç yorum yoktu. Onunla biraz sohbet ettik, bu tarz insanların ülkeye de katkısı fazla. Gelen kesim geldikleri yerin belki de köy olduğunu bile bile geliyor yani. Bu da aslında bir yandan kültürü, doğayı görmek istiyor ve etkisi oluyor. Sonuçta Fethiye'nin ve Muğla'nın tanıtımında da etkisi var (K6, Fethiye).

... Yani trendler değişiyor, insanlar belki 15 yıl sonra uçarak seyahat edecekler. Zaten konaklama endüstrisini de insanların talepleri değiştiriyor... İnsanlar artık deneyim konaklamasına odaklanmış durumdadır. Bu firmalar (Airbnb) bunu çok önceden görüp bunu sağlamaya çalışıyorlar... Gelen misafirlerin %15'i çevre turları satın alıyorlar, onları gezdiriyorum, turistik yerleri gösteriyorum. Yerel düğünlere götürüyoruz, köylere götürüyoruz orada süt sağıyorlar, dalış tekne turu dışında farklı aktiviteler yapıyoruz. Yerel yemek yapabiliyorlar, kaldıkları evin sahibi yapıyor onlara gösteriyor, kendi bahçesinden kullandıkları malzemelerle. Bu insanların Türkiye ile bağları artıyor ve bu insanlar ertesi sene başka bir ülkeye gitse de aklında burası kalıyor dönüp tekrar geliyorlar.

Çünkü burada yaşadığı deneyimi başka bir yerde yaşamamış oluyor, çevresine çok ciddi reklam yapıyor. En iyi reklam insanın insana yaptığı reklamdır sonuçta (K16, Bodrum).

Diğer yandan konut kiralama sisteminin hem yerel halka hem de turizmin diğer paydaşlarına ve hizmet sektörüne sağladığı ekonomik katkının geleneksel konaklama tesislerine kıyasla (özellikle de her şey dâhil sisteminde çalışan otellere göre) daha fazla olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Birçok katılımcı, Airbnb evlerinde konaklayan kişilerin ilan sahibine sağladığı gelir dışında, ilçelerinde ekonomik bir canlılık yarattığını ve birçok sektörün bu pastadan pay aldığını aktarmıştır. Turizmin Muğla'nın birçok ilçesinde yöre halkı için temel geçim kaynaklarından biri olduğu düşünüldüğünde, Airbnb'nin yaratmış olduğu bu ekonomik canlılık birçok kesim için oldukça önemlidir. Bu nedenle de otellere kıyasla daha faydalı bir konaklama sistemi olduğu ve ekonomik etkiler bakımından otelciler dışında kimsenin şikâyetçi olmayacağı düşünülmektedir.

Bakin bir tane evden örnek vereyim size, ben bu evlerde misafir konaklattığım zaman bir kere buraya turist gelmiş oluyor, ikincisi bu turist sayesinde temizlikçisi para kazanıyor, ilaçlamacısı kazanıyor, tüpçüsü, sucusu kazanıyor, ev sahibi kazanıyor, ben kazanıyorum, varsa benim yardımcım kazanıyor, taksici kazanıyor, transercisi, tekne turcusu kazanıyor, restoran kazanıyor. Daha bunları artırabiliriz. Ben bir mikroekonomiyim ve birçok faydam var etrafa (K16, Bodrum).

Genel olarak bu tekelleşmenin sakıncalı bir şey olduğunu düşünüyorum. Süper marketlerin bakkalları öldürmesi gibi. Bu sistem de aslında konaklamaları otellerin elinden alıp biraz daha tabana yayan bir sistem gibi, bu açıdan bakınca olumlu. Ama tabana yaydığınız zaman, bu işi herkes yaptığı zaman, kötü bir şey çıkma olasılığı da artıyor. Bu nedenle Airbnb'nin güvenle ilgili bir problemi olduğunu düşünüyorum. Ayrıca gizli kamera yerleştirmek vs. ile ilgili çok şey var. İstismara açık bir şey. Ben kalacağım Airbnb evine şüpheyle yaklaşırım ancak zincir bir otele daha çok güvenirim diyebilirim (K11, Fethiye).

Airbnb'nin geleneksel konaklama endüstrisine ve tesislerine etkileri teması altında katılımcıların bir bölümü, konaklama tesisleri üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı konusunda görüş bildirmiştir. Etkisi olmamıştır diyen katılımcıların en önemli gerekçesi, otelleri ve Airbnb evlerini tercih eden müşteri profiline farklı olduğunu düşünmeleridir. Dolayısıyla otelleri tercih eden turistler otellerde konaklamaya devam ederken, evde konaklamak isteyen turistler ise Airbnb evlerini tercih etmeye devam etmektedir. Özellikle yabancı turistlere yönelik hizmet sağlayan büyük ölçekli otellerin müşteri ve gelir kaybı yaşamayacakları konusunda söylemler ön plana çıkmıştır. Bu bulgu, San Francisco'da (Blal vd. 2018) ve Güney Kore'de (Choi vd. 2015) yürütülen araştırmaların bulgularıyla paraleldir.

Otel doluluklarını etkilememiştir çünkü profil farklı. Otele gitmek isteyen otele gitmeye devam ediyor (K20, Marmaris).

Otelciler biraz dert yanıyor olabilirler. Ama Airbnb'nin çok etkisi olduğunu sanmıyorum. Otele ve kiralık eve gelen müşteri farklı, hitap ettiğin kitle farklı. Yani bu insanlar Airbnb olmasaydı otellere gelir miydi? Belki gelirdi ama hepsi değil, bir kısmı belki (K6, Fethiye).

Katılımcıların bir bölümü ise bu sistemin konaklama tesislerine olumsuz etkileri olabileceği konusunda görüş bildirmiştir. Örneğin, konut kiralamanın otelde konaklamaya kıyasla daha ekonomik olmasından dolayı, evlerin daha fazla taleple karşılaştığını, bu durumun da otellerin doluluklarını ve gelirlerini olumsuz anlamda etkilemiş olabileceği aktarılmıştır. Bunun sonucunda otellerin de fiyatlarında bir düzenlemeye gitmek zorunda kalabilecekleri belirtilmiştir.

