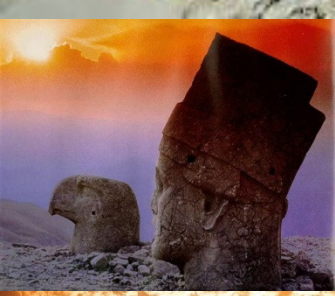




**T.C.**  
**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI**  
**Tanıtma Genel Müdürlüğü**

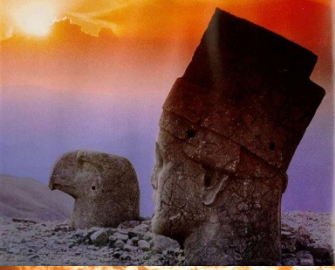
**Ağustos-2011**





# ALMANYA

Ülke Nüfusu	81.772.000 (2010)
Turizm Otoritesi	GNTB (The German National Tourist Board)
Toplam Yapılan Seyahat Sayısı	75,6 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	58,6 milyar Avro (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	<ol style="list-style-type: none"><li>1. İspanya, Balear ve Kanarya Adaları</li><li>2. İtalya</li><li>3. Türkiye</li><li>4. Avusturya</li><li>5. Hırvatistan</li></ol>

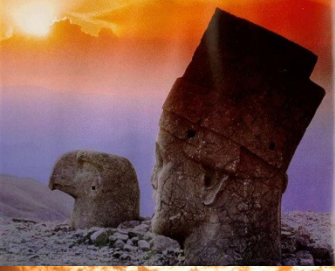


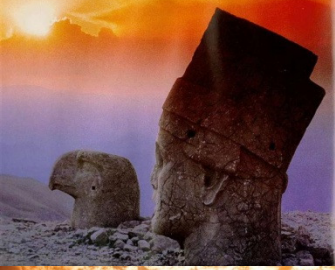
# ALMANYA

<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	<b>10,6 gün (2010)</b>
<b>Hedef Kitle</b>	<b>25-50 yaş grubu (%40), 50+ yaş grubu (%30), 14 -29 yaş grubu (%30)</b>
<b>Karar Alma Süresi</b>	<b>Seyahatten 6-12 ay öncesi</b>
<b>Rezervasyon Yaptırma Süresi</b>	<b>Seyahatten 3-6 ay önce ve son dakika</b>
<b>Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü</b>	<b>Seyahat acentesi ve internet</b>
<b>Tercih Ettikleri Konaklama Türü</b>	<b>Tatil köyleri ve oteller</b>
<b>Seyahat Amaçları</b>	<b>Deniz-kum-güneş, eğlence, alışveriş, sağlık ve iş</b>
<b>Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem</b>	<b>1.İlkbahar 2.Yaz 3.Sonbahar 4.Kış</b>

# Almanya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	4.385.263 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı- 2009/2010	% -2,30
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	1.915.691 / % 13,82
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 15,32 ile 1 .sırada
Paket Tur Sıralaması	1.İspanya 2.İtalya 3.Türkiye 4.Yunanistan 5.Kuzey Afrika ülkeleri
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	Sektörde 6 önemli tur operatörü ve yaklaşık 10.400 seyahat acentesi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	1.Akdeniz 2.Marmara (İstanbul) 3.Ege 4.İç Anadolu (Kapadokya)
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Yazılı ve görsel basın, açık hava, radyo ve internet/ Ocak-Haziran, Eylül-Aralık





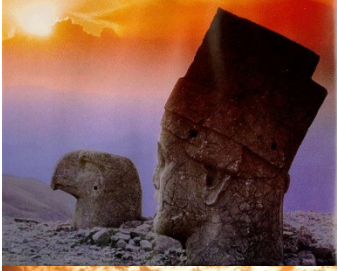
# RUSYA

Ülke Nüfusu	141.927.000
Turizm Otoritesi	RF Spor, Gençlik ve Turizm Bakanlığı nezdinde Turizm Federal Ajansı
Çıkış Yapan Toplam Kişi Sayısı	39.323.033 (turizm amaçlı çıkanlar 12.605.053)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısına Göre Dünya Ortalamasındaki Oranı	% 4,3
Rusların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Mısır, Çin, Finlandiya, Almanya, İtalya, İspanya, Yunanistan (2010 verileri)

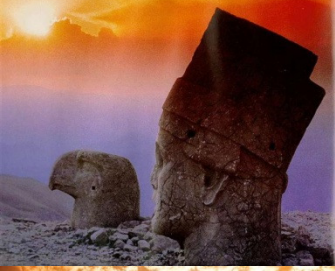


# Turist Profili

# RUSYA

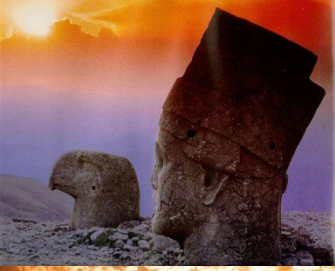


<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	<b>10-15 gün (2010)</b>
<b>Hedef Kitle</b>	<b>AB (üst gelir) ve C1 (orta üst gelir) sosyo-ekonomik düzeye sahip 25-55 yaş arası kişiler</b>
<b>Karar Alma Süresi</b>	<b>Ağırlıklı olarak son dakika</b>
<b>Rezervasyon Yaptırma Süresi</b>	<b>Tatilden en az 1 ay önce ve son dakika satışı</b>
<b>Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü</b>	<b>Tur operatörü aracılığıyla paket tatil</b>
<b>Tercih Ettikleri Konaklama Türü</b>	<b>4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri (2010)</b>
<b>Seyahat Motivasyonları</b>	<b>Deniz turizmi ve eğlence (aquapark-disko-animasyon), kültür turizmi, alışveriş, kış turizmi</b>
<b>Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem</b>	<b>Temmuz-Ağustos, Mayıs –Haziran, Eylül, Yılbaşı,</b>



# Rusya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>3.107.043 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 15,30</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>1.491.836 / % 18,66</b>
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	<b>% 10,93 ile 2.sırada</b>
Rusya Fedarasyonu Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)	<b>% 18,8 ile turizm amaçlı çıkışlarda 1. sırada</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	<b>50 tur operatörü, 10.000 üzeri seyahat acentası</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz-kum-güneş, kültür, eğlence alışveriş ve kış sporları</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası, Dalaman ve İstanbul</b>



# İNGİLTERE

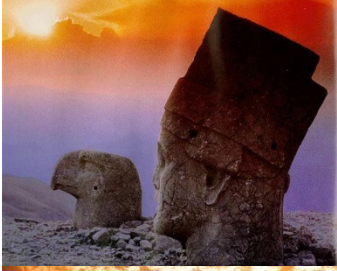
Ülke Nüfusu	62,2 milyon
Turizm Otoritesi	Kültür Medya ve Spor Departmanı- VisitBritain
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	54,9 milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	31 milyar Sterlin (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	5.000 (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	İspanya, Fransa, ABD, Portekiz, Türkiye, İtalya, Mısır, Yunanistan, Karayipler, G. Kıbrıs, Tunus ve Fas





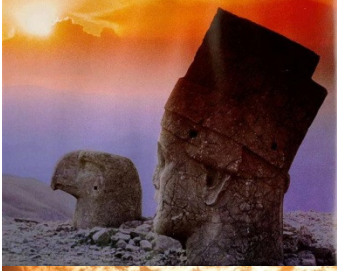
# Turist Profili

# İNGİLTERE

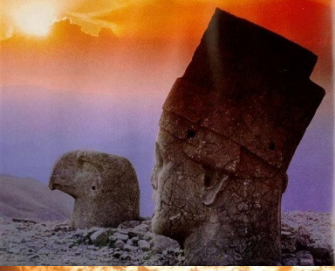


Ortalama Tatil Süresi	11 gün
Hedef Kitle	AB-C1 üst gelir grubu, üçüncü yaş turizmi, sağlık, golf ve aktivite turizme yönelik gençler ve profesyoneller
Karar Alma Süresi	Kasım - Mayıs dönemi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Kasım - Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %55, online %30 ve diğer %15
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Paket tur ile satılan her şey dahil oteller
Seyahat Amaçları	Deniz-kum-güneş, kültür, golf, yat, dalış ve sağlık turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat-Eylül

# İngiltere Pazarında Türkiye

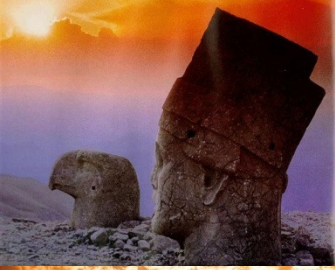


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>2.673.605 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı – 2010/2009	<b>% 10,17</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>966.690 / % -3.75</b>
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	<b>% 9,3 ile 3. sıra</b>
Paket Tur Sıralaması (2010)	<b>2. sıra</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	<b>272</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz, kültür, golf, yat, şehir ve sağlık turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Muğla (%55), İstanbul (%16), Antalya (%14), Kapadokya ve diğer destinasyonlar %15 (İzmir, Çanakkale, Bursa, Edirne, Karadeniz, Doğu ve Güney Doğu Anadolu)</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV ve yazılı basın; en etkin reklam dönemi Kasım - Mayıs</b>



# İRAN

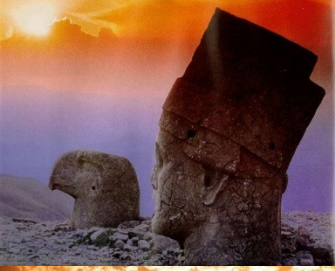
<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>73.650.566</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>İran Kültürel Miras, El Sanatları ve Turizm Kurumu (ITTO)</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı</b>	<b>Yaklaşık 6.000.000 (2010)</b>
<b>Dış Turizm Harcaması</b>	<b>Yaklaşık 9 Milyar USD (2010)</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>Başta 18 önemli Türkiye spesiyalisti tur operatörü olmak üzere İran genelinde toplam 750 seyahat acentası</b>
<b>İranlıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>Türkiye, BAE, Malezya, Tayland, Çin, Suudi Arabistan, Suriye ve Irak ve vize prosedürüne tabi Avrupa Ülkeleri</b>



## Turist Profili

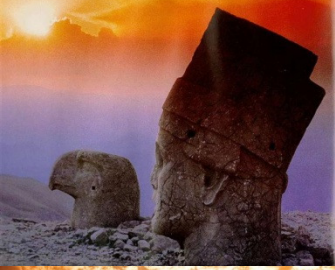
## İRAN

Ortalama Tatil Süresi	7 – 10 gün arası
Hedef Kitle	25 - 50 yaş grubu arası
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri, pansiyon, apart otel
Seyahat Amacı	Deniz, alışveriş, kültür, ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart (Nevruz) – Haziran – Temmuz – Ağustos sonuna kadar ve Aralık ayı (Konya, Şeb-i Arus Törenleri)



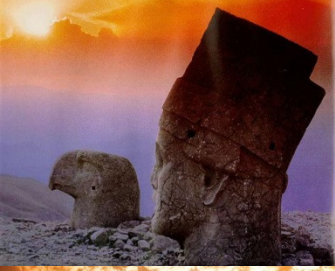
# İran Pazarında Türkiye

<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (2010)</b>	<b>1.885.097</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/2009</b>	<b>% 36,28</b>
<b>2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı</b>	<b>915.386 / % - 1,19</b>
<b>İran Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)</b>	<b>1. sırada</b>
<b>Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)</b>	<b>% 6,58 ile 4.sırada</b>
<b>Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı</b>	<b>18</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	<b>Deniz, alışveriş,kültür, inanç ve spor</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı</b>	<b>Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası, İstanbul, Konya ve Ankara</b>
<b>En Etkin Reklam Türü ve Dönemi</b>	<b>Açık hava, TV, yazılı basın, metro reklamları</b> <b>Şubat, Mart-Ağustos dönemi</b>



