



Alternative Market Formation in Tourism with Problems of Intercultural Communication and Analysis Skills

Derya Semiz Çelik*

ARTICLE INFO

Article history:

Received
15.12.2021

Received in revised form
19.12.2021

Accepted
27.12.2021

Key Words: Tourism, Tourism Markets, Tourism Market Problems, Communication Skills, Intercultural Communication.

ORCID: 0000-0001-83976671

Type of Article: Research Article

ABSTRACT (EXTENDED)

The growing ability to act jointly in all of the growing and developing world markets is an important element for all businesses. In the priority process of being able to fulfill this element is to strengthen communication. Transmission comes at the forefront of questions and problems that may arise in the encounter of different cultures. Solving the problems that may arise from differences in communication between cultures is also possible with the development of problem solving skills of the enterprises. Solving these problems will allow businesses to both protect their existing markets and allow for new market developments.

*Purpose;*In order to be able to solve the problems arising from the cultural differences, firstly what problems can be encountered should be evaluated. This evaluation varies by institution and sector. In this study, tourism, which is the sector in which intercultural communication encounters are most experienced, is dealt with. After a short survey of literature in the study, the questionnaire study and evaluation were included.

Purpose of Implementation; It was questioned what the communication problems arising from the intercultural differences of the tourists traveled and what their stance towards these problems might be. Depending on the attitudes and behaviors of the potential problems of the tourists, it was aimed both to maintain tourism in the market and to develop solutions for what could be done to create an alternative market.

*methodology;*In the questionnaire, 312 questionnaires were obtained from tourists who came to Istanbul for the first time or Turkish citizens who traveled at least once outside the country. The problems encountered in the obtained data were mainly evaluated under two headings as reactions to the problems.

The method used in practice; The data obtained with the questionnaire prepared according to the aims stated above were analyzed with the help of the SPSS 16 program. In addition to the general statistical evaluations, the responses of tourists to the problems arising from cultural differences were evaluated with comparative tables.

*Findings (Results);*The survey results show that tourists are not unresponsive to the problems they face. It has been seen that they have not only abandoned the market but also told the people in their surroundings that they should not come. The awareness that the problem arises from cultural differences seems to alleviate the reaction, but it does not change tourists' perceptions of negative thinking. This can lead to serious market losses. The fact that the problems can be resolved will allow the satisfaction of tourists to improve the market and allow for new market developments that can be marketed in the country.

the conclusion and discussio; The development of the market in tourism and the difficulty of enlargement cause a serious problem which is caused by cultural differences and causes a bad intention.

The purpose of the tourism market is also changing the point of view of the problems. It is seen that tourists who travel for business are less concerned with the problems that cultural differences will have compared to other tourists. Increasing the level of education also seems to increase the sensitivity to the problems.

* Corresponding author. deryasemiz@gmail.com, Cite As/ Alıntı: Semiz Çelik, D. (2021). Kültürlerarası İletişim Sorunları ve Çözümleme Becerisiyle Turizmde Alternatif Pazar Oluşumu, *Journal of Behavior at Work*, 6(2) 2021, 114-122. DOI: <https://doi.org/10.25203/idd.1036807>.

Kültürlerarası İletişim Sorunları ve Çözümleme Becerisiyle Turizmde Alternatif Pazar Oluşumu

Derya Semiz Çelik, Marmara Üniversitesi, SBMYO, Turizm Seyahat ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

MAKALE BİLGİSİ

Makale Tarihiçesi:

Başvuru
15.12.2021
Revizyon
19.12.2021
Kabul
27.12.2021

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Pazarları, Turizm Pazar Sorunları, İletişim Becerisi, Kültürlerarası İletişim.

ORCID: 0000-0001-83976671
Makale Türü: Araştırma Makalesi

ÖZ

Ülke ekonomilerinde önemli bir gelir kaynağı olan turizm sektörü çevresel faktörlere oldukça duyarlı pazarlardır. Bu duyarlılık önemszenmemesi halinde ciddi pazar kayıplarına sebebiyet vermektedir. Pazar oluşumun zorluğu göz önüne alındığında mevcut pazarın kaybına izin verilmemesi gerekmektedir. Turizmde yaşanan öncül sorun farklı kültürlerin karşılaşmasıdır. Çeşitli amaçlar ile seyahat eden bir turist içine girdiği farklı kültürden bir toplum içinde zorluklar yaşayabilmekte hatta yaşadığı ya da yaşayabileceği sorun sebebiyle seyahatinden vazgeçebilmektedir. Kültürlerarası iletişimin sebep olacağı sorunlar ve ülkelerin bu sorunları çözümleme becerileri turistlerin olumsuz olan ya da olabilecek algılarını yenerek turizm pazarlarını devam ettirebilecek hatta yeni pazarlar oluşturmalarını sağlayacaktır. Bu amaçla bu çalışmada kültürlerarası farklılıklardan kaynaklı yaşanabilecek sorunlar, bu sorunlar karşısındaki tutumlar değerlendirilmiştir. Bu doğrultu da sorunlar karşısında geliştirilecek çözüm yolları ile turistlerin tutum ve davranışlar kültürel iletişim sorunlarını çözmeye anlamında kontrol altına alınabilecektir. Kontrol edilebilen pazar davranışları ile gerek mevcut pazarı koruma gerekse yeni pazar oluşturmaya ciddi destek sağlayacaktır.