Yani otelleri de muhakkak etkilemiştir. Ben bile Airbnb'den ev bulduğum sürece otelde kalmıyorum çünkü Airbnb'nin konforu hiçbirinde yok ne hostelde var ne otelde var. Fiyat olarak da genelde daha makul oluyor. Hele böyle çocuklu aileler için çok daha uygun konforlu oluyor. O yüzden otel müşterilerinin ciddi bir kısmını çaldıklarını düşünüyorum (K15, Bodrum).

Birçok otel bile odaları daireye çevirmeye başladı. Yıkılan oteller oldu, yerlerine villa yapıyorlar. Talep nereye çoğalırsa oraya... (K3, Fethiye).

Ancak görüşme yapılan geleneksel konaklama tesisleri, bu katılımcılarla aynı görüşte değildir. Örneğin Marmaris'teki 5 yıldızlı iki tesis, bu sistemden kaynaklı olarak doluluklarında herhangi bir azalma olmadığını çünkü kendilerinin genellikle yurt dışı pazarına çalıştıklarını ve taleplerin artarak devam ettiğini belirtmiştir. Fethiye'deki bir apart otel işletmecisi ise, kendisinin de Airbnb platformunu kullandığını ve herhangi bir olumsuz etkiyle karşılaşmadığını aktarmıştır. Ancak aynı katılımcı, hizmet vermeye yeni başlayacak küçük ölçekli bir

konaklama tesisinin, özellikle de lokasyon açısından dezavantajlı bir konumdaysa bu platformları kullanmak zorunda olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla küçük ölçekli konaklama tesislerinin karşı karşıya oldukları bu risk, geleneksel konaklama endüstrisindeki hostel, apart, pansiyon ve 2-3 yıldızlı oteller gibi düşük bütçe politikasına sahip olan tesisler üzerinde, Airbnb'nin yıkıcı bir etkisi olabileceği söylemi çerçevesinde şekillenen “yıkıcı yenilik” teorisinin de bir yansımasıdır (Guttentag, 2015; Guttentag & Smith, 2019).

Marmaris 'i düşündüğümde böyle bir şey yok. Biz her şey dâhil çalışıyoruz ve müşterilerimizin büyük çoğunluğu İngiliz. İngilizler her şey dâhil sistemi ve kalabalık ortamları çok seviyorlar ve tercih ediyorlar, gidip de farklı bir yerde kalmaz bu insanlar. Müşteri profilleri farklı olduğu için bizi çok etkilemiyor. Airbnb artıyor ama bize de talepler artıyor, karşılayamıyoruz (K24, Marmaris).

Beş yıldızlı otel müşterisi bu tarz platformları bence kullanmıyordur. Üst segmentteki oteller çok fazla etkilenmez. Mesela lokasyon olarak da bizim çok müşterimiz oluyor ama lokasyonu iyi olmayan küçük otel işletmeleri mutlaka etkileniyordur diye düşünüyorum. Benim lokasyonumun iyi olması ve eski müşterilerimin olması çok fazla etkilenmememi sağladı. Bugün bu işe başlasan bu platformları kullanmak, o komisyonu ödemek zorundasın (K17, Fethiye).

Görüşme yapılan tesislerin bir kısmı, konut kiralama sistemini kendilerine rakip olarak görmenin ötesinde kendileri için de faydalı bir sistem olduğunu belirtmiştir. Çünkü müşteri talebinin çok hızlı değiştiğini ve bu değişimin en iyi izlenebileceği alanın bu kiralama-platformlar olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra talebin farklı alanlara dağıtılması kendileri açısından riski azaltan bir faktör olarak görülmektedir. Bu nedenle tesislerin de bu platformlarda yer alması gerektiği aktarılmıştır.

Rakip olarak görmüyorum aksine bu tarz şeyler her zaman faydalıdır. Çünkü bir talep var, talep dağıldıkça bir noktanın oradaki payı kayıyor, Airbnb'ye kayıyor örneğin, o noktada otelin güncel duruma ayak uydurması, otelin de platformda yer alması gerekiyor. Eskiden televizyon var mı diye soruyorlardı, şimdi smart tv, netflix var mı diye soruyorlar. Bunlar sürekli güncellenen şeyler ve bunu en iyi takip edebileceğiniz yer bu platformlar oluyor. 5 yıldızlı tesisler için de geçerli... Kimi insan var Airbnb kullanır kimisi anlam veremediğim şekilde farklı bir platform kullanır...Herkesin olması gereken platformlar. Dolayısıyla otellere rakip değil bence faydalanılması gereken bir sistem (K26, Marmaris).

Rakip olarak görmekten ziyade şu var; dünya çok hızlı değişiyor. Bizim de oteller olarak bu değişime ayak uydurmamız gerekiyor. Klasik o standart yapılardan çıkması gerekiyor. İmkânı olan birçok otel zaten internette odasını pazarlıyor, Facebook'tan ya da farklı yerlerden. Dinamik olmalı bu iş zaten, onlara karşı değilim (K27, Bodrum).

3.3.1. Sosyo-Kültürel ve Mekânsal Etkiler

Kısa süreli konut kiralama sisteminin sosyo-kültürel ve mekânsal etkileri, katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde odaklanılan diğer bir konudur. Sınırlı sayıda katılımcı bu sistemin olumlu sosyo-kültürel etkileri olduğu konusunda görüş bildirmiştir. Airbnb'nin sosyal bağları kuvvetlendirmesi ve pozitif anlamda bir kültürlenme sürecine yol açması vurgulanan sınırlı sayıdaki olumlu etkilerdendir. Ancak kısa süreli konut kiralama sisteminin neden olduğu olumsuz sosyo-kültürel ve mekânsal etkiler birçok katılımcı tarafından sıklıkla vurgulanmıştır. Bu olumsuz etkiler ekonomik etkilerle de çoğu zaman yakından ilişkilidir.