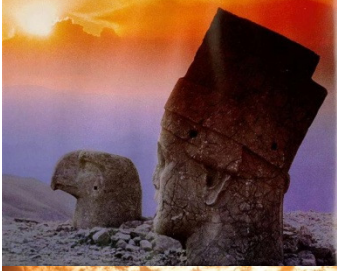
# HOLLANDA

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>16.615.000 (2010 yılı)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Ekonomi Bakanlığı Hollanda Turizm ve Kongre Bürosu</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı (yurt dışı tatilleri sayısı)</b>	<b>18.4 milyon (2010)</b>
<b>Dış Turizm Gideri</b>	<b>15 milyar Euro (2010)</b>
<b>Hollandalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>Fransa, Almanya, İspanya, Avusturya, Belçika, İtalya, Türkiye, Yunanistan ve İngiltere</b>



# HOLLANDA

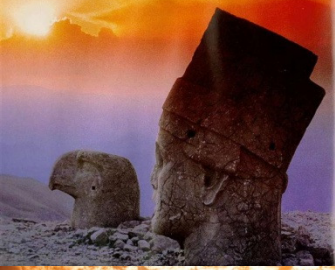
<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	<b>8-11 gün</b>
<b>Hedef Kitle</b>	<b>Genç ve çocuksuz aileler, 55 yaş üstü kişiler, yürüyüş ve bisiklet gibi alternatif tatili tercih eden kişiler ve çocuklu aileler</b>
<b>Karar Alma Süresi</b>	<b>Aralık-Nisan arası</b>
<b>Rezervasyon Yaptırma Süresi</b>	<b>Ocak-Mart arası</b>
<b>Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü</b>	<b>İnternet (%52), seyahat acentaları (%37)</b>
<b>Tercih Ettikleri Konaklama Türü</b>	<b>4 ve 5 yıldızlı oteller, nitelikli tatil köyleri ve apart oteller</b>
<b>Seyahat Motivasyonları</b>	<b>Sıcak iklim, uygun fiyat, konukseverlik, deniz-kum-güneş, kültür ve doğa sporları</b>
<b>Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem</b>	<b>Mayıs-Ekim arası</b>



# Hollanda Pazarında Türkiye

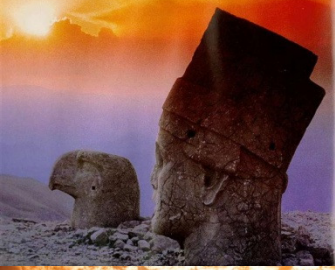
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı</b>	<b>1.073.064 (2010)</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı – 2010/2009</b>	<b>% - 4,80</b>
<b>2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı</b>	<b>476.095 / % 14,44</b>
<b>Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2009)</b>	<b>% 3,75 ile 7. sırada (2010)</b>
<b>Hollanda Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması</b>	<b>780.000 paket tatil sayısı ile 7.sırada (2010)</b>
<b>Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı</b>	<b>112</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	<b>Deniz-kum-güneş, kültür, şehir, doğa ve spor aktiviteleri</b>
<b>Ziyaretçilerin Destinasyonlara Dağılımı</b>	<b>Alanya, İstanbul, Side, Antalya, Marmaris , Bodrum ve Nevşehir</b>
<b>En Etkin Reklam Türü ve Dönemi</b>	<b>TV ( Ocak-Nisan); tüm mecralarda kış turizmi reklamları için Ekim-Aralık ayları, Outdoor (Şubat-Nisan), internet (Şubat-Mayıs) ve basın (Ocak-Mayıs) yoluyla reklam verilmektedir</b>





# SURİYE

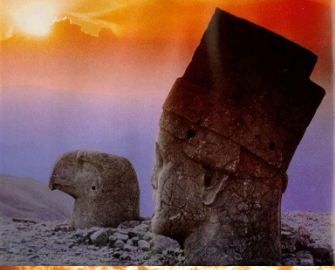
Ülke Nüfusu	22 milyon (2010)
Turizm Otoritesi	Suriye Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Vatandaş Sayısı (2009)	5.214.457 (Günübirlik ziyaretler dahil)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	330 Seyahat Acentası
Suriyelilerin Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Suudi Arabistan, Mısır, Ürdün, Lübnan, Malezya ve bazı Avrupa ülkeleri



## Turist Profili

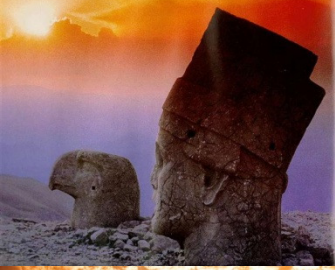
# SURİYE

Ortalama Tatil Süresi	7 – 10 gün
Hedef Kitle	25 - 55 yaş gurubu
Karar Alma Süresi	1 Ay Önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	1 Hafta Önce / Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri ve seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Oteller – Kiralık Daireler
Seyahat Amacı	Deniz, termal, doğa, alışveriş, eğlence ve inanç, iş, sağlık ve balayı turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran - Eylül dönemi Kurban ve Ramazan Bayramları ile sömestr tatilleri



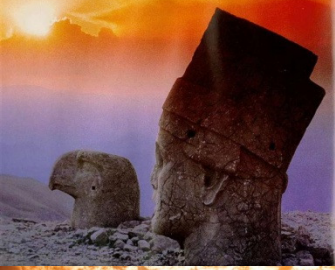
# Suriye Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>899.494 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/2009	<b>% 76.48</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>439.006 / % 16.93</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	<b>120 - 130</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz, termal, doğa, alışveriş, eğlence ve inanç, iş, sağlık ve balayı turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Hatay, Mersin, Adana, Gaziantep, İstanbul, Antalya, Konya, Muğla, Bursa, Yalova, Kapadokya ve Karadeniz</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>Açık hava, Yazılı basın, Radyo/ Nisan – Temmuz Dönemi</b>



# UKRAYNA

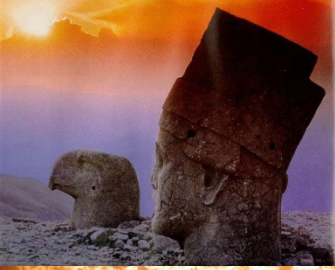
Ülke Nüfusu	45.706.126 (Mayıs 2011 tahmini)
Turizm Otoritesi	Ukrayna Kültür ve Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı ve Dünya Toplam Turist Çıkış Pazarındaki Oranı	Ukrayna'dan çıkan – 17,2 milyon <u>1,83%</u> (2010)
Dış Turizm Harcaması	1,54 milyar USD (2010)
Ukraynalıların Tatil amaçlı Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Türkiye, Mısır, İspanya, Tunus, Yunanistan, Hırvatistan, Bulgaristan, Birleşik Arap Emirlikleri, Tayland ve İtalya



## Turist Profili

# UKRAYNA

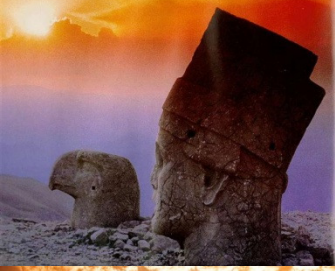
Ortalama Tatil Süresi	7-15 gün (2010)
Hedef Kitle Yaş Grubu	35 yaş üstü çocuklu aileler ve 22- 45 orta gelir seviyeli insanlar
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika satışı
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz –güneş-kum, herşey dahil sistemi, hizmet kalitesi, eğlence (aquapark-disko-animasyon)
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz ve Ağustos ayları



# Ukrayna Pazarında Türkiye

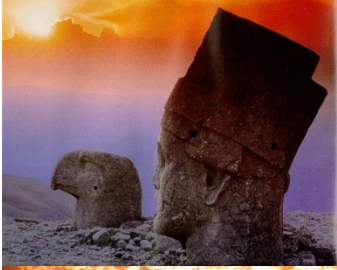
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	568.227 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 1,13
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	272.105 / % 5,62
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 1,98 , 13. ülke
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	7500 (5 büyük Türkiye turoperatörü dahil olmak üzere)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür ve kış turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya (Kemer, Belek, Alanya), Marmaris-Bodrum ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava, TV, yazılı basın





# A.B.D.

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>313,232,044</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>OTTI ( Office of Travel &amp; Tourism Industries , TIA- Travel Industry Association of America</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı ve Dünya Toplam Turist Çıkış Pazarındaki Oranı</b>	<b>30.3 milyon denizaşırı olmak üzere 61.5 milyon (2009)</b>
<b>Dış Turizm Harcaması</b>	<b>99.2 milyar USD</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>750 tur operatörü (USTOA) 9,386 seyahat acentası</b>
<b>Ukraynalıların Tatil amaçlı Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>Meksika (19.5 milyon), Kanada (11.7 milyon), İngiltere (2.7 milyon), Fransa (1.9 milyon) ve İtalya (1.8 milyon) ( 2009-OTTI)</b>



# Turist Profili

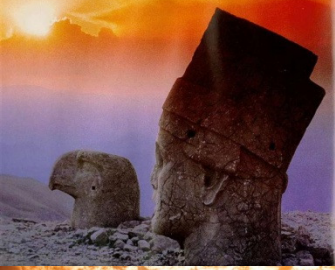
# A.B.D.

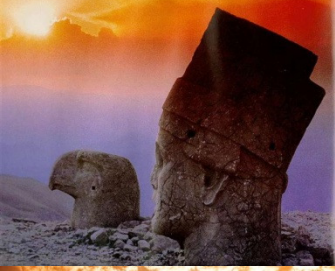
Ortalama Tatil Süresi	8,9 gün ( Türkiye’’de 8 gün)
Hedef Kitle Yaş Grubu	50 yaş ve üzeri, ağırlıklı olarak kültürel amaçlı seyahat edenler
Karar Alma Süresi	Deniz aşırı seyahat edenler için, seyahattan ortalama 90 gün öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Aralık- Mayıs dönemi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	internet ve Seyahat Acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	5 yıldızlı oteller, özel belgeli (butik) oteller
Seyahat Motivasyonları	<ul style="list-style-type: none"><li>•Tatil / Eğlence %40 ( restoranlarda yemek, %81, alışveriş %71, tarihi yerleri ziyaret %51, şehir turu %40, kültürel geziler %32 )</li><li>•Arkadaş, akraba ziyaretleri %34</li><li>•iş amacıyla ziyaretler %18</li></ul>
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs- Ekim



# Amerika Pazarında Türkiye

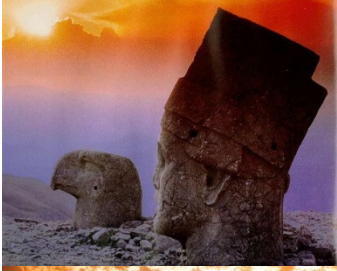
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı</b>	<b>642.768</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2011/ 2010</b>	<b>% 3,66</b>
<b>2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı</b>	<b>310.701 / % 13,02</b>
<b>Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)</b>	<b>2,61 ile 10. sırada</b>
<b>Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı</b>	<b>120 civarında</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	<b>Tarihi yerleri ziyaret, şehir turları, rehberli turlar gastronomi turları, kültürel turlar, egzotik geziler, spa ve wellness paketleri</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı</b>	<b>İstanbul, Kapadokya, Kuşadası (Efes) ve Bodrum</b>
<b>En Etkin Reklam Türü ve Dönemi</b>	<b>TV, tüketici dergileri, gazeteler ve internet en etkili Reklam mecralarıdır. En etkili reklam dönemi ise Ocak-Şubat-Mart- Nisan dönemidir.</b>





