

SEYAHAT ACENTESİ ÇALIŞANLARININ SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE BAĞLI OLARAK İLETİŞİM ENGELLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Çağrı SÜRÜCÜ¹
Özkan AVCI²

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çankırı, Türkiye.

ORCID Code: 0000-0002-0454-9020

² Öğr. Gör. Dr., Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Bartın, Türkiye.

ORCID Code: 0000-0003-1524-1379

Seyahat acenteleri, seyahat endüstrisinde kilit bir konuma sahiptir. Müşterilerin tatil planlarını organize etmek, uçuş ve konaklamalarını düzenlemek, onlara tur paketleri sunmak ve çeşitli seyahat hizmetlerini sağlamakla sorumludur. Genellikle halkla ilişkiler faaliyetleri yürütme, rezervasyon yapma, destinasyon bilgisi sağlama ve seyahat sigortası gibi alanlarda müşterilerine hizmet sunmaktadır. Seyahat acenteleri, farklı dilleri konuşan ve farklı kültürlerden gelen insanlarla etkileşim kurmak zorunda olan iş ortamlarıdır. Bu durum, seyahat acentesi çalışanlarının iletişim becerilerini geliştirmelerini ve çeşitli iletişim engellerini aşmalarını gerektirmektedir.

Yapılan çalışmada seyahat acentesi çalışanlarının iletişim becerilerini geliştirebilmeleri için öncelikle iletişimsel eksikliklerinin tespit edilmesine yönelik hangi iletişim engellerine sahip olduklarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada örneklem belirlenirken seyahat acentelerinin yoğun olduğu bir yer olan Ankara İli tercih edilmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve araştırmanın verileri yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. SPSS istatistik paket programı kullanılarak yapılan veri analizi, seyahat acentesi çalışanlarının iletişim engellerinin dilsel ve davranışsal boyutlara katılım düzeylerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre, çalışanların algısal iletişim engeli boyutuna katılım düzeylerinin medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, seyahat acentesi çalışanlarının genellikle orta düzeyde iletişim engellerine sahip oldukları belirlenmiş ve bu sektörde halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetlerinin önemli bir rol oynadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Seyahat Acenteleri, İletişim, İletişim Engelleri, Halkla İlişkiler, Turizm

Önerilen Atıf: Sürücü, Ç., & Avcı, Ö. (2024). "Seyahat Acentesi Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özelliklerine Bağlı Olarak İletişim Engellerinin Karşılaştırılması". 2. Uluslararası Türk Dünyası Beşeri, Sosyal, Eğitim ve Finans Kongresi, 06-08 Haziran, s.1407-1417, Bakü/Azerbaycan.

A COMPARISON OF COMMUNICATION BARRIERS OF TRAVEL AGENCY EMPLOYEES DEPENDING ON THEIR SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

ABSTRACT

Travel agencies hold a key position in the travel industry, being responsible for organizing clients' holiday plans, arranging flights and accommodations, offering tour packages, and providing various travel services. They generally offer services to their customers in areas such as conducting public relations activities, making reservations, providing destination information and travel insurance. Travel agencies operate in work environments where they must interact with people speaking different languages and coming from different cultures. This necessitates travel agency employees to enhance their communication skills and overcome various communication barriers.

The aim of this study was to identify the communication barriers that travel agency employees face in order to improve their communication skills. Ankara Province, a location with a high concentration of travel agencies, was chosen as the sample for the study. The research adopted a quantitative research method, and data were collected through face-to-face surveys. Data analysis conducted using the SPSS statistical package program revealed that the participation levels of travel agency employees in linguistic and behavioral dimensions of communication barriers were statistically significant based on their educational backgrounds. Furthermore, according to the results of independent sample t-tests, the participation levels of employees in the perceptual communication barrier dimension were found to be statistically significant based on their marital statuses. The research findings indicate that travel agency employees generally possess intermediate levels of communication barriers, and it has been observed that public relations and communication activities play a significant role in this sector.