Olumsuz etkilerin başında barınma sorunuyla ilgili söylemler ve bulgular gelmektedir. Birçok katılımcıya göre, kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin artması ya barınma sorunlarına neden olmakta ya da hâli hazırda var olan barınma sorunlarını büyütülmektedir. Muğla'nın birçok ilçesinde, daha önce uzun süreli olarak kiraya verilen konutların, kısa süreli kiralama yarattığı rant ekonomisi nedeniyle bu sisteme dâhil edildiği görülmektedir. Bunun neticesinde mevcut kiracılar konutlarından çıkarılmakta ve bu konutlar gerek platformlar gerekse yerel acenteler aracılığıyla günlük ya da haftalık olarak kiraya verilmektedir. Dolayısıyla uzun süreli kiralık konut arayan kişiler bir barınma sorunuyla karşılaşmaktadır. Ayrıca bu sistemin getirmiş olduğu rant sebebiyle eskiden tarım için kullanılan arsalarda konut inşaatları devam etmekte (Fotoğraf 2) bu da arazi fiyatlarını artırmaktadır.

Fethiye'de ilanlara baktığınızda genel olarak şunu görürsünüz; Mayıs'a kadar kiralık. Fethiye'de yaşayan ya da tatil beldelerinde yaşayan herkesin ilanları; Mayıs'a kadar kiralık. Mayıs'tan sonra bu adam ne yapsın. Şu an uygun fiyata düzgün bir ev bulma şansınız yok. Bulduğun ev de ya şehir merkezine uzak, vakitten kaybediyorsun ya da işte yakıt harcayacaksın, dolmuş kullanacaksın. Ya da çok eski, rutubetli evler var genel olarak (K2, Fethiye).

Konut fiyatlarını artırmasında tamamen etkili. Bu fiyatların böyle 20-25 bine çıkmasının temel nedeninin Airbnb gibi kiralamalar olduğunu düşünüyorum. Airbnb'den versem günlük bin liradan aylık 30 bin olduğunu hesaplıyor insanlar. Bu durum da kiralamaları çok artırdı (K34, Ula).

Bu ev kiralama sistemi de satılık-kiralık konut fiyatları tabii ki etkiliyordur. En küçük arsası olan bile artık üretimi bıraktı. Yani, bir ev yapayım önüne küçük bir havuz koyayım, iki müşteri getiririm parayı koparırım derdine düştü millet burada. Ama yarın bir gün böyle yeşillik koparıp da yiyemeyecek duruma düşecekler, betonun yenmediğini görecekler hepsi (K18, Fethiye).



Fotoğraf 2- Fethiye'de tarım için kullanılan bir arsada kısa süreli kiralanmak üzere yapılan yeni konut örneği (solda eski köy evi, sağda özel havuzlu-izole yeni konut)

Photo 2- An example of a new house built for short-term rental on a land used for agriculture in Fethiye (old village house on the left, new isolated house with private pool on the right)



Fotoğraf 3- Airbnb platformunda kiralanmak üzere Muğla'nın farklı ilçelerinde inşa edilen konutlardan bir görünüm (bungalov, karavan, tiny house)

Photo 3- A view of the houses built in different districts of Muğla to rent on the Airbnb platform (bungalow, caravan, tiny house)

Kaynak: Airbnb ilan sahipleri

Barınma sorunu yaşayan kişilerin başında Muğla'ya tayin olan kamu çalışanları, hizmet sektöründe çalışanlar ve öğrenciler gelmektedir. Barınma sorunu yaşayan bu kişiler ilçe merkezlerinden uzak bölgelerde ve daha uygun fiyatlı kiralık konut arayışına girmektedir. Bu da ilçelerin çeperlerinde yeni konut inşaatlarını artırmakta ve talebe bağlı olarak o bölgelerde de konut fiyatlarının artışına neden olmaktadır. Fethiye bu sürecin net bir şekilde gözlemlendiği ilçelerin başında gelmektedir. İlçede maksimum 2 kat imar izni olmasının da etkisiyle, konut alanları yatay bir şekilde genişlemeye hızla devam etmektedir. Datça ve Marmaris'te ise Airbnb platformunda kiralanmak üzere inşa edilen konteyner, bungalov ve küçük ev (*tiny house*) sayıları hızla artmaktadır (Fotoğraf 3).

Bu durum literatürde Cocola-Gant (2018a) tarafından Barselona örneğinde vurgulanan “dışlayıcı yerinden edilme”nin Muğla'daki bir yansıması niteliğindedir. Dışlayıcı yerinden edilme, bir mekânda turizmin büyümesine ve birçok konutun ev statüsünden turistik konaklama tesisine dönüşmesine bağlı olarak konut/kira fiyatlarının yükselmesi, bunun sonucunda da özellikle düşük gelirli insanların ilgili alanlarda bütçelerine uygun ev bulmalarının gittikçe zorlaşması sürecini ifade etmektedir.

En büyük problem şu an memurlar için. Bizim buraya şu an doktorlar gelmiyor. Çünkü maaşının yarısından fazlasını kiraya vermek zorunda. Zaten bu problemi çözmek için de özel tahsis edilecek konut ayarlamaya çalışıyorlar doktorlara ve öğretmenlere. Herhangi bir memur için de bu problem geçerli, memur yok, gelmek istemiyorlar. Çünkü doktordan daha az maaş alan bu sefer sadece kiraya çalışacak. Mesela polislerin ve askerlerin lojmanları var ama diğer memurların lojmanı yok. Lojman olmadan da gelmeyecekler. Datça memur açısından çok ciddi sıkıntı çekiyor, memur için bir sürgün yeri oldu... Datça Mesudiye'de tiny house ve bungalov tarzı evlerde çok artış var. Marmaris de aynı. Yüksek katlıdan ziyade bu şekilde küçük evler inşa ediliyor, bunlar da bir artış var (K33, Datça).