# İSPANYA

Ülke Nüfusu	46,754,784 (2011)
Turizm Otoritesi	Sanayi Ticaret ve Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı- Dünya Turizm Çıkışlarındaki Yeri	13,6 milyon seyahat
Dış Turizm Harcaması	9.620,9 milyon Euro
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	600 tur operatörü, 7822 seyahat acentesi
İspanyolların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Avrupa ülkeleri (Fransa, Portekiz, İtalya), Fas, Mısır, Tunus, Hırvatistan, Latin Amerika ülkeleri ve Türkiye

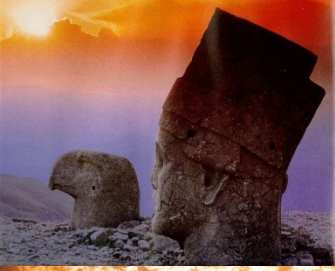


## Turist Profili

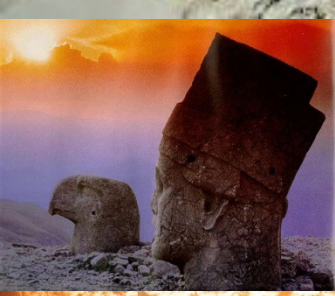
# İSPANYA

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-54 yaş grubu, orta ve üst gelir düzeyi kadınlar ve 18-29 ve 40-54 yaş arası erkekler
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Ocak sonrası, kış tatili için Eylül sonrası
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Uzun tatiller için 1 ay önce, kısa tatiller için son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 Yıldızlı oteller, arkadaş yanı, ev kiralama ve devre mülk
Seyahat Motivasyonları	Kültür, spor, sağlık, inanç, deniz turizmi, balayı, kongre ve insentif
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Paskalya tatiline denk gelen ay, Haziran-Ağustos, Noel tatili

# İspanya Pazarında Türkiye

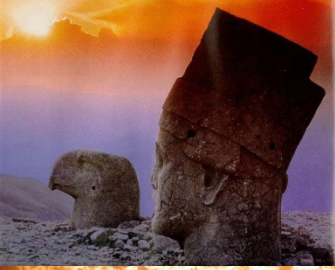


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>321.325 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı – 2010/2009	<b>% -14,59</b>
2011 Yılları İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>109.604 / % - 18,79</b>
İspanya Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	<b>% 2.5 (2010)</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>49</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Kültür/inanç, turizmi ve deniz turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Kapadokya, İstanbul, Ege ve Akdeniz</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>İnternet, TV, yazılı basın / Açık hava Ocak- Haziran Dönemi, Kasım-Aralık</b>



# FRANSA

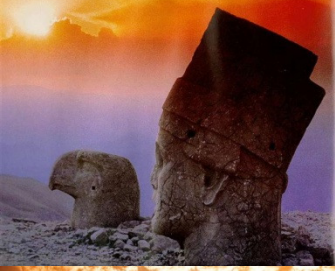
Ülke Nüfusu	65.805.027 (Ocak 2011 verileri)
Turizm Otoritesi	Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	Fransızların %40 tatile çıkmış ve bu yüzdeliğin %17,9'u yurt dışını tercih etmiş. (2010)
Dış Turizm Harcaması	37,6 Milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	4.105
Fransızların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	İspanya, İtalya, Belçika, Lüksemburg, Almanya, Portekiz, İngiltere, Yunanistan, Fas, Tunus, Mısır ve Türkiye



## Turist Profili

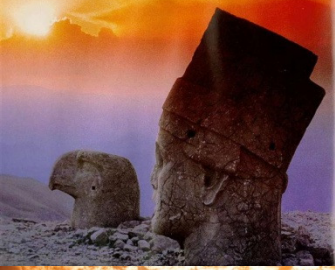
# FRANSA

Ortalama Tatil Süresi	9,3 gün yurtdisi tatili
Hedef Kitle	35-64 yas gurplari arasi, orta ve üst gelir gurplari
Karar Alma Süresi	Ocak- Mart arasi: yaz tatili için Eylül: Sonbahar tatili için
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Ocak-Mart dönemi ve son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve tur operatörü aracılığıyla
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Tatil köyleri, 3-4-5 yıldızlı oteller, kamping
Seyahat Motivasyonları	Deniz, şehir turu, kültür, inanç turizmi ve sağlık turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs- Eylül



# Fransa Pazarında Türkiye

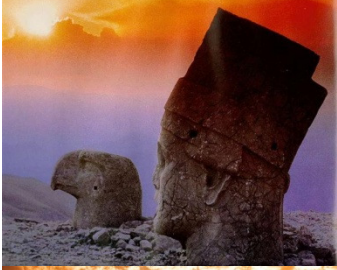
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	928.376 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 0,48
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve 2010'a göre Değişim Oranı	507.393 / % 37,56
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 3,24 ile 8. sırada ( 2010)
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	110
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş, şehir ve sağlık turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Bodrum, İzmir, Antalya, İstanbul ve Kapadokya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	İnternet, yazılı basın, TV / Ocak- Haziran



# DANİMARKA

Ülke Nüfusu	5.558.000
Turizm Otoritesi	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	15,1milyon (2010)
Dış Turizm Gideri	9,7 milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	415
Danimarkalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	İsveç, Almanya,İspanya, Türkiye, Fransa, Norveç, Avusturya, İtalya, İngiltere, Hirvatistan ve Yunanistan



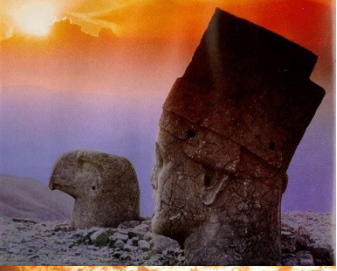


## Turist Profili

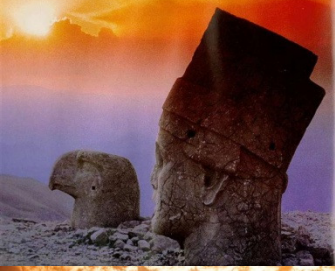
# DANİMARKA

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	24 – 59 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Aralık-Mart
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 2 – 4 ay öncesi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Apart Oteller ve her şey dahil oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, sağlık (diş, göz, romatizmal tedaviler), alışveriş, golf, kültür ve eko turizm
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran – Eylül

# Danimarka Pazarında Türkiye

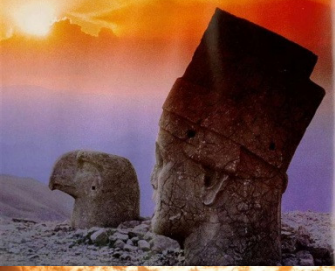


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>314.446 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 6,20</b>
2011 İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>139.546 / % 19,32</b>
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Oranı-Yeri	<b>% 1,10 ile 21. sırada</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>28</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz, kültür, kongre, yat, golf, inanç, sağlık turizmi ve su sporları</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Antalya, Ege ve İstanbul</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV ve açık hava (Aralık-Mart, Eylül-Ekim)</b>



# İSVEÇ

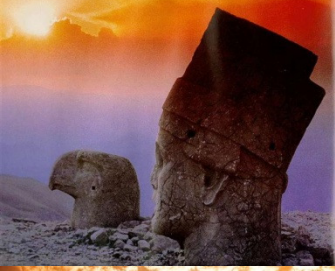
Ülke Nüfusu	9.418.732 (2010)
Turizm Otoritesi	İsveç Seyahat ve Turizm Konseyi
Yurtdışına Gerçekleştirilen Seyahat Sayısı	12.7 milyon (2008)
Dış Turizm Gideri	13,9 milyar USD (2007)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	350 (2009)
İsveçli Turistlerin En Çok Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Norveç, Almanya, Danimarka, İngiltere, Hollanda, ABD, Finlandiya, İtalya, Fransa, İsviçre, Japonya, Polonya



## Turist Profili

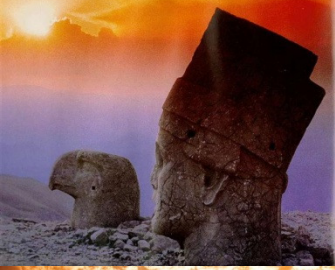
## İSVEÇ

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	Orta gelir düzeyindeki çocuklu aileler (Kitle turizmi), orta ve orta yaş üzeri üst düzey gelir grubu (termal ve kültür turizmi)
Karar Alma Süresi	Ocak- Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süreleri	Ocak-Mayıs ve son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası ve internet üzerinden bireysel organizasyonlar tercih edilmekte
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Her şey dahil oteller ve apart oteller
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, kültür, golf ve termal turizm
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Temmuz



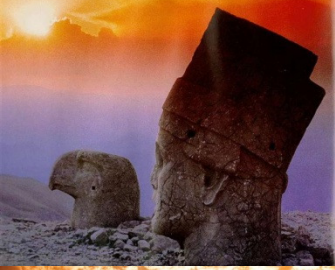
# İsveç Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	447.270 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/2009	% 11,33
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	226.527 / % 26,94
İsveç'te Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması	8
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	25
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür turizmi, termal turizm ve golf turizmi
Türkiye'de En Çok Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Antalya, İstanbul, Muğla, Marmaris, İzmir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, basın, açık hava, internet Ocak-Şubat, Ekim-Kasım



# BELÇİKA

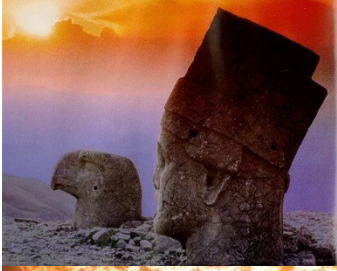
Ülke Nüfusu	10.800 000
Turizm Otoritesi	Turizm Endüstrisi Federasyonu
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	7.200.000 (2010)
Dış Turizm Harcaması	16.1 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1.950
Belçikalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Fransa, İspanya, Türkiye, Yunanistan, Mısır, Almanya, İtalya ve Avusturya



## Turist Profili

# BELÇİKA

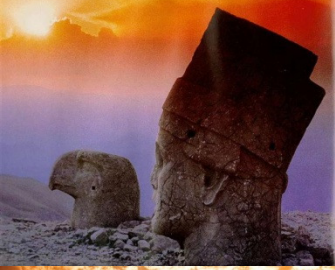
Ortalama Tatil Süresi	11,8 Gün
Hedef Kitle	24 – 59 yaş
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Ocak, kış tatili için Eylül ayları
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Uzun tatiller için 2 ay önce ( yaz tatili için Şubat- Mart- Nisan ayları); kısa tatiller için son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, apart otel, ev kiralama
Seyahat Motivasyonları	Doğa, deniz-plaj, kış sporları, kongre, sağlık, golf, eko turizm ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart- Kasım



# Belçika Pazarında Türkiye

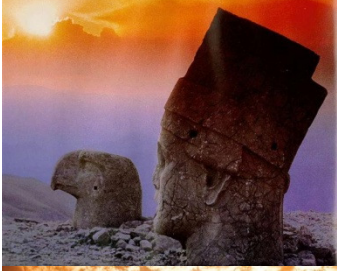
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>543.003 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% - 8,29</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>222.264 / % 8,13</b>
Belçika Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	<b>%17.82 (2008 Ekim-2009 Şubat)</b>
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2011)	<b>% 2.19 pay ile 12.sırada</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>15</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz, doğa, kültür ve golf turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Antalya, Bodrum, İstanbul, İzmir, Marmaris ve Kapadokya</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>İnternet, yazılı basın/ Ocak-Haziran ve Eylül-Kasım ayları, TV</b>