1. GİRİŞ

Günümüzde ülkeler arasındaki ideolojik sınırlar kültürel sınırlara dönüşmüş toplum içindeki yaşam çok kültürlü bir hal almıştır. Bu çok kültürlülük sadece toplumları değil aynı zamanda işletme ekonomilerinin de dikkat etmesi gereken bir sorun haline gelmiştir. Çok kültürlülük de karşılaşılan önemli sorun farklı kişi, kurum ve örgütlerin tutum, davranış ve alışkanlıkları arasındaki farklılıklardır. Bu farklılıklar kültürlerarası iletişimi, anlaşmayı, birlikte hareket edebilmeyi hatta ortak karar almayı gerektirmektedir. Kültürel farklılıkların farkında olarak uzlaşabilen örgütlerin yapılan araştırmalara göre daha avantajlı oldukları görülmüştür. Bu sebeple kültürel farklılıkları göz önüne alan yönetim ve liderlik anlayışı oluşabilecek sorun ve kayıpların önüne geçilmesini sağlayacaktır (Saran, 2005: 59).

Hemen her sosyal disiplinde iletişimin önemi büyük olup turizmde de bu önem oldukça fazladır. Turizmin ülkelerin ekonomisine katkısı önemli derecede etkilidir. Bu ekonomik faydadan yararlanabilmek için turizmin gelişmesinin sağlanması dolayısıyla turizmin doğru iletişim ile desteklenmesiyle mümkün olmaktadır. Toplumların birbirleri arasındaki kültür farklılıklarına iletişimde dikkat edilmesi gerekmektedir. Olası farklılıklar hatalı iletişime sebep olabilmektedir. Kültürlerarası iletişim anlamında farklı kültürler, kimlikler ve topluluklar arasındaki etkileşim ve iletişim süresince engeller çıkarabilecek ön yargılar, kalıplaşmış fikirler, benmerkezcilik ve onlar anlayışı turizmde ciddi iletişim sorunlarına sebebiyet verebilmektedir. Bu çalışmada kültürlerarası iletişim kavramı, becerisi, turizmdeki yeri ve önemi, turizme kazandırabileceklerine yer verilecektir.

2. KÜLTÜR VE İLETİŞİM İLİŞKİSİ

Kültür ile iletişim birbirleriyle sürekli karşılıklı etkileşim içindedir. Toplumlar kültür ve iletişim içinde ayrılmaz bir şekilde karşılıklı birbirlerine bağlı bir etkileşim içindedir. Kişiler içinde ve temasta oldukları ulusal ve uluslararası kültürlerin birer öğeleridir. Kültür, bireylerin sosyalleşmesi ile bireyler yada gruplar ile yapılan paylaşımlar ile aktarılmaktadır. Yakın zamana kadar kültürün, iletişimi oluşturduğu kabul görürken kültürlerde metafor ve metodolojisi 80'li yıllardan itibaren çıkmasıyla linguistik ve sembolik bir bakış açısı geldi ve kültür ile iletişim ilişkisi karşılıklı araştırılmaya başlandı. Bu araştırmalarda kültürün iletişimi etkilediğini ancak iletişimde kültürün gelişimi ve değişimi için önemli bir rol aldığını göstermiştir (Durğun, 2006: 113). İletişim aynı yada benzer kültürdeki toplum içinde sorgulanmadan gerçekleşirken farklı kültürden toplumlarla temasa geçince sorunlar ve farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

3. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM

Bütün dünya küreselleşmenin etkisinde tek bir pazar haline gelirken, toplumlar arasındaki kültürel farklılıkları kaldırmamaktadır hatta küreselleşen pazar şartlarında bu farklılıklara olan duyarlılık ve hassasiyet daha da artmıştır (Ügeöz, 2003: 8). Kültür ve iletişim birbirlerini karşılıklı etkilemektedir. Bireylerin içinde bulunduğu sosyal yapıdaki kültür iletişim tarzını da belirlemektedir. Kültürlerarası iletişim de bireyler arasındaki faaliyetleri anlatmaktadır (Erdoğan, 2002: 26).