Keywords: Travel Agencies, Communication, Communication Barriers, Public Relations, Tourism

Giriş

Seyahat acenteleri, kar elde etmek amacıyla turistlere turizmle ilgili bilgiler sunan, turlar düzenleyen, turistik konaklama, ulaşım, gezi, spor ve eğlence hizmetleri sağlayan ve bu ürünleri kendi bünyelerinde veya diğer seyahat acenteleri aracılığıyla pazarlayabilen ticari işletmelerdir (KTB, 2024). TDK'ya göre (2024) doğru kullanımı olarak “acente” kelimesi olması gerekse de literatürde “acenta” kelimesinin de seyahat, tur gibi işlemlere aracılık yapan işletmeler için kullanıldığı görülmektedir.

Seyahat acenteleri, genellikle turistik bölgelerde, havaalanlarında veya çevrim içi platformlarda faaliyet göstermektedir. Müşterilere seyahatle ilgili her konuda rehberlik etmekte ve tatil deneyimlerini geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Son yıllarda çevrim içi seyahat rezervasyon platformlarının artan popülaritesi, geleneksel seyahat acentelerinin iş modelinde de bazı değişikliklere yol açmıştır. Ancak, birçok kişi hala bireysel tatil planlarını düzenleme veya karmaşık seyahat rotalarını organize etme konusunda seyahat acentelerinin hizmetlerinden faydalanmayı tercih etmektedir. Bu nedenle, seyahat acenteleri ve çalışanları, seyahat endüstrisinde önemli bir rolü sürdürmektedir. Yapılan çalışmada, Ankara ilinde faaliyet gösteren seyahat acentesi çalışanlarının sosyo-demografik özelliklerine göre iletişim engellerini karşılaştırmak amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

İletişim, anlamı paylaşmak demektir. Paylaşım yoksa iletişim de olmamaktadır. Bir ekip içinde veya başkalarıyla, işte veya toplumda başarılı bir şekilde iletişim kurmak için, iletişim ortamını ve mesajların başarılı bir şekilde gönderilmesini ve alınmasını engelleyen bariyerleri anlamak gerekmektedir. İletişim engelleri, başkalarının bilgi, fikir ve düşüncelerini iletmek için kullandıkları mesajların alınmasını ve anlaşılmasını zorlaştıran her türlü şey (örneğin tutumsal, davranışsal, kültürel vb. gibi) olabilmektedir (Rani, 2016: 74). Göndericiden alıcıya başarılı bir iletişim akışında, mesaj iletimi zorluklarla doludur. Çünkü daha önce görülmemiş, öngörülemeyen veya kasıtlı olarak yapılan engeller herhangi bir iletim noktasında mesajı bozmaya devam edebilmektedir (Shrivastava, 2012). İletişim engelleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, Felson (1980), iletişim engelleri ve yansıtılan değerlendirme sürecini; Button ve Rossera (1990), iletişim önündeki engelleri; Fischer vd. (2016), kriz yönetiminde iletişim engellerini; Yusof ve Rahmat (2020), iş yerinde iletişim engellerini incelemiştir.

Seyahat acenteleri, turizm faaliyetlerinin önemli bir parçasıdır. Aynı zamanda, yerli ve yabancı turistlerin seçimlerinden memnun kalmalarını sağlamak ve iletişim engellerini önlemek için halkla ilişkiler çalışmaları ile sıkı bir iletişim halindedir. Seyahat acenteleri, potansiyel turistlere

destinasyonlar hakkında bilgi vererek onların seyahat planlarını kolaylaştırırken, aynı zamanda turistik hizmetler ve aktivitelerin tanıtımını yaparak seyahat deneyimlerini zenginleştirmeye çalışmaktadır. Bu şekilde, seyahat acenteleri turizm endüstrisinin büyümesine katkıda bulunurken, turistlerin memnuniyetini artırmak ve destinasyonların çekiciliğini güçlendirmek için halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri de yürütmektedir. Seyahat acentelerinin halkla ilişkiler faaliyetleri (Tan ve Sürme, 2020: 7), turizm olgusunun yaygınlaşmasında ve gelişmesinde önemli işlevler üstlenen etkinlikler bütünüdür.