# İSVİÇRE

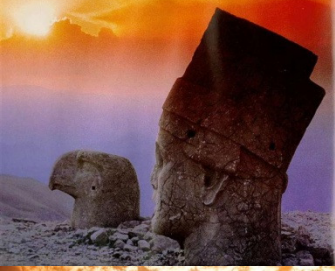
Ülke Nüfusu	7'785'806 (2009)
Turizm Otoritesi	Ekonomi Müsteşarlığı
Turizm Harcaması	10,9 milyar USD (2007)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	20,9 milyon kişi (2008), dünyada 7.
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	800
Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	1.Fransa, 2. İtalya, 3.Almanya, 4.İspanya, 5.Avusturya, 6.İngiltere, 7.Yunanistan, 8.ABD, 9. 8.Türkiye, 10. Hollanda



## Turist Profili

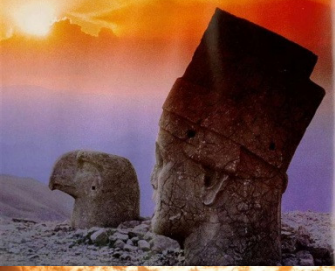
# İSVİÇRE

Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	18-70 yaş arası
Karar Alma Süresi	Yaz tatili için Mart/Nisan/Mayıs; Sonbahar tatili için Ağustos/Eylül; Noel tatili için Eylül/Ekim ayları
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten yaklaşık 3-4 ay önce (%40) Seyahatten yaklaşık 2 ay önce (%25) 4 hafta önce (%18) kısa süreli tatil (%6)
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentesi, kendileri tarafından ve internet üzerinden organize edilmektedir
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	% 26; 2-3 yıldızlı oteller % 58; 4-5 yıldızlı oteller % 16; akraba/arkadaş yanı
Seyahat Motivasyonları	% 73 Dinlenme, % 63 Günlük yaşamdan uzaklaşma,% 54 Yabancı gelenekleri tanıma,% 45 Başka insanlarla tanışma % 39 Eğlenme,% 29 İhtimam görme,% 28 Sportif, % 25 Aile ve çocuklarla birlikte olma,% 11 Sağlık
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Deniz-kum-güneş, kültür turizmi, golf, termal ve kayak



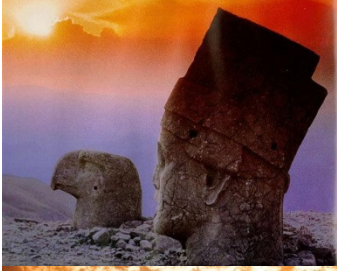
# İsviçre Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>271.139 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% -4,21</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>116.702 / % 21,45</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>90 (Türkiye spesiialisti tur operatörleri: Bentour Türkei Reisen AG, Avrupa Reisen, Altay Reisen)</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>İstanbul, Antalya, Ege bölgesi (özellikle Bodrum ve İzmir), Kapadokya ve Doğu Bölgeler</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV, yazılı basın, outdoor, internet, radyo Ocak-Haziran / Ağustos-Ekim</b>



# İTALYA

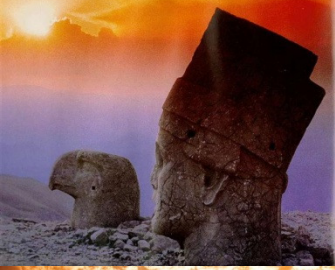
<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>60.231.214 (2009)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Turizm Bakanlığı ve ENIT (Turizmde Rekabet ve Gelişme Departmanı)</b>
<b>Turizm Geliri</b>	<b>31.09 milyar Avro (2008) 28.85 milyar Avro (2009) 29.17 milyar Avro (2010)</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı</b>	<b>59.304.000 (2009) 61.531.000 (2010)</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>130 Tur operatörü 6.870 Seyahat acentesi</b>
<b>İtalyanların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>İsviçre, Fransa, Avusturya, Slovenya, Almanya, İspanya, Yunanistan, İngiltere, ABD ve Mısır</b>



## Turist Profili

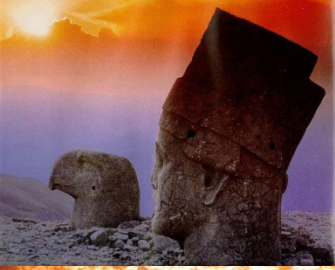
## İTALYA

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	18-65 yaş, orta ve üst düzey gelir grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet ve seyahat acentası aracılığıyla
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri, butik ve apart oteller (karavanla seyahat de tercih edilmektedir)
Seyahat Motivasyonları	Doğal güzellikler (deniz-kumsal), uygun fiyat, kültürel zenginlik, spor ve eğlence, güvenlik, gözde mekan ve şehirleri gezme isteği
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Sırasıyla, Ağustos, Haziran, Eylül, Temmuz ayları en çok tercih edilmekte, daha sonra Mayıs ve Ekim ayları gelmektedir. Nisan ayı da Paskalya tatilinden dolayı önemlidir.



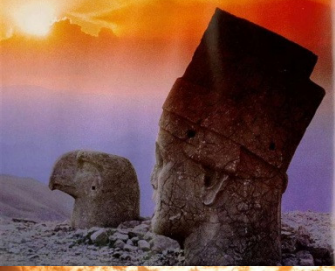
# İtalya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (2010)	<b>671.060</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 5,70</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>267.775 / % 5</b>
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	<b>% 2.34 / 10. sıra</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>23</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz, kültür, inanç, şehir ve alışveriş turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>İstanbul, Bodrum, Marmaris, Çeşme, Efes, Kapadokya, Pamukkale ve Antalya</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>İnternet, TV ve yazılı basın için Nisan - Mayıs dönemi ve Ekim ayı; açık hava için Mayıs-Temmuz arası</b>



# SIRBİSTAN

Ülke Nüfusu	7.498.001
Turizm Otoritesi	Sırbistan Cumhuriyeti Ekonomi ve Bölgesel Kalkınma Bakanlığı, Turizm Sektörü
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	578.997 (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1250
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Yunanistan, Karadağ, Türkiye, Hırvatistan, Mısır, Tunus

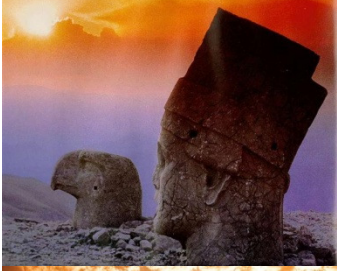


## Turist Profili

# SIRBİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	Gelir ve eğitim düzeyi yüksek, seyahat etmeyi seven, 25 yaş üstü kişiler
Karar Alma Süresi	Mart-Haziran
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü ve seyahat acentaları aracılığı ile
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Paket tur ile satılan her şey dahil oteller
Seyahat Amaçları	Deniz-kum-güneş, kültür, alışveriş, kayak
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Eylül ve kayak tatili için Kasım-Mart

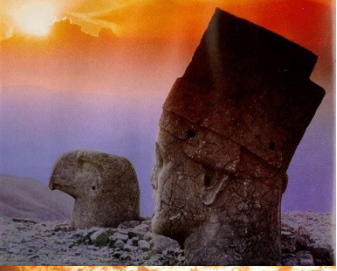




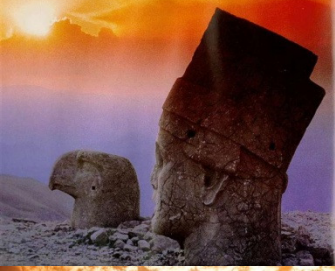
# Sırbistan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	113.465 kişi (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı – 2010/2009	% 11,02
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	53.299 / %26,47
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 40
Paket Tur Sıralaması (2010)	Yunanistan'dan sonra 2. sırada
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acenta ve Tur Operatörü Sayısı	Acenta:1250 Tur Operatörü: 8
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş ve kültür turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, İstanbul, Kuşadası, Marmaris, Çeşme, Bodrum
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve açık hava; en etkin reklam dönemi Mart-Haziran

# BULGARİSTAN



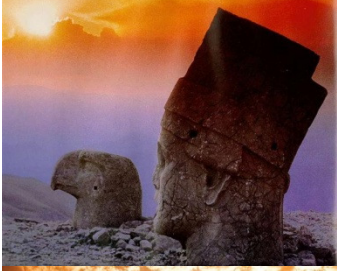
Ülke Nüfusu	7,093,635
Turizm Otoritesi	Ekonomi, Enerji ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	3 675 936
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2500
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Yunanistan, Türkiye, Romanya, Makedonya, Sırbistan



## Turist Profili

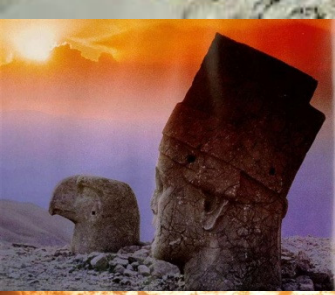
# BULGARİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-44 ve 46-64 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Ocak-Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %80 ve diğer %20
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Büyük ölçüde arkadaş ve akraba evlerini, otel ve kiralık evleri tercih etmektedirler. Her gelir düzeyli turist mevcuttur. Ancak genellikle 3-4 yıldızlı oteller, paket programlar tercih edilmektedir. Gelişmekte olan ekonominin etkisiyle Bulgar vatandaşlarının seyahat etme güçleri ve talepleri son yıllarda artış gösteriyor. Dolayısıyla 4-5 yıldızlı otellerde konaklama artmaktadır.
Seyahat Amaçları	Deniz, kültür, alışveriş,din
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Eylül, Aralık ayları



# Bulgaristan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	1 433 970 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı – 2010/2009	%1.95
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	555 216 / %10.02
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	%5.01, 5. Sıra
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş,din
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Geçmişte daha ziyade Efes ve Kuşadası (Meryem Ana'ya olan ilgi nedeniyle) yoğun iken son yıllarda Charter seferlerinin başlamasıyla (Antalya , Bodrum, İzmir), ayrıca hafta sonları İstanbul turlarına ilgi büyüktür. Kapadokya potansiyel destinasyondur.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Nisan-Temmuz / Outdoor, TV, Basın



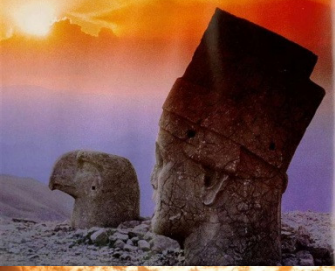
# ROMANYA

Ülke Nüfusu	21,904,551
Turizm Otoritesi	Bölgesel kalkınma ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	5 786 047
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2500
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	1.İspanya, 2.Türkiye 3.Yunanistan sıralanmaktadır. Ayrıca İtalya, Hırvatistan, Mısır ve Bulgaristan ziyaret edilen ülkeler arasındadır.