Kültürler toplumlarımızın her köşesine nüfuz etmiştir. Genel olarak, kültür ailede, okulda ve işyerinde bireyler tarafından öğrenilir ve deneyimlenir. Küresel anlamında, kültürler milletlerden ve bölgelerden farklıdır. Çeşitli ampirik araştırmalara dayanarak milletler arasındaki kültürel farklılıkları veya çeşitliliği farklı boyutlarda ele almaktadır. Bu boyutlar aracılığıyla, ulusal kültürlerin zihinsel programlama olarak nasıl çalıştığını ve farklı ülkelerden insanların neden sosyal yanlış anlamaları, hatta çatışmaları olabileceğini anlayabilmekteyiz. Ayrıca yapıla çalışmalarda, kültürlerarası dinamiklerin temel kavramlarını tartışılmakta, bireylere ve kuruluşlara kültürlerarası iletişim ve işbirliğini geliştirmelerine ve geliştirmelerine yardımcı olmak için anlayışlı ve samimi tavsiyeler verilmeye çalışılmaktadır (Hofstede, 2005: 76).

Birçok kültürde iletişim biçimleri gerek kültürleri anlamada gerekse sorunları çözmede önemli bir işlevi vardır. Benzer nitelikteki bir davranış farklı kültürlerde farklı işlevi görebilmektedir. Dolayısıyla bir kültürdeki davranışın olumlu yöndeki işlevi bir başka kültürde olumsuz bir işlevi olabilmektedir (Katrarı, 2001: 26).

Toplumlar arası kültürel farklılıklarda baskın kültürler diğer kültürler üzerinde önemli bir etki yaratırken kimi zamanda bütünleşme etkisi yaratmaktadır. Uluslararası faaliyet gösteren bir işletmede çalışan bireyler ticari ilişkide buldukları işletmeler ile iletişimde çeşitli sorunlar yaşayabilmektedir. Turizm işletmeleri de bunların başında gelmektedir. Hizmet sektörü olan turizmde iletişimin yeri ve önemi büyük olup iletişimde kullanılan tarz, kültürler arasında farklılık gösterip, kültüre bağlı şekillenmektedir. İletişimde yapılabilecek bir hata kültürden kültüre değişik anlaşılabilirliğinden başlamadan ilişkilerin bitmesine neden olabilmektedir.

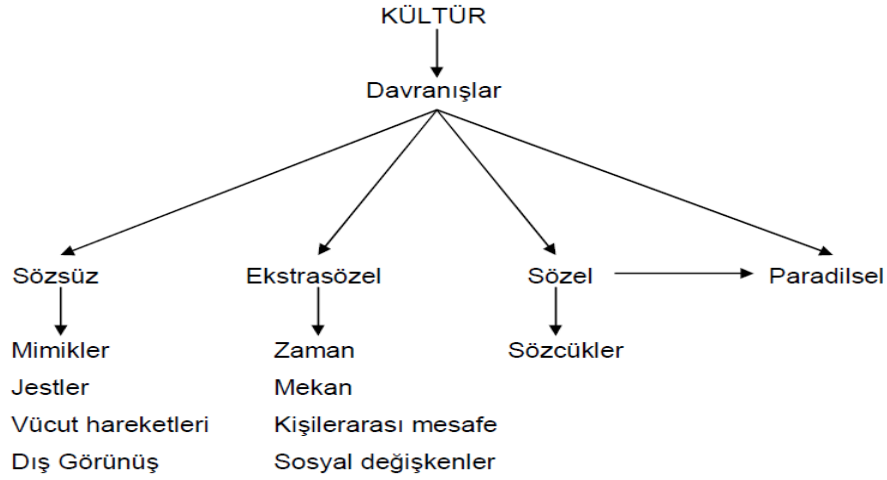
Kültürler arası farklılıklar ikili ilişkilerde doğru iletişim kurulmasını gerektirmektedir. Bu sebeple kültür ile iletişim arasında ilişkini doğru dengelenmesi ve üzerinde çalışılması gereken bir alan haline gelmiştir (Sarı, 2004: 1). Küresel bir pazar olan dünyada sağlıklı ve kaliteli iletişim kurmak kültürlerarası iletişim için çok önemlidir (Chairsrakeo ve Speece, 2004: 269). Coğrafi mesafeden kaynaklı iletişim ihtiyacı kültürel farklılıklar ile küresel iletişim ihtiyacına dönüşmüştür Spinks ve Wells, 1997: 287).

Kültürlerarası iletişim multidisiplinel çalışma faaliyetlerini kapsamakta olup, kültür ve iletişim anlamındaki gelişmelerin günümüz şartlarında işlevlerini ve değerini ifade etmektedir. Bu ifade de kültürlerarası iletişime olan ihtiyacı arttıran aşağıdaki dört dinamik ile ilişkilendirilmektedir (Sarı, 2004: 1):

1. İletişim ve Teknolojilerindeki Gelişme,
2. Küreselleşen Ekonomi,
3. Kültürel Çeşitliliğin Artması/ Çok Kültürlülük
4. Artan Nüfus

3.1. KÜLTÜRLER ARASI İLETİŞİMİN TEMEL ÖĞELERİ

Kültürlerarası farklılıklar kültürlerin kendilerine özgü yapı ve kalıpları ilgili toplum hakkında bilgi vermektedir. Kültürler arası iletişim kültürden kültüre değişen sözlü ve sözsüz olmak üzere iki temel öğeden oluşmaktadır. Şekil 1'de kültürlerarası iletişimin temel öğeleri gösterilmektedir.