Seyahat acenteleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, Babacan vd. (2008), İzmir'de yer alan seyahat acentelerinin pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler uygulamalarında internet kullanımını; Karaman ve Sezgin (2008), Konya özelinde seyahat acenteleri ve çalışanlarının sorunlarını; Kutluk ve Avcıkurt (2014), İstanbul'da yer alan seyahat acentelerinin ağızdan ağıza pazarlama ile müşterilerinin satın alma karar süreçlerine etkisini; Limon ve Arpacı (2016), kurum imajı açısından seyahat acenteleri ile ilgili yapılan müşteri şikayetlerini ve Çamlıca vd. (2022), Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren seyahat acenteleri ile ilgili e-şikâyetleri incelemiştir.

Yöntem

Araştırmanın amacına uygun olarak nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak ise anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Ankara ilinde yer alan seyahat acentelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından 15 Şubat 2024 – 15 Mart 2024 tarihleri arasında 118 seyahat acentesi çalışanından kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formunda iletişim engellerini ölçmek için Başerer, Başerer ve Demirkaya (2016) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek toplamda 30 maddeden ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin boyutları, dilsel ve davranışsal, kişisel, duyuşsal, algısal ve psikolojik boyutlardan oluşmaktadır. Verilerin analizi SPSS 26 (Statistical Package for the Social Science) istatistik paket programı ile yapılmıştır. Yapılan araştırmada aşağıdaki sorular cevaplanmaya çalışılmıştır.

- Cinsiyet ve medeni durum değişkeni açısından araştırmaya katılan kişilerin iletişim engellerini değerlendirmelerine katılım düzeyleri farklılık gösterir mi?
- Yaş, eğitim durumu, gelir seviyesi ve iş yeri deneyimi değişkenleri açısından araştırmaya katılan kişilerin iletişim engellerini değerlendirmelerine katılım düzeyleri farklılık gösterir mi?

Bulgular

Araştırmada kullanılan iletişim engelleri ölçeğinin önerme sayıları ve güvenilirlik katsayıları Tablo 1’de gösterilmektedir. Ölçeğin Cronbach’s Alpha değeri; 0,80 ile 1,00 arasında ise yüksek derecede güvenilir, 0,60 ile 0,80 arasında ise oldukça güvenilir, 0,40 ile 0,60 arasında ise düşük derecede güvenilir, 0,40’ın altında ise güvenilir değildir (Tutar ve Erdem, 2022: 332). Araştırmada seyahat acentesi çalışanlarının iletişim engellerini ölçmek için kullanılan iletişim engelleri ölçeği 0,905 Cronbach’s Alpha kat sayısı ile yüksek derecede güvenilir bulunmuştur.

Tablo 1: İletişim Engelleri Ölçeği Madde Sayıları ve Güvenilirlik Katsayıları

Ölçek	Madde Sayıları	Güvenilirlik Katsayıları
İletişim Engelleri Ölçeği	30	0,905

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılan seyahat acentesi çalışanlarının yarısından fazlasının erkek, evli ve lise mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Çalışanların % 44,1’nin 26-35 yaş aralığında ve düşük gelir düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışanların %29,7’sinin 11 ve üzeri yıl iş yeri deneyimine sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 2: Seyahat Acentesi Çalışanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Demografik Özellikler	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	48	40,7
	Erkek	70	59,3
Medeni Durum	Evli	78	66,1
	Bekar	40	33,9
Yaş	18-25	13	11
	26-35	52	44,1
	36-45	31	26,3
	46 ve Üzeri	22	18,6
Eğitim Durumu	Lise Mezunu	78	66,1
	Ön Lisans Mezunu	23	19,5
	Lisans Mezunu	17	14,4
Aylık Gelir Seviyesi	Çok Düşük	46	39
	Düşük	52	44,1
	Orta	14	11,9
	Yüksek	6	5,1
İş Yeri Deneyiminiz	1-3	30	25,4
	4-6	33	28
	7-10	20	16,9
	11 ve üzeri	35	29,7