## Turist Profili

# ROMANYA

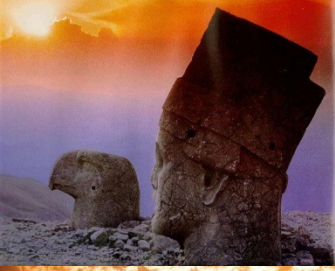


Ortalama Tatil Süresi	7-15 gün
Hedef Kitle	35 yaş üstü çocuklu aileler (%80) ve genç evli çiftler (%20) ziyaret etmektedir.
Karar Alma Süresi	Ocak-Mayıs
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %75, diğer %15, online%10
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Romen turistler Türkiye'yi ziyaretlerinde 3-4-5 yıldızlı otelleri tercih etmektedirler..
Seyahat Amaçları	Romenlerin ülkemizi tercihlerinde coğrafi yakınlık, vize sorunun olmaması, iklim güzelliği, herşey dahil konseptinin yaygınlığı, fiyatların uygunluğu ve hizmet kalitesi rol oynamaktadır.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Temmuz-Ağustos ayları

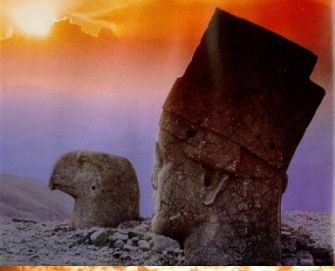
# Romanya Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	355 144
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı – 2010/2009	- 3,15 %
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	98.173 / 13,18 %
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	-
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz, kültür, alışveriş, din Romen turistlerin Türkiye'yi tercihlerindeki birinci sebep kitle turizmine yönelik all inclusive sisteminin benimsendiği tatil anlayışıdır.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya ( %60 Kemer, Belek, Side, Alanya) olmakla birlikte Antalya'yı Marmaris, Fethiye ve Bodrum takip etmektedir. Ayrıca Bükreş'ten karayolu ile Çanakkale , İstanbul, Kuşadasını içeren 7 gece konaklamalı Ege Turu ilgi görmektedir
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Mart-Haziran / Outdoor ve TV

Türkiye

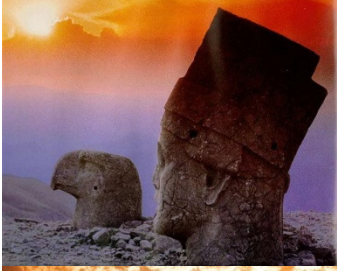


# YUNANİSTAN



Ülke Nüfusu	10,760,136
Turizm Otoritesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	2.700
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Avrupa ve Akdeniz. En çok Fransa-Paris, İspanya-Mayorka, Tenerife, İtalya, Tunus, Mısır, Fas.



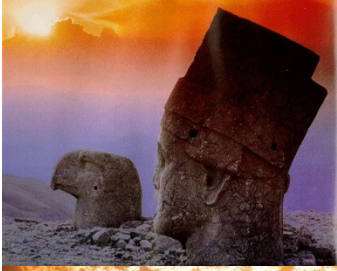


## Turist Profili

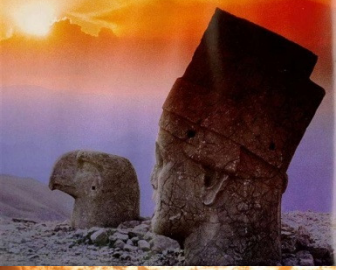
# YUNANİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	1 hafta veya 3-4 gece konaklamalı kısa tatilleri tercih ediyorlar. Kısa tatillerde İstanbul.
Hedef Kitle	25-34 yaş evli/bekar.
Karar Alma Süresi	Ocak-Mart
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mart-Mayıs
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü %80, diğer %20
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4 yıldızlı şehir otelleri, paket turlar dahilindeki oteller, her şey dahil 4-5 yıldızlı tesisler.
Seyahat Amaçları	Tarihi yerler, kültür, alışveriş, gastronomi, gece hayatı, doğa ve spor türleri, şehir turları, yaz/deniz/yat tatilleri. Ancak kültürel ve dini turlar deniz tatilinden daha fazla ilgi çekmektedir yanı sıra uygun fiyat.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart-Ağustos, Ekim-Kasım

# Yunanistan Pazarında Türkiye

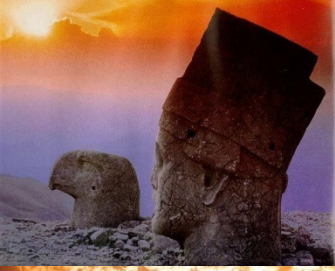


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	670 297
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı – 2010/2009	8.72 %
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	314 798/ % 9.72
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	-
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	60
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	kültürel ve dini turlar deniz tatilinden daha fazla ilgi çekmektedir yanı sıra uygun fiyat.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kuşadası, Bodrum, Çeşme, Marmaris gibi Ege destinasyonları ve Karadeniz bölgesi. Kapadokya ve Doğu Anadolu (Nemrut) potansiyeldir.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Mart-Haziran Basın ve Outdoor



# POLONYA

Ülke Nüfusu	38.463.689 (2010 yılı Ocak ayı)
Turizm Otoritesi	Spor ve Turizm Bakanlığı Turizm Departmanı
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı (Paket Tur)	3.400.000
Dış Turizm Harcaması (Paket Tur.)	3 milyar USD (2010)



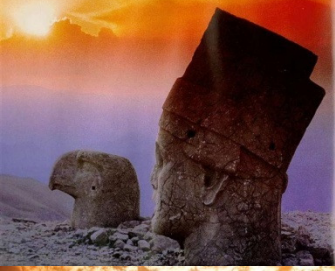
## Turist Profili

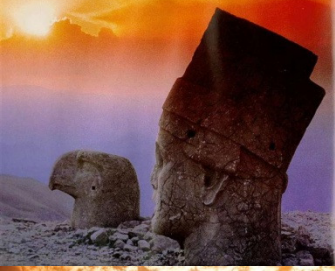
## POLONYA

Hedef Kitle	18-50 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1- 6 ay öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Erken Rezervasyon Oranı; %25-30
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü (Polonya içi dahil)	Münferit: % 40 Seyahat acenteleri: % 52 internet: % 6 Diğer: % 2
Tercih Ettikleri Konaklama Türü (Polonya içi dahil)	Paket tur dahilindeki oteller: % 58 Yazlık ev, misafirhane: % 20 Karavan-çadır: % 15 Diğer: % 7
Seyahat Motivasyonları	Deniz-kum-güneş, macera ve doğa turizmi, kültür turları ve aktif seyahat
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Ekim Dönemi: % 77,16 Diğer Dönemler: % 22,84

# Polonya Pazarında Türkiye

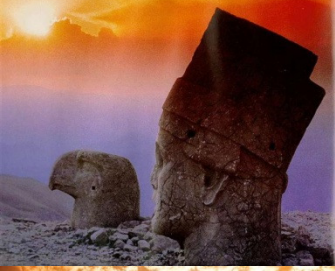
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>428.275 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı – 2010/2009	<b>% 2,10</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>177.965 (% 25,62)</b>
Ülkede Türkiye'nin Pazar Payı Oranı (2010 yılı)	<b>% 13</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Büyük Tur Operatörü Sayısı	<b>10</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz-kum-güneş, aktif seyahatler, macera turizmi ve kültür turları</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>%60 Akdeniz, %22 Marmara, %18 Ege</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>Televizyon (Mart),Yazılı Basın (Mart-Haziran), Açık hava (Mart-Haziran), İnternet (Nisan-Haziran)</b>





# FİNLANDİYA

Ülke Nüfusu	5.376.891
Turizm Otoritesi	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (Finlandiya Turizm Kurulu)
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	11.992,291 (2010)
Dış Turizm Gideri	4.484 milyar USD (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	270 (2010)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Ispanya, Yunanistan, Türkiye, ABD, Avusturya, Taylan, Misir, Bulgaristan, Hollanda, Portekiz, Polonya, İsviçre ,İtalya (2010)

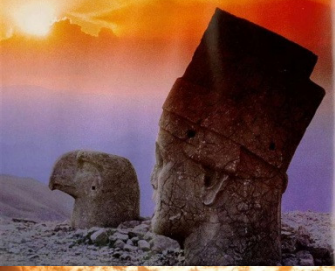


## Turist Profili

# FİNLANDİYA

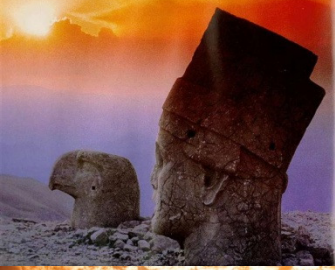
Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	30-55 ve 55+ yaş grupları, çocuklu aileler
Karar Alma Süresi	Ekim-Kasım, Ocak-Mart Dönemi, Haziran-Temmuz ve son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Karar alma süresiyle paralellik göstermekte
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur ope./ace. aracılığıyla paket tur (%85) Münferit seyahat (%15)
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	2-4 yıldızlı Otel (%65), Tatil Köyü (%10), Apart (%20) % 5 herşey dahil sistemi
Seyahat Motivasyonları	Eğlenme-dinlenme (%62) , golf basta olmak üzere yacılık,spa ve inanç turismı(%19) iş seyahati amaçlı (%13)ö alıs-veriş ve populer mekan (%12), şehir eksenli kültür turizmi (%12)
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat, Nisan-Ekim

# Finlandiya Pazarında Türkiye



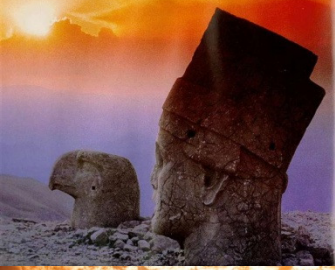
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>143.204 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 4,92</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>84.745 (%39,88)</b>
2010 Paket Tur Sıralaması	<b>3. sırada</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı (2010)	<b>13</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Deniz-kum-güneş, şehir turizmi (özellikle İstanbul), golf, dalış, yelken, yamaç paraşütü, yatçılık ve doğa</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Alanya (%31), Marmaris (%11), İstanbul (%15), Fethiye (%8), Belek (%7) ve Bodrum (%6), Side (%5), Antalya (%6), Kemer(%5), Kas-Kalkan (%6)</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV, basın, açık hava/ Ekim-Aralık dönemi</b>





# AVUSTURYA

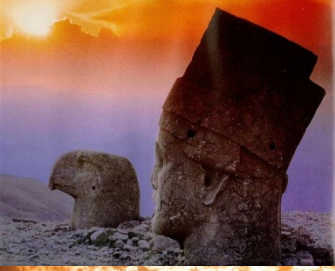
Ülke Nüfusu	8.404.252 (2010)
Turizm Otoritesi	Avusturya Ulusal Turizm Ofisi (ANTO)
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	5,2 milyon kişi, 16,9 milyon seyahat (Kaynak: İstatistik Avusturya, 2010)
Dış Turizm Harcaması	7,71 milyar € (2010)
Avusturyalıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları (2010)	1. İtalya (%19), 2. Hırvatistan (%12), 3. İspanya (%8) 4. TÜRKİYE (%6), 5. Yunanistan (%5), 6. Mısır (%4), diğerleri (%46) (4 gün ve üzeri seyahatler, Kaynak: İstatistik Avusturya 2010)



## Turist Profili

# AVUSTURYA

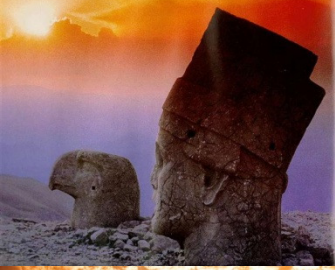
Ortalama Tatil Süresi	<b>7 gün</b> (Kaynak: İstatistik Avusturya 2010)
Hedef Kitle Yaş Grubu	<b>14 - 65</b>
Karar Alma Süresi	<b>Yaz tatili için kararları Aralık ve Şubat ayları arasında belirginleşmekle birlikte kısa süreli son dakika rezervasyonları da ağırlık kazanmaktadır.</b>
Rezervasyon Yaptırma Süresi	<b>Ocak –Mart</b>
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	<b>Seyahat acentası ve internet</b>
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	<b>% 46,3' ü (4-5 yıldızlı) Oteller, Club oteller ve Pansiyonlar, % 34,5' i , Tanıdık - Akraba ve yazlık, % 19,2' si Diğer (Apart Otel, Kür merkezi, Kamping)</b>
Seyahat Motivasyonları	<b>Sıcak iklim, deniz, spor, kültür, alışveriş, gastronomi, spor</b>
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	<b>%78'i yaz, %22'si kış. Bunların %36,5'si Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında, yurtdışı seyahatler ağırlıklı olarak Mayıs-Eylül aylarında yapılmaktadır.</b>



