

04.06.2015

**ETİK
RESEARCH**

2014-2015 TURİZM RAPORU



ETİK
RESEARCH



GLOBAL
MARKET RESEARCH

24.06.2015 | ETİK

ETİK ARAŞTIRMA

Etik ilkelerinden ödün vermeden müşterilerine yüksek standartlarda, kaliteli hizmet vermek adına 1997 yılında kurulan Etik Araştırma, ***birlikte üreterek, birlikte büyümek*** sloganı ile tüm sektörlerde araştırma ve danışmanlık hizmeti vermektedir.

Etik Araştırma, ESOMAR ve Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin belirlemiş olduğu ilkelerinden ödün vermeden çalışmalarını yürütmektedir. Sektörün kalite belgesi olan Bureau Veritas Güvenilir Araştırma Belgesi-ISO20252'ni (2011 yılında) Türkiye'de ilk alan kuruluşlar arasındadır.

ESOMAR, Türkiye Araştırmacılar Derneği, Global Market Research ve 3D Marketing Research ağlarına üye olan Etik Araştırma; çözüm ortağınız olarak sizlerle çalışmaktan her daim mutluluk duyar

Global Market Research

Dünyadaki insanlar ne düşünüyor? Sizi bilgilendireceğiz sloganı ile 1986 yılında Avrupa ve Kuzey Amerika'nın önde gelen araştırma firmalarının prensipleri ile kurulan dünya çapındaki bir ağ olan Global Market Research; finans, üretim ve marka gelişimi, bilgi teknolojisi, perakendecilik, seyahat&turizm ve sağlık alanlarında hizmet vermektedir.

Dünyanın önde gelen pazar araştırma ağlarından olan Global Market Research, Etik Araştırma ve 23 farklı ülkedeki diğer partnerleri ile işbirliği içerisinde pazar araştırmalarında yeni bir vizyon oluşturarak, işbirliği içinde uluslararası araştırma projeleri yürütülmektedir.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ -----	2
PROJENİN AMACI:-----	2
PROJENİN KAPSAMI:-----	2
METODOLOJİ HAKKINDA & KATILIMCI ÜLKELER -----	2
NET TAVSİYE PUANI -----	3
YERLİ KATILIMCI DEMOGRAFİSİ -----	4
YAŞ:-----	4
CİNSİYET:-----	4
MEDENİ HAL:-----	5
ÇALIŞMA DURUMU:-----	5
MESLEK:-----	6
YAŞ:-----	7
CİNSİYET:-----	7
MEDENİ HAL:-----	8
ÇALIŞMA DURUMU:-----	8
MESLEK:-----	9
DESTİNASYON RAPORU: TÜRKİYE -----	10
YERLİ TURİSTLER VE TATİLLERİ -----	11
2014-----	11
2015-----	11
YERLİ TURİSTLERİN DESTİNASYON TAVSİYE PUANLARI -----	12
KISA TATİLLER-UZUN TATİLLER -----	12
YERLİ TURİSTLERİN TÜRKİYE'DE TATİL YAPMA NEDENLERİ -----	13
YERLİ VE YABANCI TURİSTLER TÜRKİYE İLE İLGİLİ TURİZM İÇERİĞİNİ NASIL ÖĞRENİYOR? -----	17
YURTDIŞI SEYAHAT PAZARINDA TÜRKİYE'NİN PAZARLAMA FARKINDALIĞI -----	24
YABANCI TURİSTLER TÜRKİYE'Yİ NASIL ÖĞRENİYOR? -----	25
TÜRKİYE'Yİ TAVSİYE EDEN YABANCI TURİST PROFİLLERİ VE TÜRKİYE İÇİN NET TAVSİYE PUANLARI -----	32
KISA TATİLLER-----	32
UZUN TATİLLER-----	33
2014'TE TÜRKİYE'YE GELEN TURİST PROFİLİ -----	34
KISA TATİLLER-----	34
UZUN TATİLLER-----	35
2015'TE TÜRKİYE'YE GELMEYİ PLANLAYAN TURİST PROFİLİ -----	35
KISA TATİLLER-----	35
UZUN TATİLLER-----	36

TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETMEYİ PLANLAYAN TURİSTLERİN GENEL TATİL NEDENLERİ -----	37
KISA TATİLLER -----	37
TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETMEYİ PLANLAYAN TURİSTLERİN EN ÖNEMLİ TATİL NEDENLERİ -----	40
KISA TATİLLER -----	40
TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETMEYİ PLANLAYAN TURİSTLERİN GENEL TATİL NEDENLERİ -----	43
UZUN TATİLLER -----	43
TÜRKİYE'Yİ ZİYARET ETMEYİ PLANLAYAN TURİSTLERİN EN ÖNEMLİ TATİL NEDENLERİ -----	47
UZUN TATİLLER -----	47
KÜRESEL KARŞILAŞTIRMA ÖZETİ -----	52
EN POPÜLER ULUSLARARASI TATİL BÖLGELERİ -----	53
ULUSLARARASI ZİYARETÇİLERİN 2014-2015 YILLARI İÇİN NET TAVSİYE PUAN DEĞİŞİMLERİ -----	54
AVRUPA-----	54
AMERİKA KITASI -----	55
AFRİKA & ORTA DOĞU -----	56
ASYA PASİFİK -----	57
KÜRESEL TAVSİYE PUANLARI -----	58
KISA TATİLLER İÇİN NET TAVSİYE PUANLARINA GÖRE EN POPÜLER DESTİNASYONLAR -----	58
UZUN TATİLLER İÇİN NET TAVSİYE PUANLARINA GÖRE EN POPÜLER DESTİNASYONLAR-----	59
AVRUPA'YA GELEN TURİSTLERİN TAVSİYE ETTİKLERİ POPÜLER DESTİNASYONLAR -----	60
KISA TATİLLER -----	60
UZUN TATİLLER -----	61
ASYA PASİFİK KITASINA GELEN TURİSTLERİN TAVSİYE ETTİKLERİ POPÜLER DESTİNASYONLAR -----	62
KISA TATİLLER -----	62
UZUN TATİLLER -----	64
AMERİKA KITASINA GELEN TURİSTLERİN TAVSİYE ETTİKLERİ POPÜLER DESTİNASYONLAR -----	65
KISA TATİLLER -----	65
UZUN TATİLLER -----	66
AFRİKA VE ORTA DOĞU'YA GELEN TURİSTLERİN TAVSİYE ETTİKLERİ POPÜLER DESTİNASYONLAR -----	67
KISA TATİLLER -----	67
UZUN TATİLLER -----	68
TURİSTLERİN TATİL YAPMA NEDENLERİ -----	70
GENEL NEDENLER -----	70
EN ÖNEMLİ NEDENLER -----	73
ULUSLARARASI ZİYARETÇİLERİN AİLEVİ STATÜLERİNE GÖRE TATİL MOTİVASYONLARI -----	76
EN ÖNEMLİ TATİL NEDENLERİ -----	76
ULUSLARARASI ZİYARETÇİLERİN YAŞADIKLARI BÖLGELER GÖRE TATİL MOTİVASYONLARI -----	78
EN ÖNEMLİ TATİL NEDENLERİ -----	78

