

Airbnb Kullanıcılarının “Hayal Kırıklığı” Üzerine Bir Araştırma*

Delving into Airbnb Users' Sources of Disappointment

Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH**, Mithat Zeki DİNÇER***, Füsün İSTANBULLU DİNÇER****

** (Sorumlu Yazar), Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Kazlıçeşme Yerleşkesi, Prof. Muammer Aksoy Cad., PK 34020, Zeytinburnu, İstanbul.

E-posta: deryademirdelen@ayvansaray.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7554-2256

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, PK 34452, Beyazıt, İstanbul.

E-posta: mzdincer@istanbul.edu.tr

ORCID:0000-0002-4928-8303

**** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, PK 34452, Beyazıt, İstanbul.

E-posta: istanbul@istanbul.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2338-2462

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi:24 Temmuz 2020

Düzeltilme: 22 Ocak 2021

Kabul: 25 Şubat 2021

Anahtar sözcükler: Airbnb, Misafir memnuniyeti, E-şikâyet, E-WOM, İçerik analizi, İstanbul.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 24 July 2020

Resubmitted: 22 January 2021

Accepted: 25 February 2021

Key words: Airbnb, Guest satisfaction, E-complaint, E-WOM, Content analysis, İstanbul.

ÖZ

Airbnb; gerek arz gerekse talep açısından hızla büyüyen bir alternatif konaklama sektörü olarak ortaya çıkmıştır. Airbnb ile ilgili bu hızlı yükseliş, kullanıcıların deneyimlerini araştırmayı gerekli kılmaktadır. Alanyazında konaklama işletmelerine yönelik misafir şikâyetleri üzerine yapılan araştırmalara karşın; Airbnb kullanıcılarının şikâyetleri üzerine hem ulusal hem de uluslararası alanyazında yeterince araştırma yapılmamıştır. Bu anlamda, çalışmanın amacı İstanbul'daki Airbnb kullanıcılarının şikâyetlerini incelemektir. Bu amaçla "Inside Airbnb" veri tabanından alınan 580 olumsuz görüş, içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. İçerik analizinin yanı sıra, bulgular Nvivo12 kelime bulutu oluşturularak desteklenmiştir. Analiz sonucunda şikâyetler, üç ana boyut ve 23 alt temaya ayrılmıştır. Bu şikâyetler; "ev ile ilgili şikâyetler", "ev sahibi ile ilgili şikâyetler" ve "diğer şikâyetler" olarak belirlenmiştir. Bu çalışma, Airbnb kullanıcılarının şikâyetlerini belirleyerek, alternatif konaklama endüstrisinde e-şikâyetlerle ilgili sınırlı olan alanyazına katkı sağlamak ve bu sektörde halihazırdaki Airbnb ev sahipleri için uygulamaya yönelik öneriler sunmaktadır.

ABSTRACT

Airbnb has grown rapidly with a large supply and a consistently increased demand. The rapid rise of the Airbnb business model warrants deeper understanding of its users' experiences. Against a redundant amount of research addressing guest complaints in the traditional hotel industry, very little has been done so far to identify the nature of complaints aired by Airbnb users. With these thoughts in minds, the aim of the study is to develop a typology of complaints as experienced by Airbnb users. For this purpose, a total of 580 negative reviews retrieved from "Inside Airbnb" database were content analysed. The manual content analysis process was also supported by a Word Cloud using Nvivo12. The analysis resulted in identifying 23 complaints under 3 broad dimensions. These dimensions were labelled as "property-related complaints", "host-related complaints" and "other complaints". By identifying what Airbnb users complain about, the present study is expected to contribute to the limited literature on e-complaints in the hospitality industry.

GİRİŞ

Kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler, birçok çevrimiçi seyahat sitesi üzerinden bilgi ara-

ma ve fikir paylaşma açısından bir fırsat sunmakta ve potansiyel müşteriler bu içeriklere büyük oranda güvenmektedir (Dinçer ve Alrawadieh 2017). Turizm sektöründe konaklama pazarı da çevrimiçi paylaşılan yorumlardan ciddi anlamda etkilenmektedir. Araştırmalar göstermektedir ki; işletmelerin çevrimiçi değerlendirmeleri ile finansal başarıları arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Hatta yüksek puan ve olumlu yorum

* Bu makale, 16-19 Ekim 2019 tarihleri arasında Eskişehir'de düzenlenen 20. Ulusal, 4. Uluslararası Turizm Kongresi'nde bildiri olarak sunulan ve bildiri kitabında yayınlanan "Airbnb Konaklama Sektöründe E-Şikâyetlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı bildirinin geliştirilmiş halidir.

alan konaklama işletmeleri, daha fazla rezervasyon almakta ve daha fazla tercih edilmektedir (Alrawadieh ve Law 2019). Bu nedenle müşteri memnuniyetine yol açan hizmetler sunmak, günümüz hizmet anlayışında kritik bir başarı faktörü olarak görülmektedir (Tussyadiah 2016).

Olumlu içeriklerin avantajlarına karşın; olumsuz içerikler de işletmelerin gelirlerine ve imajına zarar vermekte (Berezina vd. 2016; Mate, Trupp ve Pratt 2019) ve müşteri kaybına neden olmaktadır (Fernandes ve Fernandes 2018). Olumsuz içerikler işletmeler için bir tehdit unsuru olduğundan, işletmelerin müşteri memnuniyetini kazanabilmesi için şikâyetleri etkin bir şekilde yürütebilmesi ve çeşitli iyileştirmeleri yapması önemlidir (Lu vd. 2018).