# Avusturya Pazarında Türkiye

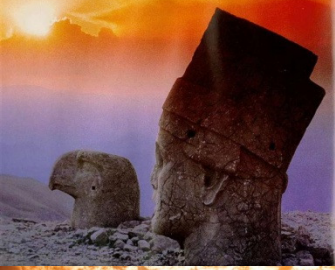
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	500.321
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 8,72
2011 Yılları İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	200.439 / % 14,66
Avusturya Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı	% 6 pazar payı ile tercih edilen destinasyonlar arasında 4. sırada
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)	% 1,75 ile 15. sırada
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür/Şehir Turları (%30), Wellness (%15), Deniz Tatili (%20), Uzak Destinasyon/Lüks Tatil (%23)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Muğla, İstanbul ve Kapadokya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, yazılı basın, açık hava (billboard, magaboard, citylight, infoscreen, toplu taşıma araçları), tur operatörleri katalogları ve fuar reklamları, internet Ocak- Mayıs ve Sonbahar dönemi
Yürütölen Tanıtım Kampanyaları	Açık hava, yazılı basın, internet, birlikte reklam/ Ocak-Mayıs ve Sonbahar dönemi





# ÇİN

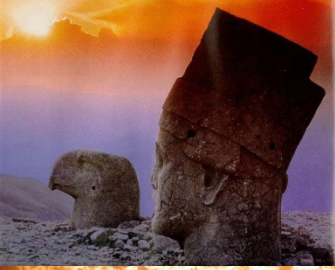
Ülke Nüfusu	1,3 milyar
Turizm Otoritesi	Çin Milli Turizm Yönetimi CNTA
Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı	66.000.000 ( 2010)
Dış Turizm Harcaması	55 milyar USD
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	528
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Hong Kong ve Makao B., Japonya, G. Kore, Tayland, Malezya, Singapur, Avustralya, K. Kore, ABD, Almanya, Fransa ve İngiltere



## Turist Profili

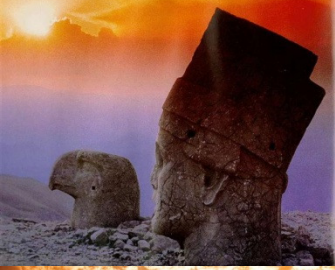
# ÇİN

Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	20 – 40 yaş grubu (Beyaz yakalılar ve memurlar)
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 1 ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, lüks butik oteller
Seyahat Motivasyonları	Grup halinde birden fazla destinasyon görmek, kültür, gastronomi, alışveriş, fotoğraf ve müze ziyaretleri
Ziyaret Ediş Amacı	Kültür turizmi, iş seyahatleri, alışveriş ve şehir turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Şubat, Mayıs ve Ekim



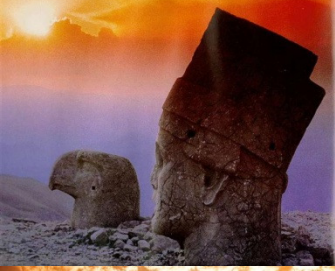
# Çin Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>77.142 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 11.26</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>43.535 (% 21.65)</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Say.	<b>50</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Tarih, kültür, alışveriş ve marka destinasyonları görme</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>İstanbul, Ege Bölgesi, Antalya, Kapadokya ve Pamukkale</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>İnternet, televizyon, yazılı basın ve açık hava (Ocak - Eylül dönemi)</b>



# İSRAİL

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>7.695.000 (2010 sonu) (% 20 si Arap)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>İsrail Turizm Bakanlığı</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı</b>	<b>4.280.000 (2010)</b>
<b>Dış Turizm Harcaması</b>	<b>3,5 milyar USD (2010)</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>22 tur operatörü 590 seyahat acentesi</b>
<b>Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>Türkiye, ABD, İngiltere, Fransa, bulgaristan, İtalya, Rusya, Yunanistan</b>

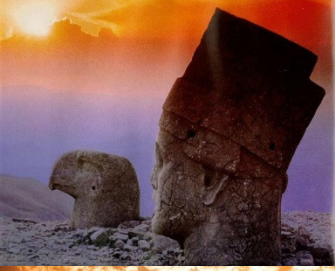


## Turist Profili

## İSRAİL

Ortalama Tatil Süresi	6 gün
Hedef Kitle	15-64 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat Acentası ve Tur Operatörü
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller, tatil köyleri
Seyahat Amacı	Deniz-kum-güneş, kültür/inanç turizmi, kış sporları, spa-wellness ve macera turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Özellikle uzun dini bayram dönemleri olan Nisan ve Ekim ayları ile yaz dönemi

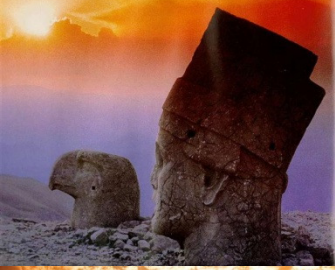




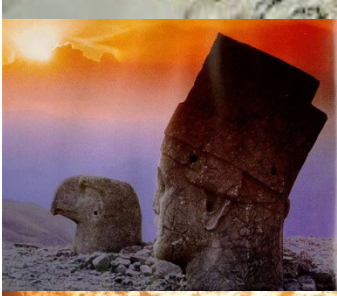
# İsrail Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	109.559 ( 2010) kriz öncesinde 550.000
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 64.84
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	36.721 / % - 51,08
İsrail Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması (2010)	% 1.6 ile 7. sırada (krizden önce 1. sıradaydık)
Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri ( 2010)	% 1,15
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	4 tur operatörü ve 20 seyahat acentesi (2010)
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Deniz-kum-güneş, kültür, termal, doğa ve macera turizmi
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Ege Sahilleri, İstanbul, Kapadokya ve Karadeniz
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, açık hava, internet ve yazılı basın Mart- Ekim dönemi

# AZERBAJYCAN



Ülke Nüfusu	9.150.000
Turizm Otoritesi	Medeniyet ve Turizm Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	2.362.475 (2009)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	216
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Rusya Federasyonu, Gürcistan, İran, Türkiye, Ukrayna ve Özbekistan

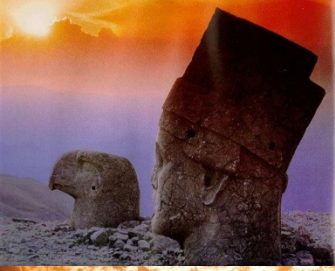


## Turist Profili

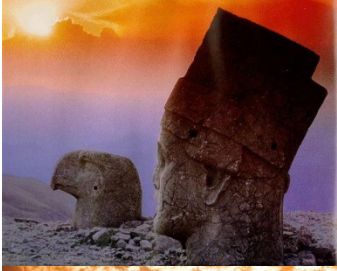
# AZERBAYCAN

Ortalama Tatil Süresi	7 gün
Hedef Kitle	25-45 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten 2-4 hafta öncesi
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten 1-2 hafta öncesi
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri aracılığıyla ve doğrudan
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4-5 yıldızlı oteller
Ziyaret Ediş Amacı	Deniz, doğa, tarihi yerleri görme ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs-Ağustos

# Azerbaycan Pazarında Türkiye



Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>486.381 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 14,67</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>281.137/ % 38,97</b>
2006 Paket Tur Sıralaması	<b>1. sıra</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	<b>44</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Dinlenme, ticaret (bavul ticareti), kış turizmi, fuar, sergi, iş görüşmesi ve bilimsel amaçlı seyahatler</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>İstanbul, Kemer, Antalya, Bodrum ve Çeşme</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV reklamları (Mart-Haziran) Açık hava</b>

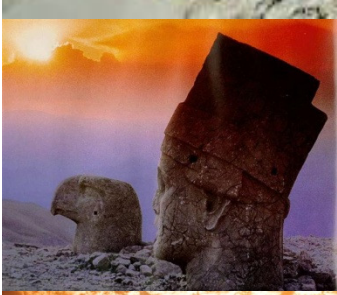


# Turist Profili

# B.A.E.

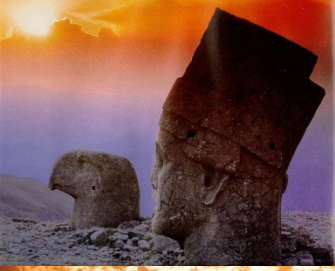
Ülke Nüfusu	6.900.000 (2010) 16.5% Emirlik halkı, 83.5% Güneydoğu Asya kökenliler (Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Filipinler, Tayland, Çin Halk Cumhuriyeti, İran) ve Batı Avrupalılar
Dış Turizm Harcaması	8,8 milyar USD
Ortalama Tatil Süresi	1 Hafta
Hedef Kitle	30 yaş ve üzeri gelir düzeyi yüksek aileler
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	4-5 yıldızlı oteller
Seyahat Motivasyonları	Doğa, tarih, kültür ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan - Ağustos





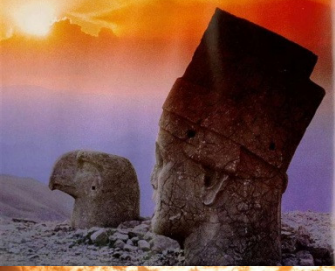
# B.A.E. Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	30.480 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/2009	% 38,23
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	12.611 (41.70)



# MISIR

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>80.510.335 ( 07/2011)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Mısır Turizm Bakanlığı Mısır Turizmi Geliştirme Örgütü Mısır Seyahat Acenteleri Birliği Mısır Turizm Federasyonu Mısır Otelciler Birliği</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı</b>	<b>4.5 milyon</b>
<b>Dış Turizm Harcaması</b>	<b>2.9 milyar USD</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>1176 (2011)</b>
<b>Mısırlıların Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları</b>	<b>Türkiye, Arap Ülkeleri (özellikle B.A.E. ve Suudi Arabistan) ve Avrupa ülkeleri</b>

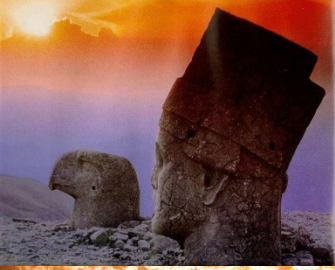


## Turist Profili

## MISIR

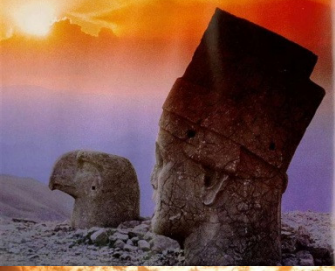
Ortalama Tatil Süresi	İki Hafta
Hedef Kitle Yaş Grubu	15-45 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Son dakika
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Mayıs-Haziran
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörleri, Bireysel
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel ve tatil köyleri, pansiyon ve apart otel
Seyahat Amacı	Kültür, alışveriş ve inanç turizmi
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Temmuz / Eylül (Ramazan nedeniyle Ağustos ayında ülkeden turist çıkışının önemli ölçüde düşeceği beklenmektedir.)