(Memurlar) çok büyük zorluk çekiyorlar, ev kiralamalarda çok büyük zorluk var. Mesela geçen iki ay (Temmuz-Ağustos) polis ve öğretmen tayinleri vardı, çok zor ev bulduk. ...Memurlar da çok şikâyetçiler, yani bazıları arıyorlar şehir dışından 2 bin 3 bin liralık ev arıyoruz diye, diyoruz ki kalmadı, baraka bile çadır bile bulamazsınız bu fiyata diyoruz. Artık şehir Karaçulha, Çamköy, Çatalarık o taraflara kaymaya başladı, daha uygun olduğu için ama oralarda da fiyatlar artmaya başladı (K21, Fethiye).

Katılımcıların bir bölümü barınma problemlerinin Türkiye'ye ve Muğla'ya özgü bir sorun olmadığını aksine küresel bir sorun olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla satılık ve kiralık konut fiyatlarının artışına bağlı olarak ortaya çıkan barınma sorununun yalnızca Airbnb kaynaklı olmadığı, arkasında yatan farklı ekonomik ve sosyo-kültürel etkenler olduğu savunulmaktadır. Bu etkenlerden ilki, döviz kurundaki artış ve yüksek enflasyondur. Tüm dünyada olduğu gibi Muğla'da da konutlar, artan enflasyon karşısında bir yatırım aracı olarak görülmekte ve konutlara talep artarak devam etmektedir. İnşaat maliyetlerindeki artış da eklenince satılık konut fiyatları hızla yükselmekte, buna paralel olarak kiralık konut fiyatları da artış göstermektedir. Bu ekonomik etkenler nedeniyle, konutların uzun süreli kiraya verilmesi, ilk aşamada ev sahiplerine yüksek kira getirisi sağlasa da bir süre sonra bu kira getirisi ev sahipleri açısından yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla birçok konut kısa süreli kiralama pazarına dâhil edilmektedir. Böylelikle konut sahipleri uzun süreli kiralamalardan elde edebileceği getiriyi daha kısa sürede kazanarak hem enflasyonun etkisini azaltmayı hedeflemekte hem de uzun süreli kiracıların evlerden çıkarılamaması riskini ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır.

Dünyada da bir barınma problemi var zaten. Tüm dünyada emlak fiyatları artıyor. Emlak fiyatı artınca kira fiyatları da artıyor... Bodrum'da aylık 50 bin liradan dört ayda 200 bin lira para kazandı insanlar. Bu parayı kazanınca bu evin yıllık kirası 200 bin liraya çıkmış oldu. Bunu 12 aya böldüğün zaman 3-4 bin liralık evler bir anda 10 bin 15 bin liraya yükseldi. Aylık kiralaları bu seviyelerde istemeye başladı ev sahipleri. Yıllık kiralamarlar garip bir seviyeye geldi. Çünkü adam bu sefer ben yıllık kiralayacağıma sezonluk 4 ay kiralaram, aynı parayı kazanırım niye seninle yıllıkla uğraşayım dedi ve kiralar burada (Bodrum'da) sapıtı...Doların dövizin enflasyonun artması karşısında insanlar paralarını gayrimenkule yatırdılar, ev fiyatlarından daha fazla arsa fiyatları arttı. Sadece bu iş için ev satın alınıyor demek çok doğru değil (K32, Bodrum).

Memleketteki devalüasyon sebebiyle konutu uzun süreli kiraya vermek, kısa vadede 2-3 senede zarara uğrattıyor. Bugün 10 bin liradan uzun süreli kiraya veriyorsunuz mesela, seneye o 10 bin lira yarı yarıya düşüyor belki daha fazla, bunu bilemiyorsunuz. Bu devalüasyon sebebiyle kirayı güncel

tutamıyorsunuz, kiracının da yasal hakları sebebiyle. Ama kısa süreli kiralamalarda böyle bir şey yok, istediğiniz zaman istediğiniz zammı yapabiliyorsunuz (K26, Marmaris).

Katılımcıların bir bölümü ise, satılık ve kiralık konut fiyatlarındaki artışın ve bununla bağlantılı olarak ortaya çıkan barınma sorununun büyükşehirlerden Muğla'ya yönelik artan iç göç ve Ukrayna-Rusya savaşına bağlı olarak yaşanan dış göç kaynaklı olduğunu düşünmektedir. İstanbul başta olmak üzere büyükşehirlerden Muğla'ya gelen kişilerin temel motivasyonları daha iyi bir yaşam arayışıdır (Kaba, 2022). Ekonomik anlamda dezavantajlı olmayan bu kişiler, İstanbul'da barınma için ayırdıkları bütçeyi hatta daha fazlasını Muğla'da harcama hazırdır. Dolayısıyla bu kişiler konut fiyatlarındaki artışın başka bir sebebi olarak görülmektedirler. Bu nedenle konut fiyatların artışıyla ilgili eleştirilerin, bölgeye dışarıdan gelen kişiler tarafından yapılmasının anlamsız bir eleştiri olduğu çünkü demografik yapıyı değiştirenlerin ve fiyatları yükseltenlerin kendileri olduğu bir katılımcı tarafından vurgulanmıştır.

Pandemi ise bu süreci hızlandıran bir faktör olmuştur. Pandemi döneminde “sıfır temas” konseptli, bahçeli ve müstakil villalar, doğa ile içe içe konseptli ahşap bungalov evler, aynı zamanda tekne, yatlar ve karavanlar salgın nedeniyle izole tatil yapmak isteyenlerin yoğun ilgisiyle karşılaşmış (Zoğal & Emekli, 2020) bu ilgi uzaktan eğitim ve evden çalışma koşullarına bağlı olarak kalıcı hâle gelmiştir ve nüfus artmıştır.

Bir kere pandemi döneminde insanlar İstanbul'dan kaçtılar, güneye geldiler. Bodrum ayrı hareketlendi, Datça'sı, Dalyan'ı Köyceğiz'i ayrı etkilendi, faktörler değişti. Bodrum'da ciddi bir kış nüfusu oluşmaya başladı, bunlar da fiyatları etkiledi. Sadece bu iş için, kısa süreli kiralama yapmak için ben ev alayım diyen çok insan olduğunu ben sanmıyorum ama çok insan taşındı. Bodrum gibi bir yere böyle bir yığılma olunca da fiyatlar uçtu. Ama zaten İstanbul'da da uçtu, Antalya'da da uçtu, genel bir artış var, Bodrum bundan biraz daha fazla etkilendi, talep yoğunluğu nedeniyle. İnsanların hayat tarzı değişti, uzaktan çalışmaya başlayınca ofise gitmesine gerek kalmadı, evini satıp Bodrum'dan ev aldı vs. (K32, Bodrum).