Günümüzde konaklama işletmelerinin yanı sıra, Airbnb gibi alternatif konaklama imkânı sunan paylaşım platformlarına olan ilgi de hızla büyümektedir. Airbnb evleriyle ilgili kullanıcıların yorumları, yine potansiyel kullanıcılar için bilgi edinme ve satın alma açısından önemli bir rol oynamaktadır (Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer 2020). Özellikle itibarına önem veren Airbnb ev sahiplerinin, şikâyetleri etkin bir şekilde yönetebilmesi için bazı atılımları yapması beklenmektedir. Şikâyetlerin yönetilebilmesi ise şikâyetlerin farkına varılması ile çözülebilir.

Bu çalışma, Airbnb kullanıcılarının şikâyetlerini belirleyerek paylaşım ekonomisi kapsamında alternatif konaklama deneyimleriyle ilgili en çok vurgulanan konuları ortaya koymaktadır. Alanyazında çevrimiçi yorumlardan yararlanarak, konaklama işletmelerine yönelik misafir şikâyetleri üzerine birçok araştırma yapılmış olmasına karşın; Airbnb kullanıcılarının şikâyetleri üzerine yapılan araştırma sayısı oldukça sınırlıdır (Cheng ve Jin 2019; Sthapit 2019). Dolayısıyla, bu araştırma sayesinde ortaya konulan bulgular, Airbnb üzerinden hizmet sunan kişiler için geliştirme ve iyileştirmeye yönelik fırsatlar sunmaktadır. Bunun yanı sıra, son dönemde İstanbul'daki Airbnb arzı, şehirdeki yatak kapasitesinin önemli bir parçası olarak kamunun ve akademik camianın ilgisini çekmektedir (Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer 2020).

Artan bu ilgi ile birlikte, bu çalışmanın bulguları alanyazına teorik katkı sağlamakta ve uygulamaya yönelik öneriler sunmaktadır. Ayrıca çalışma, dünyanın en önemli destinasyonlarından biri olan İstanbul'daki Airbnb evleri ile ilgili çevrimiçi yorumları ele alarak durumsal katkı da sağlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Şikâyet, en genel anlamıyla, ürün veya hizmetle ilgili yaşanan olumsuz deneyimi paylaşmaktır (Sahin, Gulmez ve Kitapci 2017). Şikâyetin çok çeşitli nedenleri olsa da (örn. bireyden veya işletmeden kaynaklı sebepler); özellikle hizmet sunumundaki başarısızlıktan kaynaklı olarak şikâyetin dile getirilmesinde yapılabilecek en önemli adım, memnuniyetsizliği tetikleyen faktörleri belirlemektir (Hu vd. 2019). Bu ise etkin şikâyet yönetimi ile mümkün olmaktadır. Hizmetten memnun olmadıkları halde hiçbir eylemde bulunmayan tüketiciler olduğu gibi (Ekiz, Khoo-Lattimore ve Memarzadeh 2012), satın almış olduğu mal veya hizmet kaynaklı duyduğu memnuniyetsizliği doğrudan işletmeye, medyaya, tüketici kuruluşlarına veya çevresinde bulunan potansiyel müşterilere bildiren tüketiciler de bulunmaktadır (Kılıç ve Ok 2012). Küreselleşen dünyada ise teknolojiye yaşanan hızlı gelişim, şikâyet kavramını yeniden şekillendirmiş ve şikâyetin daha hızlı, daha kolay ve daha az maliyetle dile getirilmesinde etkili olmuştur (Ekiz, Khoo-Lattimore ve Memarzadeh 2012). İnternet teknolojilerindeki hızlı gelişim, kullanıcıların görüş ve deneyimlerini paylaşmasına olanak vermektedir (Munar ve Jacobsen 2013). Teknolojinin gücü ile birlikte çevrimiçi paylaşılan yorumlar tüketici davranışını değiştirmekte (Law, Buhalis ve Cobanoglu 2014), seyahat deneyimi ve planını etkilemektedir (Litvin, Goldsmith ve Pan 2008). Özellikle turizm endüstrisinde bu yorumlardan faydalanan potansiyel müşteriler sayıca az değildir. Çünkü turizm sektöründe hizmetler soyuttur ve turistik ürünler satın alınırken risk oldukça yüksektir (Sotiriadis ve Van Zyl 2013). Söz konusu riski azaltmak için, misafirler genellikle diğer insanların görüş ve önerilerine güvenmektedir (Dinçer ve Alrawadieh 2017). Bu ihtiyaçla

birlikte günümüzde seyahat rezervasyonları yapılırken diğer müşterilerin deneyimleri daha fazla göz önüne alınmaya başlamıştır (Jalilvand vd. 2012; Chung ve Koo 2015; Pera vd. 2019).

Turizm endüstrisi elektronik ağızdan ağıza iletişimden güçlü bir şekilde etkilenmektedir (Cantallors ve Salvi 2014). Özellikle günümüz rekabet ortamında misafirlerin hizmet deneyiminden elde ettikleri yarar oldukça önemlidir. Çünkü hizmetten memnun kalmayan bir misafirin şikâyet etmesi ve/veya olumsuz ağızdan ağıza iletişim ile şikâyetini diğer insanlara yayması olasıdır (Sánchez-García ve Currás-Pérez 2011).

Konaklama sektöründe çevrimiçi yorumları ve şikâyetleri ele alarak misafir deneyimlerini inceleyen çok fazla çalışma yapılmıştır (Berezina vd. 2016; Dinçer ve Alrawadieh 2017; Fernandes ve Fernandes 2018). Konaklama işletmelerinin yanı sıra günümüzde alternatif konaklama imkanları sunan platformlar da sayıca az değildir. Bunlar arasında en çok tercih edilen platformlardan biri ise Airbnb'dir.

