

GÜNEY KORE'DE TURİZM ÜZERİNDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLARIN VE MODERN TRENDLERİN ETKİSİ

Askarova Dilobar Ikhtiyor kızı

Taşkent Devlet Doğu Araştırmaları Üniversitesi

2. sınıf yüksek lisans öğrencisi

Akhunova Gülçehra Nazarovna

Taşkent Devlet Doğu Araştırmaları

Üniversitesi profesörü

Özet: Bu makale, Güney Kore turizm sektörünün son yıllarda yenilikler yoluyla uluslararası rekabet gücünü nasıl güçlendirdiğini analiz etmektedir. Çalışma, Hallyu (Kore Dalgası) kültürel trendlerinin, dijital teknolojilerin, akıllı turizm kavramlarının ve hükümet politikalarının küresel turist akışları üzerindeki etkisini incelemek için istatistiksel veriler kullanmaktadır. Makale, COVID-19 sonrası dönemde turizmde toparlanma, girişimcilik, “deneyim turizmi” ve sürdürülebilirlik gibi modern trendlerin ekonomik ve sosyal etkilerini incelemektedir. Sonuçlar, Kore deneyiminin özellikle Özbekistan için turizm pazarlarının geliştirilmesi açısından pratik bir öneme sahip olduğunu, yeniliklerin turizmi çeşitlendirmeye, ziyaretçi sayısını artırmaya ve ekonomik faydaları artırmaya yardımcı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Güney Kore, turizm yenilikleri, inovasyon stratejileri, akıllı turizm, Hallyu, dijital pazarlama, kültürel turizm, sağlık turizmi, sürdürülebilir turizm, turist istatistikleri, K-kültürü, MICE turizm.

THE IMPACT OF INNOVATIVE APPROACHES AND MODERN TRENDS ON TOURISM IN SOUTH KOREA

Abstract: This article analyzes how the South Korean tourism sector has strengthened its international competitiveness through innovation in recent years. The study uses statistical data to examine the impact of Hallyu (Korean Wave) cultural trends, digital technologies, smart tourism concepts, and government policies on global tourist flows. The article explores the economic and social impacts of modern trends in tourism recovery, entrepreneurship, “experiential tourism,” and sustainability in the post-COVID-19 era. The results show that the Korean experience has practical significance, particularly for Uzbekistan, in terms of developing tourism markets, demonstrating that innovations help diversify tourism, increase visitor numbers, and enhance economic benefits.

Keywords: South Korea, tourism innovations, innovation strategies, smart tourism, Hallyu, digital marketing, cultural tourism, health tourism, sustainable tourism, tourist statistics, K-culture, MICE tourism.

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА ТУРИЗМ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Аннотация: В данной статье анализируется, как южнокорейский туристический сектор в последние годы укрепил свою международную конкурентоспособность за счет инноваций. В исследовании используются статистические данные для изучения влияния культурных тенденций «Халлю» (корейской волны), цифровых технологий, концепций «умного туризма» и государственной политики на глобальные туристические потоки. В статье рассматриваются экономические и социальные последствия современных тенденций в восстановлении туризма, предпринимательстве, «опытном туризме» и устойчивом развитии в постковидную эпоху. Результаты показывают, что корейский опыт имеет практическое значение, особенно для Узбекистана, с точки зрения развития туристических рынков, демонстрируя, что инновации помогают диверсифицировать туризм, увеличить число посетителей и повысить экономическую выгоду.

Ключевые слова: Южная Корея, туристические инновации, инновационные стратегии, «умный туризм», Халлю, цифровой маркетинг, культурный туризм, оздоровительный туризм, устойчивый туризм, туристическая статистика, корейская культура, MICE-туризм.

GİRİŞ (INTRODUCTION)

21. yüzyılda turizm, küresel ekonominin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak ülkelerin ekonomik büyümesinde önemli bir faktör haline gelmiştir. Küresel turizm pazarı, dijital teknolojiler, kültürel etkiler ve tüketicilerin deneyim arayışıyla dönüşüm geçiriyor. Dünya Turizm Örgütü'ne (BMGK) göre, 2024 yılında uluslararası turist sayısı 1,3 milyarı aşmıştır; bu da pandemi sonrası dönemde turizmin yeniden canlanmasının parlak bir göstergesidir (BMGK, 2024⁵). Bu fırsatı stratejik bir kalkınma yönüne dönüştürmeyi başaran ülkeler de vardır.