Fiyatların artması bu sistemle alakalı değil, tamamen Türkiye'nin ekonomik şartlarıyla ilgili. Şu anda kıyı bölgeleri çok fazla göç alıyor büyükşehirlerden, ayrıca Rusya-Ukrayna savaşının başlamasıyla oralardan gelip burada yer alan, kiralayan insanlar olduğu için hâliyle fiyatlar yükseldi, bunun kısa süreli kiralamalarla ilgisi yok. Sadece göçün fazla olmasından kaynaklı olarak fiyatlar arttı (K22, Fethiye).

Satılık-kiralık konut fiyatlarındaki artış ve barınma sorunları dışında, bu sistemin yarattığı ya da tetiklediği mekânsal etkiler de karşımıza çıkan bulgulardır. Bu mekânsal sorunların başında, yoğun talep ve kullanım sebebiyle ilçelerdeki altyapı ve üstyapının yetersiz kalması gelmektedir. Başta Fethiye ve Bodrum ilçelerinde olmak üzere, özellikle yaz dönemlerinde sık sık elektrik ve su kesintileri yaşanmakta, kanalizasyon sorunları ve koku problemi ortaya çıkmaktadır. Bunun yanısıra kalabalığın artması neticesinde trafik ve gürültü problemlerinin baş göstermesi, ilçelerin yaşam kalitesini de düşürmektedir. Bir katılımcı trafiğin İstanbul'u aratmadığını ve ciddi bir park sorunu doğduğunu aktarmıştır. Ayrıca hem ilçelere yerleşenlerin hem de kiralamaların artmasıyla beraber bu insanlara hizmet vermek üzere spor salonları, yeni restoranlar-kahve dükkânları ve sağlık hizmeti sağlayan birçok yeni iş yerinin açıldığı bir başka etki olarak belirtilmiştir. Yukarıda bahsedilen sorunlar, insanların yaşadıkları yerlere olan mekânsal aidiyetlerini de etkilemektedir. Nitekim bir katılımcı bu durumu “çocukluğumun Fethiye'sini özleyorum” sözleriyle dile getirmiştir.

Altyapı problemlerine de neden oluyor, Çalış'taki logar patladı, 45 gün oldu hâlen onaramadılar. Hiç koku olmayan Çalış'ta şimdi akşamüstü gidin arabanın klimasını açamıyorsun...Belediye hizmeti bu kadar kalabalığa yetmez. Yollar kalabalık, araba park edecek yer yok... Olan yerler yetmiyor mecburen yeni yerler açılıyor, spor salonları, yeni restoranlar, makarnacılar, dönerciler, zayıflama merkezleri, estetik bu rekabeti artırdı, rekabet artınca daha konforlu hizmet vermeye başladılar... (K21, Fethiye).

Ya en basiti burada söyleyeyim, kiralamalar arttığı zaman yaşayan sayısı artıyor, yaşayan artında araç sayısı da artıyor, insan arttıkça gürültü de oluyor hırsızlık da oluyor her şey oluyor. Eskiden biz kapımızı kilitlemiyorduk şimdi 8 kilit atıp da gidiyoruz. Güvenlik sorunları oluyor. Biz isyan ediyoruz, burada yaşayan biri olarak ben aracımın Fethiye merkeze gitmeye korkuyorum...Ben eski Fethiye'yi, çocukluğumun geçtiği Fethiye'yi özleyorum. İnsanın birisi, yaşlının birisi ölüyor, çocukları hemen evi müteahhite veriyorlar, eski ev anılarla beraber gidiyor, yerine ucube bir şey çıkıyor (K18, Fethiye).

4. SONUÇ

Araştırma alanı Muğla'da Airbnb ilanlarına ait verilere ilişkin yaptığımız değerlendirmeler, Muğla'da Airbnb faaliyetlerinin giderek daha fazla profesyonel bir yapı kazandığını net bir şekilde göstermiştir. Profesyonelleşmenin en temel göstergelerinden biri kabul edilen çoklu-ticari ilanların oranı Muğla'da %70'in üzerindedir. Bu oran dünyanın diğer şehirlerine ait mevcut veriler göz önünde bulundurulduğunda Muğla'yı dünyada çoklu-ticari ilanların en yüksek olduğu 6.şehir konumuna yükseltmektedir. Ayrıca bu ilanların oranının 2017-2021 yılları arasında düzenli bir artış eğilimine sahip olması, kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin giderek daha fazla profesyonel bir yapı kazandığını ortaya koymaktadır. Aynı şekilde süper ev sahibi olan kullanıcıların ve otel odası olarak listelenen ilanların sayısındaki artış bu profesyonelleşme eğilimini destekleyen verilerdeki diğer bulgulardır. Katılımcıların süper ev sahipliği konusundaki ve kurumsallaşma çabaları ise ikincil verilerden elde edilen bulguların sahadaki karşılığını niteliğindedir.

Airbnb faaliyetlerinin profesyonelleşmesi neden önemlidir? Çünkü bu durum kısa süreli kiralama neden olduğu olumsuz etkilerin çoğu zaman temel sebebi olarak görülmektedir. Airbnb faaliyetlerinin etkilerini ikincil veriler üzerinden analiz etmek çok mümkün değildir. Bu nedenle farklı paydaşlardan katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kısa süreli kiralama faaliyetlerinin ve Airbnb'nin, Muğla'daki turizm faaliyetlerine bir yenilik getirmesi, insanlara konaklama alternatifi sunması ve geleneksel konaklama tesislerine kıyasla birçok sektörde ekonomik bir canlılık yaratması sistemin olumlu etkileri olarak karşımıza çıkmıştır. Bunun yanında sosyal bağları kuvvetlendirmesi ve pozitif anlamda bir kültürlenme sağlaması bakımından faydalı bir sistem olarak görülmektedir. Ancak kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin olumsuz etkileriyle ilgili sonuçlar daha çarpıcıdır.