Günümüzde Airbnb kullanım oranı günden güne artış göstermektedir (Guttentag vd. 2018). Konaklama pazarında etkisini gün geçtikçe arttıran (Ert, Fleischer ve Magen 2016) ve konaklama sektörüne ciddi bir rakip olan Airbnb'nin (Os-kam ve Boswijk 2016) sadece İstanbul'da bulunan arz kapasitesi 2019 yılında 18972'dir (Airdna 2019). Otantik deneyim, farklı kültürleri tanıma, tasarruf sağlama gibi tüketiciler açısından elde edilen faydanın yanı sıra, halkın gelir elde etmesi gibi yerel paydaşlara olan katkısı bakımından da İstanbul'da Airbnb evlerine olan ilgi, dünyadaki büyüme hızına paralel olarak artmaktadır (Alrawadieh ve Demirdelen 2019). Pazarın büyüklüğü, gerek arz gerekse talep açısından değerlendirildiğinde Airbnb kullanıcılarının deneyimleriyle ilgili araştırmaların da günümüzde hız kazanması tesadüf değildir (Lee ve Kim 2018).

Alanyazında konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumlardan faydalanarak e-şikâyetleri inceleyen araştırmalar bulunmasına karşın (Barreda ve Bilgihan 2013; Hu vd. 2019), Airbnb kullanıcılarının şikâyetlerini inceleyen araştırmalar oldukça sınırlıdır (Cheng ve Jin 2019; Sthapit 2019). Hatta konunun son zaman-

larda dikkat çekmeye başladığı söylenebilir (Moon, Wei ve Miao 2019). Airbnb ile ilgili çalışma alanının bakir kalmış olması, Airbnb'nin son 12 yıl içinde yaygınlaşmaya başlamasıyla açıklanabilir. Nitekim Airbnb'nin dünya pazarına girdiği tarih 2008'dir (Alrawadieh ve Demirdelen 2019). Tablo 1 konaklama deneyimleri ile ilgili şikâyetleri ele alan bazı çalışmaları göstermektedir. Tablo'ya görüldüğü gibi konaklama hizmetlerinden yararlanan misafirlerin genel olarak benzer şikâyetlerde bulunduğu ortaya çıkmıştır. İmkânlar, konum, hizmetler ve işgörenler, otel misafirleri açısından ana şikâyet konularındandır.

Airbnb'nin yaygınlaşmaya başlamasıyla ele alınan çalışmalar da hız kazanmaya devam etmektedir. Arz ve talebe karşın Airbnb ile ilgili alanyazının da hızla geliştiği görülmektedir. Tab 2 Airbnb konaklama deneyimleri ile ilgili şikâyetleri ele alan bazı çalışmaları göstermektedir. Airbnb konaklama hizmetlerinden yararlanan misafirlerin, genel olarak benzer şikâyetlerde bulunduğu ortaya çıkmıştır. Tabloya göre ev sahibi ile ilişkiler, temizlik ve konum ana şikâyet konularındandır.

Airbnb kullanıcıları tarafından yapılan olumlu veya olumsuz değerlendirmeler mevcut ev veya odaların daha fazla veya daha az tercih edilmesinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle Airbnb kullanıcılarının olumlu değerlendirmeler sunmaları ve müşteri memnuniyeti ile birlikte deneyimlerini tamamlamaları kritik bir başarı faktörü olduğu gibi, Airbnb evleri arasında rekabet avantajı elde etmeyi de sağlamaktadır (Tussyadiah 2016). Bu çalışmada Airbnb kullanıcılarının yapmış oldukları çevrimiçi yorumlarla birlikte Airbnb şikâyetleri incelenmiştir. Şikâyetlerin belirlenmesi Airbnb girişimcilerine yol göstermesi açısından anlamlıdır ve alternatif konaklama girişimlerine yönelik memnuniyet faktörlerinin belirlenmesi, mevcut alanyazına katkı açısından önemlidir.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı, İstanbul'da bulunan Airbnb evleriyle ilgili e-şikâyetleri incelemektir. Bu amaçla araştırmada nitel yaklaşım benimsenerek, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Tüketicinin bilgi ve fikir paylaşımına olanak sağlayan

Tablo 1. Otel İşletmeleri Konaklama Deneyimleri ile İlgili Şikâyetleri Ele Alan Çalışmalar

<i>Otel İşletmeleri</i>			
<i>Yazar(lar)</i>	<i>Ülke</i>	<i>Örneklem ve ilgili site</i>	<i>Ana şikâyetler</i>
Padma ve Ahn 2020	Malezya	800 / TripAdvisor	Otel imkânları Odalar Personel Tutumu
Alrawadieh ve Law 2019	Türkiye	400 / TripAdvisor	Otel imkânları Konum Personel Tutumu ve Performansı Düşük Hizmet Kalitesi
Hu vd. 2019	ABD	27,864 / TripAdvisor	İmkânlar Hizmetler Konum Mali Konular Genel Deneyim
Dinçer ve Alrawadieh 2017	Ürdün	424 / TripAdvisor	Hizmet Kalitesi Otel imkânları Temizlik ve Hijyen
Berezina vd. 2016	ABD	2510 / TripAdvisor	Konum Odalar Mobilya ve Dekorasyon İşgörenler Ödemeler
Alrawadieh ve Demirkol 2015	Türkiye	219 / TripAdvisor	Düşük Hizmet Kalitesi Tesis Kalitesi ve Temizlik Personel Tutumu ve Performansı Yüksek Fiyatlar

elektronik ağızdan ağıza pazarlamaya yönelik yapılan çalışmalarda (Litvin, Goldsmith ve Pan 2008) ve özellikle turizm araştırmalarında içerik analizi önemli bir teknik olarak kullanılmaktadır (Dinçer ve Alrawadieh 2017). İstanbul'da bulunan Airbnb evleriyle ilgili şikâyetler 'Inside Airbnb' veri tabanından alınmıştır. Airbnb evleriyle ilgili yapılan birçok araştırmada benzer olarak bu veri tabanından yararlanılmıştır (Ert ve Fleischer 2019). Bu verilerin herkes için erişilebilir olmasından dolayı, etik onayını gerektirmektedir (Kozinets 2010).