Güney Kore, turizmi sadece ekonomik kazanç kaynağı olarak değil, aynı zamanda ulusal bir marka, teknolojik yenilik ve kültürel diplomasi aracı olarak da şekillendiren ülkelerden biridir. 1990'lardan beri Güney Kore hükümeti, "Yaratıcı Ekonomi" kavramı çerçevesinde turizmi yeni teknolojiler, kültürel ürünler ve hizmetlerle birleştirmeye odaklanmıştır. Kore'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısının 2025 yılında 18 milyonu aşarak pandemi öncesi seviyelere yaklaşması bekleniyor. Dijital pazarlama, yapay zeka öneri sistemleri, filtrelenmiş içerik ve H-kültürü temalı seyahat programları gibi yenilikçi yaklaşımlar, turist kararlarını önemli ölçüde

⁵ UNWTO. (2023). Tourism highlights: East Asia and Pacific region. Madrid: UNWTO.

etkiliyor. Sonuç olarak, ülke turizm ihracatı, istihdam seviyeleri, bölgesel kalkınma ve ödemeler dengesi açısından Asya-Pasifik bölgesinde lider bir konuma ulaşmıştır.

METODOLOJİ (METHODS).

Çalışmada aşağıdaki yöntemler kullanılmıştır:

İkincil veri analizi: Hükümet raporları, Kore Turizm Veri Laboratuvarı, OECD analizleri ve diğer istatistiksel kaynaklara dayanmaktadır.

Karşılaştırmalı yöntem: Kore turizmindeki yeniliklerin geleneksel turizm modelleriyle karşılaştırılması.

Diyagramatik analiz: İstatistiksel verilerden elde edilen diyagramlar aracılığıyla eğilimlerin belirlenmesi.

Bu yöntemler, Kore turizminin yenilikçi unsurlarının bilimsel temelli bir değerlendirmesini sağlamaktadır.

SONUÇLAR (RESULTS).

Yıl	Güney Kore (milyon turist)
2019	17,5
2020	2,5
2021	3,2
2022	10,2
2023	11,0
2024	16,3
2025(tahmin)	18,7

Tablo 1. Güney Kore'yi ziyaret eden turist sayısı (2019-2025)

Tablo 1'de gösterildiği gibi, 2024 yılında Güney Kore'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı 16,37 milyon olup, bu rakam 2023 yılına göre %48,4'lük bir artışı temsil etmektedir. Bu, 2019'daki rekor 17,5 milyona göre %94 daha yüksektir. Turizm kuruluşunun planına göre, hedef 2027 yılına kadar 30 milyon turist çekmektir. Verilere göre, 2025 yılının başlarında Kore'yi ziyaret eden turist sayısında sürekli bir artış görülmektedir. Örneğin, 2025 yılının ilk dört ayında 5,58 milyon turist gelmiş olup, bu da bir önceki yıla göre %14,6'lık bir artış anlamına gelmektedir ve yıl sonuna kadar 18 milyondan fazla turist gelmesi öngörülmektedir⁶.

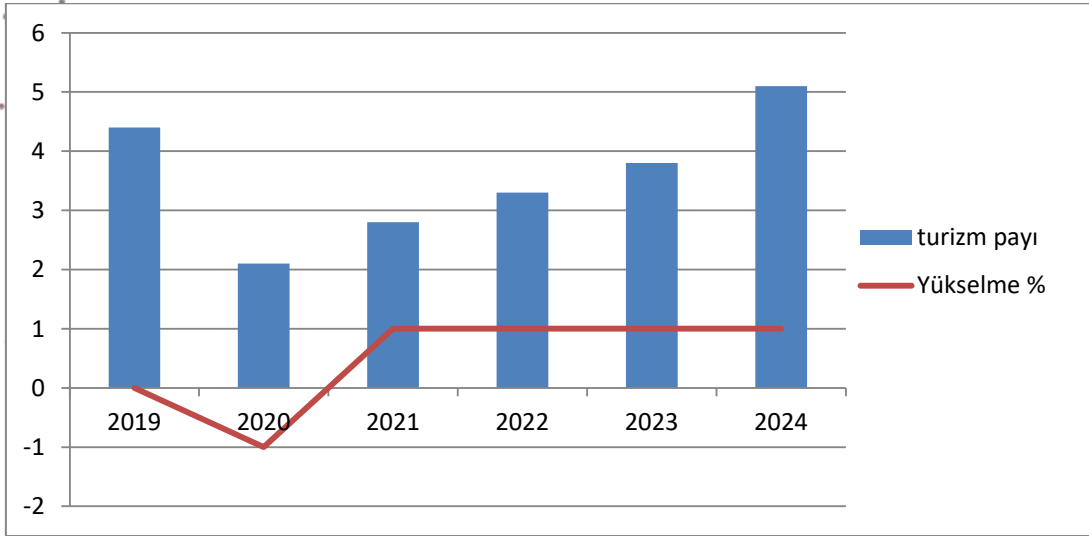
Güney Kore'de turizm sektörünün GSYİH'deki payı 2019'da %4,4 iken⁷, 2023 yılının sonuna kadar bu rakam %3,8'e yükseldi. 2024 yılı tahminlerine göre, sektörün GSYİH'deki payı %5,1'e ulaştı (Kore Turizm Örgütü, 2024⁸). Bu rakamlar,

