

JAPONYA'DA TURİZM SEKTÖRÜ- I I

JAPONLARIN TURİZM ANLAYIŞI VE SEYAHATLERİ

Her yıl 18 milyona yakın vatandaşının yurtdışına çıktığı Japonya'nın turizm pazarında son yıllarda önemli demografik değişimler gözlemlenmektedir. Yurtdışına seyahate çıkan Japonların ortalama yaşları yükselmekte ve seyahat eden bayan sayısı hızla artmaktadır. Bu gelişmelere Japon ekonomisinde ve tatil zamanlarında yaşanan değişimlerde eklendiğinden tüm dünya Japon turizm anlayışını gözlemlemektedir.



2000 yılında 17,8 milyon Japon deniz aşırı seyahatlere çıkmış olmasına rağmen aynı yıl Japonya'ya sadece 4,5 milyon yabancı ziyaretçi gelmiştir. 2001 rakamlarına göre Kore, Çin, ABD, Hong Kong ve Tayland Japonların tercih ettikleri ilk 5 destinasyon olmaktadır. Hawaii ve Guam'ı katacak olursak en çok gittikleri ülke de 4,8 milyona yaklaşan Japon ziyaretçisi ile ABD'dir. Türkiye'nin Akdeniz'deki büyük rakiplerinden ikisi olan Fransa ve İspanya Japonların en çok gittikleri ilk 15 ülke arasında yer almaktadır. Fransa'yı 2000 yılında 685 bin ve İspanya'yı da 1998 yılında 300 bin Japon turist ziyaret etmiştir.

Bu gün yurtdışına çıkan Japonların yaklaşık yüzde 12'si (yaklaşık 2,5 milyon kişi) Avrupa ülkelerini tercih etmektedir.

Japon pazarının yapısındaki ilginç bir gelişme bu pazarın yaş ortalamasının gittikçe artmakta olmasıdır. 1990 yılında yurtdışı seyahate çıkan Japon vatandaşlarının yüzde 24,4'ü, 50 ve üzeri yaşlarda iken 2000 yılında bu oran yüzde 32'ye yükselmiştir. Buna karşın yurtdışı seyahatlerde 20 yaşın altındakilerin toplamdaki oranı 1990 yılında yüzde 34,7 iken, 2000 yılında bu oran yüzde 32'ye düşmüştür. 30 ile 50 yaş arası orta yaş grubunun payı da aynı 10 yıllık dönem içinde yüzde 41'den yüzde 35,7'ye düşmüştür. Yurtdışı seyahati yapan kadınların %50,5'i 20 yaşının altındayken, erkeklerde bu oran yüzde 24,8'lere düşmektedir.

Japonların yüzde 42,8 gibi büyük bir bölümü aile fertleri ile tatile çıkarken, eşleriyle yurtdışı seyahate çıkan Japonların oranı ise yüzde 17,1 olarak tespit edilmiştir.

Arkadaş grupları ile geziye çıkmayı tercih eden Japonların oranı toplamda 23,6 iken, iş grupları olarak seyahate çıkanların oranı da yüzde 10,5 olarak belirlenmiştir.

Japon Turist Profili

Tarihi ve kültürel zenginlik arz eden özgün yerler, termal tesisler, golf tesisleri ve pahalı mağazalar Japon turistlerinin ilgisini çeken tatil mekanları olarak bilinmektedir. Japon turistler gittikleri her yerde daha çok kültür turlarını tercih etmektedirler. Gidilen yerlerde rehberin anlatım süresi kadar onlara fotoğraf çekme süresi de vermesini istemektedirler. Çünkü turistik amaçlı gidilen her yeri fotoğraflamak onlar için çok önemlidir. Gördükleri her şeye önem verip, başkalarının dikkatini çekmeyen detaylara anlam yükledikleri için diğer turistlerden bu konuda biraz daha farklı olmaktadır.