Çalışmada Haziran 2019 tarihine kadar yapılan 256.844 yorumdan 580 yorum ele alınmıştır. Şikâyet içeren yorumları tespit etmek için kötü 'bad', berbat 'terrible', zayıf 'poor', çok kötü 'worse' gibi konaklama deneyimiyle ilgili olumsuz ifadeler manuel olarak aranmıştır. Manuel olarak bulunan yorumlar değerlendirilmeye alınırken üç koşul göz önünde tutulmuştur. Bunlar (i) evlerin İstanbul'da olması, (ii) tamamen şikâyet içeren yorumlar olması ve (iii) sadece İngilizce dilinde yazılan yorumların değerlendirilmiş olması şeklinde belirlenmiştir. Araştırma-

Tablo 2. Airbnb Konaklama Deneyimleri ile İlgili Şikâyetleri Ele Alan Çalışmalar

Airbnb Evleri			
Yazar	Ülke	Örneklem ve ilgili site	Ana şikâyetler
Cheng ve Jin 2019	Avustralya	170,124 / Inside Airbnb	Gürültü Zemin kalitesi Duş Otopark
Ju vd. 2019	ABD	16,430 / Airbnb	Ev sahibiyle yüz yüze etkileşimin olmaması Oda ve/veya tuvalet temizliği Güvenlik Çevre/muhit
Sthapit ve Björk 2019	Genel	216 / Trustpilot	Airbnb müşteri hizmeti Ev sahibinin davranışları
Sthapit 2019	Genel	694 / Trustpilot	Ev sahibi tarafından sergilenen davranışlar Airbnb müşteri hizmeti

nın belirli doygunluğa ulaşmış olması ve benzer şikâyetleri içeriyor olması sebebiyle 580 yorum yeterli bir sayı olarak görülmüştür.

Kategori ve temalar belirlenirken karma bir yaklaşım belirlenmiştir. Öncelikle geniş bir alan yazın taraması yapılarak hem konaklama işletmelerine yönelik (Barreda ve Bilgihan 2013; Dinçer ve Alrawadieh 2017; Hu vd. 2019); hem de Airbnb kullanıcılarına yönelik e-şikâyetler incelenerek (Moon vd. 2019; Cheng ve Jin 2019) tündengelimine dayalı bir yaklaşım geliştirilmiştir. Bu aşamadan sonra mevcut verilerden yola çıkılarak tümevarıma dayalı bir yaklaşım geliştirilmiştir. 1332 ifade, iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak kodlanmıştır. Kodlamanın güvenilirliğini sağlamak için iki araştırmacı tarafından bağımsız kodlanan veriler, süreç sonunda karşılaştırılmış ve tutarsızlıklar var ise, nedenleri tartışılarak en uygun tema altında görüş birliğine varılmıştır (Lune ve Berg 2017). Bu yöntem güvenilirlik kontrolü için alanyazında sıklıkla kullanılmaktadır (Ekiz, Khoo-Lattimore ve Memarzadeh 2012; Dinçer ve Alrawadieh 2017; Alrawadieh ve Law 2019). Bu süreç sonunda veriler, toplam üç tema ve 23 kategoriye ayrılmıştır. Bu sayede Airbnb

kullanıcılarının en çok hangi konulardan şikâyet ettiği belirlenmiştir.

İçerik çözümlemesiyle ortaya çıkan boyut ve temaların desteklenmesi için NVivo 12 sözcük bulutu kullanılmıştır. Özellikle manuel olarak yapılan içerik çözümlemesinin NVivo kelime bulutuyla desteklenmesi verilerin etkinliğini ve kodlamanın güvenilirliğini anlayabilmek açısından önemlidir (Alrawadieh, Alrawadieh ve Kozak 2019). Araştırmada yer alan 580 şikâyet içeren yorum İngilizce olduğundan, NVivo sıklık analizi sonucunda en çok kullanılan sözcüklerin yer aldığı bulut sözcük sıklığı (Şekil 1) İngilizce olarak oluşturulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma bulgularına göre, Airbnb kullanıcılarının en çok şikâyet ettiği konular üç ana kategori altında toplanmıştır. Bunlar; ev ile ilgili şikâyetler (yüzde 73), ev sahibi ile ilgili şikâyetler (yüzde 24,7) ve diğer şikâyetler (yüzde 2,3) olarak gösterilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Airbnb Kullanıcılarının E-Şikâyetleri