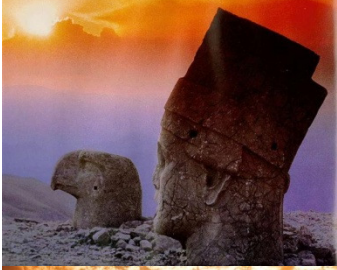
# Mısır Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	61.560 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/2009	% - 8
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	30.041 / % 27,59
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kültür, alışveriş, inanç ve deniz
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Antalya, Muğla, Bursa ve Konya
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Açık hava, yazılı basın, TV, internet ve Radyo / Mayıs-Temmuz



# JAPONYA

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>127.960.000</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Kara, Altyapı ve Ulaştırma ve Turizm Bakanlığı; Ulusal Turizm Ofisi</b>
<b>Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı</b>	<b>16.637.000 (2010)</b>
<b>Dış Turizm Gideri</b>	<b>25.847.026.388 USD (2009)</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>Yurt dışına yönelik faaliyeti olan acente: 769 Tur Operatörü: 143</b>
<b>Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	<b>Çin, G. Kore, ABD (Hawaii), Hong Kong, Tayvan, Tayland, Avrupa'da: Fransa, Almanya, İtalya, İspanya</b>

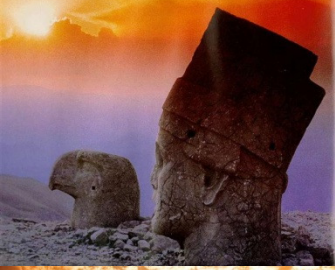


## Turist Profili

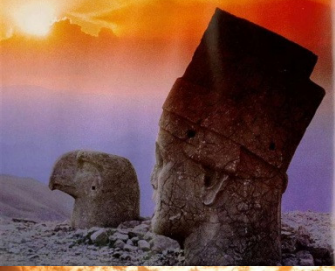
# JAPONYA

Ortalama Tatil Süresi	5-7 gün, Uzak Destinasyonlarda 8-14 gün
Hedef Kitle	30 yaş üstü bayanlar, 50 yaş üstü gelir ve kültürel seviyesi yüksek bay ve bayanlar, Gençler
Karar Alma Süresi	Seyahatten 2-3 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten en az 1 ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	İnternet %51.7, seyahat acentaları %21.3
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Lüks oteller
Seyahat Motivasyonları	Doğa ve manzara Tarihi ve mimari değerler Yerel mutfak Alışveriş Değişik kültürleri tanımak
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mart - Mayıs ve Ağustos-Ekim dönemi

# Japonya Pazarında Türkiye

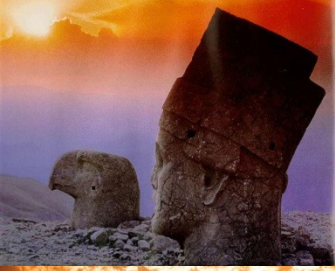


<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı</b>	<b>195.404</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2009/ 2008</b>	<b>% 32.35</b>
<b>2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı</b>	<b>85.968 / % - 7,11</b>
<b>Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı</b>	<b>Seyahat Acentesi: 68 Tur Operatörü: 24</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü</b>	<b>Kültür, tarih ve doğa</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı</b>	<b>İstanbul, Kapadokya, Denizli, Çanakkale, Pamukkale, Safranbolu, İzmir</b>
<b>En Etkin Reklam Türü ve Dönemi</b>	<b>İnternet, yazılı basın, TV, açık hava/ Şubat-Nisan, Haziran-Temmuz,</b>



# KIRGIZİSTAN

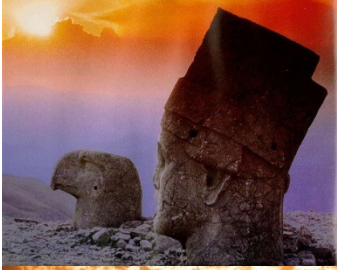
Ülke Nüfusu	5 418 299
Turizm Otoritesi	Kırgızistan Ekonomi Düzenleme Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	25 359 (2011 Ocak-Haziran)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	10 tur operatörü 196 seyahat acentesi
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Türkiye, Kazakistan, Rusya, Çin, BAE, Çek Cumhuriyeti, Mısır, Fransa



## Turist Profili

# KIRGIZİSTAN

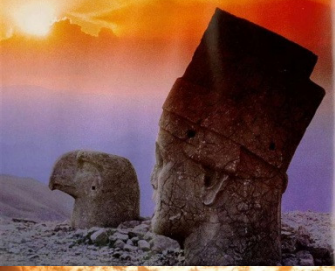
Ortalama Tatil Süresi	7-10 gün
Hedef Kitle	16-50 yaş grubu
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten bir hafta önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Pansiyon, Tatil köyleri ve 3,4,5 Yıldızlı Oteller
Ziyaret Ediş Amacı	Tatil, dinlenme ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Nisan-Ağustos



## Kırgızistan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>35.665 (2010)</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% - 12,76</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>20.832 / % 36,89</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	<b>52</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	<b>Tatil, ticaret (alışveriş), kültür, inanç turizmi</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>İstanbul, İzmir, Antalya, Erzurum ve Ankara</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>TV Kanalı, İnternet, Basın, Billboard (Mart-Ekim)</b>

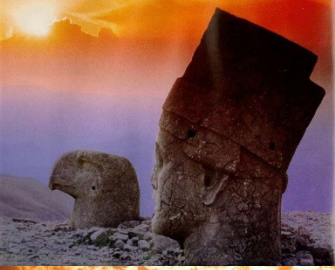




# KAZAKİSTAN

Ülke Nüfusu	16.417.000
Turizm Otoritesi	Kazakistan Cumhuriyeti Turizm ve Spor Bakanlığı
Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı	500.000 (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	1.163
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Türkiye, Tayland, BAE, Çek Cumhuriyeti, Mısır, İtalya ve Fransa



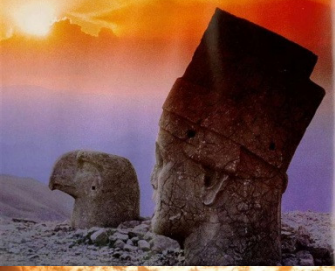


## Turist Profili

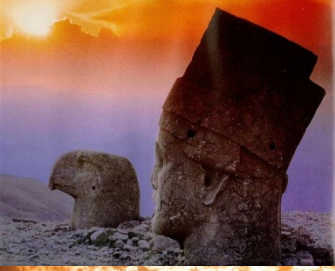
# KAZAKİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	16-40 yaş grubu ve çocuklu aileler
Karar Alma Süresi	Seyahatten bir ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahatten iki hafta veya bir ay önce
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acenteleri
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	5 Yıldızlı Oteller ve tatil köyleri
Ziyaret Ediş Amacı	Tatil, dinlenme, iş ve alışveriş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran-Ağustos

# Kazakistan Pazarında Türkiye



Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	247.784 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% 12,91
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	119.763 / % 26,85
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	700
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Dinlenme, alışveriş, eğlence , iş seyahatleri
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Bodrum, Marmaris ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV ve Outdoor reklamları (Nisan-Temmuz)



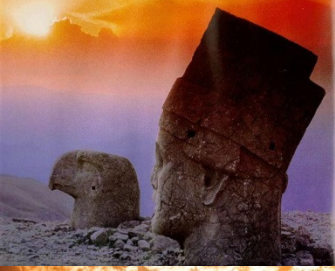
# MALEZYA

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>28.590.000 (2010)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Malezya Turizm Bakanlığı</b>
<b>Çıkış Yapan Toplam Turist Sayısı</b>	<b>7.013.000 (2010)</b>
<b>Dış Turizm Harcaması</b>	<b>6.6 milyar USD (2010)</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>2.739 (2010)</b>
<b>Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	<b>Tayland, Çin, Endonezya, Singapur, Hong Kong, Avustralya, Hindistan, Vietnam, Tayvan ve Güney Kore</b>



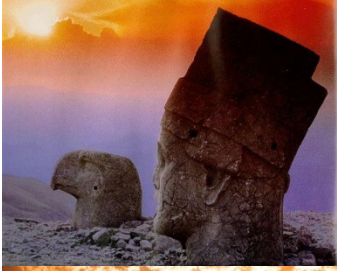
## Turist Profili

## MALEZYA

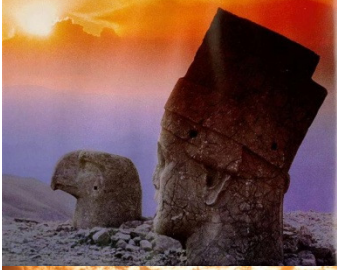


Ortalama Tatil Süresi	10-15 gün
Hedef Kitle	19 yaş altı (%0,4) 19-24 yaş (%5.0) 25-34 yaş (%36.7) 35-44 yaş (%36.6) 45-54 yaş (%13.8) 55 yaş ve üstü (%7.5)
Karar Alma Süresi	Seyahatten 1-2 ay önce
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentası
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel
Seyahat Motivasyonları	Tarihi, kültürel ve dini yerleri ziyaret, alışveriş.
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Resmi tatiller ve okul tatilleri (Kasım-Aralık, Şubat-Mart, Mayıs-Temmuz)

# Malezya Pazarında Türkiye

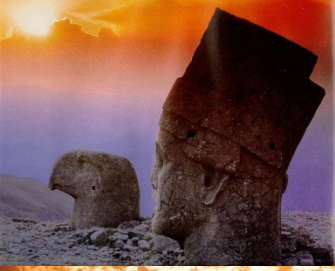


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	32.458 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/2009	% 9.81
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	19.067 / % 20,30
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Tarihi, kültürel ve dini yerleri ziyaret, alışveriş.
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Kapadokya, Bursa, Ankara, Konya, Pamukkale, İzmir ve Çanakkale.
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, gazete reklamları ve açık hava reklamları. Mart – Kasım arası.



# ÖZBEKİSTAN

Ülke Nüfusu	28.128 milyon
Turizm Otoritesi	Özbekistan Turizm Milli Kumpanyası
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	114

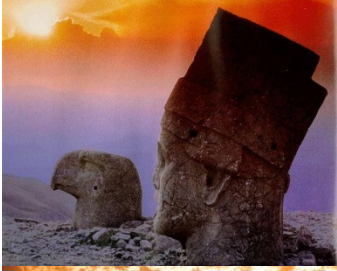


## Turist Profili

# ÖZBEKİSTAN

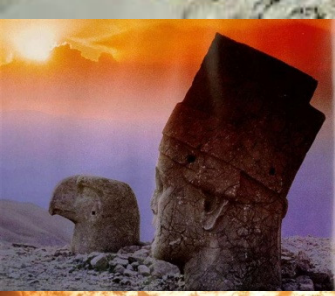
Ortalama Tatil Süresi	10 gün
Hedef Kitle	25 - 50 yaş grubu
Rezervasyon Yaptırma Süresi	Seyahat amaçlı, Mayıs – Ekim; Ticaret amaçlı, tüm yıl boyunca
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Seyahat acentaları
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel ve tatil köyü
Seyahat Motivasyonları	Tatil ve iş turizmi, ticaret
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Mayıs – Ekim

# Ozbekistan Pazarında Türkiye



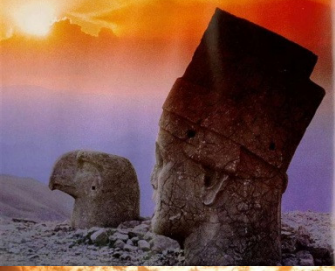
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	68.124 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	% - 7,83
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	38.045 / % 36,45
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Sayısı	20
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Dinlenme, ticaret (bavul ticareti), fuar, sergi, iş görüşmesi ve bilimsel amaçlı seyahatler
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	Antalya, Bodrum, Çeşme, İzmir ve İstanbul
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV reklamları (Ocak-Haziran)