Japon turistler ayrıca toplu halde gezmeyi severler, bu yüzden tatile geniş aile olarak gitmeyi seçmektedirler. Geleneklerine göre, tatile gitmeden önce ailenin en yaşlısına herkes tatil parasını vermekte ve tatillerini en yaşlı kişi düzenlemektedir.



Japon turistler gittikleri ülke için önemlidirler. Çünkü alışverişi çok seven bir yapıları vardır, özellikle halılara düşkünlükleriyle bilinmektedirler. Harcamaları konusunda rahattırlar. Gittikleri yerden memnun olsalar da olmasalar da aynı bahşisi verip memnuniyetsizliklerini asla orda dile getirmemektedirler. Japon turistler yurt dışında kişi başına ortalama 3 bin dolar ile en çok para harcayan turistler arasında yer almakta ve buna karşılık güvenlik, gelişmiş hizmet sektörü ve alışveriş imkanları beklemektedirler.

Japon turistler her zaman her yere zamanında gitmek konusunda disiplinli olup, bu konuya da çok önem vermektedirler. Bunun için gittikleri her yerde erkenden güne başlamaktadırlar. Onlar için bir yere geç kalmak saygısızlık olarak kabul edilmektedir. Japonlar turistler yemek konusunda da diğer turistlerden farklıdırlar. Genelde az ve oldukça yavaş yemek yiyen Japonlar, gittikleri yerlerde yeni yemekler denemekten hiç bir zaman çekinmezler ve yeniliklere her zaman açıktırlar.

Türkiye ve Japonya Turizm İlişkisi

Türk Japon ilişkilerinin geçmişi 1889 yılına kadar gerilere gitmektedir. İlişkilerin gelişmesi daha çok 1960'lı yılları takip eden yıllarda olmuştur. İmparatorluk kurmuş ve Asya kültürü almış bu iki ülke batı tesirleriyle aynı yıllarda karşılaşmıştır. Buna rağmen, Türkiye Japonya'ya kıyasla politik modernleşme çabalarına 40 yıl, ekonomik modernleşme çalışmalarına asgari 60 yıl geç başlayabilmiştir. Bu başlangıçtaki gecikmeye ilaveten Japonya süratli Türkiye ise çok yavaş ilerleyebilmiştir.



Japonya, Türkiye'nin demokratik düzen ve geniş anayasal hakların bulunduğu dönemde halletmeye çalıştığı ekonomik problemleri totaliter yönetimler altında halletmiştir. Bu açıdan Türkiye'nin ekonomik gelişme yolunda ulaştığı aşama hiçte küçümsenecek bir konumda değildir. Türkiye'nin konumu ve Japonya'nın ekonomik gücü dikkate alındığında, Türkiye ile Japonya'nın birçok alanda müşterek iş yapması mümkün görülmektedir. Japon turistler için Türkiye ilginç bir ülke olmaktadır. İşbirliği yapılabilecek en yüksek potansiyele sahip sektör ise turizmdir. Türkiye'ye gelen Japon turistleri 1983'te

8.000 civarında iken, bu rakam bütün teşviklere rağmen 1989'a 32.000'e 1990'lı yıllarda 36.000'e kadar ancak çıkabilmiştir.

Japon turizm pazarımız 11 Eylül'ün en kötü etkilediği pazarlardan biri olmuştur. Türkiye ile doğrudan ilgisi olmadığı halde 11 Eylül 2001 tarihinde ve ertesinde gelişen gündem turizm talebini daraltmış ve farklılaştırmıştır. Artan petrol fiyatları ve güvenlik maliyetleri ile uçak koltuğu maliyetlerindeki artışlar da tur operatörlerinin yakın destinasyonlara yönelen kitlesel hareketler yaratma eğilimlerini artırmıştır. 2000 yılında yüzde 31 gibi rekor seviyede artarak tarihi zirvesine ulaşan Türkiye'ye gelen Japon turistlerin sayısı 2001 yılında aynı seviyeleri yakalamak üzereyken 11 Eylül'ün etkisi ile gerilemeye başlamıştır.