Kategoriler	Sıklık	Yüzde
Ev ile ilgili şikâyetler	972	73
Temizlik ve hijyen	255	19,1
Konum	160	12,0
Bina kalitesi	124	9,3
Banyo kalitesi	74	5,6
Güvenlik eksikliği	50	3,8
Genel olumsuz değerlendirme*	49	3,7
İnternet hizmeti	48	3,6
Ev / oda büyüklüğü	39	2,9
Oda içi olanaklar (Amenity)	35	2,6
Klima	35	2,6
Yatak odası ve/veya oturma odası kalitesi	31	2,3
Uyku kalitesi (örneğin rahatsız bir yatak)	30	2,3
Mutfak malzemelerinin yeterliliği / kullanışlı olması	28	2,1
Zayıf aydınlatma	14	1,1
Ev sahibi ile ilgili şikâyetler	330	24,7
Ev sahibinin tutumu (örneğin kaba olması)	119	8,9
Ev hakkında yanıltıcı bilgi verilmiş olması	101	7,6
Yanıtlama ve çözüm oluşturma	35	2,6
Profesyonellik	33	2,5
Dil ve iletişim becerileri	23	1,7
Rezervasyon ile ilgili problemler	19	1,4
Diğer şikâyetler	30	2,3
Verilen paranın değeri	18	1,4
Destinasyona ilişkin sorunlar	7	0,5
Diğer misafirlerle ilgili sorunlar	5	0,4
Toplam	1332	100

Ev ile İlgili Şikâyetler

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Airbnb kullanıcıları en çok ev ile ilgili şikâyetlerde bulunmuştur. Evin temizliği, konumu, bina ve oda özellikleri, banyo kalitesi gibi birçok tema misafirlerin Airbnb deneyimlerini etkilemektedir. Ev ile ilgili şikâyetler kategorisi içerisinde en çok vurgulanan tema 'temizlik ve hijyen' olarak bu-

lunmuştur (yüzde 19,1). Benzer birçok çalışma, misafirlerin konaklama esnasında temizlik ve hijyen konusuna önem verdiğini savunmaktadır (Dinçer ve Alrawadieh 2017; Ju vd. 2019). Hatta Hu ve arkadaşları (2019), diğer çalışmalardan farklı olarak misafirlerin böceklerden çok fazla şikâyet ettiğini belirtmiştir. Temizlik ve hijyene yönelik şikâyet örnekleri şu şekilde gösterilebilir:

'Şimdiye kadar kaldığımız en kötü daireydi. Çok kirli. Duvarlarda siyah lekeler var... Çarşaf ve havlular ekşi gibi bir koku almış. 1 hafta konaklamamıza rağmen hiç kimse bir kere bile temizlemeye gelmedi. Tuvalet kâğıdı, deterjan ve sabunu bile biz aldık... Sivrisine çok fazla... Lütfen bu evden uzak durun. Bu bizim için büyük bir hayal kırıklığı oldu ve kesinlikle İstanbul gezimizi mahvetti' (K.410).

'Bu daire ile ilgili en kötü şey böcek. Çok fazla böcek! Korkunç bir deneyim' (K.271).

Ev ile ilgili şikâyetler kategorisinde Airbnb kullanıcılarının en çok şikâyet ettiği ikinci tema 'konum' olarak belirlenmiştir (yüzde 12). Konumun gürültülü olması, nezih olmaması, bölgesel elektrik veya su kesintilerinin sıklıkla yaşanmakta olması, evin ulaşım araçlarına uzaklığı bu tema içerisinde değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, birçok çalışma konumun misafir memnuniyetini etkileyen en önemli etkenlerden biri olduğunu savunmaktadır (Berezina vd. 2016; Alrawadieh ve Law 2019; Hu vd. 2019, Ju vd. 2019). Hatta Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer (2020) çalışmasına göre; konumun uygunluğu Airbnb kullanıcılarının memnuniyetini en çok etkileyen üç kategoriden biridir. Cheng ve Jin (2019) ise evin konumu itibarıyla gürültülü olmasının Airbnb kullanıcıları açısından ana şikâyetlerden biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu temaya örnek olarak şu ifadeler gösterilebilir:

'Tavsiye etmem. Maalesef dairede yüksek ses vardı, hatta kulak tıkacıyla bile uyku oldukça zordu. Apartman bir barın üstündeydi. Bu da gece 3'e kadar yüksek ses müzik ve insanlar demek...' (K.450).

'...Daire inşaat alanına yakın ve çok kirli bir sokakta. Hatta caddenin her tarafında metal çubuk yığınları var...' (K.494).

'Bu konaklama tam bir hayal kırıklığı yarattı... Evi bulmak zordu...' (K.476).

'...Daire belirtildiği gibi Taksim'den 700 metre uzaklıktaydı. Yolun sürekli olarak yokuş yukarı olduğu göz önüne alındığında, bu mesafe önemli hale gelir...' (K.558).

'Bina kalitesi' ise ev ile ilgili şikâyetlerde Airbnb kullanıcıları tarafından en çok vurgulanan üçüncü temadır (yüzde 9,3). Binanın eski olması, asansöre sahip olmaması, merkezi ısıtma sisteminin olmaması, otoparkın olmaması, binanın ses yalıtımının olmaması gibi birçok ifade bu tema içerisinde değerlendirilmiştir. Benzer şekilde birçok çalışma, konaklama işletmelerinde sunulan otel imkânlarında olduğu gibi (Dinçer ve Alrawadieh 2017; Alrawadieh ve Law 2019; Hu vd. 2019; Padma ve Ahn 2020); Airbnb evlerinde de bina ve oda imkânlarının misafir memnuniyeti üzerindeki önemine değinmiştir (Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer 2020). Hatta Cheng ve Jin'e (2019) göre Airbnb evlerine ait otoparkın olmaması, Airbnb kullanıcılarının en çok şikâyet ettiği konulardan biri olarak ifade edilmiştir. Bu temaya örnek olarak şu ifadeler gösterilebilir:

'...Bina gerçekten eski. Asansör yok, merdiven 210 basamaklı ve karanlık... Özellikle bagajla ve yaz sıcaklığında uzun bir gün yürüdükten sonra bu basamaklar oldukça zor...' (K.27).