Şekil 1: Kültürlerarası İletişimin Temel Öğeleri

Kaynak: Oksaar, 2008.

İletişim biçimlerinden sözlü şekli ile iletişim sürecinde olan bireyler duygu ve düşüncelerini kendi dili kullanma şekilleri telaffuz, tonlama, cümle yapısı gibi unsurlar ile kendilerini ifade etmektedirler. Sözsüz iletişimse, iletişim süresince, sözlü ifadelerin dışında olan, ikili ilişkilerde karşı tarafın bir mesaj olarak algılayabileceği tüm uyarıcı etkenleri ifade etmektedir (Kartarı, 2006: 158).

3.2. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BECERİSİ

Kültürlerarası iletişim becerisi, tanımı konusunda tam bir mutabakat bulunmamakla birlikte kültürlerarası iletişimin en önemli konularından biridir. Her geçen gün artan bir dönüşüm içinde olan çok kültürlülükteki iletişim becerisi eğitim, ikamet ve gündelik etkileşim gibi değişkenler ile ilişkilidir (Arasaratnam ve Doerfel, 2005: 38). Bu beceri genel olarak, farklı kültürden olan bireyler ile empati kurabilme yeteneği, ilgili bireyleri anlamaya çalışma, eleştirmeme ve ben merkezci olmayarak farklılıkları kabul etmeyi ifade etmektedir (Eğinli, 2011: 216).

Kültürlerarası iletişim becerisinin “farkında olmak” ve “duyarlılık” olmak üzere iki ön gerekliliği bulunmaktadır (Dong vd., 2008: 30). Farklı kültürlerle sahip bireylerin iletişiminde farklılıkların farkında olunması iletişimi olumlu etkilerken farkındalığa duyarlı ve hassas davranılması da iletişim için oldukça etkili bir unsurdur.

Kültürlerarası iletişim becerisi, temel iletişim becerisi, toplumsal iletişim becerisi ve bireylerarası iletişim becerisi olarak üç temel şekilde olmaktadır. Temel iletişim becerisiyle, belirlenen hedeflere ulaşabilmek adına yeni oluşuma etkili şekilde adapte olmayı diğer bir deyişle genel yetenekleri ifade edilmektedir. Toplumsal iletişim becerisi, toplum içinde diğer bireylerin duygu ve düşüncelerini tahmin edebilme, toplum içinde rol olarak iletişim ve etkileşimi sağlayabilmeyi ifade etmektedir. Kültürel farklılıkları olan bireylerin karşılıklı iletişiminde hoşgörü, anlayış ve saygı olması gerekmektedir (Kartarı, 2001: 31). Kültürlerarası iletişimde çözülmesi gerek problemleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Erdoğan, 2005: 155);

1. Bireyleri istenilen kalıplara yerleştirme,
2. Ön yargılarda bulunma,
3. Yanlış anlamalar (Cinsiyet, ırk, yaş, din vb farklılıklardan kaynaklanabilecek)
4. Kültürel farklılıklar taşıyan bireyler arasındaki olası hoşgörüsüzlük,
5. Dışa dönük olunmaması ya da şüpheli olunması
6. Benmerkezcilik ve saygı problemi
7. Kültürel empati eksikliği,

3.3. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİMDE YAŞANAN ZORLUKLAR

Her ne kadar hareketler, işaretiler hatta kelimeler ortak varsayılab evrensel kabul edilse de, kültürel unsurlar her topluma özgü olup farklılıklar göstermektedir. Evrensel unsurlar bireylerin biyolojik, psikolojik veya başka değişkenlere bağlı olabilir ya da belirli bir amaca yönelik olarak sonradan oluşmuş olabilir. Kültürler arası iletişimi ile ilgili çalışmalarda eylem kuramına da değinilmektedir (Yıldırım, 2012: 204). Bu kuram farklı kültürlerin ortak özellikleri görmeyi konu almaktadır. Kültürler arası iletişim sürecinde bireyler kendi içinde buldukları topluma benzemeyen toplumlar içinde korku duymaktadırlar. Benzer nitelikteki kültürler ile olan iletişimler daha kolay ve olumlu olduğu görülmektedir.

4. TURİZM VE TURİZMDE PAZARLAR

Turizmin kelime olarak Latince hareket etme, dönme, dolaşma gibi anlamlara gelen “tornus” kelimesinden türemiştir. Turizmin kelime anlamını tanımlar ve açıklarken dikkat edilmesi gereken öncelikli olarak geri dönme ve harekettir (Aydın, 2012: 91). Turizmin asıl öznesi insandır. Birçok turizm tanımına bakıldığında turizme ilişkin ortak iki özellik

bulunmaktadır. Bunlar, insanların yaşadıkları yerlerden geçici olarak ayrılarak farklı yerlere giderek, gittikleri yerler de tüketici olmalarıdır. IUOTO'nun (Uluslararası Resmi Turist Organizasyonları Birliği) göre turizm; "24 saatten az olması şartıyla, daimi kalışa dönüşmemesi ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmaması koşuluyla, kişilerin yolculuk ya/yada konaklamalarının sonucu oluşan işlemlerin tümüdür" (Tolungüç,1999: 11-13).