Olumsuz etkilerle ilgili ulaşılan en önemli sonuç, kısa süreli konut kiralama sisteminin konutun finansallaşması sürecini hızlandırarak barınma sorunlarına neden olması ya da mevcut barınma sorunlarını büyütmesidir. Bu sorunun temelinde kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin yarattığı rant ekonomisi gelmektedir. Uzun süreli konut kiralama yapan birçok kiracı, yaşadıkları evlerin, sahipleri ya da aracı şirketler tarafından kısa süreli konut kiralama pazarına dâhil edilmeleri neticesinde konutlarından çıkarılmakta ve yüksek kira fiyatları nedeniyle kiralık konut bulmakta zorlanmaktadır. Nitekim görüşme yapılan Airbnb kullanıcılarının tamamı sistemi ekonomik amaçlarla kullandığını belirtmiştir. Bu rant tarım arazilerinde ve inşaat yasağı olan alanlarda yeni konut inşaatlarını da hızlandırmaktadır.

Barınma sorunu yaşayan kişilerin başında kamu ve hizmet sektörü çalışanları ile öğrenciler gibi alt ve orta gelir grubundaki kişiler gelmektedir. Bu kişiler, ya ilçe merkezlerinden uzak bölgelerde daha uygun fiyatlı kiralık konut arayışına girmekte ya da çalıştıkları-yaşadıkları yerleri terk etme planı yapmaktadır. Nitekim Bodrum'da çalışan öğretmenlerin %80'inin barınma sorunu nedeniyle Bodrum'dan tayin istemeleri basın haberlerine de konu olmuştur (Arslan, 2022). Muğla'da gözlemlenen bu barınma sorunlarının tamamen kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinden kaynaklı olmadığını ve yalnızca Muğla'ya özgü bir durum olmadığını da belirtmek gerekir. Türkiye'de artan enflasyon ve döviz kurundaki artışa bağlı olarak Türk lirasının yaşadığı değer kaybı, konutların yatırım aracı olarak talep görmesine neden olmaktadır. Bu talep inşaat maliyetlerindeki artışla da birleşince, özellikle büyükşehirlerde ve turistikleşen kıyı şeridindeki şehirlerde satılık konut fiyatları yükselmekte, dolayısıyla kiralarda da benzer artışlar yaşanmaktadır. Ancak uzun süreli kiraya verilen konutlardan elde edilen gelirin enflasyon sebebiyle çok kısa bir süre sonra piyasanın altında kalması, konut sahiplerini kısa süreli konut kiralama pazarına yönlendirmektedir.

Bunun yanı sıra, pandemi döneminde Muğla'nın ilçelerine yönelik hareketliliğin ve talebin artması ayrıca Ukrayna-Rusya savaşıyla beraber bu ülkelerden gelen kişilerin kiralık konut arayışları konut fiyatlarını artıran diğer nedenlerdir. Kısa süreli konut kiralama faaliyetlerinin barınma sorununun sebeplerinden yalnızca biridir. Dolayısıyla konuyla ilgili atılacak adımların ve düzenlemelerin barınma sorununa yönelik geçici bir çözüm oluşturacağını da belirtmek gerekir. Şirin'in de (2023, s.89,90) aktardığı üzere barınma sorununun çözüm yollarından biri konutun ana yatırım aracı olmaktan çıkarılmasıdır.

Başta Avrupa ülkelerindeki şehirler olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde Airbnb faaliyetlerinin neden olduğu sorunlar tartışılmakta ve bu sorunlara çözümler üretilmeye çalışılmaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar, bu faaliyetleri tamamen yasaklanmanın hem ekonomik olarak bir kayba neden olması hem de yasadışı yeni oluşumların doğmasına sebebiyet vermesi nedeniyle faydalı bir yöntem olmadığını göstermiştir (Nieuwland ve van Melik, 2020). Bu bağlamda Türkiye'de 2023 yılı itibarıyla hazırlanan yeni düzenlemenin nasıl bir etkisi olacağı önümüzdeki süreçte yakından takip edilmesi ve yeni araştırmalarla incelenmesi gereken

bir konudur. Ancak Airbnb verilerinin herkese açık olmaması, konuyla ilgili yürütülecek araştırmaların en önemli sınırlılığını oluşturmaktadır.

| | |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Çıkar Çatışması / <i>Conflict of Interest</i> | Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir. <i>The authors declared no conflict of interest</i> |
| Finansal Destek / <i>funding conditions</i> | Çalışma Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından (SGA-2021-22657 nolu proje) desteklenmiştir. <i>The study was supported by Ege University Scientific Research Projects Coordination Office. (Project no. SGA-2021-22657)</i> |
| Yazar Katkıları/Author Contributions | Yazarlar/Authors |
| Çalışmanın içeriği ve tasarımı/ <i>Conception/Design of Study</i> | V. Zoğal – G. Emekli |
| Metodoloji/ <i>Methodology</i> | V. Zoğal |
| Veri toplama-oluşturma-iyileştirme/ <i>Data Curation</i> | V. Zoğal |
| Analiz/ <i>Analysis and interpretation of data</i> | V. Zoğal |
| Görselleştirme/ <i>Visualization</i> | V. Zoğal |
| Yazı taslağı/ <i>Writing - Original Draft</i> | V. Zoğal |
| Yazma - İnceleme ve Düzenleme/ <i>Writing - Review & Editing</i> | V. Zoğal – G. Emekli |
| Proje yönetimi/ <i>Project administration</i> | V. Zoğal – G. Emekli |