'...Ses yalıtımı çok kötü, çünkü ahşap bir bina. Diğer odalarda olan hemen hemen her sesi kolayca duyabilirsiniz...' (K.317).

Ev Sahibi ile İlgili Şikâyetler

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Airbnb kullanıcılarının ikinci sırada en çok şikâyet ettiği konu ev sahibi ile ilgili yorumlardır. Ev sahibinin tutumu (örneğin kaba olması), ev hakkında misafirlere yanıltıcı bilgi vermesi veya doğru olmayan fotoğraflar göstermesi, misafirlerle iletişiminin eksik olması, dil becerilerinin yetersiz olması gibi konular misafirlerin ev sahibi ile ilgili konularda şikâyet etmelerine sebep olmaktadır. Ev sahibi ile ilgili şikâyetler kategorisi içerisinde Airbnb kullanıcılarının en çok vurguladığı konu 'ev sahibinin tutumu' olarak bulunmuştur (yüzde 8,9). Benzer şekilde birçok çalışma, konaklama işletmelerinde işgörenin tutumunun ve davranışının misafir memnuniyetini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu savunmaktadır (Ekiz, Khoo-Lattimore ve Memarzadeh 2012; Alrawadieh ve Demirkol 2015; Berezina vd. 2016; Alrawadieh ve Law 2019; Padma ve Ahn 2020). Konaklama işletmelerinden farklı olarak Airbnb'de

konaklamadan önce veya konaklama sürecinde, misafirler işgörenler yerine ev sahibi ile iletişim kurmaktadır. Dolayısıyla ev sahibinin tutum ve davranışı (konaklama işletmelerinde işgören), Airbnb kullanıcılarının tatil deneyimlerini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Hatta birçok çalışmada misafir ve ev sahibi arasında gerçekleşen olumsuz ilişkinin, konaklama deneyimi üzerindeki olumsuz etkisinde en önemli değişken olduğuna değinilmiştir (Sthapit ve Jiménez-Barreto 2019; Ju vd. 2019; Sthapit ve Björk 2019; Sthapit 2019; Demirdelen Alrawadieh, Dinçer ve İstanbullu Dinçer 2020). Bu temaya örnek olarak şu ifadeler gösterilebilir:

'...Hayal kırıklığı, iletişim son derece kötü, adres yanlış ve ev sahibi ne İngilizce ne de Türkçe konuşuyor/anlıyor...' (K.512).

'...Ev sahibinin; araç-gereçlerin nasıl çalıştığı, çöpün nereye götürüleceği ve tuvaletin nasıl kullanılacağı hakkında herhangi bir yazılı talimatı yoktu. Klozet suyunun her kullanımdan sonra manuel olarak doldurulması gerekir...' (K.514).

Ev sahibi ile ilgili şikâyetler kategorisinde en çok vurgulanan ikinci tema 'ev hakkında yanıltıcı bilgi verilmiş olması' olarak bulunmuştur (yüzde 7,6). Bu temaya örnek olarak şu ifadeler gösterilebilir:

'İyi yorumlar nedeniyle bu daireyi kiralamaya karar verdik. Bu bir hataydı. İlk olarak, resimdeki aynı daireye sahip değiliz!... Dairenin tamamen yenilendiği yazılmıştır. Muhtemelen 5 yıl önceydi' (K.94).

'Konaklamamızda çok fazla hayal kırıklığı yaşadık. Rezervasyonumuz deniz manzaralı, teraslı ve büyük bir odaydı. Ancak tamamen farklı olarak deniz manzarası olmayan ve küçük bir evde konakladık' (K.503).

Diğer Şikâyetler

Verilen paranın değeri, destinasyona ilişkin sorunlar ve diğer misafirlerle ilgili sorunlar diğer şikâyetler kategorisi içerisinde değerlendirilmiş olup, bu kategori en az şikâyetin geldiği kategori olarak belirlenmiştir (yüzde 2,3). Mali konularla ilgili sorunlar, konaklama işletmelerinde konaklayan misafirlerin memnuniyetlerini nasıl etkiliyorsa (Alrawadieh ve Demirkol 2015; Berezina vd. 2016; Hu vd. 2019); bu örneklem grubunda nispeten az belirtilmiş olsa da, bu konu Airbnb misafirleri için de önemli bir konudur. Misafirler

(Cheng ve Jin 2019). Bu çalışma ise olumsuz yorumları ele alarak Airbnb kullanıcılarının deneyimlerinin daha iyi anlaşılması ve ev sahiplerinin hizmetlerini geliştirebilmesi için öneriler sunmaktadır. Bunun yanı sıra, bu çalışma Airbnb ile ilgili şikâyetleri belirleyerek, bu sektördeki misafir memnuniyetini inceleyen çalışmalara da katkı sağlamaktadır (Demirdelen Alrawadieh, Dinçer, ve İstanbullu Dinçer 2020).

Uygulamaya yönelik öneriler bakımından çalışmanın sonuçları, hâlihazır Airbnb ev sahipleri ve gelecekte bu sektöre yönelecek bireyler için de bir takım tavsiyeler sunmaktadır. Öncelikle; temizlik, bina, oda ve tuvalet kalitesi en çok şikâyeti tetikleyen konular olduğundan bu konulara daha fazla önem verilmelidir. Ayrıca, bu konularda şikâyet almış ev sahipleri, bu şikâyetlere yönelik olarak yaptıkları veya yapacakları dönüşlerle yapılan iyileşmelerden bahsetmelidir. Çalışmanın sonuçlarında gösterildiği gibi, Airbnb kullanıcıları bilgi doğruluğu ve tutarlılığı konusunda oldukça hassastırlar. Bu yüzden Airbnb ev sahiplerinin ev ile ilgili bilgileri sürekli olarak güncellemeleri ve bilgileri şeffaf tutmaları konusunda özen göstermeleri gerekmektedir.