Turizmde bireyler gezi, sağlık, iş vb amaçlar ile farklı yerlere giderler. Bu sebeple turizmin bir ülkede olabilmesi adına bireylerin bu amaçları hizmet eden birtakım ihtiyaçlarını karşılıyor olabilmesi gerekmektedir. Bu ihtiyaçların karşılanması halinde ülkeler kendilerine belirledikleri alanlarda turizmin kapılarını açmış olurlar. Bu aşamadan itibaren sadece ihtiyacın karşılanmasıyla bu pazarın kazanç sağlayacağını söylemesi mümkün değildir. Doğru iletim kurulmaması halinde talebin olmadığı yada çok düşük olduğu tutundurulamayan bir pazar olarak kalır. Bu aşamadan itibaren bu çalışmaya konu olan kültürlerarası iletişim becerisine ve bunun sağlayacağı alternatif pazar oluşumuna ve pazarda tutunma avantajına geçilecektir.

5. KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİMDE TURİZM VE ALTERNATİF PAZARLAR

Turizm endüstrisi ulusal ekonomiye faydası ve kalkınma için önemli bir gelir kaynağıdır. Gerek ülkeye döviz girişinin sağlanması gerekse istihdam sağlamanın yanı sıra ayrıca uluslararası boyutta gerek toplumsal gerekse kültürel iletişim sağlanması sebebiyle ülkeler için kaybedilmemesi gereken önemli bir sektördür (Çımat ve Bahar, 2003: 2).

Kültürler arası iletişimin önemli bir parçası turizm sektörüdür. Turistik gezi, bireylerin yalnızca farklı yerlere gitmesi değil ayrıca ekonomik, toplumsal ve tabii ki kültürel olarak iletişim içinde olunmasıdır.

Bireyler iş amaçlı işletme organizasyonları, eğitim/öğretim, turistik amaçlı gezi, siyasi, diplomatik, ekonomik gibi sebepler ile farklı toplumlar ile kültürel temasa geçerler. Kültürel bu temaslar iletişim ile kültürel kimlik, dil ve anlam kullanımı açısından önem taşımaktadır (Sezgin ve Ünüvar, 2010: 392).

6. UYGULAMA

Uygulamanın Amacı; Turistik amaçlı seyahat eden kişilerin kültürler arası farklılıklardan doğan iletişim sorunlarının neler olduğu, bu sorunlar karşısında ki duruşlarının neler olabileceği sorgulanmıştır. Turistin olası bu sorunlar karşısındaki tutum ve davranışlara bağlı hem turizm de pazarın idame ettirilmesi hem de alternatif pazar oluşuna yönelik neler yapılabileceğine dair çözüm önerileri geliştirmek amaçlanmıştır.

Uygulamada kullanılan yöntem; Yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda oluşturulan anket çalışması ile elde edilen veriler SPSS 16 programı yardımı ile analiz edilmiştir. Genel istatistiksel değerlendirmelerin yanı sıra turistlerin kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunlar karşısında verdikleri tepkiler karşılaştırmalı tablolara ile değerlendirilmiştir.

Çalışmanın örnekleme maddi ve coğrafik sebepler ile İstanbul bölgesi ile kısıtlandırılmış olup, İstanbul'u ziyarete gelmiş turistler ya da ülke dışında en az bir kere seyahat etmiş Türk vatandaşlarından 312 anket verisi elde edilmiştir. Çalışma tesadüfi örneklem yöntemiyle toplanan veriler ile sınırlı olup uzun vade de farklı gruplar ile derinlemesine mülakat çalışmaları ile desteklenebilir.

Çalışmanın geçerlilik güvenilirlik değerleri Cronbach's alfa katsayısı ile ölçülmüş ve yüzde 81.4 olarak bulunmuştur. Verilerin yani değişkenlerin değerlerinin tutarlılığı gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) istatistik tablosu aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: KMO tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Testi		0,854
Bartlett Küresellik Testi	X ²	4934,157
	Serbestlik derecesi	1114
	Sig.	0,000

Bulgulara dair özet tabloları ve yorumları aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Demografik Özellikler

Seyahat Amacınız			Yaşınız			Eğitim Durumuzu		
	N	%		N	%		N	%
İş Amaçlı	85	27,24	12--18	18	5,77	İlkokul	23	7,37
Sağlık Amaçlı	88	28,21	19-24	26	8,33	Lise	94	30,13
Turistik Amaçlı	122	39,10	25-30	77	24,68	Üniversite	129	41,35
Diğer	17	5,45	30-35	68	21,79	Yüksek Öğretim	66	21,15
Vatandaşlığınız			36-45	72	23,08	Geliriniz (Euro)		
	N	%	46-55	27	8,65		N	%
TC	167	53,53	56 ve üstü	24	7,69	100-300	2	0,64
Diğer	145	46,47	Çocuğunuz var mı?			301-600	1	0,32
Çalıştığınız Sektör				N	%	601-900	12	3,85
	N	%	Yok	108	34,62	901-1200	13	4,17