ULUSLARARASI BİLGİ AKIŞININ DESTİNASYONLARA ETKİSİ -----	80
BATI AVRUPA / AKDENİZ -----	80
YABANCI TURİSTLERİN DESTİNASYON HAKKINDA İÇERİK GÖRME / DUYMA ORANI (%) -----	80
DOĞU VE ORTA AVRUPA -----	81
YABANCI TURİSTLERİN DESTİNASYON HAKKINDA İÇERİK GÖRME / DUYMA ORANI(%) -----	82
ORTA DOĞU VE AFRİKA-----	83
YABANCI TURİSTLERİN DESTİNASYON HAKKINDA İÇERİK GÖRME / DUYMA ORANI(%) -----	83
AMERİKA KITASI -----	84
YABANCI TURİSTLERİN DESTİNASYON HAKKINDA İÇERİK GÖRME / DUYMA ORANI(%) -----	84
ASYA PASİFİK -----	85
YABANCI TURİSTLERİN DESTİNASYON HAKKINDA İÇERİK GÖRME / DUYMA ORANI(%) -----	85
ULUSLARARASI ZİYARETÇİLERİN DESTİNASYON FARKINDALIKLARINI ARTIRAN BİLGİ AKIŞI KAYNAKLARI ----	86
FARKINDALIK ARTIRAN BİLGİ AKIŞI KAYNAKLARI ANALİZİ -----	91
BİLGİ AKIŞI KAYNAKLARININ AİLEVİ STATÜLERİNE GÖRE ETKİSİNİN FARKLILIKLARI -----	92
BİLGİ AKIŞI KAYNAKLARININ AİLE STATÜLERİNEGÖRE ETKİSİNİN ANALİZİ -----	96
SONUÇ VE ÖNERİLER -----	97
EKLER -----	99
EK-1 ANKET LİSTESİ -----	99
EK-2 ÜLKELER LİSTESİ -----	95

GİRİŞ

2014-2015 [Küresel Turizm Raporu](#)'na hoş geldiniz.

Projenin Amacı:

Bu çalışma; başlıca turistik destinasyonlar ölçeğinde, bu destinasyonları yakın dönemde ziyarette bulunmuş turistlerin değerlendirmeleriyle uluslararası popüler tatil destinasyonlarını ve 2015 senesi için planlanan tatil destinasyonlarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda uluslar arası piyasada ülkelerin tatil destinasyonu olarak görülme, duyulma içeriğini ölçerek turizm sektöründe etkin bilgi akış kaynaklarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

Projenin Kapsamı:

Bu rapor, pazar araştırma kuruluşlarının önde gelen uluslararası ağı olan Global Market Research tarafından yıllık olarak yapılan ikinci araştırma sonucunda hazırlanmıştır.

Araştırma, [Etik Araştırma](#) ve [Global Market Research](#) networkuna üye partnerlerimiz ile birlikte dünya genelinde yürütülmüştür.

Rapor, Türkiye'de yurtdışı ortak araştırmaları sonucu çıkarılan ilk turizm raporu olma özelliğine sahiptir.

Bu kapsamda **24** farklı ülkeden **16.893** görüşme gerçekleştirilmiştir; Türkiye genelinde ise toplamda **1010** kişi ile görüşülmüş ve turizm destinasyonlarının en geniş tabanlı değerlendirme raporu oluşturulmuştur.

METODOLOJİ HAKKINDA & KATILIMCI ÜLKELER

Araştırma, Ocak-Şubat 2015 yılında 24 ülkeden ulusal temsili nüfus örneklemi arasında gerçekleştirilmiştir. Her ülkenin örneklemi tabloda gösterilmiştir.

Katılımcı her bir ülke için aşağıdaki bilgiler toplanmıştır;

- Son 12 ay içinde kısa süreli tatil ve uzun süreli tatil için ziyaret edilen yerler
- Destinasyonların ziyaretçiler arasında tavsiye edilebilirlik oranı (Net Tavsiye Skoru)
- Uzun bir tatil için / kısa bir tatil için gelecek 12 ay içinde tatil planları
- Tatil planlayanlar için destinasyonları belirleyen motivasyonlar
- Farkındalık ve hedef destinasyon hakkında bilgi akış kaynaklarının yeri

Her bir katılımcının demografik verileri de toplanmıştır.

Avrupa	Asya Pasifik	Amerika Kıtası
Belçika (1001)	Avustralya (500)	Brezilya (1000)
Hırvatistan (500)	Çin(500)	Kanada (500)
Fransa (1000)	Hindistan (500)	Meksika (526)
İtalya (500)	Endonezya (502)	ABD (1001)
Almanya (1000)	Japonya (501)	Hollanda (535)
Yunanistan (500)	Filipinler (1000)	Türkiye (1010)
Macaristan (505)	Singapur (500)	Birleşik Krallık (1323)
Romanya (986)	Tayland (500)	Rusya (502)

Raporun devamına sahip olmak için turkey@etikarastirma.com adresinden bizimle iletişime geçebilirsiniz.