Son olarak, her bilimsel emekte olduğu gibi, bu çalışmanın da birtakım eksikleri mevcuttur. Bu eksik ve gelecekteki çalışmalar için bir fırsat sunması ümit edilmektedir. Öncelikle çalışma, örneklem hacmi (sadece 580 İngilizce şikâyet) ve uygulanan yöntem (manuel içerik analizi) bakımından sınırlı kalmaktadır. Dolayısıyla, incelenen misafir şikâyetlerinin nicelik açısından daha geniş tutulması araştırmanın güvenilirliğini daha fazla arttırabilir; aynı zamanda bu çalışmada sadece İngilizce olarak yazılmış yorumlara yer verildiğinden, diğer dillerde (Türkçe, İspanyolca, Almanca vb.) yazılan yorumları da örneklem içerisine dâhil etmek araştırmanın alanını genişletebilir. Ayrıca, bu çalışma sadece Airbnb ile ilgili şikâyetlere yönelik bir sınıflandırma geliştirmiştir, gelecek çalışmalarda hem Airbnb, hem de konaklama işletmeleri ile ilgili şikâyetler ele alınarak kıyaslama yapılabilir ve böylelikle bu iki pazar arasındaki benzerlikler/farklılıklar konusunda daha fazla bilgi edinilebilir. Son olarak, bu çalışmada ele alınan yorumlar, Covid-19 salgınının

başlamasından birkaç ay önceki döneme aittir. Pandemi sonrası gelişebilecek ve değişebilecek misafir davranışı şüphesiz Airbnb kullanıcılarında da görülecektir. Bu anlamda, önümüzdeki dönemlerde bu tutumsal ve davranışsal değişimin yansımaları, Airbnb kullanıcılarının yorumlarından yola çıkılarak da açıklanabilir.

TEŞEKKÜR

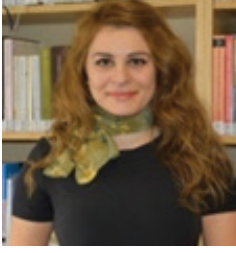
Yazarlar, bu çalışmanın ortaya çıkmasında yardım ve katkılarını esirgemeyen Doç. Dr. Zaid Alrawadieh'e teşekkürlerini sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Airdna (2019). <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/tr/default/istanbul/overview>, Erişim tarihi: 5 Ekim 2019.
- Alrawadieh, Z. ve Demirdelen, D. (2019). *Turizm ve Ağırhama Endüstrisinde Paylaşım Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alrawadieh, Z., Guttentag, D., Cifçi, M. A. ve Çetin, G. (2020). Budget and Midrange Hotel Managers' Perceptions of and Responses to Airbnb, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32 (2): 588-604.
- Alrawadieh, Z. ve Law, R. (2019). Determinants Of Hotel Guests' Satisfaction From The Perspective Of Online Hotel Reviewers, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13 (1): 84-97.
- Alrawadieh, Z., Alrawadieh, Z. ve Kozak, M. (2019). Exploring The Impact of Tourist Harassment on Destination Image, Tourist Expenditure, and Destination Loyalty, *Tourism Management*, 73: 13-20.
- Barreda, A. ve Bilgihan, A. (2013). An Analysis of User-Generated Content for Hotel Experiences, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4 (3): 263-280.
- Berezina, K., Bilgihan, A., Cobanoglu, C. ve Okumus, F. (2016). Understanding Satisfied and Dissatisfied Hotel Customers: Text Mining of Online Hotel Reviews, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25 (1): 1-24..
- Cantalops, A. S. ve Salvi, F. (2014). New Consumer Behavior: A Review of Research on Ewom and Hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 36: 41-51.
- Cheng, M. ve Jin, X. (2019). What Do Airbnb Users Care About? An Analysis of Online Review Comments, *International Journal of Hospitality Management*, 76: 58-70.
- Chung, N. ve Koo, C. (2015). The Use of Social Media in Travel Information Search, *Telematics and Informatics*, 32 (2): 215-229.
- Demirdelen Alrawadieh, D., Dinçer, M. Z. ve Dinçer, F. İ. (2020). Airbnb Aracılığıyla Konaklama Yapan Misafirlerin Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Netnografik Bir Araştırma, *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1): 1-14.