Kamu	113	36,22	1--2	120	38,46	1201-1500	34	10,90
Özel	199	63,78	3--4	61	19,55	1501-2000	82	26,28
Medeni Haliniz			4 ve üstü	23	7,37	2000-3000	116	37,18
	N	%				3000 ve üstü	52	16,67
Bekar	202	64,74						
Evli	110	35,26						

Demografik özelliklerin dağılımı tablo 2'deki gibi olan örneklemden alınan veriler aşağıdaki gibidir. Tablo 2'de verilen farklı kültürden kaynaklanabilecek sorunlar hakkındaki görüşler 5'li likert ölçek yardımı ile ölçülmüş olup, değerlendirmede 1 kesinlikle sorun olmadığı görüşünü temsil ederken 2 sorun olmadığı, 3 tarafsızlığı, 4 sorun olduğu, 5 ise kesinlikle sorun olduğu görüşünü temsil etmektedir.

Tablo 3: Farklı Kültürden Kaynaklanabilecek Sorunlar

		Ortalama	Standart Sapma
1	Dil sorunu	4,82	0,85
2	İnançlar /Din sorunları	2,02	0,72
3	Disiplin sorunu	3,26	0,34
4	Yiyecek İçecek sorunu	4,34	0,32
5	Sofra düzeni sorunu	2,97	0,96
6	Trafik sorunu	4,21	0,88
7	Toplu taşıma sorunu	4,23	0,36
8	Ulaşım sorunu	4,52	0,21
9	Duygu/ Mantık sorunu	2,86	1,26
10	Kimlik kargaşası sorunu	3,14	1,14
11	Benimsenmeme sorunu	2,04	1,09
12	Baskı sorunu	4,29	0,93
13	Ülke vatandaşlarının turistleri ülkelerinde istememe arzusu	4,79	0,09
14	Alışverişte turistlere daha fazla fiyat söyleme sorunu	5,00	0,00
15	Hava şartlarındaki farklılıklar sonucu ortaya çıkabilecek sorunlar	4,34	0,87
16	Giyim sorunu	1,99	1,04
17	Yaşam biçiminden kaynaklanan sorunlar	2,13	1,18

Farklı kültürden kaynaklanabilecek sorunlara bakıldığında dil, trafik, ulaşım, baskı, istenmeme, fazla fiyat söyleme, hava şartlarının sebep olacağı sorunlar ön plana çıkarken inançlar /din, benimsenmeme, giyim sorunları daha az önemsendiği görülmüştür. Bu ifadeler dışındaki sorunlar için tarafsız kalındığı gözlemlenmiştir. Karşılaşılan sorunlar karşısındaki tutum ve davranışların neler olabileceğine dair görüşler Tablo 4'deki gibidir. Tablo 3'deki değerlendirmede yine 5'li likert ölçek yardımı ile yapılmış olup katılma derecelerini (1 kesinlikle katılmıyorum, 5 kesinlikle katılıyorum şeklinde) ifade etmektedir.

Tablo 4: Farklı Kültürden Bir Ülkeye Yapılan Ziyarete Karşılaşılan Sorunlar Karşısındaki Tutum Ve Davranışlar

		Ortalama	Standart Sapma
1	Tekrar gelmem	2,96	1,21
2	İlgili yerlere şikâyet ederim	4,01	1,11
3	Çevreme bahsederek gelmemeleri öneririm	4,12	1,09
4	Kültür farklılığı diyerek önemsemem	4,27	0,94

Farklı kültürden bir ülkeye yapılan ziyarette karşılaşılan sorunlar karşısında bireylerin tekrar gelmeme konusunda daha görüşsüz kalındığı ama şikâyet etme, çevrelerine olumsuz bahsettikleri görülmüştür. Sorunun derecesine göre sorunlar karşısında kültür farklılığına dayandırılarak göz ardı edilebilindiği de görülmüştür.

Elde edilen veriler ışığında bazı demografik ve diğer özellikler ile sorun yaşama sıklığı arasındaki farklılık olup olmadığının belirlenmesi için Anova testi (H1 ve H2) ve t-testi (H3 ve H4) yapılmıştır. İlgili testler için alt problemler aşağıdaki gibidir.