Tablo 3'te iletişim engelleri ölçeğinin önermelerine ilişkin ortalama ve standart sapmalarına yer verilmektedir. Bu bağlamda seyahat acentesi çalışanlarının en çok iletişim engeli yaşadığı husus “Gürültülü ortamlarda konuşurken dikkatim çabuk dağılır ($\bar{x}=3,12$)” önermesi olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların en az iletişim engeli yaşadığı husus ise “Konuşma esnasında genellikle kollarım bağlı dururum ($\bar{x}=2,25$)” seçeneği olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: İletişim Engelleri Ölçeğinin İfadelerine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Boyutlar	İletişim Engellerini Ölçme Önergeleri	Ortalama	Std. Sapma
Düsel-Davranışsal	Konuşurken çekingen davranırım.	2,27	1,280
	İlk kez karşılaştığım kişiyle konuşmada zorluk çekerim	2,51	1,305
	Konuşurken çok fazla duraklarım.	2,36	1,195
	Konuşurken göz temasından kaçınırım.	2,26	1,270
	Konuşma esnasında söylemek istediğim şeyi açık bir şekilde ifade edemem.	2,63	1,400
	Konuşurken karşımdaki kişinin gözleri yerine yüzünün başka bir noktasına bakarım.	2,39	1,295
	Konuşurken karşımdakine bakmaktan çok çevreme bakarım.	2,26	1,243
	Karşımdaki kişiyle kısık bir ses tonu ile konuşurum.	2,78	1,419
	Karşımdakiyle çok yavaş konuşurum.	2,55	1,343
	Konuşma esnasında genellikle kollarım bağlı dururum.	2,25	1,213
Kişisel	Konuşurken kullandığım kelimenin anlamını tam olarak bilmesem de o kelimeyi kullanırım.	2,30	1,330
	Konuşurken kendimi bilgili göstermek için uzun cümleler kurarım.	2,45	1,311
	Konuşma esnasında kendimi anlatmayı severim.	2,85	1,315
	Kendimi konuşan kişinin sorununu çözmeye mecbur hissedirim.	3,04	1,263
	Konuşurken cümlelerimi tekrar etme ihtiyacı duyarım.	2,78	1,239
	Konuşma esnasında daha çok ben konuşmak isterim.	2,50	1,265
	Karşımdaki kişiyle iletişime geçmek için önce onun konuşmasını beklerim.	3,09	1,205
Karşımdaki ile öğüt vererek konuşmak hoşuma gider.	2,97	1,290	
Duyuşsal	Gergin olunca konuştuğum kişiye gerginliğimi yansıtırım.	2,94	1,296
	Konusu ne olursa olsun konuşurken olumlu ya da olumsuz eleştiri yapmayı severim.	3,07	1,321
	Konuşmanın tamamı yerine belirli bir noktasına odaklanırım.	2,83	1,260
	Karşımdaki kişinin bir hatası varsa ona karşı suçlayıcı bir dil kullanmaktan kaçınmam.	2,66	1,281

	Konuşma esnasında karşımdaki kişi kim olursa olsun onunla şakalaşırım.	2,77	1,314
Algısal	Konuşma esnasında ışığın yanıp sönmeye beni rahatsız eder.	3,03	1,407
	Gürültülü ortamlarda konuşurken dikkatim çabuk dağılır	3,12	1,368
	Konuşma esnasında aklımda bir konu var ise o konuşmaya dikkatimi veremem.	2,87	1,355
	Yorgun olduğumda konuşulan konuya dikkatimi veremem.	3,09	1,260
Psikolojik	Tanımadığım kişilerin olduğu ortamda iletişim kuracağım kişinin dış görünüşü benim için önemlidir.	2,78	1,286
	Konu ne kadar önemli olursa olsun hoşlanmadığım biriyle konuşmaktan kaçınıyorum.	2,95	1,310
	Karşımdaki kişi konuştuğundan sonra geri bildirimde bulunmam.	2,85	1,409