- Dinçer, M. Z. ve Alrawadieh, Z. (2017). Negative Word of Mouth in The Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews On Luxury Hotels in Jordan, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26 (8): 785-804.
- Ekiz, E., Khoo-Lattimore, C. ve Memarzadeh, F. (2012). Air The Anger: Investigating Online Complaints on Luxury Hotels, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3 (2): 96-106.
- Ert, E. ve Fleischer, A. (2019). The Evolution of Trust in Airbnb: A Case of Home Rental, *Annals of Tourism Research*, 75: 279-287.
- Ert, E., Fleischer, A. ve Magen, N. (2016). Trust and Reputation in the Sharing Economy: The Role of Personal Photos in Airbnb, *Tourism Management*, 55: 62-73.
- Fernandes, T. ve Fernandes, F. (2018). Sharing Dissatisfaction Online: Analyzing the Nature And Predictors of Hotel Guests Negative Reviews, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27 (2): 127-150.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L. ve Havitz, M. (2018). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study, *Journal of Travel Research*, 57 (3): 342-359.
- Hu, N., Zhang, T., Gao, B. ve Bose, I. (2019). What Do Hotel Customers Complain About? Text Analysis Using Structural Topic Model, *Tourism Management*, 72: 417-426.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B. ve Manzari, P. Y. (2012). Examining The Structural Relationships of Electronic Word of Mouth, Destination Image, Tourist Attitude Toward Destination And Travel Intention: An Integrated Approach, *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2): 134-143.
- Ju, Y., Back, K. J., Choi, Y. ve Lee, J. S. (2019). Exploring Airbnb Service Quality Attributes And Their Asymmetric Effects on Customer Satisfaction, *International Journal of Hospitality Management*, 77: 342-352.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetleri ve Şikayetlerin Değerlendirilmesi, *Journal of Yasar University*, 25 (7): 4189-4202.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londra: Sage Publications.
- Law, R., Buhalis, D. ve Cobanoğlu, C. (2014). Progress on Information and Communication Technologies in Hospitality And Tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26 (5): 727-750.
- Lee, S. ve Kim, D. Y. (2018). The Effect of Hedonic and Utilitarian Values on Satisfaction And Loyalty of Airbnb Users, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (3): 1332-1351.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. ve Pan, B. (2008). Electronic Word-of-Mouth in Hospitality And Tourism Management, *Tourism Management*, 29 (3): 458-468.
- Lu, L., Gursoy, D., Chi, C. G. Q. ve Xiao, G. (2018). Developing A Consumer Complaining And Recovery Effort Scale, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42 (5): 686-715.
- Lune, H. ve Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Boston, MA: Pearson.
- Mate, M. J., Trupp, A. ve Pratt, S. (2019). Managing Negative Online Accommodation Reviews: Evidence From The Cook Islands, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (5): 627-644.
- Moon, H., Wei, W. ve Miao, L. (2019). Complaints and Resolutions in A Peer-To-Peer Business Model, *International Journal of Hospitality Management*, 81: 239-248.
- Munar, A. M. ve Jacobsen, J. K. S. (2013). Trust and Involvement in Tourism Social Media and Web-Based Travel Information Sources, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13 (1): 1-19.
- Oskam, J. ve Boswijk, A. (2016). Airbnb: The Future of Networked Hospitality Businesses, *Journal of Tourism Futures*, 2 (1): 22-42.
- Padma, P. ve Ahn, J. (2020). Guest Satisfaction & Dissatisfaction in Luxury Hotels: An Application of Big Data, *International Journal of Hospitality Management*, 84: 1-8.
- Pera, R., Viglia, G., Grazzini, L. ve Dalli, D. (2019). When Empathy Prevents Negative Reviewing Behavior, *Annals of Tourism Research*, 75: 265-278.
- Sahin, I., Gulmez, M. ve Kitapci, O. (2017). E-Complaint Tracking and Online Problem-Solving Strategies in Hospitality Management: Plumbing The Depths of Reviews and Responses on Tripadvisor, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8 (3): 372-394.
- Sánchez-García, I. ve Currás-Pérez, R. (2011). Effects of Dissatisfaction in Tourist Services: The Role of Anger and Regret, *Tourism Management*, 32 (6): 1397-1406.
- Sotiriadis, M. D. ve Van Zyl, C. (2013). Electronic Word-Of-Mouth and Online Reviews in Tourism Services: The Use of Twitter By Tourists, *Electronic Commerce Research*, 13 (1): 103-124.
- Sthapit, E. (2019). My Bad For Wanting To Try Something Unique: Sources Of Value Co-Destruction in The Airbnb Context, *Current Issues in Tourism*, 22 (20): 2462-2465.
- Sthapit, E. ve Björk, P. (2019). Sources of Distrust: Airbnb Guests' Perspectives, *Tourism Management Perspectives*, 31: 245-253.
- Sthapit, E. ve Jiménez-Barreto, J. (2019). You Never Know What You Will Get in an Airbnb: Poor Communication Destroys Value For Guests, *Current Issues in Tourism*, 22 (19): 2315-2318.
- Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of Satisfaction and Intention To Use Peer-To-Peer Accommodation, *International Journal of Hospitality Management*, 55: 70-80.

Airbnb Kullanıcılarının “Hayal Kırıklığı” Üzerine Bir Araştırma



Derya DEMİRDELEN ALRAWADIEH

Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2009). Yüksek lisans derecesini Sakarya Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan aldı (2013). Doktora derecesini de İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan aldı (2021). İstanbul Ayvansaray Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (2013). Halen İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Plato Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları turizmde örgütsel davranış, paylaşım ekonomisi ve turizm eğitimidir.



Mithat Zeki DİNÇER

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nin esas iktisat disiplini yanında seçtiği işletme ve istatistik disiplinlerinden mezun oldu (1978). İstanbul Üniversitesi'nde asistan olarak çalışmaya başladı (1978). Bütünleşik doktoraasını İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi'nde tamamlayarak İktisat Doktoru oldu (1984). Doçentlik unvanını (1988) ve Profesörlük unvanını (1994) İktisat Politikası alanında aldı. Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları sosyal ve beşerî bilimler ile turizm ekonomisi, turizm planlaması ve sürdürülebilir turizmdir.



Füsun İSTANBULLU DİNÇER

İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Fransız Dili ve Edebiyatı'ndan mezun oldu (1981). Yüksek lisans (1985) ve doktora derecesini İstanbul Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim dalından aldı (1988). İstanbul Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1987). Doçentlik unvanını turizm işletmeciliği alanında aldı (1994). Halen İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları sosyal ve beşerî bilimler ile turizm işletmeciliği, turizm ekonomisi ve sürdürülebilir turizmdir.