- H1: Seyahat amacına göre sorun yaşama sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
H2: Eğitim durumu ile sorun yaşama sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
H3: Vatandaşlık durumu ile sorun yaşama sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
H4: Çalışılan sektör ile sorun yaşama sıklığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Alt problemlere dair Anova testi sonuçları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 5: Anova Testleri Özet Tablosu

Seyahat Amacınız			
(I) Grup	(J) Grup	Ortalama Farkı (I-J)	Anlamlılık
İş Amaçlı	Sağlık Amaçlı	-2,03	,001
	Turistik Amaçlı	-1,96	,000
	Diğer	-0,31	,203
Sağlık Amaçlı	İş Amaçlı	+ 2,03	,001
	Turistik Amaçlı	+ 2,14	,000
	Diğer	+0,94	,096
Turistik Amaçlı	İş Amaçlı	+1,96	,000
	Sağlık Amaçlı	- 2,14	,000
	Diğer	+0,15	,101
Diğer	İş Amaçlı	+0,31	,203
	Sağlık Amaçlı	-0,94	,096
	Turistik Amaçlı	-0,15	,101
Eğitim Durumuzu			
(I) Grup	(J) Grup	Ortalama Farkı (I-J)	Anlamlılık
İlkokul	Lise	-0,11	,301
	Üniversite	-1,06	,000
	Yüksek Öğretim	-2,10	,012
Lise	İlkokul	+0,11	,301
	Üniversite	-0,47	,026
	Yüksek Öğretim	-1,36	,000
Üniversite	İlkokul	+1,06	,000
	Lise	+0,47	,026
	Yüksek Öğretim	-0,33	,101
Yüksek Öğretim	İlkokul	+2,10	,012
	Lise	+1,36	,000
	Üniversite	+0,33	,101

Farklılıkların kaynağını bulmaya yönelik uygulanan post-hoc Scheffe testleri, farklılıkların iş amaçlı yapılan seyahatlerin turistik amaçlı ve sağlık amaçlı yapılan seyahatler ile aralarında farklılık olduğu bu farklılığında iş amaçlı seyahatlerde diğerlerine göre kültürel farklılıklardan kaynaklı daha az sıklıklar sorun yaşandığı göstermiştir. Sağlık amaçlı seyahatler ile turistik amaçlı seyahatler karşılaştırıldığında ise sağlık amaçlı yapılan seyahatlerde kültürel farklılıklardan kaynaklı daha fazla sıklıkla sorun yaşandığı gözlemlenmiştir. Diğer amaçlı seyahatler için anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Eğitim durumlarına göre sorun yaşama sıklıklarına bakıldığında eğitim düzeyini artmasıyla sorun yaşama sıklığının da azalarak arttığı gözlemlenmiştir. Vatandaşlık durumu ve çalışılan sektör gruplarının sorun yaşama sıklıklarına ait T testi sonuçları ve değerlendirmesi aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: T Testleri Özet Tablosu

Vatandaşlık durumu	N	Ortalama	Standart Hata	OrtStd Hata	t	Sig. (2-tailed)
TC	167	3,545	.64344	.02691	-2,367	.023
Diğer	145	3,366	.68239	.02397		
Çalışılan sektör	N	Ortalama	Standart Hata	OrtStd Hata	t	Sig. (2-tailed)
Kamu	113	3,293	.34179	.04239	-1,970	.000
Özel	199	4,066	.42248	.03563		

Bağımsız örnek-t testine tabi tutulan alt problemler için tablo 5'de görüldüğü üzere sig. <0,05 olmasından ötürü anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılıklara göre vatandaşlıkların değişmesi kültürel farklılık sorunları yaşamının öncelikli sebepleri

arasında yer alırken, aynı zamanda özel sektör çalışanlarının kamuda çalışanlara göre kültürel farklılıklardan daha fazla sorun yaşadıkları tespit edilmiştir.

SONUÇ

Günümüz pazar şartlarında turizm iktisadi ve kültürel katkıları bakımından oldukça önemli bir pazardır. 'Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm, insan odaklı bir alan olması ve kişilerarası yüz yüze etkileşimin zorunluluğu nedeniyle iletişim yeri ve önemi büyüktür. Bireylerin çeşitli sebepler ile yaptıkları seyahatler, konakladıkları yerlere kendi kültürlerini taşımakta aynı zamanda buldukları yerlerdeki kültürler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu karşılaşmadan doğan kültürlerarası iletişim turizm pazarında etkili kullanılması gerekmektedir. Nitekim bu temas ile olası hatalar ya da yanlış anlaşılmalara ilgili tarafların turizm zarar verecek hatta uzun vadede daha ağır sonuçlar ile pazar kayıplarına sebep olabilecektir.

Bu çalışmada yapılan değerlendirme ile turistlerin farklı kültürler ile yaşadıkları sorunların daha çok lisan farklılığı, ulaşım sorunları ve esnafın turistlere farklı fiyat uygulamasından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu sorunların kültürel farklılıktan kaynaklandığını düşünen turistler, sorunları önemsemeyebilirler. Ancak kötü niyet algısının oluşması halinde tekrar gelmeme, çevresine olumsuz aktarma ve hatta şikayete kadar uzaman bir pazar kaybına neden olmaktadır.