⁶ <https://knto.or.kr/eng/SupportInternationalTourism>

⁷ WTTC. (2024). Economic impact report: South Korea 2024. London: World Travel & Tourism Council.

⁸ Korea Tourism Organization (KTO). (2024). Tourism Statistics and Trends in Korea (2020–2024). Seoul: KTO.

turizmin Kore ekonomisindeki önemini göstermektedir; sadece hizmet sektörünün değil, aynı zamanda ihracat ve yatırım akışlarının da önemli bir bileşenidir.



Şekil 1. Güney Kore'nin GSYİH'deki turizm payı (2019-2024)

Kaynak: WTTC (2024), KTO (2024).

Bu verilerden de görülebileceği gibi, Kore turizm sektörü pandemi sonrası dönemde hızla toparlanmış ve 2024 yılında sürdürülebilir bir ekonomik büyüme motoru haline gelmiştir.

Turizm sektörü Güney Kore'de 1,3 milyondan fazla iş imkanı yaratmıştır⁹. Bu, ülkedeki toplam istihdamın %5,5'ini oluşturmaktadır. Turizm, hizmet, ulaşım, otel ve gastronomi sektörlerinde doğrudan ve dolaylı iş imkanları yaratmaktadır. Örneğin, Jeju Adası'ndaki turizm, 2023 yılında 65.000'den fazla yerel sakine kalıcı iş imkanı sağlamıştır. Aynı zamanda, turizm Kore'de kadın ve genç istihdamı için en elverişli sektördür; bu sektördeki işlerin %60'ından fazlası kadınlar tarafından yapılmaktadır¹⁰.

Güney Kore'de turizm, "görünmez ihracat" olarak yıllık milyarlarca dolar gelir getirmektedir. 2024 yılında yabancı turistlerden elde edilen döviz gelirleri 21,6 milyar ABD doları olmuştur. Bu rakam, 2019 yılına göre %12 daha yüksektir¹¹.

Kore turizminin ekonomik verimliliği, yenilikçi yaklaşımlarla doğrudan ilişkilidir. Ülke şu anda "Akıllı Turizm Şehri" konseptini aktif olarak uygulamaktadır. 2024 yılı itibarıyla, Seul, Busan, Incheon ve Jeju'da dijital turizm platformları, yapay zeka rehberleri, sanal gerçeklik deneyim merkezleri ve temassız hizmetler tamamen faaliyete geçecektir. Örneğin, Seul Akıllı Turizm Merkezi sistemi aracılığıyla turistler ulaşım, restoranlar ve etkinlikler hakkında gerçek zamanlı bilgi alabilmektedir. Bu

⁹ WTTC. (2024). Economic impact report: South Korea 2024. London: World Travel & Tourism Council.

¹⁰ OECD. (2023). Tourism and employment trends in East Asia. Paris: OECD Publishing.

¹¹ Bank of Korea. (2024). Annual report on balance of payments statistics 2024. Seoul.

sistem yıllık 25 milyondan fazla kullanıcıya hizmet vermekte ve 2024 yılında turist harcamalarını %14 oranında artırmıştır¹².

2024 yılında Kore hükümeti, yabancı turist sayısını 2030 yılına kadar 30 milyona çıkarmayı ve turizm ihracatını 35 milyar dolara yükseltmeyi hedefleyen “Kore Turizmi 2030 Vizyonu” programını onayladı¹³.