REFERANSLAR

- Adamiak, C. (2019). Current state and development of Airbnb accommodation offer in 167 countries, *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1696758>
- Airbnb. (2021). About Us, <https://news.airbnb.com/about-us/> Erişim Tarihi: 01.04.2022
- Arslan, S. (2022, Mayıs 31). Bodrum'da barınma krizi: Öğretmenlerin yüzde 80'i ayrılmak istiyor. <https://www.gazeteduvar.com.tr/bodrumda-barinma-krizi-ogretmenlerin-yuzde-80i-ayrilmak-istiyor-haber-1566970>
- Balampanidis, D., Maloutas, T., Papatzani, E. & Dimitris, P. (2019). Informal urban regeneration as a way out of the crisis? Airbnb in Athens and its effects on space and society, *Urban Research & Practice*, <https://doi.org/10.1080/17535069.2019.1600009>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600.
- Blal, I., Singal, M. & Templin, J. (2018). Airbnb's effect on hotel sales growth. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 85–92.
- Celata, F. & Romano, A. (2020). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities, *Journal of Sustainable Tourism*, <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1788568>
- Choi, K. H., Jung, J. H., Ryu, S. Y., Do Kim, S., & Yoon, S. M. (2015). The relationship between airbnb and the hotel revenue: In the case of Korea. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(26), 1–8.
- Cocola-Gant, A. & Gago, A. (2019). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon, *Environment and Planning A: Economy and Space* <https://doi.org/10.1177/0308518X19869012>.
- Cocola-Gant, A. & Lopez-Gay, A. (2020). Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona, *Urban Studies*, 57(15), 3025–3043.
- Cocola-Gant, A. (2016). Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefield, *Sociological Research Online*, 21(3), 10.
- Cocola-Gant, A. (2018a). Tourism gentrification. Lees, L ve Phillips, M (Ed.) *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham and Northampton, içinde (s. 281-293), Edward Elgar Publishing.
- Cocola-Gant, A. (2018b). *Struggling with the leisure class: Tourism, gentrification and displacement*. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Cocola-Gant, A. (2019). Gentrification and displacement: urban inequality in cities of late capitalism, Schwanen, T.ve R. Van Kempen (Ed.) *Handbook of Urban Geography* içinde (s. 297-310), Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Cocola-Gant, A. (2023). Place-based displacement: Touristification and neighborhood change, *Geoforum* 138, 103665, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2022.103665>

- Cocola-Gant, A., Gago, A. & Jover, J. (2020). Tourism, gentrification and neighbourhood change: an analytical framework. Reflections from Southern European cities, Oskam, J. (Ed). *The Overtourism Debate. NIMBY, Nuisance, Commodification* içinde (s. 121-135) Bingley: Emerald.
- Cocola-Gant, A., Jover, J., Carvalho, L. & Chamusca, P. (2021). Corporate hosts: The rise of professional management in the short-term rental industry, *Tourism Management Perspectives* 40, 100879, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100879>
- Crommelin, L., Troy, L., Martin, C. & Pettit, C. (2018). Is Airbnb a Sharing Economy Superstar? Evidence from Five Global Cities, *Urban Policy and Research*, 36(4), 429-444.
- Demir, E. & Emekli, G. (2021). Is Airbnb no longer a sharing economy platform? Evidence from Europe's top 10 Airbnb destinations, *Anatolia*, 32(3), 470-488.
- Doğru, T., Hanks, L., Ozdemir, O., Kizildag, M., Ampountolas, A. & Demirel, I. (2020b). Does Airbnb have a homogenous impact? Examining Airbnb's effect on hotels with different organizational structures. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 102451. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102451>
- Doğru, T., Mody, M., Suess, C., Line, N. & Bonn, M. (2020a). Airbnb 2.0: is it a sharing economy platform or a lodging corporation? *Tourism Management*, 78, 104049. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104049>
- Dolnicar, S. & Zare, S. (2020). COVID-19 and Airbnb Disrupting the Disruptor. *Annals of Tourism Research* 83, 102961. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102961>
- European Cities Call for Action on Short-Term Holiday Rentals (2020). Position Paper on Better EU-Legislation of Platforms Offering Short-Term Holiday Rental. https://eurocities.eu/wp-content/uploads/2020/08/EUROPEAN_CITIES_ALLIANCE_ON_SHORT_TERM_RENTALS_final.pdf
- Farmaki, A. & Kaniadakis, A. (2020). Power dynamics in peer-to-peer accommodation: insights from Airbnb hosts. *International Journal of Hospitality Management*, 89, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102571>
- Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A. Č., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and Responses, *International journal of hospitality management*, 91, 102663. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102663>
- Farronato, C. & Fradkin, A. (2018). The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of airbnb. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. No. w24361.
- Freeman, C. & Cheyne, C. (2008). Coasts for Sale: Gentrification in New Zealand, *Planning Theory and Practice*, (9)1, 33-56.
- Frenken, K & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Furukawa, N. & Onuki, M. (2019). The design and effects of short-term rental regulation, *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1638892>
- Gallagher, L. (2020). *Airbnb Hikâyesi, Üç Sradan Adam Bir Endüstriyi Kökten Değiştirdi ve Milyarlarca Dolar Kazandı!* (Çev. Pınar Göker). Sola Unitas Yayınevi: İstanbul.
- Geniş, Ş. (2018). Barınma Hakkını Savunmak. *Mülkiye Dergisi*, 42(3), 481-488
- Gil, J. & Sequera, J. (2020). The professionalization of Airbnb in Madrid: far from a collaborative economy, *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1757628>
- González-Pérez, Jesús M. (2020). The dispute over tourist cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain), *Tourism Geographies*, 22(1), 171-191.
- Gravari-Barbas, M. & Guinand, S. (2017). *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*, Routledge: Abingdon.
- Grisdale, S. (2019). Displacement by disruption: short-term rentals and the political economy of "belonging anywhere" in Toronto, *Urban Geography*, 42(5), 654-680.
- Gurran, N. & Phibbs, P. (2017). When Tourists Move In: How Should Urban Planners Respond to Airbnb?, *Journal of the American Planning Association*, 83(1), 80-92.
- Gurran, N., Zhang, Y. & Shrestha, P. (2020). 'Pop-up' tourism or 'invasion'? Airbnb in coastal Australia, *Annals of Tourism Research* 81, 102845, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102845>
- 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. & Smith, S. L. J. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10.
- Hardy, A. & Dolnicar, S. (2017). Types of network members. S. Dolnicar (Ed.), *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* içinde (s. 170–181). Oxford: Goodfellow.
- Heo, C. Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research, *Annals of Tourism Research*, 58, 166-170.
- Hof, A. & Blázquez-Salom, M. (2013). The Linkages between Real Estate Tourism and Urban Sprawl in Majorca (Balearic Islands, Spain), *Land*, 2, 252-277.
- Hughes, N. (2018). Tourists go home: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*, 17(4), 471-477.
- Ioannides, D., Röslmaier, M., & van der Zee, E. (2019). Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(5), 822-840.
- Kaba, B. (2022). Turkish Rural Lifestyle Migrants To Muğla: A Qualitative Analysis of Video Narratives, *Ege Coğrafya Dergisi*, 31(2), 305-319.
- Ki, D. & Lee, S. (2019). Spatial Distribution and Location Characteristics of Airbnb in Seoul, Korea, *Sustainability* 11, 4108. <https://doi.org/10.3390/su11154108>
- Lee, D. (2016). How Airbnb Short-Term Rentals Exacerbate Los Angeles's Affordable Housing Crisis: Analysis and Policy Recommendations. *Harvard Law & Policy Review* 10(1), 229-254.
- Lefebvre, H. (2016). *Şehir Hakkı*, (Çev. Işık Ergüden), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Madden, D. & Marcuse, P. (2021). *Aşırı Metalaşma Çağında Konutu Savunmak* (Çev. Şerife Geniş). İdeal Kent Yayınları: İstanbul.
- Mermet, A. C. (2017). Airbnb and tourism gentrification: critical insights from the exploratory analysis of the 'Airbnb syndrome' in Reykjavik, Gravari-Barbas, M. ve Guinand, S. (Ed.) *Tourism and gentrification in contemporary Metropolises*, içinde (s. 52-74), Routledge.
- Molz, J. G. (2012). Couchsurfing and network hospitality: 'It's not just about the furniture'. *Hospitality & Society*, 1(3), 215-225.
- Molz, J. G. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing.org, *Annals of Tourism Research*, 43, 210-230.
- Montezuma, J. & McGarrigle, J. (2019). What motivates international homebuyers? Investor to lifestyle 'migrants' in a tourist city. *Tourism Geographies* 21(2), 214-234.
- Morales-Pérez, S., Garay-Tamajón, L. & Troyano-Gontá, X. (2020). Beyond the big touristic city: nature and distribution of Airbnb in regional destinations in Catalonia (Spain), *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1780201>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., Such-Devesa, M. J., & Perles-Ribes, F.F. (2019). Tourist environment and online reputation as a generator of added value in the sharing economy: The case of Airbnb in urban and sun-and-beach holiday destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 53–66.
- Neeser, D. (2015). *Does Airbnb hurt hotel business: Evidence from the Nordic countries*. Master's Thesis. Universidad Carlos III de Madrid, Madrid, İspanya.
- Nieuwland, S. & van Melik R. (2020). Regulating Airbnb: How cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals. *Current Issues in Tourism*. 23(7), 811-825.
- Önder, İ., Weismayer, C. & Gunter, U. (2019). Spatial price dependencies between the traditional accommodation sector and the sharing economy. *Tourism Economics*, 25(8), 1150–1166.
- Renau, L. R. (2018). Touristification, Sharing Economies and the New Geography of Urban Conflicts. *Urban Science*, 2, <https://doi.org/10.3390/urbansci2040104>
- Resmî Gazete (2023). Konutların Turizm Amaçlı Kiralanmasına ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Sayı: 32357, Kanun No: 7464. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/11/20231102-16.htm>
- Robertson, D., Oliver, C. & Nost, E. (2020). Short-term rentals as digitally-mediated tourism gentrification: impacts on housing in New Orleans, *Tourism Geographies*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1705768>