Tüm bunlarla birlikte, genel olarak, Türkiye'nin Japonya'nın turizm giderlerinden yeterli payı aldığını söylemek mümkün olmamaktadır. Türkiye'nin Japon turistler açısından genel pazar payı yüzde 0,44 gibi düşük bir oran teşkil etmektedir. Yurtdışında kişi başına ortalama 3000 dolar ile en çok para harcayan turistler arasında yer alan Japonlar, seyahatlerinde daha çok tarihi ve kültürel zenginlik arz eden yerleri seçmektedir. Aynı zamanda güvenlik, gelişmiş hizmet sektörü ve alışveriş imkanlarını da aramaktadırlar. Bu açıdan Türkiye, büyük bir potansiyele sahiptir. Esas itibari ile Japon seyahat acenteleri de Türkiye'yi geliştirecek bir destinasyon olarak görmektedirler. Bununla birlikte, güvenlik konusu Türkiye'ye daha fazla Japon turist gitmesini önleyen önemli bir unsur teşkil etmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin güvenli bir ülke olduğu imajını bozacak

olayların önlenmesi büyük önem taşımaktadır. 1994 yılındaki Kapalıçarşı'daki bomba olayından sonra Türkiye "dikkatli olunması gereken ülkeler" listesine alınmıştır. Söz konusu uyarının kapsamı 2000 yılında daraltılmış ve sadece Güney Doğu Anadolu'daki bazı iller ve İstanbul'u kapsar hale gelmiştir. Japon turistlerin en çok tercih ettikleri İstanbul'un uyarı kapsamında kalması Japonya'dan Türkiye'ye daha fazla turist gelmesini engelleyen faktörlerin başında gelmektedir.

Turizm alanında işbirliğinin önemli bir boyutunu bu sektördeki yatırımlar oluşturmaktadır. Turizm yatırımları açısından son derece elverişli bir konuma sahip olan Türkiye'de Japon firmalarınca yatırım yapılması, bu alandaki ilişkileri kalıcı ve köklü kılacak ve her iki ülke için de verimli olacaktır.

Japonlar' ın Türkiye' ye geldiklerinde gitmeyi tercih ettikleri yerlerden bazıları şunlardır:

- i. Japonlar, ağırlıklı olarak tarihsel ve kültürel yerleri gezmekten hoşlandıklarından; Kapadokya, höyükler, Efes, harabeler özellikle tercih etmektedirler.
- ii. Golf turizmi Japonların yoğun ilgi duydukları aktivitelerden biridir.
- iii. Termal turizm de Japonlar tarafından tercih edilen diğer turizm çeşitlerinden olmuştur.
- iv. Kış turizminde ise daha çok sakinlik aranmaktadır. Bu nedenle iyi tesislerin bulunduğu Doğu'daki kayak merkezlerini tercih etmektedirler.

Sonuç

Turizm, insanların eğlence, dinlenme gibi sebeplerden dolayı diğer yerlere seyahat etmesi ve burada aynı zamanda para harcamaları demek olduğundan, ülkeler turizme çok önem vermektedir. Bu alanda yatırımlarını artırmaktadırlar. Turizm ülkelerin ekonomisinde önemli yer tutmaktadır. Japonya' da dış ve iç turizmini geliştirmek sürekli çalışmalar yapmaktadır. Bunun için tarihinden ve coğrafi özelliklerinden de yararlanmaktadır. Japon turistler alışveriş yapmayı sevdiklerinden tüm ülkeler için önemlidirler. Bu yüzden Türkiye, Japonya ile turizm ilişkilerine önem vermektedir.

Kaynakça

Cengiz YÜCEL, Japonlar Yüzlerini Yeni Destinasyona Çeviriyor, 9 Şubat 2009

www.tr.emb-japan.go.jp, 9 Şubat 2009

www.trforumuz.biz, 9 Şubat 2009

www.bizimlejaponya.com, 9 Şubat 2009

www.treehugger.com, 10 Şubat 2009

www.japoneconomynews.com 10 Şubat 2009

www.wikipedia.org, 10 Şubat 2009

www.jnto.jp, 10 Şubat 2009