Seyahat acentesi çalışanlarının iletişim engellerinin değerlendirilmesine ilişkin katılım düzeylerinin demografik özelliklere bağlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığının ölçümü için öncelikle verilerin dağılımı incelenmiş ve Kolmogorov-Smirnov testi değerleri doğrultusunda veriler normal dağılım sağladığı için analizlerde Bağımsız Gruplar t-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) uygulanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre İletişim Engelleri Değerlendirilmesinin Karşılaştırılması

Değişken		Dilsel-Davranışsal		Kişisel		Duyuşsal		Algısal		Psikolojik		Genel	
		\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS
Cinsiyet	Kadın	2.38	0.68	3.04	0.83	2.74	0.72	3.19	1.06	2.97	1.02	2.76	0.56
	Erkek	2.44	0.99	2.65	0.79	2.94	0.92	2.91	1.04	2.79	0.81	2.67	0.73
	Test değeri	-0.415**		2.534**		-1.280**		1.416**		1.001**		0.698**	
	p	0.679		0.013*		0.203		0.159		0.320		0.488	
Medeni Durum	Evli	2.49	0.93	2.90	0.87	2.93	0.93	3.17	1.11	2.95	0.91	2.80	0.74
	Bekar	2.26	0.74	2.64	0.71	2.72	0.78	2.75	0.90	2.69	0.86	2.53	0.45
	Test değeri	1.457**		1.634**		1.196**		2.098**		1.518**		2.363**	
	p	0.149		0.105		0.234		0.038*		0.132		0.020*	
Yaş	18-25 yaş arası (1)	2.40	0.54	2.49	0.40	2.89	0.65	3.05	0.86	2.94	0.73	2.64	0.31
	26-35 yaş arası (2)	2.44	0.87	2.71	0.79	2.67	0.75	2.92	0.98	2.74	0.92	2.56	0.61
	36-45 yaş arası (3)	2.86	0.90	2.80	0.73	3.03	1.09	2.93	1.03	2.92	0.74	2.72	0.68
	46 yaş ve üzeri (4)	2.42	0.91	3.25	1.06	3.01	0.88	3.40	1.33	3.03	1.15	3.07	0.83
	Test değeri	2.664***		3.074***		1.441***		1.206***		0.633***		3.101***	
	p	0.051		0.031*		0.234		0.311		0.595		0.030*	

	Tukey	-	3>1	-	-	-	-	4>2					
Eğitim Durumu	Lise Mezunu (1)	2.57	0.81	2.8 6	0.7 9	2.87	0.86	3.01	1.08	2.91	0.87	2.78	0.65
	Ön Lisans Mezunu(2)	2.32	1.02	2.8 4	0.8 6	2.82	0.85	3.26	1.06	2.88	0.98	2.71	0.70
	Lisans Mezunu(3)	1.85	0.73	2.5 7	0.9 5	2.83	1.07	2.79	0.89	2.60	0.93	2.38	0.65
	Test değeri	5.107***		0.863***		0.037***		0.973***		0.827***		2.496***	
	p	0.007*		0.425		0.964		0.381		0.440		0.087	
	Tukey	1>3		-		-		-		-		-	
Aylık Gelir Seviyesi	Çok düşük (1)	2.63	0.91	2.9 5	0.7 6	3.03	0.93	3.09	0.99	2.94	0.84	2.86	0.66
	Düşük 2)	2.30	0.83	2.7 0	0.8 0	2.77	0.84	3.04	1.03	2.86	0.89	2.63	0.66
	Orta (3)	2.33	0.91	2.6 4	0.9 1	2.45	0.85	2.94	1.30	2.42	0.90	2.51	0.74
	Yüksek (4)	1.93	0.71	3.1 9	1.2 4	3.20	0.65	2.62	1.31	3.27	1.30	2.66	0.51
	Test değeri	1.862***		1.359***		2.060***		0.373***		1.662***		1.468***	
	p	0.140		0.259		0.109		0.773		0.179		0.227	
	Tukey	-		-		-		-		-		-	
İş Yeri Deneyimi	1-3 Yıl (1)	2.51	0.77	2.8 6	0.8 1	3.06	0.87	3.05	0.93	2.86	0.88	2.79	0.55
	4-6 Yıl (2)	2.34	0.92	2.7 7	0.6 9	2.87	0.72	2.74	0.83	2.89	0.81	2.64	0.57
	7-10 Yıl (3)	2.28	0.78	2.6 4	0.7 4	2.83	1.02	3.23	1.02	2.88	1.03	2.64	0.66
	11 Yıl ve üzeri (4)	2.48	0.98	2.9 1	1.0 0	2.69	0.95	3.16	1.32	2.83	0.95	2.74	0.85
	Test değeri	0.395***		0.498***		0.942***		1.268***		0.020***		0.351***	
	p	0.757		0.685		0.423		0.289		0.996		0.788	
	Tukey	-		-		-		-		-		-	