- Rodríguez-Pérez de Arenaza, D., Hierro L.A. & Patiño, D. (2019). Airbnb, sun-and-beach tourism and residential rental prices. The case of the coast of Andalusia (Spain), *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1705768>
- Schäfer, P. & Braun, N. (2016). Misuse through short-term rentals on the Berlin housing market. *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9(2), 287–311.
- Schor, J. (2015). Homo Varians: Diverse Economic Behaviors in New Sharing Markets, Yayınlanmamış makale, Boston College. <https://www.bc.edu/content/dam>
- Shah, P. (2011). *Coastal gentrification: The coastification of St Leonards-on-Sea*. Loughborough, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Loughborough University.
- Sigala, M. (2015). Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry, *Current Issues in Tourism*, 20(4), 346-355.
- Şirin, S. (2023). *Ya Adalet Ya Sefalet, Daha Yaşanabilir Bir Türkiye İçin 7 Mesele 7 Reçete*, Doğan Kitap, İstanbul.
- Smith, N. (1979). Toward a Theory of Gentrification A Back to The City Movement by Capital, not People, *Journal of The American Planning Association*, 45(4), 538-548.
- Solana-Solana, M. (2010). Rural gentrification in Catalonia, Spain: A case study of migration, social change and conflicts in the Empordanet area. *Geoforum* 41, 508-517.
- Uzgören, G. & Türkün, A. (2018). Airbnb'nin Soylulaşma Sürecine Etkisi: Kadıköy Rasimpaşa Mahallesi Örneği, *Planlama Dergisi*, 28(2), 154-170.
- Uzgören, G. (2022). Airbnb ve Konutun Finansallaşması: Kısa Süreli Konaklama Platformlarını Türkiye'de Konut Sorunu Tartışmalarına Dâhil Etmek, *VII. Kent Araştırmaları Kongresi, Bildiri Özeti Kitabı*, 1238-1249.
- Wachsmuth, D. & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space* 50(6), 1147-1170.
- Yrigoy, I. (2019). Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*, 56(13), 2709-2726.
- Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J. (2016). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54, 687–705.
- Zoğal, V. & Emekli, G. (2020). Türkiye'de COVID-19 Salgını Sürecinde İkinci Konutların Değişen Anlamları, *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 42, 168-181.