Turizmde pazarın oluşturulması, sürdürülmesi, büyütülmesinin zorluğu düşünüldüğünde kültürel farklılıklardan oluşabilecek olası bir kötü niyet algısına sebep olması ciddi soruna sebep olmaktadır.

Turizm pazarının hizmet ettiği hedef kitlesi de sorunlara olan bakış açısının değiştirmektedir. Öyle ki iş amaçlı seyahat eden turistlerin diğer turistlere göre kültür farklılıklarının oluşturacağı sorunlara daha az önem verdiği görülmüştür. Eğitim düzeyini artmasının sorunlara duyarlılığı da arttırdığı görülmektedir.

Turizmin ülkelerin ekonomileri üzerindeki etkisi her geçen gün daha da büyüyerek geliştiği ve ülkelerin ekonomilerinde can simidi olduğu düşünülürse kültürel karşılaşmadan kaynaklanabilecek iletişim hatası dikkate alınması gerekmektedir. Bu sebep ile kültürlerarası iletişim becerisi anlayışı ile davranılması gerek hataların yanlış anlaşılmalara önüne geçebileceği gibi aynı zamanda yeni pazar oluşumlarını da sağlayacaktır. Çalışma farklı bakış açılarıyla yapılacak araştırma ve değerlendirmeler ile desteklenmesi halinde hedef pazara daha uygun iletişim becerisi oluşturulmasında yol gösterici olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aydın, Oğuz, (2012), "Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi", Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi 14 (23): 91-96, ISSN: 1309-9132
- Arasaratnam, Lily A. Doerfel Marya L., (2005), "Intercultural Communication Competence: Identifying Key Components from Multicultural Perspectives", International Journal of Intercultural Relations, 29, 137-163.
- Chaisrakeo, Sunanta, Speece, Mark, (2004), Culture, Intercultural Communication Competence and Sales Negotiation: a Qualitative Research Approach. Journal of Business & Industrial Marketing, 19 (4), 267-282.
- Çımat, Ali, Bahar, Ozan, (2003), "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme", Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 6, 1-18.
- Dong, Qingwen, Day, Kenneth D., Collaço Christine M., (2008), "Overcoming Ethnocentrism Through Developing Intercultural Communication Sensitivity and Multiculturalism", Human Communication, 11(1), 27-38.
- Durğun, Serpil, (2006), "Örgüt Kültürü Ve Örgütsel İletişim", Yüzcüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:II, Sayı:II, 112-132, Aralık 2006, s.113
- Eğinli Temel, Ayşen, (2011), "Kültürlerarası Yeterliliğin Kazanılmasında Kültürel Farklılık Eğitimlerinin Önemi", Öneri Dergisi, C.9, S.35, 215-227.
- Erdoğan, İrfan, (2002), "İletişimi Anlamak", Ankara, Erk Yayınevi, 2002.
- Hofstede, Geert H.. (2005) Cultures and organizations: software of the mind. ISBN 0-07-143959-5
- Katranı, Asker, (2001), "Farklılıklarla Yaşamak", Ankara, Ürün Yayınevi, 2001.
- Katranı, Asker, (2006), "Farklılıklarla Yaşamak, Kültürlerarası İletişim", Ankara: Ürün Yayınevi.
- Oksaar, Els, (2008), "Kültürlerarası İletişim Bağlamında Kültür Kuramı", Çeviren: Ayhan Selçuk, Çizgi Kitabevi, Konya, 2008.
- Saran, Mine, (2005), "Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim Ve Yönetim, Kültürlerarası Yönetim Ve Liderlik", İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Sarı, Engin, (2004), "Kültürlerarası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar", Folklor Ve Edebiyat Dergisi, Cilt: X, Sayı: 39, 2004/3.
- Sezgin, Mete, Ünüvar, Şafak, (2010), "Kültürler Arası İletişimde Turizmin Önemi, Alternatif Turizm Ve Pazar Olgusu", Journal Of Azerbaijani Studies, Http://jhs-khazar.Org/Wp-Content/Uploads/2010/06/Kulturler-Arasi-Iletisimde-Turizmin-Onemi.Pdf, Erişim : 19.09.2017.
- Spinks, Nelda, Wells, Barron, (1997), "Intercultural Communication: A Key Element in Global Strategies. Career Development International", 2 (6), 1997, 287-292.
- Susar, A.Filiz, (2005), "Çok Kültürlü Ortamlarda Karşılaşılan İletişim Ve Kültür Engelleri, Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim Ve Yönetim", İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Tolungüç, Ahmet, (1999), "Turizm Olgusu Ve Türk Turizmi", Ankara, A.Ü. İlef Reklam Atölyesi.
- Ügeöz, Perihan, (2003), "Kültürlerarası İletişim", İstanbul, Üstün Eserler Neşriyatı.
- Yıldırım, Yılmaz, (2012), "İletişimsel Eylem Kuramı Işığında Siyasal İletişim Ve Ak Parti Örneği", Akademik İncelemeler Dergisi (Journal Of Academic Inquiries) Cilt:7, Sayı:1.