* $p < 0.05$, **Bağımsız örneklem t-testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Katılımcıların cinsiyetleri bağlamında iletişim becerileri değerlendirilmesi incelendiğinde, bağımsız iki örneklem t-testi sonucuna iletişim engellerinin kişisel iletişim engelli boyutunun cinsiyete göre anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Buna göre; %95 güven aralığında, ortalaması yüksek olan kadın çalışanlarının kişisel iletişim engeli boyutuna katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Tablo 4'e göre cinsiyet değişkeni açısından araştırmaya katılan çalışanların dilsel ve davranışsal, kişisel, duyuşsal, algısal ve psikolojik iletişim engeli boyutlarına katılım düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0.05$).

Tablo 4'e göre medeni durum değişkeni açısından araştırmaya katılan seyahat acentesi çalışanların algısal iletişim boyutuna ve genel iletişim engeline katılım düzeylerinde $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Varyans analizi sonucu incelendiğinde; araştırmaya katılan seyahat acentesi çalışanlarının kişisel iletişim engeli boyutuna katılım düzeyinde yaş değişkenine göre $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde fark olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında kaynaklandığını tespit etmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre kişisel iletişim engeli boyutuna katılım düzeyinde “36-45 yaş arası” çalışanların ($\bar{x}=2,80$) ortalamalarının “18-25 yaş arası” çalışanların ($\bar{x}=2,49$) ortalamalarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4’e göre varyans analizi sonucu incelendiğinde; araştırmaya katılan çalışanların dilsel ve davranışsal iletişim engeli boyutuna katılım düzeyinde eğitim durumuna göre $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde fark olduğu görülmektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Tukey testi sonucuna göre dilsel ve davranışsal boyutuna katılım düzeyinde “lise” mezunu çalışanların ($\bar{x}=2,57$) ortalamalarının “lisans mezunu” çalışanların ($\bar{x}=1,85$) ortalamalarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca varyans analizi sonucuna göre, araştırmaya katılan çalışanların iletişim engellerinin tüm boyutlarına katılım düzeyinde aylık gelir düzeyi ve iş yeri deneyimi değişkenlerine göre $p > 0.05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Sonuç

Seyahat acenteleri çalışanları, bireyler ve gruplar için seyahat deneyimlerini kolaylaştırmada kritik bir rol oynamaktadır. Seyahat acenteleri çalışanlarının iletişim engellerini aşarak tüm müşterilerini kapsayıcı ve erişilebilir bir hizmet sunması için dilsel-davranışsal, kişisel, duyuşsal, algısal ve psikolojik iletişim engellerinin önüne geçmesi gerekmektedir. Araştırma sonuçları; kadın çalışanların kişisel, evli çalışanların algısal, 36-45 yaş grubunun kişisel, 46 yaş ve üzeri grubun genel ve lise mezunu çalışanların dilsel-davranışsal iletişim engellerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, cinsiyet rolleri, iş-yaşam dengesi, yaşa bağlı iletişim tarzı farklılıkları, teknolojik adaptasyon ve eğitim seviyesi gibi çeşitli faktörlerin iletişim engellerine etkisi olabileceğini düşündürmektedir. Sonuç olarak, seyahat acenteleri çalışanlarının çeşitli iletişim engelleri yaşadığı ve bu engellerin cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim seviyesi gibi faktörlerden etkilendiği görülmüştür. Bu engellerin aşılması, hem çalışanların iş performansını ve motivasyonunu artırmak hem de müşteri memnuniyetini yükseltmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Çalışanların bu engelleri aşabilmeleri için farklı iletişim tarzlarına ve engellere duyarlı bir işyeri kültürü oluşturmak için çalışmalar yapılmalıdır. Çalışanların iletişim becerilerini geliştirmeye yönelik düzenli eğitimler ve halkla ilişkiler faaliyetleri düzenlenmelidir. Bu doğrultuda iletişim engellerini ve çözümlerini ele alan bir geri bildirim sistemi oluşturulabilir. Ayrıca müşterilerinin çoğunluğunun konuştuğu dillerin öğrenilmesi, farklı kültürlerden gelen insanların iletişim tarzlarının ve