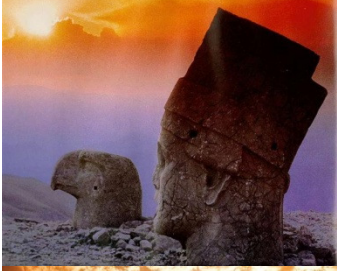
# HİNDİSTAN

Ülke Nüfusu	1,21 Milyar (2011)
Turizm Otoritesi	Hindistan Turizm Bakanlığı
Çıkış Yapan Turist Sayısı	12 milyon (2010)
Dış Turizm Harcaması	12,4 milyar USD (2010)
Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı	6.000 (Yaklaşık yarısı IATA üyesi. Toplamda %20'si outbound çalışıyor)
Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar	Singapur, Malezya, Tayland, Hong Kong & Macau, Dubai, Avrupa (başta İngiltere, İsviçre olmak üzere), Avustralya, ABD ve Kanada



# HİNDİSTAN

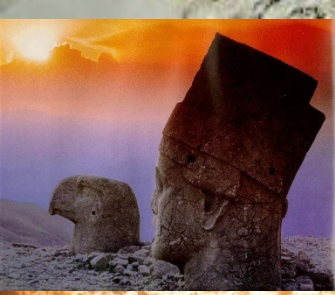
<b>Ortalama Tatil Süresi</b>	<b>5-7 gün</b>
<b>Hedef Kitle</b>	<b>30-65 yaş arası</b>
<b>Karar Alma Süresi</b>	<b>Seyahat öncesi 1 haftadan 1 aya kadar</b>
<b>Rezervasyon Yaptırma Süresi</b>	<b>Seyahat öncesi 1 haftadan 1 aya kadar</b>
<b>Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü</b>	<b>Seyahat acentası ve internet</b>
<b>Tercih Ettikleri Konaklama Türü</b>	<b>4-5 yıldızlı oteller (üst gelir grupları hariç Avrupa için genelde 4 yıldızlı oteller) ve butik oteller</b>
<b>Seyahat Motivasyonları</b>	<b>Moda / pahalı destinasyonlara seyahat (statü göstergesi), Tarihi değerleri ve farklı kültürleri görme</b>
<b>Ziyaret Ediş Amacı</b>	<b>Eğlence, iş, akraba-eş-dost ziyareti, alışveriş, balayı ve kongre turizmi</b>
<b>Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem</b>	<b>Mayıs-Haziran, Eylül – Ekim ve Aralık sonu – Ocak başları</b>



## Hindistan Pazarında Türkiye

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	63.406 (2010)
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdellik Değişim Oranı - 2010/2009	% 15,05
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	36.406 / % 24.70
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Ace. ve Tur Ope. Say.	Ülke düzeyinde irili ufaklı yaklaşık 300 seyahat acentesinin Türkiye operasyonu var
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Gezme ve rahatlama, Alışveriş, Tarih ve Kültür, Balayı, Kongre turizmi
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	TV, yazılı basın, açık hava reklamları Mart -Nisan ve Ağustos-Ekim dönemleri

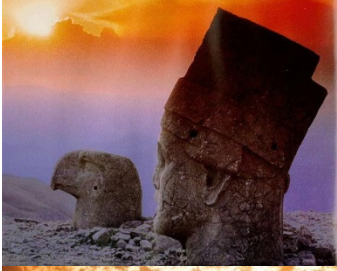
# SUUDİ ARABİSTAN

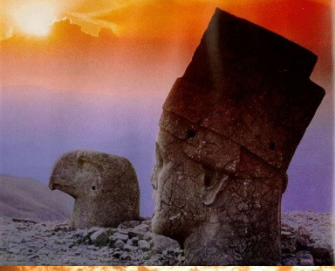


<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>27,136 milyon (8,429 milyon yabancı)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Arabistan Turizm ve Kültürel Varlıklar Üst Kurulu</b>
<b>Yurtdışına Yapılan Seyahat Sayısı</b>	<b>7,551 milyon (2010)</b>
<b>Dış Turizm Gideri</b>	<b>6 Milyar Dolar (2010)</b>
<b>Çıkış Yapan Turistlerin Tercih Ettikleri Destinasyonlar</b>	<b>Dubai, Türkiye, Malezya , Endonezya ve Avrupa ülkeleri (Avusturya, Almanya, Fransa vs.)</b>

# SUUDİ ARABİSTAN

Ortalama Tatil Süresi	18 gün
Hedef Kitle Yaş Grubu	18-65 yaşlar arası
Karar Alma Süresi	Nisan-Mayıs ayları arası
Rezervasyon Yaptırma Süresi	kimi örneklerde Mayıs ayında ve ağırlıklı olarak da Mayıs ayı sonu-Haziran ayı içerisinde, fakat genellikle Son dakika
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Sırasıyla havayolu firmalarıyla temas, seyahat acenteleriyle temas, doğrudan otelle temas ve internet
Tercih Ettikleri Konaklama Türü (2010)	sırasıyla özel/ev (% 50,4), pansiyon (% 25,6: 1.547.000), otel (% 23,7) ve diğerleri (% 1,2) şeklindedir
Seyahat Amaçları (2009)	% 80.5 eğlence/tatil, % 12.7 yakınları ziyaret, % 2.9 iş ve % 3.9 diğer
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	İlk Yarı Yıl Tatili (02-11 Şubat 2011), İkinci Yarı Yıl Tatili (06-15 Nisan 2011), okulların tatil olduğu Yaz Tatili (22 Haziran-10 Eylül 2011), Ramazan Bayramı tatili (yaklaşık on gün), Kurban Bayramı tatili (01-11 Kasım 2011: yaklaşık on gün) dönemleridir. Dolayısıyla turizm mevsiminin en yüksek ayları Temmuz-Eylül ayları arasındır. (SCTA)

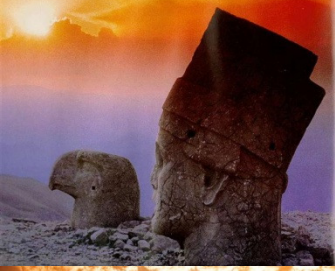




# Suudi Arabistan Pazarında Türkiye

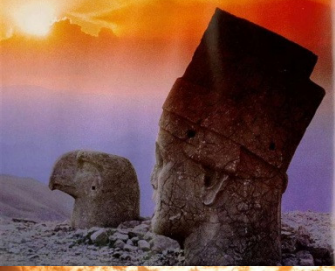
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı</b>	<b>84.934 (2010)</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı- 2010/2009</b>	<b>% 26,88</b>
<b>2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı</b>	<b>41.394 / % 105,92</b>
<b>Ülkenin Türkiye Pazar Payı Sıralamasındaki Yeri (2010)</b>	<b>% 0,30</b>
<b>Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı</b>	<b>100</b>
<b>Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı</b>	<b>İstanbul, Bursa, Yalova, Bolu, Trabzon, Hatay-Mersin, Antalya</b>
<b>En Etkin Reklam Türü ve Dönemi</b>	<b>Yazılı Basın, Indoor, TV, Nisan-Haziran</b>
<b>Yürütülen Tanıtım Kampanyaları</b>	<b>Yazılı Basın, Indoor, TV, İnternet</b>





# MAKEDONYA

<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>2.066.718</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Ekonomi Bakanlığı</b> <b>ATAM (Makedonya Seyahat Acenteleri Birliği)</b> <b>Turizm İktisat Odası</b>
<b>Tur Operatörleri ve Seyahat Acentesi Sayısı</b>	<b>460</b>



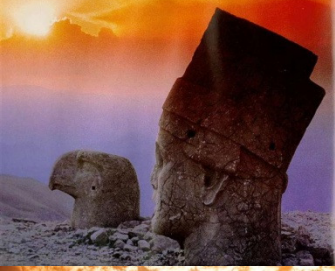
## Turist Profili

# MAKEDONYA

Ortalama Tatil Süresi	15 gün
Hedef Kitle	18-50 yaş grubu
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	Otel, motel ve pansiyon
Seyahat Motivasyonları	Kültür, doğa turizmi ve iş
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	<ul style="list-style-type: none"><li>• 15 Haziran – 15 Ağustos arası,</li><li>• Yılbaşı ve sonrası dönem (Ortodoks noeli),</li><li>• Arnavut, Türk, Törbeş, Boşnak Müslüman nüfus için Ramazan bayramı dönemi</li></ul>

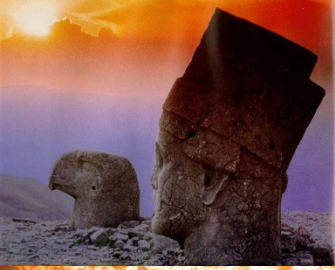


# Makedonya Pazarında Türkiye

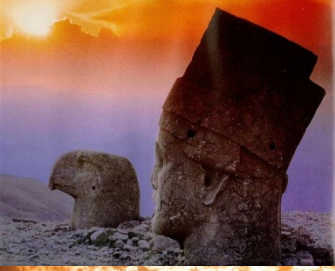


Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	<b>115.541</b>
Türkiye'ye Gelen Turist Sayısındaki Yüzdelerik Değişim Oranı - 2010/ 2009	<b>% 7,59</b>
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	<b>38.786 / 9,12 %</b>
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	<b>20</b>
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	<b>Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, Akdeniz ve diğer bölgeler</b>
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	<b>Açık hava/ Yazılı ve görsel basın, Mart –Haziran, Eylül-Ekim</b>

# BOSNA-HERSEK



<b>Ülke Nüfusu</b>	<b>3.842.265 (2008)</b>
<b>Turizm Otoritesi</b>	<b>Federasyon Ticaret ve Turizm Bakanlığı Sırp Cumhuriyeti Ticaret ve Turizm Bakanlığı</b>

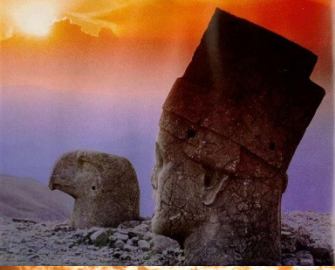


## Turist Profili

# BOSNA-HERSEK

Ortalama Tatil Süresi	1 Hafta, 10-15 gün
Tercih Ettikleri Rezervasyon Türü	Tur operatörü aracılığıyla paket tatil
Tercih Ettikleri Konaklama Türü	3-4 yıldızlı oteller, Tatil Köyleri
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tercih Ettikleri Tatil Türü	Kitle turizmi (deniz-kum-güneş) ve Kültür turizmi.
Seyahat Motivasyonları	Tur Paketi fiyatı, Her Şey dahil, Tarihsel Bağlar
Çıkış Yapan Turistin Tercih Ettiği Dönem	Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül

# Bosna-Hersek Pazarında Türkiye



Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı	47.361
2011 Yılı İlk 6 Aylık Türkiye'ye Varışlar ve Değişim Oranı	24.400 / % 26,06
Bosna Hersek Pazarında Türkiye'nin Pazar Payı Sıralaması	Hırvatistan, Karadağ, Sırbistan'da sonra 4. sıradadır.
Bosna Hersek Vatandaşlarının Tercih Ettikleri Ülke Destinasyonları	Hırvatistan, Karadağ, Sırbistan, Türkiye, Mısır
Türkiye'ye Operasyonu Bulunan Acente ve Tur Operatörü Sayısı	6
Türkiye'ye Gelen Turistlerin Tatillerini Geçirdikleri Destinasyonlara Göre Dağılımı	İstanbul, Antalya- Marmaris-Bodrum, Kuşadası, Side, Bursa
En Etkin Reklam Türü ve Dönemi	Yazılı Basın, Outdoor, TV, Mart-Temmuz