TARTIŞMA (DISCUSSION)

Güney Kore’nin deneyimi, turizmin sadece bir eğlence sektörü değil, çok yönlü bir ekonomik itici güç olduğunu göstermektedir. Ülke, yenilikçi teknolojiler, kültürel ihracat ve kamu-özel sektör ortaklığı modeli sayesinde turizmi stratejik bir sektöre dönüştürmeyi başarmıştır.

Kore, yenilikçilik yoluyla turizm pazarını başarıyla çeşitlendiriyor. Hallyu kültürünün küresel popülaritesi, yalnızca müzik veya film içeriklerine olan ilgiyi artırmakla kalmadı, aynı zamanda bu içerik aracılığıyla otantik deneyimler arayan milyonlarca turisti de kendine çekti. Bu olgu, “deneyim ekonomisi” olarak adlandırılan yeni turizm tarzının önemli bir parçası haline geldi.

Dijital teknolojiler (yapay zeka önerileri, akıllı rehberler) aracılığıyla sunulan kişiselleştirilmiş teklifler, turist harcamalarını ve satışlarını artırıyor. Aynı zamanda, sürdürülebilir turizm kavramlarının (eko-destinasyonlar, yerel deneyimler) tanıtılması, uzun vadeli turist deneyimini iyileştirmeye yardımcı oluyor. Ancak, yenilik ve kültürel faktörler açısından bazı sınırlamalar mevcut: teknolojik engeller, küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerinin uyum sağlamasını zorlaştırıyor; ve çok büyük bir turist akını, bazı tarihi bölgelerde yaşayan sakinlerin yaşamlarını olumsuz etkileyebiliyor.

SONUÇ (CONCLUSION)

Güney Kore turizmi, yenilikçi yaklaşımları ve modern trendleri entegre ederek küreselleşme karşısında rekabet gücünü artırmıştır. İstatistikler, dijital teknolojilerin, Hallyu’nun, gastronomi ve tıp sektörlerinin seyahat karmaşasından sıyrılıp dünyanın dört bir yanından turist çektiğini göstermektedir. Bu yaklaşım, özellikle tematik (kültürel, gastronomi) ve dijital turizm segmentlerine odaklanıldığında, Özbekistan gibi gelişmekte olan pazarlar için de faydalı bir stratejik model olabilir. Ukrayna, Orta Asya veya diğer ülkeler de turizm ürünlerinin rekabet gücünü artırmak için bu modeli kullanabilirler.

¹² Korea Tourism Organization (KTO). (2024). Tourism Statistics and Trends in Korea (2020–2024). Seoul: KTO.

¹³ Korea Tourism Organization (KTO). (2024). Tourism Statistics and Trends in Korea (2020–2024). Seoul: KTO.

KULLANILMIŞ EDEBİYATLAR:

1. Kore turizm organizasyonu. <https://www.visitkorea.or.kr>
2. Dünya turizm ve seyahat konseyi. (n.d.). <https://wttc.org>
3. <https://worldmindhub.tistory.com/745>
4. <https://kosis.kr>
5. Korea Tourism Organization. (2024). Korea tourism statistics 2023–2024. Retrieved from <https://kto.visitkorea.or.kr>
6. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2024). World tourism barometer: International tourism trends 2023–2024. Madrid: UNWTO.
7. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2023). Tourism policy review of Korea. Paris: OECD Publishing.
8. Statista. (2024). Number of international tourist arrivals in South Korea from 2010 to 2024. Retrieved from <https://www.statista.com>
9. State Committee for Tourism Development of the Republic of Uzbekistan. (2024). Tourism statistics of Uzbekistan 2023–2024. Tashkent.
10. World Bank. (2023). Tourism development in Central Asia: Opportunities and challenges. Washington, D.C.: World Bank.
11. Kim, S., & Lee, C. (2022). Cultural tourism in South Korea: The role of Hallyu (Korean Wave). Journal of Tourism and Cultural Change, 20(5), 612–628. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.192345>
12. Azizov, B. (2023). O'zbekistonda turizm rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari. Toshkent: Turon-Iqbol Publishing.
13. World Tourism Organization (WTO). (2024). Tourism and wellness: Global report on health and nature tourism. Madrid: UNWTO