beklentilerinin anlaşılması, yeni iletişim teknolojilerinin etkin kullanılması, zaman dilimi farklarının dikkate alınması, vize/seyahat belgeleri hakkında bilgi sahibi olunması ve son olarak engelli müşterilere yönelik özel seçenekler sunulması, iletişim engellerini aşarak müşteri memnuniyetini ve sadakati artırmaya yardımcı olacaktır.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda seyahat acenteleri çalışanlarının iletişim engelleri daha derinlemesine incelenebilir ve farklı faktörlerin etkileri ortaya koyulabilir. Ayrıca, iletişim engellerini aşmak için yeni yöntemler ve stratejiler geliştirilebilir. Bu çalışmalar, seyahat sektörünün daha kapsayıcı ve erişilebilir hale gelmesine katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Babacan, E., Kamanlıoğlu, E. B., & Alemdar, M. Y. (2008). Pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler uygulamalarında internet kullanımı: İzmir'de yer alan seyahat acenteleri üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 5-24.

Başerer, Z., Başerer, D., & Demirkaya, P. N. (2016). Kişiler arası iletişim engelleri ölçeği geliştirme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2016(43), 290-303.

Button, K., & Rossera, F. (1990). Barriers to communication: A literature review. *The annals of regional science*, 24, 337-357.

Çamlıca, K., Eren, A. S., & Aslan, H. M. (2022). Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren seyahat acentelerine yönelik e-şikâyetlerin içerik analizi ile incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 122-136.

Felson, R. B. (1980). Communication barriers and the reflected appraisal process. *Social psychology quarterly*, 223-233.

Fischer, D., Posegga, O., & Fischbach, K. (2016). Communication Barriers in Crisis Management: a literature Review. *Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)*, İstanbul, Turkey.

Karaman, A., & Sezgin, M. (2008). Turizm Sektöründe Pazarlama Aracı Olarak Sevhahat Acenteleri ve İnsan Kaynakları (Konya'da Bir Uygulama). *Journal of Travel & Tourism Research*, 8(1/2).

Kutluk, A., & Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan ağıza pazarlamanın müşterilerin satın alma karar süreçlerine etkisi ve bir uygulama: (İstanbul seyahat acenteleri örneği). *Journal of International Social Research*, 7(29), 613-622.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, KTB (2024). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9648/seyahat-acentasi.html> (Erişim Tarihi: 24/05/2024)

Limon, Ş., & Arpacı, Ö. (2016). Kurum imajı açısından müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: seyahat acentaları şikâyetlerine yönelik bir araştırma. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 6(1), 86-99.

Rani, K. U. (2016). Communication barriers. Journal of English language and literature, 3(2), 74-76.

Shrivastava, S. (2012). Comprehensive Modeling of Communication Barriers: A Conceptual Framework. IUP Journal of Soft Skills, 6(3).

Tan, A., & Sürme, M. (2020). Turizm Alanında Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Yönelik Nitel Bir Çalışma. Ankara: İksad Yayınevi.

Tutar, H., & Erdem, A. T. (2022). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türk Dil Kurumu, TDK (2024). <https://sozluk.gov.tr/?ara=acente> (Erişim Tarihi: 24/05/2024)

Yusof, A. N. A. M., & Rahmat, N. H. (2020). Communication barriers at the workplace: A case study. European Journal of Education Studies, 7(10).